

中国 咨询业 发展研究

杨永志著

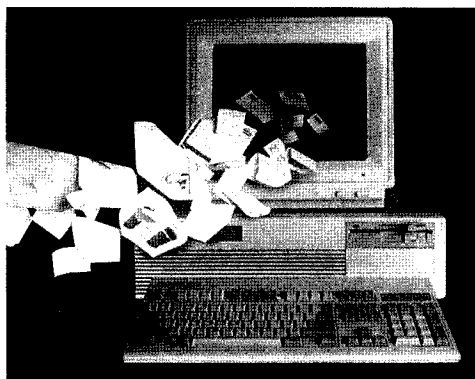
山西经济出版社



中国咨询业发展研究

杨永志著

山西经济出版社



(晋)新登字 4 号

书 名: 中国咨询业发展研究

作 者: 杨永志

出版者: 山西经济出版社(太原市并州北路 69 号·

邮码:030001·电话:4044102)

发行者: 山西经济出版社

印刷者: 山西人民印刷厂

开 本: 850×1168 1/32

印 张: 9.625

字 数: 237 千字

印 数: 0001—3000 册

版 次: 1995 年 8 月第 1 版 1995 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7—80577—834—5/F·834

定 价: 14.80 元

责任编辑: 郝建军 社长: 陈宇华 总编辑: 张凤山

大力发展咨询产业（代序） 宋 健

党的十四届三中全会确定我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制。在新形势下，科技界面临的一项重要任务，就是大力发展咨询产业。这是发展市场经济，培育新兴产业，深化企业改革，调整产业结构，加强基础设施建设等各方面的迫切需要。

科技咨询活动属于应用性软科学活动。现代咨询产业是以科学为依据，以信息为基础，综合运用科学知识、技术、经验、信息为政府部门、企事业单位和各类社会组织的决策和运作服务。我们正在建立和完善全国大市场。伴随着改革的深化、开放的扩大和现代化建设的前进，一切企事业单位都依

•这是国务委员、国家科委主任宋健同志1995年1月17日发表于《光明日报》的一篇文章，征得宋健同志同意，作为本书代序。

赖于国内外大市场,从而对科技咨询的要求会越来越多。可以列出以下几个方面:区域经济规划,产业发展规划,重大工程可行性论证,系统工程分析,企业诊断和改组,市场调查,市场技术中介,市场信息服务,引进项目评估和谈判,技术咨询,技术推广,技术服务,技术承包,知识产权保护和其它法律方面的咨询服务,帮助招聘人才和培训人才,推荐高级优秀企业家,承包组织各种科技、经济会议活动,建立农村社会化服务体系,科技翻译、文字、出版等文秘事务,等等。这类科技咨询和服务业务,只有知识渊博,有科技造诣,有实际工作经验的人才才能胜任,也就是说,要有优秀的软科学人才的主持和参与才能起到有效作用。无论是政府部门、社会组织、企事业单位,要想制定成功的战略、政策以致实施操作方案,没有一批具有深厚的专业知识和实践经验的人才不行,没有系统和全面的研究论证也不行。事实表明,在一切市场经济比较发达的地区,这种科技咨询服务工作,都可能以产业的形式进行。这些产业,有人称之为科技第三产业。实现产业化,有利于增强吸引力,形成自我发展能力,吸收高档人才,从而逐步形成社会化服务体系,成为社会主义市场经济体系中的重要组成部分。这就是为什么近二三十年来,现代咨询业在世界范围内已形成一个庞大的行业,业务范围也从专业咨询发展到综合咨询,从经济领域发展到政治、军事、法律、环境、全球性问题等各个领域,出现了一批在国际上享有声誉的综合性咨询机构。目前,全世界咨询与信息服务业年营业额已达数千亿美元,咨询营业额的年增长率超过10%,95%以上的企业要求助于外界顾问咨询。这一发展趋势值得我们重视。

我国的咨询业刚刚起步。软科学事业的发展,从业务的开展到人才的造就,为我国咨询产业的崛起奠定了基础。这几年,全国出现了4万个科技咨询机构,营业额约10亿元,但从产业发展上看,还处于发育阶段。多数咨询机构依附于主管部门,还没有

成为自主经营、自负盈亏的实体；咨询市场还没有形成合理的价格体系；咨询成果的价值没有得到社会的广泛认可；咨询机构的规模、覆盖范围和知识结构以及技术手段都比较幼稚，所提供的咨询服务不能满足社会需求。改革和发展迫切呼唤着咨询业的崛起。今后，我们不能停留在一般性地论述软科学重要意义上，要把软科学研究与建立社会主义市场经济体制有机地结合起来，把工作重点逐步转到培育和发展科技咨询产业上来，在本世纪末形成与社会主义市场经济相适应的现代咨询产业体系。

为实现上述目标，各级政府和科技部门都要把培育咨询产业或称为科技第三产业提到重要议事日程。充分发挥咨询机构的决策服务、中介服务和产业、企业咨询等作用，使之成为管理机构改革，转变政府职能的重要补偿措施。在市场作用日益增强、生产活动日益社会化、科学技术高度发达、各种信息快速传递的今天，只有通过专业咨询，才可能掌握全局，对国内外市场变化作出快速、灵敏的准确反应，才能提高产业的效率、效益和水平。建议各地要制定推进咨询产业发展的规划，把咨询产业作为当前发展第三产业的重点之一，在政策、法律、税收、数据信息提供，以及物资技术、支撑条件等方面，采取切实措施，予以扶植和引导，创造平等竞争的市场环境，依法保障其正当权益，为咨询机构和咨询企业的发展创造良好的政策环境。

要依照“大力扶植、积极引导，按市场机制运行，与国际规范接轨”的原则，推动咨询机构和咨询企业的发展。咨询机构和咨询企业要实行自主经营、自我积累、自我发展、自我约束的运行机制，改变依附于主管部门的状况，成为面向社会、面向市场、面向决策业务的实体。要充分发挥大院大所、高等学校的科技优势和潜力，组织各类有偿咨询活动。经验表明，建立地区性、行业性和全国性咨询业协会，形成地区性、行业性咨询服务中心和网络，是促进各类咨询机构和企业协调发展，发挥咨询业整体功

能的重要措施。

为繁荣软科学，发展咨询业，要加速培养各类咨询人才。咨询工作是高级科技活动，咨询人员应勤奋学习，逐步掌握数种专业知识，善于与不同专业的人协作，不断开阔视野，跟踪新的信息，以便具有综合研究问题的能力。传统的自然科学工作者和社会科学工作者，常是专门人才，参加综合性科技咨询工作还要通过培训，学习新的知识。现在一些单位在承接任务后，把有关行业的专家凑在一起，项目完成后队伍解散，这种将知识简单拼凑而不是有机组合的作法，有碍于咨询业水平的提高。我们要通过继续工程教育、培训班、研讨会、国际交流等多种途径，有计划、有步骤地造就一支高素质的咨询队伍。

发展咨询产业是一项崭新的事业，要在总结我国成功经验和借鉴国外有益做法的基础上，坚持解放思想与实事求是相统一的原则，大胆探索，勇于实践。在建立社会主义市场经济体制的过程中，通过深化改革和扩大开放走出一条具有中国特色的咨询产业发展道路。

序

逢锦聚

随着现代市场经济的发展，一个新兴的产业——咨询产业已悄然兴起，方兴未艾，值得我们给予充分的重视。

咨询产业是适应社会信息化、科学化、现代化发展而兴起的现代产业。现代咨询产业是以科学为依据，以信息为基础，综合运用科学知识、技术、经验、信息为政府部门、企事业单位和各类社会组织的决策和运作服务的。它的核心作用和功能，是提高人们决策和行为的科学化水平。

咨询在现代社会中涉及的内容非常广泛，包括信息咨询、决策咨询、企业管理咨询、工程项目咨询、科技咨询、涉外咨询等等。一般地说，社会现代化程度越高，咨询业越发达。从这样的意义上说，咨询业的发展水平在一定程度上是一国（或地区）经济、社会发展水平的标志。

据有关资料称,近二三十年来,现代咨询业在世界范围内发展很快。业务范围从专业咨询发展到综合咨询,从经济领域发展到政治、军事、法律、环境、全球性问题等各个领域,出现了一批在国际上享有声誉的综合性咨询机构。目前全世界咨询营业额的年增长速度在10%以上。

然而,在我国,咨询业却刚刚起步。从产业发展上看,还处于发展阶段,多数咨询机构尚未成为自主经营、自负盈亏的实体,咨询市场尚不发达,咨询成果的价值尚未得到社会的广泛认可,咨询提供的服务远不能满足社会的需求。与这种状况并存的是,有关咨询产业的理论研究也相对滞后,远远不适应我国社会主义市场经济的发展和改革开放的要求。

在这样的情况下,杨永志副教授《中国咨询业发展研究》一书的出版,是一件可庆可贺非常有意义的事情。

该书采用比较分析的方法,借鉴国际经验,立足国内问题研究,不仅从宏观的角度探讨了我国咨询业产生的原因、发展趋势、队伍建设、机构设置、规模确定、效益评价,以及商品化、市场化、产业化、现代化和国际化等问题,而且从微观的角度研究了我国咨询业发展中亟待解决的一些问题,如划分咨询收费和受贿界限、咨询收费标准、咨询人员资格认定程序、承揽国外工程咨询项目方法、企业管理咨询内容等。全书注重理论联系实际,分析中肯,有深度,不仅所研究的有关咨询产业的理论具有重要的学术价值,而且在许多方面提出的发展我国咨询产业的意见和建议也具有重要的应用参考价值。

当然,由于我国咨询产业的发展尚不充分,有关的理论研究尚刚刚起步,所以书中所依据的资料需要进一步丰富,一些观点有待实践的进一步检验。这些,相信作者会给予充分的注意。

发展咨询产业,是一项崭新的事业,是发展市场经济,深化改革,扩大开放,加快经济发展的迫切需要。我热情地向广大读

者推荐作者的这部力作，并热切地期望它的出版发行对咨询产业的发展起到积极的推动作用。

1995年1月28日于南开园

引 言

关于咨询业的研究是一个崭新的领域，这是实践为理论工作者提出的重要研究课题。迄今为止，还没有人对中国咨询业发展做过全面、深入和系统的研究，因而对这一课题的研究是极其必要的。

咨询活动自古有之，然而只有在现代，咨询活动才成为特别重要的社会活动，成为离开它就影响社会发展的活动；咨询活动也才成为一种具有重要社会地位的独立产业，其产业无与伦比的作用才淋漓尽致地显露出来。

咨询是什么呢？咨询是有关人员运用信息、知识、经验、技术和智能，向用户提供信息和智力服务的一类活动。这类活动的经济化，就是咨询业或称咨询产业。

我们现处的时代，是电子产业、信息产业和咨询业高歌猛进的时代。目前，全世界至少有 50 个国

家建立了本国的咨询行业协会,咨询业年产值超过 500 亿美元。中国咨询业自 70 年代末和 80 年代初起步,注册的咨询机构已有近 4 万家,咨询人员队伍发展到近百万人。咨询业如此之快的发展,源于它的重要的和不可替代的作用。

咨询的功能在于增加当事人对某些问题认识上的透明度,使之在决策和行为上更加科学合理,目标更明确、作法更得当、效果更优良。咨询的这种功能,决定了它具有以下重要作用:

第一,提高社会的决策科学化水平。陈云同志曾讲:“我们的决策,应该用 90% 的时间去做调查,用 10% 的时间作决定。”就是说,决策只有建立在充分尊重客观事实、了解客观事实的基础上,才具有科学性。有了咨询机构的帮助,许多需要调查、了解、加工、思考的实际材料就可以不用自己处理,而且由此得到的材料,要比自己亲自处理的丰富得多、准确得多。因此,咨询是企业和社会宏观决策者的“外脑”及“助手”,借此能提高决策的科学性。^①

第二,提高企业和社会的经济效益。咨询业渗透在经济活动之中;广泛服务于企业“诊断”、工程项目可行性论证、宏观经济政策抉择等诸多方面。通过这些方面的咨询服务,能大大减少经济活动的盲目性、浪费性和各种不合理性,提高效率。咨询服务所产生的“增收节支”效果,就是提高经济效益的作用。^②

第三,推动外向型经济发展。外向型经济是以国际市场为交换场所的一类经济活动。外向型经济发展对国民经济发展至关重要,是现代经济的基础之一。咨询业发展对于推动外向型经济发

① 详细论述可参见拙作:《企业素质优化与咨询服务先行》,载《经营与管理》1993 年第 3 期。

② 详细论述可参见拙作:《咨询产业与企业经济效益》,载《决策与信息》1992 年第 6 期。

展的作用,首先体现在国际市场商贸、需求、价格、产品种类、合作对象、消费倾向等信息及时、充分、准确、系统的提供上,即满足外向型企业对信息的需要。其次,也体现在通过咨询服务,帮助外向型企业扭转“失真、失控、失责”状态,提高其应变能力、竞争能力和自我发展能力^①。

第四,推动科学技术进步。科技进步是当代社会发展的最重要方面,咨询业或咨询服务发展对科技进步的推动作用,主要体现在:①为科研人员提供充分的科技情报,提高科研成果质量和产业化速度。据美国的一家咨询机构称,它提供几分钟的服务,就顶一个科研人员用30种语言,看完2000多种杂志上的9万篇文章的劳动;据日本一家咨询机构称,它在1秒钟内能从3300万字中检索出科研人员所需资料。②为科技成果转让牵线搭桥。咨询本身具有中介的功能,通过咨询方式,可以使科技成果尽快从生产者手中转到使用者手中。③有效地推广应用科技知识。如以咨询方式进行的技术引进咨询、技术操作指导、农业科技知识推广等,都能起到推广应用科技知识,促进科技进步的作用。^②

第五,促进人们生活方便化和质量提高。生活离不开信息,离不开他人知识和经验的指导帮助,咨询服务作为提供信息和知识、经验的最现代化、最有效方式,能大大方便人们的生活并使人们更会生活。在现代咨询业中,生活咨询的内容可谓丰富多彩,如家务料理咨询、房屋布置装饰咨询、烧菜咨询、购物咨询、育儿咨询、储蓄咨询、购买股票债券咨询、保险咨询、饲养宠物咨询、保健咨询、心理健康咨询、乘车咨询、旅游咨询、礼仪咨询、美

① 详细论述可参见拙作:《咨询业与外向型经济》,载《环渤海经济瞭望》1992年第4期。

② 详细论述可参见拙作:《信息咨询与科技进步》,载《科技发展与改革》1992年第4期。

容咨询、服饰咨询等等数不胜数。有人形容发达国家居民,如同每天离不开电和交通工具那样,须臾离不开生活咨询服务。随着社会现代化的发展,咨询服务对促进人们生活方便化和质量提高的作用将越来越大^①。

此外,咨询服务能帮助信息从无序到有序,具有推动社会信息化健康发展的作用;咨询活动是“群策群力”的一种活动,具有促进社会生活民主化发展的作用;咨询产业是现代重要的新兴产业之一,发展这一产业具有促进社会产业结构合理化发展的作用,等等。随着咨询业的发展,其日益广泛的作用将全面体现出来^②。

人类变得越来越聪明了。对此论点的有力证据之一是人们越来越懂得集中和利用他人的信息、技术、知识、经验和智慧,通过咨询的方式为自己服务,或者通过咨询的方式为他人服务,使咨询成为一种职业。本书也可以称作一项咨询成果,它主要为广大人民了解咨询、为科研工作者研究咨询、为咨询经营者发展咨询业、为政府决策者制定有关政策和规划提供咨询性质的帮助。以此为目的,全书以咨询业如何发展为主线,采用国内与国外比较的方法、历史与现实对比的方法、实证的方法、统计的方法、预测分析的方法进行研究,对咨询业发展的产业化问题、市场问题、咨询活动的规则和方法问题、管理问题、服务问题、效益问题、队伍建设问题、战略选择问题、规模问题、国际化和现代化问题等进行了全面和系统地探讨。自认为对其中有些问题的研究比较深

① 详细论述还可参见拙作:《发展生活咨询服务的探讨》,载《邮电企业管理》1992年第6期。

② 有关详细的论述还可参见拙作:《发展我国信息咨询业刍议》,载《经济问题》1990年第7期;《走向未来的咨询产业》,载《中国科技产业》1992年第2期;《创建咨询经济学》,载《经济问题》1991年第7期;《我国咨询产业的发展趋向》,载《科技管理咨询》1991年第8期。

入，而对某些问题的研究可能不尽人意，有些观点有待于实践检验。

展望未来，在中国走向现代化的进程中，中国咨询业必将有更加长足的发展，本书权作抛砖引玉，期待更多的同仁加入研究、发展和运用咨询业这个队伍中来。

杨永志

1994年10月

目 录

大力发展咨询产业（代序）	宋 健（1）
序	逢锦聚（5）
引 言	（1）

第一章 咨询业的产生和发展	（1）
第一节 咨询业产生和发展的历史	（1）
第二节 国内外咨询业发展的现状	（5）
第三节 咨询业发展的原因和趋势	（17）

第二章 咨询业的产业化和市场	（26）
第一节 现代咨询业的特征	（26）
第二节 咨询产业化发展	（33）
第三节 咨询市场问题	（41）

第三章 咨询活动的规则和方法	（51）
第一节 咨询活动的一般规则	（51）
第二节 咨询研究及其方法	（60）
第三节 咨询规则和方法在中国的实践	（70）

第四章 咨询机构的管理和服务	(77)
第一节 咨询机构的管理模式	(77)
第二节 咨询机构的服务方式	(86)
第三节 中国咨询机构的管理和服务问题	(93)
第五章 咨询业的经济和社会效益	(101)
第一节 咨询业的投入与产出	(101)
第二节 咨询活动的经济效益	(109)
第三节 咨询活动的社会效益	(118)
第六章 咨询业发展的物质技术基础	(126)
第一节 咨询业发展的基础设施建设	(126)
第二节 咨询业发展所依托的数据库建设	(134)
第三节 咨询业发展的机构建设	(141)
第七章 咨询业发展的队伍建设	(151)
第一节 咨询人员的素质	(151)
第二节 咨询队伍的结构	(158)
第三节 咨询队伍的建设	(165)
第八章 咨询业发展的社会环境	(174)
第一节 社会咨询意识	(174)
第二节 国家产业政策	(181)
第三节 相关的咨询法规	(189)
第九章 咨询业发展的战略选择	(198)
第一节 国外咨询业发展战略的特点	(198)
第二节 确定咨询业发展战略的依据	(205)