

116/1 0805

# 日本技术市场 与信息咨询市场

孔昭林 编著

中国大百科全书出版社

世界市场全书

( 精装合订本 )

## 内 容 提 要

日本技术与信息咨询市场是日本整个市场体系的组成部分。它是日本“科技立国”基本国策的产物，也是日本产业结构合理化的必然结果。它使技术和信息这些无形的产品物化为有形的交易标的物，把智力产品转化为社会财富，加速了社会生产力的发展。本书运用系统论的方法和经济社会学的观点，分析了日本技术与信息咨询市场形成的条件和发展阶段，概述了日本技术与信息咨询市场的运作机制，介绍了日本的技术开发和信息咨询机构。

# 目 录

## 日本技术市场与信息咨询市场

<b>一、日本技术市场与信息咨询市场概述</b>	1
1. 日本技术市场与信息咨询市场的基本概念	1
2. 日本技术市场与信息咨询市场的交易方式	6
3. 日本技术与信息咨询人员的选定	10
4. 日本技术与信息咨询人员的职业道德	16
<b>二、日本技术市场与信息咨询市场的产生与发展</b>	23
1. 日本技术市场的形成过程	24
2. 日本信息咨询市场的形成过程	29
<b>三、日本技术市场的运作程序</b>	33
1. 日本技术交易的主要内容	33
2. 日本技术市场交易程序及其实务分析	43
3. 日本技术市场中的价格与付费方式	51
<b>四、日本信息咨询市场的运作程序及现状</b>	57
1. 信息咨询业务洽谈	57
2. 信息咨询业务展开	62

3. 信息咨询的计费标准和方法	67
4. 日本信息咨询市场的现状及问题	71
<b>五、日本的技术开发机构和信息咨询机构</b>	78
1. 日本的技术开发机构	78
2. 日本的信息咨询机构	102

## 一、日本技术与 信息咨询市场概述

一个企业、公司、乃至国家经济的发展,要靠两个“轮子”同时转动,一个是科技,另一个是管理。当美国未来学家 A. 托夫勒预言“第三次浪潮”到来时,日本在经济上完成了重组、孕育、勃发和腾飞的过程,抓住机遇、迎接挑战,形成了世人瞩目的“日本模式”。日本的技术市场与信息咨询市场作为经济行为,属于经济学的范畴,但作为经济有机体,又属于社会系统中的一个子系统。因此,为探索日本技术与信息咨询市场的奥秘,揭开日本经济模式的“面纱”,必须对日本技术与信息咨询市场进行全面考察。

### 1. 日本技术与信息咨询市场的基本概念

市场经济的形成经历了漫长的历史过程,把市场机制作为社会资源配置的基本手段,是现代社会的产物。各式各样的市场构筑起市场体系,市场体系的完善程度是市场经济发达程度的标志,而技术与信息咨询市

场是市场体系中的新成员。当人们把科技和信息也作为商品来交易时,技术市场和信息咨询市场就逐步建立起来了。

### (1)日本的技术市场

所谓技术是指人们在生产活动中制造某种产品,应用某种生产方法或提供某种服务的系统知识。其表现形态可以是文字、语言、表格、数据、公式、配方等有形形态;也可以是实际生产经验、个人的专门技能或头脑中的观念等无形形态,但它必须是可以传授,可以用于生产并产生一定经济效果,不依附于个人生理特点的知识。所以技术的主要特点为:①技术是无形的知识。它只有与一定的物质条件相结合,才能转化为生产力。②技术是整套的系统知识。它包括原理、结构、设计、生产、操作、安装、维修、服务、管理、销售等各个环节的知识、经验和技艺。③技术具有商品的属性。技术是人类智慧的产物,它既可供发明技术的所有者使用,也可以通过传授、转让、出售,供其他人使用,并获取相应的报酬。

技术作为商品可从不同角度分类。按技术的公开程度可分为:公开技术、半公开技术和秘密技术。按技术是否属于工业产权可分为:具有工业产权的技术,指专利技术和享有商标权的技术;不具有工业产权的技术,主要指专有技术。按技术的发展阶段可分为:未来技术、尖端技术、应用技术、改良提高技术和生产管理技术等。按

技术的表现形态还可分为：软件技术、硬件技术等。

所谓技术市场，也就是科技成果即技术的出卖、有偿转让以及科研主体与生产主体共同开发科研项目并分享其收益和专利的购买与使用的市场。技术市场的实质是以一定方式促进科技成果的产需见面，通过竞争机制，使科技成果价值为社会所承认，并确定其市场价格。技术商品的市场价格往往取决于公众对该项技术的需要程度以及技术使用可能带来的效益。

日本的科学技术研究和开发，以政府为主导，以民间为主体，由企业、政府研究机关和大学 3 部分组成。日本的技术市场主要是通过政府战后制订的合理的科技政策，逐渐培育发展起来的。国家承认科技人员的研究开发成果的价值，并采取直接或间接的资助，使之制度化；制订了从技术开发过渡到技术市场化的产业技术政策，不但以尖端技术开发为对象，也以实用化技术和与企业化、商品化有关的技术开发为对象，形成典型的市场科技发展机制。市场竞争推动科技发展，并决定其发展方向。企业是科技开发的主力军，日本的全部科研投资 80% 以上来自民营企业，科研人员 63% 以上在民营企业内。大企业一般都有几个、十几个研究机构，使科技资源有效地集中用于生产、服务和竞争。第一线企业科技活动的主要目的是发展经济，因此，企业就成为技术市场上的最活跃因素。同时，政府通过制订一系列优惠政策，例如，补助金、委托费，科学技术推进制度，优惠的



税制和贷款措施,以及建立科技城和技术密集区,并通过建立专利法、技术转让和委托开发一条龙科技企业化的办法等,逐步完善具有日本特点的技术市场。

## (2) 日本的信息咨询市场

所谓信息咨询市场是指信息的有偿提供、咨询服务等信息交易活动的场所。信息咨询的市场价格,主要取决于信息需求者对该信息的需求程度及其可带来的经济效益,一般由委托人与咨询人协商确定。

日本信息咨询市场起步较晚,同欧美咨询业有一定差距。但把提供信息、技术咨询服务看作是日本改善国际形象,作为一个经济大国满足发展中国家对信息、技术需要,从日本国情出发的重大经济举措,得到日本朝野、政府与民间的共识,使日本信息咨询业得以迅速发展。

根据日本学者竹本直一对“咨询”的解释,咨询意为商量,提出问题找人商量者称为客户,凡有人因某事向某人求教,而某人又愿意受聘并以此为业的,称为咨询人员。咨询业就是根据用户需要,提供服务的一种行业,它是以专门的知识、信息和技术,协助用户解决复杂问题的一种行业,于是以信息、技术和专门知识为商品进行交易,这就组成了信息咨询市场。从事信息咨询业的法人被称为头脑企业、智囊团或脑库。

日本咨询产业的特点是知识集约型、业务综合性和

经营承包型。知识集约型是日本政府有关部门最早使用的词汇。根据日本产业结构审议会 1971 年的报告规定：第一类知识集约型产业是研究开发型产业；第二类是高度组装产业；第三类是时兴产业；第四类是知识产业，即信息处理服务，提供知识、信息的产业。业务综合性是指委托给咨询人员的业务内容，即咨询人员受托承接的业务内容，不限于特定的某一专业领域，而会涉及到许多学科，需要其他专家的合作，来共同完成。经营承包型指咨询业务基本上采取承包或包工形式，它以信息、知识和智力作为资本提供咨询成果，承担经济和技术责任，一旦产生咨询活动，不管有无收费形式，都直接由双方承担经济责任。

日本信息咨询市场的咨询业务服务范围十分广泛，内容极为丰富，但主要包括：

①政策咨询。为决定政策的人们出谋献策。从事这类咨询的机构多称研究所或“脑库”，日本目前拥有著名的“脑库”100 多家。

②管理咨询。由管理专家针对企业要求咨询的问题，深入企业调查，运用科学方法，对企业经营管理中存在的问题进行定量和定性的研究分析，找出原因，提出改进方案，并帮助指导实施，以提高企业的经营管理水平和经济效益，也称为企业诊断。日本管理咨询公司承担了大量的经营咨询业务。

③工程咨询。在工程决策过程中，通过咨询公司的

初步可行性研究和详细可行性研究,为投资者决策提供咨询。

④技术咨询。以产品技术服务为主,挑选出先进、经济、适用的技术推荐客户引进,并协助其谈判。此外还有专业咨询、发展战略咨询和海外咨询等。

## 2. 日本技术市场与信息咨询市场的交易方式

由于技术市场与信息咨询市场的交易对象与一般商品市场交易对象不同,因此采取了不同于其他商品交易的特殊交易方式。

### (1) 日本技术市场的交易方式

日本技术市场上的基本交易方式主要有许可贸易、顾问咨询、合作生产、工程承包和技术服务与协助等。

许可贸易是专利权人或商标所有人或专有技术所有人作为许可方向被许可方授予某项权利,允许其按许可方拥有的技术实施、制造、销售该技术项下的产品,并由被许可方支付一定数额的报酬。许可贸易有3种基本类型:专利许可、商标许可和专有技术转让。

顾问咨询是雇主与工程咨询公司签订合同,由咨询公司负责对雇主所提出的技术课题提供建议或解决方案。服务内容包括:项目可行性研究,技术方案的设计和审核,招标任务书的拟定,生产工艺或产品的改进,设备

的购买,工程项目的监督指导等。

合作生产是两个不同企业之间根据所签协议,在某项或某几项产品的生产、销售上采取联合行动。通过合作,由技术上较强的一方将有关该产品的生产技术知识传授给另一方。合作中通常采取的方式有:分别生产不同的部件,由一方或双方组装成完整的产品出售;分别生产对方所需的部件,各自组装成完整产品出售;由一方按另一方要求进行生产。合作过程也就是转让技术的过程。

工程承包是委托工程承包人,按规定条件包干完成某项工程任务,亦即负责工程设计、土建施工、提供机器设备、施工安装、原材料供应、提供技术、培训人员、投产试车、质量管理等全部过程的各项任务。

技术服务与协助是技术转让交易中必不可少的环节,它可以包括在技术转让协议中,也可以作为特定项目,签订单独的合同。提供技术服务与协助的方式一般有两种:由受方派出自己的技术人员和工人到技术供方的工厂或使用其技术的工厂培训实习;由供方派遣专家或技术人员到受方工厂调试设备、指导生产和讲授技术。

## (2)日本信息咨询市场的交易方式

日本信息咨询市场上咨询工作的交易方式是多种多样的,出现了“住宅信息咨询”、“服装信息咨询”以及

“中小企业诊断咨询”等。信息咨询形式大体可分为 3 类：建议性咨询。经过调查研究，提出方案或建议。审议性咨询。审查或评议已有的方案，由咨询机构从科学角度加以评价。技术性咨询。帮助企业解决具体技术难题，就某一个产品或生产中的某一工艺问题，给企业提供具体的帮助和指导。

日本信息咨询市场上最活跃的是开发咨询业和建设咨询业。其业务范围包括道路、桥梁、水库、住宅、上下水道、城市规划等方面的土木建筑工程，农业、灌溉等农业土木工程，铁路、港湾等运输部门以及工矿企业、通讯、能源、经济、环境保护等几乎所有领域的开发难题。具体项目实施方式主要可以分为 4 类：

三角方式。客户聘用咨询人员；咨询人员为客户进行调查，编写规格书，代办订货业务，检验工程，监督施工；客户、咨询人员、承包商三方合作，共同完成项目建设。三角方式的主要优点是：①咨询工程师保持绝对的独立性。他和承包商、制造商、物资供应商没有丝毫金钱上的关系，因此，他作出的判断是客观而可靠的。②在开标之前，已完成设计工作。③咨询工程师、承包商、客户之间可以相互检查监督，协调一致。④合同的范围明确。⑤客户可以灵活介入。这种方式的缺点是难以适应当初未纳入计划、而随着工程的进展追加的工程项目。

自营方式。政府或一些大企业组织自己的技术人员开展工作，承担项目的规划和方案的制订、调查、设计、

管理等业务。这种方式的主要优点是：客户有广泛的决定权，可以根据情况灵活处理。技术人员可以更好地理解客户的意图和基本方针，进行项目实施工作。它的缺点是在企业内部必须设许多专业咨询人员，当没有项目时，成本费用就会增加。

工程托管方式。客户将整个项目，包括计划、监督管理、设计、筹备材料、施工管理、事前调查、金融交涉等任务全部委托咨询人员处理，由咨询人员担任项目的工程管理人。咨询人员接受这些任务后，再雇用有关方面的专业人员，共同完成整个项目的建设。如果整个项目比较复杂，需要相当范围的知识 and 经验时，则采用这种方式，由业务熟练的咨询人员担任施工管理人，负责所有业务，是最好的一种选择。

交钥匙方式。即一揽子承包的合同方式。客户和咨询人员签订合同后，将项目的设计、施工管理、竣工后的维护等所有事务全部交给咨询人员。对于既有负责计划、制订方案、设计等技术部门，又有施工部门的两类俱全的综合性工程公司，最适合一揽子合同方式的承包项目。如果不是这种设计兼施工的公司，那就要由咨询人员、承包商、设备器材制造厂、商社组成联合财团，结成适应各方部门需要的团体组织。这种方式由于过于强调按合同签订时的价格定价，因此在工程进展中的成本很难处理。

### 3. 日本技术与信息咨询人员的选定

咨询管理人员与咨询专家所具有的专业知识、实际经验以及收集掌握文献资料、情报信息的深度和广度,决定咨询成果的质量。因此,对咨询人员的选定、咨询人员应具备的素质以及咨询机构的人才结构都有很高的要求,需要培养考核、择优选拔,并建立严格的行为规范和守则。日本对咨询人员除了进行严格的专业训练以外,日本通商产业省还于1952年颁发了中小企业诊断士制度。

#### (1) 咨询人员的选定程序

在日本技术市场与信息咨询市场上,客户在选择咨询人员时必须慎重,应严格按照客户选择咨询人员的程序办理。

①任命项目协调员。当需要聘用咨询人员时,首先选择一个对咨询人员非常了解,而且能和咨询人员进行交涉的项目协调员。

②明确项目委托内容。客户在和咨询人员接触前,应系统地将该项目需要什么,要达到什么目的,要求什么样的进度等需向咨询人员委托的项目整理出来。

③行政法律手续。按照规定,聘用咨询人员要履行行政手续,向国家行政机关登记注册。

④审选咨询人员名单。客户根据已掌握有项目承办能力的咨询人员登记表,再从未经登记、但个别有过接触的咨询人员中挑选十几家咨询企业中的咨询人员,编成初选名单;然后研究这些咨询企业人员的资历、经验和专业能力,并考虑企业的财政状况和咨询工作的声望,从初选名单中再挑出一部分更适合该项目咨询工作的咨询人员,编成精选名单。

⑤初步磋商。客户准备与列入名单的咨询人员对话,了解他们是否对该项目有兴趣。咨询人员接到通知后,应即作出答复,表明是否愿意参加;如果不愿意参加,而打算推荐其他咨询人员,则应将该人员的名字书面通知客户。

⑥征求对方案的建议。根据咨询人员们的反应,客户从中选出比较有希望的、适当的人选,请他们对项目提出建议。为避免浪费咨询人员的时间和精力,客户对不感兴趣的咨询人员不应再提出要求。

⑦选出少数咨询人员,准备谈判。客户对咨询人员提出的建议,进行审查、评价,以便定出更合适的人选作为签订合同谈判的对象,并排出顺序。

⑧关于酬金的谈判。首先,同被选作第一候选人的咨询人员就酬金问题进行商谈。双方取得一致意见后,即可签订合同。如果同第一候选人在酬金和其他问题上不能达成协议,则就可同第二候选人谈判,如果仍不能达成协议,再同第三候选人谈判,这样依次类推,反复经



过多次协商,直到达成协议为止。

⑨签订合同。客户与咨询人员双方意见一致后,即可互相交换书面合同。

⑩咨询人员开始工作。咨询人员按照合同条文开始咨询业务。

客户在聘用咨询人员时,还应注意:在接受国际机构的援助时,一般先由客户方选择咨询人员,最后征得贷款国或贷款机构的承认,方可决定。在不需要国际机构的援助时,客户可以按照自己的意志决定人选。咨询人员有必要向客户介绍自己的技术水平及各种专长。

总之,咨询人员的选定工作正在按照一定规律朝着公正的方向发展,因此咨询人员今后必须更加脚踏实地地工作,才能真正地加入到咨询行业中来。

## (2) 咨询人员的素质

日本生产性本部对技术市场与信息咨询市场上的经营顾问、咨询人员有严格要求,要求具备以下3方面素质:

①渊博的知识。对企业外部环境的知识,包括国际、国内的经济情况,发展动向,法律、贸易、市场、国家财政预算、税制、经济法、世界动向等经济、政治、社会等方面的知识。对企业内部的专门知识,包括生产、销售、财务、情报、人事组织、研究开发、电子计算机管理和应用,以及个人专门的技术知识。