

目 录

第 1 章 信息咨询的一般概念	(1)
1.1 信息及其本质特征	(1)
1.2 咨询的概念及其演变	(4)
1.3 信息业和信息咨询业	(5)
第 2 章 信息咨询业务的供方和需方	(11)
2.1 世界名国的信息咨询机构和信息咨询业	(11)
2.2 信息咨询机构的类型	(25)
2.3 信息咨询业务的分类	(36)
2.4 信息咨询业务的客户	(55)
第 3 章 信息咨询企业的运行	(59)
3.1 信息咨询企业正式咨询的过程	(59)
3.2 信息咨询业务委托的程序	(65)
3.3 信息咨询合同	(83)
第 4 章 信息咨询在中国	(105)
4.1 古代的信息咨询活动	(105)
4.2 现代中国的信息咨询业	(118)
第 5 章 信息咨询企业的建立	(129)
5.1 技术咨询	(130)
5.2 工程咨询	(135)
5.3 企业管理咨询	(139)
第 6 章 社会对信息咨询企业的应用	(144)

6.1	信息咨询企业的社会功能	(144)
6.2	决策者与信息咨询企业	(150)
第7章	信息咨询费用的计算	(158)
7.1	咨询费用的构成	(158)
7.2	咨询费用的计算方法	(162)
第8章	信息咨询人员的素质和行为准则	(174)
8.1	信息咨询人员的素质和职业道德	(174)
8.2	信息咨询人员的行为准则和责任	(184)
第9章	政府对信息咨询产业的引导	(193)
9.1	资金上的引导	(193)
9.2	政策和法律上的引导	(196)
第10章	大力发展具有中国特色的信息咨询业	(201)
10.1	我国信息咨询业的现状	(201)
10.2	发展有中国特色的信息咨询业的几点 设想与展望	(205)
附录	中外部分信息咨询机构简介	(210)
	主要参考书目	(275)

第1章 信息咨询的一般概念

信息咨询机构是20世纪中期以后首先在欧美等国家广泛兴起的一个全新的组织形式。和传统的组织机构(如企业组织、行政组织、科研组织等)不同,信息咨询机构是在第三次科学技术革命以后,在现代科学、技术、生产和社会的一体化以及自然科学和社会科学不断交叉、融合从而使当代决策问题变得越来越复杂、越来越让人难以把握的条件下产生的,在形成机制和变动规律上与传统组织形式差异极大。由于形成的时间短,发育程度低,成熟特征不明显,对于其内涵、外延、性质等问题,理论界尚没有一个统一的认识。在这里,我们仅在学术界公认观点的基础上作一些探讨,以期为本书以后各章的介绍打下立论的基础。

1.1 信息及其本质特征

在现实世界中,事物之间的联系主要采用三种载体形式:物质流、能量流和信息流。这三者一起构成当今世界市场的三大要素。过去,人们的传统观念只注重物质和能量,而没有把信息放在应有的位置上,这是极为片面的。事实上,信息是现代科学中极为深刻而普适的少数重要概念之一,信息化是当前和未来时代的一个基本特征。

但是,信息也是现代科学没有完全揭示其本质的一个概念。不同的研究者从不同角度进行探讨,可以得出不同的结论。如英

国《牛津英语辞典》下的定义是：通过各种方式可以被传递、传播、传达、感受的，以声音、图像、文件所表征，并与某些特定的事实、主题或事件相联系的消息、情报、知识都可以泛称为信息。美国的《Webster's New Collegiate Dictionary》对信息的定义为：(1)由调查、研究和学习所得到的资料 and 知识；(2)知识、学问和新闻；(3)事实、情况和数据；(4)表示数据的记号、信号和标识。日本的《广辞苑》定义为：关于事物的内容和情况的通报^①。上述定义的表述虽然不同，但说明了一个共同的内涵，即信息就是能够给人们带来新的知识和对客观世界新的认识的情况、消息、新闻、资料、图表、数据、密码等。这种说法算不上给信息下一个确切的定义，但能够说明信息这一概念所包含的内容。对于日常生活、工作乃至那些定性地使用信息概念的科学研究领域(包括本书讨论的领域)，这样阐述信息概念已经可以满足需要了。但需要提醒读者注意的是，这样表述信息的概念毕竟是不够科学和严谨的，科学的界定应该从通信技术和哲学角度来进行^②，但这已超出本书讨论的范围了。

一般来说，信息的构成要素可分为六大类：

(1)反映客观世界变化及其特征的语言，包括自然语言和人工语言。前者是由一系列符号按照一定的规则和文法要求组成的，是人类在长期实践和交流中形成的；后者是为了传递信息的特殊需要而由人类创造出来的，如数学上的运算符号、电子计算机语言、各种密码、图表等。语言是构成信息的第一大要素，同

① 参见金振玉：《信息论》，北京理工大学出版社 1991 年版，第 6 页。

② 如美国科学家、信息论的创始人申农认为，信息就是“不定性的减少”或“不定性的消除”(见申农：《通信的数学理论》，上海市科学技术编译馆，第 7 页)；前东德哲学家 G·克劳斯认为，“从纯粹物理学方面看，信息就是按一定方式排列起来的信号序列。……信息是由物理载体与语文构成的统一整体”(见 G·克劳斯：《从控制论看哲学》，中国社会科学出版社 1981 年版，第 68~69 页)。读者还可参考其他有关著作。

时,还是信息的表现形式和传递工具。

(2)传递。传递性是构成信息的又一要素,没有传递,信息就不会在人与人之间交流。只有按照一定的途径和方式去传递,信息才能被人所接受,才能实现其功能。

(3)载体。信息必须附着在一定的载体上,并通过载体进行加工、储存和传递。信息的载体主要有:人脑,可以记忆、存储和加工;记载性载体,如纸张、唱片、磁带、胶片等,可以进行存储和传递;功能性载体,如各种声、光、电磁波等,可以直接执行传递功能;电脑,既可记忆,又可加工、存储和传递,是一种综合性载体。

(4)反馈。即在决策系统中,将输出信息的一部分送回系统的输入端,从而起到纠偏和控制的作用。

(5)通道。即联结发送者与接收者之间的中介环节。在现实世界中,导线、空气、电缆等就是信息通道。信息只有通过一定的通道,才能从一个系统进入另一个系统,才能从发送者传递到接收者的接收器中。

(6)特定需要。对于特定接收者而言,信息必须能够满足其在特定时间、地点上的需要,否则,他对信息的接收就变得毫无意义。作为产业的信息业的形成,首先是建立在人们对信息的各种各样特定需要的基础之上的。

20 世纪中期以来,人类开始逐渐认识到,信息也是维持社会活动、经济活动、政治活动的重要资源。不论在哪个领域,信息都是极其宝贵的东西,都是成功的法宝。目前,美、日、德、英等国家不惜花费大量财力构建信息高速公路就是信息作用的集中体现。从一定意义上说,信息这种无形的资源往往比有形资源发挥的作用更大。这是由信息的特点所决定的。

具体来说,信息的特点主要有:(1)信息不具有形体,不占居空间,可以被任何人得到;(2)信息属于非物质性质,对它的使用

不会带来自然损耗；(3)信息具有共享性，不同主体可以共享同一个信息；(4)由于渠道的多样化，信息在传递过程中具有转瞬即逝的特点，因而在获取或使用信息时应注意把握时机。

1.2 咨询的概念及其演变

咨询这个词，在汉语中有询问、商讨、谋划的含义。在英文中，与之对应的 Consult 或 Consultation 也有磋商、评议、会诊、参谋或顾问的含义。咨询是一种行动，它往往要伴随着决策行动，是决策行为的前提和不可缺少的组成部分。咨询与普通的劳务、代理、中间人等服务不同，也不同于一般的学术交流或学术性调查研究活动，它以某一专门的知识和技术为手段，以协助用户解决复杂的决策问题作为整个活动的目的。可见，咨询的本质是知识的扩大再生产。咨询是一项产业，更是一项事业。

咨询是一项十分古老的活动。从历史上看，在中国可上溯至夏商时代的家臣、两周时代的命士、战国时代的食客等。早在秦汉时期，军队中就设有专司咨询职能的参军和司部分咨询职能的军师职务，地方政府中也有类似的职务。这些常设性官职的出现，标志着中国古代的咨询活动已由个体化逐渐转向部分群体化。到了清代，辟幕之风又兴，这时候的幕府主要是地方军政长官的参谋和咨询机构，幕府中的幕宾专司咨询之职，而不参事。当然，中国古代知识分子的咨询活动，是在专制的封建制度下进行的，具有很大的随机性、随意性和非制度化的特点，和现代咨询活动是不可同日而语的。

在西方国家，早期的咨询活动也可以追溯到公元前后的罗马帝国时期，但制度化、组织化的咨询活动却是伴随着资产阶级掌握国家政权后才得以萌生的。大约在 17 世纪 30 年代，瑞典国王古斯塔夫二世就在他的军队中设置了组织化的正规咨询人

员,专司咨询之职。几乎与此同时,路易十四也在法国军队中设立参谋长的职位,为军队首长出谋划策。1806年,普鲁士军队成立了由香霍斯特将军倡导的参谋本部制。这种制度逐渐影响到西欧国家的政治体制。于是在19世纪中期,西欧诸国纷纷建立政体内部的咨询机构。20世纪以后,社会科学化成为西方发达资本主义国家的重要特点,决策科学化变得越来越困难,为了解决这一矛盾,以美国为首的西方发达国家在加强政体内部咨询机构建设的同时,纷纷在政体之外建立民间的和半民间性质的咨询机构,从而形成第一次咨询机构建设热潮。第二次世界大战以后,资本主义世界经济的高度发展达到了全球一体化的程度,企业面临的国内、国际市场的压力不断增加,竞争日益激烈,在这种情况下,企业的发展也急需咨询机构为之出谋划策。对于任何一个企业而言,所面临的市场环境都是统一的国内、国际大市场,从而需要了解各方面信息、需要各方面的咨询服务,但一个企业不可能拥有各个领域的专家和技术人员,如果研究、规划、设计等都要由自己完成,必然需要投入大量资金和人力,造成“养兵千日,用兵一时”,而得不偿失。可见,现代企业的发展也需要外部咨询机构为之提供智力保障。于是,20世纪前半期建立的咨询机构纷纷增加为企业提供咨询服务的服务项目,另外一些专为企业提供咨询服务的咨询机构也如雨后春笋般出现了,从而形成了第二次咨询机构建设热潮。这般热潮从资本主义世界传递到社会主义世界,成为全球性浪潮,全球性的咨询业和咨询市场开始形成。

1.3 信息业和信息咨询业

信息业是一个既古老又年轻的产业,在人类历史上,信息业的发展经历了漫长的历程。中国历史上蔡伦造纸术和毕昇印刷

术的发明及其传播,可称为第一次信息革命,并为信息产业的兴起奠定了坚实的物质技术基础。19 世纪后半期电话、电报的出现是第二次信息革命,并带动了作为产业组成部分的信息业的萌生。20 世纪中期以来,随着电子计算机、通讯卫星和光纤纤维的出现,诱发了第三次信息革命,世界迎来了“信息时代”或“信息爆炸时代”,信息业也逐渐发育成熟并成为国民经济的重要组成部分。据统计,1990 年,世界信息产业的产值已达 1 489 亿美元,到 90 年代中期将突破 10 000 亿美元大关,成为跃居传统产业之上的最大产业之一。目前,发达国家信息业的产值占 GNP (国民生产总值)的比重已达 40~60%(年增长率是传统产业的 3~5 倍),新兴工业化国家为 25~40%,发展中国家低于 25%^①。不仅如此,信息业兴起的意义还在于它直接和间接地推动了高技术产业和整个国民经济的发展。如果说,西方发达国家在 50 年代是在汽车轮子上构筑了一个工业化社会,而今天它们则是在信息网络上建设一个信息化的社会。

由于信息业兴起的时间很短,并且覆盖面广、内部结构复杂,在管理体制上和传统产业管理部门相互交叉和重叠,不同分支可能分属于不同的管理部门,这些都给对信息业的界定造成了极大的困难,国内外学者在这个问题上的看法也不完全一致。一般认为,信息业至少包括以下几部分:(1)教育业;(2)研究和发展业;(3)信息工具业,包括印刷、出版、图书、期刊、报纸、戏剧、电影、广播、电视、电话、电报、邮政等;(4)信息机械业,包括打字机、计算机、自动控制系统、通讯系统、乐器、信号装置等;(5)信息咨询业,即通过对信息的加工和处理,给用户提供咨询服务的行业。

可见,信息咨询业是现代信息产业的重要组成部分,本书在

^① 参见顾朝曦:《国民经济信息化的呼唤》,《人民日报》1994 年 1 月 12 日。

以下各章的讨论中即以此界定为基础。事实上,信息特性是咨询的最基本属性,咨询离不开信息,咨询过程实质上就是信息的获取、加工和传递的过程;反过来,任何一个知识性企业,给用户提供信息的过程就是咨询过程,二者是难以分开的。

信息咨询产业属于知识密集型的服务类产业,国外也有人称之为“知识工业”。和传统产业相比,这一产业的特征主要表现为:

(1)辅助决策性。信息咨询业能够崛起的根本原因,就在于它能够各类决策提供咨询服务,起到了辅助决策的作用。从宏观领域看,一个国家的政府决策涉及到方方面面,尤其在第三次科学技术革命以后,社会现象的综合化特征使得各国政府的任何一个领域的决策都有可能对全局产生无法估量的影响,都必须慎之又慎。为了保证决策的科学性,国家领导人必须集思广益倾听各方面的意见,在各个方案中拍板择优,这是成功的关键。信息咨询业的出现为政府决策的科学化提供了组织和制度保证。由于信息咨询工作专业化了,保证了决策过程的制度化,从而促进了决策的科学化。从微观领域看,企业领导人面对竞争日趋激烈的国内、国际市场,必须力争各项决策的科学化,从而也需要信息咨询机构给予提供方案保证。信息咨询从宏观走向微观,目的就在于使自主经营、自负盈亏的企业,能够选择正确的发展道路和方向,增强竞争能力,从而立于不败之地。

现代领导者的决策为什么需要信息咨询业提供咨询服务呢?这是因为:

第一,领导者考虑的问题应该是较高层次的战略问题,他应该切实把握决策的大方向,但不可能就具体的决策事项进行系统而深入的分析;他虽然有可能感觉到问题的存在,但很难有时间和精力抓住问题并进行深入的调查研究。在这种情况下,仅靠领导者“拍脑袋”进行决策,难免会出现“瞎指挥”的弊病。

第二,领导者不可能无所不知。在现代科学技术越分越细的情况下,无论怎样卓越的领导者只能精通一门学科,最多在此基础上对其他知识作一番概括的了解,而在决策过程中可能遇到的问题则是多种多样的。事实上,当代领导者也不必事必躬亲,去实习和掌握众多学科的知识和方法,因为一旦如此,他就不是—名卓越的领导者,而只能是一位博学多才的信息咨询专家或科学家了。

第三,智者千虑,必有一失。任何卓越的领导者都不可能保证决策的一贯正确,为了弥补这个缺憾,必须引入外部智力,帮助领导者集思广益,正确地拍板决策。

由于上述原因,现代领导者不能和信息咨询专家紧密结合在一起,不能不促使信息咨询产业的发展。世界信息咨询发展的历史充分证明了自己领导决策中的重要辅助作用。

(2)相对独立性。古代从事咨询工作的智者,不论在东方国家还是西方国家,都是决策者的仆从,从根本上说难以摆脱决策者的控制,进行独立思考。相反,由于地位上的从属性和职位设置的随意性,他们所提供的谋略或计策,很难跳出决策者的思维定式,在某种程度上有时甚至想方设法去迎合决策者的意图。现代咨询业则迥然不同,它不隶附于某个决策者,而是独立自主的产业、独立自主的机构,它接受用户的咨询委托,进行独立研究,不受外界的干扰或干预,向用户提供客观的方案。即使政府内部或企业内部的常设性信息咨询机构,在制度上也要求具有相对的独立性和自主性。

为什么信息咨询业必须独立于决策者和决策部门呢?这是因为,决策者之所以需要咨询,是为了从咨询专家那里得到不同的看法和答案。如果咨询专家处处以决策者的意志为出发点,按照决策者的意图去研究和思考问题,其结果极有可能是决策者思维的翻板,就不会有什么新鲜见解,这样就失去了信息咨询的

意义。对于决策者而言,如果事事要求咨询专家按照自己的意志去做,不给予其独立思考的权力,那么他得到的只能是奉承和迎合,没有任何决策参考价值。所以,独立性是信息咨询业的生命。澳大利亚科学技术委员会(澳国国家级信息咨询机构)主席巴德在谈到该委员会的工作时说:“整个研究过程是完全独立进行的,联邦总理既不作指示,我们也不向他进行任何请示,一切由科学研究得出客观结论。”在西方发达国家,成功的信息咨询机构都保持这一传统性特色。

(3) 综合性。现代社会的特点就是综合化和一体化,因此,决策者遇到的问题大都不是单一的,而是综合的。有时即使遇到一些单个领域的决策问题,在咨询研究过程中也要考虑到与此关联的其他领域的问题。可见,综合性是信息咨询研究和信息咨询业的一个重要特征。具体表现为两个层次:在机构层次上,任何信息咨询机构要想圆满完成用户委托的课题任务,满足用户的需求,从而在激烈的竞争中求得生存和发展,就必须拥有较齐全的学科结构,既要有自然科学专家,又要有社会科学专家,还要有起到组织和协调作用的软科学专家。如著名的国际应用系统分析研究所是由美英等 12 国的科学家组成的,1977 年,这个所拥有各专业研究人员 146 名,其中,系统分析 13 人(占 8.9%),工程技术 15 人(占 10.3%),物理学 14 人(占 9.6%),数学 16 人(占 11%),计算机科学 15 人(占 10.3%),运筹学 11 人(占 7.5%),经济学 31 人(占 21.2%),社会学 12 人(占 8.2%),生态学和环境学 14 人(占 9.6%),生物学 5 人(占 3.4%)。日本三菱电气公司的咨询小组的 13 名成员中,就分属物理学、化学、电工学、社会工程学、法学、经济学、企业管理学等 7 个专业。在信息咨询研究人员层次上,还要求每一个研究人员都具有较宽的知识面,既是专家,又博学多才。只有如此,才能对用户交给的问题进行多学科“会诊”,才能提出比较切合实际和具有独创见解

的建议或决策方案来。

(4)实用性。信息咨询研究工作是领导的决策服务的,提出的建议或决策方案要符合实际,具有较大的实用价值。即使是长期性、战略性的问题研究,也应该提出实用的、可行的意见,否则就不符合决策工作的要求。信息咨询研究工作也要搞一些理论性研究,但这是为实用性研究服务的。信息咨询研究要运用各种理论指导经济建设、企业发展和社会进步的实践,因此,这些理论也是实用性较强的理论,只有在这样的理论的指导下,提出的咨询建议才能有较强的实用价值,才能被决策者重视和采纳。可见,说信息咨询业属于“知识工业”,是说它属于实用性的“知识工业”,而不是空对空的“象牙塔”式的研究。

第2章 信息咨询业务的供方和需方

供方和需方是信息咨询市场的两个相辅相成的主体,缺少了任何一方,另一方就不复存在。由于信息咨询市场的“交易”是以客户委托的形式出现的,因此需方一般称为客户(Client)也有的国家称为业主(Owner)或雇主(Employer),供方当然是信息咨询机构,在总体上即信息咨询产业。

2.1 世界各国的信息咨询机构和信息咨询业

信息咨询作为盈利性质的产业活动,可追溯到18世纪90年代,英国建筑专家约翰·斯米顿(John Smeaton)组织了一个“土木工程协会”,独立承担从土木工程中分离出来的技术咨询服务,这是最初的通过智力并以咨询为手段换取报酬的活动。19世纪末到20世纪初期,英国的电力、煤气等公用事业开始普及,各类公司纷纷出现,导致了技术人员的严重匮乏,在这种情况下,出现了以电力、煤气等领域技术服务和技术咨询为主要内容的信息咨询公司,从而出现了信息咨询产业的早期形式,并传向美、德、法、意等发达国家。20世纪50年代以来,由于科学技术和社会经济的飞速发展,信息咨询机构无论在数量上还是在质量上都出现了新的飞跃,并出现了综合化和国际化的趋势,这就使作为产业的信息咨询业呈现出一系列较为成熟的特殊性,许多国家在统计时也把它在第三产业项下单独列了出来。目前。信

息咨询业已经成为世界各国国民经济的重要组成部分。据统计, 70 年代美、英、日等 8 个国家的咨询公司已达 8 000 家以上(见表 2—1); 1986 年 9 月新西兰国际咨询工程师联盟年会统计, 该会 45 个成员国的咨询机构已达 2.6 万家, 从业人数 23.7 万人。进入 90 年代后, 包括中国在内的发展中国家的信息咨询业也逐渐进入成熟期, 据有关专家估计, 目前, 全世界各类信息咨询机构已有数十万家, 从业人员达数百万人。

表 2—1

国信息咨询业概况

单位: 万美元、个

国别	资料年代	信息咨询公司数目	信息咨询人员人数	国民经济总产值	输出额	信息咨询业务总额	信息咨询业务额	信息咨询业务额占国民生产总值之比	信息咨询业务额占出口额之比	信息咨询业务覆盖地区
美国	1975	5,300 以上	100,000	150,570,000	10,616,000	100,000		0.0665		遍布世界各地
英国	1975	1,400	35,000 以上	29,700,000	469,000	73,240 (1978 年)	42,600	0.14 以上	9.08	137 个国家和地区
前联邦德国	1975	120	18,000 以上	57,600,000	980,000		21,300	0.04 以上	2.17	
法国	1975	1,000	50,000 以上	46,100,000	498,000		39,900	0.08 以上	8.02	
日本	1975	500		66,000,000	629,000	11,000	5,700	0.017	0.9	
加拿大	1970					2,210				
荷兰		120		10,900,000	366,000		3,10	0.03 以上	0.81	
比利时	1971		6,000 以上							

资料来源: 李庆伟主编《决策咨询》, 河南人民出版社 1990 年版, 第 298 页。

一、英国的信息咨询机构和信息咨询业

英国是世界上最早的工业国家, 也是信息咨询业的发源地。英国的信息咨询业历史非常悠久, 且经验丰富, 在世界各国享有

很高的声誉。目前,英国约有信息咨询企业 2 000 多家,从业人员 3 万余人。企业规模差别很大,大的 2 000 余人,小的仅有几个人。英国信息咨询业的服务范围很广,大致可分为以下几类:

(1)工程咨询类。英国的工程咨询业务已有 200 多年的历史,现有工程类信息咨询公司 900 余家,90 余种专业。其中,土木工程 320 家、电气电力工程 120 家、机械工程 130 家、结构工程 300 家。英国基建工程的设计一般要由信息咨询公司负责,否则,有关部门就不会批准。英国是老牌的资本主义国家,历来海外工程咨询业务十分发达,1978 年,英国海外咨询工程的总额达 340 亿英镑,活动遍及 138 个国家和地区。

(2)产品与技术咨询类。从事此种业务的信息咨询公司约有 1 000 多家,200 多种专业。基本上由工程技术人员开设,主要服务项目有:新产品设计、老产品改进、产品性能鉴定、技术改造与试验研究、人员培训、技术服务等。

(3)经营管理类。约有数百家企业从事此类信息咨询活动,业务范围包括:组织发展与政策制订、行政管理、生产管理、市场调查与产品销售、人事管理、情报提供与程序控制、经济发展与环境保护等。这类企业兼营微观和宏观两大领域的信息咨询业务,业务面较宽,盈利也较高。

此外,英国也有一批为政府和大型企业提供综合性信息咨询业务的企业,如“伦敦国际战略研究所”,它是在爆发苏伊士运河战争和匈牙利事件以后,于 1958 年由学术界、政治界、新闻界和宗教界人士创办的综合性信息咨询机构,在技术、军事、政治和经济等方面取得了较大的成果,在国际上也颇有声望。但和美、日等国相比,英国的这类信息咨询机构的数量明显偏少。

英国信息咨询业组织体制的建立较早,1909 年亚历山大·肯尼迪首先采用了顾问工程师(一译咨询工程师)这一名词,并于 1913 年创建了英国顾问工程师协会,制订了会章,并对会员

的资格作了严格的规定。主要有：

①年龄在 38 岁以上的合格的工程师，并且是当时英国 7 大工程师协会之一的会员，这 7 大协会分别是：土木工程师协会、机械工程师协会、电气工程师协会、结构工程师协会、化学工程师协会、采矿和机械工程师协会、采暖和通风工程师协会。

②须经 4 名顾问工程师协会会员推荐。

③会员只能进行纯咨询性质的活动，不能进行直接或间接与咨询项目有关的生产或商业活动，从而保证了咨询的客观性和公正性。顾问工程师协会的建立，为英国工程类信息咨询业的发展起了很大的推动作用。在英国工程咨询企业的从业人员中，约有 80% 的人向顾问工程师协会登记，有 2/3 的主管人员是协会会员。

英国顾问工程师协会是个人会员制组织，作为对这一制度的补充，以单位（咨询公司）会员制为特色的英国咨询社于 1965 年成立。它的任务是：促进英国信息咨询企业开展海外咨询活动；利用自身的信息系统为会员招揽业务；促进信息咨询企业间的交流与协作；代表英国信息咨询业参加欧洲咨询商委会；等等。目前，咨询社成员达数百家，人数有数万人。咨询社的建立，为充分发挥英国信息咨询业的整体优势，广泛开展海外信息咨询活动起到了不可估量的推动作用。

二、美国的信息咨询机构和信息咨询业

美国的信息咨询业自 20 世纪初产生，40 年代以前发展极为缓慢。第二次世界大战期间，作为本土没有发生战争的国家，美国亟须发展生产，以经济实力推动战争的胜利，这大大推动了信息咨询业的发展。战后，美国经济和科学技术发展迅速，同时出于全球战略的需要，促使各种类型的信息咨询机构迅速发展壮大。美国政府除了发展政府内部的信息咨询机构外，还采取一系列有力的政策措施重点发展民营或半民营的企业类信息咨询

机构,这使得自 50 年代以来,美国信息咨询业的发展速度大大高于英国等老牌资本主义国家。目前,美国各类信息咨询企业已超过 9 000 家,其中,智囊团类型的综合性信息咨询机构约有 500 家,仅从事企业管理咨询的人员就有 4~5 万人,平均每 100 名管理人员中就有 1 名管理咨询工程师。据估计,美国信息咨询业的年营业额已突破 300 亿美元。美国 2/3 的大型公司和更多的中小型企业都需要利用咨询服务,因此,美国信息咨询业有 55% 左右的业务来自企业界,45% 左右来自联邦、州、市、镇各级政府和公众团体。

在美国,专为企业服务的信息咨询公司也很多,但大部分都是既为企业服务,又为政府和公众团体服务的。仅就企业而言,其业务范围包括:

(1)设计和施工咨询类。这类公司的业务较单一,一般为专业性公司。在信息咨询公司总量中,这类公司的数量较少,但综合性技术能力和资金力量都很强,有些还是跨国企业,在国际同类企业中影响较大。特别是在中东产油国的一揽子承包的综合项目中能发挥优时优势。

(2)技术经济咨询类。这类公司的主要任务是搜集、整理、加工和分析有关技术经济情报,使工业企业在选择产品方向、评价技术成果时,能够制订合理的决策方案。由于信息咨询公司能够采取中立的立场和态度,因而能够公正地评价技术方案的优劣,正确地预测科学技术发展变化的趋势,并可利用自身的技术力量为企业提供或搜集有关的技术情报。在美国的信息咨询公司中,有相当比重的公司可以提供这方面的服务。如在斯坦福研究所提供的信息咨询服务中,约有 24% 为研制新产品和新工艺服务,23% 为评价投资计划服务,20% 为改善管理服务。

(3)规划和计划咨询类。业务范围主要包括:制订长远规划,包括总体规划和专项规划(如科学技术发展规划、某行业或某产