

Management Consultancy:
A Handbook for Best Practice

管理咨询

〔英〕 菲利浦·萨德瑞 / 著

优绩通鉴



中国标准出版社
科文(香港)出版有限公司
STANDARDS PRESS OF CHINA
SCIENCE & CULTURE PUBLISHING HOUSE LTD.(H.K.)

科文西方工商管理经典文库·咨询系列

管 理 咨 询

优 绩 通 鉴

**Management Consultancy:
A Handbook for best Practice**

[英] 菲利浦·萨德瑞(Philip Sadleruy) 著

段盛华 译

中 国 标 准 出 版 社

科文(香港)出版有限公司

北 京

著作权合同登记图字：01-2000-1967 号

图书在版编目 (CIP) 数据

管理咨询/(英)萨德瑞(Sadleruy, P.)著;段盛华
译. —北京:中国标准出版社, 2001. 1
书名原文: Management Consultancy
ISBN 7-5066-2249-1
I. 管… I. ①萨…②段… II. 管理-咨询-研究
IV. C932
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 66593 号

Management Consultancy: A Handbook for best Practice

First published in 1998

Reprinted 1999

© Philip Sadler and named contributors, 1998. All rights reserved.

Simplified Chinese edition by arrangement with Kogan Page Ltd.

中文简体字版版权©2000 科文(香港)出版有限公司

中国标准出版社

中国标准出版社 出版
科文(香港)出版有限公司

北京复兴门外三里河北街 16 号

邮政编码: 100045 电话: 68522112

北京科文剑桥图书有限公司承销

北京安定门外大街 208 号三利大厦

邮政编码: 100011 电话: 64203023

北京宏飞印刷厂印刷

各地新华书店经销

版权专有 不得翻印

开本 850×1168 1/32 印张 19.875 字数 445 千字

2001 年 1 月第一版 2002 年 1 月第 3 次印刷

ISBN 7-5066-2249-1/F·061

印数 5001-8000 定价: (精) 68.00 元

NA: 58/176

原版序一

对这本具有开创意义的书，它的出现是一个创见：在当代咨询行业中，管理咨询顾问可以通过远程学习来深入了解管理咨询活动。对此，我感到非常高兴。

本书的目的是：通过深入考察专业化管理技巧的应用原理使读者了解和学习咨询实践，这一点同硕士研究生教育项目是相似的。同时，本书还寻求并强调深入地理解在具体咨询客户环境下咨询关系的动态特性。

国际上有 25 个国家实行了注册管理咨询顾问资格制度；在这 25 个国家中，已经获得以及正准备获取注册管理咨询顾问资格的人们将会发现：本书是职业发展和资格认定的必备教材。

如果您作为一名咨询顾问是一个独立从业人员或者加盟小型咨询公司，从而不能参加那些由名牌咨询公司举办的高度系统性自有培训项目，那么本书就更有益处了。如果您加盟大型的咨询公司，在公司提供的职业生涯机会和专业发展资源框架下，管理自己的职业生涯和学习过程，这本书也有着同样的价值。

英国的管理咨询顾问学会（IMC）以及管理咨询学会国际委员会（ICMCI）的会员在全球范围内实现统一的注册管理咨询顾问资格标准。它们都要求：合格的咨询顾问不但要对一般企业管理和企业职能管理专业领域有着相当强的能力，而且要对咨询原理和实务有着相当强的能力。

特别地，注册管理咨询顾问的业务活动必须符合行为及伦理专业指导准则；其中，这种行为及伦理专业指导准则反映了业界

优秀做法的基本原则和原理。

我们认为,管理咨询商学院与英国莎莉大学联合推出的管理咨询培训项目(MSC)是全面掌握CMC资格认证的管理咨询知识的一个理想步骤。

然而,随着咨询技能日益成为人们在专业服务中、在管理职位上取得成功的核心能力和终生技能,本书将成为各位职业人士的随身袖珍指南。

Barry Curnow

马斯费尔德·科诺管理咨询学院(Maresfield Curnow

Scholl of Management Consulting)院长

管理咨询顾问学会(英国)前董事长

国际管理咨询学会委员会(International Council

of Managemnet Consulting Institute)提名秘书

原 版 序 二

本书用非常简洁的手笔描述了整个管理咨询行业，具有非常宝贵的阅读价值；因此，有这么一个机会为本书作序，我感到万分荣幸。

实际上，我要对那些试图描述管理咨询行业的学者表示祝贺，因为“管理咨询”这个术语所覆盖的范围如此之广泛，以至于整个行业结构的这一端同另一端几乎没有什么相似点。独立从业咨询顾问或学院学者按小时收费为客户提供宝贵专业服务，大型跨国咨询公司宣称能够为一个价值1亿英镑的咨询项目提供附加值，这两者之间的共同点是什么呢？如果您加盟一家名牌管理咨询公司，那么您就会认为那些不在名牌管理咨询公司阵容中的管理咨询顾问就不是管理咨询顾问，对此种观点，我表示怀疑。因此，作为一名管理咨询专业的学生，您将在您的学业刚刚开始的时候就面临一个两难境地。不要着急，您知道，管理咨询活动本身就是提出质疑、寻找答案。管理咨询活动是一种对未来的投资，通过这种投资，新的创意、新的技能和新的技术将实现其在业界的传播。人们并没有把咨询顾问尊为经济体系中的财富创造者，但是，他们是催化剂，他们是放大器，这就是他们的价值之所在；不论是全球市场、区域市场，还是国家市场，都是如此。

自19世纪末管理咨询的创始者树起了这杆大旗以来，管理咨询已经有了长足的进步和发展。在英国，此后的半个世纪，管理咨询活动的焦点与核心是组织方法，那个时候的大公司充分说明了这一点，如：PA（人事行政）和PE（产品工程）。60年代

出现了管理咨询业务的第一次演变：以会计业务为基础的咨询公司进入了管理咨询市场，说明了咨询公司应该有一个“底线”重点。会计咨询活动的跨国因素促使咨询活动进入国际市场，在之后的 25 年中，管理咨询行业的主要推动力量就是这些以会计业务为基础的咨询公司。

现在，我们正面临着第二次演变。客户不仅知道了从组织外面获得的咨询意见的价值，而且，因为不断雇请咨询公司，他们了解了咨询公司的咨询服务。现在，管理咨询活动不仅仅是分析、诊断和识别问题，不仅仅是推荐方案的设计和实施；而且，还要提供全面业务解决方案，当然要涉及无所不在的技术。因此，当前管理咨询行业中的推动力量是那些拥有技术专长的公司。

没有人能准确地估计当今全球管理咨询市场的规模。我相信，在英国，管理咨询市场几近 27 亿英镑；欧洲的管理咨询市场大约有 40 亿英镑，全球的管理咨询市场大约有 600 亿。虽然如此，80% 以上的管理咨询活动是在国内进行的；即便是在全球市场上，我们也完全可以这样说：管理咨询活动的销售具有全球性，但是管理咨询活动的运作却依然是国内进行的。我们也完全可以这样说：当地咨询公司的业绩往往会因为国际咨询服务的加入而大打折扣。

管理咨询行业的蓬勃发展具有非连续性，但是却也充满着不安全性和不确定性。管理咨询活动是客户与咨询公司之间的一种伙伴合作关系，客户非常清楚这个目标，咨询公司则非常清楚实现这个目标的方式和途径。有一个非常古老的套话：您不可能为一个糟糕的客户提供优秀的咨询服务，您也不可能为一个优秀的客户提供糟糕的咨询服务。不管这句话是正确还是错误，但它确

实阐明了一个非常简单的道理：如果客户与咨询公司不能进行紧密的合作，真正增加价值的可能性就会值得怀疑。

本书详细地讨论了管理咨询的实践。这一点非常重要，但是永远不要忘记：当您进入到这个广袤而恶劣的商业世界，管理咨询行业不仅仅是一个过程专长问题，更是一个脑力资源问题。管理咨询不能按照商品化产品进行定价，管理咨询顾问的价值评估应该按照他们所拥有的资格和能力。管理咨询顾问的知识和眼光不仅需要有广度，而且还需要有深度。并不是每一个人都拥有这两种力量；从我的经验来看，在通常情况下，咨询行业中各个层次的人都能在他们自己的专长领域之外拥有相当的技能广度。要想取得成功，管理咨询公司应该向外看，而不是向内看。我希望这本书会把您领到正确道路上的！

Brain O'Rorke

管理咨询协会（MCA）的前执行董事

中译本序一

企业，特别是中小型企业，要获得成功的发展，首先要有明确的战略管理意识，要能够对自己的核心竞争力以及风云突变的环境有着清醒的认识。正如古代哲人孙子所云：“知彼知己，胜乃不殒；知地知天，胜乃可全”（《孙子·地形篇》）。企业要做出这样准确的判断，不仅需要依靠自身多年的管理经验，而且更需要借助清醒的“外脑”——企业咨询家。近年来，随着改革开放的不断深入，在建立和健全现代企业制度的过程中，我国企业对外部管理咨询服务的需求在不断增长，各种提供管理咨询服务的管理咨询公司也在逐渐增加。咨询业务进一步发展的关键在于，在不断提高客户管理素质的同时，还必须提高我国管理咨询公司的素质，提高管理咨询服务的质量。

要提高管理咨询服务质量，咨询家需要不断积累实践经验，同时要不断提高管理咨询活动本身的技能，使管理咨询家已有的管理诀窍和技能更好地结合客户企业的实际情形，切实地从客户企业的长远发展、站在战略的高度上提出解决方案。这就对管理咨询家以及咨询公司提出了一个更高的要求，因为管理咨询活动本身的技能就是一门很深的学问，管理咨询业务活动和管理咨询公司的管理就是一个很深刻的课题，对其中的诀窍和规律，需要人去总结它，需要人们去发掘它，更需要人们去传播它。从本质上来讲，管理咨询活动本身就是客户整个价值链的一部分，企业咨询家的任务就是要使价值链的这个环节能够为客户创造巨大

的价值。

应该看到，中国的管理咨询行业现在发展得还很不完善，其中最重要的一点也就在于此。管理咨询公司为企业所提供的管理咨询服务还没有真正从价值创造这个角度来看待整个管理咨询活动过程，致使双方的辛苦合作不能收到很好的成效。因此，中国管理咨询行业的成长，中国优秀管理咨询顾问的造就，首先必须在这方面要有所突破，不断提高管理咨询活动本身的技能。

管理咨询技能的提高不是一朝一夕的事情，需要管理咨询实践人士不断将这方面的理论和前人的经验同自己的实践结合起来。在这种结合中，咨询者还要认真考虑自己的使命与职业道德。在方兴未艾的管理咨询行业，我国还缺乏一个规范化的约定，还缺乏一个比较健全而且自觉遵守的行业规范，因而也给管理咨询服务质量的提高形成了一种障碍。作为一个优秀的管理咨询实践人士，最重要的一点就是提高责任心，强化职业道德方面的意识，并且使实际的管理咨询实践符合商业伦理，符合职业道德，从而形成一支支精良的企业咨询队伍。

《管理咨询》这本书及时地向我们介绍了专业的企业咨询家与公司应该如何尽善尽美地进行企业咨询工作，它不仅介绍和分析了管理咨询行业在全球的发展，更充分地论述了管理咨询行业和管理咨询实践人士的职业道德规范，深刻地分析和阐述了管理咨询活动过程中各个环节的一些基本技能。本书所有章节的内容都是出自世界级优秀管理咨询顾问之手，凝结了他们的实践真知，值得我们借鉴，推动我国管理咨询业的进一步发展。

最后，我要衷心感谢段盛华等同志将这本书介绍给我们广大

读者以及企业咨询业者。希望通过阅读此书，读者可以清理思路结合中国企业的实际情况与特点，使我国的管理咨询得到一个更高的飞跃！

徐二明 博士

中国人民大学工商管理学院院长

中译本序二

管理是一个涵盖面相当广泛的概念。可以说，自城邦在人类社会出现后，管理实践就随着人类社会的发展而不断丰富，它的朦胧思想早就渗透到人们的日常生活中。

最初，管理咨询活动的目的是解决工业生产过程中某些具体问题，还没有形成系统化的理论。随着现代公司制的兴起与发展，管理咨询活动的内容也在不断发展。在我们以敬仰的目光审视世界 500 强的同时，我们可能还没有注意到，他们的背后都无不有数家涉及不同领域的管理咨询公司为其出谋划策。可以说，管理咨询已涉及公司活动的各个方面。

但是，相对管理实践来讲，管理理论的创新滞后了。充斥市场的空洞乏味的管理书籍和前一时期“点子”作用被新闻媒体炒热后，人们对管理咨询内涵的认识更加模糊了，以至于初涉此道或正在工商管理专业学习的人员对此感到茫然。如同任何其他的行业一样，在管理咨询行业中，有着丰富的内容需要我们了解、掌握。看到《管理咨询》的译稿后，我们认为它是一本难得的好书，在书中我们可以全面了解管理咨询的全过程，同时我们还可以看到：

管理是一门实践的科学，在它的范畴里虽没有精确科学式的严密定理和结论，但却有自成体系的逻辑思维框架和分析、解决问题的方法，且都有其严肃的科学性。

管理体现着思辨与方法的统一，每一种管理理论、方法都是在一定的理念指导下萌生的。

管理是科学与艺术的交融,管理的生命力在于实践中的创造与创新,人们从中汲取的最宝贵的收获可能就是在解决具体问题时的创造性思维。

正因于此,如何在管理科学的基础上充分发挥其艺术上的创造力是每一位从事管理研究和管理实践的人孜孜以求的事情。

管理咨询活动是客户与咨询公司之间的一种合作伙伴关系,对于如何真正帮助客户实现市场价值的提升,本书则给了你战略性的建议和指导,协助你进行更优化的运作。而对于企业来讲,本书将指导你如何最高效率地获得来自咨询公司的资源。

作为多年从事管理咨询工作的专业公司,在实践中我们深感一本既能指导实践又有一定理论深度的书是非常宝贵的。《管理咨询》汇集了作者们对诸多复杂的管理问题的冷静思考。此书最具独到之处是作者们能在纷杂的思绪中缕出条理,让人们循序渐进地去领略、探索一个既陌生又熟悉的世界。相信和我们一样怀着急切心情想去了解、掌握、搏击、驾御这个世界的人们在掩卷之余将会有新的受益。

东方运嘉企业管理顾问有限公司

总经理 晁阳

前 言

本书是作为管理咨询培训项目（MSC）的教材编写出来的，它是一个特别的三重合作的产品：

- 本书受出版商与管理咨询商学院的合作委托，作为该学位项目的教材。
- 管理咨询商学院集合来自管理咨询协会（MCA）、管理咨询顾问学会（IMC）、Kogan Page（出版商）的代表以及莎莉大学的学者，共同探讨该学位的内容。因此，管理咨询顾问参与了该学位项目本身的准备，从而也就间接地参与了本书内容的准备。
- 管理咨询商学院与莎莉大学，通过莎莉大学的教学研究院（School of Educational Studies）达成了一个合作协议：整个学位项目也是莎莉大学的内部学位。

在本书的第一章，提到了一个永久辩题：管理咨询究竟是一个行业还是一个职业？毫无疑问，这个辩论还将继续下去，但是管理咨询顾问不管他们的职业地位如何，真正所关注和担心的是他们自己的职业规范。很自然，职业地位是非常重要的，但是如果职业者能够展示职业的所有特征，职业地位肯定可以得到提高。

MSC 管理咨询培训项目所关注的是：管理咨询职业人员应该需要更高层次的知识，从而才能在实践中表现出更高的专业水准。因此，本教程也就具有非常强的实践性，这也就是本教程为什么很快就进行远程运作而且采取在职教育形式的原因。MSC

管理咨询培训项目的对象能够从本教程中提炼思想,能够从本书中提炼思想,能够从本项目的合作同仁身上提炼思想。

在这个著名的职业传统中,管理咨询顾问必须拥有大量的知识,但是环境的变化却非常快。实际上,知识在进行快速的变化,因此原来固有的知识就很难适应。管理咨询顾问学会(IMC)艰难地作出努力,建立一个知识集合,并且让从业人员参与辩论,讨论管理咨询职业的基础。

管理咨询协会的前执行董事 Brian O'Rorke 一直在关注整个管理咨询职业,包括管理咨询公司,但是他却认为管理咨询是一个行业。毫无疑问,他的观点也是正确的:对同一个职业当然会有不同的看法,同时也可以对管理咨询本身作出不同的诠释。

委托编写这本书的管理咨询商学院也非常关注这个异常复杂的行业中职业层次的不断提高和上升:这也就是它委托编写这本书的原因,同时也是它同莎莉大学进行合作的原因。所有这些都是为了一个美好的未来:管理咨询行业和高等教育共同合作,从实践中提炼出理论,提高实践的水平,教育出更多的思辩型从业人员,去试验理论思想。我们必须认识到:理论产生于出色的实践;如果从业人员有充分的准备去试验理论思想,去检验这些理论思想在实践中究竟是否奏效,那么出色的实践就可以产生并且得到进一步的提升。

毫无疑问,本书也具有自己的独立性。它可以也应该被管理咨询顾问阅读与运用,不管他们是否参与了这个硕士研究生项目。本书既是作为教程的课本来编写,也是为从业人员编写的。把本书当作一个单行本具有重要的意义,因为我们这些来自管理咨询商学院、来自莎莉大学以及出版社的人非常期望您对本书

作出评价，即便是您并没有攻读这个硕士。您的评价将会给我们提供很大的帮助，因为我们将来还要出版修订版，我们希望在我们的硕士研究生学位项目中实现新的发展。

我们非常感谢使这本书得以出版的所有人，并殷切地希望本书能够切实地为管理咨询行业中的职业认识提供帮助。

Peter Jarvis

莎莉大学继续教育学教授
管理咨询商学院非执行董事

Elizabeth Gluck

管理咨询商学院管理董事



作者简介

菲利浦·萨德瑞 (Philip Sadleruy) 于1979年至1990年担任阿瑞奇管理学院 (Ashridge Management College) 的院长, 其著作还包括《组织设计》、《领导学》等。