

咨询业在中国

CONSULTING SERVICE IN CHINA

中国经济效益纵深行 中国服务质量大写真 中国社会效益工程组委会研究课题

学术指导:

范敬宜 邢贲思 彭 森

主 编: 李 靖

副主编: 易建湘



企业管理出版社



华嘉丛书之二

咨询业在中国

学术指导:

范敬宜、邢贲思、彭森

主编: 李靖

副主编: 易建湘

编委: 张涛、高颖、林革盛、郑勇

企业管理出版社出版

图书在版编目 (CIP) 数据

咨询业在中国 / 李靖主编, ——北京: 企业管理出版社,
2000.11

ISBN 7-80147-421-X/F · 419

I 咨... II 李... III 咨询服务—概况—中国 IV C932.82
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 56913 号

咨询业在中国

*

企业管理出版社出版发行

(北京市海淀区紫竹院南路 17 号)

邮编: 100044

新华书店经销

北京国彩印刷有限公司印刷厂印制

*

787 毫米 × 1092 毫米 32 开本 10 印张 16 千字

2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷

印数: 5000 册

定价: 28.60 元

版权所有 翻印必究

写在世纪交替的历史时刻…… ——《华嘉丛书》序言

在我们即将走到20世纪尽头，跨入21世纪门槛的时候，我的案头放置了《华嘉丛书》为完成落实“中国经济效益纵深行”、“中国服务质量大写真”、“中国社会效益工程”组委会重要研究课题，首批推出的两本著作——《电子商务在中国》和《咨询业在中国》的最终送审稿。无论从何种意义上说，这两本书都已成为全体中华儿女送给21世纪见面礼的组成部分。受“中国经济效益纵深行”、“中国服务质量大写真”、“中国社会效益工程”组委会负责同志的委托，也出于自身的责任感，我想为《华嘉丛书》的开始面世写下以下这些话。

一、事情的原由

1999年上半年，吴邦国副总理写作和发表了重要文章《系统攻坚 全面推进——为“中国经济效益纵深行”、“中国服务质量大写真”、“中国社会效益工程”优秀案例、优秀纪

实、优秀论文征评工作而作》；在他的直接倡导和支持下，“中国经济效益纵深行”、“中国服务质量大写真”、“中国社会效益工程”组委会全面开展了征评工作。长期从事策划咨询工作的华嘉企划公司主动承担了三大活动组委会征评办公室极其繁杂的事务性工作；经三大活动组委会负责同志批准，华嘉公司总裁易建湘受聘为征评办公室副主任。今年的一天，我对易建湘同志谈起，有关领导同志希望三大活动组委会在征评工作中，能够更加关注和重视我国电子商务和咨询业发展的研究。易建湘同志从那时起，设计了创作和出版《华嘉丛书》的计划，开始组织华嘉公司一批有博士、硕士学位的二十多岁的年轻人，写作《电子商务在中国》和《咨询业在中国》。这批年轻人没有囿于既有的理论框架，而是立足于中国的客观实际，融合自身的专业理论知识和华嘉公司多年来对中国企业进行咨询的实践积淀，在对大量的资料进行了甄别提纯的基础上，力求理出一条清晰的脉路，从而准确地把握问题的本质和核心。需要着重指出的是，以易建湘同志为首的华嘉公司承担征评办公室的事务性工作和创作出版《华嘉丛书》的首批著作，做的是公益事业，不仅不赚钱，还要为征评工作和研究工作支出并承担全部经济责任。应该说，没有责任心或对社会公益事业的热情，是难以这样做的。从今天对《电子商务在中国》和《咨询业在中国》两本书稿的审读情况看，还有很多地方有待改进，例如：逻辑顺序的严谨度，对主题的深入开掘程度，对资料的全面把握程度，写作用语的准确度等等。但我们不能不承认，这两本书对我国信息产业和智力产业的两个经济增长点进行了事实的调查、

素材的梳理和理论的研讨，态度是真诚的，研究问题的思路 and 角度是富有棱角并有启示意义的，所提供的资料是能够弥补我们许多思维空白的。我还要特别说到的是，在21世纪来临的时刻，在对21世纪经济和社会发展的前沿阵地——信息产业和智力产业做出理论剖析方面，这两本书毕竟为整个社会提供了一种借鉴和引导，是有很大大意义的。

二、引出的感慨

人类思想史上，是社会环境改造人，还是人改造社会环境，这个鸡生蛋还是蛋生鸡类型的悖论问题及其许多派生问题，引出过很多智者的无尽探索和争论。我以前在一些论著和论文中指出，今天也想重申的是，历史发展的顺序往往是这样的：先由少数自觉认识到社会发展规律的人士带动人们主动去改造社会环境，从而推动了社会的发展；社会发展形成的新的社会环境，反过来推动了大多数人的思想和行为变迁。这个看似抽象和晦涩的议题，我认为对我们的现代化进程却是很重要的。在发达国家，市场经济的出现确实是一个自然历史过程，很大程度上说，是一个自发过程；而后发达国家实现工业化的进程，更大程度上，是一个人们自觉创造历史的进程。所以，在后发达国家，倡导人们掌握经济和社会发展的先进理念，发扬创造历史的主观能动性，实在是非常必要的。由此我一直认为，在党中央、国务院领导同志和老一辈无产阶级革命家的直接关心和支持下，“中国经济效益纵深行”、“中国服务质量大写真”、“中国社会效益工程”三大活动的发起和开展，不仅仅是要在当下兴办有重大意义的

社会活动，其深层次内涵实际是要形成一种将先进性的综合理念逐步推向全社会的自觉动员系统，从而推进我国的社会主义现代化过程。令人感慨的是，市场经济在极大地焕发了全社会的利益趋动力，从而推进了我国的经济与社会发展的同时，又使得社会基础层面上的大多数人们，更重视当下利益。这虽然是必然的、无可厚非的，却导致了很多人以急功近利心态理解和参与为长远性目标开展的综合性社会活动这一负面事实。1993年以来，我一直担任“中国经济效益纵深行”、“中国服务质量大写真”、“中国社会效益工程”组委会秘书长，无论从内部和外部，都遭遇过许多人，从短期功利目标出发，企图以我们从事的社会综合性活动的名义，为个人或其所所在单位添加短期利益的行径；而社会方方面面的一些同志，也以短期功利观点来曲解我们之所以从事综合性社会活动的目的，使我平添出许多惆怅和感叹。但是，在这一过程中，我也有过“遭遇激情”、受到极大感动的经历。首先应该提到的是，在发起和开展“中国经济效益纵深行”、“中国服务质量大写真”、“中国社会效益工程”大型系列调研宣传活动过程中，党中央、国务院领导同志和老一辈无产阶级革命家们给了我们大力支持，一大批部级领导干部在实际工作中给了我们无私的关心和爱护。近一时期以来，范敬宜、邢贲思、彭森等领导同志更是倾注心血和精力，直接参与到我们的具体工作中，为我们的活动排忧解难。我还应该特别提到的是，以易建湘先生为首的华嘉公司，从1998年下半年开始，主动为三大活动的征评工作提供理解和支持，至今只有经济付出和精力投入，而从未提出过任何回报问题，使我对

华嘉公司有了一种“根据地”的感觉(我曾对很多同志说过,到了华嘉公司,感情会变得突然容易激动,因为那里有一种真诚和真情相撞)。易建湘同志与以他为代表的华嘉公司,在了解到三大活动的目的和意义后,确实是抱着一种为国家和民族尽力的责任感,以一种不索取任何报酬的姿态,主动承担了三大活动组委会的许多事务性工作,包括承担了今年三大活动组委会对承德露露集团调研任务中的具体工作(对承德露露集团的调研报告写作完成后,受到了吴邦国副总理的重视和肯定,得到了社会各界的广泛欢迎);包括承担了上面提到的完成落实三大活动研究课题、出版成书的工作,至今无任何懈怠,无任何中断。同时,在华嘉公司年轻人的言行和文稿中,也可以随时感受到他们对民族命运深切关注的激情和自强兴国的责任感。这样的心态是难能可贵的。述说这些事实,是想说明并呼吁,在我国这样一个后发达国家或称发展中国家,在改革和发展的攻坚阶段,尤其需要有一批能够自觉把握其长远发展规律的人们,去推动经济和社会的发展,这才能求得民族和社会的长远利益和根本幸福。我认为,可以明确作出这样的论断,我国的市场经济发展,正在把对高素质暨高品位人才的需求给凸现出来。

三、未来的展望

国内外的许多专家都已大量、反复地引证过马斯洛的需求理论,即人们要在满足基本需要,如生存需要、安全需要、归属需要、自尊需要的基础上,去满足实现自身价值的需要。我一直认为,不能对人的需要做机械的理解。事实上,人的

需求作为一个综合体，是有机地联系融合在一起，发挥着对人们的系统推动作用的。在我国，一直有着这样的传统，志士仁人往往在基本生存需要都受到威胁的时候，还在为实现自己的理想而奋斗。在我国的文化传统中，往往是人们在为最高理想奋斗的过程中，带动了其他层次需要的逐步实现。我认为，这种文化传统，今天仍然有必要在志士仁人中倡导。我们要继续反对和清理那种“左”的思想传统：企图以最高精神需要作为全体人民的第一需要，在最广大人民基础需要未能满足的前提下，所谓的最高精神需要的推广，结果只能是变形、扭曲从而破产；我们也特别要在志士仁人的范围内，深刻并坚定地反对那种只图眼前实利的短期言行。没有长远目标、全局目标的自觉引导，在矛盾日益呈现复杂状态的今天，已断难取得发展的实质性成果。

我国的改革和发展已进入了攻坚阶段，所谓攻坚阶段，就是说，我们所遇到的矛盾，不是表面的，而是纵深的，不是单一的，而是复杂的。为此，以自发的态度对改革和发展的态势随波逐流，实质是一种被动消极、无所作为的态度；只有理解并自觉地去参与改革与发展的攻坚，才能取得攻坚阶段的实质性成果。前面已经提到，吴邦国同志为三大活动征评工作写作了《系统攻坚 全面推进》的文章。我认为，“系统攻坚、全面推进”这八个字实际上提出了我们在改革和发展攻坚阶段必须持有的先进理念。如果对攻坚阶段出现的深层次矛盾仍然用短期性言行来应付，是注定要在21世纪碰得头破血流的。因此，也完全可以做出这样的论断，改革和发展的攻坚阶段，需要人们确立总体长远的需要目标，从而能

够自觉地对经济和社会发展规划作出理解和参与，由此才能取得改革和发展攻坚阶段的实质性胜利。

我知道，建湘同志是与我持同一看法的，我们曾经对此作过切磋和研讨。他的许多看法，直接给了我启迪。他自己曾撰写学习阐发吴邦国同志重要文章内涵的文稿，并提议继续进行这方面的研究，举行这方面的座谈会。他实际操作《华嘉丛书》的创作和出版，是为了满足他和华嘉公司的总体需要，即为自觉推进国家和民族的腾飞做出自己的贡献。我深切期望《华嘉丛书》能越办越好，因为我知道，“华嘉”之意，就是要做中华民族嘉许的事，要创造华夏佳绩。

当 21 世纪来临的时候，特别当我国加入 WTO 的时候，我们将站在新的一轮起跑线上；从经济效益问题上说，突出点在于，我们怎样才能在各个方面建立并适应具有全球性质的、全面与国际接轨的市场经济体制；从服务质量方面说，突出点在于，我们怎样才能在全国发展比重高于农业、工业的服务产业，特别是发展信息产业、智力产业，提高全民族的服务素质；从社会效益问题上说，突出点在于，我们怎样才能在市场进入国际轨道的条件下，保证社会关系的协调、稳定、健康发展。《华嘉丛书》首先推出了对服务产业中的尖端产业——信息产业和智力产业的研究著作，马上还将推出对服务产业全面研究的著作；随着时代的发展，《华嘉丛书》一定能为我国提高经济效益、提高服务质量、提高社会效益的事业推出更多更好的研究著作。

后发达国家的历史事实和我国改革发展进入攻坚阶段的现状，需要我们自觉地理解和推进我国的改革和发展进程；

而这种自觉性取决于我们树立长远和总体的精神需要。这实质就是一个做人的问题，是一个要在新的历史时期，做“大写的人”，而不做那种猥琐苟且小人的问题。愿以此与华嘉公司的全体同志共勉；也同时希望建湘和华嘉公司的全体同志将做出的已有成绩视作过去，为未来作出更大的努力。特别希望华嘉公司在继续参与“三大活动”的过程中，不断创造新的亮点和佳绩。

谨以此写在世纪交替的历史时刻……

李靖

2000年12月8日

引 言

1992年9月1日，某报头版头条刊登某君卖点子赚钱40万——好点子也是紧俏商品。

1996年，此君豪言：“我不能代表中国咨询策划业，很多人把我的兴衰变成了中国咨询策划业的兴衰，这不准确”。

2000年2月，此君因涉嫌诈骗，被银川市人民检察院正式批准逮捕。

此君乃名噪一时的“点子大王”——何阳，从“点遍中国”的极至辉煌到“锒铛入狱”的深度悲哀，犹如经历了“5.19”的中国股民一样，虽搞不清牛市和熊市的交替规律，但却彻底领悟到什么是大喜大悲。一颗水珠融入大海，只见其渺小，一颗水珠折射出五色光环，方显其伟大。何阳其人，我们不予评说，毕竟他不能也绝不能代表中国咨询业，但是，毕竟“何阳现象”折射

出中国咨询业发展过程中所走过的一段历程。

不可否认，“点子大王”的出谋划策为企业摆脱一时之困境贡献不小，它或许可以使企业悬崖勒马，使企业家拍案叫绝，使产品柳暗花明，但是，“点子”之所以不能发展成为“点子业”，原因在于它不规范、不系统、缺乏标准，它更多地体现于个人的智慧，而非团体的精神。因此，在中国特有喜爱炒作的氛围中，它极易走向问题的反面。

“何阳事件”的沸沸扬扬，无不表现出各个层面对咨询业的极大关注。毫不夸张地说，如今的企业确实需要外脑支持，市场经济下的政府也确实需要中介沟通。有需求必有供给，这就是市场规律。信息的快速集成与整合，这就是新经济的特征。中国咨询业的变革就要开始。因为，这是时代的呼唤。

加入WTO，同样地也不可避免地冲击着中国咨询业。“乳臭未干的孩子”要与“狼”共舞，除了具备必要的勇气外，更需要真正地沉淀下来，真正地做到“古为今用”，“洋为中用”，少一些喧嚣与浮躁，少一些攻击与谩骂，多一些冷静与分析，多一些理性与执着，探求中国未来咨询业该走一条怎样的道路。

目 录

序 言

引 言

第一章：时代呼唤咨询业 1

第一节、中国企业——缺少什么

市场规律——优胜劣汰，适者生存 3

败笔之鉴——中国企业折戟记 4

中国企业之怪现状 5

第二节、中国咨询业——准备好了吗

土咨询、洋咨询，孰优孰劣？ 11

中国咨询业的主角是谁？ 14

咨询业如何定位？ 15

第二章：溯咨询之源 17

第一节、什么是咨询

咨询的本源 19

咨询的一般定义 20

第二节、咨询形式的演变

咨询的个体形式	25
咨询的机构形式	26
咨询的产业形式	27

第三节、不同视角看咨询

企业看咨询——肯定—否定—否定之否定	29
政府看咨询——平淡就是永恒	31
咨询机构看咨询——回归真我	32

第四节、环境重新塑造咨询

咨询的本质是服务	33
信息、知识、人才鼎立咨询	34
系统、专业、高智能——树立咨询机构辉煌形象	36
创新——咨询为企业创造价值的源泉	36
咨询凌驾于“点子”、策划和顾问	37

第三章：社会进步与咨询业的发展 39

第一节、 聚焦“现代咨询业”

——看社会发展与咨询业的演变关	41
-----------------------	----

追溯现代咨询业的发展历程	42
探索现代咨询业迅速崛起之缘由	43

第二节、回归主题——咨询的产生是社会进步的需要

企业的持续发展需要咨询	47
政府加强宏观管理需要咨询	49
社会分工必然导致咨询的产生和进一步发展	49
社会信息化发展促进咨询的发展	50

第三节、 奏响时代进行曲——“新经济”下的现代咨询业	
时代进步，咨询业悄然换新颜	51
INTERNET 助推现代咨询业	53
“飞跃”——“新经济”下的现代咨询业	60
 第四章：咨询业发展的社会环境	63
第一节、社会的咨询意识能为咨询业的发展带来什么	
意识如何促进咨询业的发展	65
社会应具有什么样的咨询意识	69
第二节、国家产业政策与咨询业发展	
产业化发展模式奠定咨询业发展的宏伟蓝图	73
咨询业为什么需要产业政策的支持	74
咨询业需要什么样的政策支持	77
 第五章：国外现代咨询业	83
第一节、国外现代咨询业发展扫描	
咨询业在欧美	85
咨询业在亚洲	98
国外现代咨询业的结构特征	106
第二节、国外现代咨询业的发展特征与趋势	
现代管理咨询公司的组织规模呈现两极分化倾向	109
现代管理咨询业的发展呈现全球化的趋势	110
咨询项目的规模趋于增大，大型咨询项目的数目不断增多， 大项目持续的时间越来越长	111
管理咨询业咨询内容的技术含量越来越高	111

管理咨询行业中的资本投资需求不断增加, 管理咨询公司的 资本密集程度不断提高	112
购并逐渐走进咨询业	113
信息技术、网络技术在咨询业中的广泛应用	114

第三节、国外咨询业对我国咨询业的启示

组织机制方面的启示	115
管理体系方面的启示	116
人员素质方面的启示	117
科学细分市场方面的启示	118
服务观念与道德准则方面的启示	119
高科技技术运用方面的启示	120

第六章：中国咨询业 123

第一节、潮起潮落，看我国咨询业的发展史

我国咨询业的发展阶段分析	125
我国咨询业的发展特征分析	129

第二节、综合点评，我国咨询业发展的社会环境 139

时代呼唤，经济发展孕育我国咨询业的繁荣	140
改革开放，先进管理思想推动我国咨询业的进步	141
风雨历程，我国咨询业在摸索中前进	142

第三节、借古鉴今，剖析我国咨询业的主要问题 145

宏观环境分析	146
市场环境分析与三种心态之比较	151
咨询界业内分析	155

第七章：中国咨询机构扫描 167