

等教育“十一五”国家级规划教材

21世纪 信息资源管理系列教材

咨询导论

卢小宾/主编

中国人民大学出版社



中国“走出去”企业风险管理

中国“走出去”企业风险管理

咨询导论

中国“走出去”企业风险管理

中国“走出去”企业风险管理

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
21 世纪信息资源管理系列教材

咨 询 导 论

卢小宾 主编
马海群 郭亚军 郭晶 副主编

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

咨询导论/卢小宾主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 8

21 世纪信息资源管理系列教材

ISBN 978-7-300-16215-7

I. ①咨… II. ①卢… III. ①咨询学-教材 IV. ①C932

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 191261 号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

21 世纪信息资源管理系列教材

咨询导论

卢小宾 主编

Zixun Daolun

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京中印联印务有限公司

规 格 170 mm×228 mm 16 开本

版 次 2012 年 9 月第 1 版

印 张 21.75

印 次 2012 年 9 月第 1 次印刷

字 数 395 000

定 价 38.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

作者简介

卢小宾，男，1963年11月生，管理学博士，教授，博士生导师，中国人民大学信息资源管理学院副院长、信息分析研究中心主任，教育部首批（2004年）新世纪优秀人才支持计划获得者，教育部图书情报专业硕士教学指导委员会委员，中国科技情报学会常务理事、情报研究与咨询专业委员会主任，中国社科情报学会常务理事、学术委员会副主任，《情报学报》、《图书情报工作》、《情报科学》、《情报资料工作》、《图书情报知识》等核心期刊编委。主要研究领域：信息分析、信息咨询、信息服务、信息资源管理等。主要科研成果：先后承担国家自然科学基金、国家社会科学基金、省部级科研项目12项，出版学术著作及教材8部，在国内外核心期刊发表学术论文百余篇。主要获奖情况：荣获省直先进工作者称号、宝钢优秀教师奖、华为优秀教师奖、吉林省社科优秀成果奖、北京市社科优秀成果奖、中国科技情报学会优秀成果奖、中国社科情报学会优秀成果奖、中国图书馆学会优秀成果奖及中国人民大学优秀科研成果奖等奖项。

内容简介

本书论述了咨询的产生与发展，咨询的概念、性质、内容与类型，咨询的基本程序，咨询活动中常用的方法与工具，咨询成果的形成与评价，咨询应用，咨询营销，咨询机构管理，咨询人才培养，咨询产业等内容，具有系统性、创新性和实用性的特点。

本书可作为高等院校信息管理与信息系统、图书情报与档案管理等专业师生的教材或教学参考书，也可供咨询工作者、信息管理工作者及其他相关人员阅读参考。

前言

P R E F A C E

咨询（consultation）是指根据用户的特定需求，对相关信息和知识进行综合加工和创新，为用户提供建议或方案，帮助用户实现特定目标的智力活动。随着社会信息化进程的加快，咨询的社会功能日益增强，咨询已成为促进一个国家或地区社会、经济、科技等领域发展的关键因素和重要战略资源。科学选择咨询主攻方向，合理调整咨询力量布局，从整体上提高咨询质量和水平，已成为现代咨询业发展的主要目标。

当前，在咨询业发达的国家或地区，咨询活动发展的共同特征是：高度重视咨询理论与方法问题的研究，并以此推动咨询活动向更高层次发展。在我国，有关咨询理论与方法问题的探讨尚属较新的课题，其成果无法满足咨询实践的需要。为此，本书试图从分析咨询活动运作机理入手，探讨咨询的内涵、程序、方法、评价、人才、机构、产业等基本理论问题和咨询应用、咨询营销等当前国内急需解决的实践问题，在梳理咨询活动发生、发展的特点和规律的基础上，构建咨询基础理论体系框架，为推动我国咨询业的可持续发展奠定坚实基础。

本书的编写对于促进咨询活动的开展，提高咨询工作水平具有一定的指导意义和应用价值，可供信息管理与信息系统、图书情报与档案管理等专业的师生以及从事咨询活动的实际工作者阅读参考。

本书共有九章。第一章分析了咨询的内涵、性质、类型及发展概况；第二章至第四章论述了咨询的基本程序、咨询的方法与工具及咨询成果的形成与评价；第五章至第六章探讨了咨询的应用与咨询的营销，从实践角度对咨询活动中遇到的实际应用和咨

询产品销售问题进行了阐述；第七章至第八章讨论了咨询机构的运作与管理、咨询人才的责任、素质与培养等问题；第九章分析了中外咨询产业的发展情况。

本书由卢小宾提出编写大纲，参编作者分别编写，最后由卢小宾统稿、修改并负责编写工作的组织与协调，其中车尧同志为本书提供了大量资料，郭亚军同志在本书的校对方面做了大量的工作，在此表示谢意。本书各章节的编写分工如下：第一章，卢小宾；第二章，王克平、卢小宾；第三章，郭晶；第四章、第五章，郭亚军；第六章，沈晔；第七章，马海群；第八章，石晶、卢小宾；第九章，马海群。

本书在编写过程中参考和引用了大量国内外文献资料，在此向有关作者表示衷心的感谢。在本书的写作出版过程中，中国人民大学出版社的潘宇、宋义平、汤慧芸编辑给予了大力的支持，对此深表感谢。

本书编者虽然很努力，但由于水平有限，书中难免有疏漏、不足与错误之处，敬请同行专家及读者批评指正。

卢小宾

2012年5月18日

CONTENTS

咨询导论

目 录

第一章 咨询概论	1
第一节 咨询的产生与发展	2
第二节 咨询的概念	7
第三节 咨询的类型	12
第四节 咨询机构的隐性知识转移与共享	14
第五节 咨询业的发展概况	20
第二章 咨询程序	31
第一节 咨询项目介入	32
第二节 咨询项目启动	47
第三节 咨询项目的调查分析	48
第四节 咨询项目的方案设计	49
第五节 咨询项目的实施支持与培训	51
第六节 知名咨询机构的咨询程序	59
第三章 咨询方法与工具	65
第一节 咨询方法概述	66
第二节 咨询基础方法	68
第三节 咨询常用方法	78
第四节 咨询特殊方法	94
第四章 咨询成果及评价	107
第一节 咨询成果	108
第二节 咨询成果的评价	119
第五章 咨询应用	138
第一节 政策咨询	139

第二节 工程咨询	149
第三节 科技咨询	161
第四节 管理咨询	174
第五节 专业咨询	186
第六章 咨询营销	195
第一节 咨询营销概述	196
第二节 咨询营销的方式	198
第三节 咨询各阶段的营销	202
第四节 咨询营销的管理	217
第七章 咨询机构	225
第一节 咨询机构概述	226
第二节 咨询机构的运作与经营	233
第三节 咨询机构的管理	247
第四节 我国咨询机构的人员管理与职业准则建设	253
第八章 咨询人才	261
第一节 咨询人才的责任	262
第二节 咨询人才的素质要求	265
第三节 咨询人才的培养	272
第四节 咨询人才的资格认证管理	278
第九章 咨询产业	281
第一节 咨询产业概述	282
第二节 国外咨询业发展与政府支持	296
第三节 我国咨询业的发展历程与现状	300
第四节 我国咨询业的发展战略	311
第五节 咨询市场	321
参考文献	329

CHAPTER ONE

第一章

咨询概论

【本章导读】

本章回顾了咨询活动的产生与发展历程，分析了中外古代咨询活动的特点和现代咨询活动的起源与特征，阐述了咨询的基本概念，包括咨询的定义、咨询的特点、咨询活动的范围、咨询系统的构成要素及咨询的作用等内容，讨论了咨询活动的主要类型，并对咨询业进行了分类。本章还从知识创新角度探讨了咨询机构的隐性知识转移问题，并对咨询机构的隐性知识转移模式、隐性知识转移共享动力和隐性知识转移共享机制等核心问题进行了研究。最后，本章介绍了国内外咨询业的发展概况。国外以美国为例，介绍了美国咨询业的现状、特点、主要类型及管理方式等内容；国内以北京为例，介绍了北京市咨询业的现状、特点、行业管理、存在的主要问题及发展对策等内容。

本章关键词

咨询 咨询概念 咨询类型 知识转移 咨询业

随着人类的科学技术、社会生产力的不断发展，咨询活动经历了由简单到复杂、由个体到群体的发展历程，逐步走上了社会化与产业化发展道路。目前，咨询作为一项具有参谋性、服务性的社会活动，已经成为政治、经济、社会活动中辅助决策的重要手段。在社会信息化大潮的推动下，咨询业作为知识经济中一个朝阳产业得到了飞速发展，其影响力日益渗透到政治、经济、社会生活等各个领

域，成为推动社会经济发展的重要因素。

第一节 咨询的产生与发展

咨询活动作为人类的一种社会活动，已有数千年的悠久历史。咨询（consultation）意为商讨、协商。在中国古代“咨”和“询”原是两个词，“咨”是商量，“询”是询问，后来逐渐形成一个复合词，具有询问、谋划、商量、磋商等意思。

一、古代咨询

利用知识和智慧为决策者提供建议和方案，帮助决策者作出科学决策的咨询活动可以追溯到我国古代春秋战国时期。当时，齐、楚、晋、秦、吴、越等国群雄并起，其中齐国最为强盛。齐国国君非常重视咨询活动，他专门供养了一批“养士”，给予车马衣裘财货。“养士”的主要功能有两个方面：一方面为统治者出谋划策，提供决策咨询服务；另一方面周游列国，招贤纳士，共举大业。

春秋战国时期，最著名的咨询活动产生在齐国的国都临淄，在那里设有“稷下学宫”，并形成“稷下学派”。“稷下学宫”是当时齐国上大夫议论国事的场所，也是各学派争鸣的论坛。它不仅是学术中心，而且是咨询中心。“稷下学宫”的特点是“不治而议论”。其中“不治”是指上大夫不担任实职；“议论”是指议论国事，为统治者提供咨询服务。

春秋战国之后，随着封建制度在我国的逐步确立，封建国家政体中的咨询决策机构日臻完善。两汉时期设立了专门为统治者决策服务的政治咨询机构——“中朝”，即皇帝选用近侍参与朝政形成的以尚书令为首的决策机构。^①

唐朝是我国社会经济发展鼎盛时期之一，唐太宗李世民非常重视咨询活动，任用了一批智囊人物，使之为治理国家提供咨询服务。由于唐太宗李世民鼓励群臣在议论国事时要直谏，因此大臣们敢于提出与皇帝意见不同的观点和建议，使咨询的作用得到了充分发挥。其中最具代表性的智囊人物是魏徵。唐太宗李世民对魏徵的评价大意为：贞观以前，帮我打天下，经历艰难，草创事业，这是房玄龄的功劳。贞观之后，向我提出忠正的意见，纠正我的错误，为国家的长远利益

^① 参见余明阳等：《咨询学》，上海，复旦大学出版社，2005。

打算的，只有魏徵。即使是古代的名臣，也不见得比他更好。^①

明清时期我国政治咨询及其机构得到了长足的发展。明太祖朱元璋所设立的四辅官、明成祖所组建的内阁，以及明代建立的廷议制度，这些都是政治咨询进一步发展的表现。清朝的政治咨询机构是以中央辅政制度形式出现的，议政王大臣会议，又称“国议”就是典型的辅政机构，承担着为统治者决策提供咨询服务的功能。清朝后期，出现了一种为地方官吏服务的专业智囊机构——幕府。幕府中的人物——幕宾多数是学者名流，他们的职责是为地方官吏出谋划策，为决策提供咨询服务。^②

国外咨询活动也有着悠久的历史。17 世纪 30 年代，瑞典国王古斯塔夫二世在军队中以非正规的形式设置了助手一职，在国王进行重大战略决策时，助手们提供咨询服务。17 世纪中叶，法国国王路易十四在法国军队中设置了参谋长职位，为军队提供咨询服务。19 世纪初，普鲁士将军香霍斯特在军队中建立了参谋本部制度，用参谋的集体智慧为统帅决策提供咨询服务。美国陆军在 1903 年，英国皇家军队在 1906 年也都相继建立了参谋本部。参谋本部制度的建立，体现了以集体智慧为特色的参谋咨询服务对军事决策的重要性。此外，咨询活动在政治领域也产生着重要影响。1828 年，美国总统杰克逊任用一批专业人才，并将他们安置在白宫中，为其提供咨询服务。这些人虽然没有官衔，但却是影响很大的顾问，杰克逊总统经常与他们在白宫的厨房内讨论国事，一些建议又经常影响总统的决策，故被后人称为“厨房内阁”。^③

古代咨询在不同的历史阶段扮演着推动社会发展的重要角色，其特点主要体现在以下几个方面。

(1) 古代咨询主要集中在政治、军事领域。咨询的主要内容包括政权管理、政策制定、军事决策、冲突解决等方面。咨询的主要服务对象是政治和军事统治者。

(2) 古代咨询主要表现为个体咨询活动。在古代，无论是政治咨询还是军事咨询，多是依赖当时的政治和知识精英开展的个体咨询活动。集体咨询、综合咨询等咨询服务形式较为少见。

(3) 古代咨询主要依靠经验和推理开展咨询服务，往往缺乏周密细致的调研和科学客观的方法作为咨询的依据，其结果的可靠性和有效性受到很大影响。

① 参见冯之浚、张念椿：《现代咨询学》，杭州，浙江教育出版社，1998。

② 参见余明阳等：《咨询学》，上海，复旦大学出版社，2005。

③ 参见〔美〕杰拉尔德·温伯格：《咨询的奥秘：成功提出和获得建议的指南》，北京，清华大学出版社，2004。

(4) 古代咨询主要是为统治者服务的, 咨询人员多数隶属于统治者, 在咨询过程中经常会受到统治者的主观因素干扰, 咨询服务的科学性、客观性和正确性相对较低。

二、现代咨询

现代咨询始于经济领域, 发展至今已有百年历史。现代咨询产生的背景是第二次工业革命, 工业化的兴起加快了城市建设的步伐, 造成了工程技术人员匮乏的局面, 因而, 工业革命促使咨询活动领域扩展, 主要由侧重政治和军事的古代咨询向侧重工程、科技、经济、管理的现代咨询方向扩展。^① 这是古代咨询与现代咨询的主要区别。同时, 咨询方法逐步由经验和推理向定性与定量相结合的科学化方向演变, 咨询方式逐步由个体咨询向集体咨询方向演变, 咨询服务对象逐步由为统治者服务向为社会各阶层民众提供咨询服务方向演变等, 这些都是现代咨询的重要特征。

19 世纪 60 年代, 英国的制造业、采矿业、建筑业、电、煤气等公共事业得到了快速的发展。以建筑业为例, 由于建筑工程的大量出现, 建筑技术人员短缺, 一批具有建筑知识的工程师开办了一些土木建筑事务所, 专门从事建筑方面的咨询工作。这是现代咨询最初的咨询阶段——个体咨询阶段。作为个体咨询阶段的一个重要标志, 1818 年英国建筑学家约翰·斯米顿组建了“土木工程师协会”。该协会成立的主要目的是: (1) 保障个体咨询者的合法权益; (2) 联合承担一些大型项目, 提高咨询效率。不过, 该协会只是一种学术团体, 不具有独立的法人地位。^②

19 世纪末 20 世纪初, 随着经济的发展与海外投资的扩大, 个体咨询已不能满足需要, 社会发展要求开展集体咨询。美国、英国以及其他西欧国家相继出现了各种规模和类型的咨询机构, 如英国 1893 年建立的普·卡·兰德公司、1899 年建立的莫·麦克莱伦公司、1922 年建立的亚力山大·布吉合股公司等。^③ 这些咨询机构具有法人地位和独立的经营权, 以集体咨询方式开展咨询活动。与此同时, 在各国政府部门的授意下还建立了一批政府性研究咨询机构, 如美国 1919 年建立的胡佛战争、革命与和平研究所 (简称胡佛研究所), 1927 年建立的布鲁金斯学会等。这些咨询机构将研究与咨询合一, 为政府决策提供集体咨询服务, 成为政府的“智库”。这一时期, 个体咨询发展成为集体咨询, 咨询领域从土木工程扩展

① 参见余明阳等:《咨询学》, 上海, 复旦大学出版社, 2005。

② 参见冯之浚、张念椿:《现代咨询学》, 杭州, 浙江教育出版社, 1998。

③ 参见柯平:《信息咨询概论》, 北京, 科学出版社, 2008。

到工业、农业、交通运输、能源等各个经济领域，但总的来说集体咨询的发展是比较缓慢的，还未得到社会的公认，人们对咨询活动缺乏必要的了解和重视。

20 世纪 40 年代，特别是第二次世界大战以后，由于科学技术和经济的飞速发展，整个社会活动变得越来越复杂、越来越综合，这对于各层次、各部门的决策者来说，科学决策的难度越来越大。正是在这样的背景下，咨询活动迎来了其历史发展过程中的黄金阶段——综合咨询阶段。在这一阶段，咨询活动以惊人的速度向前发展，咨询的内容更加综合化，咨询方法更加科学化，咨询领域扩展到政治、经济、科技、军事、外交、管理、教育等社会的各个领域，咨询的网络化开始兴起并为人们所瞩目。

20 世纪 90 年代，以信息化为标志的信息革命对人类社会产生了深刻的影响，出现了新的技术社会形态——信息社会。信息社会的出现和社会信息化步伐的加快，促使咨询活动进入一个新的发展阶段——网络咨询阶段。网络咨询是在现代信息技术条件下，快速发展起来的最具有鲜活生命力的咨询形式，是咨询机构与咨询客户借助网络技术开展的或者与网络技术相关的咨询活动。具体说来，网络咨询是网络咨询机构利用机构自身互联网信息技术方面的专业优势，一方面为 IT (Information Technology) 企业提供可靠的信息依据与技术支持，另一方面为传统企业提供互联网领域相关技术服务。网络咨询是先进的管理思想、全新的商业模式与现代信息技术手段的完美结合，为用户提供最新信息技术条件下的管理理念和方法。

现代咨询所经历的实践时间不是很长，从 19 世纪至今不过百余年的发展历史，但是相对于古代咨询而言，现代咨询却在此期间得到了长足的发展，具有古代咨询所没有的特点，具体表现在以下几个方面。^①

1. 现代咨询的主体多元化

现代咨询建立起作为独立的市场主体存在的咨询机构，以配合各级政府和部门咨询机构，形成多元化的咨询机构组织模式，以适应市场经济和社会各方面建设的需要。脱离政府部门进入市场的咨询机构，首先必须实现自负盈亏、自主经营，完全以自身提供的咨询产品或咨询服务来获取利润，维系自己的生存并保证适度发展。咨询成果完全作为商品投入市场，其生产、销售、分配均遵循市场机制，其质量由价格杠杆来调节，其行业的发展亦由市场竞争来促进。现代咨询打破了古代咨询僵化的组织模式，真正根据社会的需求来提供咨询服务，同时也为咨询活动打开了市场的大门，迎来更为广阔的发展空间。

^① 参见马海群等：《现代咨询与决策》，哈尔滨，黑龙江人民出版社，2002。

2. 现代咨询的方法集成化

针对咨询方法杂而不精的问题,现代咨询活动将多学科方法集成化运用。集成后的咨询方法可以将咨询的过程同实际工作流程结合起来,围绕咨询系统的功能要求,根据咨询对象的特点选择适当的方法进行咨询工作,从而大大提高了咨询结果的科学性和准确性。在现代咨询过程中,各类型咨询机构建立起来的咨询方法集成体系面对各种各样的咨询需求,能够快速的确立合理、恰当的方法体系进行具体问题的研究。此外,计算机辅助咨询已成为现代咨询发展的一个重要趋势,信息技术的飞速发展为咨询提供了强有力的技术与方法支持。目前,咨询活动已开始利用计算机智能辅助系统,在软件层面上实现人机结合,从而极大地提高了咨询工作的效率。现代咨询与信息技术的融合,一方面可以大大提高咨询能力、优化咨询结果,另一方面也会促进咨询软件的开发,刺激咨询领域新的生长点和盈利点的产生。

3. 现代咨询的内容综合化

社会信息化的发展使得咨询服务领域向社会各个方面拓展,不仅政府、企业需要咨询服务,而且像个人投资这样面向个人的咨询服务也悄然兴起。因此,咨询不再局限于政治、军事领域,已经向经济、科技、外交、法律、环境、教育、管理等领域延伸,并且这些领域的咨询内容是相互联系、相互作用的,这就要求咨询人员在具体的咨询工作中要建立起从政治、经济、科技、军事等领域综合协调和持续发展的角度来综合研究问题的系统思想和观念。此外,现代咨询活动在成果服务上也趋向综合化,不仅提供一对一的单一咨询产品,还能提供一对多的综合性咨询产品。这种咨询产品在模块上是可复制的,对于咨询行业实现规模效应至关重要。

4. 现代咨询的人员专业化

现代咨询活动是一项综合性极强的工作,对于其从业人员的素质要求非常高,并且常常不限于某一个专业而广泛地吸收各领域的专家或经验丰富者。现代咨询本身的特性决定其不可能降低对从业人员的素质要求,更不能排斥特定专业人才。目前,在咨询人员管理方面,普遍采用认证的方法来确定从业人员的不同专业层次,纵向以能力和经验为标准,横向以专业领域为标准,实施专业化管理。这种综合交错的从业人员体系架构基本上规范了咨询工作的就业市场,同时对于咨询人才的教育培训也起到一定的指导作用。

5. 现代咨询的合作国际化

信息技术的发展,特别是网络的出现,使得咨询领域不断扩大,为各国之间咨询活动的联合、协作奠定了基础。一些国家对各国共同面临的全球性问题,如

环境保护、都市发展、人口控制、能源开发等合作进行研究,探索解决办法,提出有价值的咨询建议。例如,1972年美、苏、英、日、意等多国在奥地利维也纳共同组建了国际应用系统分析学会(IIASA),其目的是通过国际合作,采用系统分析方法研究发达国家面临的共同问题。^①目前,这种国际合作咨询在解决全球性热点和难点问题时发挥着越来越重要的作用。

第二节 咨询的概念

一、咨询的定义

在我国古代文字中,“咨”意为“商量”,“询”意为“请教、询问”。“咨询”一词最早见于《诗经·小雅·皇皇者华》“载驰载驱,周爰咨询”,其意为君遣使臣,要使臣悉心察访民间疾苦以告天下。

在我国现代汉语中,咨询含有询问、谋划、商量之意。《辞源》(1984)和《现代汉语词典》(1980)都将咨询解释为“征求意见”。^②

在欧美,与汉语“咨询”一词相对应的英文是 consult 和 consultation,来源于拉丁文的 *consulto*,含义是与他人商量,向别人或书籍寻求知识或劝告,共同商议以提出报告和建议等。Consult 和 consultation 含有商量、商议、请教、参考、考虑、磋商、咨询、建议、会诊等意。^③ 法文“咨询”一词是 *consulter*,其含义是会谈、质疑、磋商的意思。在日本,咨询被称为“诊断”,从事咨询活动的专业人员被称为“诊断士”。

咨询是一个发展中的概念,传统咨询仅限于政治、军事领域,现代咨询已经广泛渗透到社会生活的各个领域。随着人类咨询实践活动的深入发展,咨询定义的内涵不断扩展和延伸,相关研究日益增多,咨询理论逐渐丰富和完善起来。目前,有关咨询的定义有数十种之多,其中比较有代表性的有以下几种。

(1) 咨询业务是根据用户的需要,提供知识、经验、技术、技能的一种服务行业,它与普通的劳务、代理、中间人等服务有所不同。它以专门的知识和技术作为手段,协助用户解决各种复杂问题。^④

① 参见冯之浚、张念椿:《现代咨询学》,杭州,浙江教育出版社,1998。

② 参见柯平:《信息咨询概论》,北京,科学出版社,2008。

③ 参见文庭孝等:《信息咨询与决策》,北京,科学出版社,2008。

④ 参见张培德:《国外咨询业务概况》,载《情报学报》,1982(1)。

(2) 咨询在本质上是一项参谋性的服务工作。这就是说, 咨询顾问不是受聘来管理机构或代替处在困窘状态的管理人员做出微妙决定的人, 而是提供建议的人。他们的职责是要提出高质量、完善的建议, 客户要承担采纳这种建议所产生的一切后果。^①

(3) 咨询是咨询方(即咨询专家或咨询机构)根据委托方(即政府机关、社会团体、企事业单位乃至个人等)提出的要求, 以专门的知识、信息、技能和经验, 运用科学的方法和手段, 进行调查、研究、分析、预测、决策, 客观地提供最佳的或几种可供选择的方案(或建议、报告等), 帮助委托方解决复杂问题的服务。^②

(4) 咨询是人们以信息为基础, 对信息、情报、资料进行综合加工和创新, 为社会有关用户提供各种服务的一项智力活动。^③

(5) 咨询是指个人或公司帮助客户实现某一特定目标的过程, 这种支持可以是信息、建议或者是真正的实际工作。^④

(6) 咨询是指从组织外部聘请专家向组织提供专家技能的活动。^⑤

(7) 咨询是人类不断获取知识和信息求生存的一种本能, 这种本能决定了咨询是无处不在的, 它是人类社会普遍存在的社会现象。从现代咨询进入经济领域看, 咨询是一种服务性产业, 它以专门的知识、信息、技能和经验为资源, 帮助用户解决各种复杂难题, 提供解决某一问题的建议或方案, 或为领导决策提供参谋性意见。从现代咨询介入管理领域看, 它是一项提供与实际管理问题有关的专业化、知识化、技术化的高智力、创造性的科学研究活动。^⑥

(8) 咨询是运用知识和智慧, 为客户解决问题、改善客户工作系统与环境, 并实现某一特定目标的活动。^⑦

二、咨询的特点

上述定义虽然表达方式不同, 侧重点不同, 但我们却可以从中发现一些咨询所共有的特点。

① 参见国际劳工局:《管理咨询专业指南》, 杭州, 浙江人民出版社, 1985。

② 参见崔槐青:《论现代咨询的特点与功能》, 载《科学与科学技术管理》, 1986(7)。

③ 参见陈翔宇等:《现代咨询理论与实践》, 成都, 电子科技大学出版社, 1994。

④ See E. Biech, *The Business of Consulting: The Basics and Beyond*, Jossey-Bass/Pfeiffer, 1999.

⑤ 参见[美]伊杰·A·贝切斯:《造就卓越的咨询顾问》, 北京, 中国标准出版社, 香港, 科文出版有限公司, 2000。

⑥ 参见焦玉英:《管理咨询基础》, 武汉, 武汉大学出版社, 2004。

⑦ 参见柯平:《信息咨询概论》, 北京, 科学出版社, 2008。