



世界市场全书

主编：顾海良 姚开道 胡晓林

世界信息咨询市场

孔祥智 著

THE WORLD
MARKET
SERIES

中国大百科全书出版社

世界信息 咨询市场

孔祥智 著

中国大百科全书出版社

内 容 提 要

本书从信息咨询市场的概念入手,系统地介绍了世界主要国家信息咨询业的现状、沿革和特点,国外信息咨询企业的类型、组织形态和运行方式,国外信息咨询业客户的类型;并对国外信息咨询市场的交易过程——咨询业务委托和正式咨询研究的步骤及具体运作方式进行了详细的描述。本书在涉及具体业务和规则时,重点介绍了国际性组织采用的较为流行的做法,具有较大的实用性和参考价值;本书最后还介绍了世界各国对信息咨询市场的管理和扶持的方式。

《世界市场全书》序言

现在奉献给广大读者的百卷本《世界市场全书》，是在我国遵循着邓小平同志理论和路线，创立有中国特色社会主义市场经济体制的历史时期，为了借鉴和利用当今世界主要国家和地区的市场经济、市场体系的正反两面经验所作出的科学性的介绍、分析和评价。

在现代市场经济体制中，市场及其机制（主要如供求机制、价格机制、竞争机制）是资源配置的基本手段，对国民经济的发展发挥着极其重要的支配性作用。但是，各国的历史都表明，市场经济及其机制本身也有“失灵”、“缺陷”和“危机”，因而国家干预、宏观调控、社会保障，普遍为各市场经济国家所采用。所以现代市场经济，可以说是与这三个方面相结合的市场经济。在这里，国家干预的作用，不是削弱市场经济及其机制，而是弥补其“缺陷”，并给予政策导向，让市场以及市场机制更充分地发挥其作为社会资源有效地配置的基本作用。经过长达数百年的发展，特别是二次大战以来，随着科技、信息、交通的迅速进步和经济、金融日益全球化，市场经济

和市场体系日臻完善。一方面,消费市场、资本市场、劳动市场、技术市场、货币市场、信息咨询市场等高度发达;另一方面区域市场、国内统一市场和世界市场多层次交错联系。市场机制运作和交易过程也更趋向有序化了。

审视现代市场经济体制发展的新情况、新特点,根据我国社会主义市场经济体制发展的现实,《世界市场全书》的编者们颇具匠心,把全书前五卷的主题分类定为:世界商品市场、世界金融市场、世界劳动市场、世界技术市场与信息咨询市场和世界文化市场。这五卷展示了世界各国和我国台湾、香港地区异彩纷呈的市场体系。全书的后五卷,则以世界市场形式、世界市场营销、世界市场管理、世界市场制度、世界市场组织为主题,详述了现代市场经济中市场操作规范、市场管理体制、市场运营机制和运行过程。所有这些,可以说是构成了一幅世界市场的“清明上河图”。

当今世界各具特色的市场经济模式的形成与发展,都不是一蹴而就的。无论古典市场经济体制向现代市场经济体制的过渡,还是现代市场经济体制自身的不断改革,无不经历过艰难曲折,无不遭受过挫折失败。正是经过不断实践不断探索,一些较为发达的市场经济体制才得以逐步崛起。《世界市场全书》设立的每一主题中,都展示了世界各国和我国台湾、香港地区在建立和发展各自的市场、市场体系过程中的成败得失。所有这些,对于

我国社会主义市场经济体制的建立和发展将会有所借鉴。

不同国家的市场经济体制是不可能完全类同的,单纯的模仿是不可能建立起有效的市场经济体制的。即使在社会制度相同的国家,由于各国国情不同,最终形成的市场经济模式也是有极大的差异的。从我国国情出发,走社会主义现代化道路,注重借鉴、比较,立足创新、实践、总结,这应该是我们发展具有中国特色的社会主义市场经济的正确态度和方法。这正是百卷本《世界市场全书》的宗旨吧。

《世界市场全书》各卷的主题和内容注意务实性、知识性、针对性、普及性和可读性;并且还介绍了一些以前我们了解不多、甚至有所误解的问题。对于开阔我们的思路,拓展我们的视野,如果能有所帮助,将是对编者们的最大鼓励。

《世界市场全书》是在一批老专家和出版家的指导下由一批中青年学者和出版者分工主笔完成的。这是继我国伟大的文化工程《中国大百科全书》完成后,中国大百科全书出版社在编辑出版大型系列丛书方面的一次有益的尝试,我衷心祝愿并确信这一尝试会获得成功。

汪道涵

1995年5月16日

目 录

世界信息咨询市场

一、信息咨询市场的一般概念	1
1. 信息及其本质特征	1
2. 咨询概念及其演变	4
3. 信息业和信息咨询业	6
4. 信息咨询市场	12
二、世界信息咨询市场的供方和需方	16
1. 世界各国的信息咨询业	16
2. 国外信息咨询企业的类型	35
3. 国外信息咨询业的客户	48
三、信息咨询业务的委托	54
1. 国外信息咨询业务的分类	54
2. 信息咨询业务委托的程序	79
四、信息咨询企业的正式咨询	103
1. 信息咨询企业正式咨询的过程	103
2. 国外咨询人员的行为准则和责任	110
3. 信息咨询产品价格的形成	122

一、信息咨询市场的一般概念

信息咨询市场是 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市场形式。和传统的产品市场、劳动市场、资金市场、技术市场等不同,信息咨询市场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市场形式差异极大。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,理论界还没有统一的认识。在这里,仅在个人浅显认识的基础上作一些探讨。

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一种载体形式: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遍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,可能得出不同的结论。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《韦伯斯特新学生词典》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。

一般说来,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,

^① 参见金振玉:《信息论》,北京理工大学出版社,1991年版,第6页。

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。

具体说来,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。

2. 咨询概念及其演变

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、组织化的咨询活动则是伴随着资产阶级掌握国家政权后才开始萌生。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,企业的发展也亟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。这股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。

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、卫星和光纤维的出现,诱发了第三次信息革命,世界迎来了“信息时代”或称“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1489亿美元,到90年代中期将突破10000亿美元大关,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%。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，就在于它能够为各类决策提供咨询服务，起到辅助决策的作用。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都只能精通一门学科,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,去学习和掌握众多学科的知识和方法,因为一旦如此,他就不是一名卓越的领导者,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,现代领导者不能不和信息咨询专家