

张金昌/主编

中国 金融咨询 理论与实务

中国世界语出版社

中国金融咨询理论与实务

张金昌 主编

中国世界语出版社

1996年·北京

(京) 新登字 131 号

图书在版编目 (CIP) 数据

中国金融咨询理论与实务/张金昌主编.

—北京: 中国世界语出版社, 1996. 2

ISBN 7-5052-0283-9

I. 中… I. 张… II. 银行业务-咨询学-中国
IV. F832.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 23146 号

中国世界语出版社出版

(北京百万庄路 24 号 100037)

北京一二〇一印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

1996 年 2 月第一版第一次印刷

787×1092 毫米 1/32 11.5 印张 240 千字

印数: 1—3000 册 定价: 19.50 元

主 编:张金昌
副主编:耿之明 宋泽川
张 远 潘自强
编 委:曹 伟 王 萍
刘 辉 路广才
杜兰芳 林春雨
张 沪

目 录

第一篇 咨询基础理论

第一章 咨询概述·····	3
第一节 咨询的概念 ·····	3
第二节 咨询业的特点及性质 ·····	5
第三节 现代咨询的特点与功能 ·····	7
第二章 咨询工作的类型、特点及方法·····	11
第一节 咨询工作的类型 ·····	11
第二节 咨询工作的特点 ·····	20
第三节 咨询工作程序 ·····	24
第四节 咨询工作的方法 ·····	33
第三章 咨询行为中的主客体规范 ·····	44
第一节 咨询业务中的客户与种类 ·····	44
第二节 咨询人员的选定和要求 ·····	47
第三节 咨询人员的职业道德规范与客户道德规范 ·····	52
第四节 咨询人员结构 ·····	56
第四章 咨询机构的形式、特点与管理·····	64
第一节 咨询机构的类型 ·····	64
第二节 咨询机构的特点 ·····	68
第三节 咨询机构管理的原则和基本内容 ·····	72
第四节 咨询机构管理的制度与机构组织 ·····	75

第五章 咨询机构的效益评价	84
第一节 咨询效益及其评价	84
第二节 咨询费用的计算与分配	91

第二篇 金融咨询的理论实务

第六章 金融咨询概述	101
第一节 金融咨询及其特征	101
第二节 金融咨询的程序及收费	106
第三节 金融咨询的发展	109
第四节 金融咨询业务的种类	114
第七章 金融咨询的管理	123
第一节 金融咨询管理的原则、任务和内容	123
第二节 金融咨询组织机构管理	127
第三节 金融咨询的人才管理	136
第四节 金融咨询管理应注意的两点	143
第八章 建设工程咨询	147
第一节 建设工程的程序和组织方式	147
第二节 工程咨询在项目建设中的角色	153
第三节 建设工程招标投标及其咨询	164
第四节 建设工程价格咨询	189
第九章 投资项目咨询(可行性分析与项目评估)	199
第一节 投资项目咨询的意义和类型	199
第二节 投资机会咨询	202
第三节 项目可行性研究及其咨询	205
第四节 项目评估及其咨询	215
第五节 项目后评估及其咨询	226

第十章	信用评估	230
第一节	信用评估概述	230
第二节	评估机构及其工作程序	239
第三节	企业的信用评估	247
第四节	金融机构信用评估	258
第五节	证券信用评估	262
第十一章	资信、专项调查及验证业务	278
第一节	资信调查咨询业务	278
第二节	专项调查咨询业务	281
第三节	验证企业注册资金	285
第十二章	中介业务及其发展	290
第一节	中介业务概述	290
第二节	中介业务的种类	293
第三节	中介业务与表外业务	319
第四节	银行业务的发展方向:中介业务	322
第十三章	房地产估价及其咨询	329
第一节	房地产基础知识	329
第二节	房地产估价的基本理论	332
第三节	房地产价格及其估算	339
第四节	房地产评估业务中的图表设计参考	352

第一篇

咨询基础理论

第一章

咨询概述

第一节 咨询的概念

谈及咨询，我们一般把它定义为：咨询就是询问、征求意见、商量办法，或者说是一种向客户提供专门知识、技术和经验，帮助客户解决各种疑难问题的活动；提供形式有可供选择的方案、计划、建议、报告、途径、方法或有参考价值的预测、数据、调查结果等。

“咨询”一词出自英语 consult，意为商量。提出问题找人商量的人称为客户（consuler），被询问者称为咨询人员（consulter 或 consultant），由此可以浮现提出问题的客户和接受咨询并提出相应建议和解决途径的咨询人员这两个对立而统一的形象。当然，就如病人挂专家号看病一样，接受咨询的人员必须具备足以胜任咨询工作的威望和信誉。

近年来，国内围绕咨询概念所产生的观点不下十种，主要是从以下三个方面提出的：①咨询是主客体双方之间知识和信息的传递，着眼于咨询的知识性、信息性、预测性等特征；②咨询属于辅助决策的研究活动，着眼于咨询的综合性、客观性等特征；③咨询业务是提供知识、经验、技术、技能

的一种服务行业，它虽然不以营利为目的，但其服务是有偿的，其着眼于咨询价值商品性的特征。

综合地考虑和分析以上三个方面，我们可以对咨询及其性质作如下认识：

1. 咨询以知识、信息为主体，咨询的实质是服务。可以说，凡存在委托方（咨询需求者）和受托方（提供咨询服务者）之间的知识、信息的传递及其类似的服务，都称为咨询。

2. 咨询是一种特定方式的研究活动，它不同于一般科学研究，因为它既不直接从事某一门学科的理论 and 实验研究，也不检验现今思想和行为所依据的学说和原理是否符合客观规律，而是有效地利用社会上各学科专家所拥有的科学理论与方法去解决社会经济发展和科技发展问题的一种科学研究活动，其最终目的是为决策提供可参考的方案、建议或研究报告。

3. 咨询服务是有价值性的创造性劳动，在市场经济下表现为特殊的商品。咨询服务也有自己的投入和产出，咨询方要按劳动的消耗提取合理的报酬，咨询委托方期望以一定的代价换取符合自己需要的智力服务，这就使咨询必然与一定的经济关系相联系。这种经济关系的表现形式之一就是咨询成果本身所凝结的价值性和咨询成果在生产、经营中转化为物质形态的商品时所具有的使用价值，以及创造的直接经济效益方面。它体现了商品经济条件下知识的物化，及潜在价值向现实价值的转化这一过程。

对咨询及其性质的上述认识可以帮助人们正确认识咨询的存在与意义，以便确定咨询应有的社会地位，最终为国家制定咨询政策提供理论依据。

第二节 咨询业的特点及性质

咨询业就是根据需要，运用自己的知识帮助客户解决各种问题的行业。咨询业最早出现于英国，1913年英国成立的咨询工程师协会(The Association of Consulting Engineers)。而在现代社会，咨询业不断发展，特别是近一二十年以来“智囊团”的出现，使现代咨询业形成一个独立的行业，成为社会经济体系中不可缺少的一个重要组成部分。

一、咨询业的性质

以前，认为咨询产业属于第三产业的观点颇为流行。因为现代咨询业是依靠人力和智力，从事经营活动的知识服务性产业，也是独立的密集型产业。通常所说的产业部门是从事劳动的部门，其基本特征是出“硬件”产品，而现代咨询业则是以出口“软件”产品为其基本特征。用户通过咨询，可以获得经济效益或社会效益，咨询成果作为商品进入市场，从而直接或间接地为社会创造财富。

而最新的观点认为，咨询业应该划入第四产业，即知识产业。F·Machlup把咨询业作为知识产业的分支，波拉特在1977年于《信息经济》一书中把咨询业列入信息服务业中的“生产知识和具有发明性质的行业”类之中，使之与教育、信息中心等传播业区分开。之所以把它列入第四产业，就在于咨询活动既涉及信息的生产，又涉及信息的交流，它是横跨于这两种活动之间的活动。

二、咨询业的特点

咨询活动历史悠久。在长期的发展过程中，咨询业本身

的广度、深度都有了较大发展，业务范围与工作方法手段也在不断演进。作为一个较为独立和特点鲜明的行业，它具有以下基本特点：

1. 咨询业是知识密集型产业。咨询服务一般都由经验丰富、知识广博的专业人才承担，承担着一定经济责任，提出中肯的解决方法。咨询服务就是交换知识、技能、经验等知识商品。而现代社会的复杂性以及技术进步性，对咨询人员的要求也越来越高，涉及到政治、经济、法律、心理、环境、工程等各个领域的专业知识。咨询企业其实就是一批具有高度密集的专业知识的人才集中合作以提供高度知识信息化商品的组织。

2. 咨询业是一种综合性的产业。现代科学技术与社会各方面的联系越来越紧密，科学社会化趋势使科技活动与社会结合成有机的整体。这必然使现代社会的一些决策成为多目标决策，因而这种决策的复杂性，需要各种技术科学、经济科学、生态环境、卫生、心理、社会科学等学科的相互协作。另外，咨询活动不等同于科研活动，它运用已有的知识、技术、经验来帮助解决各种疑难问题的服务活动，它是一种应用产业，这也决定了其“综合”的特点和趋势。

3. 咨询业是社会化的科学劳动。咨询业的社会化，使咨询机构不受某一单位自身利益的约束，可以比较客观地对项目作出评价，咨询成果较符合客观事实，减少了工作失误。

4. 咨询业是经营性质的产业。一般咨询机构，尤其是从事工程、技术与管理的咨询机构，大多数通过收取费用的方式来经营和发展。它以智力为资本提供咨询结果，承担经济和技术责任。据统计，美国年咨询收入在 20 亿美元以上。当

然，一些咨询机构靠政府拨款，一些战略性决策咨询是不收费的，但是收费与否并不能否认双方承担的经济责任。咨询过程总以获取一定经济效益为目标，各咨询组织和咨询专家都应有较强的经营思想，讲求效率和效益，讲究企业的经营运作。

5. 承包生产方式。咨询服务一般采取的方式，就如建设行业一样，采取承包或包工形式，把某一项客户所要求的咨询服务以一定的费用标准包下来。

6. 咨询成果只有为决策者所用才能转化为生产力。咨询业作为一门软科学，其成果的表现形式是理论、观点、建议和备选方案等观念性东西，只有被决策者选用，才能转化为具体的政策和管理措施，指导生产实践。

第三节 现代咨询的特点与功能

一、现代咨询的特点

现代咨询的特点有以下三条：

（一）以智力服务于社会的“现代智囊团”

它针对领导者决策中的重大问题，通过知识的复合、交叉、渗透、升华，提出最优或较优方案，获得最佳效益。现代咨询工作，都是由学者、专家、行家里手去进行，他们的专业知识持有量应超过现行领导人。

（二）跨学科、多领域、超行业的综合产物

现代化进程中遇到的疑难问题，通常不是以单个学科、单个技术、单一方法所能解决，它极需各种人才的聚集，大量有用而新颖的信息的聚集，自然科学与社会科学两大体系的

聚集。而“综合”，不仅是去伪存真，而且是去实现一种扬弃，一种渗透，一种提炼，一种升华，从而源生出新观点、新思维、新方案。现代咨询业也可理解为“吃综合饭”。

（三）为现代领导实现科学决策服务

正是由于现代领导决策的科学化、民主化趋势，才使得咨询业发展起来。咨询机构不同于秘书班子，它必须依据客观事实，在专家集体智慧的分析研究下，提出合理化科学化的方案，而不是依附于领导的意志。这种咨询研究的独立性，成为世界银行、亚洲开发银行等选择咨询机构的首要标准。

二、现代咨询的功能

（一）节省用户的时间与费用

咨询人员有丰富的经验和知识，并拥有丰富的资料和广阔的信息通道，熟悉合理有效的工作方法，所以能够用比较短的时间高质量地完成客户询问的问题。而且，客户一般不可能拥有一切领域的专家，更无需花很多的钱去雇用一些不经常使用的专家。这时，借助于外部咨询专家是最省钱的。同时，一些企业领导成员忙于经营事务，或由于所处位置的局限性，无法取得广泛情报，而现代咨询可以弥补这样一些不足，避免时间、空间、精力、费用的浪费。

（二）对国家军、政、外交、经济战略起“智囊团”作用
一个国家的重大决策，大则决定民族兴衰，小则影响社会进步、经济发展、人民生活水平的改善。在一些国家，没有经过咨询的重大问题，是不会轻易做出决策的，决策咨询已成为一种惯例与制度。

（三）对重大项目进行可行性分析与技术经济论证

进行可行性研究与技术经济论证，是投资建设的首要环

节。咨询机构接受工程项目后，必须经过认真调查，分析计算，作多种方案比较，对项目建成后可能取得的技术、经济与社会效果进行预测，提出该项目是否投资兴建的意见，或怎样建设的方案，为投资决策提供可靠的依据。在通常情况下，只有在咨询报告中得出某项目建设的可靠性、经济竞争力、技术先进性以后，政府或资本家才愿投资，银行或财团才愿意贷款，项目才能实施。因此，咨询机构的研究报告，成为建设项目能否上马的关键。

（四）对科学技术成果的转移起桥梁作用

科学技术的突飞猛进要求把研究成果迅速转化为生产力，这就需要在研究机构与生产单位之间有一中间组织发挥媒介和桥梁作用。大批咨询企业就承担了这样的任务。日本战后经济发展的一个重要因素即“产学协同”，而“产学协同”主要通过咨询公司来实现。另外，咨询为技术力量不足的中小企业服务，在转移科技成果方面成绩斐然。原西德中小企业占全国企业数的 99%，便主要通过 40 家咨询机构解决生产技术问题。同时，咨询公司所兴起的人员培训业务，也是推进技术交流的重要方式。

（五）增加社会财富

咨询人员通过自己的劳动为社会创造的价值是很高的。辽宁省 1983 年经济效益分析认为，每收入 1 元咨询费，给国家创造的经济效益是 23.24 元。而在美国这个第一咨询业大国，每年咨询营业额在 300 亿美元以上，纯收益在 30 亿美元左右。

（六）促进外贸出口

国外咨询业，特别是工程咨询，对国际贸易起促进作用。

许多西方国家进行海外投资时，咨询企业为国外工程进行咨询，本国政府和有关团体总要给他们施加影响，即在咨询时向委托方提出要求，采用本国设备与其他产品，这样通过咨询就带动了外贸出口，不仅增加了外汇收入，而且刺激了本国经济的发展。