# 试论新时期我国信息咨询业的发展

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-01-11

*摘 要 我国信息咨询业在新的 历史 时期虽面临巨大冲击与挑战，但在信息咨询市场中也有自身的比较优势，需要采取相关措施来 发展 我国的信息咨询业。关键词 WTO 信息咨询业 信息咨询 信息市场1 我国信息咨询业面临冲击与挑战我国的信息咨询业是...*

摘 要 我国信息咨询业在新的 历史 时期虽面临巨大冲击与挑战，但在信息咨询市场中也有自身的比较优势，需要采取相关措施来 发展 我国的信息咨询业。

关键词 WTO 信息咨询业 信息咨询 信息市场

1 我国信息咨询业面临冲击与挑战

我国的信息咨询业是在改革开放和市场 经济 确立后，随着国家经济增长、 科技 进步和市场繁荣而逐渐壮大起来的。我国咨询业出现于20世纪70年代。进入80年代后，咨询业开始发展壮大。从90年代开始，随着我国信息化的进程，信息咨询业的发展进入了一个新的时期。

加入WTO和申奥成功，给我国信息咨询业的发展带来契机。我国加入WTO后，政府部门垄断信息资源的状态被打破，促进了信息资源的开发与共享，但国内弱小的信息咨询业不可避免地面临着国外大型信息咨询机构的挑战与威胁。入世标志着服务业的全面开放，标志着 中国 信息咨询业竞争全面进入国际化、全球化，而海外信息咨询机构的全面进入，无疑会对中国信息咨询行业带来冲击和压力。首先，国外大型信息咨询机构拥有优势和强势与我国信息咨询 企业 目前 的水平相比，形成的落差是我国短时期难以超越或持平的。其次，国外信息咨询机构凭资金上和待遇上的优势，从我国信息咨询企业中挖走精英人才，给我国信息咨询业造成更大的人才危机。第三，与国外发达国家信息咨询机构相比，目前我国信息咨询业存在着企业规模普遍较小、管理模式结构的混乱、市场体系不健全、从业行为不规范、服务项目单

一、品牌信誉尚未形成、专业精英人才缺乏、咨询机构的主体地位尚未确立、咨询机构建设不完善以及部分信息咨询市场存在着带有行政色彩的垄断性等行业弱势，严重 影响 了信息咨询的服务质量，阻碍了信息咨询业的发展。在中国入世前,世界各大咨询公司就已经迫不及待地在中国开展自己的业务。入世后,外资咨询公司纷纷抢占中国咨询业市场,目前已有数百家海外公司在华登陆。在目前实力不强、管理尚不规范的我国本土咨询公司面前,这些跨国咨询公司的优势十分明显,将对我国咨询业市场产生深远的影响。

2 我国信息咨询业的自身相对优势

从现实情况来看，短期内我国信息咨询业无论技术手段、服务质量还是市场幅度，与国外均有很大的差距，这使我国咨询业面临严峻挑战，国外一些大的实力雄厚的信息咨询公司将凭借其高技术手段和资本将我国的企业排挤在市场之外，使我们处于被动局面。但我们也应该乐观地看到，我国的信息咨询业也有许多国外大型信息咨询机构暂时难以替代的比较优势，在新时期的信息咨询市场中应能大有所为。

2.1 信息资源比较丰富

1997年以来我国实施“政府上网工程”，使得政府信息资源向全 社会 开放，极大地丰富了信息咨询业运行所需的信息资源。由于这种信息资源的开发成本、利用成本大为降低，有效地提高了信息咨询业的生产经营效率。此外，我国信息咨询企业熟悉国情政策，比较了解熟悉企业的现实情况，能使咨询服务配送更加对口，直接到位。

2.2 服务费用相对低廉

相对于国外信息咨询机构而言，我国信息咨询企业提供服务时，凭借先天的地理优势和资源优势，运作成本相对较低，运行过程简约便捷，因而服务费用大大降低，令国外同行叹为观止。

2.3 人才结构趋向合理

随着信息咨询市场的不断完善，迫使广大信息咨询企业痛定思痛，以人为本，不断优化作业人员队伍，专业人才在从业人员中的比重不断上升，并不惜花重金大量聘用境外学成归来的精英人才，他们带来了先进的思想和尖端的科技，日趋缩小与国际同行的距离。

2.4 多元合作日益成型

许多信息咨询企业注重加强与国内名牌高校、科研院所的联系，加快产、学、研一体化进程，借助于高等院校、科研机构的智力资源和专业技能，共同开发信息咨询市场，取得了良好的效果。

2.5 咨询商机不断涌现

由于咨询费用偏低、操作可行性佳，入世给我国的信息咨询业带来了巨大的商机。海外中小企业潮涌而入中国市场，急需得到投资、合作和拓展经营方面的导向服务；数以万计的国内中小企业面对入世，急需得到智力支撑。这些中小企业的信息需求，是“门对门”的信息配送，我国信息咨询业比国外同行更具有施展能力和作为的机会。

3 发展我国信息咨询业的对策

对于开放的、无边界的信息咨询竞争，我国的信息咨询企业，首先应该有足够的心理准备和综合运作层面的应对准备，保持着积极的姿态。只要我国信息咨询业能正视现实，积极应对，依托比较优势，发挥后发优势，那么我国信息咨询行业市场广阔，前景灿烂。

3.1 加强信息立法，应对世贸规则

由于我国信息咨询业的咨询机构良莠不齐，需要尽快制定信息产业法，用 法律 的形式确定信息咨询业的作用和地位，确定信息咨询 企业 开业的条件、经营规范以及他们的权利和义务，使信息咨询业的管理和 发展 做到有法可依。更为重要的是，我国要按照WTO规则的要求，抓紧做好信息咨询产业法律法规的制定工作。根据WTO的有关规定，不仅要保证我国有关法律制度与WTO规则和我国对外承诺一致，还要确保立法工作质量，增强法律制度的透明度。从总体上来看，我国政府对信息咨询业相当重视，制定了一系列产业政策，但与WTO规则还相去甚远。在加强对乌拉圭回合谈判达成的《服务贸易总协定》、《与贸易有关的知识产权协定》以及与WTO有关信息服务条款的原则进行详尽 研究 的前提下，加快制定我国信息产业法，用法律的形式确定我国信息咨询业的地位和作用，对咨询价格、市场管理、行业规范、机构审查、从业资格认证、咨询企业的权利与义务等进性明确的规定，健全和规划信息咨询业的从业行为，使信息咨询业的管理和发展做到有法可依、有章可循，与世贸规则相衔接。

3.2 培养专业人才，优化人才结构

未来 社会 的竞争归根结底是人才的竞争，谁拥有高素质的人才，谁就能在激烈的社会竞争中得以生存和发展。因此，信息咨询人员的知识水平和素质直接决定了信息咨询质量的好坏。我国信息咨询要在市场前景 分析 、风险分析、成本效益分析、项目技术分析、政策法规咨询等方面占有一定的优势，要求我们的信息咨询人员要具有快速获取信息的能力、高效处理和分析信息的能力和快速传送信息产品的能力，必须具备渊博的知识、开阔的思维、缜密的组织、公共关系意识以及一定的 计算 机知识、 网络 技术和外语水平。我国信息咨询机构必须“换脑”、“融智”，进行强势充电，加强人才复合化、专深化、结构合理化建设，对执业和从业的信息咨询工作者，分层面普遍进行一次职业培训，强化专业技术训练，逐步做到持证上岗，凭资质营业。国家要有统一的信息咨询专业培养计划，学校 教育 中也应重视学生的综合素质和实践能力的培养，并且还将在岗培训纳入到终身继续教育计划之中，鼓励和支持咨询人员在实践中不断充实自己。

3.3 理顺市场机制，培育市场需求

面对信息咨询业竞争的新形势，国家应在财政、税收、法律等方面给予一定的支持,在财税政策上按高技术产业予以优惠,同时增大资金投入,实行中央、地方和集体、个人一起上的方针。国家占主渠道,积极鼓励集体、个人角逐咨询市场,建立平等竞争机制，并制定相关规定保护本土咨询企业,扶持一批咨询企业形成大企业和企业集团。信息咨询企业要冷静思考，大胆实践，积极探索和建立一套适应 中国 特色社会主义市场 经济 体制、适应入世后更加开放条件的企业管理模式。信息咨询机构要按照 现代 企业制度的要求，树立“用户至上”、以用户为中心和信息经济、市场经济的观念，以市场竞争为机制，实行政企分开，转变运营机制，建立起面向市场、对用户需求快速反应的运行机制，加强企业产权所有制多元化、竞争化和联合化建设，建立 科学 的管理体制。要以市场为导向，规范信息咨询服务市场行为，培养咨询市场结构要素，健全市场管理体制，完善市场运行机制，咨询服务按市场经济 规律 运行，提高信息咨询服务的时效性、准确性和效益性。加速培养和优化信息咨询市场,选择正确的市场目标,进行科学的市场定位。

3.4 加强资源整合，组建战略联盟

当前，我国信息咨询机构参与国际竞争显得力量单薄,只有充分发挥合作优势占领市场,才能与国际力量抗衡。我国信息咨询机构要打破条块分割、各自为政、自我封闭、重复建设的局面，实行企业间的联合与合作，才能在资产规模、技术含量、管理水平、信息咨询专业人才、销售额等方面，与国外咨询机构一争高下，才能在市场竞争的风浪中稳操胜券。我们要有意识地采取“团体作战”的思路,即在宏观上依靠政策,微观上利用发达的信息系统,按照经济原则,对一些大中型信息咨询公司进行整合、重组,组建具有竞争力的大型集团,以避免“内耗”。信息咨询企业既可以通过紧密型联合也可以采用松散型联合，避免重复建设、重复劳动，实现优势互补，形成业务关联、互惠互利的利益集合体，以提高市场竞争力，有利于优化信息资源配置，促进信息咨询产业结构同级化和合理化。

3.5 加大宣传力度，创办行业精品

大众媒体的宣传是树立信息咨询业形象的重要手段，通过宣传,不但可以推广咨询成果,提高咨询机构的形象和社会知名度,而且可以开发潜在的信息咨询市场。我国信息咨询业要加大宣传力度，在已有成就的基础上，适度宣传自己，提高知名度、信誉度和美誉度。要包装推导我国的品牌信息咨询业，在国门之外塑造我国成功信息咨询机构的品牌形象：一是要有服务精品；二是要树立企业形象；三是要创办名牌企业；四是要广开宣传渠道。

3.6 加强国际交流，参与国际竞争

入世为我国信息咨询机构与国外先进的大型信息咨询企业直接对话打开了便利之门，我们要抓住契机，通过正当渠道，与他们建立交流与合作关系，引入和建立国际领先的管理理念和 方法 ，激励向外发展。 学习 国外同行经验,壮大自己的实力,提高声誉,为开展与国际化接轨的咨询服务打下基础，同时向国际标准看齐,利用世界先进技术,抢占信息咨询服务的国际市场,为我国信息咨询业的进一步发展做更大贡献。在加强交流过程中，要以国外知名咨询企业如安达铭、麦肯锡、兰德等为重点，借鉴他们战略发展模式、成功运营经验、先进管理技术，结合我们自己 目前 的 科技 水平和市场开拓状况，去其糟粕、取其精华，扬长避短、取长补短，推陈出新，大胆创新，促进我国信息咨询业的长足发展，并在此过程中积极拓展涉外信息咨询业务，积极与国外的大咨询公司合作,通过合办咨询公司、参加同类国际咨询行业组织等方式争取项目，参与国际信息咨询市场的竞争。

参考 文献

1 于斌，吴潇．信息咨询业发展面临的 问题 和新方向[J].科研管理，202\_

(8)

2 张金鸾．全球信息化对我国信息服务业的 影响 探析[J].中国图书馆学报，202\_

(1)

3 钱瑞莉．浅谈我国信息咨询业发展中存在的问题及对策[J].沈阳教育学院学报，202\_

(4)

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！