

2006青岛咨询培训产业盘点特刊

2006 财智风标

2006 CAIZHIFENGBIAO



这是一个用智慧创造财富的时代。从来没有人像今天这样重视智慧的力量,因为在社会转型期所可能积累的机遇已经被最大量地释放,财富已经不再那么可以被轻易地拣取,更多的人需要使用智慧的利器在市场的舞台上竞拼。

这是一个智慧不断聚集,不断核爆的时代。谁抓住了它飞快跳动的脉搏,谁踩上了它飞速前进的鼓点,谁就能在新一轮的“脑力竞拼”中成为最大的赢家。这样一个时代,我们需要加倍地关注:那些输出智慧创造财富、站在财富的金字塔塔尖思考的人,他们的现状,以及走势。

为了让我们的盘点内容更加聚焦,我们将目光投向2006年的青岛企业咨询培训市场。我们希望能够理性地对他们进行深度关注。

2006 CAIZHIFENGBIAO

青岛智业步入“晶钻微雕”时代

□本报记者 盖彦

喜悦——发展空间越来越大,市场需求逐步升温

2006年,对于身处青岛咨询培训产业的从业者来说,机遇大于挑战。

从政策环境方面来看,随着大力发展现代服务业被确定为青岛城市战略,咨询培训策划机构作为现代服务业的高端产业,其头脑经济所发挥的重要作用日益受到重视。青岛在优化城市软、硬环境的同时,必须大力发展如智慧产业这样启动资金少、商务成本低、占用空间小而又高附加值、处于经济发展的高端环节的智慧产业和机构,这已经成为大家的共识。尤其是创意产业、动漫和网络游戏产业、会议展览业的迅猛发展,都在向这些在行业内深耕的领军人物传递着一个信息:作为头脑经济的代表,青岛咨询策划机构迎来了一个大大发展的机遇期。

市场的反馈也没有令人失望。据权威机构调查,经过几年的市场培育,企业经营者逐步认识到智慧服务的力量,在咨询培训方面的需求持续升

温。青岛有38万家民营企业,规模以上的企业有9万家,这些企业有相当一部分对智慧服务有着迫切的需求,其中有一部分企业已经走进本土咨询培训企业建造的企业学习课堂,进行管理充电;也有相当一部分企业开始聘请“外脑”进行专业的市场竞争策略分析和企业战略运营,尤其是在今年中小企业“上市热”的带动下,更是引发了许多经营者对现代企业管理制度的关注和学习,也就潜藏着巨大的市场需求。

智慧产业的发展,不仅为一二三产业提供智力服务,自身还创造出巨大的经济效益。美国麦肯锡公司一年的全球营业额就近30亿美元。美国在20世纪90年代中期,咨询业的营业额已突破300亿美元。世界各国咨询业的产值平均占GDP的1%,发达国家达到2-3%。而我国咨询业的营业额占GDP的比例仅为万分之二,谁来撬动市场的大蛋糕?有专家预测,北京、上海、深圳、青岛等富有特色的国际化大都市将成为中国咨询培训蛋糕的最大分食者,未来前景值得期待。

趋势——专业公司逐渐走强,行业细分成大势所趋

随着青岛智慧产业不断升级发展,一些专业化发展的品牌公司涌现,逐步改变了人们对咨询培训机构人员不多,资金少,知名度低、管理落后的印象,目前青岛市200多家企业咨询培训机构已经形成了品牌公司支撑、中小公司聚焦特色、初创公司通过公开课撬动市场的发展格局,并在不同的细分领域涌现出一些优秀的品牌公司。

如在MBA、EMBA领域不断创新发展的青岛华夏学院管理学院、北京现代工商等,以做海尔的管理模式输出为品牌的兰德管理咨询,

以学习型组织的创建为主要特色的创杰管理咨询,以沟通与演讲为主要特色的卡内基训练,以公开课和大型培训为主要特色的金五环公司和影响力公司,以体验式培训为主要特色的青岛创新财智管理咨询公司,以提供全新的e-learning培训课程为核心代表的时代光华商务咨询公司,专注于企业的职业化服务礼仪形象塑造的汉韵语言培训学校,通过精益管理为制造企业提升绩效的华安盛道咨询公司,甚至还出现了为咨询培训公司服务、以提供培训课程设计和讲师培训的公司,像

海纳百川管理咨询公司……在智力输出行业出现了这么多不同服务领域的细分,并且随着竞争的推进一些行业的领军企业逐步树起了品牌大旗,说明青岛的智业正在从稚嫩逐步走向成熟。

有业内专家指出,经过近十年的发展,青岛咨询培训类产业已经进入“混战时代”,今天已经进入了“晶钻微雕”时代,微利时代市场竞争的战术也许就是集中优势力量,在对市场进行细分的同时提升服务品质。这是财智先锋们由强大到大的必由之路。

烦恼——服务对象不断理性,洋品牌抢食奶酪

有咨询专家指出,中国的管理培训与管理咨询市场在历经二十世纪九十年代中期的萌芽初兴,到前几年的轰轰烈烈、高潮迭起之后,正在逐渐步入理性和冷静的“后MBA时代”,早已久病成医、满耳现代管理理念、满脑现代管理思想的企业经营决策者,面对来自培训与咨询公司的热情推介时能表现出特有的成熟和谨慎。具体表现是服务需求更加个性化——这从某种程度上提高了服务的难度和服务的成本,因为以往那种

侧重启发式、大而全的公开课培训或一套方案一个管理模块走遍天下的运营方式已经逐步被市场淘汰;对服务品质的要求更高——不仅需要学习知识和理念,更需要掌握方法和技能,解决企业经营中遇到的具体问题,这无疑对咨询培训机构的从业者素质提出了极高的要求。客户变得越来越聪明了,那些没有专业实力的公司就会在市场的理性中被残酷地淘汰出局。

青岛城市经济发达活跃,知名企

业聚集,已经成为高端服务业企业争相落户的一块财富宝地,今年普华永道、毕马威、新加坡SQ等这些全球赫赫有名的咨询服务机构在青岛的落地,就带给本土咨询机构不小的挑战。这些国际咨询巨头的竞争优势不言而喻,面对竞争的压力,本土咨询业如果选择的是退却,那么就等于把奶酪拱手让之于人。

只有化压力为动力,学习外国咨询企业的长处,发挥本土咨询的优势,寻找发展的核心增长点。

思考——专业化品牌化集群化发展,塑造青岛智谷

随着一二三产业和虚拟产业在岛城的快速崛起和竞争的日益加剧,它们对智慧产业的服务需求呈现快速增长的趋势,即需求越来越大,越来越专,越来越细和越来越深。由于岛城智慧产业自身功能的“缺失”和脆弱,所以在这一产业出现了误区,即“信外不信内,信远不信近,信洋不信土”的局面,其实“外来的和尚”未必都会念经。在“需求”与“供给”严重失衡的情况下,岛城智慧产业该如何发展是一个值得深入思考的重大战略问题。

思想和思想的交流产生的是核变

的力量。11月17日,由青岛财经日报第25:00企业家沙龙发起,青岛品牌咨询、培训机构的负责人济济一堂,共同盘点2006青岛智慧产业发展成果与收获。他们理性分析咨询培训市场发展现状,进行沉静地自我剖析,探究未来成长做强的发展路径,呼吁成立青岛智慧产业联盟,企业共生共荣合作发展。


大家呼吁,岛城的智慧产业应站在经济全球化的大背景下思考,高起点,发挥地利优势、产业优势和品牌优势,以前瞻性的眼光和大思维,整合有识之士和各方力量创建中国

的“智慧谷”,成为智慧产业最发达的地区之一。同时做到:专业化程度高,自主研发能力强,服务功能齐全,在行业内影响力大,航母级的品牌企业和细分化的专业公司共存,真正做到智慧产业的产品权威化、系列化、综合化、体系化和名牌化。

从三五年之前的稚嫩起步,到如今架起专业化、品牌化、集群化发展的雄韬伟略,立足岛城辐射全国,为企业或机构提供一流的智慧服务的青岛智业,期待成就一个星光灿烂的产业集群品牌。

本期导读

C3  时代光华
青岛时代光华商务咨询公司

C4  青岛市市南区人才交流服务中心
青岛市市南区人才交流服务中心

C5  青岛兰德
青岛兰德管理咨询公司

C8  青岛博金
青岛博金管理咨询公司

C8  卡内基训练
卡内基训练青岛公司

□策划:张勇 盖彦
海纳百川管理咨询机构首席咨询师 李大志
□编采:崔峥 李菁 景虹
□美术设计:薛冬
□青岛财智联盟联系方式:80998777 13325002187