

科技咨询服务模式优化与实践分析

杨春霞

兰坪县工业和信息化商务局 云南 怒江 671400

摘要：科技咨询服务作为重点行业，对于服务专业性、服务质量等的要求较高，但在传统环境中，科技咨询服务往往被忽视，服务模式的发展相对滞缓。近些年来，科技发展与理念变革，也给科技咨询服务行业带来了诸多影响，各科技咨询服务的客户方都在积极关注数字化转型，重视科技咨询服务，迫使科技咨询服务的企业也必须要进行模式优化探索。基于此，本文即从传统科技咨询服务模式的特征分析展开，详细剖析目前的典型优化模式与科技咨询服务的可实现优化路径。

关键词：科技咨询服务；模式优化；实践

引言：

政策要求、科技发展、市场变革作为影响科技咨询服务行业的关键因素，近年来的发展变化速度明显加快，科技咨询服务作为不可或缺的行业，不是独立存在的，是具有一定依附性特征的，外界因素的变化迫使科技咨询服务行业必须要进行模式优化的探索，从而确保其能够匹配各行业客户的需求，以实现保持业务生命力和提高市场竞争力的目标。但从目前科技咨询服务行业的发展情况分析，区域失衡、技术创新应用以及与客户深度融合的发展仍有待提升，各咨询公司在该方面的探索还处于初期阶段，发展潜力巨大。本文从传统科技咨询服务模式的特征展开分析，研判现阶段的典型优化模式与该行业的优化发展路径，旨在为科技咨询服务行业提供参考，助力其快速适应现代化格局，从而发挥其在现代化社会建设和行业发展方面的价值。

一、传统科技咨询服务模式的特征

（一）专业机构主导

在过去的科技咨询服务领域中，通常由科研院所下属的咨询部门或科技咨询公司承担，其具备丰富的行业经验与专业知识储备，汇聚了各个行业领域的人才与专家，能够根据客户需求提供全方位、多层次的服务，满足客户的科技咨询服务需求。甚至，一些综合性的科技咨询公司还能覆盖多个行业领域，为客户提供跨领域的科技咨询服务，解决客户的多元需求。

（二）服务流程相对标准

无论是科研院所下属的部门还是科技咨询公司，其在科技咨询服务方面的流程与模式都是相对标准，基本遵循一套相对固定的流程，从项目接洽到需求调研，再到方案制定和方案评审、实施跟踪、项目验收……每个环节的任务和要求都是明确的，从而保障科技咨询服务的效果与质量^[1]。服务过程中，线下的面对面沟通不可或缺，是确保咨询团队能够充分理解客户需求和掌握客户意向的必要条件，以便于其能够在方案设计的合理性、需求匹配性方面做到高效高质。

（三）地域性特征明显

虽然在当前的市场环境下，科技咨询服务的进入门槛较高，咨询机构数量相对较少，甚至存在一定的垄断现象。但由于科技咨询服务市场往往会受到地域因素的影响，本地机构更了解本地的政策法规和产业环境等信息。对于客户单位而言，能够以较低的沟通成本完成解决咨询需求。因此，科技咨询公司的地域特征是比较明显的，多数都是地方的科技咨询公司服务于本地的中小企业，业务范围往往局限于本市、本省或周边省市地区。只有少数服务于高端科技咨询和品牌优势较大的咨询公司，能够开拓辐射范围较大的全国市场，甚至形成垄断。

二、现代科技咨询服务典型优化模式解析

（一）数字化转型驱动科技咨询服务模式转型升级

随着我国在数字化与信息化方面的技术发展持续获得突破，科技咨询公司在业务管理和服务模式等方面也逐步开始了数字化转型的探索。甚至，许多科研机构 and 科技咨询公司都将数字化转型作为核心战略，引进大数据、云计算、人工智能等的前沿技术，发挥此类技术在数据统计分析、资源比对、关系挖掘等方面的优势，为客户提供更精

准、更完善的咨询服务，提升服务的智能化水平和服务成果的质量，利用数字化技术压缩服务成果形成的周期，实现降本增效^[1]。

（二）行业生态化合作格局驱动全面解决方案落地

从科技咨询公司本身的业务格局分析，其业务本身就是和外部各企业、高校、科研机构等有着密切联系的，依托于此类客户而存在。为了更好的提升科技咨询服务质量，推动自身的业务经营优化，科技咨询公司和上下游企业、高校、科研机构等进行生态合作，打造跨行业、跨领域的生态系统，目前业已成为行业共识，在各科技咨询公司的战略规划中占据重要地位。当科技咨询公司能够形成行业生态化合作模式之后，其便能够在优势互补和资源整合的基础上，为客户提供全方位、一站式的解决方案，从而大大提升服务水平，提高服务质量和客户满意度。在生态合作的前提下，当前也有许多科技咨询公司构建了开放式创新模式，由科技咨询公司和客户共同进行项目设计，共同组建项目团队，共同商量和解决问题，可大大提高客户的忠诚度与满意度。

（三）多元化服务需求驱动服务模式多样化创新

结合我国目前的市场环境分析，每个行业的细分分支是非常多的，意味着每一个客户的需求都是不同的。科技咨询公司作为服务于客户需求的角色，近年来，在分析客户的多元化诉求和构建多样化服务模式的方面，开展了大量探索，形成了定制化服务、按需服务、订阅服务等模式，以满足客户的多元化诉求，为其提供针对性的服务。比如，定制服务可以在深入了解客户痛点与需求的基础上，向客户提供深度定制化的服务，为客户形成个性化的解决方案。而部分客户由于在服务内容和周期方面存在特殊，按需服务和订阅服务的模式可为其提供更多选择，降低服务成本，减少服务顾虑，提供服务效率。

（四）客户体验诉求驱动服务流程优化

当前，线上线下结合的服务方式已经成为科技咨询服务的主流模式，线上沟通工具可有想打破传统面对面咨询的限制，咨询公司可采用线上线下相结合的方式，借助各种在线会议平台、远程协作工具等，实现与客户的实时沟通，信息共享，现场调研以及方案评审等必要的线下服务环节仍旧存在，而需求沟通、资源传递等则可采用线上手段，效率更高，同时又能大大缩减沟通成本和其他服务成本，在保证质量的前提下，优化服务体验。尤其是线上服务模式的优化，还能够有效促进服务过程的透明化建设，客户能够实时了解到咨询进度、成果与风险等信息，借助定期的项目汇报以及线上成果展示等手段，能够大大提升

客户的信任度与满意度^[2]。

三、科技咨询服务模式优化与实践路径

（一）从“标准化”到“定制化”的流程重构

当前，我国的科技在飞速发展，市场竞争日益激烈，广大客户对于科技咨询服务的需求也呈现出个性化、多样化的特征，传统模式下的标准化服务显然已经无法满足客户复杂多变的需求，从标准化向定制化的过渡是必然趋势，也是未来科技咨询服务模式优化的重点方向。要知道，规模行业不同的企业在科技发展过程中会形成不同的决策，在业务重点、战略目标等方面有着较大差异，其对于科技咨询服务的需求也是不同的，有的企业更关注商业模式设计和技术选型，有的企业则侧重于数字化转型规划与技术创新战略，不能一概而论，定制化服务是必然选项。尤其是在市场环境下同质化产品服务竞争激烈的格局中，企业要想脱颖而出，即需要获得定制化的咨询服务，以满足企业的创新突破需求。对于科技咨询服务企业来说，是否能够提供定制化服务也是其从咨询服务行业脱颖而出的关键，是其能否被广大市场认可、占据更大市场份额的突破口。

在实际的落地过程中，定制化的流程重构对于科技咨询服务企业而言，须对多个原业务环节进行优化，涉及需求调研、客户沟通、方案设计等环节。以需求调研为例，标准化的问卷调查方式显然不够，咨询企业还可灵活应用实地考察、访谈、参与客户内部会议等策略，更精准的了解客户，确保对客户的业务现状、痛点问题、发展战略、期望目标等有充分理解，从而确保其在提供咨询服务时，能够与客户实现同频沟通。基于需求调研的需求评估，亦可在定制化的角度进行优化，依托调研所获得的信息成果，构建起需求评估模型，量化分析客户需求，同时对客户需求进行优先级排序，综合研判需求的可行性、重要性与紧迫性等特质，进而为后续的方案设计提供参考，确保方案设计的合理性与有效性^[2]。方案设计环节中，咨询公司也须改变“套模板”的思路，做到“一企一案”，根据客户的需求定制服务化方案。以数字化转型升级为例，央企/国企和中小企业、公益机构的需求也会有较大差异，从技术角度看似乎相同，但在业务需求角度却会有非常大的差别，定制化的服务方案可有效响应不同客户的诉求，确保方案的匹配性、可行性。

（二）从“经验驱动”到“数据驱动”的知识管理升级

知识管理作为科技咨询服务领域的核心要素，是行业竞争力和服务质量的保障，信息爆炸、资源丰富的时代环境中，知识管理更成为了科技咨询公司的发展“命脉”。与传统经验驱动的知识管理模式不同的是，现代化的科技

咨询服务不再依赖于咨询师的个人经验积累、传承，大数据和人工智能等的技术应用已经可有效解决知识管理的问题，实现知识的结构化存储和管理，数据驱动的知识管理模式已然成为科技咨询服务模式优化探索的关键路径。

基于当前逐步发展成熟的大数据和人工智能技术手段，咨询公司应当积极拓宽知识获取渠道，将所需的社交媒体、专家访谈、行业法规、技术趋势、市场动态等知识整合起来，利用爬虫技术等进行信息抓取，并利用大数据进行关键信息监测，可有效满足其在方案设计与方案编制时的应用需求，确保方案设计的质量，保证方案编制的效率和严谨性、精准度。人工智能技术的应用近年来热度较高，利用深度学习等技术构建起锚定目标知识与服务的知识库，集中存储和管理知识资源，利用多模态交互和智能检索功能，可有效满足咨询师的知识查找、知识整合、数据统计等需求，为咨询师的方案设计、方案编制等工作提供便利。更为关键的是，AI知识库能够实现与咨询服务流程的深度结合，实现从感知到推理、决策层面的深度应用，在科技咨询服务的需求分析、方案设计与实施评估等环节中，为咨询师提供关联知识资源、实践案例等知识，辅助咨询师形成用合理可行的决策。

AI的行业化应用路径中，目前已有部分模型实现了“行动”层面上的落地，应用在科技咨询服务行业中，可基于智能问答系统实现客户问题的自动答复，或基于机器学习算法实现项目数据分析、预测的自动化，形成初步的咨询服务建议，解决客户的各项基础顾虑和需求，在降低客服人力成本的同时，提高客户咨询的满意度，并为客户合作过程中的咨询服务效率提升奠定坚实基础。

（三）从“单次交易”到“长期生态合作”的产业转型

从当前我国的实际发展现状分析，产业环境变革迅速导致客户的需求也越来越复杂，迭代越来越快，科技咨询服务行业所面临的情况是客户需求千变万化，更新快，创新

要求高，倒逼科技咨询服务行业必须要转变服务模式。综合分析目前各地区科技咨询服务公司的发展定位，“生态合作”是非常突出的关键词，各咨询公司越来越关注和客户建立持续的、深度的合作关系，深耕客户所在的行业，与客户进行密切绑定，全方位融入到客户的业务生态系统中，从而确保能够与客户实现价值共创。

和单次交易模式不同的是，各咨询公司逐步开始将关注焦点从项目短期收益转变为长期服务收益，注重与客户形成长期的生态合作模式，关注客户的长期发展需求，树立以客户为中心的服务意识，全面链接客户的业务体系，确保能够对客户的业务痛点、战略目标、未来规划等有清晰深刻的认知，从而实现在客户体系中“点一线一面”的业务辐射，或实现持续性的业务合作。以各央企/国企为例，内部部门众多，人员众多，科技咨询服务的客户对象非常多，许多部门都有科技咨询服务的需求。若咨询公司能够与其建立联系，形成一个优质案例，在持续耕耘的过程中，将能在其体系内形成扩散效应，利用各部门业务之间的联结，获得更多的客户，从而争取到更多的项目。并且，此类企业的信息化建设、业务升级等是每年有持续的财政投资作为保障的，若咨询公司能够与该类企业实现深度联结，将能够获得持续性的项目，为其提供持续服务，积累数据、资源和案例，形成叠加效应，在持续优化服务、持续服务强化和持续效益获得方面形成良性循环。

四、结束语

总而言之，在当前我国越来越注重项目管理规范性、资金审核流程严谨性的局势面前，科技咨询服务的价值越来越突出，专业的科技咨询服务也成为各客户单位的关注重点，科技咨询服务行业应当抓住机遇，借力当代的技术、平台等优势，在服务模式方面进行优化升级，落地深度服务、创新服务、综合性服务等方面的探索，以服务模式优化提高企业效益，优化行业格局，实现综合性的长远效益。

参考文献：

[1]齐瑾.科技咨询与管理服务在赋能企业创新发展中的重要性探析[J].石河子科技,2025,(01):72-73.

[2]李绕丹.科技咨询助力中小企业创业创新——以广西北海市为例[J].企业科技与发展,2019,(09):7-8+12.