

软 件 工 程 技 术 丛 书



前沿论题系列



业务规则方法原理

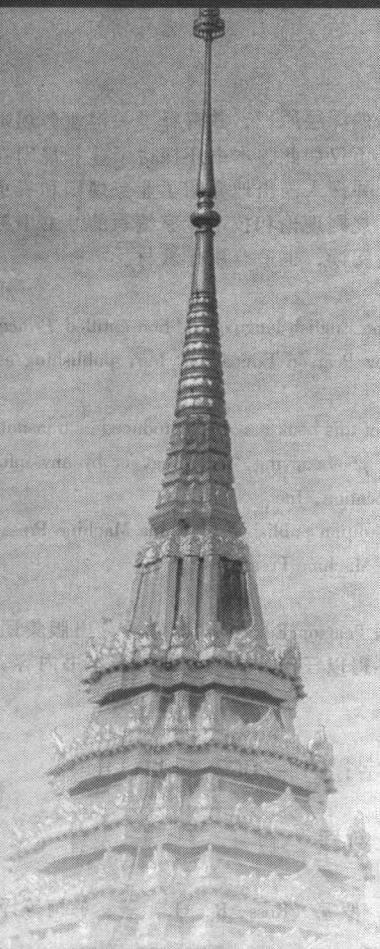
Principles of the Business Rule Approach

(美) Ronald G. Ross 著

韩柯 孟海军 等译



机械工业出版社
China Machine Press



业务规则方法原理

Principles of the Business Rule Approach

(美) Ronald G. Ross 著

韩柯 孟海军 等译



机械工业出版社
China Machine Press

本书探索了业务规则理论的深层原理,并解释了关键业务规则概念,提供了针对业务规则表示的基于经验的最佳实践。不仅如此,本书还探讨了业务规则在向范围更宽的、基于模型开发的发展趋势背景下的作用,并深入浅出地介绍了业务规则和表示的深层理论。

本书是由世界领先的业务规则理论和技术专家编写的。书中提供了清晰易懂的解释和实用手段,既适合业务和技术人员阅读,也适合用作教材。

Authorized translation from the English language edition entitled *Principles of the Business Rule Approach* by Ronald G. Ross, published by Pearson Education, Inc, publishing as Addison-Wesley, Copyright © Business Rule Solutions, LLC.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanic, including photocopying, recording, or by any information storage retrieval system, without permission of Pearson Education, Inc.

Chinese simplified language edition published by China Machine Press.

Copyright © 2004 by China Machine Press.

本书中文简体字版由美国 Pearson Education 培生教育出版集团授权机械工业出版社独家出版。未经出版者书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

版权所有,侵权必究。

本书版权登记号:图字:01-2003-4921

图书在版编目(CIP)数据

业务规则方法原理/(美)罗塞(Ross, R. G.)著;韩柯等译.-北京:机械工业出版社, 2004.10

(软件工程技术丛书 前沿论题系列)

书名原文:Principles of the Business Rule Approach

ISBN 7-111-15210-7

I. 业… II. ①罗… ②韩… III. 软件工程-理论研究 IV. TP311.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第094926号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:李云静

北京牛山世兴印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2004年10月第1版第1次印刷

787mm×1092mm 1/16·16.25印张

印数:0 001-4 000册

定价:39.00元

凡购本书,如有倒页、脱页、缺页,由本社发行部调换
本社购书热线:(010) 68326294

译者序

开发各类自动化系统归根结底是由业务驱动，并要为业务服务的。这是每个 IT 人员嘴上都承认的观点，但是却不能很好地落实到实际行动中。在很多情况下，IT 人员从部分业务人员那里刚刚得到一点儿所谓需求，就立即组织对其进行草草的“评审”，然后就一门心思想考虑各种具体的技术问题，考虑实现和编码，并陶醉于自己的各种所谓解决方案和技术创新中。这样的产品即使有很好的质量，甚至是零缺陷，也几乎可以肯定不能满足现实中复杂而且不断变化的业务要求。

本书并不是一本纯技术的专业书。作者撇开具体应用领域，站在较高的层次上，系统化地讨论了业务规则的各个方面，深入、全面地分析了业务规则的特点，叙述了业务规则论域的基本理论和形式化描述问题，提出了一些很有见地的业务规则系统建立原则。通过这些内容，读者能够从更高的角度审视各类自动化系统的需求获取、描述和分析问题，相信这会对各类业务人员、项目经理、系统分析员等有很大帮助。本书也应该是让在校高年级学生拓展视野的相当不错的参考书。

在翻译过程中，除了对原文个别明显文字错误进行了相应更正外，我们力求忠实原文。但由于译者的知识水平和实际工作经验有限，不当之处在所难免，恳请读者批评指正。参加本书翻译、审校和其他辅助工作的还有：黄慧菊、屈健、刘芙蓉、王威、李津津、原小玲、韩文臣等。

前言

业务系统永远都应该由企业的需要来推动。业务工作者应该参与以非常直接、具体的方式描述这种需要。在实践中运用这些原则，意味着采用一种既会对业务人员，也会对信息技术（IT）人员产生深刻影响的业务系统新方法。

这种新方法可以叫作“业务分析”，其基本的可交付产品是“业务模型”。但是，这些术语常常被非常随便地使用。很多系统开发者都认为自己的可交付产品够得上业务模型，但实际上并非如此。由于阐述这个问题需要一些背景知识，因此留到第一部分深入讨论。从现在开始，我就把这种新方法叫作“业务驱动”方法。

业务驱动方法中一个令人激动的基本要素是“业务规则”。在展开叙述之前先澄清一些概念。我们当然不一定讨论完某种业务驱动方法才谈论业务规则。换句话说，我们本来可以单独讨论业务规则。

但是我们为什么要这样结合业务驱动方法来讨论业务规则呢？如果业务需要是业务系统的驱动因素，那么业务驱动方法和业务规则都应该一起运用。如果是这样，企业就可以得到应对21世纪所面临的挑战的最佳业务解决方案。这是本书基本思想的核心。

正是这种想法促成我写作这本书的。一般来说，本书针对三类读者：业务人员、IT人员和学术界学者。在当今世界中，在这三类人之间存在很深的鸿沟，而这本身就是问题的一部分。为了找到可能的最佳业务解决方案，这三类人必须在共同目的和方法上更密切地结合。本书有助于探索实现这类结合的途径。

关于技术

由于我强烈地认为业务系统应该由业务需要驱动，因此本书通篇都（相当困难地）故意回避讨论技术。但是技术问题当然值得讨论，所以还是在这里简短地讨论一下。

我们现在正处于业务知识能力技术创新的巨大的新浪潮前沿，可以把业务规则（我把这些业务规则统称为“业务逻辑”）看作是在这个方向上发展的第一步，而且从很多方面看是相对温和的一步。

明确的事实是，这种技术还从来没有成为主流企业IT的一个重要部分。20世纪80年代，专家系统曾经掀起了一个小高潮，但是没有产生什么影响。出现这种情况有很多原因，也许最重要的原因是技术。那时（一直到最近）的计算环境体系结构基本上是整块的，不能提供适应“外部”服务的简单方式。

不必细说，这种基本障碍现在已经被清除，插入式服务的集成正在变得越来越容易。要集成的比直接知识支持更好的服务是什么呢？

“知识支持”听起来有些抽象。目前有多个术语指这类服务，包括“规则引擎”和“决策管理平台”。本书第五部分采用的是“业务逻辑服务器”。不管采用什么名称，我毫不怀疑地认

为，在未来几年之内，这类服务将成为所有主要业务软件平台的一部分。

对很多人来说，这种技术有些空穴来风。但事实并非如此。事实上，正如本书第五部分将要介绍的，这种新技术的理论基础已经有很多年了。商品化产品的出现可以追溯到 20 世纪 80 年代中期，而应用研究还要早得多。以下方框内给出的是这种技术的最新状况。

业务逻辑技术：近期发展方向

在不远的将来，商品化技术服务业务逻辑有可能通过几种不同方式提供。其中包括：

- **作为独立的组件支持** 在这种情况下，企业可以采办最适合或发展最好的组件包，将其恰当地集成到自己的计算环境体系结构中。
- **与 workflow 引擎结合** 这种强有力的结合特性，可通过由业务逻辑技术提供的协调和决策制定使过程管理自动化。其结果不仅带来更精细的工作流控制，而且还使所选择的决策制定任务自动化。
- **捆绑到其他打包软件上** 很多其他类型的软件能力，包括客户关系管理（CRM）和企业资源规划（ERP），都为业务逻辑技术提供了天然的环境，这无疑会在体系结构框架内得到充分利用。

还不止这些。数据库管理系统（DBMS）的未来还是一个大问号。第五部分将论述，从长远看，数据库支持也应该集成到业务逻辑服务器中。

再强调一次，本书的关注点并不是技术，而是业务逻辑来自何处。正是这个问题引出了业务逻辑方法。

关于业务规则方法

与技术一样，业务规则方法也不是凭空产生的。事实上，业务规则方法的核心概念（本书第二部分将介绍）可追溯到 20 世纪 90 年代中期，很多相关技术和方法论（本书第三部分将介绍）已经由一些先进机构在 20 世纪 90 年代末和 21 世纪初进行过全面的实际试验（顺便说一句，业务驱动方法也是这样）。因此我在本书中要谈的，并不是没有经过实践验证的理论或学术猜想，而是注重实际的现实世界产物。

关于业务规则方法的有意思的（也许还是特有的）事情是，它并不是随任何新类型的软件工具（比如面向知识的软件工具等）一起出现的。（同样，业务驱动方法也是这样。）

相反，业务规则方法是来自现实世界深层的运动，其驱动力量是企业的成功，而不是技术。业务规则方法来自根据很多年业务软件的磨炼和挑战经历，对专门职业方向的构想。业务规则方法的目标是：向公司提供最佳的可能方法，以制定涉及自动化系统的业务解决方案。

对业务人员要讲的话

在此，首先对业务人员讲几句话。再重复一次，本书不是讲技术的，而是讲业务机会的。因此，关键的问题应该是为什么对业务规则的理解与业务命题同样重要。

那么业务规则的价值到底是什么呢？第一部分要给出这个问题的答案，不过这里还是在下面的方框中给出一个简短回答。

业务规则方法要解决什么问题？

特定规则：大部分企业都没有定义自己业务规则的逻辑方法。结果，业务人员常常根据具体情况制定规则。这会导致混乱、矛盾、操作低效。这些问题发生后要解决，会浪费时间和资源，并会给客户和员工都造成麻烦。机构越大，问题也越大。不仅如此，由于很多业务规则都涉及资金交易（例如，是否应该给某个客户折扣；如果应该给，那么应该给多少），这个问题还会直接影响底线。

业务规则解决方案：结构化的方法有助于在问题出现之前通过规则进行考虑。

沟通问题：对关键业务概念的误解肯定会产生沟通问题。“优先客户折扣”对所有部门都有相同的含义吗？如果不是，有什么差别？可适用哪条规则？这些规则对于不同的部门是否有差别？这些规则是一致的吗？

业务规则解决方案：一套清晰的概念是规则得以在其上直接构建的基础。

规则难以得到：找出适用于给定业务情况的规则常常要对多个信息库进行没有边界的搜索。最终不得不求助于应用源代码的情况并不少见。通过这种方式运用规则费时、低效、不准确，给人带来挫折感。

业务规则解决方案：管理业务规则的一种方法是提供直接访问。

大量细分：很多企业寻求支持与数量不断增长的客户及其他伙伴之间高度个性化的关系，以获得更复杂的产品或服务。企业怎么能够对企业伙伴作大量细分，同时又要更快、更准确、开销更低地完成每笔业务交易？

业务规则解决方案：能够快速开发和部署规则的基于规则的方法支持对客户进行细分。

速度要求：以越来越快的速度变化是一种现实。在因特网（Internet）时代，人们要求立刻对变化作出响应。日复一日重复相同活动的生产线工人怎么能跟上变化？

业务规则解决方案：当错误真的出现时，实时地向知识工人提供业务逻辑可产生无缝、不会终结的自我培训环境。

知识流失：一般来说，二次世界大战以后生育高峰期出生的一代人创造了我们今天看到的大型机构运营业务能力的很大部分。相关知识中的很大一部分仍然还只留在他们的头脑中。当他们退休时会出现什么情况？从更微观的角度看，具有重要运营知识的员工几乎每天都在离开企业。

业务规则解决方案：系统化地获取、记录和保存业务规则，可避免人员离开时的知识流失。

第一部分还将讨论业务驱动方法的内容。从业务角度看，业务规则方法与业务密切相关。两者结合起来确实很有效。我希望第一部分能够充分说明这种有效性。我努力使全书体现一种易于理解的非技术风格，以便读者能够随着对本书的深入阅读获得更多知识。

第二部分将通过同人体进行对比，解释业务规则方法的基本思想。接下来（读者也可以跳过这部分），第三部分将介绍一种叫作 BRS RuleSpeak 的易于理解的语言，以便读者能够用来获取和表达自己的业务规则。读者会发现本书给出的材料很有意思，也许还有一定的娱乐性。

第四部分是专门针对 IT 人员的，不过实际上它是第一部分的继续，更确切地说，是从不同角度介绍第一部分的内容。我认为业务人员和 IT 人员采用共同语言是非常重要的。第四部分有助于读者的机构做到这一点。顺便提一下，第四部分的头一章是本书除第一部分外直接论述业务驱动方法的惟一其他地方。

对 IT 人员要讲的话

关于业务驱动方法首先要说的一句话是：我认为业务驱动方法与行业新出现的基于体系结构或基于模型的开发策略密切相关。具体地说，业务驱动方法以业务模型的形式，为这些策略提供了一种很好的前端。业务模型提供了业务的一种自顶向下、多侧面蓝图，其内容是由业务人员驱动的。这是系统设计和应用系统开发（或应用软件包部署）的一个很好的切入点。本书第一部分和第四部分将介绍这些思想。

如果读者对业务规则特别感兴趣，可以集中阅读第二部分和第三部分。读者也应该阅读第四部分中专门介绍规则管理、规则获取和数据设计方面的重要内容。

所有这些材料的主要目的，是帮助读者深刻理解业务规则的性质，以便将业务规则作为职业工具包的一部分，得心应手地运用。我相信读者一定会对后面要讨论的思想和技术感到兴奋。

对学术界学者要讲的话

这里所谓的“学术界学者”，并不是指偶尔去一下大学或实验室的人。我指的是所有逻辑系统的严肃学者——这里的“系统”是理论意义上的系统，不是应用。在此也指只是对理论有好奇心的人。第五部分就是专门针对这些读者而写的。

第五部分将回答业务规则的一些大问题，例如业务规则的形式化理论基础——谓词逻辑。读者不要让这些给吓住。第五部分是作为教材写的，因此所反映的思想所有人都很容易理解。同时，我还预计这种材料能够提供继续深入研究的基础，其中有些已经开始了。

最后要说的是：读者应该清楚当好的理论与成功实践结合时，就会使自己真正获得力量。业务规则带来的就是这种结合，而这是这个领域非常激动人心的时刻。

目 录

译者序

前言

第一部分 业务问题:为什么要提出 业务规则——供业务人员阅读

第1章 业务规则入门——核心问题

与解决概述 2

1.1 一组电子邮件 2

1.2 什么时候门不是门 4

第2章 存在机会的领域——改变业务的

外表 8

2.1 业务规则方法在什么地方适用 8

2.2 作交易 10

2.3 为公司的供应过程重新注入动力 11

2.4 作为客户接口的业务规则 13

2.5 基于 Web 的电子商务 14

第3章 提供知识——必备知识 18

3.1 什么是知识管理 18

3.2 个性化的不断的在职培训 20

第4章 业务规则在 IT 项目的运用

——会遇到什么问题 22

4.1 如果已经开始编程 22

4.2 传统业务系统开发的两种错误 23

4.3 业务驱动的真正含义 24

4.4 再论业务驱动的真正含义 25

4.5 政策大纲 27

4.6 真正的业务分析师 28

第二部分 业务规则概念 ——业务系统结构

第5章 组织基本的业务知识——关于

术语和事实的必要知识 37

5.1 术语与事实 39

5.2 使用图形事实模型 43

5.3 事实模型与行为 48

第6章 实施控制——关于规则需要

了解的内容 49

6.1 控制规则 49

6.2 规则与事件 51

6.3 规则能够实施控制的方式:规则的
功能分类 56

6.4 扩展规则的覆盖范围 60

6.5 业务规则方法中的规则与指南 62

第7章 做功——关于过程需要了解的

内容 64

7.1 今天企业所面临的挑战 65

7.2 使业务规则发挥作用 66

7.3 根据自己所掌握的情况构建 66

7.4 根据自己已有的如何做的知识构建 73

第三部分 规则表示最佳实践 ——BRS RuleSpeak

第8章 规则表达——应该做什么、不应

该做什么 81

8.1 不是如何,不是何地,不是谁,不是何
时 81

8.2 不是规程化的 81

8.3 不是难以理解的 82

8.4 不是不可能的 82

8.5 永远在术语和事实基础上制定 82

8.6 禁止使用“擅自离岗”事实 83

8.7 禁止使用没有用的东西 84

8.8 禁止使用复数主语 84

8.9 当心规则的开头有问题 85

8.10 禁止使用“擅自离岗”主语 85

8.11 把行为者当作主语时要小心 85

8.12 禁止使用命令句 86

8.13 禁止使用“创建、检索、更新、删除” 86

8.14 把事件用作主语时应该小心 87

8.15 慎用限定词	87
8.16 小心提取被嵌入的计算	88
8.17 小心隔离自己的逻辑	89
8.18 禁止使用“等”	89

第9章 编写规则语句——BRS RuleSpeak

基础	90
9.1 规则句子模板简介	90
9.2 使用模板的成功因素	90
9.3 基础概念	91
9.4 基本用法说明	94
9.5 特殊用法说明	98

第10章 规则的功能分类——BRS 规则

分类模式	103
------------	-----

第11章 规则描述的句子模式

——RuleSpeak 模板	105
----------------------	-----

第12章 使用决策表表示业务规则

——RuleSpeak 方法	117
----------------------	-----

12.1 什么时候应该使用决策表	117
12.1.1 包含一个评价术语的决策表	117
12.1.2 包含两个评价术语的决策表	119
12.1.3 包含三个或更多简单评价术语 的决策表	119
12.1.4 包含更复杂的决策准则集合的 决策表	122
12.2 按规则功能分类组织的决策表合适 输出	126

第四部分 什么是业务规则方法

——供 IT 人员阅读

第13章 业务规则方法的其他原则

——业务逻辑的一种新观点	128
--------------------	-----

13.1 规则管理的基本原则	128
13.2 什么是业务规则	130
13.3 业务规则与“行”	133
13.4 业务规则与“知”	135
13.5 为什么有不同的业务规则方法	138
13.6 分析瘫痪	141

第14章 关于事实模型的进一步讨论

——设计基本业务知识结构	144
--------------------	-----

14.1 事实模型的关键成功要素	144
14.2 为业务规则设计合适的数据模型	149

第五部分 业务规则理论

——业务规则形式化基础与业务

规则标记教程

第15章 业务规则的三种视点——一种

形式化讨论框架	159
---------------	-----

15.1 三种视点	159
15.2 关于术语	160
15.3 关于类型	160
15.4 特殊术语	161

第16章 规则的理论基础——关于

形式约束	164
------------	-----

16.1 规则的形式化定义	164
16.2 关于术语	167
16.3 规则标记	169
16.4 约束:拒绝与推理	175

第17章 事实的理论基础——关于

谓词	179
----------	-----

17.1 谓词与事实	179
17.1.1 业务经理视点的谓词	180
17.1.2 系统开发人员视点的谓词	181
17.1.3 技术设计人员视点的谓词	182
17.2 事实:类型与实例	185
17.3 存在性原则	187
17.4 事实 R-标记简介	190
17.5 再谈推理与演绎:谓词的使用	191

第18章 高阶规则——模式-R 规则

类型	194
----------	-----

18.1 模式-R 规则类型的定义	194
18.2 模式-R 规则举例	195
18.2.1 例1:监视器规则	195
18.2.2 例2:工会规则	196
18.3 模式-R 规则类型的组装	197
18.3.1 第一部分:初始值函数	197
18.3.2 第二部分:真值函数	198
18.3.3 例1的组装:监视器规则	199
18.3.4 例2的组装:工会规则	200

第六部分 附录

附录 A	规则真值的评价	202	附录 G	基本操作符与高阶规则类型	213
附录 B	技术设计人员视点术语	204	附录 H	模式-R 方法的形式化	215
附录 C	规则基本种类	206	附录 I	“描述性”意味着什么	217
附录 D	关于“IF.....THEN.....” 句法	209	附录 J	“玛丽”推理例子的详细步骤	218
附录 E	Halpin 对“事实”和相关术语的 定义	210	附录 K	事实 R-标记的进一步讨论	219
附录 F	关系模型中的语义	211	附录 L	R-标记中的特殊内置事实 类型	221
			术语表		223
			参考文献		243

第一部分

业务问题：为什么要提出业务规则 ——供业务人员阅读

概述

我要使第一部分的这段概述尽可能简短。如果读者刚刚读完前言，就会知道本部分将要讨论什么内容。如果没有读前言，则请参看下面的介绍。

这部分内容看起来像是非正式的阅读材料，每段都包含业务规则方法的一个关键理念。这些材料组织为以下各章。^①

- 第1章只是介绍业务规则的基本思想，以便迅速进入后续章节有关业务规则的应用讨论。
- 第2章将讨论业务规则怎样成为今天很多企业最激动人心发展的关键。的确，我认为业务规则不可避免地会在企业带来一定的变化。这一章将讨论业务规则会带来什么机会，以及怎样把握这类机会。
- 第3章将再次讨论前言介绍过的自动化知识（业务逻辑）服务将迅速成为主流信息技术（IT）实践组成部分的思想。这一章将简要介绍业务规则在这种变化中所起的作用。
- 第4章将讨论构建更好业务解决方案的业务驱动方法（在前言中已经提到过）。业务规则只是这种方法的一个要素。如果读者对IT项目更直接地与业务目标相结合的既务实又具创新性的方式感兴趣，一定要阅读这一章。

① 在这些章中的有些地方，我要介绍我的同事和我自己的实践和经验。在这种情况下，我们指的是 LLC Business Rule Solutions 公司的负责人。

第 1 章

业务规则入门 ——核心问题与解决概述

1.1 一组电子邮件

业务规则案例

这里给出的一系列简短电子邮件可以说明困扰今天大多数机构的日常具体决策的一些混乱。整个问题是如此普遍、如此严重，以至于一开始甚至很难理解。这个问题在日常开展业务工作时是如此司空见惯，以至于人们一般都会坦然接受。（这里给出的一系列电子邮件是真实的，只是对有关称谓作了修改。）

正如在这一系列电子邮件中所揭示的那样，人们发现运营政策漏洞时常已经太晚，能够做的已经不多，至少能够采取的既不会有重大支出也不会丢脸面的措施不多。有办法应对这个问题吗？有，这就是业务规则方法。

什么是业务规则？读者也许对业务规则已经形成相当不错的直观感觉，至少从业务角度看是这样。现在，我们把业务规则刻画如下：



业务规则

试图影响或指导业务行为的指令。

回复：GenTech 销售

参与以下一系列电子邮件的有关各方是：

Tracy，财务人员

Ken，产品经理

Glenda，销售经理

7月8日上午 08:52, Ken 写道:

Trace,

昨天我们收到了第2季度销售报告和收入说明。您把我们对 GenTech 的5月6日销售列为14358.00美元。这个数字是怎样得到的?

我知道 GenTech 参加了我们的年度会议,并在会上第一次看到了我们的产品,得到了20%的会议特别折扣。因为他们要购买两份,总金额不应该是15587.00美元(第一份根据20%的特别折扣,为9592美元,第二份应该是5995美元)吗?

Ken

7月8日上午 10:32, Trace 写道:

Ken,

由于 GenTech 参加了那次会议,因此我们为其两份产品都给出20%的会议折扣。因此总金额为14358.00美元(第一份根据20%的特别折扣,为9592美元,第二份根据20%的特别折扣,是4796美元)。希望您不再对这一点有疑问了(?)。

Trace

7月8日下午 03:25, Ken 写道:

Trace,

就我所知,在所有销售中,只有第一份产品按会议特别折扣计算。而以后各份已经得到整整50%的很大折扣!

但是,这一点现在对于对 GenTech 的头两份销售不够明确。不过,他们已经承诺再购买八、九份。对这几份产品不要再给进一步的折扣了。您收到了这些新订单了吗?遗憾的是,对方可能面临对这些补充采购也得到会议折扣的压力。我必须与 Glenda 联系,让她在与 GenTech 谈判时能够把定价规则说清楚。

在完成新销售之前,我们需要协同一致。向会议参加者提供折扣的具体含义是什么?当我们说“会议参加者会得到折扣”这句话时有些模糊。这种折扣是否能够扩展到与与会者有关的部门或个人?这种折扣有有效期吗?折扣产品是否限制为每人一份?

这只是我粗略想到的一部分问题。如果不确定一些规则,我们就会再给自己找麻烦。GenTech 是在会议之后3个多月才决定买我们的产品的。

因为他们要购买的是相对比较昂贵的产品，指望他们立刻购买也不合理。不管怎么说，应该确定会议折扣的有效期。我建议定在会议之后的 30 到 60 天。将来我们应该明确，这种折扣只适用于第一份产品，不适用后续的采购。

让我们确定一些好的方针，以便统一我们所有人的行动。我们要避免以后客户出现任何误解，对折扣产生错觉。

Ken

7 月 8 日下午 05:15, Glenda 写道：

Ken,

我已经与 GenTech 就这个问题往返交换了好几次意见，但是作出其他方面的一些让步之后，我想目前这个矛盾已经基本解决。

我完全同意你的观点。下一次我们在提出类似这样的优惠时，应该先花几分钟多考虑一下。如果考虑一下你所列出的那一长串问题，我肯定，所用的时间不会超过像现在这样解决问题所用的时间！

Glenda

现在我们需要在更精确的定义上纠缠——本书其他地方还会讨论这个问题。^①更重要的是为什么企业需要关注业务规则。我要在这里回答这个问题。

1.2 什么时候门不是门

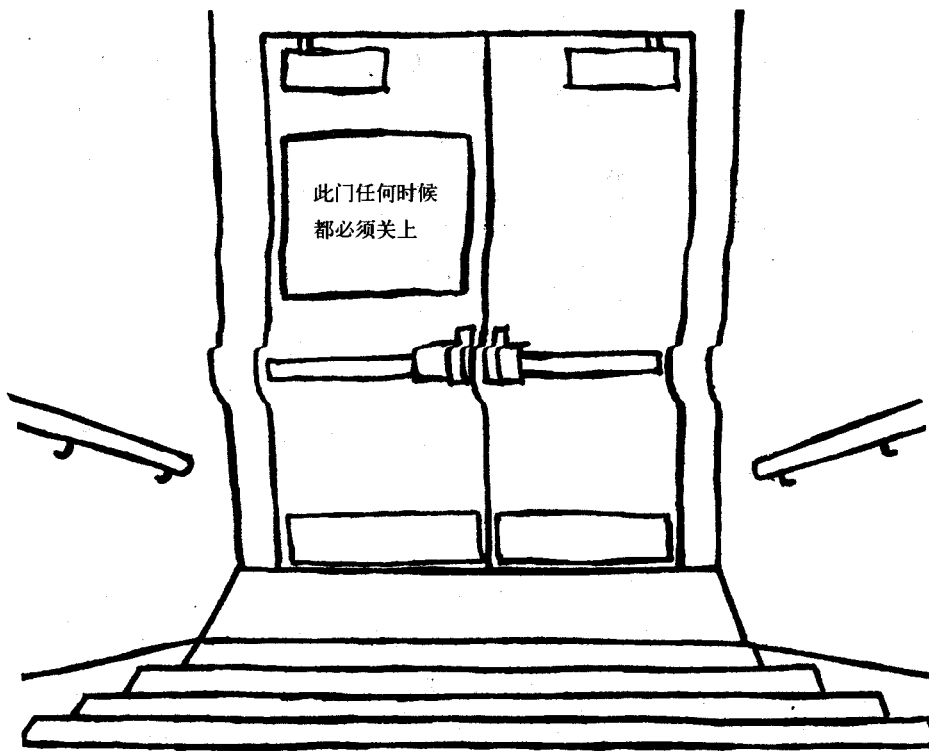
业务规则差异

询问不同机构有关业务规则的问题和出版有关《业务规则杂志》^②的一个有意思的现象是，会得到很多实在荒唐的规则。我想读者可能想听听这些规则，因此我选出了一些放在第三部分。

有一位读者最近提出了一个引起了一些有趣问题的规则。他发现在他的部门大楼里，通向楼梯的门都贴着一张告示，说：“在任何时候此门都必须关闭。”他的问题是：“永远都必须关闭的门还是门吗？”他指出，如果严格遵守这条规则，门也就成为墙的一部分了（见下图）。

① 有关业务规则定义的深入讨论，请参阅第 13 章。

② 《业务规则杂志》(Business Rules Journal)，请参阅网站 <http://www.BRCommunity.com>。



在讨论这个半开玩笑的问题之前，先对这个规则做一点分析。我想我们可以百分之百地确信，这个规则实际上是个省略句。用更完整、更准确的话说应该是：“可以通过此门出入，但必须随手关门。”如果还想更完整，还可以加上制定这条规则的原因：“这是防火门。”

通过进一步分析这个简单规则可以发现业务规则方法的一些基本思想：

- 要把规则张贴出来，也就是说要写下来。为什么？答案来自制定规则的动机。规则的用途是保护大楼住户免受大火的危害。如果规则足够重要，永远都要写下来。
- 要用通俗语言写下来。如果规则很难理解或编码，以至于大楼很多住户都不能很容易地解释，那它就不能很好地发挥作用。如果规则足够重要需要写下来，那么就一定值得采用通俗语言。
- 这种情况下并不真正需要规程。我当然可以写一个规程，但是对于这种情况，这样做也许没有什么价值。（“走近门；用手握住门把；顺时针旋转门把；小心拉/推……”）但是这条规则仍然是很关键的。规则应该独立于规程而单独存在。
- 像所有规则一样，这条规则也是用于规范行为的。张贴这条规则在于提醒住户、员工和其他人关闭防火门，估计他们会因此而不大可能忘记关门，甚至把门挡上，使其一直开着。规则的用途永远都是以所期

望的方式指导或影响行为。

- 规则都是有用途的，既不能轻率也不能模糊。火灾是一种致命风险，必须采取一切必要措施防备火灾。规则不会是凭空产生的，总是有可识别的重要业务要素驱动。
- 规则必须张贴在行动发生的地方，也就是说，实际用门的地方。规则接近发生行动的地方有助于确保当事件确实发生时，人们能够遵守规则。保证规则能够被遵守的最好方法，是让规则在需要它进行提示的时候正好出现在人们的面前。
- 这个规则毫无疑问是大楼更大日常消防措施体系的一部分。即使为了强调把这个规则张贴成千上万份，规则的来源也只能有一个。这样才能保证规则的一致性。如果规则很重要而必须落实，则规则应该只有一个来源。
- 消防措施体系毫无疑问是由具有该领域经验的专家制定的，并得到所在城市或州的政策权威机构支持。这些规定并不是由某个 IT 部门制定或强制执行的！规则永远都应该直接由具备相关知识的人描述。
- 由于消防措施对于该社区住户的安宁非常重要，因此对这些措施的任何修改都必须经过精心的评审、批准、集成和落实。由于随时都会发现新风险、新动向，因此这个过程应该尽可能地持续、有效地进行。另一方面，随着时间的流逝，有些规则可能会过时，甚至变得危险。归纳起来就是：规则应该受到管理。

业务规则方法的基本原则

- 规则应该明确地写下来。
- 规则应该用简明的语言描述。
- 规则应该独立于规程和工作流程而单独存在。
- 规则应该建立在事实基础上，事实应该建立在由术语表达的概念基础上。
- 规则应该以所期望的方式指导或影响行为。
- 规则应该由可识别的重要业务要素驱动。
- 规则应该能够供被授权的部门使用。
- 规则应该只有一个来源。
- 规则应该直接由具备相关知识的人描述。
- 规则应该受到管理。

这些常识性的观察代表了业务规则方法的基本原则。读者的企业在理论上毫无疑问会有成百上千这样指导各种业务过程的规则。但是在实践中，这些基本原则很少得到遵守。在很多机构中，这个问题非常严重，以至于整个