

网络先锋 电子商务经典译丛

# 知识管理

## 网络应用实作指南



[美] Applehans  
Globe 著  
Laugero

冯国扶 译

24



清华大学出版社

WITS  
为智集团 推荐

网络先锋 电子商务经典译丛

# 知识管理 网络应用实作指南

**E**lectronic **C**ommerce

电子商务的价值  
**Value**

**E**asy **C**ommunication

**W**fficient **C**orporation

**E**ffective **C**ost-down

**M**njoyable **C**ustomer

**E**xtensible **C**ooperation

是沟通更容易，是公司更有效率，是有效地降低成本，  
是更愉悦的客户，是可以扩展延伸的合作关系……

[美] Applehans  
Globe  
Laugero

著

冯国扶 译

清华大学出版社

F406

**(京)新登字 158 号**

**网络先锋 电子商务经典译丛**

Managing Knowledge: A Practical Web-Based Approach/Applehans Globe & Laugero

Copyright © 1999 by Addison-Wesley Longman

Original English Language Edition Published by Addison-Wesley Longman

All Right Reserved

本书中文简体字版由 Addison-Wesley Longman 授予清华大学出版社独家出版、发行。未经出版者书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记号:图字:01-2000-0835

**本书封面贴有清华大学出版社的激光防伪标签,无标签者不得销售。版权所有,翻印必究。**

书 名: 知识管理——网络应用实作指南

作 者: Applehans Globe Laugero

译 者: 冯国扶

出版者: 清华大学出版社(北京清华大学学研楼,邮编 100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

印刷者: 北京国马印刷厂

发行者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 787 × 960 1/16 印张: 7 字数: 122 千字

版 次: 2000年6月第1版 2000年6月第1次印刷

书 号: ISBN 7-302-03864-3/F·273

印 数: 0001~5000

定 价: 16.00 元

## 内 容 提 要

管理知识是现代企业组织必备的关键性竞争力。在信息经济时代,最了解自己以及本身所处行业的组织最有机会获得成功。但是,如何推行知识管理策略?如何将组织里的资料、信息与知识做更好的运用?是对现代经理人的一大挑战。本书是第一本介绍如何将知识管理的理论应用到实务的指南,书中配有很多案例,示范性强,读者将会学习到如何运用相关的工具、技术与方法,协助您:

在公司目标的大前提下,评估信息内容

决定知识管理的推行计划应该纳入哪些信息、排除哪些信息

建立一个网络模式的知识管理策略,以支持重要的业务流程

找到适当的人来管理信息内容

促进及鼓励知识分享

本书文笔活泼,内容流畅,是关注信息时代下企业组织竞争力人士的必读书籍。

## 作者简介

Applehans, Globe 及Laugero是网络模式知识管理这个新兴领域里的知名专家。他们服务于美国杰·德·爱华兹(J.D.Edwards)公司,该公司是一家著名的软件开发商,其业务范围涵盖分销、财务、人力资源、制造与供应链管理等领域。三位作者精通业务,经验丰富,他们主持了堪称至今最为成功的知识管理计划,并获得美国1997年度软件营销奖座的最佳网络营销计划奖。

在本书中,作者以其实际经验,深入浅出地告诉您如何“做”知识管理,使知识管理不再停留在理论研究的阶段。如果您正在思考如何管理知识,这是一本不能不读的实用好书。

## 译者简介

冯国扶,任职于台湾万象翻译股份有限公司。该公司率先实施质量控制制度,成为台湾第一家通过ISO 9002认证的翻译公司,其客户遍及各行各业。

# 出版说明

在新经济时代，美国西海岸的硅谷已成为名牌MBA就业的首选，而东海岸的华尔街则风光不再。面对万马奔腾的网络浪潮，哈佛、斯坦福、麻省理工等名牌高校的商学院纷纷开始调整MBA课程的设置：加大了电子商务、信息管理等方面的教学内容；要求在传统学科的教学过程中，教师要更多地讲授信息技术给传统学科带来的变革。

网络熠熠生辉，知识熠熠生辉。我们迫切意识到：必须严肃认真地对待一个富有挑战性的、惊心动魄的网络时代；必须脚踏实地，一丝不苟地学习文理兼容、千变万化的网络知识。

基于此，《网络先锋——电子商务经典译丛》和读者见面了。这套丛书有如下几方面特点：

第一，**权威性**。丛书所选图书，均是在国外深受欢迎、并被名牌高校广泛采用的优秀教材，绝大部分堪称电子商务图书领域中的经典之作。如《电子商务：管理·技术·应用》、《电子商务管理指南》两本书系享誉全球的电子商务研究权威Ravi Kalakota和Andrew B. Whinston合著而成，在美国产生巨大的影响，许多公司把它们列为公司管理人员必读书目。在著名的Amazon网站中，读者均给予了它们“excellent”、“a must read book”、“great read”等极高的评价。

第二，**完整性**。丛书中各本图书相互贯穿，既有内在的联系，又各自相对独立，自成体系。丛书整体反映了网络时代的核心——电子商务运作的全貌：从认识电子商务（《电子商务：管理·技术·应用》），到透视电子商务的组织及流程（《电子商务管理指南》），以及电子商务的技术架构（《电子商务系统设计实务》），乃至电子商务的商业应用（《知识管理——网络应用实务指南》），等等。读者通过咀嚼、消化、吸收，电子商务运作的整体架构将了然于胸。

第三，**兼容性**。电子商务知识是文理兼容性很强的知识组合。丛书的作者对电子商务的管理及技术有深刻的体会和丰富的实践经验，他们能准确地理解和阐述电子商务运作的理念、管理与技术。如《电子商务管理指南》的作者Andrew B. Whinston一直是Texas大学管理、经济、信息科学三大学系合聘的杰出教授，其对电子商务的理解，有着惊人的透视力；而OpenMarket的首席科学家G. Winfield Treese则很好地把管理理念融入了《电子商务系统设计实务》一书中。

作为国内最著名的IT图书出版品牌，清华大学出版社期望这套丛书的出版能对中国电子商务的发展与教学有所帮助，同时希望广大读者关心她、批评她、帮助她。

让她成为我们的共同事业。

清华大学出版社第三编辑室



序言.....7

作者谢辞.....11

简介 准备迎接信息经济时代.....13

资料引发的瘫痪.....14

为什么需要管理知识.....15

知识的定义.....16

简易与知识.....18

人员、内容与科技.....20

航行于信息洪流.....21

本书的编写方式.....22

**第一篇 入门**.....23

**第一章 策略**

超越存取——从信息系统到管理知识.....25

自我稽核——KM 计划必须符合经营目标.....26

内容组合——了解什么是重要的.....29

知识架构——KM 工作的范围.....29

投资报酬率.....30

案例示范.....32

## 第二章 人员剖析

剖析哪些人员……………35

如何进行剖析……………35

## 第二篇 整理知识……………41

## 第三章 描绘知识历程

人员与信息内容的对映……………43

第一步：确认策略性业务循环……………44

第二步：找出信息杠杆点……………46

第三步：加入人员……………48

第四步：确认信息内容……………50

## 第四章 绘制知识网络

第一步：确认信息内容中心……………58

第二步：加入信息内容卫星……………60

第三步：配置人员及指定权责……………62

## 第三篇 知识架构……………65

## 第五章 聘雇人才

知识管理者的层级……………67

知识分析师……………70

知识著作者……………71

外围人员……………71

## 第六章 动员知识内容

避免“索引每份文件”的谬误……………75

通用语汇……………76

共通基础……………78

内容类型……………78

维持体制……………79

指定专责人员……………80

## 第七章 建立技术架构

概述……………84

第一层：存取……………86

第二层：界面……………88

第三层：情报……………90

第四层：促进知识交流的应用……………92

第五层：传输……………94

第六层：资料储存所……………96

## 第四篇 九十天行动计划

90天检核表……………90

第1—30天……………100

第31—60天……………102

第61—90天……………104

一个人应该在他的小小脑袋阁楼里，存放他可能常用到的家具，其他的则摆到图书室里，在需要的时候再拿出来看。

——亚瑟柯南道尔爵士

*"The Five Orange Pips"*

# 谁需要读这本书?



贵公司是不是因为让每个人都能得到他所需要的信息而节省数百万元的成本?



贵公司是否能跨越时间、空间及文化而无障碍地分享信息?



贵公司是否制订了创造、收集、传递重要信息内容的标准?

这本书有什么不一样?

《知识管理》这本书，在知识管理领域是一本非常独特的书。它不仅是一本关于知识管理的书，更是一本关于如何管理知识、如何利用知识、如何创造知识的书。这本书的出版，对于知识管理领域的从业者来说，无疑是一本必读之书。本书的出版，对于知识管理领域的从业者来说，无疑是一本必读之书。本书的出版，对于知识管理领域的从业者来说，无疑是一本必读之书。

管理知识  
就是在组  
织里找出  
一个适当  
的策略性  
起点，既  
容易获得  
管理知识  
的成效，  
又便于着  
手。

在 21 世纪，还没有进行知识管理的公司愈来愈少了，你的公司呢？很多公司虽然有此打算，但却不知道如何入手。本书旨在协助企业展开知识管理 (knowledge management, 简称 KM) 计划，因此不重理论的探讨，而着重于观念及各种经过我们实际验证的技术的应用。相信这些观念与做法能够协助你建立及经营自己的 KM 计划。

## 这本书适合你吗？

本书的对象是已经读过有关 KM 的学术文献，并且深信这是势在必行的人。当然，他们的老板也必须有志同道合。如果你的公司已经有了长期计划 (long range plan, LRP) 和领导推行的主管，那当然最好。如果还没有，那么你应该劝公司的决策者读读这几本书：Thomas H. Davenport 与 Laurence Prusak 合著的 *Working Knowledge*；Thomas A. Steward 所著的 *Intellectual Capital*；Ikujiro Nonaka 与 Hirotaka Takeuchi 合著的 *The Knowledge-Creating Company*，以及其他相关学术文献。这些文献对 KM 的领域有非常精采的讨论，也是引导 KM 风潮的早期动力。

但是如果你要实际着手进行 KM 计划，这本书才是你所需要的。也许你已经正式受命研究 KM，并且提出了一些建议，但仍不知从何处着手。也许你的公司已经拥有企业内部网(intranet)或企业外部网(extranet)，但信息内容都已过时，并且没有人在主导信息内容的整理与更新。也许你的 Intranet 已经有了成千上万的网页，却总是听到有人抱怨：“什么都找不到，就算找到了，也不知道是否正确”。如果你正面临这样的情况，那么这本书正是你需要的。

## 这本书有什么不一样？

虽然 KM 方面的学术文献都是必读的著作，但这本《管理知识》与早先的著作有一些主要的差异。那些书使你觉得 KM 势在必行，而本书则告诉你 KM 该怎么做。因此，本书所做的一些假设可能与其他学术著作不尽相同。

## 假设一： 知识管理不必“彻底”

我们的目的并不在于探究知识的本质，我们只是要将适当的信息交给需要的人，协助他们采取行动。因此我们对于“知识管理”的定义，可能比你在别处读到的要狭义一点。它指的是了解谁需要哪些信息来帮助他们成功完成任务。本书将提供这方面的工具与技巧，来协助读者做这些决定。

## 假设二： 你有一位助手，而且正在思考如何开始进行

虽然应该从大处着眼，但是必须从小处着手。本书旨在为你的组织找到最容易因管理知识而获得效益的策略性起点。我们并不打算深入探讨KM的观念，也无意界定这一新兴领域的全部范畴。因此，我们并未进行“文学式的调查”，或试图论述西方社会的知识历史。

## 假设三： 文件管理的观念、技术与程序是决定KM计划成败的基本法则

文件是很重要的启始观念。在大多数情况下，知识通常借助于文件来表达。不论我们指的是连接到其他文件的HTML网页、可以观察到数据库的应用程序表现层、电子邮件信息，或是多媒体呈现，都是利用文件在公司的内部与外部传递知识。

这就是说，文件管理是知识管理的中枢。信息内容的收集、验证以及传递给员工、伙伴、顾客，其成败都系于文件管理。本书将详述建立文件分类制度（亦即“metadata”）的方法，以及如何依据分类标准前后一致地“标示”文件。少了这些技巧，即使是所谓的协作技术也难以达到它们预期的效果。

其

他的书使你觉得KM势在必行，而本书则告诉你KM要怎么做。

#### **假设四：**

**你的公司拥有内部网(intranet)、外部网(extranet)，以及因特网(internet)的应用**

这本书所说的一切都假设你的公司会充分利用现有网络技术的投资，来移动资料、信息与知识。虽然视频会议、数字白板、纸和笔都是沟通的工具，但我们认为大中型公司移动信息最有效的管道仍然是企业内部网络。同时我们也假设贵公司愿意投资于 KM 计划。较小型的公司如果人员很集中或是属于“小而美”的企业，或许可以使用较为简单的方式来管理。但是规模稍大或是地理分布较广，尤其是策略业务伙伴网络复杂的公司，则必须使用 Intranet 或 Extranet。

#### **假设五：**

**你的公司已经准备迎接信息经济时代**

你的老板、主管或是具有影响力的人(也许是你自己)，深信公司必须有所变革，以迎接信息经济时代。你不但深信不移，而且想要立即行动以争取竞争优势，不愿等到知识管理成为不得不为之的产业标杆后，才苦苦跟进。本书将协助你接纳浩大的 KM 观念，并分解为容易吸收且立即可以实施的步骤。

**20 世纪 80 年代初期，个人电脑、自由市场以及全球化蔚为风潮，同时也是信息时代知识管理的滥觞。**

—— 联机杂志 (Wired Magazine)

## 作者谢辞

科罗拉多州丹佛市的企业软件开发厂商 J. D. Edwards 于 1994—1998 年间投入了可观的人力研究全球网络知识管理, 本书所提供的实用知识大多为该公司呕心沥血来之不易的研究成果。承蒙该公司董事长 Ed McVaney、全球营销资深副总裁 Buffy Collison, 以及媒体创作总监 Gay Dickers 诸位主管点拨指正, 终成此书, 在此深表谢意。

本书所提出的观念经本公司的知识资源策略小组协助审定, Kristen Schiffner, Bob Zasuly, Michael Lavker, Meredith Monticello 以及 Debbie Arellano 等人都是很好的工作伙伴。另外要特别感谢 J. D. Edwards 特聘信息及界面设计师 Laurie Fetterolf 提出诸多知识管理的观念, 并协助设计本书。见识广阔的在线编辑 K. P. Nelson 使我们受益良多, 还有许多 J. D. Edwards 的科技专家惠予协助, 包括知识园地 (Knowledge Garden) 创办人 Paul Orsak, 信息总监 Mark Endry 所领导的 IT 部门与因特网服务小组; 以及管理信息系统经理 Gerry Coady。本书当然还需要感谢其他许多人的辛劳与贡献, 无法一一记述。

对本书做出贡献的人还包括 SkyWeb 的 Brian Ward, Raymond James 顾问公司的 Deb Blecha, 丹佛市微软顾问服务中心的 Lee Butler, Sherri Philips, Henry Winkler, 以及 Tulsi Dharmarajan 等人, 花费许多心思与时间全力支持本书的撰写。感谢丹佛市雷吉斯大学 (Regis University) 企业教育中心的 Susan Kannel 与 Betty Konarski, Meta Group 资深顾问师 Alexis de Planque, 也感谢 Denis Vega 与 Chris Katsaropoulos 对我们的指导。科罗拉多州船泉郡居民多年来温馨以待, 并以开放的胸襟接纳新思维, 我们都点滴在心。

相识于因特网的 Addison Wesley Longman 出版公司编辑 Elizabeth Spainhour 女士, 从第一天开始就全力支持本书, 其用心与努力堪为吾人之表。

最后, 没有家人的爱与支持, 我们也无法完成本书的写作。谢谢你们: Globe 家族的 Susan, Madeline, Mitchel, Lee 与 Cal, Applehans 家族的 Michelle, Sam 与 Jordan, 以及 Pam Moore。

——于科罗拉多州丹佛、帕克及船泉

信息时代已成过去，  
取而代之的是信息经济时代……。  
信息时代的核心在于数据库，  
电算技术兴起于此。  
如今，数据库已经完备，  
第九代个人电脑也已问世，  
而电算与信息相结合，  
创造出无法想象的连接……。  
我们已进入信息经济时代，  
主宰世界的不是实体资产，  
而是知识资本。

—— Jim Taylor, Watts Wacker & Howard Means  
“*The 500 Year Delta:  
What Happens after What Comes Next*”