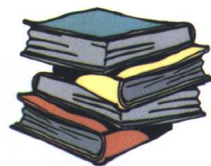


财经新概念

科林·格雷戈里 著
戴伟 王树同 译



ENTERPRISE PORTALS

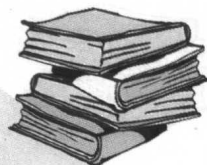
企业门户

——构造企业的信息平台

企业家
IT 技术人员
商务顾问
战略顾问
的必读书

 中国金融出版社

财经新概念



企业门户

——构造企业的信息平台

科林·格雷戈里
戴伟 王树同

著
译



中国金融出版社

MAH84/05

责任编辑:何 为
责任校对:孙 蕊
责任印制:丁淮宾

© Pearson Education Limited 2002

This translation of Enterprise Portals: The business case for enterprise information portals, First Edition is published by arrangement with Pearson Education Limited.

北京版权合同登记图字 01 - 2003 - 2372

《企业门户——构造企业的信息平台》(第一版)中文简体字版专有出版权属中国金融出版社所有,不得翻印。

图书在版编目(CIP)数据

企业门户——构造企业的信息平台/(英)科林·格雷戈里著;戴伟、王树同译.—北京:中国金融出版社,2003.7

(财经新概念)

ISBN 7 - 5049 - 3110 - 1

I. 企… II. ①格… ②戴… III. 企业 - 局部网络 - 基本知识 IV. TP393.18

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 055694 号

出版 中国金融出版社
发行

社址 北京市广安门外小红庙南里 3 号

发行部:66024766 读者服务部:66070833 82672183

<http://www.chinafph.com>

邮码 100055

经销 新华书店

印刷 新丰印刷厂

尺寸 185 毫米 × 230 毫米

印张 9

字数 125 千

版次 2003 年 8 月第 1 版

印次 2003 年 8 月第 1 次印刷

印数 1—3000

定价 23.50 元

如出现印装错误本社负责调换

关于作者



科林·格雷戈里(Corinne A. Gregory)是 Hart Gregory 集团的总裁。该集团是一家提供商业和信息技术服务的公司,服务内容包括系统架构设计、商务开发和基础结构咨询、战略营销、交流和公共关系。此前,作为 Data Dimensions 公司产品营销部门的副总经理,她负责公司战略计划和产品营销,包括最重要的知识/流程管理和门户解决方案。在此之前,她是 Data Dimensions 公司产品开发方面的主管,为公司的“旗舰”产品制定了具有战略眼光的、积极的开发计划。她还从事过从产品设计和开发到专业服务交付等跨度很大的工作。她曾经是若干产品咨询委员会的成员,在开发关键的信息系统方面的才能得到了处于市场领先地位的信息系统工具供应商的认可。她是一个经常发表演讲的演说家,是技术和商务顾问,她定期与包括终端用户、合伙人、媒体、产业和商务分析人士在内的各类人士进行沟通。

她的出版和写作背景包括七年以上的技术写作经验,曾经在 Prentice Hall - PTR, Mighty Words 和其他知名的出版机构中担任评论和编辑工作。她目前是 Harris Kern's Enterprise Computing Institute 的编辑,编辑了 IT 专业人士解决方案丛书(Solutions for IT Professionals Series)(Prentice Hall - PTR 出版)。她仍然为一些顶尖的企业分析集团编写、编辑和评论白皮书。

序 言



简介

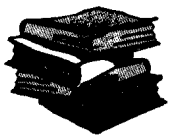
在过去的几年里,企业门户引起了新闻界的巨大关注,关于门户的价值也存在许多争论:门户是否只是一个轰轰烈烈的宣传骗局或者在这片喧嚣之中是否存在一个衡量门户价值的方法?企业门户是第一个试图把所有分散的企业资源整合成一体工具,由于要支持和使用各种不同类型、大相径庭的应用程序和信类型,门户系统面临巨大的挑战,而它的基础结构要能应对这些挑战。

试图部署企业门户的企业需要明白有关门户项目的各种批评意见。而且,为了找到最适合企业需要的门户类型,企业必须要了解各种不同类型的门户,要了解它们的特征,它们的优点和缺点。

员工们需要在同有关各方协商的基础上,力求用更短的时间作出更好、信息更全面的决策。一个有效率的企业门户必须支持作出商业决策的整个过程。门户是一个许多企业都会选择的一扇通向未来的大门。为了取得成功,企业需要提高自己的竞争力、降低成本并改善自己的财务业绩。为此,企业必须得到更多更好的信息并谨慎从事。

本书的主要内容

本书面向对企业门户感兴趣的企业,就企业门户涉及的主要问题向它们提供一些参考。下面的几章覆盖大量有关企业门户的论题,这些论题从技术平台、系统特征和功能到用户和企业问题,无所不包。为了方便读者消化和吸收书中的内容,本书是以如下方式编排的:



第一章 企业门户——企业从因特网上开始盈利的地方 解释了门户的类型,讨论了门户是如何适应企业架构的。本章包括市场预期、统计数据和市场增长率。

第二章 核心门户技术 覆盖了门户系统技术,包括门户系统基础结构应用程序的特点和关键功能。这一章同样也考察了门户的不同类型。如 EIPs、EAPs 以及其他更多的类型,讨论了每一类型相关的强项和弱点,并用图表示出每一种类型门户的特长。

第三章 门户的商业战略:通过部署门户创造价值 讨论了选择部署门户的企业是如何运用门户来为企业创造价值的。

第四章 如何在你的企业中引入门户 关注实际的门户建设。提出了使用门户的商业理由,讨论了决定门户项目是否成功的因素和建设门户面临的主要障碍,列出了在企业水平部署高水平门户的各项注意事项。

第五章 成功的门户系统案例的分析 提供两个知名企业在门户应用方面的成功案例。本章讨论门户项目细节,企业目标和在实施门户项目中应汲取的教训,以及企业通过部署门户所获得的财务利益和商业利益。案例研究将本书前面提到的理论和企业的实际经验联系了起来。

第六章 结束语 一个对前几章涉及的理论的简单总结。

本书还包括一份附录,给出了一些本书的参考资料和有用的链接,你可以从中查到更多的与门户有关的信息。

缩略语



3G	第三代
API	应用程序接口
ASP	应用服务供应商
ATM	自动柜员机
B2A	企业对全部
B2B	企业对企业
B2C	企业对消费者(电子零售)
B2E	企业对员工
BI	商务智能
BPA	业务流程自动化
BSP	商业服务供应商
CAD	计算机辅助设计
CPU	中央处理器
CRM	客户关系管理
EAI	企业应用集成
EAP	企业应用门户
EDI	电子数据交换
EIP	企业信息门户
EKP	企业知识门户
ERP	企业资源计划
ETL	数据抽取、转换与装载
FX	外汇交易



HTML 超文本标签语言
IS 信息系统
ISP 网络服务供应商
ISV 独立软件供应商
IT 信息技术
KM 知识管理
LDAP 轻量级目录访问协议
OLAP 联机分析处理
P2P 点对点
PB2B 同级企业之间
PDA 个人数字助理
PDF 可移植文档格式
RFP 建议邀请书
ROI 投资回报
SCM 供应链管理
SDK 软件升级工具箱
SFO 销售管理
SI 系统集成公司
SSO 单一登录功能
UM 通用消息
URL 统一资源定位符
W3C 互联网协会
XML 可扩展标签语言

目 录



序言	1
缩略语	1
第一章 企业门户——企业从因特网上开始盈利的地方	1
简介	3
什么是企业门户?	3
建立企业门户的理由	14
市场规模及其增长	17
企业门户制度基础上的应用状况	20
对未来的展望	23
小结	25
第二章 核心门户技术	27
简介	29
企业门户前景展望	29
企业门户的特征和功能	31
企业门户技术的发展趋势	52
小结	53
第三章 门户的商业战略:通过部署门户创造价值	57
简介	59
企业门户的商业利益	59
为企业创造价值	62



什么是可扩展标签语言	69
小结	71
第四章 如何在你的企业中引入门户	73
简介	75
定义门户的目的和确定其目标用户	75
制定门户计划时的关键因素	86
门户部署中易犯的错误和有价值的教训	100
门户部署的商业环境和高水平方案样板	106
小结	110
第五章 成功的门户系统案例的分析	113
简介	115
案例分析:宝洁公司	115
案例分析:第一银行	119
第六章 结束语	125
门户是一个技术上可行的商业解决方案	127
门户不能解决所有问题	127
收益来自于最大限度的发挥门户的优势	127
附录 参考资料	129

第一章 企业门户——企业从 因特网上开始盈利的地方



- 简介
- 什么是企业门户?
- 建立企业门户的理由
- 市场规模及其增长
- 企业门户制度基础上的应用状况
- 对未来的展望
- 小结



简介

这些日子人们一直忙着开发企业门户，然而，到底什么是企业门户？建立企业门户有什么好处？一家商业机构怎样通过应用门户获利？能获利多少？这一章就是要回答这些问题以及其他一些问题，全面介绍企业门户、企业门户的价值主张和市场价值、企业门户技术以及各种不同类型的门户。

什么是企业门户？

“企业门户”这一术语近来被广泛引用，但其含义却经常引起混淆。目前许多软件和系统供应商、产品供应者和服务组织均认为企业门户市场有利可图，因而每一家都在推销自己生产的产品并称这些产品就是“企业门户”。企业资源计划（ERP）包的卖主如西门子公司和 SAP 公司已经推出了它们自己的产品，这些产品都可以用作企业门户或者可以通过门户来部署的。在文件管理系统方面，像 Documentum 已经将门户接口以及复杂的搜索引擎和商业智能产品组引入了企业门户，尽管这些产品只能提供企业门户的某种典型性的功能。每一家企业，看上去都已经拥有或正在开发自己的企业门户，这已成为信息技术公司最热门的发展趋势之一了。

但是，实际上到底什么是门户呢？如同人们经常认为的那样，“企业门户”或者“公司门户”这个词一般是指一个信息技术平台，这个平台可以提供个性化信息服务，从这个平台出发可以访问众多分散的信息资源和应用程序。这些资源可以来自企业内部，如企业内部互联网、企业的文件系统或服务器等，也可以来自企业外部，如因特网、企业的其他合作伙伴或供应商的信息技术系统，甚至也可以来自其他的门户。企业门户提供一个单独的、集中式的结构，这个结构允许用户可以不在外部繁杂的信息中去搜寻，就能迅速有效地看到他想看到的所有东西。

因特网的老用户大概比较熟悉那些成功的企业对消费者门户，如美国



在线和雅虎，这些网站允许用户通过门户服务来实现对因特网的个性化浏览，它们在一个页面上整合了大量的信息，从这个页面出发，用户可以进入巨大的电子世界。图 1.1 展示了“My Yahoo”的页面。当这些消费者门户变得非常流行时，那些正试图在网络速度时代利用技术杠杆来获得或保持竞争优势的企业开始意识到门户技术的真正价值。

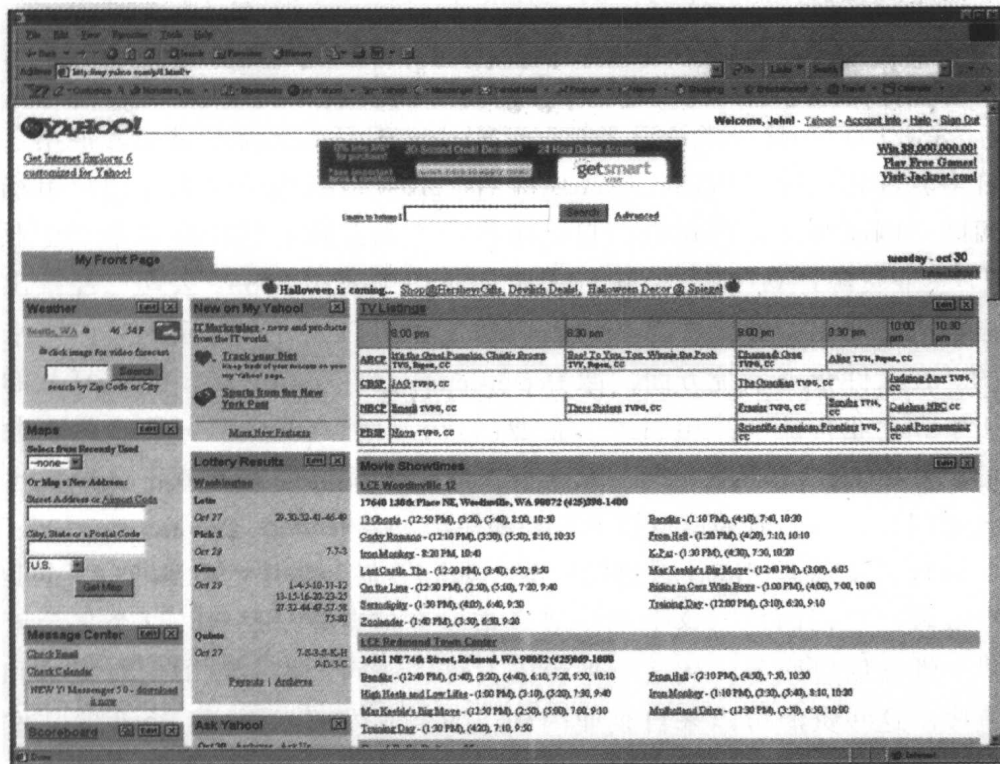


图 1.1 My Yahoo! 门户

企业门户本身并不是一个独立的实体，它只是一种使用一系列的技术来实现面向用户的、组织良好的信息配置的手段。为了说明企业门户是如



何发展的以及它可以为企业带来怎样更加美好的前景，我们将通过依次讨论企业通常使用的企业门户类型和它们的特征来简要介绍企业门户的发展历史。

企业门户的发展：驯服信息野兽

在过去，企业的行政人员和关键的决策者在分析企业所处环境或市场走向时，会受到缺乏充足的相关信息的困扰。而网络时代的到来使得信息量迅速增加，企业现在的问题已不再是缺乏信息，恰恰相反，目前的问题是信息太多了。而且，随着直观的图形浏览技术的应用和提供可搜索的至少是在一定程度上经过整理的信息，因特网已经改变了人们获取信息的方式。

然而，企业员工、合作伙伴和消费者所需要的信息分散在大量的各自独立的内部数据库和外部数据库以及原有的应用程序、多重的企业资源计划系统（multiple ERP）、数据仓库、网站、文字处理文件、电子表格、电子邮件和其他文件中。这些信息通常只向某些人员或专家开放，这些人不得不使用大量不同的程序、浏览器和界面来读取信息。可供利用的信息数量之大使得人们几乎不可能排除信息噪声，将注意力集中在那些与企业有关的非常重要的信息上。另外，传统的信息技术方法不足以满足人们随时随地获取信息的要求，同时由于发送和接受这些信息还需要各种各样不同的设备，因此问题就变得更为复杂了。

为了试着管理这些来自不同渠道的海量信息，公司建立了企业内部互联网和企业外部网，但是建立这些网络不仅花费巨大，且没有明确的证据表明这能带来良好的投资回报。企业内部互联网被看作是一个杂乱无章的信息堆积场，在那里所有企业相关的信息都被收集起来，但是却没有考虑到信息的结构、信息之间的关联，而且缺乏适当的搜索机制，这使得人们很难实现对信息的充分使用，有时人们甚至完全无法使用这些信息。



信息产业面临的挑战已经从仅仅给用户提供获取信息的途径转变为保证用户能快速准确的找到恰当的信息。企业门户的诞生整合了各种独立的应用程序和诸如电子邮件、文档、网页以及其他的数据文件资源，从而提供了一条从单一的信息访问入口出发就可以浏览公司全部信息的新路径。最初，这些企业门户模仿了早期消费者门户的模式，提供“My Yahoo!”一类的界面，但事实证明，当公众用户都普遍使用这一类型的企业门户时，这一系统仍然缺乏效率。

企业门户和消费者门户有完全不同的用途。消费者门户通常只与会员保持单向联系。它们的目的是吸引大量的访问者，让人们来购买门户广告客户所销售的商品。然而企业门户的目的是在一个相关的范围内披露和发表特定的商业信息，以帮助当今的知识工作者在竞争中保持领先地位，这就要求企业门户采取双向交流的模式，以满足知识工作者不断增长的对互动信息管理工具的需要。

构建一个企业门户的首要目的是驯服信息野兽。经济学家赫曼·西蒙(Herman Simon)曾经描述了极大丰富的信息的作用：“信息浪费中非常明显的一点是：它浪费接受者的注意力。”我们需要处理的信息是如此之多，使得我们的注意力和有效处理这些信息的能力显得是如此的贫乏。与“金钱或时间”的矛盾相类似，这是一个“信息或时间”的问题：或者你利用时间寻找和/或阅读信息，或者你拥有大量的信息却没有时间去消化它。企业门户通过对信息进行重新组织和分类，运用强大的搜索能力向用户提供他们想要的个性化的、有意义的搜索结果，这样就解决了信息过量的问题，并且所有这些都是根据用户的偏好和工作风格，通过个性化的、面向客户的界面来实现的。

企业门户的概念现在已经大大进步了，它已经成为了企业的一种基础设施，它提供了一种个性化的、统一的获取企业内部和那些超出企业本身的信息环境中的信息的途径。今天的企业门户包括各种层次的应用程序和



综合数据、统一的管理、强大的安全功能、协同设备，商业处理能力和复杂的搜索工具以及恢复工具等各种功能。

图 1.2 描述了一家企业信息企业门户的组成成分（针对不同的需求存在不同类型的企业门户。下面将讨论最流行的企业门户类型和它们的特征）。

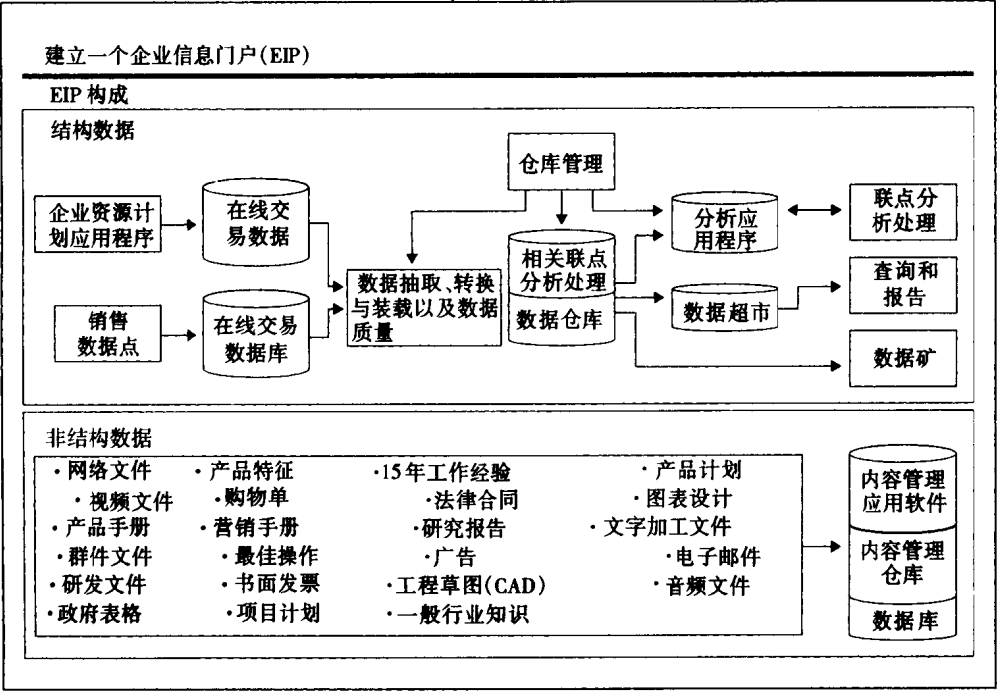


图 1.2 企业门户的部署

资料来源: InfoWorld, January 2000。

企业门户的类型

在 2000 年中期的时候，有超过 40 家的分别从事企业资源计划和商务智能开发以及文件管理和应用程序集成的计算机软件提供商使用“企业门户”