



IBM 社交商务助力 福田汽车打造智慧 协作平台

福田汽车：以社交思维完善 IT 战略 成企业转型关键

作为中国最大的商用车企业，福田汽车通过 10 余年的飞速发展，企业员工超过 4 万人，资产规模达 300 多亿元，并在全球多地建设生产工厂或业务单元。但面对整个商用车日趋饱和的市场份额，福田汽车的转型与升级迫在眉睫。福田汽车的转型之旅并不是一蹴而就的，相反，它是一个循序渐进的过程。据了解，福田汽车已在海外 100 多个国家建立了 246 家海外销售网络，建立了 777 个服务站。正所谓“牵一发而动全身”，福田汽车深谙转型之旅稳扎稳打与按部就班的重要性。历经多年蜕变，从 2009 年开始的转型实践取得了阶段性成果，在 2014 年，福田汽车还将进入转型升级的全新阶段，并为其 2020 战略目标的实现打下坚实的基础。

企业需要变革与转型。但在这背后，福田汽车深谙，在自身如此规模庞大的体系中，总部任何一个职能部门就仿佛一家中小型企业，纵向加横向的网状运营和沟通过程，很多信息在传递过程中难以做到精准化和标准化，由此在面对市场变化时，企业将很难做到快速响应。为此，福田汽车一直在探寻一条有效途径，并将社交思维运用到 IT 战略中，为企业的整体转型提供支持 with 坚实后盾。



IBM 社交商务解决方案：福田汽车智慧协作平台的重要组成

早在 2003 年，福田开始建设 OA 系统，并将内部所有日常管理都纳入协同办公平台。之所以选用 IBM 的社交商务解决方案，正是福田汽车从制造业角度对于平台化和标准化融合个性化的独特要求。

举例来讲，经过 Portal 门户的一期项目建设，福田汽车目前已经完成门户基本平台搭建，完成了 OA/Mail 系统、固定资产系统、RTX 系统的集成，以及实现了内容发布、快捷功能访问等基础功能需求，为全体员工提供了一套统一的信息展现、应用入口和信息集成平台。未来，福田汽车还将基于 IBM WebSphere Portal，实现内容发布、系统集成的信息统一聚合展现，形成前端整合规范；并与应用集成，实现信息推送、消息提醒机制；以门户为基础，基于门户统一业务接口规范，为实现企业服务总线提供基础能力等目标。而 IBM WebSphere Portal 凭借成熟的技术和强大的稳定性，将为福田汽车提供业界领先的集成工作环境。而这恰恰是对“高效”两字的有力诠释。

作为技术和知识密集型行业，特别是在全球化的历程中，如何更好找寻留存并且归档知识，曾经是部门管理者们的难题，但如今福田汽车却可以轻松应对。据了解，在知识管理层面，福田汽车虽然在部分单位建立了相应的知识管理平台，但是知识来源单一，没有整合分散在其他系统中的重要知识。此外，目前知识管理只做到对部分显性知识的收集，对隐形知识的收集缺少引导机制，已建设的知识管理系统不能满足各业务部门个性化知识管理需求。面对诸多挑战，福田汽车将通过选用 IBM Connections 等工具，建立统一知识库，实现文档的提炼、归类和汇总。

而在协同层面，福田汽车期望借由一款统一沟通和协作应用工具，构建统一沟通与协作体系。为此，福田汽车最终选择建立以 Sametime 为核心的内网 IM 即时通讯平台，以实现统一沟通和协作的融合通讯基础平台。

IBM 软件集团大中华区协作解决方案总经理李贵兴表示：“福田汽车打造智慧协作平台，对信息化建设的重视与务实推进有目共睹。未来，IBM

本案例中使用的 IBM 产品

IBM WebSphere Portal

IBM Connections

IBM Sametime