



# IBM汽车行业需求管理解决方案

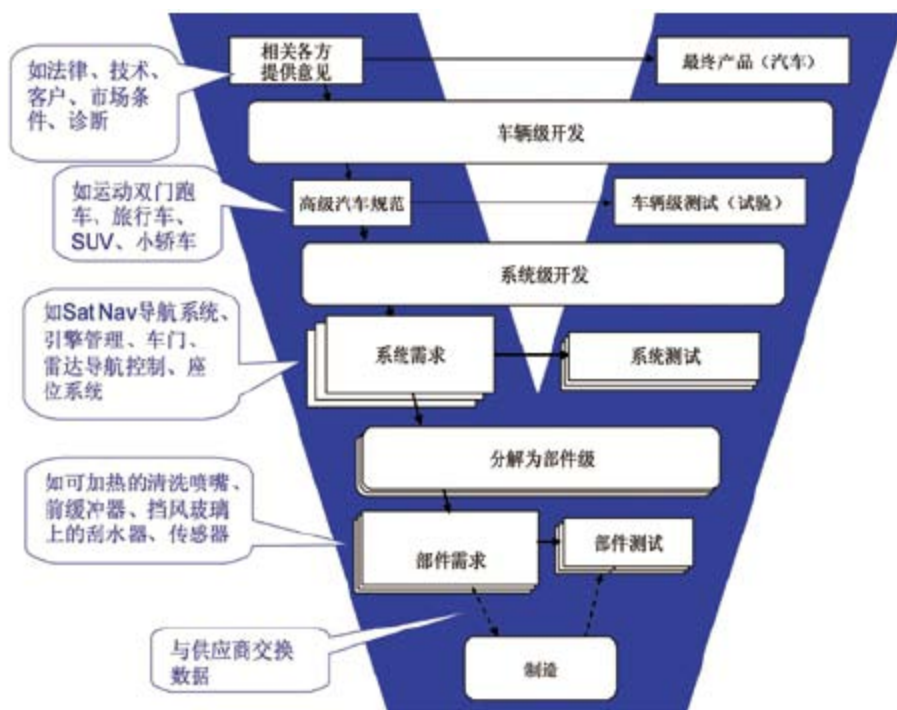


IBM汽车行业需求管理解决方案

## 行业特点:

过去30年汽车不断运用各种各样的新技术，其演进历史说明了汽车是越来越智慧的产品(系统)。整个汽车的研发和创新，越来越依赖于电子设备及其软件的支持。按照对汽车行驶性能作用的影响划分，可以把汽车电子产品归纳为两类：一类是汽车电子控制装置：汽车电子控制装置要和车上机械系统进行配合使用，即所谓“机电结合”的汽车电子装置，包括发动机、底盘、车身电子控制，例如电子燃油喷射系统、制动防抱死控制、防滑控制、牵引力控制、电子

控制悬架、电子控制自动变速器、电子动力转向等；另一类是车载汽车电子装置：车载汽车电子装置是在汽车环境下能够独立使用的电子装置，它和汽车本身的性能并无直接关系，包括汽车信息系统(行车电脑)、导航系统、汽车音响及电视娱乐系统、车载通信系统、上网设备等。随着车载嵌入式软件的广泛运用，导致了汽车制造商和供应商越来越大的挑战，需要一个能够协调各研发部门的开发，协调和管理需求的工作平台。





### 解决方案概述:

- 帮助客户开发和优化需求工程方法和流程
- 帮助客户开发与流程、开发里程碑和角色相对应的信息模型
- 客户使用DOORS来收集、比较和沟通需求
- 客户通过DOORS来跟踪和管理需求
- 帮助客户提高与供应商之间的沟通能力

### 完成主要功能：

- 实现跨国整合，促进产品协作开发
- 在产品营销、工程、供应商和制造部门之间实现交流和数据共享
- 谨防漏掉客户所需的任何特性
- 降低重复工作、延期和保修成本
- 将机械、电气和电子工程师，与系统和软件工程师统统聚合到“一个界面上”
- 在开发阶段及早发现并解决问题，减少返工数量
- 通过更高质量的产品和更快速度的创新来提高客户满意度和忠诚度

### 解决方案价值主张:

- 一个面向大规模研发部门的需求管理系统
- 符合研发人员的工作习惯——以文档为需求的展现形式
- 满足需求管理的要求——专注每一条需求的分析和设计
- 提高研发团队的效率——每个人看到相同的需求信息，多个人可同时工作在同一份需求文档上
- 分布式团队的支持——多产品多地点多团队可共同工作在统一的需求库上
- 全流程的需求追踪——记录需求演化历程，全面变更影响

### 分析

- 支持需求重用——工具支持需求及其设计成果的重复使用

### IBM产品:

- Rational DOORS: 需求流程的管理平台，满足不同的研发部门协同工作的需要，追踪客户需求是否得到满足。在变更发生之前，做好评估。
- Rational DOORS Web Access: DOORS需要的web组件



## 成功案例: 上海汽车集团

### 客户背景:

上海汽车集团股份有限公司（简称“上汽集团”，股票代码为:600104）是国内A股市场最大的整车上市公司。2011年，通过向上海汽车工业（集团）总公司及上海汽车工业有限公司发行股份，购买独立零部件、服务贸易和新能源汽车业务的相关股权和资产，上汽集团实现资产重组整体上市，总股本达到110亿股。

上汽集团主要业务涵盖整车(包括乘用车、商用车)、零部件(包括发动机、变速箱、动力传动、底盘、内外饰、电子电器等)的研发、生产、销售，以及汽车服务贸易业务（包括汽车金融）。2011年，上汽集团整车销量超过400万辆，继续保持国内汽车市场领先优势，并以上一年度542.57亿美元的合并销售收入，第七次入选《财富》杂志世界500强，排名第151位，比2010年上升了72位。

### 客户需求:

- 如何能够增进各个专业有效沟通，对需求保持统一的认识和理解
- 如何记录需求分析分解的过程，全流程的追踪需求的演化过程
- 如何增强洞察变更影响的能力；如何将安全性/可维护性等要求也统一贯彻实现
- 如何有效管理和增强与客户/供应商交流
- 如何增强集成测试的能力整个研发团队是否可以用同一种流程，同一种方式记录和沟通需求

### 客户收益:

- 通过DOORS，各地的开发团队都能管理可跟踪性并且跨越多个品牌来共享规范信息
- DOORS允许各工作团队针对通用部件共享通用的需求规范，从而节省了时间并且降低了生产成本
- 在DOORS中共享规范信息增强了供应商协作能力，最终提高了整车的质量

### IBM方案价值:

- 一个面向大规模研发部门的需求管理系统
- 符合研发人员的工作习惯——以文档为需求的展现形式
- 满足需求管理的要求——专注每一条需求的分析和设计
- 提高研发团队的效率——每个人看到相同的需求信息，多个人可同时工作在同一份需求文档上
- 分布式团队的支持——多产品多地点多团队可共同工作在统一的需求库上
- 全流程的需求追踪——记录需求演化历程，全面变更影响分析
- 支持需求重用——工具支持需求及其设计成果的重复使



© 版权所有IBM Corporation 2012

IBM、IBM徽标、ibm.com是国际商业机器公司在美国和其他国家或地区的商标或注册商标。如果上述和其他IBM商标在本文中初次出现时带有商标符号(®或™)，则表示在此信息发布时，这些商标是IBM拥有的、在美国的注册商标或普通法商标。此类商标在其他国家地区也可能是注册商标或普通法规定的商标。可在网络上获取IBM商标的最新列表，请查看[ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)的“Copyright and trademark information”部分。未经IBM公司书面许可，不得以任何方式复制或传播本文档的任何部分。

到发布之日止，产品数据都进行了准确性审校。产品数据可能随时更改，恕不通知。关于IBM未来方向或打算的声明仅代表IBM的发展目标，如有变更，恕不另行通知。IBM“按原样”提供本出版物，不进行任何明示或暗示的保证，包括准销期间或出于某种目的而做出的任何暗示的保证。一些法律法规不允许在不预先通知的情况下在某些交易中表达或暗示质量免责声明。

本文档中针对IBM和非IBM产品及服务的性能数据是在特定的操作和环境条件下得出的。由任何该产品的执行的执行方获得的实际成果取决于大量特定于该方操作环境的因素并可能有很大差异。IBM不保证此类产品或服务的任何实现能够获得或包含此类成果。本文档中包含的有关第三方的任何材料基于从该方获得的信息，并没有独立验证信息的精确性。本文档不等于来自IBM对任何第三方产品或服务的明示或暗示的建议或认可。

客户应自行保证遵守法律法规要求。获取有能力的法律顾问关于确定和解释任何可能影响客户的业务的相关法律和法规要求，以及读者为遵守法律可能必须采取的任何措施的建议是客户自己的责任。IBM不提供法律建议，也不表示或保证其服务或产品将确保客户遵从任何法律或规定。



请回收利用