

# OhwYaa 微社区 产品白皮书

东软集团有限公司

**Neusoft**

# 目录

一、背景介绍 .....	3
1.1 市场现状概述 .....	3
1.2 战略思考.....	3
1.3 目标用户.....	4
二、产品介绍 .....	5
2.1 产品架构.....	5
2.2 核心优势.....	5
2.3 典型特征.....	6
2.4 企业微社区功能介绍 .....	6
2.4.1 动态流 .....	7
2.4.2 知识交流.....	7
2.4.3 消息通知.....	7
2.4.4 话题 .....	7
2.4.5 名人堂 .....	7
2.4.6 好友互动.....	8
2.4.7 个人空间 .....	8
2.4.8 知识搜索.....	8
2.5、技术规范 .....	9
2.5.1 技术架构原则 .....	9
2.5.1 软件运行环境 .....	10
三、典型应用场景及案例.....	10
3.1 微信企业号，用于员工互动交流 .....	10
3.1 微信公众号 / 移动 APP，客户服务区 .....	11

# 一、背景介绍

## 1.1 市场现状概述

如今智能手机发展迅速，沟通变得愈加顺畅，同样使得智能手机的普及率大大提高，上至耄耋老人，下至牙牙学语的孩童，无不依赖于智能手机去沟通。据《21 世纪经济报道》报道：截止 2016 年 7 月，中国移动电话用户总数达到 13.04 亿户，截至 2016 年 12 月，我国网民规模达 7.31 亿。其中，手机网民 6.95 亿，增长率连续三年超过 10%。这其中，微信成为了我国网民沟通的最主要工具之一。2017 年《微信数据报告》显示，微信的总用户数量已经达到 9.63 亿，其中 9 月的日活跃用户为 9.02 亿人次。其中公众号是人们获取信息的重要途径之一，微信公众号平均月活跃粉丝数也达到了 7.97 亿的惊人数字。由此可见微信在沟通中近乎无法取代的地位。

企业通常希望能有一款应用能够解决企业内用户的阐述意见、建议的地方，其可以分享知识或是对某一话题进行深入讨论，甚至可以找到企业中的专业人才。或是企业希望其 APP 用户能够有一个可以对其 APP 产品进行讨论、吐槽或提意见的平台。而现有反馈区形式单一、反馈效果不佳，新开发个交流社区成本太高。

大数据在知识管理以及社群中的作用逐渐凸显，通过大数据分析推动用户使用频次、社区活跃度等方面等应用以及作用逐步被各企业、行业用户所接受，并希望可以在企业或行业知识管理以及内部社区中应用。

## 1.2 战略思考

信息创造和管理是企业管理的一项重要内容。目的是要在组织中建构一个系统，让组织中的信息透过获得、创造、分享、整合、记录、存取、更新等过程，达到信息不断创新的最终目的，并回馈到系统，个人与组织的信息得以永不间断的累积，从系统的角度进行思考这将成为组织的智慧资本，有助于企业做出正确的决策，以因应市场的变迁。

微信公众号和其 APP 本身都是很好的平台。用户在微信公众号或 APP 中直接打开 H5 页面可以很好地解决这个问题。基于微信的覆盖程度广，以及 APP 用户可能不会愿意为了对其进行反馈而去下载一个新开发社区应用的状况，公众号内打开社区面，或是 APP 中内嵌微社区的做法是解决当前问题的最佳解决方案。在 H5 页面中同样可以集成不亚于社区类应用的功能，并达到节省成本的目的。其功能有以下特点：

- 用户在其上发表自己的见解及意见，可以对自己发表的博文进行加入标

签，而其他用户可以通过检索关键词找到相关话题，使同类型动态信息变得更加紧凑，进而可以使更多用户可以在同一话题中进行深入讨论。用户可以通过精确检索的方式找到自己感兴趣的内容，并通过点赞、评论、收藏等功能，对其进行进一步的深入交流。

- 用户与用户之间可以通过关注，可以事实查看其关注用户所发表的动态，并通过关注关系形成自己的人脉圈，由此构建用户对社区的强粘性；
- 基于微信公众号的用户数量大、APP 用户活跃度强的状况，把 H5 页面直接嵌入公众号、APP 内，不仅可以快速地集成讨论、反馈的功能，不仅节约了额外开发社区交流平台的成本，也降低了用户对新软件的学习成本，使用户的表达变得更加便捷。

### 1.3 目标用户

微社区使用社交与大数据重塑反馈信息及知识管理，为大中型企业，政府机关，事业单位、机构组织打造的新一代知识社区，构建智能型知识库，将信息价值最大化。

微社区主要针对两类客户：

1) 需要通过平台做对外宣传或为其用户提供服务的，构建集成服务与用户讨论的社区

2) 以行业知识为切入点，编织特定机构、组织的社交网络，建立行业人脉圈。实现企业内知识的分享、传播，促进知识的积累、创新。为行业从业者提供交流分享平台。

## 二、产品介绍

微社区是基于 OhwYaa 企业知识社区的衍生社区产品，它继承了 OhwYaa 以 UGC 的方式进行知识生产，以员工为中心、弱中心化，通过自运营的方式保证知识管理的持续力的特点，在 OhwYaa 的基础上更好的解决了知识社区的便捷性，以微信公众号+H5 页面、APP+H5 页面的形式，实现微信公众平台、APP 内的社区服务。

### 2.1 产品架构



### 2.2 核心优势

使用社交与大数据重塑企业信息、知识管理。以社交关系为引擎，连接企业员工，通过动态促进知识分享、传播与积累。获取用户所分享内容、社交关系及行为数据，通过大数据分析产生个性化推荐内容，实现个性化学习+社会化学习相结合。

个性化的知识推荐。对用户行为与关注内容进行分析，构建用户兴趣图

谱，推荐用户感兴趣的知识内容。

全方位应用整合。提供手机 H5 客户端，可实现与业务系统、自有 App、微信服务号、企业号的整合。

互通的组织内外双社区：独有的广场讨论机制，可实现组织内部社区、外部客户社区各自安全的前提下实现互通，帮助组织实现开放式创新。通过关注行为达到最快获取用户之间的信息共享，也形成用户之间的人脉圈。

## 2.3 典型特征

- 互动性更强
- 便携性更强，方便用户随时随地插看知识
- 能够激发用户自主创建内容（UGC）
- 更强调以用户为中心
- 突出以个人为中心，有利于人际网络的形成，增加用户黏性
- 个性化内容获取机制、用户兴趣自动聚合等社交特性是论坛所不具备的
- 比企业博客根据有活跃性，产生难度相对较低
- 比微博的内容更具有企业价值

## 2.4 企业微社区功能介绍

在企业 2.0 理念的基础上，构建企业内部移动社交网络，利用手机客户端及 APP 内嵌，为员工提供一个知识经验分享平台，鼓励员工自愿自发随时分享知识经验，引导业务能力较强的员工建立起企业内的自媒体平台，最大化的挖潜企业内的隐性资产。

通过扁平化的移动社交平台，使管理者与员工之间产生直接、平等的对话，从而营造一个良好的企业内部的交流氛围，使企业内部的交流更加顺畅、简单。

从自上而下、指导式的管理形态演化成为，以员工为中心、企业搭台员工唱戏的新常态模式。

### **2.4.1 动态流**

打开手机客户端或微信公众号、APP 内嵌微社区，用户在动态流首页看到关注好友动态，评论、点赞，随时随地了解精华、话题的相关动态，选择兴趣相关动态进行浏览、收藏或评论点赞等一系列操作。

动态流的建立使知识以病毒式传播快速地在员工间流动，实现知识的最大化复用。

### **2.4.2 知识交流**

用户通过手机可以随时发布博文以进行知识分享，支持图文发布，支持最多九图上传。对已上传的博文可以进行删除操作。

用户可以对其上传的博文加标签，达到从博文上传之初即对其文章进行分类，从而方便其他用户进行搜索筛选，使得知识能以高效率进行传播，从而达到知识运用效率最大化。

对感兴趣的博文，用户可通过点赞和评论方式与其他用户进行交流、讨论，分享自身见解及感受，达到交换知识的目的。同时，用户通过收藏感兴趣博文，实现知识积累，便于再次浏览和统一检索。

评论亦支持匿名发表。

### **2.4.3 消息通知**

用户通过私信其他用户进行一对一交流，并可查看历史交流记录，作为备忘与积累。

企业管理者可以通过公告向社区所有用户发布企业最新公告信息。

### **2.4.4 话题**

微社区提供话题功能，能够将知识按照用户关注点的不同纬度进行分类。话题包括知识方向、文章摘要以及文章关键词。用户通过话题关键词检索查找自己感兴趣的话题，可查看题目、文章内容、标签等内容包含关键词的所有相关博文。

### **2.4.5 名人堂**

微社区提供名人堂功能，系统将企业内的成员擅长的知识方向进行分类，其中包括社区达人、文化、人物、出版新闻、媒体新闻、人工智能、传媒、

娱乐等，用户点击进入名人堂页面时，通过分类可以轻松地找出自己感兴趣的知识方向，并找到相关用户，系统根据其发布的博文关注度、评论、点赞和收藏数量对其进行声望评值。其他用户可以查看其声望值、能力分析，也可以对其加关注查看其博文，或私信向其请教。

#### **2.4.6 好友互动**

用户使用关注功能与其他用户建立单向或双向好友关系，通过关注操作，每一个员工形成个人的人脉网络，包括关注人集合、粉丝集合，并可以通过二度人脉（朋友的朋友）进一步扩展自己同事圈。

用户可通过@通知、分享给微信或 APP 好友、分享到朋友圈来邀请他人一起评论感兴趣的博文内容，促进知识传播。

#### **2.4.7 个人空间**

用户查看自己发布的博文与评论列表、收藏博文列表。

提供关注人管理和粉丝管理，展示用户关注人和用户粉丝的数量及列表，可以关注、取消关注、发送私信。

#### **2.4.8 知识搜索**

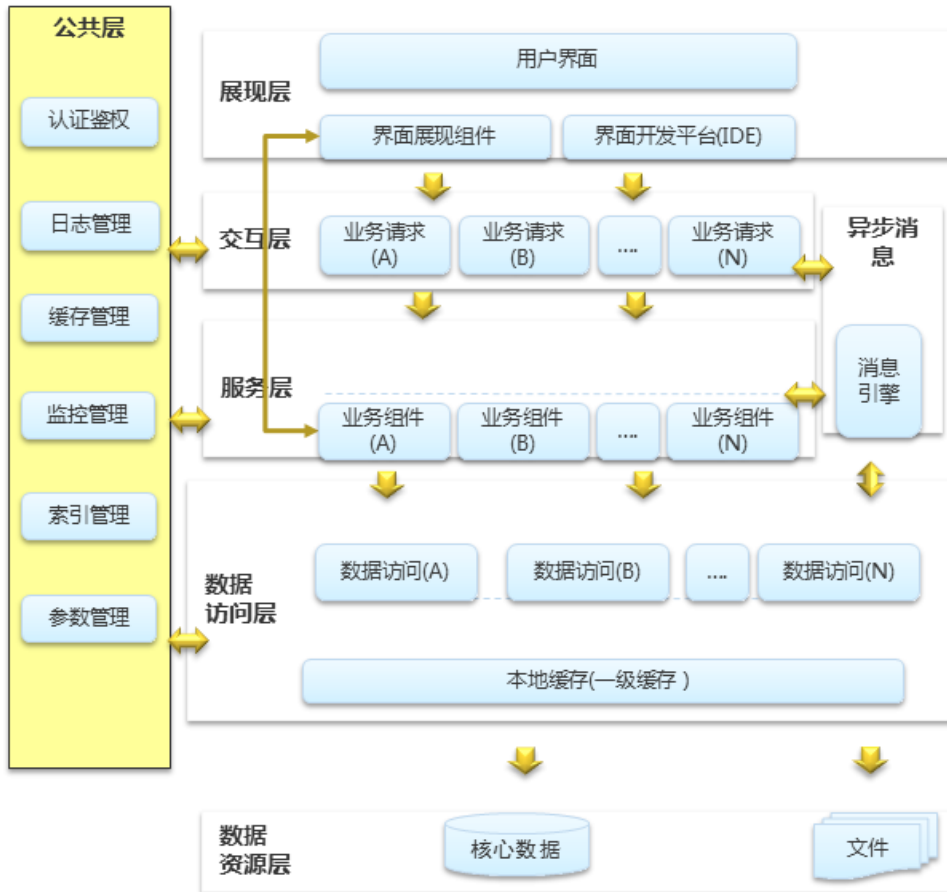
微社区首页提供知识搜索功能，用户通过关键字搜索，进行快速、准确地搜索其所需知识，让用户能够在海量的知识中迅速地、准确地获得想要的博文或话题，并可通过博文的标题、属性标签等关键信息进行搜索，系统除了需要列出符合搜索条件的博文、话题外，还需进行语义关联搜索，查找并列出的与搜索博文、话题具有相关性的关键词。

对产生的博文、评论等知识内容进行解析，以增量的形式更新索引库，实现新内容即时搜索。支持模糊搜索，支持关键词的高亮显示。



## 2.5、技术规范

### 产品架构-技术架构



#### 2.5.1 技术架构原则

充分利用业界热门的开源软件进行设计，实现可伸缩、可扩展、高性能的技术架构。

- 展现层：支持 JSP/FreeMarker 页面语言构建展现层。
- 交互层：利用 Spring MVC 接收业务请求，并传递给服务器处理。
- 服务层：通过 Spring Framework 实现服务提供。
- 异步消息：通过异步消息实现业务的快速响应。
- 数据访问层：通过 Spring Data 构建数据访问路由管理，Ehcache 作为本地缓存,存放热点业务数据。
- 数据资源层：根据业务数据的特点，采用关系型数据库(MySQL)、

NoSQL 数据库（MongoDB）混搭方式进行数据存储与访问。

硬件运行环境：

CPU 8 核	内存 8G	存储空间 300G	数量 1
CPU 8 核	内存 8G	存储空间 500G	数量 1

### 2.5.1 软件运行环境

操作系统：64 位 Linux 系统（推荐，Redhat 7 系列，或 CentOS 7 系统）

应用软件、中间件、插件：

jdk1.7.0\_55

Apache Tomcat/7.0.42（OhwYaa 主应用）

Apache Tomcat/6.0.41（OhwYaa 管理端）

Apache Tomcat/7.0.53（OhwYaa 搜索服务）

Apache Httpd/2.2.27、apr-1.5.1、apr-util-1.5.3

（Apache Httpd 中间件）

MySQL-5.6.20-1.el6.x86\_64（MySQL 数据库）

Mongodb-linux-x86\_64-2.2.6（Mongodb 数据库）

nginx-1.6.1（Nginx 中间件）

LibreOffice\_4.2.7（LibreOffice 插件）

## 三、典型应用场景及案例

### 3.1 微信企业号，用于员工互动交流

OhwYaa 微社区可以集成至微信企业号，用户企业内部员工的沟通与互动。员工可以通过 OhwYaa 微社区快捷发布问题，与同事进行沟通交流；也方便企业或企业内部组织，组织员工活动，促进团队建设与企业文化的建立；

微社区具有敏感词过滤功能，方便企业把握内部沟通交流尺度；具有建立公司内部的名人堂功能，从而实现对员工的激励。

企业可以使用 OhwYaa 实现企业内部的信息知识的沟通交流。个性化推荐功能，可以根据员工的浏览习惯动态推荐内容，提高员工的浏览效率；通过话题设置，实现引导员工针对某一领域或专项知识的沟通交流；系统利用大数据技术，可实现根据用户在 OhwYaa 中的行为，分析用户兴趣及擅长领域，从而调动员工对于知识信息分享的积极性和主动性。

### **3.1 微信公众号 / 移动 APP , 客户服务区**

OhwYaa 微社区可快速集成至微信公众号或移动 APP，实现对于公众号或 APP 用户的客户服务区。

企业可以将售前 / 售后的资料统一存放，方便客户统一查找、咨询；客户可以在社区内反馈问题，服务人员可在社区内快速解答问题，一方面提高客户满意度，同时也提高了客服人员的工作的工作效率；而社区的形式，也可为微信公众号和 APP 提高用户粘性。