

研究探讨

服装CPC策略及其系统研究

韦波,李仁旺,郑立鹏,卢学军,王平

天津科技大学机械工程学院 天津300222;浙江理工大学 浙江杭州310018

收稿日期 2004-5-12 修回日期 2005-6-6 网络版发布日期 接受日期

摘要 协同产品商务(CPC)作为一种基于Web的解决方案,重视客户、制造商、供应商和合作伙伴在产品整个生命周期的协同,通过“集智”达到创新,满足消费者多变的需求。将CPC的思想与服装生产的特点相结合,对传统的服装串行开发过程和先进的服装CPD进行比较,给出了服装CPC框架结构图和解决方案,从服装CPC的系统框架、组成和开发平台等方面进行了研究。提出服装CPC框架下CRM从概念到职能的泛化理论。

关键词 [服装信息化](#) [协同产品商务](#) [客户关系管理](#) [产品开发平台](#)

分类号

DOI:

通讯作者:

作者个人主页: 韦波;李仁旺;郑立鹏;卢学军;王平

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [PDF](#)(129KB)

▶ [\[HTML全文\]](#)(0KB)

▶ [参考文献\[PDF\]](#)

▶ [参考文献](#)

服务与反馈

▶ [把本文推荐给朋友](#)

▶ [加入我的书架](#)

▶ [加入引用管理器](#)

▶ [引用本文](#)

▶ [Email Alert](#)

相关信息

▶ [本刊中 包含“服装信息化”的 相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

· [韦波](#)

· [李仁旺](#)

· [郑立鹏](#)

· [卢学军](#)

· [王平](#)