
未來計劃及[編纂]

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細說明，請參閱本文件「業務－我們的策略」。

[編纂]

假設[編纂]為每股股份[編纂]（即[編纂]範圍每股股份[編纂]至[編纂]的[編纂]），我們估計我們將自[編纂]收取[編纂][編纂]（經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]及其他估計[編纂]後，並假設[編纂]未獲行使）。按照我們的策略，我們擬將[編纂][編纂]按下述金額用於下述用途：

- [編纂]約[編纂]%（約[編纂]）預期將於未來三年用於提升我們的技術研發能力。該等技術主要包括基於專家混合(MoE)架構的多模態LLM、專家模型和數據倫理技術。該等技術開發為支持本集團所有業務線的基礎。我們相信，對研發能力的投資將使我們能夠抓住大模型及生成式營銷的進步所帶來的機遇，提高我們具有高技術壁壘且對保持我們的競爭優勢至關重要的技術能力，並完善我們的產品以不斷滿足市場需求，從而推動我們收入的長期增長。具體而言，我們將重點放在加強算法、算力、數據來源等方面的能力。將予分配的[編纂]的明細如下：
 - (i) [編纂]約[編纂]%（約[編纂]）預期將用於招募和培養高精尖人才，包括技術架構師、軟件工程師、算法專家、產品經理及測試工程師，以增強我們的算法，開發基於混合專家 (MoE) 架構的多模態營銷大語言模型，開發營銷與操作場景中的專家模型，並改進數據倫理技術。

未 來 計 劃 及 [編 纂]

- (a) 基於MoE架構開發多模態營銷大語言模型。我們計劃利用多位專業專家的協同力量來解決複雜的營銷挑戰。例如，若要徹底評估廣告效果，就必須協同合作：先進行活動前的情緒影響分析與內容質量評估，再由實時API (RTA)策略專家進行活動後的數據分析，以評估活動效果。通過整合該等不同領域的專業知識，我們旨在基於MoE架構持續研發多模態營銷大語言模型，讓我們的客戶能有效掌握數字化營銷不斷演進的趨勢。有關詳情，請參閱「業務－大模型產品」。

下表載列我們未來三年為開發基於MoE架構的多模態營銷大語言模型按崗位劃分的招聘計劃：

職位	招募人數	估計平均年薪			資質
		2025年	2026年	2027年	
		(人民幣千元)			
技術產品經理.....	2				學士學位，七年以上工作經驗，或有豐富的技術產品開發經驗
技術架構師.....	4				碩士學位或以上，十年以上工作經驗
前端技術開發人員 ...	4	1,120	1,132	1,054	學士學位或以上，三年以上工作經驗
後端技術開發人員 ...	6				學士學位或以上，三年以上工作經驗
算法專家.....	11				博士學位，三年以上工作經驗
測試工程師.....	2				學士學位或以上，三年以上工作經驗

未 來 計 劃 及 [編 纂]

新入職人員預計進行的研發項目包括：基於鏈的專家調用演算法、多模態大語言推理模型及動態專家擴展等。下表載列研發項目詳情：

研發項目	描述
基於鏈的專家調用算法	我們將考慮實際的營銷場景，調用不同的專家模型協作完成各項任務。
多模態大語言推理模型	我們將利用多模態數據形成多模態思維鏈，訓練專家模型產生局部參照鏈。
動態專家擴展	我們計劃支持即插即用添加專家模型，無需重新訓練模型。

- (b) *開發營銷和營運場景的專家模型*。在營銷和營運智能領域，有許多獨立的挑戰，每項挑戰均需要特定的專業知識和技術才能解決。我們擬為每個獨特的挑戰培養專門的專家模型。該等模型包括（但不限於）基於利用腦電圖(EEG)及眼動追蹤數據的超圖多模態大語言模型(HMLLM)多模態廣告內容評估模型、RTA策略部署模型、洞察力和趨勢預測模型以及供應鏈管理模型。

下表載列我們在未來三年內開發營銷和營運場景的各職位招聘計劃。

職位	招募人數	估計平均年薪			資質
		2025年	2026年	2027年	
		(人民幣千元)			
算法工程師.....	19				計算機科學碩士學位或以上，具備多模態算法、RAG或強化學習算法訓練經驗
算法專家.....	1	1,069	1,122	1,125	計算機科學博士學位，具備三年以上多模態模型研究經驗
技術產品經理.....	1				計算機科學學士學位或以上，具備三至五年人工智能生成內容(AIGC)產品設計或商業化經驗

未 來 計 劃 及 [編 纂]

新聘人員預計將進行跨種族、區域和語言的多模態數據集開發、多模態大模型算法優化、廣告投放策略和效果歸因模型以及營銷數據洞察分析模型等研發項目。下表載列研發項目的詳情：

研發項目	描述
跨種族、區域和語言的多模態數據集開發.....	我們將建立跨種族、區域和語言的文化調適數據集。通過累積來自多個地區的營銷材料和樣品，我們希望建構一個「創意數據庫」，並建立標準化的全球基準協議，以衡量跨文化營銷的效果。
多模態大型模型算法優化	我們計劃優化算法，包括（但不限於）廣告視聽模式效果評估模組、認知映射推理、主觀注視區域評估以及高效能大模型迴歸。我們的算法開發將專注於增強四個技術領域的核心能力：(1)廣告的多模態效果分析，特別是與音訊和視覺數據相關的分析；(2)用於推理的認知映射架構；(3)透過眼球追蹤模擬的視覺注意力建模；及(4)用於語言大模型最佳化的可擴展性迴歸架構。
廣告投放策略和效果歸因模型	利用多模態功能，我們計劃分析涵蓋圖片、視訊、音訊和文字等多種媒體格式的廣告內容，並從這些格式中提取全面的內容特徵向量。透過精確匹配多維廣告特徵數據與使用者個人資料，我們將可提升廣告投放的效果，並提供以內容為基礎的廣告效果歸因。
營銷數據洞察分析模型	透過整合多種來源的數據，包括營銷平台、電商平台和專屬客戶關係管理(CRM)系統的客戶數據，該模型可主動提供多維數據分析和洞察力。此方法可達到超越現有能力的分析深度，幫助品牌找出增長機會。

未 來 計 劃 及 [編 纂]

- (c) **改進數據倫理技術。**我們相信數據安全和數據倫理對於我們的業務增長至關重要。我們致力於遵守隱私保護的最高標準，同時通過積極參與與行業參與者合作制定行業標準並引入這方面的創新技術，不斷開拓數據倫理。我們擬加強我們的內部安全合規系統及數據安全合規的基礎技術。這些改進的重點關注領域之一是先進數據加密技術的開發。通過投資聘請數據安全和數據倫理專家並申請相關專利，我們旨在確保數據受到安全保護，免受未經授權的存取和洩露，從而維護用戶資料的完整性和機密性。此外，我們將增強匿名技術，以更好地保護個人隱私。這涉及開發更複雜的方法來匿名化數據，例如聯邦學習、隱私求交和多方計算，使得無法追溯到任何特定個人，同時仍保留數據的分析效用。另一個關鍵領域是提高我們的數據倫理相關算法的公平性和透明度。我們旨在完善我們的算法，以確保其運作並無偏見，並且決策過程透明，從而促進信任和問責。我們相信，透過提升數據安全及數據倫理方面的能力，我們將持續構建基於數據的核心競爭優勢。下表載列我們未來三年的招聘計劃，以改進數據倫理技術：

職位	招募人數	估計平均年薪			資質
		2025年	2026年	2027年	
		(人民幣千元)			
數據安全和數據倫理專家	2				學士學位或以上，十年以上相關領域工作經驗，具有數據倫理研究經驗，熟悉國內外各種數據安全和數據倫理相關法律法規。
數據合規專家.....	3	680	667	689	學士學位或以上，十年以上相關工作經驗，熟悉國內外各種數據安全和數據倫理相關法律法規，持有相關數據安全認證證書。
數據安全管理系統架構師	2				學士學位或以上，五年以上相關工作經驗，深入瞭解國內外數據安全和隱私保護法律法規，持有相關數據安全認證證書。
數據合規官.....	2				學士學位或以上，五年以上數據合規工作經驗。

未來計劃及[編纂]

- (ii) [編纂]約[編纂]%(約[編纂]) 預期將用於採購研發相關基礎設施。這包括購置算力服務及投資數據中心資源以支持我們的技術需要。
- (iii) [編纂]約[編纂]%(約[編纂]) 預期將用於通過與企業、廣告代理商、媒體平台及其他專業第三方合作擴大我們對數據來源的存取。該等數據來源主要包括線上和線下場景中的多模態數據，例如來自社交媒體的消費者情緒和行為數據，以及與線下銷售和營運相關的會話及物聯網數據。整體而言，通過加強對數據收集的投資，輔以我們的多模態分析和數據分析能力，我們旨在通過先進的數據能力不斷增強產品的競爭優勢。
- [編纂]約[編纂]%(約[編纂]) 預期將用於產品開發，以豐富我們的產品組合。與產品組合相關的技術將主要涉及以下產品：小明助理、生成式營銷平台、營運智能產品、秒針系統。所涉及的該等技術更多處於應用程序層面，面向產品的前端及後端，例如應用界面。具體而言，將予分配的[編纂]的明細如下：
 - (i) [編纂]約[編纂]%(約[編纂]) 預期將用於招募產品經理、技術專家等專業人才以開發小明助理、我們的生成式營銷平台、營運智能硬件開發以及升級秒針系統(包括推出及開發其海外版本)。我們預期該等專業人才將引領我們新產品的開發及升級，帶來對我們專有技術的實際應用至關重要的特定領域知識及技能，並確保我們的產品開發流程高效且符合市場需求。
 - (a) *小明助理的開發*。於推出DeepSeek R1及其他先進的大語言模型後，結合我們努力利用小明助理的整合連接及精確分析能力，我們擬進一步擴展小明助理的功能和特性，並將產品商業化，以滿足企業員工在營銷和營運垂直領域對技術門檻及集成營銷功能的一體化智能助理的需求。此擴充旨在通過優化的推理架構及可擴展的應用程序框架，在營銷智能運營的不同垂直領域實現更廣泛的部署。重點在於加強嵌入小明助理的AI智能體(由人工智能驅動的任務自動化工具)，並與生態合作者合作推出專門的市場，

未 來 計 劃 及 [編 纂]

以提升其能力及競爭優勢。有關小明助理的詳情，請參閱「業務－大模型解決方案－小明助理」。我們計劃實施一項戰略招聘計劃，以吸引頂級技術及商業化人才，並使小明助理在跨多個垂直領域及可持續增長方面處於領先地位。下表載列我們未來三年開發小明助理的招聘計劃：

職位	招募人數	估計平均年薪			資質
		2025年	2026年	2027年	
		(人民幣千元)			
產品經理.....	4				學士學位或以上，三年以上工作經驗
技術架構師.....	2				碩士學位或以上，十年以上工作經驗
前端技術開發人員 ...	6				學士學位或以上，三年以上工作經驗
後端技術開發人員 ...	8	697	732	769	學士學位或以上，三年以上工作經驗
算法工程師.....	5				碩士學位或以上，三年以上工作經驗
測試工程師.....	2				學士學位或以上，三年以上工作經驗
產品商業化專家	4				學士學位或以上，五年以上工作經驗

未來計劃及[編纂]

- (b) 我們的生成營銷平台開發。我們致力於鞏固在營銷智能應用軟件領域的領先地位。透過投資並推出我們的生成營銷平台，該平台借助大型營銷模型生成營銷內容及戰略以及企業營銷洞察，我們旨在為客戶提供端到端的生成式營銷解決方案，有效滿足在快速變化的消費市場中快速產出高品質營銷策略和內容的需求。我們擬進一步訓練針對不同細分受眾群體的大營銷模型，以驅動營銷策略和內容的生成，並支持秒針系統從識別和分析消費者（「誰」）到轉變為利用內容（「什麼」）影響消費者。為達到此目標並促進產品升級，我們計劃招募具有將人工智能與營銷產品整合經驗的人才。下表載列我們未來三年內開發生成式營銷平台的招募計劃：

估計平均年薪					
職位	招募人數	2025年	2026年	2027年	資質
(人民幣千元)					
產品經理.....	5				學士學位或以上，三年以上營銷行業工作經驗
技術架構師.....	3				碩士學位或以上，十年以上營銷行業工作經驗
前端技術開發人員 ...	4				學士學位或以上，三年以上工作經驗
後端技術開發人員 ...	8	713	749	787	學士學位或以上，三年以上工作經驗
算法工程師.....	5				碩士學位或以上，三年以上營銷行業工作經驗
測試工程師.....	2				學士學位或以上，三年以上工作經驗
產品商業化專家.....	3				學士學位或以上，五年以上營銷行業工作經驗

未 來 計 劃 及 [編 纂]

- (c) *營運智能硬件的開發*。我們計劃持續推出更多的營運智能硬件，利用硬件能力的迭代強化，整合營運智能產品線的技術、知識和數據。這項計劃將建立一個具凝聚力的產品生態，完善我們的智能門店操作系統，並為客戶的員工提供更全面的數字智能工作體驗。例如，我們預期將加強投資力度，進一步開發以我們的會話智能硬件（靈聽）為代表的邊緣計算設備。下表載列我們未來三年開發營運智能硬件的招聘計劃：

職位	招募人數	估計平均年薪			資質
		2025年	2026年	2027年	
		(人民幣千元)			
軟件產品經理.....	1				學士學位或以上，三年以上工作經驗
硬件產品經理.....	2				學士學位或以上，三年以上工作經驗
技術架構師.....	2				碩士學位或以上，三年以上硬件行業工作經驗
後端技術開發人員...	3	700	735	772	學士學位或以上，三年以上工作經驗
嵌入式開發工程師...	3				學士學位或以上，三年以上工作經驗
算法工程師.....	2				碩士學位或以上，三年以上嵌入式開發行業工作經驗及背景
測試工程師.....	2				碩士學位或以上，三年以上工作經驗

未來計劃及[編纂]

- (d) *升級秒針系統(包括推出和開發其海外版本)*。為了鞏固我們在營銷智能應用軟件市場的領先地位，我們計劃在數據整合、數據處理和人工智能決策能力方面升級秒針系統。具體而言，我們期望打磨秒針系統的能力，以快速準確地整合非標準和結構化數據。我們亦旨在推進我們的專有知識圖譜，以加快數據處理效率和數據驅動的洞察。此外，我們計劃持續深度整合秒針系統的人工智能能力，例如網絡達人營銷AI智能體可簡化選擇及管理品牌網絡達人的流程。這些智能體可自動完成確定合適的網絡達人、協調活動及分析績效指標等任務，最終提高品牌營銷工作的效率及影響力。此外，通過使用HMLLM，秒針系統可同時評估多個廣告創意，提供詳細報告，突出優勢和需要改進的地方。該模型支持一鍵編輯，允許用戶根據特定的傳播需求快速生成多樣化的優化廣告版本，從而提高創意的有效性和參與度。我們預期通過對這些技術能力的投資，進一步完善我們在廣告監測、分析、洞察、預測和優化方面的產品能力。我們將繼續利用這些技術開發RTA產品，實時接收第一方數據，協助實時廣告相關業務決策，從而建立全面的閉環營銷智能流程。此外，我們計劃將秒針系統累積的產品和技術能力擴展到海外市場，以增加我們的整體市場份額和收入。為此，我們將招募具有相關經驗和技術能力的技術人才，開發有競爭力的營銷智能產品，滿足客戶不斷變化的需求。

未 來 計 劃 及 [編 纂]

下表載列我們未來三年為升級秒針系統而按崗位進行的招聘計劃：

職位	招募人數	估計平均年薪			資質
		2025年	2026年	2027年	
		(人民幣千元)			
產品經理	4				學士學位或以上，三年以上 上海外市場產品經驗
技術架構師	4				碩士學位或以上，十年以上 工作經驗，熟練使用中、英文開展工作
前端技術開發人員	6				學士學位或以上，三年以上 工作經驗，熟練使用中、英文開展工作
後端技術開發人員	9	698	733	770	學士學位或以上，三年以上 工作經驗，熟練使用中、英文開展工作
算法工程師	1				碩士學位或以上，三年以上 工作經驗，熟練使用中、英文開展工作
測試工程師	3				學士學位或以上，三年以上 工作經驗，熟練使用中、英文開展工作
產品商業化專家	4				學士學位或以上，五年以上 工作經驗，熟練使用中、英文開展工作

- (ii) [編纂]約[編纂]% (約[編纂]) 預期將用於租賃或採購設備及裝置，以支持我們產品開發的技術基礎設施。該等設備及裝置包括高效的雲計算服務、設備、服務器和網絡安全基礎設施，以及先進的服務器和設備，以增強我們的數據存儲和實時計算能力。此外，我們計劃升級大數據群集和計算節點，以提升整體計算能力，從而支持開發更先進技術。

未來計劃及[編纂]

- 預期約[編纂]% (約[編纂])的[編纂]將用於營銷、品牌推廣及銷售團隊擴張，旨在進一步擴大我們的客戶群並深化我們在數據智能行業的立足點。具體活動包括舉辦產品展示和體驗活動，目標客戶透過現場示範和案例研究，體驗我們的產品。我們還將組織研討會，現有客戶分享其成功故事和產品的有效性，幫助潛在客戶直觀了解產品益處及價值。此外，我們還將加強與行業協會、商會和諮詢公司的合作，共同舉辦行業大會和白皮書發佈會等營銷活動。我們期望與廣告代理商及營銷顧問公司等上下游企業建立戰略合作關係，為目標客戶提供更全面的服務。我們的線上工作將包括刊登廣告、提高搜尋引擎排名、經營官方社交媒體賬號，而線下，我們計劃參加行業展覽會以提升品牌知名度。下文載列國內外擴張計劃：
 - (a) **國內擴張。**我們目前的銷售團隊由約50名專業人員組成，彼等主要集中在北京、上海、廣州及深圳，該等地區是我們擁有強大客戶群的核心市場，我們擬於未來三年將團隊規模戰略擴充至70至80名成員。此次擴充將重點放在杭州、南京、成都及重慶以及福建等沿海地區等重要經濟中心，以符合我們向服務國內企業及跨國客戶的轉變。儘管我們的收入於2022年至2024年穩步增長，但有針對性的組織效率改進及技術升級使我們能夠以更精簡的團隊開展營運。然而，不斷變化的市場動態要求我們進行此類調整重建以滿足不斷增長的需求。為確保競爭力，我們計劃優先招聘行業專業人才，特別是美容及3C領域的人才，並實施結構化的培訓計劃，使我們的團隊能夠根據日益複雜的客戶需求提供量身定制的解決方案。
 - (b) **海外擴張。**我們先前已於2014年推出了針對國際市場的線上廣告評估及管理系統。此產品針對企業需求，提供涵蓋廣告活動、多維數據洞察與分析、以及便利的數據下載服務的全週期廣告營運管理。自推出以來，該產品的目標為東南亞市場。該產品吸引各行各業頂尖企業的客戶群，我們認為這為我們進一步擴張海外市場奠定堅實的基礎。鑒於中國消費品公司進行海外擴張及利用我們服務跨國企業的豐富經驗，我們有意協助該等中國公司建立並鞏固其國際地位，並在AI時代快速實現業務發展。東南亞、歐洲和中東的市場格局呈現顯著增長的機會。我們預期將從新加坡開始執行我們的海外擴張計劃，新加坡是

未來計劃及[編纂]

通往亞太市場的戰略門戶，我們將在新加坡建立當地團隊以完善市場洞察並調整我們的營銷智能產品。後續擴張的目標是日本、印尼、馬來西亞、泰國及部分歐洲與中東市場。我們將尋求具有國際視野及跨文化溝通能力的人才，並與當地專業團隊合作，確保我們能夠順利進入並適應不同的市場環境。具體而言，我們擬於未來兩至三年招聘十名以上專業人員支持我們的海外擴張。對國內可擴展性及全球能力建設的雙重聚焦凸顯了我們致力於成為全球企業數位轉型值得信賴的合作夥伴的決心。為確保我們海外擴張的數據智能業務運作符合當地法律要求，我們將實施嚴格的內部控制措施。我們的隱私政策及海外產品的服務條款概述與產品功能、付款模式、數據收集、處理和共享、數據使用通知和責任限制相關的協議。目前，我們的海外產品正處於測試階段，所涉及數據不包括個人資料。因此，我們相信，我們現有內部控制措施充分。我們擬指定專人負責監控及確保遵守各目標國際市場的當地法規，對員工進行定期審核和合規培訓，並與當地法律顧問合作，以有效把握法規情況，減輕任何與數據隱私和安全相關的潛在風險。當我們將針對海外市場的產品商品化時，我們預期會鞏固內部控制措施，包括設立當地合規團隊、與當地法規合規機構合作，以及取得當地監管機關所規定的執照、許可和證書。透過整合該等內部控制機制，我們旨在於我們的國際業務中遵守法律要求及道德標準。

- [編纂]約[編纂]% (約[編纂]) 預期將用於營運資金及一般企業用途。

倘[編纂]按[編纂]釐定，則[編纂][編纂]將分別增加或減少約[編纂]。倘我們調高或調低[編纂]以將最終[編纂]定為高於或低於[編纂]範圍的[編纂]，我們將按比例增加或減少分配作上述用途的[編纂]。

未 來 計 劃 及 [編 纂]

倘[編纂]獲悉數行使，我們將收取的額外[編纂]將為(i)[編纂]（假設[編纂]為每股股份[編纂]，即[編纂]）；(ii)[編纂]（假設[編纂]為每股股份[編纂]，即[編纂]的[編纂]）及(iii)[編纂]（假設[編纂]為每股股份[編纂]，即[編纂]）。

倘[編纂][編纂]（包括[編纂]獲行使的[編纂]）高於或低於預期，我們可按比例調整分配作上述用途的[編纂]。

倘[編纂][編纂]無須立即用作上述用途，或倘我們未能按擬定計劃實施我們計劃的任何部分，本公司可在被視為符合本公司最佳利益的情況下，將該等資金存放於持牌商業銀行及／或其他認可金融機構（定義見證券及期貨條例或其他司法權區的適用法律法規）的短期計息存款賬戶中。在此情況下，我們將遵守上市規則的適當披露規定。