

技術詞彙

本詞彙表載有本文件所用與我們及我們的業務有關的若干技術詞彙的釋義。該等釋義未必與行業標準釋義一致，亦未必與其他公司採用的類似詞彙相若。

「3C」	指	計算機、通訊和消費電子產品
「精確率」	指	在營銷效果量化語境中的一個百分比，按帶有適當收集精準數據的監控要求數量除以監控要求總數計算
「人工智能」或「AI」	指	人工智能
「人工智能模型」或「AI模型」	指	可將非結構數據作為輸入數據，並透過其「智力」（即感知世界、轉錄及組織信息、增強或生成內容或作出決定）將其轉化為信息輸出的算法
「AIGC」	指	人工智能生成式內容
「AIOPs」	指	用於IT運營的人工智能
「AIoT」	指	一種將人工智能與物聯網相結合，構建智能系統的技術
「API」	指	應用程序接口，用於促進不同計算機系統之間信息交換與指令執行的計算機編程方法
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「小明助理」或「Co-pilot」	指	由AI驅動的虛擬助手，可在不同的工作場所和環境中提高生產力和效率
「數據智能」	指	通過使用人工智能、大數據、雲計算及物聯網等先進技術，將原始數據轉化為可用於企業級組織決策的可行見解的過程

技術詞彙

「數據智能應用軟件」	指	利用人工智能、大數據、雲計算和物聯網等技術的應用軟件，能幫助客戶從數據中提取價值，在不同環境（包括營銷和營運）中提供特定場景的數據智能能力
「通用人工智能」	指	AI開發的一個階段，其能力不再專注於特定任務或領域
「生成式人工智能」或「生成式AI」	指	生成式人工智能，屬於人工智能的分支，專注於生成新的原創內容
「物聯網」或「IoT」	指	物聯網
「信息技術」或「IT」	指	信息技術
「大客戶」	指	根據弗若斯特沙利文的資料，於一年內為我們的收入貢獻超過人民幣3.0百萬元或半年期間為我們的收入貢獻超過人民幣1.5百萬元（此為中國數據智能應用軟件市場的通用行業標準）的客戶
「關鍵意見消費者」或「KOC」	指	關鍵意見消費者
「關鍵意見領袖」或「KOL」	指	關鍵意見領袖
「大模型」	指	使用具有大量參數和複雜計算結構的深度神經網絡搭建的模型
「大語言模型」或「LLM」	指	大語言模型，一種AI模型，使用大量文本數據進行訓練，以捕捉語言的統計模式和結構。該等模型通常有數十億的參數，用於處理複雜的自然語言加工任務

技術詞彙

「營銷智能應用軟件」	指	利用人工智能、大數據等技術，從不同方向(包括廣告監控、智能洞察、廣告智能投放等)解決企業在營銷場景中的業務需求，幫助企業實現可量化、可歸因、可優化的數據驅動營銷活動，賦能業務增長的應用軟件
「元學習」	指	一種機器學習技術，即將自動學習演算法應用於元數據，訓練人工智能模型自行理解並適應新任務
「多模態大語言模型」或「MLLM」	指	多模態大語言模型，一種高級LLM，能夠加工及理解文本、圖像、音頻及視頻等不同模態的信息
「開源」	指	可以免費獲得以修改和重新分發的源代碼
「營運智能應用軟件」	指	一種應用軟件，利用人工智能、物聯網等技術，解決營運中企業客戶對營運場景中各方面人、物、現場管理的需求，幫助企業通過對客戶群的精準管理、智能門店管理和庫存控制來提升運營效率和優化空間利用，實現整體優化營運流程，使企業能夠更有效地作出基於數據的營運管理決策
「戶外廣告」	指	戶外廣告。戶外廣告渠道包括多種廣告形式，旨在將廣告送達戶外消費者。該等渠道包括廣告牌(街道大型靜態顯示屏)、數字屏幕(數字顯示屏上的動態廣告)和場所廣告(電梯等特定場所的廣告)等
「互聯網電視」或「OTT」	指	互聯網電視，一種在互聯網而非傳統有線電視或衛星電視上提供影音內容的方法

技術詞彙

「研發」	指	研究及開發
「續約率」或「留存率」	指	按過往年度為我們在本年度貢獻收入的大客戶數目佔過往年度大客戶總數計算的百分比
「RTA」	指	實時API（基於人工智能的跨平台廣告投放工具），可協助客戶實時選擇廣告庫存，憑藉其甲方數據及我們實時優化的投放算法，使用特製的內容觸達最相關的受眾