

技術詞彙表

本技術詞彙表載有本文件所用與我們業務有關的詞彙。因此，該等詞彙及其涵義未必始終與該等詞彙的標準行業定義或用法相符。

「A/B測試」	指	一種通過對比實驗優化營銷決策的技術方法。該過程包括將用戶隨機分為兩組：對照組和實驗組。兩組用戶將接觸到不同版本營銷策略或用戶觸點。在同步運行測試後，通過分析點擊率、轉化率等行為數據，評估哪個版本效果更佳，從而為優化決策提供指導
「準確率」	指	在營銷績效衡量語境下，一種按正確收集到準確數據的監測請求數除以監測請求總數計算得出的百分比
「廣告素材」	指	廣告主提供用於向用戶推銷其產品或服務的營銷活動的資料，包括但不限於文本、圖片、閃存文件、視頻及其他內容格式
「廣告位」	指	數字平台上用於展示廣告的指定空間（如網站、應用程序或媒體渠道）
「廣告主」	指	任何通過投放廣告來宣傳其品牌、產品和服務的個人、公司、組織
「廣告代理商」	指	擔任代理商的中介服務提供商，代表廣告主與媒體平台或廣告服務提供商合作，以推廣其產品及／或品牌
「廣告活動」	指	一組圍繞單則信息並旨在實現特定目標的廣告
「廣告展示」	指	在設備（如手機或計算機）上成功向用戶展示廣告的單個實例。其代表著廣告觸及用戶的實際發生並被記錄下來，無論用戶是否點擊廣告或採取任何進一步行動
「廣告曝光機會」	指	由媒體平台提供的、可參與競價的、向用戶展示廣告的機會
「智能體AI技術」	指	通常通過與用戶交互、分析數據及在人為干預最少的情況下執行任務，自主或半自主地行動以實現特定營銷目標而設計的AI系統

技術詞彙表

「人工智能」或「AI」	指	人工智能
「AI智能體」	指	一個能夠自主執行任務、做出決策並使用自然語言互動的智能系統。以機器學習和自然語言處理等技術為支撐，AI智能體在企業中被用於自動化工作流程、增強決策能力，並提高客戶服務、營銷和銷售等領域的效率
「人工智能模型」或「AI模型」	指	可將非結構數據作為輸入，並通過其「智力」（即感知世界、轉錄與組織信息、增強或生成內容、作出決定的能力）將其轉化為信息輸出的數學算法
「AIGC」	指	人工智能生成內容
「算法」	指	基於執行一系列特定行動，用於解決問題的公式程序
「API」	指	應用程序編程接口，一組為構建軟件應用程序的例程、協議及工具，其使應用程序能夠相互通信
「AUC」	指	曲線下面積，一項用於評估分類模型性能的指標
「大數據」	指	可通過計算分析揭示模式、趨勢和關聯的超大數據集
「大數據分析」	指	對龐大及多元化數據集採用先進分析技術以發掘隱藏模式、未知相關性、市場趨勢、客戶喜好以及可協助機構作出更明智業務決策的其他有用資料
「CDP」	指	客戶數據平台，一個集成系統，可聚合、組織和統一來自多個來源的客戶數據，以創建全面、實時的客戶檔案
「點擊」	指	用戶點擊特定超鏈接或廣告的動作
「基於雲的」	指	由雲計算提供商的服務器通過互聯網向有需要的用戶提供的應用程序、服務或資源，並可訪問共享的可配置資源池

技術詞彙表

「CPA」	指	每次行動成本，一種基於績效的定價模式，根據移動設備用戶的每次行動（如下載、安裝或註冊）支付廣告費用
「CPC」	指	每次點擊成本，一種基於績效的定價模式，根據每次廣告點擊支付廣告費用
「CPI」	指	每次安裝成本，一種基於績效的定價模式，根據每次應用安裝向廣告主收取費用
「CPM」	指	每千次展示成本，一種基於績效的定價模式，根據每千次展示支付廣告費用
「CPS」	指	每次銷售成本，一種基於績效的定價模式，根據廣告帶來的銷售量增加支付廣告費用
「CPUV」	指	每位獨立訪客成本，一項衡量廣告成效的指標，代表客戶獲取單個獨立用戶所產生的成本
「CPV」	指	每次訪問成本，一項衡量廣告成效的指標，代表客戶生成一次訪問所產生的成本
「CRM」	指	客戶關係管理，一種企業級客戶數據管理系統，通過模塊化架構集中客戶數據、自動化工作流程並整合銷售、營銷及服務運營
「CTR」或「點擊率」	指	點擊率，數字營銷及分析中的一項關鍵指標，用於衡量用戶在看到特定鏈接、廣告或號召性用語後點擊的比例
「CVR」	指	轉化率，數字營銷及分析中的一項關鍵指標，用於衡量在與特定接觸點（如訪問網站、看到廣告或點擊鏈接）互動的用戶總數中，完成期望動作的用戶所佔比例
「數據智能」	指	通過利用AI、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決策的可執行洞察的過程
「決策AI應用」	指	利用AI技術對海量多源異構數據進行深度分析、建模和推理，並基於預設規則或自適應優化機製模擬人類的認知和決策過程

技術詞彙表

「電商」	指	電子商務，通過互聯網買賣商品、服務或數字產品，通常涉及企業、消費者或其他實體之間通過在線平台進行的交易
「FMCG」	指	快速消費品
「生成式AI」	指	生成式人工智能，人工智能的一個分支，專注於生成新的、原創的內容
「智能營銷服務」	指	由數據分析及AI技術支持的營銷活動，以實現活動執行自動化、優化表現，並提升客戶定位及互動效果
「物聯網」	指	物聯網
「IP地址」	指	互聯網協議地址
「ISO」	指	國際標準化組織的簡稱，用於評估商業組織質量體系的一系列國際標準，包括Universal Certification Services Co., Ltd. (非政府組織) 出版的質量管理及質量保證標準
「IT」	指	信息技術
「KPI」	指	關鍵績效指標
「大語言模型」 或「LLM」	指	一種人工智能模型，它在大量文本數據上進行訓練，以捕捉語言的統計模式和結構。這些模型通常有數十億個參數，用於處理複雜的自然語言處理任務
「MA」	指	營銷自動化
「媒體代理商」	指	不擁有任何媒體平台，作為代理商代表媒體平台銷售廣告庫存的中介服務提供商
「媒體資源」	指	根據商業安排，由媒體平台或代理商提供的指定廣告位供應，例如在限定期間內的特定廣告位、流量包，或預購的廣告投放量
「終端客戶淨收入留存率」或 「淨收入留存率」	指	在給定期間內，以前購買過我們產品的終端客戶產生的收入除以給定期間內的收入總額
「OLAP」	指	在線分析處理，一種用於對大量數據執行高速複雜查詢和多維分析的技術

技術詞彙表

「程序化廣告」	指	通過SDK或API自動買賣廣告庫存和自動投放廣告
「研發」	指	研究及開發
「ROI」	指	投資回報率
「SaaS」	指	軟件即服務，一種基於雲的軟件許可和交付模式，其中軟件和相關數據集中託管，並通過訂閱在線訪問
「SDK」	指	軟件開發工具包，一個可安裝包中的一組軟件開發工具，可用於創建和開發應用程序
「平方米」	指	平方米
「TA%」	指	目標受眾百分比，傳遞給設定目標受眾的廣告曝光比例
「傳統汽車客戶」	指	擁有數十年傳統燃油車研發、生產及銷售經驗的汽車製造商，而非那些自成立以來專注於新能源汽車的製造商
「流量」	指	就網絡營銷的流量而言，指媒體平台受眾的流動情況
「訪客激活率」	指	在產品或服務中採取特定價值行動的新用戶的百分比