

技術詞彙表

除文義另有所指外，本文件所用有關本集團及我們業務的若干詞彙的解釋及定義應具有以下所載之涵義。因此，部分該等詞彙及其涵義未必與標準行業涵義或用法一致，亦未必可與其他公司所採用的類似詞彙進行比較。

「618購物節」	指	大型年中網購盛會
「AI生成內容」	指	人工智能生成的內容、數字內容，如AI模型根據用戶輸入或算法提示生成的文本、圖像、音頻或視頻
「動態頂空復刻 香氛技術」	指	一種我們用來捕捉鮮花真實香氣的技術，能釋放出持久而溫和的芬芳
「品牌人群資產」	指	通過各種營銷活動和互動積累形成的、對品牌有一定認知度、情感聯繫及忠誠度的消費者群體，為品牌的無形資產。該群體具有動態性，從而確保該群體持續反映活躍且具有商業意義的品牌粉絲情況。該等受眾群體乃經過長時間積累形成，需要通過精細化運營及持續價值提升來維護，從而為品牌長期發展提供有力支撐。「品牌人群資產」的概念在中國營銷及數字廣告行業受到重視，抖音廣告平台於2022年發佈的《巨量引擎O-5A人群資產經營方法論》即是例證，該方法論將此類消費者群體視為可操作管理且逐步增值的資產
「CAGR」	指	年複合增長率
「紅寶石油」	指	一種源自海洋的富含Omega-3的油脂，提取自小型浮游動物飛馬哲水蚤（一種源自北大西洋的生物資源）
「內容驅動」	指	一種營銷策略，通過精心策劃並發佈高質量、可分享的內容，在多渠道促進消費者互動、提高品牌知名度並促進轉化。該策略充分利用內部能力與外部資源（如IP聯動、KOL合作及用戶生成內容），以擴大傳播範圍並增強傳播效應
「直接面向消費者」	指	我們繞過傳統零售中間商，直接向終端消費者銷售產品的一種商業模式

技術詞彙表

「麥角硫因」	指	存在於若干真菌、植物及動物組織中的天然氨基酸類衍生物及抗氧化劑，以其在細胞保護、提亮及抗氧化方面的潛在功效而聞名
「ERP」	指	企業資源計劃，一款管理關鍵業務流程（如財務、人力資源、供應鏈及庫存）的軟件
「旗艦店」	指	在電商平台上註冊的官方品牌門店，用於銷售我們的自有產品及品牌合作夥伴的產品
「大快消」	指	快速消費品，即銷售速度快、成本相對較低且保質期短、需要頻繁更換的產品
「零售額」	指	特定時期內通過一個平台或渠道下達的所有訂單總價值，未扣除退貨或取消訂單
「高意向用戶」	指	表現出強烈購買意願或具有高轉化潛力的消費者群體，一般通過多維行為數據識別該群體。在品牌人群資產理論的框架下，此類消費者是指對某一產品或品牌表現出濃厚興趣（如主動搜索、將商品加入購物車或在多平台搜索產品）的消費者，以及完成某一品牌首購或首次支付訂單的消費者。高意向用戶被視為精準營銷與轉化優化的關鍵因素，因為該群體代表著一個具有可衡量活躍度與變現潛力的動態用戶群體
「IP」	指	知識產權
「IP合作賬號」	指	我們計劃在電商平台上開設的賬號，目的是營銷及銷售基於IP跨界合作的產品，例如綻家與「親密的奧黛麗•赫本」的合作
「KOC」或「尾部網紅」	指	關鍵意見消費者，即在社交平台上分享真實產品體驗並通過具有共鳴感的同伴驅動型內容影響購買決策的消費者。該等消費者的粉絲基數通常較小，但被認為真誠且值得信賴，因此其推薦在同伴網絡中極具說服力
「KOL」	指	關鍵意見領袖，在特定領域具有影響力的人士或組織

技術詞彙表

「頭部創作者」	指	社交媒體平台上的高知名度內容創作者，通常擁有重大影響和大量粉絲
「腰部網紅」	指	專注於特定細分領域且通常在特定社群中擁有強大專業地位和影響力的網紅
「月活躍用戶」	指	在一個歷月內至少訪問一次應程序的獨立用戶數目
「多模態智能體」	指	整合及跨不同數據格式運作的人工智能模型
「口服美容」	指	根據弗若斯特沙利文的資料，口服美容是旨在從內部支持皮膚、頭髮或整體美容相關益處的可攝取的膳食補充劑的業內公認的術語
「OEM」	指	原始設備廠商，即生產最終以第三方品牌出售的貨物的製造商或生產實體
「全渠道共振」	指	當品牌信息傳遞與消費者互動在多個線上線下渠道中持續放大時所產生的協同效應。全渠道共振通過整合各渠道優勢，打造統一的品牌體驗，並在整個消費者旅程中通過協調各觸點的內容、流量策略及消費者洞察，激發消費需求、提高品牌可見度並加速轉化
「微膠囊技術」	指	一種能透過織物摩擦使精油顆粒逐步釋放的技術，實現持久留香效果
「活性氧」	指	細胞內產生的含氧化學活性分子
「SKU」	指	庫存單位，分配予產品的唯一代碼，用於幫助識別及追蹤存貨
「規模化品牌」	指	2024年總零售額超過人民幣1億元的品牌
「合成生物學」	指	一個結合生物學、工程學與計算機科學的跨學科領域
「流量」	指	互聯網用戶流量

技術詞彙表

「UGC」	指	用戶生成內容，個人用戶（非品牌商或官方發佈者）通常在社交媒體或在線平台上創建並分享的任何形式的數字內容
「紫外線」	指	一種由太陽及人造光源發出的高能電磁輻射