

技術詞彙表

本詞彙表載有本文件所用有關我們及我們業務的若干技術術語的釋義。其中若干術語可能與標準行業釋義有所不同，亦可能無法與其他公司採用的類似詞彙相比較。

「A3受眾」	指	根據抖音受眾群類別，已經熟悉有關品牌且願意購買的用戶群體
「客戶服務」	指	管理客戶關係並確保服務成功交付
「AI」	指	人工智能
「AI智能體」或「智能體」	指	一種智能系統或程式，能夠代表使用者自動執行特定任務以實現擬定目標
「算法」	指	一種基於執行一系列特定操作以解決問題的程序或方法
「API」	指	應用程式介面，乃一套允許不同軟件系統相互通訊及互動的規則及工具
「AIPS」	指	品牌人群資產指數，為小紅書開發的綜合指數，通過將用戶互動信號與下游轉化成果及投資回報率指標相整合，以衡量品牌的累計人群資產及推廣活動成效
「活動」	指	一系列圍繞單一訊息、旨在實現特定目標的廣告
「客戶留存率」	指	按相比緊接對上一個年度於本年度仍為我們客戶的百分比計算
「CPA」	指	吸納每名客戶成本
「CPC」	指	每次點擊成本，一種基於效果的定價模式，客戶為用戶每次點擊廣告或特定內容付費
「CPM」	指	每千次展示成本，一種並非基於效果的付費模式，客戶按每千次曝光次數付費
「CPT」	指	單位時間成本，一種並非基於效果的付費模式，客戶按廣告投放時間支付費用

技術詞彙表

「點擊率」	指	點擊率，社交媒體營銷的一項指標，用來衡量用戶於接觸指定鏈結、廣告或行動號召後點擊有關鏈結、廣告或行動號召的百分比
「DAU」	指	日活躍用戶
「電子商務」	指	利用互聯網買賣商品或服務，以及為執行該等交易而進行資金及數據傳輸
「ESG」	指	環境、社會及管治
「微調」	指	將預先訓練的模型調整以適應指定任務或應用場景的過程
「快速消費品」	指	快速消費品，銷售速度快、價格相對較低、保存期限較短，且需要頻繁替換的產品
「溫室氣體」	指	溫室氣體
「GMV」	指	商品交易總值，於指定期間扣除退貨或取消訂單前透過平台或渠道下訂單的所有訂單總值
「曝光量」	指	廣告瀏覽量，即於指定時間內用戶觀看廣告或於網頁上顯示廣告的總次數。
「達人」	指	在社交媒體或數字平台上創建及分發內容，並有能力影響受眾參與度或購買決策的個人或實體
「KOC」	指	關鍵意見消費者，即粉絲數目相對較少，但樂於分享產品或服務體驗的用戶，通常被受眾認為更具真實感、更容易產生共鳴
「KOL」	指	關鍵意見領袖，即擁有相對龐大的粉絲數目，並對受眾互動及購買決策具有既定影響力的達人
「KOS」	指	關鍵意見銷售，即指利用專業銷售技巧及深厚行業知識，在社交媒體平台上推廣產品的銷售人員或前線員工
「KPI」	指	關鍵績效指標

技術詞彙表

「大型語言模型」或「LLM」	指	基於海量文本數據進行訓練的高級AI模型，能夠理解、生成文字並使用人類語言進行互動。其能夠執行廣泛系列自然語言處理任務，例如文字生成、翻譯、摘要及問答
「MCN」	指	多渠道網絡，向多個內容創作者或社交媒體渠道提供支援及服務的公司或實體
「ROI」	指	投資回報率
「研發」	指	研究與發展
「種草」	指	在社交媒體平台上創建內容並分發予目標用戶群體，旨在提高用戶參與度並推動轉化率
「社交媒體平台」	指	一組線上平台及應用程序，允許用戶創建、分享及交換文字、圖像、影片等形式的內容
「SPU」	指	標準產品單位
「流量」	指	在社交媒體營銷中，指媒體平台的受眾流量或使用者造訪量
「UGC」	指	用戶生成內容，即由用戶或消費者而非品牌或專業內容創作者所創造及發佈的內容
「看後搜」	指	社交媒體營銷的一項關鍵指標，用來衡量用戶觀看廣告後並未點擊，但其後於指定時間段內完成所期望操作(例如購買或搜尋)的情況
「爆文率」	指	社交媒體營銷的一項績效指標，用來衡量達到爆量效果的內容百分比(通常定義為互動量與曝光量的比例超過設定門檻)