

# “好學政府”邀“學者企業”： 明略科技落戶香港

## ——專訪明略科技創始人吳明輝

文 | 本刊記者 康銘祥

11月14日下午，香港金鐘。吳明輝在引進重點企業辦公室（OASES）的沙發上坐定，他剛從另一個會場匆匆趕來——就在不久前，他創立的明略科技正式登陸港交所。這家被譽為“全球Agentic AI第一股”的企業，上市首日股價即飆升近一倍。身處資本市場的沸騰中心，作為創始人、CEO兼CTO的吳明輝，行程之密集不難想像。但面對經濟導報記者的專訪，他卻未顯絲毫疲態。他的語速平緩沉穩，邏輯推演嚴絲合縫，這種冷靜的氣質很難讓人不聯想到他在商業領袖之外的另一重身份——學者。

吳明輝出身北大數學系，後保送本校攻讀人工智能碩士。而明略科技的前身，正是源於他碩士期間的一次學生創業。在這個AI新貴、港股寵兒的宏大敘事背後，一切的起點，僅僅始於一篇碩士論文。



### 當一個學霸決定創業

2006年，正在北大攻讀人工智能碩士的吳明輝，將碩士論文的方向鎖定為“基於語言模型的推薦系統”。這一技術邏輯在當今並不新鮮，但將時鐘回撥19年，這個構想堪稱“超前”。“在移動互聯網誕生前，這是不可能實現的。”吳明輝回憶道。他很快發現，在Web 1.0時代，由於無法有效標記用戶身份，持續的數據積累無從談起，精準推薦自然也成了無本之木。

“於是我們開始反向思考：到底誰有動力去持續獲取可信數據？答案是需要互聯網上做營銷的品牌主。”彼時互聯網大潮初起，寶潔、可口可樂等傳統巨頭在數字化投放上尚處於“盲區”。如何在浩瀚的流量中精準捕獲消費者，成為了一道待解的商業與技術難題。吳明輝團隊迅速切入這一痛點：幫助企業採集廣告投放中的用戶行為數據，通過統計分析，優化投資決策。明略便以此起家，從廣告監測、輿情分析延伸至線下的IoT設備數據挖掘，逐步成長為中國領先的數據智能應

用軟件服務商。如今，在世界500強企業中，已有超過130家成為明略的客戶——在中國AI大模型公司中，這樣的B端滲透率極為罕見。“可以說，明略一直是一家不缺需求和客戶的公司。”吳明輝淡然總結。但作為人工智能領域的學者，真正讓他興奮的不僅僅是商業模式的成功，而是這19年沉澱下的行業數據。

“人工智能的訓練需要數據，通用模型只能依靠互聯網的公開數據，但是想實現一個行業乃至一個工種的AI智能化，你就要去找垂直領域裏面的私域的數據。”他指出，明略19年來協助客戶處理、理解數據所構建的私域資料庫，正是其在AI時代最堅實的“護城河”。

### 構建企業級Agentic AI

2025年，一款名為Manus的產品橫空出世，它的出現，讓人們第一次真正理解了什麼是Agentic AI。但在C端通用的狂歡中，吳明輝看到了硬幣的另一面：通用智能體一旦進入企業級市場，往往會遭遇“水土不服”。