牛子涵丨个人简历



个人信息

姓名： 牛子涵　　**电话：**13613219201

身份：2027届全日制本科　　**邮箱：**2014942388@qq.com

政治面貌：中共党员　　**年龄：**21岁

教育经历

北京印刷学院丨本科丨数字媒体艺术（设计学）　　**2023.9-2027.6**

绩点：98.88/100，专业前3%　　**相关课程**：人工智能应用基础、交互设计、数字内容制作等。

实习经历

洋葱学园丨市场策略产品部丨AI产品实习生　　2026.05—2026.07

- **需求规划与营销看板设计**：面向电销、电商直播、APP直播和达人直播业务人员，针对渠道数据分散、用户反馈难以系统复盘的问题，梳理各渠道使用场景与分析需求，规划经营表现、用户关注点、活动机制、犹豫信号及行动建议等模块，完成看板方案与原型设计，支持渠道分板块查看、日期筛选及历史追溯，将原需1—2小时的整理工作压缩至分钟级。
- **指标口径与业务规则**：结合渠道数据来源定义指标分子、分母、样本门槛与展示条件，区分真实订单、下单自报及互动信号；对无订单字段、样本不足等情况分别设置展示与判断边界，避免将数据缺失显示为0%、将用户追问误判为认同或成交，形成指标口径与业务规则说明。
- **AI辅助分析与业务Skill**：围绕活动机制识别、用户犹豫信号及问答承接，组织业务标签、输入输出、证据要求与异常处理规则，沉淀可复用业务Skill；要求分析结论关联同日、同渠道或同场次证据，对低置信表达保留待复核状态，对缺少依据的价格、权益等动态信息限制推断，为一线提供业务判断与行动参考。

抖音-番茄小说事业群-产品中心-产品部　C端产品实习生　　2025.6-2025.9

- **听书入口与播放器重构**：针对听书入口隐蔽、播放器遮挡内容及听读切换不连贯的问题，以降低功能使用门槛、改善听读协同体验为目标，负责听书入口与播放器交互方案设计：将书籍页听书按钮常驻，设计全屏／半屏自适应悬浮播放器，折叠下载、设置等低频功能，并增加边听边读切换入口。相关功能优化后，听读操作同步率由37.1%提升至43.73%。
- **AI多角色情感朗读优化**：针对AI朗读表达单一、真人朗读内容覆盖不足的问题，以改善角色辨识度和听书沉浸感、降低早期跳失为目标，负责角色识别Prompt与情感标注规则设计，梳理“文本预处理—角色识别—情感标注—音色管理—语音合成”流程，明确角色、情绪与音色之间的对应关系。功能上线后，AI朗读30秒跳失率由31.9%下降至23.9%。

阿里巴巴丨千问事业部丨AI策略产品实习生　　2025.12-2026.2

- **LLM需求理解优化**：针对即时零售场景中用户表达模糊、复杂需求易被误识别的问题，以提高意图识别准确性为目标，负责需求理解策略设计，结合Prompt约束、RAG场景知识补充与规则兜底，梳理不同需求的识别条件及处理边界，支持团队将意图识别准确率由74.8%提升至88.6%。
- **交易承接与结构化解析**：针对自然语言需求难以直接进入淘宝闪购交易链路的问题，以提高有效承接率为目标，负责梳理承接条件与结构化解析规则，将对话需求转换为后续搜索、推荐与履约链路可使用的信息；根据业务支持范围划分直接承接、澄清后承接、限制、拒绝及转其他链路等路径，有效承接率由12.37%提升至18.59%。

项目经历

回声·岸——家庭照护者AI喘息空间丨独立产品负责人　　2026.07—至今

- **产品定位与原型实现**：聚焦家庭照护者在长期照护中的表达与短时喘息需求，独立完成产品定位、功能规划、交互流程及可演示Demo，围绕情绪表达、陪伴回应与喘息引导设计核心使用路径，并梳理AI回复边界。
- **反馈分析与方案取舍**：针对面试评审提出的“产品可能放大照护者悲伤情绪”，从内容表达、视觉氛围与交互入口三个维度梳理问题，优先调整首页首屏：弱化消极情绪的大字呈现，将小熊场景作为主要视觉入口，尝试降低用户进入产品时的情绪负担。
- **迭代交付与验证边界**：完成首页内容层级与入口呈现调整，形成可演示的改版方案；改版尚未上线，体验改善效果待后续用户试用验证。

影石AI达人营销产品方案 | 方案负责人 2026.08

- **市场与竞品研究**：围绕运动影像产品的海外营销场景，研究TikTok、YouTube等平台，对比影石、DJI、GoPro的达人合作策略，梳理达人受众、内容风格与产品卖点之间的匹配关系。
- **营销方案设计**：针对达人筛选错配、本地化内容生产低效及效果归因分散等问题，设计达人画像、卖点匹配及推荐理由字段，提出覆盖达人筛选、AIGC内容生产与效果分析的营销支持方案。

欧莱雅Brandstorm全球青年创新挑战赛 | 核心成员 2026.01—2026.03

- **消费者洞察与产品定位**：围绕高端香氛消费场景开展定性、定量调研，分析用户画像、消费特征及场景需求，梳理产品同质化、情绪匹配与可持续消费等机会点，参与制定差异化产品定位。
- **商业方案与团队协作**：参与渠道规划、订阅式商业模式及GTM方案设计，协同团队推进任务拆解、项目排期与成果整合，完成商业方案PPT、路演材料及答辩准备。

校园经历与组织管理

【学院分团委组织部部长】负责团组织建设、部门日常管理、人员分工及活动组织，统筹材料整理、数据汇总及上下级沟通协调；策划组织团日及思想教育活动，具备较强的组织协调、统筹规划与团队协作能力。

【新生导员】协助开展新生管理、沟通及服务工作，具备较强的责任意识和沟通协调能力。**累计志愿服务时长120+小时。**

【荣誉奖项】优秀团员、三好学生、全国大学生计算机设计大赛三等奖、大学生创新创业类竞赛二等奖×3。

个人实践与专业技能

- **需求分析与产品设计**： 具备业务需求调研、信息架构、交互原型及需求与规则文档实践，能够梳理正常与异常流程，明确功能范围、数据状态和验收条件。
- **AI应用与业务Skill**： 有AI辅助开发Demo及业务流程的实践，能够围绕具体任务组织输入输出、分类规则、证据要求和异常处理，结合结果检查与反馈调整方案。
- **数据产品与质量控制**： 具备经营看板、指标口径及样本规则设计经验，关注数据来源、分子分母、缺失状态与结论边界，能够通过校验规则提高分析结果的一致性与可追溯性。
- **交互与视觉表达**： 数字媒体艺术背景，具备UI视觉、交互流程及动态内容制作能力，能够将需求转化为可演示原型，并依据反馈调整信息层级与使用路径。