



教育背景

清华大学 | 管理科学与工程 | 硕士 (推免) 2024.09-2027.06

- GPA: 3.95 (4/121)
- 荣誉: 清华大学优秀共青团员 (2025)、清华之友-惠妍英才奖学金 (2025), 系研团优秀学生干部 (2025)

中央财经大学 | 房地产经济与管理 | 本科 | 北京市优秀毕业生 (前 5%) 2020.09-2024.06

- GPA: 93.31 (1/55)
- 荣誉: 中央财经大学三好学生 (2022), 全面发展一等奖学金 (2023、2024), 鸿基世业奖学金 (2024) 等

自我评价

- 具备扎实的技能, 掌握需求分析、竞品调研、功能设计、模型评估、策略设计、A/B 实验、埋点与抓包能力。
- 熟练使用 SQL、Python 数据分析, 擅长 Vibe Coding 搭建产品 Demo, 有 5 个 Coze 搭建的 Workflow 项目。
- 习惯以数据驱动决策、以 SOP 沉淀方法论, 擅长跨团队协作, 了解前后端、算法的技术细节, 抗压性强。

实习经历

TikTok — GMPT--Creative AI AIGC 产品经理 2025.12-2026.03

项目一: Tiktok Symphony Creative Agent MVP 构建

【背景】前期, Symphony 工作流程是碎片化的, 对中小企业和非专业用户不友好。

【职责】参与 Agent 产品设计、子 Agent 功能定义与测评, 推动 End2End 的 AINative 产品从 0 到 1 落地交付。

【动作】① Prompt Engineering: 通过明确 5 个 Muti-Agent 的能力边界与调用关系, 建立和调优 System Prompt 确保 prompt 结构化, 涵盖角色定义、上下文数据格式、 workflow 编排、安全红线约束、输出格式规范、Few-shot。

② 规划 Post-MVP 方案: 包括以 RAG 增强路由稳定性与 AI 安全; 将 prompt 优化等能力封装为 Skills。

【收益】Q4, Agent MVP 版本完成多轮 dogfooding 和交付, 完成了端到端生产 AIGC 广告视频的流程建设。

项目二: AIGC 视频质量提升 (Owner)

【背景】直接调用基础模型 Sora, Bad Case 率高达 80%+; 一旦出现问题, 用户只能重新生成, 等待成本极高。

【职责】多手段降低 Bad Case。主导自动化制作模板的 Pipeline, 沉淀 SOP; 推出分镜修复与局部编辑能力。

【动作】① 设计沉淀模板 pipeline: 构建从 TTO 获取高表现广告→提炼 Template Prompt→沉淀为可复用模板的完整技术 Pipeline, 规划基于 Trend 聚类的模板自动化生产和上线体系。② 技术手段降低 Bad Case, 提高表现力: 输入侧, 优化 prompt, 增加 story structure / Region 等字段, 实现复杂情节的完美表现。输出侧, 与算法协作, 制定针对性解法。例如, 针对商品一致性问题, 通过 nano banana i2i, 引入多图拼接面板。③ Video Clip Editing 视频编辑方案: 调用多 MCP 识别 Bad Case 片段, 运用 I2I+I2V 能力重新生成问题片段并拼接替换; 设计交互形态, 支持自动识别问题分镜、预设修复类型及用户自定义 Clip 上传。

【收益】Q4 末, MVP 版本 BCR 收敛至 39%, 上线 9 个垂类、79 个模板; 东南亚电商团队生产的 1 条视频破 150 单。预计 26 Q1 结束, 导出率 +10pp, Bad case 率 -10pp。

项目一：排序优化 (Owner)

【背景】前期，抖音精选搜索强 boost 优质内容展现，未考虑到用户的个性化。

【职责】通过召回、粗排、精排的全链路优化，提升用户体验；沉淀调参 SOP，实验 LR SOP，支持复用。

【动作】① **数据分析**：使用 SQL，获取 30+ 用户行为的 UV 渗透。使用 Python，分析不同行为下，用户的 LT 和优质浓度的相关性。② **策略设计与参数调优**：选择出多个有价值的用户行为特征（用户进入横屏、拖动进度条等），根据模型预估分的分布、方差、分歧胜率，确定融合公式中，各目标的超参数。和算法协作，推动实验上线。③ **AB 实验观测与收益分析**：核心指标显著且收敛后，明确收益链路。符合预期后，完成 LR。

【收益】根据 Q4 Holdout 结果，综搜 LT 显著+0.6%，30s 手搜 LT 显著+1.36%，搜索带动 APP LT 显著+0.2%。

项目二：LLM 生产优质标签信号

【背景】在游戏垂类竞对 B 站，抖音精选处于显著劣势。在已有内容质量信号中，以打劣为主，优质特征不足。

【职责】建设游戏垂类优质标准，大模型机器标注+自建游戏优质信号。在精排阶段融合公式引入游戏优质分。

【动作】① **标准定义**：SQL 抽取训练集与测试集，将游戏供给分为五类，参与制定优质 policy。② **大模型迭代**：开展多轮 case 评估进行 PE 调优，落地 SFT 训练与调参，迭代后的准确率达 95%，信号覆盖率达 86%。

【收益】圈游戏意图 tag，综搜人均活跃天+0.09%，可变现搜索 30mlt+0.14%，人均搜索视频 VV +0.38%。

项目一：新增召回 (Owner)

【背景】为解决商品追打过于集中的问题，引入 AI 生成的标签，召回已购商品的搭配 item，促进“再买一单”。

【动作】① **数据分析**：通过 SQL 取数，分析用户行为数据，确定该链路的合理 trigger 为过去 14 天内，用户购买的商品（点击过的商品兜底）。② **策略设计**：参与设计“两阶段”的召回策略，即左 item-搭配类型的实体 tag-右 item。③ **Hive 表生产与维护**：根据业务逻辑，生产与维护 item-tag 和 tag-item 的 hive 表，供算法使用。

【收益】猜喜 feed 商品卡订单量显著+0.6%，下钻确认收益主要来自“支付成功页”，贡献度达 70+%，符合预期。

项目二：用户上下文长序列特征入模 (Owner)

【背景】在推荐系统的精排环节中，原有特征体系主要依赖单维度、秒级粒度的静态特征，难以精准捕捉用户实时意图。为了提升“首次刷新”与“返回重刷”场景下的内容匹配精度，引入毫秒级长序列行为特征。

【动作】① **行为路径与埋点梳理**：梳理用户在内容场的互动/停留→货架入口→货架内行为（如订单查询、物流查询、页面退出等）等全路径，推动客户端、服务端的埋点落地，为特征工程提供数据支撑。② **推动序列特征建模与实验**：推动算法完成长序列特征的建模与训练，上线 AB 实验；负责持续观测实验中的核心指标表现。

【收益】取得较大收益，泛货架去风极 GMV+1.0%（单季度 GMV 增涨约 11 亿元），订单+0.6%，DAC+0.7%。

竞赛经历

- 2023 年“互联网+”创新创业大赛北京市银奖，2023 年华数杯数学建模竞赛全国二等奖，2022 年美赛二等奖