

田浩明

27 届 | 15566723923 | 1146824864@qq.com | 现居北京



教育背景

- | | | |
|--|----------|--------------------------------------|
| 武汉理工大学 (211) 一硕士 | 新闻与传播 | 2024.09-2027.06 GPA: 3.57/4 (前 1%) |
| ● 修读课程: 新媒体数据分析与应用、网络舆情监测与研判、网络营销传播实务、消费者心理学、产品运营实务等 | | |
| 沈阳师范大学一本科 | 计算机科学与技术 | 2018.09-2022.06 GPA: 3.04/4 (前 5%) |
| ● 修读课程: 数据库系统、数据结构与算法、Web 程序设计、Java 程序设计、C/C++ 程序设计等 | | |

实习经历

- | | | |
|--|---------|-------------------|
| 网易-19th 创意工作室 (年报组) | AI 产品策划 | 2026.03 - 2026.07 |
| ● AIGC 生成策略与链路重构 "生成你的灵魂伴侣"核心策划: 参与设计"用户信息→8 类脸型→性格/职业/寄语"的娱乐化匹配规则与内容体系。通过分类型批量测试 诊断出纯文生图同质化原因 , 及时暴露风险并提出模型切换、图生图、参考图融合等方案, 推动生成链路在上线前完成重构; 工具故障时 Coze 搭建备用流程保障进度。活动最终 PV122 万、UV64 万, 拉新及召回用户 (新召) 7 万 。沉淀「参考样本→批量测试→诊断→迭代」的 AIGC 生产闭环 。 | | |
| ● 社交裂变设计与增长转化 "好友四层印象"核心策划: 拆解「好友印象」1.0 爆火逻辑, 提出「四层印象冰山」核心概念并在方案评审中胜出; 独立负责全周期用户研究, 识别访谈中社会赞许偏差, 改用朋友圈真实行为抽样交叉验证; 产出核心需求文档与埋点方案。项目实现 UV196 万、分享率 52%, 新召 13.5 万 , 初高中生/大学生分享 TGI 达 204/159 。沉淀「先拆动机、再设计机制」与「访谈+行为抽样」 用户研究二段验证法 。 | | |
| ● 热点捕捉与轻量化承接 "音乐 SBTI"创意发起及核心策划: 在热点爆发初期从用户分享截图中提炼爆火原因, 提出"单题测试+站内听歌数据"的轻量化方案并推动立项。独立完成大部分埋点设计及 16 类音乐人格内容体系, 从创意到上线 1.5 天完成 。最终 PV168 万、UV110 万、分享率 41% 。方法论沉淀: 形成「提炼传播动机→嫁接站内资产做差异化→轻量化路径承接」的 热点承接三步法 | | |
| ● 情绪内容设计与 IP 整合 "拥抱你的内在小孩"及 13 周年庆策划: 负责产品卖点、结果内容与用户沟通策略, 将 IP 联名、公益共创、情绪疗愈及人生选择等复杂机制拆解为分人群表达。设计 6 套 AI 个性化来信, 并跨项目负责页面文案、分享链路及埋点需求。两项活动合计 PV 380 万、UV 275 万 。 | | |

- | | | |
|---|------|-------------------|
| 美团 | 产品运营 | 2025.10 - 2026.03 |
| ● 全域用户增长与生态运营 : 基于产品核心场景策划话题抽奖、鸭觅美食小饭桌等产品化拉新活动, 单渠道拉新 8000+ 、公域获客 5000+ 、并打造爆款短视频带动评论均量提升 10 倍 、粉丝增长 3000+ ; 沉淀「用户是设计来的、不是买来的」拉新思路。——活动挂靠产品核心场景, 让用户先体验核心价值再转化, 从源头缓解激励拉新的流失问题。 | | |
| ● 私域社群运营 : 同步运营五城 20+ 美食 UGC 社群 (覆盖 8000+ 用户), 搭建标准化互动玩法与内容 SOP, 沉淀 300+ PUGC 推荐官, 推动推荐官月活提升 25% 。沉淀「 把拉新结果当供给侧资产 」的生态打法——用社群把活动用户转成 PUGC 推荐官, 让一次性拉新变成老带新的复利, 而不是每次活动重新买量。 | | |
| ● 核心产品项目操盘 : 主导 100 城开城产品项目 (春节旅游场景) , 统筹推荐官电话邀约、建联、约稿、页面排版、场景投流全流程, 通过 SQL 数据追踪与归因分析, 驱动 用户增长 35%、日活提升 28%、曝光破千万 。沉淀「 供给确定性先于投流放量 」的开城节奏——先把邀约、约稿、排版做成确定供给, 再放场景投流, 避免流量落在空内容上。 | | |
| ● 用户数据分析与埋点体系优化 : 通过 SQL 对用户开展深度分析, 追踪注册、次留、7 留等核心指标, 拆解用户行为路径与功能版块停留时长, 精准定位增长机会; 沉淀「 留存是症状、路径才是病因 」的诊断原则——每个留存波动都拆到模块停留时长和行为分支再下结论, 不停留在指标表面。 | | |

- | | | |
|---|------|-------------------|
| 联想 | 产品运营 | 2025.06 - 2025.09 |
| ● 目标用户拓展与私域搭建 : 基于"联想创想之旅"项目重塑目标用户画像, 将受众从成人拓展至亲子群体, 以 AI 科普体验营为体验场景精准触达核心决策人群, 搭建项目私域用户池, 夯实 C 端潜在用户基础。 | | |
| ● 体验转化链路与需求迭代 : 落地联想 AI 笔记本线下体验场景, 以亲子体验为切入点强化 AI 功能价值传递, 日均对接 8-10 组用户、满意度达 92% ; 累计收集 420 条体验需求、解决 85% 高频问题, 按个人/企业/国际用户分类迭代体验 SOP, 持续优化线下体验链路, 提升多类型用户粘性与复购意向。 | | |

AI 作品集

- | | | |
|--|---------------------|---|
| 3D 互动作品集网站 | 独立策划+Vibe Coding 开发 | https://tianhaoming.work |
| ● 设计命题:「作品集即作品」 React 19+Three.js 自定义 GLSL 着色器实现无限 3D 螺旋画廊 (滚动惯性、卡片绸带形变、射线检测悬停), GSAP Skill 编排叙事化加载序章, Lottie 表情动画开场。 | | |
| ● 环境音乐+10 种交互音效, 悬停自动闪避 (ducking), 完整处理浏览器自动播放限制; 全链 prefers-reduced-motion 无障碍降级, 推荐使用桌面端访问以获得最佳交互体验。国内备用加速节点访问 https://tianhaoming.pocketbay.app | | |

校园经历与获奖

- 现任班长 / 党支部书记 (武汉理工大学)、曾任学生会执行主席 (沈阳师范大学)
- 曾获共青团中央"三下乡"社会实践优秀团队、**中国大学生计算机设计大赛国家级三等奖**、及省级奖励 5 项。

专业技能

- **产品策划**: 互动产品玩法设计、用户流程与分享裂变链路设计、结果页与内容体系搭建、需求文档撰写
- **用户研究**: 深度访谈、可用性测试、竞品分析、用户分享行为洞察, 将研究洞察转化为具体产品优化
- **数据分析**: SQL 数据处理、埋点设计、活动数据追踪与归因分析、A/B 测试、上线后数据复盘及策略迭代
- **AI 及办公工具**: Vibe Coding (Codex 独立开发交付上线网站)、AI 图文与视频生成、Coze 工作流、Figma