

杜明仪

18516839071 · 18516839071@163.com



教育背景

约翰霍普金斯大学 (QS24) | 信息系统与 AI 的商业利用 | 硕士 2026.09 – 2027.07

- 【专业课程】商业分析、数据分析、数据库管理、人工智能开发和商业应用

不列颠哥伦比亚大学 (QS40) | 运动医学 | 本科 2020.09 – 2025.05

- 【专业课程】神经力学、神经解剖学、神经生理学、呼吸生理学
- 【科研经历】深度参与帕金森病运动神经控制与阿兹海默创新等多项课题，担任研究助理。期间熟练运用动作捕捉、测力台、EMG、EEG 及虚拟现实 (VR) 集成系统进行多模态数据采集与场景仿真；同时展现出跨界沟通与项目推进能力，联合主持 50+ 医疗专家与患者参与的研讨会以深挖认知障碍护理痛点，并定期前往医院及养老机构开展实地调研与问卷评估。
- 【奖项荣誉】获两届校级国际生奖学金，第七届暑期研究实践奖学金，Go Global 国际研学奖

剑桥大学 (QS2) | 国际交换生项目 | 暑研 2024.07 – 2024.08

- 【科研经历】在 Eolene M. Boyd 博士指导下独立完成关于“被困群体”的学术论文，系统性考察了气候滞留与心理健康之间的关联性。

实习经历

携程 | 商业化增值部门 | 广告策略产品实习生 2025.12 – 2026.03

- 【项目背景】基于当下云梯 (CPS) 的综合收益 (GMV、广告收入及转化效率) 均优于历史优先级更高的金字塔 (CPC) 的数据洞察，负责梳理云梯与金字塔在 GMV、广告收入、CVR、CTR 等指标上的表现差异，整理不同流量场景下的收益对比，为云梯提流策略提供数据依据。
- 【试点提流】为了快速验证策略有效性和提流安全边界，针对春节等高/非高峰期开展灰度试点，联动大盘收益与自然召回逻辑，圈选高优云梯商户进行提流比例的 A/B 测试；成功验证 25% 的提流上限安全边界 (实验结果显示，提流后广告与自然结果整体 CTR 未出现显著下降，说明 25% 提流比例对用户体影响可控)，为后续精准提流奠定基础。
- 【优先级调整】基于试点数据，参与论证 CPS 与 CPC 从固定优先级切换为收益导向竞争的可行性，协助梳理两类广告在召回、排序、流量占比和收益保护上的策略边界，为后续精准提流提供依据。
- 【精准提流】负责拆解云梯商户提流规则，结合商户历史产能、预估转化能力和 eCPM 排序结果，协助制定商户分层标准，并设计最大提升位次、流量上限和保收益等。
- 【AI 召回】负责梳理长尾 Query 下广告候选不足的典型场景，设计 Query 意图标签体系，将目的地、商圈、价格、出行场景等信息结构化，并协助制定“强意图保召回、低供给扩召回”的触发规则。
- 【项目结果】历经多轮 AB 测试，最终策略组 (精准提流+AI 召回) 在 CVR (9.54%→9.85%)、间夜量 (76106→108734)、云梯酒店覆盖率 (45.2%→51.4%) 等核心指标上均取得显著增长。
- 【优化思考】基于实验数据沉淀了“流量二次分配 (解决高位曝光浪费)”，“探索高产高佣酒店在自然流量与广告流量之间的协同分配机制”与“pcxr 模型特征拆解优化”等长期改善方向。

百度 | 商业产品部 | 品牌广告产品实习生 2025.07 – 2025.11

- 【项目背景】聚焦“通用词品专” (面向新客户及无历史素材场景) 业务，针对传统品专广告模版多，组合方式复杂；导致广告主制作成本高，以及因创意匮乏难以精准关联搜索意图实现“千人千面”的痛点；引入 AI 驱动的创意优选能力构建品牌素材库，打造动态品专广告。
- 【素材库构建】梳理常用模版转化特征，提取主标题、描述、大图等共性字段以实现模版打散与元素归纳；协助搭建品牌内容资产库，一方面整理了历史投放信息，并且协调相关的研发同学编写爬虫脚本，自动化抓取官网及落地页素材 (Logo、商品图、主营业务等)，另一方面批量建设文本和图片物料的多维标签体系 (区分品牌/产品维度、元素来源)，为后续高效结构化检索奠定基础。
- 【物料生成策略】参与“多路召回-智能排序-安全兜底”的实时创意分发机制设计：在召回环节，协助制定检索优先级策略，将提示词与素材标签进行高效“撞库”检索 (按 AIGC 生成 > 官网爬取 > 历史素材 > 兜底页面降序匹配)，并实施数量截断；在排序环节，协助构建综合质量分打分模型，融合“信息完整度”与模型预估的 CTR/CVR，实现创意的动态优选；在风控兜底环节，前置 Prompt 边界

以规避竞品词错配等 Bad Case，并设计素材召回失败时调用 UE 标准页面的平滑兜底机制，降低素材召回失败或错配对线上展现质量的影响。

- 【项目结果】协助建立核心效果评估体系，项目上线后成效显著：效率提升：实现系统物料生成成功率达 92%、主标题字段填充率达 88%、图片可用率达 74%，大幅降低单物料制作时间与人工介入率；体验保障：通过标准页面平滑兜底，确保线上广告展现质量与体验。
- 【优化思考】一方面推动横向拓展，规划引入行业属性特征并借助 RAG 方法支持广告主上传自定义知识库，以覆盖更广泛的垂直行业，并将创意策略从通用词延展至产品词及品牌词；另一方面进行纵向深挖，进一步丰富关键词的拓展来源与匹配机制，提升长尾及衍生词的精准动态召回能力。

项目经历

美团 AI Hackathon | 独立完成

2026.05 – 2026.06

- 【项目背景】针对美甲行业缺乏即时预览与趋势洞察滞后的业务痛点，构建基于 AIGC 的数字化解决方案。面向 C 端实现“所见即所得”的虚拟试戴视觉效果，面向 B 端基于 OpenClaw 框架赋能商户实时感知市场流行趋势。
- 【C 端 AI 试戴】设计基于生成式 AI 的美甲虚拟试戴功能，保障视觉预览体验；集成大模型在图像生成等待期为用户提供个性化手部护理建议，优化交互流程，有效缓解用户等待焦虑。
- 【B 端智能运营】构建基于 OpenClaw 框架的数据分析模块，深度挖掘 C 端用户试戴行为数据；实现定时生成热点追踪报告，自动触发面向 C 端推荐系统的运营干预策略，并为商户提供精准的供应链补货与选品建议。
- 【商业模式探索】提出“极致体验-数据赋能-供需转化”的闭环商业模式：通过用户试戴体验沉淀高频互动数据池，驱动 AI 运营 Agent 辅助商户精准捕获趋势、打造爆款，从而可以通过 SaaS 服务实现商业变现；商户侧优质供给的提升反哺 C 端转化，提升平台 GMV 与佣金收入，最终通过宏观数据沉淀赋能上游供应链，实现全链路数字化闭环。

其他

- 【产品与业务能力】能够使用主流 UI 原型设计工具进行原型设计；具备复杂业务拆解与跨部门协同推进能力；拥有从问题发现与定位、策略设计到效果复盘的产品生命周期的全链路能力。
- 【AI 与工具应用】能够熟练使用 Google Stitch/Figma Make 等主流的基于 AI 的 UI 原型设计工具设计出高保真的 UI 原型；具备 Vibe Coding 的能力，能够使用 Google AI Studio/Codex/Claude Code 进行系统的搭建；了解 OpenClaw 框架的工作流程，能够设计一些专门的 Skill，并且将其部署在 Openclaw/Codex 等 Agent 框架上以提升工作效率。
- 【语言能力】8 年留学经历，IELTS (7.5)；具备优秀的英文文献研读与信息提炼能力，能够无障碍阅读前沿技术文档与海外行业研报，拥有跨文化交流与海外实地调研经验。
- 【数据与分析能力】：掌握 SQL、Excel 等工具，具备数据清洗、查询分析与多维指标拆解能力；了解 A/B 测试实验设计与分析，对 CVR、CTR、GMV、eCPM 等商业化变现与流量分发核心指标有理解及实战优化经验。
- 【文档与表达能力】：熟练使用 PPT、Word、XMind 等工具，能独立产出高质量的产品需求文档、行业深度研报及策略效果复盘报告；具备出色的跨学科信息整合与结构化表达能力，擅长通过定性访谈与定量数据结合提炼商业洞察。