

核心优势

- **复杂B端产品设计**：3年拼多多商家端产品设计经验，负责商品、店铺、营销工具及活动等业务，覆盖PC和移动端，具备复杂流程设计和大型跨团队协作经验。
- **数据驱动和项目管理**：结合客诉、用研与埋点数据分析洞察设计机会点，规划功能迭代路线并推动50+项设计自驱需求上线，20+项A/B实验取得正向结果，获2024年度最高绩效。
- **AI应用探索和端到端实践**：主导AI批量导入功能MVP(AI workflow)的体验方案，协同开发设计端到端评测指标和评测数据集变量；借助Codex独立完成Chrome埋点验收插件的开发、自动化QA和多轮迭代，30+产品/设计试用。

工作经历

2023.05 – 2026.05

拼多多 | 主站商家端 | UX设计师 2024年度最高绩效

- **业务支持**：负责商品、店铺、营销工具及活动等业务线的PC和移动端体验设计。
- **设计自驱**：基于业务目标，通过定性(客诉分析, 用研)和定量(埋点数据分析)手段发现用户痛点并提出解决方案，协同产品、前后端开发、QA和BI推动方案落地，设计A/B实验量化设计价值，近2年内实验正向数量20+。

案例1 商品发布体验优化和智能化建设，提升发布效率、商品信息丰富度

–针对商品发布中的图片上传效率问题，推动本地图片直传，并通过“已选图”状态降低多图核对成本；上线后发布时长显著-0.8%，轮播图店均上传量+3.4张、次均发布量+0.3张，未观察到新增客诉。

–结合发布时长数据与高耗时商家调研，将规格编辑问题拆分为“手动编辑”和“数据搬运”两类任务，分阶段设计批量传图、大图编辑、数据导入及批量图文匹配能力，使规格模块发布时长分别-3.2%和-6.1%

–主导AI批量导入规格值MVP(AI workflow)体验方案，明确工程和模型分工，根据模型输出效果和错误后果定义二次确认流程；协同开发设计端到端评测指标和评测数据集变量，设计bad case指标。上线后规格模块时长-2.7%，功能渗透率13.6%，导入结果原样采纳率85.6%。

案例2 商品评价管理模块体验优化，提升评论管理能力

通过埋点追踪评价管理跳转订单详情页流量，定位流量主要导向联系消费者(约55%)，将高频操作前置到评价管理页；结合客诉与数据设计评论聚合、实时提醒及快捷处理能力。两项优化分别带动页面日均访问量+4.8%、1.9%，评论聚合页日均访问量4w+，评论处理量+157.3%

- **AI工具自研**：借助Codex独立开发Chrome埋点验证插件，通过技术调研明确产品定位和责任边界，通过用户反馈和内测驱动多轮迭代，定义双Agent架构、文档权限和交接规则并人工补充验证完成QA，探索设计师独立端到端交付的新工作方式。30+产品/设计试用，次均埋点验收时长-57.2%。
- **项目管理**：作为负责人整体规划功能迭代路线图，端到端管理设计自驱需求，协同各合作方完成数据分析、实验设计、需求评审和验收等环节，2年时间内推动上线需求50+。

教育经历

2019.09 – 2023.03

同济大学 | 工业设计工程硕士 | 交互设计专业

2015.09 – 2019.06

北京外国语大学 | 文学学士 | 法语&国际关系专业 | 2017-18 于布鲁塞尔自由大学交换2学期

其他技能

语言 英语 专业四级(因故未参加专八考试), 可作为工作语言 | 法语 专业八级

AI栈 Codex, Claude | 资讯整合, 方案发散, 产品开发, QA和持续迭代