



个人简介: 具备 OTA 平台、电商平台运营经验; 具备扎实的 AI 应用认知, 能够独立完成从业务问题拆解到 AI Agent 架构设计的全流程, 通过 Vibe Coding 落地。

|        |                            |                 |
|--------|----------------------------|-----------------|
| 教育经历   |                            |                 |
| 悉尼大学   | 商业分析 (Business Analysis)   | 2024.07-2026.12 |
| 上海理工大学 | 会展经济与管理 (Event management) | 2020.09-2024.06 |

|      |                      |                 |
|------|----------------------|-----------------|
| 实习经历 |                      |                 |
| 携程   | Trip.com 海外酒店运营支持实习生 | 2025.12-2026.04 |

日常工作: 酒店跨平台价格一致性核实。

作为该业务首批实习生, 独自从 0 到 1 设计跨平台价格核实流程, 与 mentor 共同完善为部门标准化 SOP。

每周对 40 家高风险酒店, 逐一对比 Trip.com 与官网、Booking、Agoda、Expedia、美团、飞猪等 6 个平台的同房型价格, 判断 Trip.com 报价是否存在劣势。

每周产出分析报告, 同步向 APAC 区域经理与相关酒店集团汇报, 作为价格治理与谈判的核心依据

酒店价格一致性异常检测 Agentic Workflow| 个人项目 | 独立设计与开发 (Vibe Coding)

技术栈: Python · LangGraph · SerpApi · Prompt Engineering · python-pptx · Streamlit

【背景】Trip.com 实习期间, 跨平台价格核实完全依赖人工逐一打开多个平台页面比对, 流程重复且耗时, 具备自动化空间。

【任务】基于这一真实业务场景, 独立设计并开发一个 Agent 系统, 将其中"多平台数据比对"与"价格劣势判定"两个确定性环节自动化, 同时保证判定逻辑的准确性与可追溯性。

【具体内容】

- 数据层: 接入 SerpApi 获取 Trip.com/Booking/Agoda 等平台实时报价, 设计三级状态处理机制 (成功/未返回/请求失败), 支持自动重试与人工兜底。

- 判断层: 用 LLM 做跨平台房型语义匹配, 用确定性规则代码做价格判定——两类任务分开处理, 核心业务规则不受大语言模型不确定性影响。

- 报告生成: 设计两轮 LLM 反思机制 (初稿生成→自我审阅修订), 结合 python-pptx 自动产出结构化分析报告, 为原有人工制作 PPT 提供大纲。

- 全流程使用 Vibe Coding 独立完成, 架构设计、业务规则梳理与技术选型全部自主决策。

【结果】完成端到端全流程验证, 实现从人工逐一打开多平台页面比价, 到系统自动批量查询、AI 预筛的转变, 减少了单个 case 的人工排查步骤。

|    |         |                 |
|----|---------|-----------------|
| 得物 | 电商运营实习生 | 2024.09-2025.01 |
|----|---------|-----------------|

【招商数据分析】对 200+ 商家的入驻路径进行数据统计, 分析运动户外商家的入驻率、上架率与提报率, 协助团队列出招商优先级; 参与搭建基于月度 GMV 和在售 SKU 数的商家质量分层模型 (高潜/稳定/低活跃)。针对性运营推动后, 稳定与低活跃商家升级为高潜商家的概率提升 17%。

【商家留存】参与为头部企业商家制定年度复盘与流量扶持计划, 负责数据部分 (品牌月度销售趋势、人群分布、营销投入占比分析), 协助从类目策略、产品定位、经营策略、销售目标四方面输出针对性建议; 累计参与完成 12 份年度复盘报告

【校园拉新+用户留存分析】参与得物×上海大学会展周活动执行, 负责流程对接与现场互动环节对新增校园用户链路进行漏斗分析 (注册→下单→复购), 通过窗口函数计算留存率, 新增用户 7 日留存率 37%。

【用户调研】面向 20-25 岁大学生用户开展 20 场深度访谈, 梳理消费痛点 (功能性、价格敏感、场景需求); 撰写 4 份用户画像报告并在团队内共享, 为商家选品优先级判断及营销文案方向提供参考。

|    |       |                 |
|----|-------|-----------------|
| 盒马 | 产品实习生 | 2023.09-2024.02 |
|----|-------|-----------------|

项目背景: 2023 年 3 月, 盒马启动 1+6+n 回迁项目, HR 产品团队和技术团队需要在现有的 HR 产品的基础上进行更新迭代。

【用户调研】对 30 名员工开展深度访谈, 收集产品功能使用痛点, 自主归类整理形成结构化问题清单, 参与需求讨论会议协助制定优化方向。

【竞品分析与 PRD 撰写】主导"入职流程"模块的竞品功能拆解与页面结构梳理; 通过 Demo 模拟记录用户操作路径, 撰写字段规则定义与交互逻辑文档, 识别并推动解决操作流程中的问题 (如权限路径异常)。

专业技能

- AI 工具应用: 熟练使用 Claude Code, codex 等 AI chat 和 agent 工具

具备 vibe coding 应用实践经验, 能够基于业务场景设计并搭建简单的多智能体协作流程。

- 数据分析: 熟练使用 SQL 进行复杂查询与数据处理, 包括窗口函数 (ROW\_NUMBER/RANK/LAG/LEAD)、多表关联与分组聚合。

- 语言能力: 英语 (雅思 7 分, 可作为工作语言)。