

# 秦怡浓 Yinong Qin

27 届硕士应届 | 电话/微信: +86 152 4888 2188 | 邮箱: xintai\_037@163.com



## 教育背景

### 剑桥大学 (QS 世界前 5) | 数字人文 MPhil 硕士

2025.10-至今

**学术表现:** 毕业论文获 **Distinction** 成绩 (约等同于专业前 5%); 进行生成式 AI、用户感知与数字文化研究; IELTS 7.5, 具备跨文化研究能力、国内&海外社交媒体深度使用与市场洞察视角、英文口语沟通经验。

### 中国传媒大学 (211 | A+学科) 传播学 (市场调查与分析方向) 学士

2021.09-2025.06

**学业荣誉:** 专业排名 No.2; 国家奖学金、京东新闻奖学金、校级学业奖学金累计共 6 次 (含一等奖学金); 获优秀毕业生、优秀毕业论文、三好学生、优秀学生干部等荣誉; 辅修双学位 广播电视编导专业。

**科研竞赛成果:** 4 篇英文论文获国际会议收录, 含 AEJMC 独作、IAMCR 一作 (均为传播学国际顶会); 科研竞赛与创新创业类奖项—国家级 1 项、省市级 4 项、校级 8 项。

## 个人评价

- **AI × 人文 | 能上手, 也能审视:** 理解生成式 AI 的能力边界与产品逻辑, 参与 AI 工作流配置、模型评估与交互设计; 拥抱效率的同时, 以数字人文的底色对用户信任、体验与技术伦理保持敏感, 让技术真正服务于人。
- **传播 × 创意 | 能策划, 也能创作:** 兼具传播策划与影视创作双重训练, 有跨文化视野, 将产品价值与受众需求转化为有洞察的策略、有记忆点的文案与视觉内容; 策划、制作、发布全程推进, 让好产品被对的市场看见。
- **数据 × 洞察 | 能调研, 也能落地:** 市场调查与分析科班训练, 以问卷访谈、社媒聆听与数据建模相互印证; 从消费决策、渠道差异与体验中提炼真实需求, 将定性洞察与定量证据转化为营销建议、产品需求与体验方案。

## 实习经历

### 屈臣氏 · 淘宝闪购 Health 品类 | 商品运营实习生

2025.06-2025.09

- **渠道货盘优化:** 针对 Health 品类曝光较高、进店及下单转化偏弱的问题, 拆解“曝光-进店-下单”链路并搭建数据监控; 参考 TOP20 热销品牌筛选引流品、补齐功能细分品牌, 结合复盘迭代货盘与活动。
- **竞争定价策略:** 对标商圈 TOP3 竞对爆品, 将价差控制在 3 元内、毛利率保持 20% 以上; 按日销、夜间及节日场景配置引流品、套装与礼盒。引入 15 款商品, 月销售额增量 50 万元, 核心爆款下单转化率环比提升 12%。
- **商品组合优化:** 独立搭建搭配购选品体系, 依据共购数据及历史订单筛选高连带组合, 结合毛利和库存阈值, 从 10 组测试扩至 50 组运营; 活动日均订单 1,200+、成交额 20 万元+, 客单价提升 15%。

### 百度 · 百度 AI 智能电商 | 品牌营销实习生

2023.05-2023.11

- **新品上市传播:** 围绕 iPhone 15 新品卡推广, 参与制定“权益官宣-社群与 KOC 种草-发布会及购机分享”的三阶段节奏; 独立筹备“早鸟购”电商 Banner、活动主视觉等物料文案与视觉呈现, 突出必购码权益与参与路径。对接业务核实规则、向设计输出信息层级及视觉需求, 跟进外部制作与内容扩散, 支持方案上线。
- **全媒体矩阵策划运营:** 参与公众号、视频号、微博、抖音、百家号 5 个平台的栏目与内容策划, 推进制作、审核及发布, 交付图文和活动物料。其中, 独立产出公众号图文 14 篇; 参与运营期间公众号单篇最高阅读 2.1 万、新增订阅 2,000+, 视频号 / 微博 / 抖音单条最高转赞评分别为 1,700+ / 9,000+ / 5,000+。
- **头部 KOL 品牌合作:** 面向品牌认知与广泛传播, 参与头部 KOL 筛选、评估、定选、方案策划、商务谈判及执行推进。独立对比影视飓风与罗永浩的受众、内容、直播表现及舆情风险, 支持优先选择电商心智更强的罗永浩; 参与“购物冷静期”策划, 独立撰写 KOL 传播文案及互动评论示例, 方案获采纳, 并参与合作效果复盘。
- **电商节点营销:** 参与 618、919 大促创意, 独立撰写部分活动主视觉文案、促销利益点及购物攻略长图文案, 整理商品卖点与配图素材; 参与双 11“AI 超惠算”文案及“塔克拉玛干到底有多干”视频创意, 以“干货”强化选购价值。独立完成教师节感恩 H5 主题、页面文案与视觉需求, 对接制作上线, PV 5,000+。
- **产品卖点提炼:** 参与慧播星 AI 数字人 To B 招商传播, 按商家直播能力拆分需求: 对缺乏主播及内容产能的商家, 突出形象库、脚本与素材生成, 降低开播门槛; 对需补充直播时段的商家, 强调人机协同与持续开播。将功能转为商家经营场景与招商话术, 协同业务核实功能边界及适用条件, 支持商家沟通。

### 北京大学 · 数字人文研究中心 | AI 产品运营

2024.05-2024.10

- **AI 产品需求与设计:** 围绕 AI 辅助平台的资料处理、检索与问答梳理需求; 独立用 Figma 设计楚文化平台首页、搜索、详情、地图 4 类界面, 细化筛选与联动, 协同研究和开发人员反馈迭代。
- **AI 工作流与 Prompt 工程:** 参与吾与点等平台 Agent 及工作流配置, 串联信息抽取、结构化整理与知识库问答; 针对抽取与问答场景多轮调试 Prompt, 横向对比不同模型及参数组合的输出质量, 沉淀可复用的 Prompt 模板与人工校验标准, 形成“生成—测评—校准”的标准化 SOP。

## 实习经历（续）

## 媒体融合与传播国家重点实验室-国家舆情实验室 | 社媒舆情分析实习生

2024.02-2024.05

- **多平台舆情监测：**每日系统监测 X、TikTok、小红书、抖音等海内外 6 大社交媒体平台的教育类舆情事件，覆盖国内外主流舆论场；累计整理、清洗与分析 **2,000+** 条一手信息，建立事件信息库，保障研判的数据基础
- **深度分析与风险研判：**从社媒用户观点表达、情绪取向及其演变、热度增速与传播趋势、KOL 介入程度、海外媒体转载等多个维度切入，识别事件的完整传播路径与关键节点，预判次生议题风险，提前标注可能引发舆论升级的敏感方向
- **报告撰写与决策支持：**深度参与 **12** 份舆情分析报告的撰写，系统梳理事件背景、各方争议焦点与风险等级判断，为实验室及相关部门的舆情应对方案提供事实依据与决策支持，形成“监测-分析-报告-应对”的完整工作闭环

## 人民日报 人民网 | 内容运营实习生

2023.11-2024.01

- **热点内容交付：**跟踪科技、经济热点，分类整理 **5,000+** 条新闻及背景资料，建立可供选题使用的素材；参与新闻、视频及报道的编辑、排版与推送，衔接资料检索、素材整理、内容制作及日常发布。
- **内容质量管理：**参与图文、视频审核，整理问题与典型案例并汇入审核日报；关联热点背景、素材来源及审核记录，支持编辑回查、修改与复核，为日常内容质量及发布准确性把关。

## 新加坡城市发展集团（CDL） | 新媒体运营实习生

2021.11-2023.03

- **品牌矩阵搭建：**参与集团各业务线不同的 5 个公众号从 0 到 1 搭建，协助制定账号定位、内容调性与更新频率；独立使用 canvas, 秀米、ps 等工具设计 Logo、固定头图及常用传播物料，统一多账号品牌视觉与内容呈现。
- **规模化内容交付：**承接团队选题，独立完成资料整理、图文编辑、配图排版及发布，累计产出 **114** 篇图文；参与运营矩阵粉丝 **1.7 万+**、平均阅读 300+，单月最高新增订阅 **3,000+**。

## 市场与经营分析项目

## 农牧雄鹰展宏图，万里绿原赴振兴 | 内蒙古农牧电商市场调研与乡村振兴项目

2022-2024

大学生创新创业训练计划国家级项目优秀结项 | “挑战杯”北京市三等奖 | “子牛杯”社会调查大赛一等奖

- **市场机会研究：**担任项目负责人，组织推进内蒙古达茂旗实地调研与电商助农工作，团队实地调研走访范围包含达茂旗电商协会、农牧局等 5 个公共机构、4 家电商龙头企业及 50 个代表性农牧民家庭，交叉核对政策、经营情况与农户反馈；从品牌标识不统一、牧户分散及加工不足等现象，识别区域品牌、供给组织与产品附加值瓶颈。
- **产品渠道分析：**比较京东、淘宝店铺与抖音、快手直播的经营方式，围绕牛羊肉、奶制品的产地与工艺提出商品说明、产地展示及直播种草建议；结合冷链、供货及运营能力判断渠道适配条件，配合线下展销拓展触达。
- **经营成本分析：**依据受访商家“销售 100 元，货品约 50 元、推广 30 元、运费 10 元”的案例，测算三项支出约占销售额 **90%**，识别获客与履约成本对线上扩张的约束；提出统一配送、物流整合及冷链配套建议，组织小组成员完成万字调研报告，报告方案被当地多方机构、企业、农牧民采用，实现电商赋能乡村振兴。

## 即时零售用户体验与品类运营分析 | 美团买菜·小象超市

2024.02-2024.05

全国大学生统计建模大赛北京赛区三等奖 | 项目负责人·数据挖掘与消费体验评价

- **用户数据分析：**团队采集 14 类商品的 **17,529** 条评论，保留 **12,106** 条有效样本；独立使用 Python 完成评论清洗与 LDA 主题建模，处理空白及重复内容、繁简体和停用词。按品类建模，结合主题一致性曲线、代表词与原评论语境确定主题，提炼消费体验评价指标。
- **品类体验诊断：**识别配送速度之外的品类差异：女士用品关注隐私包装，洗护品反映与食品混装，数码商品关注描述与实物差异；结合团队关键词权重及情感分析，参与形成品类评价体系，将消费者反馈转为隐私包装、品类分装与商品说明核对等改进建议。

## 专业技能

- **数据分析：**Python、SQL、Excel、SPSS；LDA 主题建模、回归分析、可视化看板、中英文双语数据的清洗与分析。
- **市场研究：**问卷调查、深度访谈、社媒聆听与用户评论分析；消费者购买路径、竞品定价与卖点对比、渠道效率分析；转化漏斗拆解与投放 ROI 复盘。
- **产品与 AI 工具：**Cursor、Figma 界面与原型设计；Coze/Dify 工作流与 Agent 搭建；即梦、可灵等 AI 内容生成工具；DeepSeek、Codex 辅助调研与数据分析；Photoshop、Premiere、可画、剪映、秀米 视频图文设计。