

胡 希

18707148224 | cicihuxi@163.com | 珠海 | 中山大学 27 届硕士

核心优势：产品思维与市场思维 | 外向+逻辑性 | 熟悉前沿 AI 工具 | 英语六级 600+



中山大学
SUN YAT-SEN UNIVERSITY



教育背景

中山大学 旅游管理（硕士）

2024.09 - 2027.06

综合成绩前 5% | CET-6 605 | 院研究生会主席

相关课程：市场营销、企业战略管理、消费者行为学、管理学、经济学、统计分析、计量经济学

华中师范大学 旅游管理（本科）/ 英语（双学位）

2020.09 - 2024.06

综合成绩专业第一 | 国家奖学金、优秀毕业生

实习经历

xTool | 硬件 PCT 部 产品营销

2026.07 - 至今

P3 高端品 上市后增长 + X1 旗舰新品上市，海外 DTC，用户 76% 为商业用途

- **GTM** | 参与 P3（高端线产品）复盘与流量诊断，从加购、下单等指标判断问题**不在转化效率而在流量入口**；参与开展新产品 X1 在日本众筹平台 makuake 的可行性调研，测试定价接受度与卖点吸引力；根据 X1 上市节奏，对齐销售目标，参与完成销售预测。
- **PMM** | **主导 P3 用户访谈项目**，挖掘用户回本周周期、利润率、订单量等商业数据；产出 8 则 ROI 用户故事，落地为 Blog 及 EDM 系列（**最高触达约 2.6 万用户**），并推动独立站新增用户故事板块。该方向经验证为 P3 最高效内容路径，**加购率 +32%、转化率 +204%**。
- **IMC** | 负责 X1 海外红人中国行 campaign 策划与上市 TVC 创意概念及脚本。优化 Facebook 社群内容体系，**新建 How-to 指南置顶内容池**，降低新手上手门槛并沉淀 UGC；完成 13 条内容撰写、海报设计、案例制作与素材征集；基于飞书 AI 搭建社群答疑工作流，将单次工作从 **4h 压缩至 0.5h**（效率 +87.5%），已推广至 2 个社群复用。

vivo | X 系列产品部 产品营销

2026.03 - 2026.06

影像旗舰 X300s、折叠旗舰 X Fold6 两场新品上市

- **用户调研** | 独立负责【大学生旅拍场景需求洞察】，整合桌面研究、社媒爬取、问卷与深度访谈，输出“逆光曝光失衡”“安卓人像肤色失真”两大高频高强痛点。提出 Z 世代旅拍正从“证明我去过”转向“证明我是谁”。结论为「**蓝图原生色彩**」「**调色盘**」的发布会叙事提供依据。
- **卖点定义** | 参与 **OriginOS 6 的 AI 功能测试与卖点提炼**，基于内外部调研提出「100 个人有 100 个原子工作台」的差异化叙事，锁定购物、会议、旅游、比赛四类主场场景牵引素材生产；为 AI 会议助手、AI 文件管家等 OS AI 功能完成测试并制作营销素材；**参与小 V Claw 产品功能 0→1 推出与上线**——在 AI Agent 趋势下，定义“一键部署、手机与电脑协同、傻瓜式操作”的产品方案，并完成全链路功能测试和讲稿撰写。
- **上市传播** | **参与筹备两场新品发布会**，独立撰写【摄影】与【AI】部分 Keynote 与讲稿，独立撰写 52 页 Keynote；撰写 brief 制作终端 KV、商详、信息流、官网等营销素材；参与终端演示 APP 设计，引入互动机制提升线下体验；上市期跟踪竞品动态参与输出攻防方案；上市后基于 Codex 搭建电商与社媒用户反馈收集分析工作流，后被 Ultra 项目复用。

小鹏汽车 | 品牌营销部 整合营销

2025.09 - 2025.12

X9 超级增程：30 万级大七座 MPV，小鹏首款增程车型，上市期

- **事件营销** | 基于用户画像设计上市期与发布后 campaign，参与策划广州车展首秀、极端全场景爆胎挑战、IP 合作、哈尔滨文旅合作等 **8 项大型营销活动**。深度参与爆胎挑战：针对家用 MPV 的安全问题，以双轮爆胎稳行等极限工况的封闭场实测为核心事件，邀请近 20 家汽车媒体到场亲历，进一步放大二次传播。整体牵引 20+ 话题在微博、小红书形成全民营销，最高登上热搜 TOP25。
- **KOL 合作** | 针对 30 万级家用 MPV 决策周期长、信任门槛高的特征，推动达人合作从“扩认知型泛流量博主”转向“目标人群种草型博主”；撰写 brief 与 SOP，并在创作期介入协助达人完成脚本设计。合作 15 位抖音达人，按 ROAS 反推设定的预期目标达成率 76%，**带动搜索量月环比 +33%、A1 人群 +11%**。

- **广告投放与数据分析** | 负责字节系、腾讯系等主流平台信息流广告投放，通过数据复盘持续优化广告创意与定向人群；搭建传播数据看板，按周追踪本竞品 CPM / CPE / CPC 等传播数据及 UGC 表现，产出本竞品传播报告。

项目经历

北京具身智能科技有限公司教育机器人上市项目 GTM 2026.07-2026.08

为首款教育机器人产品负责上市前调研、产品定位与 GTM 全链路搭建

- **市场调研** | 运用"五看"框架（看市场/看渠道/看对手/看用户/看自己）开展上市前调研：完成 16+ 家竞品价格对标划分 K12→高校入门→科研平台→全尺寸人形五档价格带，识别出"双臂+移动+开源+课程"的结构性市场空白。
- **产品定位** | 主导产品定位与产品屋设计，定义双核心产品体系（轮式人形 + 模块化机械臂）及四大价值支柱；制定版本与定价策略，设计双轨预售机制——院校轨零付款锁价、企业/开发者轨定金锁价。
- **营销策略** | 制定完整 GTM 路径：线上以视频号/微信公众号获客，线下以实验室开放、到校演示为核心转化方式，叠加具身智能大会、教师社群渗透、机器人竞赛等多元合作入口。
- **首批交付** | 向实验室提报要货需求，根据预售节奏与产能拉通后端交付排期。已完成首批 3 台预售成交（高校客户）。

华谊兄弟电影世界市场分析 | 企业咨询项目 成员 2025.03 - 2025.06

- **市场调研** | 通过深度访谈、问卷分析、社媒分析，提炼目标客群需求与体验痛点，输出行业竞争与增量分析。
- **策略输出** | 合增量市场测算、区域竞争格局及内部资源能力，搭建市场渗透率测算模型，判断优先切入人群与商业机会；据此完成主题定位、定价策略及市场推广方案，明确从需求洞察到市场策略的落地路径。
- **IP 合作落地** | 推动与奶龙 IP 合作落地，将用户需求与市场策略转化为活动主题、票务及传播抓手；项目上线后票务收入提升 45%、客单价提升 48%，验证 IP 化场景对客流与商业化的拉动效果。

珠海 Waiting BAR 学术酒吧 | 创业项目 合伙人 2024.09 - 2025.06

- **产品定位与策略** | 基于竞品与用户需求完成主题定位，搭建“酒水 + 活动 + 会员”产品体系，持续迭代产品组合。
- **商业化运营** | 搭建“活动引流 → 到店转化 → 社群沉淀”链路，策划 30+ 场活动，月翻台率 +72%，沉淀私域用户 500+。

抖音 AI 创变者计划黑客松 | 全国 Top30 队长 2026.08

- 带队运用 Vibe Coding 完成听音记忆小游戏《声迹》全流程开发——产品设计、前后端技术栈开发到变现与运营方案，获深圳赛区二等奖，在大区赛全国参赛团队中获 Top30。

综合素质

方法论沉淀 | 自行提炼基于 Openspec 的产品开发流程、营销 campaign SOP、用户 VOC 分析框架等。

学生工作 | 院研究生会主席，统筹 20 人团队策划落地 27 场校园活动（1200+ 人次），项目获评校级精品服务项目。

AI 能力 | LLM Claude / GPT-4o | Agent Claude Code、Codex | 视觉 Nanobanana、Seedance | 设计 Canva；具备将重复工作流程化、工具化的实操经验。

兴趣爱好 | 网球、羽毛球、桌游、摄影、钢琴、滑板