



香港中文大學
The Chinese University of Hong Kong



四川大学
SICHUAN UNIVERSITY

欧阳科

+86 177 7463 3391 | ouyang.ke@icloud.com
MBTI: ENTJ | 个人网站 <https://ouyangke.cn>



教育经历

- 香港中文大学 | 市场营销 | 硕士 (2027QS 18) 2025.08 - 2026.11
- 核心课程: 营销管理、数字营销、人工智能与大数据战略、行为决策、战略营销实践
- 四川大学 | 哲学 | 本科 (985 211工程) 2021.09 - 2025.06
- 成绩与荣誉: 吴玉章荣誉学院毕业、四川大学优秀学生 (前9%)、校级三等奖学金 (2次)、均分88.6/100、院系排名前15%

实习经历

- 京东零售 | 3C数码事业群—配件业务部—直播配件组 | 电商运营-采销 (实习) 2026.04 - 至今
- 影棚器材继AI视频冲击影视内容生产模式后, 类目呈承压态势。运营解法是以平台营销资源为筹码, 巩固KA客情关系, 稳KA市占, 形成品牌标杆效应; 以对赌激励和搜推精细化运营形成资源引导, 鼓励二类货品牌补齐下沉产品带, 通过产品转型抓下沉市场毛利
- KA品牌营销标杆打造: 围绕影棚器材 KA 品牌新品上市与大促增长需求, 参与设计并配置落地“站外引流-搜推承接-站内频道曝光-数据复盘”的营销组合, 跟进神牛、金贝、南光等品牌搜索霸屏、618会场、新品频道、类目资源位及站外官号外宣等资源落地。在主持的神牛618营销扶持中, 所配置营销资源带来全店22.5%成交增量, 助力品牌取得影棚器材品牌及店铺 GMV 双第一, 店铺618周期GMV同比增长118%, 成功打造类目流量运营招商SHOW CASE;
 - 二类货商家运营: 负责影棚器材类目纪曼图、贝阳、徕兹、漾菲斯等二类商家运营, 覆盖2000+ SKU。二类货尾商优势在于选品追品机动性强, 通过结合59包邮、百元净利减免、CPS对投等权益与高潜商家资源置换, 以对赌形式鼓励商家补齐下沉产品带, 冲击竞对下沉市场存量, 操盘期间手机补光灯sku数增长43.3%, 销量提升23.3%;
 - 主采销助理: 处理客诉与商家运营疑难杂症; 货盘比价控价; 组织商家Q2/H1/618复盘; 协助主采销推进自营新商引进, 成功推动淘&抖年销 5000万+强势新商YONGEER入驻京东自营; 618高峰期承担C2部门竞对优惠券配置工作……通过以上等动作支撑主采销聚焦重点品牌经营与类目增长。

- 新希望乳业 | 益生菌科技研究院—电商推广组 | 电商运营 (实习) 2024.11 - 2025.01
- “菌小方”是新希望乳业旗下益生菌新品。针对其进入抖音渠道初期品牌认知较弱、成熟打法尚未建立的挑战, 参与搭建“达人种草-直播承接-社群沉淀”的冷启动增长链路, 完成首轮产品上市闭环, 形成达人分层运营、内容电商卖点梳理、私域运营的认知体系及可复用方法论。
- 达人分层转化: 为完成低成本提升新品曝光的目标, 制定基于GMV、播放量、履约率、粉丝画像、内容垂类等指标的达人筛选标准, 并结合预算, 优先建联5千-3万粉的中腰部健康赛道达人, 提升初期资源利用效率与内容适配度, 推动达人内容点击率提升 23%;
 - 达人卖点表达优化: 基于“菌小方”初期卖点表达的问题, 结合达人内容风格、用户反馈、平台调性, 围绕产品功效强化、适用场景与目标人群的对应关系, 优化短视频脚本、直播话术及卖点表达, 提升种草内容的理解度与承接价值, 推动直播间进播人数提升 30%, 成交金额提升35%;
 - 私域反馈收集: 基于公域流量沉淀与后续复触复购的目标, 搭建社群并完成80+初期用户沉淀, 高频获取用户初期反馈, 反向优化产品卖点, 提升新品净利ROI至1.9。

项目经历

- 深圳元枫启行留学服务公司 | 一人公司创业 2025.07 - 2026.02
- 留学申请面临高单价、高信任成本但低复购的业务窘境, 经营思路是一方面根据各平台调性定制留咨话术, 扩大潜在客户开口留咨率; 另一方面完善销售供应链, 提供语言+申请+租房全套服务, 深挖客户LTV提高客单价。以上动作拉动客单价提升70%, 半年内实现22万营业额。
- 基于行研重构产品链: 基于对10余家大中小留学机构的调查, 我发现行业存在客单价受限、服务链条割裂的问题, 判断业务增长点在于挖掘客单价, 围绕客户留学申请的前中后期连续需求, 推动业务从单一申请服务延展至背景提升、语言服务、续签及租房全套需求链;
 - 定制化获客: 围绕各平台客资用户年龄、身份画像差异, 结合学生家长/在读学生/在职申请等身份, 以及留学带给他们的利益点, 搭建配套留咨-咨询-签约转化话术, 提升线索转化, 全平台留咨率提升45%、客资转化率提升30%;
 - 供应商建联: 为保障产品链完整度及公司运转效率, 向外挖掘建联供应商, 并在供应商之间引入赛马机制, 保障履约能力与客户体验, 验证了小体量团队的业务跑通能力。
- SKU比价监控系统Vibe Coding开发 | AI产品经理 2026.05 - 2026.08
- 价盘维护在采销日常商家运营中基础、高频且耗时, 传统模式依赖采销逐SKU人工比价、表格汇总和私聊催更, 责任分散且易遗漏, 为此, 我借助AI完成从需求拆解、PRD设计、功能开发到测试部署和备案上线的全流程, 开发了采销&供应商在线协作的价盘维护系统“价低宝”。
- 价盘流程产品化: 围绕采销、供应商两类角色, 拆解“品牌分配—价格维护—价差识别—进度确认—历史锁定—修改审批”链路; 将京东价高于竞对价自动标记异常、全部SKU更新或确认无变化后才能完成当日任务、T+1历史价格锁定等运营要求转化为系统自动化规则, 搭建数据看板、异常监控、历史操作日志等核心功能;
 - AI驱动产品开发: 采用“业务场景拆解—PRD共创—前端交互设计—功能验收—问题回传”的Vibe Coding工作流, 主导角色权限、页面交互、数据字段及异常状态设计, 并通过多轮测试持续修正分页、数据导入、品牌防重、通知层级等问题; 推动系统从需求文档落地为可运行的Flask Web应用, 并补齐Docker、HTTPS、定时任务及数据备份方案;
 - 上线运行与业务验证: 系统已完成正式上线并投入日常价盘维护, 覆盖6月10日至今的连续价盘记录, 现已承载9个品牌、9家供应商、200余SKU及5千余条价格数据; 通过供应商在线填报、价差自动识别、异常提醒及维护进度追踪, 日均节约时间2小时, 帮助采销聚焦精力于招商、商家经营与类目增长。

个人技能

- 能力证书: IELTS - 6.5分 (口语7.0)、CET-6、C2驾照、普通话二甲
- 办公技能: 熟练掌握Agent、MCP、skills等主流AI工具为工作提效, 熟练使用Microsoft Office, Canva等办公工具