

许津榕

求职方向：AI 产品经理

联系方式：18310913717 | Jr.xu@foxmail.com | [个人作品集网站](#)



个人定位

实践经历：5 年大型车企用户洞察与产品定义协作 \ 业务体系 0→1 建设 \ AI 研究、工作流与产品实践

核心能力：复杂问题与机会识别 \ AI 产品判断与评估迭代 \ 快速原型与产品化

工作方式：AI Native 工作方式 \ 反思迭代与体系化改进 \ 目标驱动与高标准交付

教育背景

格拉斯哥大学 QS 综排 80 格拉斯哥艺术学院 QS 艺术设计 8	2025.09—2026.11
设计创新与服务设计 MDes 设计硕士	英国
中国农业大学 985 双一流	2014.09—2018.06
车辆工程 工学学士	北京

工作经历

北京汽车研究总院有限公司	2018.08—2023.09
新能源汽车用户洞察、场景需求与体验方向研究	场景研究业务组长
- 围绕新能源汽车产品定义，主责场景研究并深度参与目标人群及体验方向研究，将分散的市场与用户证据转化为人群定位定义、关键场景、体验机会及功能方向，支持用户需求进入后续产品与体验开发。 - 长期承担部门复杂业务材料的逻辑梳理与可视化表达，支持部门内外信息传达；将实践方法沉淀为“基于用户体验思维与项目实践的 PPT 制作”培训课程，覆盖两届 50+应届生和内部持续分享。	

硕士项目

Second Thought 再思 [在线体验]	2026.06—2026.08
独立 AI 产品负责人	Human-AI 协作 \ AI 原生产品 0→1 \ 毕业设计
研究策划与问题定义：围绕生成式 AI 带来的认知外包、过早收敛与判断参与问题，独立触达 23 名学生、教育专家及行业专家，完成多阶段研究与概念验证，收敛形成以思考过程可视化和用户持续参与判断为核心的产品方向。 AI 产品判断与评估迭代：从 0→1 将线性 AI 对话重构为可分支、可连接的可视化思考工作台，由连接关系控制 AI 分支上下文；定义产品效果评价指标，结合 11 名参与者的定量评价与定性追问，围绕核心产品目标，综合价值、时间及实现成本取舍 Scope，主动后置多源资料/RAG、监管 Agent、Node Library 及复杂画布管理等扩展能力，迭代 AI 交互策略控制、三档认知摩擦和人机思考来源与证据追踪机制。 快速产品化与验证：独立完成产品理念、核心隐喻、交互及视觉语言设计，与 ChatGPT 进行访谈式协作，澄清产品、功能及技术规格，借助 Codex 一晚快速原型落地并开展测试；经快速迭代完成 Web 部署，由 J.P. Morgan Service Design Vice President 独立试用，5 项核心评价维度获 7/7，同步识别下一阶段产品缺口。	

B2B 企业战略静修服务	2026.02—2026.05
团队负责人	B2B 服务创新 \ 复杂业务问题重构 \ AI 增强研究
商业机会重构：带领 5 人团队，面对庄园低投入、管理割裂及长期租户商业模式的约束，整合利益相关者访谈、资产审计与系统研究，将项目从 B2C 游客体验优化重新定义为低频、高价值的 B2B 企业战略静修服务。 AI 协同研究与证据构建：自建 AI 辅助评论分析工作流，针对单条评论包含多触点、混合情感的问题，基于实地研究构建分类框架并约束大模型按既定框架将 187 条爬取评论拆解为 844 条触点点级反馈，完成结构化 6 类人群、17 类触点与情感分类，结合原 VOC 追溯与人工抽检优化分类结果，形成 13 年触点提及率与净情感指数趋势分析。 跨角色共识与方向重构：负责阐述项目流程、方法论及 13 年体验趋势，建立庄园主、租户及团队的共同评估基线，设	

计两层机会筛选逻辑，将 20+候选方向收敛至企业战略静修；方向确定后再次复盘用户、组织与社会价值，识别原方案缺口并推动二次重构，将长期战略思考需求转化为可体验的创新服务机制与触点，最终入选 GSA Summer Show（服务设计方向 16 组中 4 组入选）。

本地 AI 转录与知识 workflows

2025.12

Side Project

本地模型部署 \ 多模型 workflows

- 本地多模型 workflows: 利用已有 GPU 搭建低成本 AI 学习 workflows，测试实时转录/翻译后，基于延迟、稳定性、注意力成本与长期语言能力发展需求调整为课后 AI 复盘；按任务特点组合 Whisper 本地转录、Qwen 本地翻译与 Gemini API 长文本总结，自动生成双语实录及笔记，2h 音频约 9min 完成转录，并持续应用于 45+份课程、辅导及访谈录音。

工作项目

极狐 S5 / T5 目标人群与体验研究

场景研究业务组长

2021—2023

- 面向年轻轿车与家庭 SUV 两类战略市场，结合 NCBS 人群数据及用户研究，将年轻化市场趋势与“95 后”等初步客群判断进一步收敛，形成以生活阶段和价值观等维度定义的 S5 “都市年轻态”与 T5 “都市筑巢人”。
- S5: 围绕年轻增量轿车规划，推进人群研究并支持各研发阶段产品定义与验证，累计覆盖 300+份定量问卷及 40+名定性研究参与者；将核心用户需求转化为差异化体验及功能方向，支持“暴走模式”“海格实验室”“小憩模式”等体验功能后续量产；上市首年交付约 2.17 万辆。
- T5: 围绕家庭增量 SUV 规划，洞察家庭通勤、近郊出行等核心场景，将用户需求转化为空间、安全、舒适及智能体验方向，支持“百变空间”“宝宝呵护”等功能方向；2024 年累计销量约 3.71 万辆。

场景需求体系与数据库建设

场景研究业务组长

2018—2023

- 主导场景研究业务 0→1 建设，从初始 1200+条场景需求中筛选约 900 条开展 Kano 及发生频率研究，逐步建立覆盖需求采集、分析、优先级判断与设计跟踪的场景需求管理体系。
- 持续推动体系在 S5、T5、T 换代、N62 等车型项目中迭代，并通过竞品评论、内部行车日记/录像及外部走访等渠道持续补充，累计沉淀 3500+条需求；搭建“基础场景数据库—项目飞书场景表—用车场景故事线”三类业务载体，支持跨项目需求沉淀、项目协同及体验设计沟通。

技能与工具

AI 与开发协作	ChatGPT \ Codex \ Cursor \ OpenAI / Gemini API \ Whisper \ Qwen \ Ollama
数据分析	Python 基础（爬虫/NLP/批量数据处理实践） \ Excel 数据统计与交叉分析 \ NotebookLM
设计与表达	Figma \ PowerPoint \ 复杂信息结构化与可视化
语言	IELTS 6.5 \ 可进行英文研究、访谈及项目汇报

荣誉与个人经历

跨域学习与快速落地	GSA ZBrush 数字雕刻选修 A1（零基础跨域完成 3D 角色设计与落地）、北汽集团短视频大赛年度一等奖（PPT Motion 动画 + Pr 后期）
强目标感与团队投入	中国农业大学院际足球赛冠军（工学院队长）、首都高校触式橄榄球冠军、北京大学音乐节金奖