

梁洪瑜

15625502919 | Lianghongyu2000@163.com

广州 | 产品经理



自我评价

- 0-1B端系统搭建, 10-100平台产品规模化落地经验, 覆盖B端、C端及AI驱动业务场景**, 独立负责产品方向规划、方案策划与实施, 具备一定合规前瞻意识;
- 大型B端电商系统搭建优化**: 独立主导**电商全链路系统重构**, 涵盖供应商接入生态、订单结构重构, 智能物流、结算平台、履约售后及平台自营等多个核心模块, 通过标准化接口、自动化流程与数据驱动优化, 实现运营效率提升25%、人力成本降低50%以上。
- 平台产品规模化落地**: 参与了**腾讯电子健康卡平台产品10-100落地**; 参与开放平台3.0升级项目, 提高平台易用性降低50%人力投入; 参与了产品M站活跃提升项目, DAU增长30%。
- AI+业务及前瞻视野**: 深度应用AIGC与Agent技术, 搭建智能内容生产、素材优化及知识库系统, 为营销、中台等部门提效70%, 内容生产效率提升300%。具备**Prompt工程、RAG知识库及Agent搭建经验**, 持续关注技术迭代与行业动态, 推动产品创新与成本优化。
- 项目管理与资源协调**: 擅长复杂项目全周期管理, 从问题前瞻、解决问题、需求挖掘、产品设计到落地实施, 均能通过结构化推进与跨部门协同, 实现业务效率提升30%、GMV增长20%等可量化成果。
- 产品技能**: 具备良好的数据驱动、产品思维、用户洞察力, 跨团队沟通协作、业务能力和执行力, 知悉产研全链路工作流程, 擅长复杂的业务梳理和中后台系统搭建;
- 个人优势**: 好奇心驱动, 关注互联网行业动态, 热衷于体验各种新产品并思考其业务逻辑及模式、功能的优缺点和技术迭代带来的应用层变化;
- 工作技能**: 高效输出竞品分析报告以及PRD文档, 熟练使用Axure、Figma、SQL操作数据库、日志、PostMan等产品策划相关软件/工具;

工作经历

广州希音国际进出口有限公司-高级产品经理

2026.01 - 至今

主导了商品领域核心业务模块的深度梳理, 识别出冗余和低效环节, 并设计了全面的重构方案, 旨在提升系统可维护性和扩展性。

安久科技-高级产品经理

2024.09 - 2026.01

负责电商平台支付-订单-履约全链路流程再造, 覆盖供应商准入上线、支付结算、订单管理、物流配送、仓储管理、售后、逆向履约等核心模块, 实施智能自研**ERP、WMS、OMS**管理系统, 实现订单分单、物流分单、时效预警和异常订单处理提升整体运营效率25%。

负责平台自营模块0-1上线, 通过重构订单结构、订单逆向流程, 实现货、单、钱清晰可溯源, 搭建平台自营板块, 货物周转率提升30%, 处理速度提升50%, 用户满意度提升25%年节省人力成本50万元, 并为业务规模化扩展奠定坚实基础。

供应商接入产品负责人, 管理产运团队(产品1+产运1)优化供应商接入业务流程, 通过建立标准化接入流程与问题解决SOP, 并构建涵盖税率管控、折扣配置、币种结算等业务数据链路框架, 系统性优化供应商接入-上线全链路。缩短新供应商上线周期15%, 线上问题发生率降低70%, 显著提升接入模块的效率稳定性和业务规范性。

设计并搭建AIGC、问答知识库等AI提效落地方案, 帮助营销部门、中台部门提升效率70%;

腾讯-产品经理

2022.06 - 2024.07

参与腾讯电子健康卡项目的10-100落地;

负责ToB(开放平台)3.0项目升级, 涵盖了**服务商机构/医院核心入驻流程**, 涉及**权限控制、机构状态、上线审核**; 第三方应用合规、发布、上线、接入的全链路搭建, 降人力成本50%;

参与ToC(用户端)组件模式的建设及落地, 涵盖了建卡、展码、认证等**核心场景应用的搭建及优化**, 通过多端(小程序、H5)应

用适配，设计**用户核心交互路径**以及**商业转化**路径，达成10w+日活增量，高达33%日活增长。
参与平台广告建设，广告平台可控页面投放、管理，接入内部CRM系统，基于人群画像精准投放日均收入10w+。

项目经历

电商平台履约能力建设

项目背景：

自研奢侈品垂类跨境电商APP，接入300+供应商，年营收超过1亿；通过链接欧洲优质奢侈品货源，提供清关、质检、物流等履约服务，为超过百万用户提供一键奢侈品全球购的优质体验。

供应商接入业务负责人

- 通过建立**标准化接入流程与线上问题排查解决SOP**，培训产品、产运提升整体供应商接入效率稳定性及业务规范性。
- 指导团队整理运营操作SOP及供应商发货系统Q&A文档，留存维护供应商接入业务、技术等文档。
- 构建涵盖税率管控、折扣配置、币种结算等接入业务数据链路框架，系统性优化供应商接入-上线-履约全链路。
- 规划供应商物流、售后等评级体系，协助运营实现多元化供应商运营策略。

智能物流自动化系统

- 主导设计**统一物流分单系统**，覆盖仓库选择、国际发货、尾程配送及用户一键退货等核心节点，支持节点服务商灵活配置与智能分单路由。
- 通过按地区、商家、商品等维度配置差异化物流策略，实现物流成本优化30%，显著提升履约效率。
- 建立统一**异常监控与告警机制**，规范物流节点状态管理与问题响应流程，提升系统稳定性与处理时效。
- 完成10+家主流物流服务商（如UPS、DHL、菜鸟等）API集成，标准化对接流程，降低后续接入成本约50%。

电商开放平台（Open API模块）

- 主导 **OpenAPI 模块 0-1** 的产品设计与落地，2个月内推动产品顺利上线，并成功支持大客户渠道销售流程闭环。
- 独立完成 OpenAPI 开发者文档及接入流程规范撰写，覆盖 Token 获取、商品获取与同步、订单处理、物流跟踪、售后等九大核心接口，推动业务高效对接。
- 模块上线后累计贡献 GMV 超 1000 万元，有效助力平台业务增长。
- 建立标准化的接口日志规范，提升与外部系统联调效率及日常运维质量。
- 从 0-1 设计并搭建 ISV 管理后台，实现商品黑白名单管理、ISV 结算、IP 访问限制等核心功能，保障合作生态安全可控。

订单结构重构与平台自营系统

- 通过重新设计**多单结构重塑OMS系统**（item、采购单、销售单、质检单、销退、采退单），解决了订单V1.0结构中只能单向流转的限制；同时为平台自营系统ERP、OMS、WMS数据链路的打通优化以及后续业务拓展奠定结构基础。
- 重塑订单正逆向流程，涵盖途中取消，质检取消，售后重新售卖等多个逆向场景重塑与搭建，大幅缩减人效70%，提升货物周转率30%。
- 上线平台自营系统，涵盖订单中途取消、质检留仓、销退售后等多种场景自动进入平台自营系统，自动上架售卖。通过事件驱动架构减少 90% 人工操作，货物周转率提升30%。

电商场景AI提效

- 基于 Coze 平台搭建 AIGC workflow，模仿爆款风格自动生成图文内容，并发布至小红书平台。内容生产效率提升 300%，单月辅助产出帖子超过 1000 篇，显著提高内容覆盖率；
- 通过第三方AI工具生成产品模特图，替代传统人工模特拍摄，优化产品素材生产环节。
- 构建奢侈品领域RAG知识库，为售后、客服团队提供专业产品信息，优化信息检索流程，信息查询率提升50%；

腾讯医疗电子健康卡开放平台

项目背景：

腾讯医疗电子健康卡，对接72个发卡机构，覆盖35个省份人群，触达6亿用户；通过开发线上就医应用组件及电子健康卡开放平台的搭建，提高服务商接入易用性，减少开发维护成本。提升医院对于患者的服务质量，覆盖更多就医场景及就医人群。优化用户的就医体验，提升用户线上就医易用性。从而获取分布式流量，实现可控流量商业化及中心化应用导流。

平台基础能力建设

1. 参与开放平台3.0升级项目：

- 负责平台产品的前后台升级，包括重构服务商入驻、快速接入应用，降低用户学习成本、引导符合上线标准，后台系统涉及权限控制、机构状态通知、服务商及应用上线审核全流程，人力投入**节省50%**；
- 负责平台产品核心应用详情页重构，核心应用接入-个性化配置-上线的全链路重构规划。
- 参与建设平台For服务商数据看板，提供核心应用数据订阅、监测预警能力，累计访问**37w+**；

1. 负责平台开放能力、开发者文档等模块策划搭建，涉及自动化上线各方应用，制定文档及应用的上架规则。

2. 参与核心应用数据中台搭建：搭建数据中台，提供处理数据分类、关联、分发、调用等能力，数据覆盖73个卡管，实现跨部门数据资源共享，为后续应用迭代提供基础数据；

3. 丰富平台应用：协调内部资源新增20+医疗/健康场景应用，整合第三方应用至平台，以平台资源为基础建立消息触达标准流程，多渠道推广平台应用；

核心应用建设

1. 扩展应用及场景：

- 建卡应用：负责建卡组件应用1-N迭代，包括搭建后台配置模块、服务商侧配置模块、用户侧展示模块，字段标签及相关逻辑制定。涉及儿童建卡、就诊卡升级、失败认证申诉、信息同步等**多场景方案设计**。**增量DAU3w，增长82%**；覆盖73个卡管，35个省份人群，触达**3000W+**用户。
- 展码应用：负责展码页拓展场景的0-1搭建，包括多码聚合设计，用户相关信息聚合展示及调用，展码异常场景的分支路径设计；**增量DAU1w，增长115%**；
- 认证应用：参与认证应用2.0迭代，包括多层人工审核兜底方案，认证建卡应用，远程认证能力的全链路设计；**增量DAU3w，增长50%**；
- 其他应用优化：通过持续优化身建卡、绑卡、一件授权、展码、身份认证、账号安全、订阅等能力，提升用户体验，提升易用性。核心组件应用**日均DAU60w+，增长33%**；

2. 通过模块化设计保证小程序在适配不同城市的卫健要求时的可服用性和灵活性；

用户活跃及商业建设

- 参与广告平台建设：广告平台进行可控页面广告投放和管理，对接内部平台，基于人群画像和行为标签进行精准投放的能力，日均收入**10w+**
- 广告投放效果优化：基于核心应用场景数据情况，新增建卡、挂缴、服务完成等新增10+广告位，借助完成页向保险，体检等服务导流。结合设计中心素材规范及历史数据优化运营转化效果，广告点击率**新增2%-3%**，点击转化**新增3%**；
- 平台能力开放：以接口形式对第三方服务商提供订阅消息能力，助力平台用户活跃提升和收入增长；
- 参与平台消息体系建设：通过分布式场景嵌入订阅功能，累计覆盖用户3000W，消息转化月收入60W+；

