



## 联系方式

✉ huangxinhe1992@163.com

☎ 183-6886-8864

🌐 [AI自建站](#)（需科学上网）

## 个人简介

多年互联网产品经验。擅长B/C端产品设计、用户增长。具备框架性思维与 AI 等新技术的应用能力，在低成本撬动目标增长、用户规模和渗透增长、营销场景构建等领域有显著成果

## 教育经历

2011.9 - 2015.7

哈尔滨理工大学

# 黄新贺

/ 用户产品专家

## 工作经历

阿里巴巴 -ICBU

2021/08 - 至今

产品专家

负责阿里国际站首页及导购频道设计，实现核心数据增长与用户体验升级。

### 1. 买家首页流量机制设计：

- 背景：首页需平衡用户、商家、平台主张三方面复杂诉求，既要协调流量转化与业务扶持的关系，又需体现平台核心主张，设计难度极高。
- 方法：作为主PD，创新引入大模型算法与多因素赛马机制，动态平衡用户需求与业务生态冲突；基于B类用户行为分析，设计「用户相关」场景，升级首页整体风格，满足用户审美和个性化需求。
- 成果：首页CTR+17.51%，交易买家数+31.35%。

### 2. 构建省钱场景：

- 背景：国际站作为平台型电商，缺乏定价权（商品/物流），"省钱"场景难以定义，用户心智建立困难。
- 方法：我带领小组充分分析调研用户成交特征，确立全平台认可的低价商品标准；利用AI同款比价技术筛选低价商品，推出"同款低价"功能，强化场景心智；联合商家、行业团队，深度挖掘开发低价商品，提升买家匹配度。
- 成果：Top Deals场景渗透率提升285%，场景交易买家数激增161%，场景供给增长7倍。

美团外卖-用户增长中心

2019/12 - 2021/08

高级产品经理

负责探索外卖会员规模增长及下单频次提升。

### 1. 低成本撬动会员规模：

- 背景：外卖会员DAU触顶4000万、高价值用户转化趋近饱和，缺乏低补贴撬动会员规模的有效手段。
- 方法：主导低成本会员增长策略：通过用户分层挖掘低频潜客，首创试用版会员机制填补矩阵缺口，并设计阶梯式续费引导+专属优惠提升主会员转化效率。
- 成果：实现首月会员规模净增14pt，次月主会员占比提升2pt（20年会员整个部门增长6pt），试用用户转尊享会员ROI达13.6，反超传统补贴策略11的ROI水平。

### 2. 低成本提升下单频次：

- 背景：面对会员下单频次与红包供给强绑定、平台缺乏可持续增长抓手的问题。
- 方法：我创新融合消费游戏化运营思维：设计「福利金虚拟货币体系」，通过用户下单自动发放，叠加任务激励链路推动下单频次增长，同步推动平台与商家成本共担模型落地。
- 成果：月频次提升0.23单，其中任务体系贡献 0.1-0.15单（对比首页排序策略年均仅提升0.5单），在低新增预算前提下突破增长瓶颈。

京东-商家营销产品部

2018/03 - 2019/12

产品经理

负责京东店铺营销产品线，提升商家营销转化率。

### 1. 构建一站式私域营销体系：

- 背景：京东自营生态强势导致店铺认知薄弱、营销碎片化，进店流量缺乏有效的转化手段。
- 方法：基于用户「省钱心智」整合店铺分散的促销资源，设计强感知店铺活动氛围，规模化提升店铺转化能力。
- 成果：实现店铺活动转化率从7%提升至22%，双十二峰值转化率高达53.5%；同时帮助店铺转化率提升接近3pt。

### 2. 增强商家自营销能力：

- 背景：随公域流量获取成本逐渐攀升，为提升店铺整体运营效果，商家私域自营销渴望越加迫切。
- 方法：围绕商家诉求，打造商家自运营IP「店铺特惠」，调动商家提升店铺转化能力；建立公私域流量联动机制，持续扩大店铺转化的影响面。
- 成果：店铺活动用户渗透数激增至70万（+133%），帮助商家低成本激活私域UV价值。