

马远真

139 1157 0839

mayuanzhen@qq.com

小米 18 级

西北工业大学

软件工程 (2001-2005)

985 统招本科

小米小爱业务部 **AI 产品专家**，产品评审委员会评委。

- **丰富的用户产品和生态产品经验**，负责过互联网产品、智能穿戴硬件产品、AI 产品等，熟悉小米的智能硬件生态平台。对打造体验出众、竞争力十足的硬件产品生态有自己的思考。
- **对 AI 驱动硬件充满热情**，在小米积累了丰富的 AI 赋能硬件产品的经验和思考，在大模型出现后非常看好其“改造硬件”的商业潜力。主动学习多模态理解、Agent、具身智能、语音大模型等方向的技术动态，并定期组织“AI 新技术分享会”。是小爱内部技术最全面的产品经理。
- **深刻理解业务逻辑**，能从第一性原理出发，理解业务的核心逻辑，让技术和功能服务于业务目标，如商业化、卖点打造、效能提升等。

工作经历

2020.4 ~ 2024.10 小米科技有限公司 小爱业务部 IoT 方向产品 leader

负责小米 IoT 生态中“语音智能及 AI 功能”的产品规划和迭代，包括以下三个方向：

1. IoT 生态 — 语音控制及 AI 端到端满足率 95%，行业第一

背景：小米的 IoT 生态由“生态链硬件+米家 IoT 平台+语音及 AI”三部分组成。我负责语音及 AI 部分，并且熟悉整个链路，尤其了解米家 IoT 平台的设计及 spec 协议、新设备接入等。

规划了语音控制 IoT 设备的产品迭代路线，为小米全屋智能提供卖点，并确保基础体验遥遥领先，并在 24 年用大模型对业务进行全面升级改造。

典型项目：应用大模型做 IoT 控制的复杂语义理解

根据智能家居垂域的特点，制定了大模型在 IoT 语控上三步走的落地规划：

1. 先打造相对独立的创新功能“语音创建米家自动化任务”，支持发布会宣讲。目前该功能支持各种复杂句式，端到端满足率 85%。目标是提升极客用户口碑，占领市场宣发先机。
2. 再用大模型做复杂意图的理解，用传统模型做高频简单 query 的理解，用大模型做复杂表达的理解，如一句话多操作、自定义房间和设备的推理等。目的是提升核心用户智能感知。
3. 最后用大模型实现设备推理和记忆、习惯学习和预测等外围功能。

最终端到端成功率 85%，且成功亮相小米发布会，上线后用户口碑较好

2. 基于语音的多设备互联互通

典型项目：小米汽车手车家互联

规划并落地了基于小爱同学的手车家互联的新体验，成为小米汽车的独有卖点。

车控手机：基于协同响应机制，实现车机控制手机打开付款码、微信发消息、打开手机应用、投屏等亮点功能，且体验稳定流畅

车家互控：实现远程语音控车、车控智能家居。难点是保障体验稳定、流畅，涉及车家意图隔离、语义泛化、车云链路保障、声纹验证等多个环节的产品和质量方案。

手车协同唤醒：实现对车主和乘客的手机唤醒抑制，避免同时唤醒

手车同账号时抑制手机语音唤醒，同时唤醒率 0%

不同账号时基于蓝牙感知抑制手机语音唤醒，同时唤醒率低于 0.5%

车控：后期接管车控垂域，通过主动挖掘 badcase，提升车控满足率超越竞品

此外，还负责了其他诸多复杂的互联互通项目：

1. 协同唤醒：通过多链路传输使同时唤醒率降到 1%
2. 协同响应：实现了手机音箱电视间的指令跨设备执行
3. 账号声纹：重新实现了关联账号的声纹方案，声纹通过率 95%，误识率 5%。应用于找手机、家控车、音乐推荐等场景
4. 家庭传声：打造家庭传声创新功能，并打磨极致体验

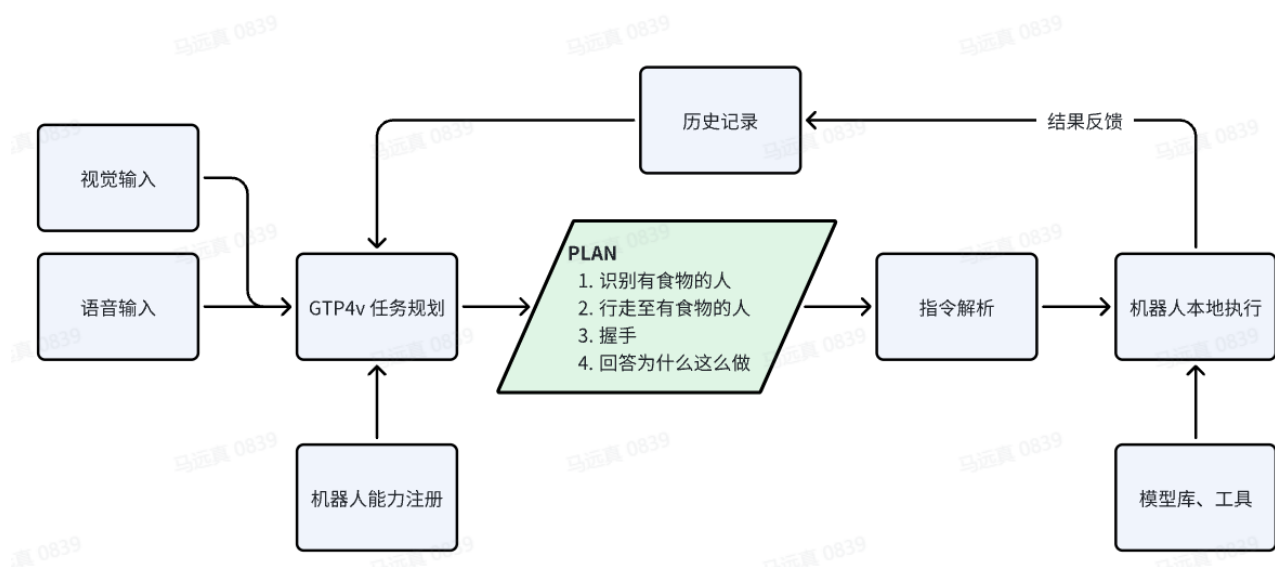
3. 为典型智能硬件打造语音交互能力

为集团重要硬件项目打造语音或 AI 能力，如穿戴设备、洗衣机、扫地机、机器人等。

典型项目：人形机器人语音交互和大脑规划

用 Agent 架构，实现视觉和语音多模交互能力，打造具身智能

多模态交互：去找有食物的人握个手，然后告诉我为什么要这么做



2019.6 ~ 2020.4 北京先声智能公司 AI 老师事业部负责人 5 人团队

背景：公司是以“中英文口语评测”做为核心技术的创业公司，之前以 toB 的进校业务为主，为 K12 学校提供英语口语测评、口语考试等产品。我进入公司负责开拓 C 端业务。

为公司规划了 C 端业务路径，并从 0 到 1 打造了游戏化英语的《趣玩英语》手表应用，通过丰富游戏化设计要素提升用户粘性，如关卡升级系统、勋章系统、排行榜、学习周报等。次日留存 50%，人均使用时长 7 分钟，互动评测 20 次；付费率 0.8%，均价 50 元。

2010.8 ~ 2019.6 奇虎 360 浏览器、搜索、儿童手表业务 高级产品 5-12 人团队

2016.4 --- 2019.6 儿童手表部 负责软件产品及硬件创新业务 3-7 人团队

1. 负责旗舰手表 X1Pro 的硬件和手表 OS，销量 15 万+，360 儿童手表高端产品标杆

产品针对 9-12 岁用户群重新设计，产品设计原则为：

针对大龄儿童增加可玩性： 增加 WIFI 连接和输入法，并且可以在激活手表前体验各种功能，方便线下体验。另外加百度音乐、巴迪龙宠物养成、英语 pk 等内容

家长可感知： 增加“习惯养成”功能，让家长和小孩子就好习惯培养进行互动。增加单词学习等应用，提升教育属性，并通过“学习周报”将手表使用情况发送到家长手机。

2. 制定了儿童智能硬件生态链产品规划，并预研了空净、智能口罩、智能台灯、智能水杯等生态链新产品。（后暂停了该业务方向）

3. 以“提升用户价值，尝试商业变现”为思路，调整了家长端 App 产品架构： 弱化社区，新增“线下亲子活动”和“有声故事”等对用户有价值的功能。

2015.2——2016.4 搜索业务部 客户端产品、技术负责人

探索移动端产品思路，从 0 到 1 建立 360 的图文信息流产品，现在信息流仍是 360 内部重要的商业化途径。

2010.8——2015.2 PC 浏览器产品负责人 高级经理

四年从产品助理做到产品负责人，能从全局视角看浏览器的工作，保持产品力和用户增长领先，遏制了竞品突围，日活增长了 2000w，稳固了国内第一的市场地位。

- 总结出“核心能力优先 + 有感知的体验 + 死盯用户增长”的产品策略：
- 1) **打造最强的核心能力：**360 浏览器在速度、稳定性、兼容性这三个核心能力上持续深耕，多有创新，并形成制度以确保优化成果。
 - 2) **用户可感知的体验优化：**在性能、安全性上让用户有感知，放弃细枝末节的优化，集中精力让用户对产品和品牌有正面印象。
 - 3) **提升推广业务转化率：**严盯重点渠道，优化推广各环节转化率；产品上细化新用户的迁移场景和体验以提高留存，使推广效率最大化。

| | | |
|-------------------|----------------|-----------|
| 2007.5 --- 2010.8 | 卓望信息技术有限公司 | 测试组长 |
| 2006.9 --- 2007.4 | 中国人民银行软件开发中心 | 测试工程师 |
| 2005.3 --- 2006.6 | 北京利达智通信息技术有限公司 | COBOL 程序员 |