左良姝

教育背景

英国爱丁堡大学（2024 QS22） **现当代艺术史，策展与批判|硕士** **2023.09 - 2024.10**

四川大学（双一流） **汉语言文学**（GPA3.86/4 优秀毕业生，3 年校级奖学金） **2019.09 - 2023.07**

工作经历

Jeffery Asia| 品牌增长（AI 产品） **2025.11 - 2026.08**

1. AI 产品规划与产品化建设：主导 Insight Hub 等 AI 策略产品的业务需求梳理与 0-1 产品设计，完成核心功能定义、需求收敛、PRD 编写及前端交互逻辑设计，协同技术团队推进 Agent、RAG、MCP 等能力落地；搭建 AI Skills 与内容研究工作流，推动市场洞察资产结构化、向量化及产品化复用，累计沉淀 376 条洞察资产。

2. 市场研究与 GTM 战略： 围绕 AI、教育及企业服务等领域开展行业趋势研究、竞品分析、目标客户画像（ICP）定义与市场进入策略研究，建立实时市场趋势及竞争情报体系；输出 20 个主题方向的月度洞察，为产品定位、客户需求判断及商业化决策提供依据。

3. B2B 产品营销与商业化策略： 参与 AEO/GEO 服务产品从概念到商业化的全流程包装，负责产品定位、价值主张、目标用户及应用场景设计，主导服务介绍 PPT、官网产品文案、推广内容及标准化产品开发路径（PRD），推动 AI 技术能力向可销售的标准化服务转化，支撑多市场 10+潜在商业机会。

4. 商业提案与销售赋能： 深度统筹 7 项 B2B 客户提案及投标项目等，负责市场调研、竞品分析、客户决策场景研究、销售话术及方案策略输出，将市场分析转化为客户可理解的商业价值与服务解决方案，支持高价值商机推进。

5. 品牌增长与多渠道运营： 统筹 LinkedIn、小红书、微信公众号、视频号等 6 个渠道的 Organic 内容策略与运营，完成 51 条内容发布，实现 1 千条 Leads 线索；搭建 AI 驱动的内容生产工作流，推动内容产能提升 3–4 倍、洞察准备时间缩短 75%，提升品牌传播与市场响应效率。

阿思丹 ASEEDER 国际教育 | 活动策划（品牌向） **2024.11 - 2025.10**

1.品牌传播渠道方案制定与执行：核心负责 5 项 500-1000 人规模的人文社科类国际竞赛，搭建并落地区域-全国-全球三级运营体系，主导多项人文社科类国际竞赛的品牌传播策略，制定线上线下整合传播渠道方案，涵盖社交媒体、教育平台及合作院校资源，提升品牌影响力与参与度。

2.内容策划与传播推广：主导宣传物料策划与制作，包括周营销海报、互动科普帖文、推文及短视频，提炼项目核心价值与视觉主题，推动报名转化率提升 15%；基于运营节点规划内容节奏，负责部门订阅号运营与用户行为分析，平均阅读量提升 30%，互动率增长 20%。

3.发布效果监控与数据评估：建立项目数据监测体系，通过 A/B 测试与用户行为分析，持续跟踪发布效果与数据表现，优化传播策略，提升转化效率 15%。

4.市场推广与运营优化：协助拓展合作渠道，制定市场推广计划，解决推广瓶颈，提升项目曝光与转化效果。

5.海外游学项目全流程管理：独立运作海外游学定制项目，全面负责行程规划、资源预订、出行手册、行前会议、车辆调度及社群沟通，确保全流程顺畅与参与者高满意度。

项目经历

个人自媒体 | AIGC 数字艺术创作者

1.**AIGC 内容创作与品牌传播：**独立运营 AIGC 数字艺术内容平台，构建“主题挑战-范例解析-工具 SOP”内容矩阵，通过提示词卡与短片教学体系，形成独特内容品牌，积累种子用户。

2.**内容矩阵搭建：**正系统构建“主题挑战-范例解析-工具 SOP”的内容矩阵，并将个人创作方法论沉淀为可复用的“创作工具箱”。

3.**社区初建与用户积累**：项目初期专注于内容模型验证与种子用户积累，为未来的社区增长与互动玩法迭代奠定坚实基础。

高海拔艺术心理支教项目| 艺术心理教师

1. **品牌化课程体系建设：**于四川省甘孜藏族自治州色达县（海拔 4000 米）城关小学开展一学期艺术心理课程，构建从零起步的品牌化美育体系，完成 8 个班级近 300 名学生、13 周共计 7280 课时的教学任务。

2. **跨学科课程研发与素养建设：**结合心理学与艺术教育方法，自主研发适应当地学生的创意课程内容，设计创意任务与成就系统，提升学生参与动机与情感认知能力系统，实现美育素养初步建立。

3.**大型艺术展览品牌策划：**作为主策展人发起“我们的世界”校园艺术展，策划多展区，负责作品征集、场地规划、宣传推广与现场运营，吸引超千人观展，强化项目品牌影响力。

4. **教学资源优化与项目可持续推进：**针对艰苦教学环境灵活调整教学策略，整合有限资源实现课程高效交付，撰写教学总结与课程手册，为项目延续提供标准依据和支持。

成都麓湖 A4 美术馆| 文创产品策划运营

1. **文创产品全流程开发与 IP 内容构建：**支持 2021 年末两大展览衍生品的全流程开发，从市场调研、IP 内容提取、设计协同至生产落地，推动艺术 IP 向实用文创产品转化。

2. **艺术商店运营、展陈优化与内容传播：**参与艺术商店运营管理，通过市场调研分析提出展陈优化与视觉提升方案；独立负责艺术商店品牌内容策划与推广，完成合作品牌专访、推文撰写及视觉插画设计，通过故事化内容提升 IP 情感链接与产品文化附加值。

3. **创意工作坊品牌联动：**与“后浪制造”设计工作室联合策划并落地“改造工作坊”活动，整合 IP 资源与公众参与机制，实现 90%参与者满意度，强化品牌社群互动与传播影响力。

4. **公共教育品牌策展支持：**基于 iSTART 儿童艺术展的核心理念，参与策划面向家庭的公共教育活动，通过设计互动任务、探索地图等游戏化机制，将观展体验转化为沉浸式学习旅程，提升儿童参与度与趣味性。

个人技能与总结

◆ **专业技能特长：**

智能工具与数据分析

- AIGC 工具: Claude (AI skill/静态网站搭建/产品设计）
  ChatGPT, DeepSeek (视觉/文案/策略)
  Midjourney 即梦（AIGC 视频、概念图）

内容创作与设计套件

- 平面与排版: InDesign (画册/手册), Photoshop (数字板绘)
- 新媒体视觉: 可画 Canva, 秀米 (SVG 互动图文/公众号排版)
- 视频剪辑: Premiere (纪录片/宣传片), 剪映 (短视频/特效后期)

◆ **社会实践：**

- 何志森“菜市场美术馆”Mapping
- TEDx 核心策展团队
- 第五届山一国际女性电影展
- Viva la Vida 全球艺术国际组织
- 成都麓湖美术馆社区公共艺术调研
- 四川大学招生办新媒体短视频团队

◆ **长途旅行背包客:** 90 天独自背包客旅行欧洲 15 国，独立完成行程规划、预算管理与应急处理，具备**极强的独立性、资源整合能力、应变能力和跨文化理解力**。

◆ **瑜伽教练员：**RYT200 全美瑜伽联盟教师资格证