



作品集

吕宜函

13462955166 | 1444929206@qq.com

27届毕业生 | 中共党员 | 意向职位：品牌策划、市场营销



个人优势

具备消费电子（小米）技术品牌营销实践经验，参与产品定义、用户洞察、创意事件策划；擅长社群从0到1运营与创作者生态构建，有粉丝增长和用户活跃度提升的量化成果；熟练运用 Claude、Codex、ChatGPT、即梦AI 等工具辅助生成营销文案、活动策划案、视觉素材及进行数据分析；

教育背景

硕士：中央财经大学 | 新闻传播专硕（保研） | 2025.09-2027.06 | 前10%

主修课程：传播学研究（95）、财经传播（95）、公共关系（93）、传媒经济学（96）、品牌战略研究（95）

本科：东北师范大学 | 新闻学 | 2021.09-2025.06

荣誉奖项：校长奖学金(3%)、社会实践奖学金、优秀毕业生、优秀学生干部等；南风窗“调研中国”大学生调研大赛国三等奖、数据新闻大赛省一、大学生广告艺术大赛省银、上海大学生广告节国优等。

实习经历

- 北京小米移动软件有限公司 | 集团技术委员会 | 技术品牌 | 2026.02-2026.06
 - 产品策划与营销包装
参与“启明者”智能助盲设备原型定义，基于视障用户调研提炼产品核心亮点（轻量化、马甲式、交互性），主导输出产品故事线、纪录片脚本及线下路演方案，推动项目传播落地。
 - 创意传播策划
策划“无障碍大富翁”沉浸式体验活动，将残障用户痛点与小米解决方案转化为游戏化关卡，覆盖6000+应届生，强化小米“包容性设计”品牌认知；联合央视新闻策划AI助老项目，策划为独居老人配备个性化智能产品，微博话题阅读量203.3w，实现技术人文议题破圈。
 - 产品迭代与用户共创：
撰写《小米手机无障碍核心管理流程》纳入内部标准；组织视障用户线上反馈会，设计结构化问卷进行用户调研，协助产品经理开展线上交流会并更新产品手册。
 - 新媒体运营：从0到1参与小米技术官网搭建，负责板块规划、demo制作、内容撰写与跨部门沟通；同步运营小米技术X账号、公众号、微博，根据传播节点调整图文策略，提升曝光。
- 《南风窗》杂志社 | 社群运营 | 2024.03-2024.09
 - 社群定位与用户体系：负责“调研中国”20周年青年志愿者社群（50+）的定位设计、招募活动策划和落实；
 - 创作者生态构建：策划茶话会、放映会等月度活动，引导成员产出调研故事、短视频等UGC内容，双平台粉丝增长15%，平均阅读/播放时长提升20%。
 - 热点内容联动：结合社会议题策划社群话题，筛选优质内容反向输送给杂志社官方渠道，形成“社群-媒体”内容循环。
- 《财经》杂志 | 采编实习生 | 2024.07-2025.01
深度稿件撰写：独立负责低空经济、汽车等交通出行赛道的深度稿件撰写，通过政策文件梳理、企

业访谈、行业数据整理，产出深度稿件20+篇，单篇阅读量5万+；熟悉媒体采编流程，具备媒体资源沟通经验，能应对品牌公关稿件输出”。

校园经历

- 调研项目《隔代抚养对农村留守儿童信息困境的影响和应对策略》 调研项目 2023.04-2023.11
带领团队走访16个家庭和街头群采，覆盖超百名相关对象。总结隔代抚养模式对信息困境影响并向相关主体提出对策，产出调研报告、纪录片、新闻稿等多元成果并进行成果路演，获2023年全国三等奖
- 学生干部经历 学院新媒体总监 2023.10-2024.10
负责学院官方新媒体公众号、视频号的运营，包括内容策划、组织协调、排版审核，沟通对接等事宜；同时负责组织纳新、新生培训、破冰等活动组织与执行