鍾欣峰
Cindy Chung.

CONTACT
cindy.vvg@gmail.com
shin-feng.com

資深產品經理｜AI 功能產品化 · SaaS 平台整合 · 複雜業務流程

01 職涯定位 PROFESSIONAL SUMMARY

具 C 端 AI 創作工具、B2B MarTech 訂閱平台、企業建站及製造業 MES 升級的產品經驗，聚焦 AI 功能產品化、多產品平台整合與複雜業務流程。擅長從現場作業、歷史資料與技術限制辨識產品問題，提出共用與客製、分期、資料 / 權益及操作流程方案，協同工程、設計、商務與客戶推進交付。具跨平台產品規劃、上線回饋迭代、AI 協作流程設計、驗收治理及新人培育經驗。

02 核心產品能力 CORE EXPERTISE

AI 功能與協作流程：AI 編輯工具產品化、Prompt / 生成結果驗證、付費權益設計、AI 協作工作流程與人工裁決

平台整合與規則設計：多角色流程、帳號 / 訂閱 / 權益、跨系統狀態、舊資料查核與 API 責任

產品定義與商業取捨：問題重新定義、MVP、共用 / 客製、自建或合作、Roadmap 與優先序

交付與團隊協作：版本 / UAT、委外與外部依賴、客戶導入、跨 PM 協調與新人培育

03 工作經歷 PROFESSIONAL EXPERIENCE

01 製造業 MES 2.0 升級專案 2026.01–2026.10

獨立產品顧問 獨立付費委託｜產品端主責；工程實作與技術審查由 RD 負責

產品版圖｜涵蓋零件 / 主資料、倉儲庫存、製程 / 生產、客服 / 報價、出貨及外部系統資料交接；對焦 5 個作業部門、管理層與工程團隊。

- **跨模組流程與狀態重構：**將 1.0 逾 30 個分散單元重整為 18 個模組、12 條流程線，以狀態機定義登錄、製程量測、暫停、重工、委外、退貨、寄存及出貨的角色、觸發、狀態與例外；如出貨依現場揀貨、複點、打單的實際分工重訂狀態與退回規則，打單後變更採作廢並回退原單以保留追溯。
- **需求確認與業務規則驗證：**不只依口頭描述定規則
  - ① **跨部門對焦：**以零件生命週期與部門作業順序製作對焦文件，區分實體物流、人員交接、資料流與寫入責任，採具名回覆、連回規格章節並保留分歧的確認方式，將共識轉為可追溯的產品規則
  - ② **歷史資料查核：**以舊系統資料檢驗新架構假設，辨識主資料實為一對多而保留既有配置，並查核明細樣本與空值、與客戶核對舊流程，據以定義必填欄位、提示及狀態判定。
- **系統整合邊界與交付分期：**
  - ① **整合邊界：**定義與 2 個外部系統資料流、寫入權責與版本規則；匯入版本與可用性規則不一致時比較四案，選擇保留必要審核與有效版本檢查，界定建立 / 簽核、接收 / 唯讀及通知責任
  - ② **範圍取捨：**面對縮範圍要求，按人工替代可行性、流程依賴、面客風險與後補代價評估，保留高頻面客流程起點，權限與管理入口分期、保留重大動作紀錄。
- **AI 協作作業系統與決策追溯：**為一人產品端設計「輸入→分析→裁決→落檔→交付→驗收」的閉環，以單一規格正本為核心（規格 > 原型 > 實作）
  - ① **工作軌與規範：**建立規格、工程回饋、Issue 分診、複檢、交付打包、部門文件、Demo、測試案例、外部串接與舊系統查核等 15 條工作軌及固定規範
  - ② **人機分工：**AI 負責讀規格、分析與執行，產品裁決、對外回覆與驗收由本人負責
  - ③ **決策追溯：**每項定案附理由與被否決方案並回寫規格，以 Markdown 規格正本、版本化交付包與 GitHub Issues 同步異動與影響範圍
  - ④ **PM 端改碼：**訂定小幅改碼的準則，修改經工程 review 後部署。
- **驗收設計與品質管理：**以可覆蓋組合情境的矩陣取代逐項檢查
  - ① **驗收設計：**依「狀態 × 入口 × 動作」與「入口 × 異常情境」設計驗收，反面情境同樣驗證、未測不視為通過
  - ② **實走複核：**工程回報完成後由本人依規格實走，釐清規格歧義、版本落差與實作偏差後決定通過或退回
  - ③ **測試資料：**規劃分階段同步真實資料以支援現場測試。特定子模組通過客戶 UAT。

02 訊連科技 CyberLink 2025.06–2025.12

MyEdit 產品副理（Product Manager） 全球 C 端 AI Image / Video / Audio 創作 SaaS｜產品規則、付費權益、跨系統整合與月更交付

產品版圖｜MyEdit Cloud、Photo Editor 2.0、Light Mode、Mega Menu、AI Shadow、AI Content、CMS / 多語內容及系統通知。

- **跨工具成果管理與上線後迭代：**在既有 Cloud 方向下補齊跨影像、影片、音訊工具的成果管理
  - ① **保存規則：**按持續編輯、一次性生成、預設效果等五類情境定義自動 / 手動保存時點，保護消耗 credits 產生的作品，兼顧半成品占用、等待體驗與儲存成本
  - ② **流程與系統：**規劃換素材、離開、登入 / 登出及跨工具續編的保存確認，與 AP / Server 對齊工具分類、長任務完成通知、回原工具續編及素材庫取用，服務任內正式上線

③ **回饋迭代：**依首月 CS 回饋修正多步編輯與下載時的重複保存，評估後不採全域關閉自動儲存，兩項修正正式發布。

- **Photo Editor 2.0 整合架構、付費門檻與效能驗證：**針對舊版 Photo Editor 跨工具處理需壓平整張 Canvas、其他物件失去續編彈性的問題，比較主 Canvas 內嵌與獨立工具空間的操作連續性、介面複雜度及 Engine 改造成本，提出「選取物件→工具處理→套用回 Photo Editor 主畫布」方案並規劃物件保留及 Undo 邊界，經主管核定、依工程支援分期，七類 AI 工具於任內整合上線。配套
  ① **付費門檻：**規劃先進入工具操作、以浮水印預覽、套用時提示升級的流程，避免過早攔截或新入口繞過付費限制，與專責同事對齊 Free / Premium / credits 規則
  ② **效能驗證：**與 QA 比較整合前後的步驟、完成時間及卡點，辨識生成等待回歸，交 AP RD 修正後複驗回到接近原工具水準。
- **分期改版與資訊架構：**
  ① **Light Mode：**依跨工具依賴規劃切換順序，連續編輯工具同批轉換以減少重工與深淺介面混用，任內部分批次上線
  ② **Mega Menu：**主責分類、層級與入口去留，依使用量與任務情境保留高頻工具直達入口，改版完整上線
  ③ **AI Shadow：**重新安排設定、生成與套用流程，完成上線。
- **AI 能力轉為創作情境：**
  ① **AI Content：**研究趨勢與模型能力，提出創作主題及使用情境，親自撰寫 Prompt 並試生成，再與 AI Engine、Design、Content 確認可行性與發布安排，多項主題於任內上線
  ② **應用評估：**參與 AI 技術 / 供應商評估，從生成品質、速度、成本及功能情境比較適用性，供主管選型參考。
- **月更發版與全球化內容：**
  ① **發版判斷：**區分實作不符、規格缺漏與新增需求，依受影響功能、使用者、語系及核心流程中斷程度排序，主責產品端 Blocking 判斷
  ② **內容與多語：**將素材需求轉為 CMS 欄位與前台顯示規則，與 Native Reviewer 確認功能名稱與提示文字的語意，於實際畫面驗收字長與排版
  ③ **系統通知：**規劃事件觸發、信件內容及 CTA 並上線。

03 禾多移動多媒體 AviviD.ai

2024.02—2025.05

產品經理 MarTech / AdTech SaaS｜多產品整合、開店平台 App、客戶導入與新人培育

產品版圖｜LCDP / LRMN、既有行銷工具整併、QDM / Shopify / SHOPLINE App、跨平台訂閱中控、客戶串接及合作 POC。

- **兩大主產品規劃（LCDP / LRMN）：**負責功能規劃、優化與開發進程
  ① **顧客數據平台 LCDP：**網站埋碼、訂單與會員資料接入及顧客身分對應，行為貼標與分群條件組合，分群結果串接推播、彈窗、簡訊與廣告受眾，客戶指標報表
  ② **零售媒體 LRMN：**電商站內可販售版位，廣告主 / 代理商建立活動、上傳素材、選擇受眾與設定預算的流程，曝光 / 點擊 / 轉換的成效報表，電商端版位管理、廣告審核與分潤流程。另參與規劃新的 Design Guideline。
- **多產品模組化整併與舊客戶過渡：**承接 CEO 的多工具整併目標，提出單一後台、依訂閱啟用模組的方向與分期計畫，將分散的入口、帳號權限、報表及資料 / API 需求串成共用平台，經 CEO 核定後協同 RD 推進，任內部分整合能力上線；依使用熱點、客戶回饋、技術依賴、工程資源與資料風險安排順序，維持新舊後台並行以支援既有服務，規劃 Tour Guide、未購模組的可見性與權益啟用規則，並由 PM / QA 實走核心流程。
- **開店平台通路與跨平台訂閱中控：**
  ① **自助開通：**依既有客群、策略合作及各平台 API / 收費規則，規劃 QDM、Shopify、SHOPLINE App 的安裝授權、帳號綁定、初始設定、模組啟用及訂閱流程；在內部 RD 資源有限下承接委外開發的需求、驗收與市集送審，任內完成三平台上架
  ② **訂閱中控：**另行規劃跨開店平台的帳號與訂閱管理中控，統一處理多商店帳號對應、方案、模組權限、狀態同步及人工異常操作，協調委外團隊完成正式上線。
- **客戶導入、跨產品協調與合作評估：**
  ① **客戶導入：**負責 LCDP / LRMN 客戶技術串接，將使用情境與限制轉為功能、UX 及 Issue 優先序，提供操作手冊與教育訓練，並參與 Presales / Demo
  ② **跨產品協調：**承接牽涉多產品的需求與 CEO 交辦事項，協助同儕 PM 釐清功能界線、平台依賴與資源優先序，彙整方案供 CEO 核定
  ③ **合作評估：**釐清輿情分析與媒體投遞服務的指標定義、媒體涵蓋與更新頻率，完成部分 POC 驗證。
- **新人培育與人才評估：**負責 Onboarding、任務分派、進度追蹤、交付審查與跨部門實務指導，部分新人逐步獨立處理日常 PM 工作與 RD / 業務溝通；參與招募、面試、試用期及績效評估建議。

04 久大寰宇資訊

2022.03—2024.02

產品經理 企業建站與數位服務｜平台模組化、商業方案判斷、資料規則與客戶交付

產品版圖｜Layout Builder、會員與行銷規劃、行為觸發推薦、角色化 Dashboard、LINE OA / 夥伴合作評估、企業 / 政府網站與數位展示。

- **平台模組化與產品投資判斷：**針對企業網站重複客製及互動能力不足，區分共通核心、可配置差異與必要個案需求，規劃可複用版型、元件及 Layout Builder，在個案交付與共用產品能力間取得平衡，部分平台能力及企業網站已對外交付；規劃會員資料、等級、分群與行為標籤時，辨識既有 B2B 客戶結構與 B2C 會員行銷情境的落差，將業務前提、功能依賴與資源納入投資順序。
- **推薦規則與角色化數據產品：**
  ① **推薦：**將產品、文章及優惠推薦拆成曝光頁面、內容來源、排序、營運配置與觸達條件，規劃人工精選、熱門排序、規則關聯及回退邏輯，串連搜尋、瀏覽、收藏、購物車與購買後事件，部分進入工程開發

② **Dashboard：**依經營者、業務、行銷、客服 / 營運規劃 KPI、下鑽及可配置視圖，納入角色存取與企業間資料隔離，完成 Mockup。

- **自建或合作的商業評估：**面對 LINE 官方帳號客服的自建及維護投入，主動提出第三方合作 / 代理的替代方案，參與分潤協商與業務訓練，推動對潛在客戶的介紹及 Demo；另參與經銷商與合作夥伴方案的前期規劃。
- **企業 / 政府專案交付：**在系統限制、預算、時程及驗收條件下，釐清需求與可行範圍、協調開發中的變更，負責舊資料移轉與核對、新平台切換及後台教學；涵蓋企業網站、數位服務及 VR / 360 數位展示，任內專案完成上線、客戶驗收與操作交接。

05 合興數位 2020.10—2021.04

APP 產品開發企劃 運動設備內嵌式 APP 規劃｜跨韌體可行性、互動原型與設計製作委外

- **技術限制下的產品範圍取捨與交付：**規劃可跨設備 / 品牌複用的內嵌 APP 核心，以 Functional Map 與技術負責人逐項檢查可行性，依各系統韌體支援差異調整共用 / 差異功能與優先序，完成 UI Flow、Wireframe 與互動原型；另編寫跑步機操作流程文件，並參與新工廠 CIS 提案與製作發包，方案獲核定採用並交付。

06 微微一笑資訊有限公司 2020.08—2020.10

產品企劃 內部供應商搜尋系統的開發前產品規劃

- **需求訪談與搜尋產品定義：**訪談並盤點內部供應商搜尋需求，將搜尋條件、篩選方式、資料欄位與操作情境整理為功能定義，完成 UI Flow、Wireframe / Mockup 及規格。

07 愷偲品牌企劃 2019.01—2020.05

專案企劃 獨立承接客戶需求與多案交付｜前後台產品規劃、跨媒體協作、內容撰寫與新人帶教

產品版圖｜任內含客製化網站 25 件、一頁式與套版網站 4 件、品牌應用系統 10 件、包裝設計 6 件、書本簡介 4 件、靜動態攝影 6 件。

- **商業規則轉為前後台產品、多案交付與帶教：**獨立承接客戶需求，將商業規則轉為可開發的前後台規格，協同設計、工程推進至驗收與後台教學：精品租借 / 二手交易平台分開租借與購買的訂單、付款與商品狀態，任內正式上線；板材選型網站比較情境導覽與材料 / 花色選型路徑並規劃可自行維護的後台，配合國際建材展上線；另完成露營預約的容量與計價規則、精油香味輪互動選購的流程與提案。多案並行下管理提案、報價與交件，統籌寵物品牌案跨識別、印刷、網站、影像及展場的發包與品質，並撰寫官網案例與 News 文章；團隊擴編後承接新人教學、派工與審稿，實行大綱先審、分階段檢查與提案前內審。

04 獨立委託與共同發起專案 INDEPENDENT PROJECTS

01 MyArt｜藝術品交易平台 2021—2022

共同發起 Side Project 產品規劃與方案提出；重要方案由藝廊合作夥伴核定

- **多角色交易平台規劃與上線：**結合合作夥伴的藝術家、作品與媒體社群資源，提出連結創作者與藏家的交易平台方案並參與第一階段 MVP 規劃；統合官網、藝術家、買家與平台管理四個介面的角色任務與資料流，規劃拍賣、直售、預購、訂客製、交換與租借六種交易流程並整理規格；六種模式均於專案期間上線，邀請藝術家 / 藝廊及藏家使用，期間有真實交易。

02 APRO｜自助架站 SaaS 2022—2023

個人付費委託 主導產品規劃與功能方向；委託方定調目標市場

- **MVP 收斂與 SaaS 化規劃：**經市場 / 競品比較，將架站構想收斂為一頁式自動化架站 MVP，把原由專業人員代作的建站工作（初始化、範本與模組配置、內容編輯、發布）轉為使用者可自行操作的流程；統合品牌官網、架站服務中控及會員中心三個介面與平台營運機制，規劃訂閱方案與功能權益，完成啟動文件與規劃並推進至工程測試 / 驗收。

03 PsyDA｜測評微信小程序與代理商管理 2024

個人付費委託 提出產品建議並規劃 User Flow 與管理邏輯；CEO 核定既有功能及商業制度

- **跨平台延伸、雙層代理商管理與權益規則：**依既有測評功能規劃微信小程序作答與報告取得流程；區分平台中控與代理商後台的管理責任與帳號歸屬；將既定的 MGM 推薦返現規則轉為操作、狀態、紀錄與後台流程並處理例外，盤點會員、儲值 / 點數與報告等級等欄位，另提出數據視覺化、會員分級與付費解鎖的建議。委託範圍的小程序、平台中控與代理商後台均已正式上線。

04 安可日子 Encore｜KOC 創作媒合平台 2024

個人付費委託 主導既有平台功能擴充的產品方案及開發溝通；委託方確認方向與成果

- **三方媒合流程、狀態設計與工程交接：**整合企業尋找創作者、KOC 接案與平台營運的需求，主導既有平台的功能擴充方案、顧及既有資料 / 流程的相容性；規劃條件篩選、邀稿、接案 / 派案、交稿與多輪校稿的狀態邏輯，及企業主、KOC 與平台管理端的可見範圍、權責與結案例外；整理為可開發、可驗收的規格並與 RD 釐清，任內完整規格交付工程開發；後續開發管理與驗收由另一位 PM 接續。

05 個人產品 PERSONAL PRODUCT

01 AI 應用規劃教材 / 學習平台 2026

個人 Side Project 獨立主責產品定位、學習體驗、內容品質與平台交付；Claude Code / Codex 執行主要內容及程式產出

- **產品定位與 AI 應用判斷的教學設計：**從個人備考經驗辨識知識分散、概念易混淆與應用判斷難以串連的問題，以 iPAS 考綱為主軸做成可供他人使用的線上學習產品；並把「什麼情境該用哪種 AI 技術、導入時該問什麼」設計成全書共用體例

① **規劃提問與產出物：**以業務需求、任務類型、輸入 / 輸出、模型選項、資料條件及風險 / 人工關卡形成決策表

② **實務與避坑指南：**各項技術的適用與不適用情境、維運責任及人機分工

③ **考題判別與概念釐清：**以題幹線索、易混淆選項與錯誤類型訓練判斷。體例貫穿中級兩個科目共 21 章：AI 技術應用與規劃（自然語言處理、電腦視覺、生成式 AI、多模態、導入評估 / 規劃 / 風險管理、數據準備與模型選擇、系統集成與部署）及機器學習技術與應用（機率統計、線性代數、數值優化、機器學習與深度學習原理、常見演算法、特徵工程、模型訓練評估與調整、隱私安全合規、演算法偏見與公平性）。

- **MVP、學習流程與需求回收：**以章節閱讀、情境練習、錯題回顧與規則式學習計畫作為 MVP，定義考期、可讀時間、學習範圍及進度對排程重算的影響，整合術語索引、書籤、進度與版次入口；分階段開放部分教材邀請試讀，並從讀者「依錯題衍生更多練習」的回饋辨識錯題重做與動態生成新題的需求差異。
- **跨模型分工與內容品質管理：**
  ① **模型分工：**因單一模型撰稿額度受限，先讓 Codex 小範圍試寫，以本人、獨立 AI 評審與外部讀者的匿名版本比較決定分工，再採 Codex 初稿、Claude 修稿與獨立覆核，將語氣、解說承接與圖表的反覆缺失歸納為交辦及驗收規則，回寫下一批任務
  ② **來源與品質：**撰稿前訂定考綱對位、來源權威 / 時效與引用授權、術語及體例規則，來源不足或衝突時回查、裁決或延後，事實查核、圖表檢查、閱讀器呈現與人工讀稿分開驗收，保留版次、勘誤及修訂原因。
- **AI 輔助開發與發布管理：**獨立負責平台功能、資訊架構、優先序與驗收，運用 Claude Code / Codex 執行主要程式實作；訂定可修改範圍、工作隔離與差異檢查，因應異常額度消耗增補派工與用量限制，再依測試站及檢核結果裁決修正與發布。

06 技能與工具 TOOLS

原型與產品設計：Figma、Miro；User Flow、Wireframe 與互動原型，並以 Figma Make 生成及迭代可操作原型。
產品文件與工程協作：Jira、Confluence、Notion、GitHub Issues；Markdown 規格、版本化交付及 Issue 追蹤。
AI 輔助交付：Claude Code、Codex；用於原型、規格、開發、測試與變更檢視，由本人審核產品規則與交付。

07 學歷與證照 EDUCATION & CERTIFICATION

學歷：國立清華大學｜經濟學系學士

認證：iPAS AI 應用規劃師（中級・機器學習）｜2026 年
（考科：人工智慧技術應用與規劃、機器學習技術與應用）
iPAS AI 應用規劃師（初級）｜2025 年