

窦越嘉

中国北京 ✉ douyuejia@ruc.edu.cn ☎ (+86) 130-0241-2890

教育背景

中国人民大学

高瓴人工智能学院 人工智能专业 博士生
导师：祁琦长聘副教授

2024 年 - 至今
中国北京

北京邮电大学

人工智能学院 信息工程专业 工学学士
导师：杨洁教授

2020 年 - 2024 年
中国北京

研究兴趣

- 智能决策
- 计算广告，包括机制设计和自动出价

研究经历

AIGB-R1: Self-Evolving Generative Auto-Bidding via Hierarchical Planner-Executor Optimization

2026

在投 (第一作者)

本文聚焦现有生成式自动出价方法难以灵活适配不同广告主约束与偏好、训练时难以充分探索潜在最优策略的局限，提出分层自进化自动出价框架 AIGB-R1。AIGB-R1 通过 “LLM Planner + DT Actor” 的分层架构将粗粒度语义策略规划与细粒度即时数值决策解耦，从而在利用 LLM 的强大推理规划能力的同时满足竞价系统的低延迟、高精度要求。为了高效探索最优策略，AIGB-R1 构建在线竞价仿真环境与经验驱动的自进化训练闭环，并通过分层信用分配实现端到端联合优化。在 AuctionNet 基准上，AIGB-R1 显著优于现有先进方法，取得 SOTA 性能。

GAM: A Generative Auto-Marketing Framework in Online E-commerce Platforms

2026

WWW 2026 (第一作者)

本文将经典自动出价范式扩展到 “竞价 + 优惠券” 多渠道联合优化的自动营销新范式，针对现有电商平台中多渠道投放相互割裂、营销预算和约束手动配置困难等问题，提出生成式自动营销框架 GAM。GAM 将多渠道营销决策建模为联合序贯决策，并创新性的引入了内生抽佣预算，即广告竞价成本和优惠券成本需由成交带来的抽佣收入覆盖。GAM 使用 “离线预训练 + 后训练对齐” 两阶段训练框架，进一步提升现有生成模型性能天花板。

Bridging the Gap: Real-Time Cost Control for Autobidding

2026

KDD 2026 (第二作者)

本文关注自动出价中期望激励相容与成本达成的落地缺口，针对点击计费与延迟转化造成的实际 CPA 偏离，提出 DFP 解耦一价机制，在保持原有竞价排序和分配效率的同时，通过动态支付系数实时校正成本。

On Designing the Optimal Integrated Ad Auction in E-commerce Platforms

2025

AAAI 2025 (第四作者)

本文研究电商平台中广告与自然内容的混合拍卖，针对当前广告与自然内容独立排序导致的混排次优，提出 JINTER Net，统一建模广告和自然内容的竞价、用户体验和展示位置。模型联合学习可行分配与外部性感知支付，并以事后遗憾和增广拉格朗日约束刻画激励相容与个体理性性质，联合优化平台收益和用户体验。

A Context-Aware Framework for Integrating Ad Auctions and Recommendations

2025

WWW 2025 (第二作者)

本文研究电商平台中广告与自然内容的混合拍卖，针对排序时广告和自然内容之间的相互影响，提出上下文感知混排框架 TICNet，将广告、自然内容和展示位置编码为候选一位置表示，以行列 Transformer 捕获跨位置表现与同位置竞争，联合生成分配和支付；在保证可行性和近似激励相容的同时，提升广告收益与用户体验。

实习经历

阿里巴巴 (Alibaba)

2025 年 2 月 - 2026 年 4 月

阿里妈妈 - 广告技术部 - 决策智能平台 研究实习生

Mentor: 张知临

研究在线电商平台中的新一代生成式自动营销范式，通过优化多渠道营销投放手段助力商家成交。

百度 (Baidu)
商业产品部 实习生
Mentor: 余昌远

2024 年 7 月 - 2024 年 11 月

研究在线广告平台中的广告与自然内容的混合拍卖机制，平衡平台收益和用户体验。