



## 阿里巴巴集团全球首推互联网创新服务“阿里妈妈”

11月20日，阿里巴巴集团正式宣布，试运行百日的阿里妈妈网站（[www.alimama.com](http://www.alimama.com)）创建的网上广告交易平台已获惊人成长，这预示着这一基于本土的创新互联网广告服务模式，将会对中国乃至全球互联网业界产生深远的影响。

2007年8月10日正式上线的阿里妈妈网站已汇集了超过15万家中小网站和超过13.5万的个人博客站点，超过38万个广告位，注册会员超过100万，覆盖中小网站总流量超过10亿PV/天，一举成为中国最大的网络广告平台；目前，阿里妈妈仍以惊人的速度增长，每天新增近4000家中小网站，新增1万名个人博客，新增2万余广告位。

阿里巴巴集团新闻发言人金建杭说，阿里妈妈为中国数千万中小企业和中小网站提供了一个非常切合实际的商业模式和收入模式。

他引述阿里巴巴集团董事局主席马云的话表示，中国互联网未来的发展取决于中国广大中小网络公司和网站站长们的成长和发展。阿里巴巴集团一如既往的要帮助中国数以千万计的中小企业和中小网站，阿里妈妈的使命是要让有价值的网站成长起来，让诚信的站长们富起来，让中国也出现成千上万成功的站长们，使他们成为明天中国的Facebook、Myspace、Youtube.....阿里巴巴集团将从人力、财力和各种资源方面全力支持阿里妈妈，丰富和完善中国互联网生态系统。

金建杭认为，中小网站是互联网世界中重要的一环，他们覆盖了网络世界的各个领域，创造了中国互联网绝大部分的流量，但是只得到了整个互联网广告价值的极小部分。一个健康和持续发展的互联网产业，不应只是个别大企业施展而小企业无生存空

间的状态。

业界普遍评价认为，阿里妈妈颠覆了传统的广告模式，完全不同于百度只是 Google 模式的汉化，将是阿里巴巴集团在推出阿里巴巴 B2B、淘宝 C2C、支付宝和阿里软件之后，又一个适合中国本土环境的创新的互联网模式。阿里妈妈充分吸收了阿里巴巴集团 B2B 和 C2C 电子商务交易平台的成功运营经验，并将阿里巴巴购并中国雅虎所获得的搜索运营能力与阿里巴巴自主创新的诚信体系、信任评价和安全支付等平台相结合，是一个面向中小网站的开放透明的广告交易市场和服务平台。

在谈到众人关注的阿里妈妈与百度的关系时，金建杭表示，搜索引擎就像一本字典，网民现在从这本字典看到的是，前几行全是广告，失去了搜索服务最关键的结果公正性。中小网站的网络广告应该有比搜索引擎更好的运营服务模式，这就是阿里妈妈所创立的广告交易平台模式。

据介绍，阿里妈妈目前每天成交广告位 2 万多笔。著名人力网站智联招聘通过阿里妈妈投放广告，每天可以轻松实现超过 2000 万的 PV 流量，而所花费成本是它通过其他广告形式的几分之一甚至几十分之一。目前已有包括中国银行、中信银行在内的多家金融机构以及一些网游公司和阿里妈妈签约，通过阿里妈妈网站投放广告。

据金建杭透露，阿里巴巴集团下属子公司的许多广告都会统一放到阿里妈妈平台上来进行采购。

艾瑞咨询认为，阿里妈妈模式以新型的第三方平台形式聚合了数量庞大的广告需求双方，阿里巴巴上的中小企业主、淘宝的中小店铺、支付宝商铺、口碑网的个人及企业用户等都属于广告产业链的上游长尾大军中不可小觑的一员。截至今年 6 月 30 日，阿里巴巴 B2B 公司（1688.HK）国内外注册用户超过 2400 万，在 C2C 市场份额超过 80%的淘宝网拥有 4000 万的会员和数百万的店铺，而支付宝公司则拥有 5200 万注册用户。

在今年 11 月 6 日阿里巴巴 B2B 公司在香港成功上市后，阿里巴巴集团拥有充足的

的现金储备，阿里巴巴集团董事局主席马云曾表示，阿里巴巴集团希望率先建构电子商务的生态系统，让中小企业壮大他们在中国乃至全世界的业务。

业内人士认为，阿里巴巴集团正在打造开放、协同、共荣的电子商务生态系统，为中小企业开展电子商务提供全面的网络营销方案，此次进军网络广告服务，阿里妈妈将与阿里巴巴集团的 **B2B**、**C2C**、软件服务、在线支付以及搜索引擎形成优势互补，全面覆盖中小企业电子商务化的各大环节。