

# 37. 简版：从Alipay+到Antom：蚂蚁国际全球扩张战略如何重塑跨境支付市场格局？

---

三大核心产品：构建跨境支付全链条

Alipay+：连接全球钱包的跨境支付网络

2. Antom：一站式全球收单平台

3. WorldFirst：深耕跨境B2B金融服务

二、全球化布局：差异化策略抢占市场

三、竞争态势：多维博弈重塑格局

四、技术驱动：创新构建核心壁垒

五、结束语

大家好，我是隐墨星辰，全球TOP大厂实战经验，专注境内/跨境支付架构设计十余年。

前段时间写了蚂蚁国际的全球化之路，大约有一万千多字，看得累，所以发出一个简版。想看完整版的，见：“从Alipay+到Antom：蚂蚁国际全球扩张战略如何重塑跨境支付市场格局？（点击打开）”。



在全球跨境支付市场的激烈竞争中，蚂蚁国际以其独特的战略布局和技术创新，成为重塑行业格局的重要力量。

## 三大核心产品：构建跨境支付全链条

蚂蚁国际以新加坡为基地，打造了三大支柱业务，覆盖C端支付、B端收单及小微企业金融服务。

## Alipay+：连接全球钱包的跨境支付网络

作为蚂蚁国际的拳头产品，Alipay+致力于打通全球本地支付生态，让消费者“付款如本地人”。通过与35家本地电子钱包（如东南亚GCash、韩国Kakao Pay）及国家标准二维码系统（如新加坡SGQR）合作，Alipay+已覆盖66个国家和地区的9000万商户，连接16亿用户账户。2024年，其跨境交易笔数同比增长超300%，成为全球最大的跨境数字支付平台之一。中国游客出境游，如果使用支付宝，全部走的Alipay+网络。

## 2. Antom：一站式全球收单平台

Antom是蚂蚁国际对标Stripe、Adyen的跨境收单解决方案，支持超250种支付方式（银行卡、数字钱包、银行转账等）。尽管入局较晚，但依托蚂蚁集团的技术优势，2024年其直连收单交易总额（TPV）同比接近翻番，银行卡处理量增长超10倍。

## 3. WorldFirst：深耕跨境B2B金融服务

2019年收购的WorldFirst（万里汇）是蚂蚁国际布局跨境电商的关键一环。其“World Account”多币种账户支持42种货币管理，连接200多个国家市场，累计服务超100万中小企业，2024年TPV达1000亿美元（四年复合增长率约80%）。

# 二、全球化布局：差异化策略抢占市场

蚂蚁国际根据区域特点采取差异化策略：

在东南亚，依托地缘优势，通过Alipay+连接本地钱包，WorldFirst和Antom服务电商与商户；

在中东，以Antom为核心，助力当地支付数字化转型，设立沙特办事处拓展市场；

在欧美，通过服务出境游和跨境贸易间接渗透，如覆盖欧洲旅游商户、利用WorldFirst的英国牌照基础。

面对监管挑战，蚂蚁国际通过合作（如与Mastercard联动）、并购（如收购WorldFirst）和本地化运营（建立本地团队、申请合规牌照），平衡扩张与合规。

# 三、竞争态势：多维博弈重塑格局

在全球战场，蚂蚁国际面临多重竞争：

- **传统卡组织（Visa/Mastercard）**：凭借庞大的持卡用户网络占据存量市场，但蚂蚁通过低手续费的移动支付（如Alipay+扫码）在小微跨境场景形成替代，同时与卡组织合作（如支付宝接入Mastercard网络）实现互补。
- **PayPal等老牌支付公司**：PayPal以4.3亿活跃用户主导西方跨境支付，而蚂蚁聚焦亚洲新兴市场和出境游人群，形成差异化竞争。
- **新兴支付科技平台（Stripe/Adyen）**：Antom与Stripe定位相似，均提供全球收单服务。蚂蚁的优势在于亚洲本地支付资源和阿里系电商生态，而Stripe以开发者友好见长，双方在全球收单领域形成竞合。
- **中国本土竞品（XTransfer/Airwallex）**：WorldFirst凭借牌照优势和场景化服务（如对接速卖通、Lazada），在跨境收款市场保持头部地位。

## 四、技术驱动：创新构建核心壁垒

蚂蚁国际的技术优势源自支付宝的经验积淀，在跨境场景中持续迭代：

- **支付技术**：推出“支付Copilot”AI助手，自动完成接口对接；支持生物识别（刷脸支付）、多语言SDK，提升商户接入效率和用户体验。
- **AI风控与合规**：基于机器学习实时监测交易风险，Antom的AI风控引擎自适应调整规则，降低拒付率；构建模块化KYC系统，适配各国监管（如欧盟SCA、沙特SAMA），运用联邦学习保护用户隐私。
- **结算优化**：区块链技术支持超1/3的交易实时清算，7×24小时到账，远超传统SWIFT的1–3天；AI外汇预测模型提升汇率管理精度，降低商户汇兑损失。

## 五、结束语

蚂蚁国际凭借Alipay+、Antom、WorldFirst三大产品组合，构建了横跨C端、B端和B2B的全球数字支付生态。在技术创新、本地合规和生态协同上不断深化，逐步从区域型玩家走向全球核心玩家。跨境支付市场正在重塑，而蚂蚁国际正站在变革中心，持续扩展其全球影响力。

随着蚂蚁国际从蚂蚁集团的分拆，蚂蚁国际被寄予了更多的厚望，能否成为真正的全球支付巨头，值得持续关注。