

33. 超1.4万亿美元！支付巨头Stripe如何通过7行接入代码逆袭

1. 全球化扩张战略：从硅谷到世界

- 1.1. 欧美市场
- 1.2. 亚太地区
- 1.3. 中东和非洲
- 1.4. 拉美市场

2. 产品体系：从支付到金融基础设施

- 2.1. 支付服务
- 2.2. Stripe Connect
- 2.3. Stripe Atlas
- 2.4. Stripe Issuing
- 2.5. Stripe Treasury
- 2.6. 增值工具箱

3. 技术架构：开发者友好的金融云平台

- 3.1. 极简的API设计
- 3.2. 全面拥抱SaaS化和云原生
- 3.3. 强大的开发者工具和社区
- 3.4. 稳定性与扩展性

4. 合作生态：连接商业和金融的桥梁

- 4.1. 内嵌到各大电商、SaaS平台
- 4.2. 与金融机构的深度合作
- 4.3. 集成接入本地支付方式
- 4.4. 与时俱进布局“先买后付”（BNPL）与分期
- 4.5. 一站式金融财务系统合作与集成

5. 政策与合规：本地监管的挑战与应对

- 5.1. 多种支付牌照确保合规经营
- 5.2. 必不可少的KYC和AML措施
- 5.3. 严格的支付数据安全性与隐私保护

- 5.4. 必要的当地政策适应性开发
- 6. 数字货币与加密支付布局：顺应Web3潮流
 - 6.1. 重新入场试水稳定币
 - 6.2. 稳定币支付和结算
 - 6.3. 拓展Web3其它服务
 - 6.4. 与第三行业伙伴的开放合作
- 7. 行业对比分析：全球支付版图中的Stripe
 - 7.1. Stripe vs. PayPal
 - 7.2. Stripe vs. Adyen
 - 7.3. Stripe vs. 蚂蚁国际 (Ant International)
 - 7.4. Stripe vs. Checkout.com
 - 7.5. Stripe vs. 其他玩家
- 8. 结语：Stripe的未来展望

大家好，我是隐墨星辰，专注境内/跨境支付架构设计十余年。每周发布一篇深度文章，感兴趣的小伙伴可星标公众号，及时接收提醒，打开不一样的视角。

前段时间拆解过蚂蚁国际、Airwallex（空中云汇）、XTransfer，有兴趣可在历史文章中找找。今天把目光转到另一家全球性的金融支付独角兽公司Stripe（2025年初估值约915亿美元）。

之所以选择Stripe，主要有两个原因：首先是在和老美的关税战谈判中，大概率会要求中国开放更多金融支付领域，毕竟这这是老美的优势产业之一。其次是Stripe这家公司以开发者友好理念为基础迅速崛起，可以为期望做跨境支付基础设施的同行提供一些不错的思路。

Stripe是一家面向开发者的金融科技公司，如今已成为全球支付领域的领军者之一。经过十多年的发展，Stripe的服务已覆盖全球主要市场，2024年其平台上企业创造了1.4万亿美元的支付总额，较上一年增长38%。这相当于全球GDP的1.3%，并且全球《财富》100强企业有一半都在使用Stripe。我们将从产品体系、技术架构、合作生态、政策合规、数字货币、行业对比等方面，深入浅出地介绍Stripe的发展现状与全球扩张战略。

1. 全球化扩张战略：从硅谷到世界

Stripe于2010年在美国创立，凭借“几行代码即可接入支付”的开发者友好理念迅速崛起。

本土站稳脚跟后，Stripe积极布局海外市场，现已在北美、欧洲、亚太、中东等46个国家和地区提供服务。其国际化战略体现为：一方面通过直接进入发达市场取得支付牌照和建立本地团队，

另一方面通过投资并购切入新兴市场。

1.1. 欧美市场

Stripe总部之一就在美国，并在成立初期就将服务拓展到加拿大、欧洲主要国家。2013年进入英国，随后几年陆续覆盖西欧和北欧。2018–2020年间，Stripe加速欧洲布局，一次性新增爱沙尼亚、波兰、葡萄牙等8国。目前Stripe在欧洲已服务几乎所有欧盟和欧洲经济区国家，以及英国等，实现广泛的本地支付支持。

1.2. 亚太地区

Stripe早在2016年就进入亚洲，率先登陆新加坡，随后拓展至日本、香港、澳大利亚等主要经济体。作为国际业务中心，Stripe在新加坡设立了亚太总部。东南亚市场Stripe采取了灵活策略：通过投资当地合作伙伴和支持跨境支付的方式服务未直接运营的国家。例如，Stripe投资了菲律宾支付公司PayMongo、巴基斯坦支付处理商 Safepay等。此外，Stripe于2023年在印度取得支付聚合牌照，并于2024年初获印度央行最终批准正式展业。这意味着Stripe可以全面为印度商户提供收单服务，适应当地严格的监管要求。对于另一个人口大国印尼，Stripe目前提供“预览版”服务，显现出未来正式进入的意图。

1.3. 中东和非洲

2021年，Stripe正式进军中东，在阿联酋迪拜设立办公室并上线服务，这是其首次进入中东市场。此举不仅服务阿联酋本地的创业公司，也方便Stripe全球商户拓展海湾客户。在非洲，Stripe通过2020年收购尼日利亚支付公司Paystack切入西非市场。目前Stripe借助Paystack的网络在尼日利亚、加纳、肯尼亚、南非等国提供服务。可以看到，Stripe在非洲更倾向于收购本地先锋来获取区域版图。

1.4. 拉美市场

Stripe已经进入了拉美的墨西哥和巴西等国。除墨西哥和巴西外，Stripe对拉美其他国家也表现出兴趣，例如阿根廷、智利等。但整体而言，拉美本土支付环境复杂且监管多变，Stripe采取逐步试水的策略。目前已进入的巴西通过当地收单和多币种支持，提供包含 boleto 等本地支付方式在内的解决方案；墨西哥亦支持OXXO现金支付等当地常用方式。这种本地化支付方式支持使Stripe在拉美具有竞争力。

全球统一与本地化相结合是Stripe的扩张特色：在全球层面保持同一套API和产品标准，让跨国企业“一次接入，服务全球”；在地区层面则针对各国法规和用户偏好做本地优化。例如，Stripe在进入欧洲时支持了EUR直接扣账(如SEPA)、在进入亚洲时接入了支付宝、银联等。在最新拓展中东时，则聚焦于信用卡及数字钱包的支持，以符合当地无现金发展趋势。

值得一提的是，全球支付格局正发生改变——数字钱包的兴起让各地区支付习惯趋于多元。据统计2024年数字和移动钱包已占全球电商支付的51.7%，超过信用卡的20.8%；即便在POS门店支付中，钱包占比33.4%也领先于各类银行卡支付的22%左右。这种趋势为Stripe等国际支付平台提出了新要求：既要广泛连接银行卡网络，也要深度整合本地电子钱包，才能满足不同市场消费者的偏好。

2. 产品体系：从支付到金融基础设施

Stripe以在线支付起家，但如今已构建起一个涵盖支付、金融服务和业务管理的产品生态系统，为企业提供端到端的基础设施支撑。其核心产品和服务包括：支付、公司注册、发卡、税务等。

2.1. 支付服务

首先是支付服务，这是Stripe的立身之本，即在线支付网关和收单服务。它支持全球135+种货币，整合了Visa、Mastercard、American Express等国际卡组织以及本地卡方案。除了信用卡/借记卡，Stripe还支持超过20种其它支付方式：例如数字钱包（Apple Pay、Google Pay、支付宝、微信支付等）、银行转账/直连（ACH、SEPA、FPS等）、银行实时支付（如马来西亚FPX）、以及“先买后付”分期付款服务（如Klarna、Afterpay/Clearpay、Affirm等）。

通过单一API，商户即可一次性接入众多支付手段，满足不同市场的客户支付习惯。Stripe还提供托管的前端结算页面（Checkout）和无代码支付链接（Payment Links）方便企业快速上线支付。

2.2. Stripe Connect

然后是Stripe Connect，Stripe于2012年推出的多方支付解决方案。Connect充当“支付底座”，支持平台类企业（如电商平台、打车软件、自由职业者市场等）在其应用内嵌入支付功能，实现对入驻商户或个人的收付款。Connect提供灵活的账户体系，平台可使用Stripe为其用户收款并定制结算周期、分润规则等。像Shopify、Lyft、Kickstarter等平台型公司都借助Connect来管

理复杂的资金流。Connect极大降低了构建平台支付和结算的门槛，被誉为Stripe迈向金融基础设施的重要一步。

2.3. Stripe Atlas

还有Stripe Atlas，这是2016年推出的创业公司注册收款一条龙服务。Atlas帮助全球创业者便捷地在美国注册公司、开设美国银行账户并开通Stripe收款。很多非美国的创业团队受益于Atlas将业务“接入”美国市场。Atlas已帮助来自160多个国家的成千上万家公司成功注册。Atlas可以看作Stripe服务全球化的独特方式——通过降低创业的法律和金融门槛，间接推动更多企业成为Stripe的潜在客户。

2.4. Stripe Issuing

Stripe Issuing是发布于2018年的虚拟卡和实体卡发行平台。通过Issuing，企业可以定制发行自己的品牌借记卡/信用卡，用于员工支出、客户奖励、费用管理等场景。Stripe提供API来创建卡片、设置限额、实时监控交易。Issuing最早在美国上线，并于2021年扩展到欧洲20国。据统计，自推出以来已有超过1亿张Stripe Issuing卡片被创建。例如，打车公司可以用Issuing给司机发放虚拟Fuel Card用于加油。Stripe Issuing的推出使Stripe从“收单”延伸到“发卡”，完善了支付闭环。

2.5. Stripe Treasury

Stripe Treasury是2020年底推出的服务，可视为Bank-as-a-Service（银行即服务）产品。Treasury与银行伙伴合作，为平台类客户提供内嵌的金融账户功能。例如，SaaS平台可通过Stripe为其商户开立资金账户、支持存款和转账等。这背后Stripe与高盛、花旗等银行联手，由银行持有资金和监管，Stripe提供技术接口。简单来说，Treasury让非银机构也能在其产品中提供类似银行账户和现金管理功能，进一步巩固Stripe作为金融基础设施的定位。

2.6. 增值工具箱

Stripe还开发了一系列围绕支付的增值工具：Billing用于订阅和循环扣款管理，支持计费、发票和智能重试；Invoicing提供电子发票开立和收款；Tax自动计算销售税和增值税；Radar风控引擎利用机器学习阻止欺诈交易；Sigma允许商户用SQL查询数据生成定制报告；Revenue Recognition帮助企业符合会计准则进行收入确认等。这些组成了Stripe的收入与财务自动化套件。

此外还有Stripe Terminal（POS刷卡机和SDK，实现线上线下统一收款），Stripe Identity（身份验证工具，用于KYC合规和反诈），Stripe Capital（面向中小商户的贷款服务）等。

可以看到，Stripe从单纯支付网关逐步演进为全栈式的商业技术平台，为企业提供从获客付款到资金管理的一整套解决方案。

Stripe的产品体系彼此协同，形成生态闭环。例如，一家SaaS公司创业时用Atlas注册公司，接着用Stripe Payments收款订阅费用，利用Billing管理订阅周期，用Radar防欺诈，盈利后通过Issuing给员工发卡或通过Capital贷款扩张。这种“一站式”服务极大提高了用户黏性。也难怪Stripe近年来不断强调自己是“经济基础设施平台”，而非仅仅是一个支付平台。

Stripe的产品线虽然多，但是基本都是围绕支付这条主线展开的，也是由点到线再到面的完美体现。

3. 技术架构：开发者友好的金融云平台

技术优势是Stripe成功的基石。与传统支付巨头相比，Stripe从诞生之初就坚持API优先和云原生的架构，让复杂的支付流程对于开发者而言变得高度简化和可靠稳定。

3.1. 极简的API设计

极简的API设计是Stripe技术理念根基，其优雅的API广受赞誉。著名的“七行代码”案例形象地说明了Stripe集成的简易程度。开发者只需调用几个HTTP接口，就能完成从前端收集持卡人信息、Token令牌化，到后端发起收费请求、获取交易结果的整个流程。

Stripe API遵循RESTful风格，资源模型清晰（如Customer、Charge、PaymentIntent等），参数命名直观统一。这种开发者体验上的精心打磨，使众多创业公司在技术选型时优先考虑Stripe。正如Stripe博客所言，他们的使命之一就是将信用卡处理等繁琐事务“抽象成几行代码”的魔法。随着产品扩展，Stripe通过版本化和向后兼容策略，尽量确保老用户的集成不被破坏，同时不断在新API中汲取经验改进设计。比如，最初的Charge API逐渐演进为更能满足复杂场景的Payment Intents API，但老的调用方式依然受到支持。

3.2. 全面拥抱SaaS化和云原生

Stripe自身架构部署在云端（最初在AWS之上），以多租户SaaS模式为全球商户提供服务。Stripe通过分布式架构来保证高并发和高可用，将不同功能模块解耦为微服务。例如，支付请求、结算出款、风控校验、通知Webhook等由不同服务处理，最终通过事件总线和数据库实现一致性。多数据中心部署和自动故障切换保证了服务稳定性。据报道，Stripe多年间保持着极高的服务可用性和可靠性，鲜有大规模停机事故。这对于关乎资金流动的支付业务至关重要。与此同时，

Stripe高度重视数据安全和合规，在技术上采用强加密和分区存储敏感信息（如卡号仅存于PCI隔离环境中）。Stripe满足最高级别的PCI DSS一级安全认证，并为商户集成了3D Secure等风控措施。可以说，Stripe用现代互联网架构重塑了传统支付处理，引领了“支付即服务(PaaS)”的行业趋势。

3.3. 强大的开发者工具和社区

为了进一步提升开发体验，Stripe提供了丰富的开发者工具和资源：官方支持几乎所有主流编程语言的SDK，详尽的文档和示例代码，交互式API测试工具，以及各种集成插件（如用于WordPress、Shopify等平台的插件）。Stripe还开源了不少周边库，并鼓励开发者社区贡献。在问题支持上，Stripe有专门的技术支持团队，并维护活跃的Stack Overflow社区和GitHub仓库。这些举措营造了一个友好的开发者生态，使Stripe俨然成为金融领域的“平台型”公司，第三方在其之上开发出更多创新用例。例如，有开发者基于Stripe实现订阅管理的SaaS，有的构建捐款平台等等。不夸张地说，Stripe拥趸众多的开发者群体也是其全球扩张的“秘密武器”之一——当那些硅谷程序员创业时，往往自然而然就将Stripe引入新业务。

3.4. 稳定性与扩展性

稳定性与扩展性提供支付业务要求的高可用和低延迟。Stripe通过弹性扩展和优化确保了99.9%级别的可用性，并将支付流程时延控制在秒级以内。其系统每天处理着海量交易和API请求，官方披露2023年Stripe处理了约10亿笔支付交易。面对这种规模，Stripe依靠自研的分布式数据库Clusterbuster、严格的代码审核和自动化测试、以及灰度发布策略来保证系统的稳定扩展。此外，Stripe在全球多地部署CDN和边缘计算，加快交易路由速度；在欧洲等地建立数据中心满足数据主权要求。Stripe还投入了大量资源完善监控和风控系统，实时检测异常交易和系统瓶颈，做到迅速响应。

对于一家“金融云”公司来说，这些底层能力构成了外界信任其服务的基石。Stripe以技术见长，在支付这一传统金融领域打造出了与众不同的高可用、高扩展、高合规的架构。

4. 合作生态：连接商业和金融的桥梁

Stripe的成功不仅在于自身产品强大，还在于构建了一个广泛的合作伙伴生态，通过与各类平台和机构的协作将其支付能力嵌入到全球商业活动中。

4.1. 内嵌到各大电商、SaaS平台

众多知名的电商平台和SaaS服务将Stripe作为默认支付底层。

例如，Shopify与Stripe有深度合作关系，Shopify的内置支付功能（Shopify Payments）在多国就是由Stripe幕后提供支持。这让成千上万的独立网店无需单独对接支付网关。再如，订阅内容平台Substack、众筹平台Kickstarter、外卖平台Deliveroo等，都采用Stripe处理其用户的付款或结算。近年来，Stripe赢得了不少大型互联网企业的青睐：亚马逊在2022年与Stripe签署协议，将部分核心业务的支付交由Stripe处理；微软、谷歌等也在特定产品中使用Stripe提供的订阅收费和内购支付支持。可以说，Stripe通过B端合作，悄然成为许多知名应用背后的“支付引擎”。

4.2. 与金融机构的深度合作

Stripe并非要颠覆银行体系，而是主动与银行和金融机构合作互补。最典型的是其Stripe Treasury和Issuing产品，分别携手传统银行和卡组织/发卡银行共同提供服务。

例如，Stripe Treasury在美国与高盛银行、硅谷银行合作，在欧洲与法兰西兴业银行等合作，由这些持牌银行来存管资金并执行监管报告，而Stripe负责技术平台和客户接口。又如Stripe Issuing在卡片发行业务上与Visa和万事达等卡组织直接合作，使得Stripe发行的卡片可以在全球刷卡网络使用。这种合作使Stripe绕过冗长的金融牌照申请，借助伙伴的牌照和网络快速推出新服务。

此外，Stripe还建立了“金融伙伴网络”，汇集各国的本地收单行、支付方式提供方等。例如在中国香港，Stripe与本地银行合作支持FPS即时支付；在马来西亚对接了PayNet网络以支持国内银行借记卡交易等等。

通过这些金融合作，Stripe能更深入各国本地支付生态，为商户提供“本地化的全球服务”。

4.3. 集成接入本地支付方式

Stripe积极将本地钱包和本地支付方案纳入其体系，方便全球商户“一点接入，多地适用”。

例如，Stripe较早支持支付宝和微信支付，使海外商户也能接受中国游客使用熟悉的钱包付款。这对于服务中国消费者的跨境商家来说极具吸引力。Stripe还支持银联卡在线支付，覆盖中国大陆用户。在东南亚，Stripe通过Alipay+项目间接接入了GCash（菲律宾）、Dana（印尼）、Touch 'n Go（马来）等区域钱包；直接支持了GrabPay等东南亚超级App支付。在印度则兼容了本地钱包如Paytm。在欧洲，Stripe整合了Klarna等流行的先享后付平台和SOFORT、giropay等

本地网上银行支付。在拉美地区，Stripe支持OXXO等现金付款码、Pix即时转账等。甚至在美国本土，Stripe也顺应趋势支持了新兴的Cash App Pay等移动钱包支付。通过与各地钱包和支付方案提供商合作，Stripe打造了一个全球支付方法百宝箱，商户可以自由选择启用哪些方法。

据统计，Stripe目前可供商户选择启用的支付方式超过100种，覆盖全球主要市场。这使其在面对PayPal、Adyen等对手时，具备了不亚于甚至超越对方的支付多样性优势。

4.4. 与时俱进布局“先买后付”（BNPL）与分期

近年来兴起的BNPL消费模式，Stripe也通过合作全面布局。Stripe与Affirm、Afterpay/Clearpay、Klarna、Zip等领先BNPL提供商直接集成，使商户可以在结账时为消费者提供分期付款选项。例如，欧美消费者熟悉的Klarna月付、Affirm分期，都能通过Stripe一键接入。这种与新兴金融科技的协作，使Stripe平台上的商家紧跟消费趋势，提高转化率和客单价。同时，Stripe通过Radar风控和与BNPL提供方的数据共享，确保此类分期付款的风险可控。相比自己开发分期方案，Stripe选择与专业BNPL公司合作共赢，大大缩短了上线时间并减少潜在信用风险。

4.5. 一站式金融财务系统合作与集成

Stripe建立了广泛的技术合作伙伴生态。许多ERP、财务软件（如NetSuite、Xero）、CRM系统以及各类SaaS都提供内置的Stripe集成，方便用户在这些软件中直接调用Stripe收款。例如，在电商系统WooCommerce、Magento里安装Stripe插件即可接受支付；在收费系统Zuora里选择Stripe网关即可处理账单。这些第三方集成扩展了Stripe的触角，让不会编程的中小商户也能借助熟悉的软件使用Stripe服务。此外，Stripe还推出了Stripe Apps平台，允许开发者为Stripe开发应用插件，进一步丰富商户的使用场景。通过和各种上下游伙伴的协同，Stripe正从一个支付工具变成一个融入商业运营方方面面的基础设施。

总的来说，Stripe的合作生态战略是“让专业的人做专业的事”。它充当一个平台，连接商户、平台型公司、金融机构、本地支付方案、开发者等多方，共同构筑起覆盖全球的支付与金融服务网络。这样的生态模式也提升了Stripe服务的黏性和渗透率，使其难以替代。

5. 政策与合规：本地监管的挑战与应对

在金融服务领域，合规与监管始终是企业全球化路上的关键挑战。Stripe在扩张中高度重视各国政策要求，通过技术和运营措施确保符合当地法律法规，包括支付牌照、KYC（了解你的客户）、AML（反洗钱）、数据安全等多个方面。

5.1. 多种支付牌照确保合规经营

要在一个国家提供支付服务，通常需要获得当地央行或监管机构颁发的支付牌照或成为受监管的支付机构。

根据最新的消息，Stripe于2025年4月通过子公司 Stripe Bank（原 WebBank）获得佐治亚州商户收单机构有限目的银行（MALPB）牌照，虽然只能用于商户收单而不包括存款或相关银行业务，但也势必加强Stripe的综合收单实力。

Stripe在进入欧洲时，通过在爱尔兰注册子公司（Stripe Technology Europe）获得了欧洲电子支付机构牌照，受爱尔兰央行监管，从而可在整个欧盟开展业务。同时Stripe也在新加坡、澳大利亚、加拿大等取得类似资质。在印度，正如前文提到的，Stripe于2022年获得RBI的支付聚合器许可，并在2024年获最终批准。这些牌照使Stripe能合法合规地进行资金结算、预付价值管理等业务。

此外，Stripe选择与持牌机构合作也是合规策略之一（如在部分国家通过合作银行处理资金）。值得一提的是，在一些尚未发放外资牌照的市场，如中国大陆，Stripe目前并无本地收单牌照，但其允许中国商户通过Stripe Atlas等方式曲线接入，或者服务境外商户接受来自中国的支付。在监管许可暂不明朗地区保持观望或小规模试点，也是Stripe合规布局的一部分。

5.2. 必不可少的KYC和AML措施

作为支付服务商，Stripe必须遵守反洗钱和反恐怖融资法规，对其服务的商户及相关交易进行尽职调查。

Stripe建立了严格的商户开户审核流程，新用户需提供身份信息、营业证明等，经Stripe验证后才能开始收款。这相当于Stripe在替代 acquiring bank 履行商户尽职审查职责。此外，Stripe通过内部风控系统监控可疑交易行为，例如异常大额、频繁退款等，一旦触发则可能要求提供额外证明甚至中止服务。Stripe还推出了Stripe Identity产品，供商户对其用户进行身份验证，这不仅新业务产品也用于自身风控。对于用户支付时，Stripe遵守各国KYC规则，如欧洲的强客户验证（SCA）要求，在信用卡支付时整合3D Secure协议以满足PSD2法规。又如在印度，遵循当地KYC规范，在为印度商户结算前核实PAN卡等税务身份信息。

可以说，尽管Stripe作为科技公司，但在合规上投入不亚于传统金融机构，甚至利用技术手段提高了合规效率和覆盖面。

5.3. 严格的支付数据安全与隐私保护

Stripe持有全球海量的支付敏感数据，确保这些数据安全及符合隐私法规是头等大事。

技术上Stripe通过PCI DSS Level 1认证，这意味着其系统达到业界最高的卡数据安全标准。商户使用Stripe可以避免自行处理卡号，从而大大减轻PCI合规负担。Stripe还遵守GDPR等数据隐私法，在用户数据收集、存储、使用上有明确的政策，并提供数据删除和迁移机制。特别是在欧洲，Stripe建立了欧洲数据中心，默认将欧盟用户的数据存储在本地，以符合法规要求（包括Schrems II 后的跨境数据传输限制）。在印度，Stripe遵循RBI的数据本地化指导，将印度持卡人信息存储于印度本地服务器。这些举措表明Stripe愿意为合规进行本地基础设施投入。

另一方面，Stripe也积极参与行业标准制定和政府沟通，例如参与W3C支付安全标准讨论，向各国监管提供意见等，以确保自身业务模式被理解和认可。

5.4. 必要的当地政策适应性开发

Stripe通过技术手段帮助商户满足各国特定政策要求。

例如，当印度出台新规要求线上订阅需经持卡人OTP验证（E-mandate），导致大批跨国公司的订阅在印受阻时，Stripe迅速更新了Billing产品，支持在印度触发OTP二次验证和基于代扣许可(e-mandate)的流程。再如在拉美一些国家要求电子发票报税，Stripe的Invoicing服务也相应增加了税务字段以配合。Stripe Tax产品则紧跟各国税法变化，自动更新税率和计算规则。这种合规适配能力凸显了Stripe作为技术公司的灵活性，帮助商户省去了自行跟踪法规变化的麻烦。

从某种角度看，Stripe扩张的不仅是业务版图，更是一套跨越法律边界的合规方案体系，给客户吃下“定心丸”。

总的来说，Stripe能够在全全球范围运营，靠的是“技术+合规”双轮驱动：用技术降低合规负担、用合规保障技术拓展空间。在不断变化的政策环境中，Stripe将合规视为前提而非事后障碍，这也是其赢得各国监管信任、建立长期业务的关键。

6. 数字货币与加密支付布局：顺应Web3潮流

面对加密数字货币和区块链技术的浪潮，Stripe的态度经历了从谨慎观望到积极拥抱的变化。

早在2014年，Stripe曾领先支持比特币支付，但由于彼时比特币交易缓慢、波动剧烈，Stripe于2018年关闭了该功能。此后几年，随着稳定币和Web3应用崛起，Stripe重新布局加密支付领域，力求在新兴的数字经济中扮演角色。

6.1. 重新入场试水稳定币

2022年4月，Stripe宣布结束“四年观望”重返加密市场，率先在其Connect平台中推出加密货币代付功能。

首个应用案例是与Twitter合作，允许推特上的内容创作者选择以稳定币USDC形式提取收入。Stripe通过Polygon区块链进行这些USDC的快速低成本支付，并负责相关的钱包KYC流程。这一举措标志Stripe开始将稳定币作为跨境支付和结算的工具。随后，Stripe发布了一套面向开发者的加密服务API，支持法币购买加密资产、NFT交易以及身份认证等功能，覆盖180多个国家。

可以看出，Stripe选择以稳定币为切入点重新进入加密支付领域，因为与波动巨大的加密货币相比，稳定币结合了数字货币的便捷和法币的稳定。

6.2. 稳定币支付和结算

2024年是Stripe加码数字货币的重要年份。

10月，Stripe正式面向商户推出“使用加密货币支付”（Pay with Crypto）功能，首次支持消费者在结账时使用稳定币付款。具体而言，Stripe支持接受USDC稳定币，覆盖以太坊、Solana、Polygon三大主流区块链网络。全球150多个国家的客户可以通过上述链上的钱包向商户支付USDC，Stripe再收单结算给商户。

Stripe对此设定了1.5%的手续费，并限定单笔上限1万美元，以管控风险。这是Stripe自2018年停止比特币支持后首次重新开放加密支付，而且选择了和法币1:1锚定的稳定币品种，实现价值的无缝对接。Stripe联合创始人John Collison亲自演示了该功能，可见公司高层的重视。他也提到，当年放弃比特币是因其结算慢，如今像Polygon、Solana这样的链已经能做到低成本、秒速级结算，这为重拾加密支付铺平了道路。

Stripe通过收取1%的转换费，将稳定币支付直接兑换为商户所需法币，使商户无需承受加密波动风险。此举不仅方便了偏好使用加密资产的消费者，也为跨境支付提供了新路径——特别是在一些新兴市场，稳定币可能成为绕过昂贵汇兑费用的替代方案。

可以预见Stripe未来还会支持更多品种的稳定币，以及扩展更多应用场景。

6.3. 拓展Web3其它服务

除了支付本身，Stripe还在构建面向Web3企业的服务套件。

例如推出了法币-加密货币的便捷购入(on-ramp)功能，开发者可以在自己App中嵌入Stripe提供的组件，让用户用信用卡购买加密货币，然后直接进入他们的钱包。这解决了很多Web3应用的用户“入场”难题。

Stripe还将Identity身份验证与区块链结合，帮助交易所和NFT平台完成用户实名制。2023年Stripe进一步开发了稳定币B2B支付方案，允许企业之间通过稳定币进行大额结算和供应链资金往来，并支持自动对账和发票。

此外，Stripe在2024年10月动用11亿美元收购了一家名为Bridge的稳定币支付科技公司，以加强其在稳定币技术和跨链支付方面的能力。这些动作显示Stripe决心在即将到来的Web3和数字货币时代占据一席之地。

相较竞争对手，Stripe的优势在于庞大的商户基础和现有支付网络，只要将加密支付无缝融入，就能快速实现规模效应。

6.4. 与第三行业伙伴的开放合作

Stripe在加密领域也采取开放合作的态度。例如与Circle（USDC发行方）和Coinbase等建立合作，共同推动USDC的推广应用。2023年，Stripe加入了Visa牵头的“稳定币跨境支付”试点，探索信用卡网络与稳定币网络的融合。

值得一提的是，传统支付巨头如PayPal也在积极拥抱加密，甚至发行自有稳定币（PayPal推出了PYUSD稳定币，并支持用户持有主流加密货币）。Stripe选择与之不同的路线：不发行自有代币，而是提供基础设施让客户自选稳定币支付方式。这种策略避免了监管风险，聚焦于技术中立的平台角色。

可以预见，随着各国监管逐渐明确，Stripe可能进一步支持CBDC（央行数字货币）和主流公链资产，把自己打造成为贯通法币世界和加密世界的桥梁。

总体而言，Stripe对数字货币和Web3的探索体现了前瞻性和稳健性的结合。它嗅到了未来金融形态的变化，但每一步都谨慎评估市场成熟度和监管环境。例如先用稳定币切入而非波动币、先

小范围试点再大规模推开。在确保不损害现有合规体系的前提下，Stripe正逐步构建自己的加密支付版图。这不仅拓宽了其服务边界，也使其全球扩张战略更具未来视野——当更多经济活动转向链上时，Stripe已经做好准备提供基础设施服务。

7. 行业对比分析：全球支付版图中的Stripe

Stripe所处的全球支付赛道竞争者林立，各家背景和战略各有侧重。下面将Stripe与几家主要的国际支付公司进行比较，分析其战略定位与差异。

7.1. Stripe vs. PayPal

PayPal是互联网支付的先行者，拥有庞大的C端用户基础和品牌知名度。其战略偏重消费者端，通过PayPal电子钱包和Venmo等产品占据个人支付和跨境汇款市场。PayPal也为商家提供支付网关服务（包括旗下Braintree平台），但小商户和个人卖家占比较高。

相比之下，Stripe几乎不直接触达消费者，而是专注于B端企业服务，提供更灵活可定制的API。这使得两者形成一定互补：一家小网店既可以提供PayPal付款选项满足已有钱包用户，也可以通过Stripe接入卡支付和更多本地方式。

近年来，PayPal在技术开放性上有所提升，但整体来说Stripe的开发者体验和现代架构仍更受新兴科技企业青睐。

在产品广度上，PayPal从纯支付拓展到电商服务（如分期付款、商户营销工具等），Stripe则扩展到金融服务（发卡、贷款等）。

值得关注的是，PayPal近年也积极拥抱加密货币，允许用户在钱包中买卖比特币并推出了自己的美元稳定币。Stripe的稳定币策略则更平台化。

两者在全球市场覆盖方面都相当广泛：PayPal业务覆盖200多个国家，支持100多种货币，是跨境收款首选之一；Stripe目前商户覆盖46国，但其支付接受范围达195国。

总体而言，PayPal的优势在于品牌和用户网络，Stripe胜在技术和产品拓展深度。许多商户会选择同时集成二者，以照顾不同客群和场景。

7.2. Stripe vs. Adyen

来自欧洲的Adyen被誉为“Stripe在大企业市场的镜像”。

Adyen专注服务大型企业和连锁商户，其战略核心是提供统一的全球支付解决方案和直接的本地收单能力。Adyen凭借在各国获取的收单牌照和与发卡行直连，实现更高的信用卡授权/支付成功率和更低的费率，深受如Uber、Netflix、H&M等跨国巨头欢迎。2024年Adyen处理的交易量达1.29万亿欧元，与Stripe规模相当。

不同的是，Adyen采取一体化自营模式，不依赖合作伙伴做支付处理，而Stripe更倾向于平台模式与多方合作。Adyen最初主要聚焦线下POS和线上卡支付，在产品多样性方面起步略慢，但如今也支持了数字钱包和BNPL，并提供商户融资等服务。Stripe在服务对象上从长尾中小企业起家，近年也不断上探大企业市场，宣布全球前100大企业中有半数使用Stripe。相应地，Adyen也开始下沉服务中型客户并推出自助接入平台。可以说，两者正在彼此领域渗透。

技术上，两家公司都以稳健著称，但Stripe的开发者生态更繁荣，而Adyen在金融专业性上更见长（例如持有欧洲银行牌照甚至可自己发行卡片）。

定价上，Adyen多采取Interchange++模式针对大客户定制费率，Stripe则以简单的统一费率起步。

综合来看，Stripe和Adyen代表了硅谷模式和欧洲模式的差异：前者灵活创新、产品线丰富，后者稳健专精、直接掌控支付链条。在全球竞争中，两家公司体量势均力敌，已成为国际支付市场“双雄”之一。

7.3. Stripe vs. 蚂蚁国际（Ant International）

蚂蚁集团通过Alipay+和Antom品牌将其支付影响力从中国扩展到海外。

与Stripe主要服务商户不同，蚂蚁国际更注重连接各地消费者，其核心是构建一个全球数字钱包联盟。Alipay+聚合了超过35个国家的本地电子钱包，消费者可以用本国钱包扫码支付海外商户。例如，泰国游客在日本扫码，用的是TrueMoney钱包，但商户收到的是日元结算，由Alipay+完成币种转换和清算。这种模式本质上是B2B2C的跨境钱包互联。Stripe则是B2B2B模式，把支付能力赋予商户和平台，再由后者服务消费者。

在商户侧，蚂蚁的Antom提供全球收单服务，直接与商户或收单行合作，定位类似Adyen/Stripe的角色，虽然也开始拓展到其它国家比较中东，但目前重点服务阿里生态商户和中国跨境卖家。蚂蚁国际还收购了英国的WorldFirst从事跨境汇款等业务。

相比之下，Stripe没有面向消费者的钱包，也没有自建全球汇款网络，它更倾向于使用稳定币或通过银行网络完成跨境资金流。

两者战略可以概括为：蚂蚁以消费场景为中心，输出中国移动支付模式；Stripe以技术平台为中心，服务全球创业公司。随着Alipay+在东南亚影响力提升，Stripe也需要加强对本地钱包的支

持和合作来保持对中国出境消费市场的吸引力。

从监管上看，蚂蚁国际也面对各国牌照和合规问题，其体量和敏感性甚至更高（如在美国受制于地缘政治因素），Stripe相对独立性更强。

未来两者可能更多在跨境电商支付领域直接碰撞：比如欧洲商户想吸引东南亚顾客，是接入Stripe好还是Alipay+好？这将取决于双方覆盖支付方式的广度和费用等综合因素。

7.4. Stripe vs. Checkout.com

Checkout.com是一家成立于2012年的新锐支付公司，近年成长迅速，在中东、欧洲和亚太赢得大量互联网客户。它与Stripe类似，以现代API和灵活定制为卖点，服务对象涵盖众多新兴数字业务（如加密交易所、在线游戏等）。

Checkout.com的战略更偏重于新兴市场和特定行业：例如在中东和北非，它率先取得当地牌照服务本土企业；又如在加密领域，Binance等交易所一度使用其作为主要法币出入金渠道。Stripe在这些方面相对是后来者，但凭借产品优势正在追赶。

Checkout.com号称支持150多种货币与多种支付方式，范围与Stripe相仿。

两者最大的区别在于规模和生态：Stripe估值和交易量远超Checkout.com，并已盈利，而Checkout尚在扩张阶段。Checkout采取私有部署和定制化服务更多，以迎合大型客户的特殊需求，而Stripe坚持统一云平台模式为主。有分析认为，Checkout试图成为“下一个Adyen”，主打高端市场和深度服务。而Stripe正在由长尾走向全量市场，在品牌和客户信任度上更胜一筹。

值得注意的是，Checkout.com过去也曾面临一些客户流失和费率争议，Stripe则相对口碑稳健。

未来，两者可能在亚太、中东这些Stripe相对渗透率不高的地区展开激烈竞争。对于商户来说，Stripe和Checkout提供的功能大同小异，但Stripe更全面的产品线（如Issuing、Treasury等）可能成为加分项，吸引那些有多元金融需求的客户。

7.5. Stripe vs. 其他玩家

全球支付市场还有许多角色，如传统收单巨头FIS/Worldpay、Fiserv/First Data等，它们在规模和银行关系上有优势，但技术灵活性不如Stripe等新贵。

另有一些区域性强势企业，如拉美的EBANX、非洲的Flutterwave等深耕本地，也形成各自护城河。Stripe通过合作和投资，部分填补了自身在这些区域的空白（如前述收购Paystack布局非

洲)。

总体来看，Stripe所代表的新兴支付平台在技术和产品创新上引领行业，而传统玩家则在客户资源和牌照方面具备优势，双方也在相互渗透融合（如FIS推出类似Stripe的API平台，Stripe也争取大企业客户）。可以预见未来行业格局将更加混融，可能出现大型收购整合。

但就目前而言，Stripe、Adyen、PayPal三者可以视作全球线上支付市场的“三足鼎立”：PayPal偏重C端生态，Stripe和Adyen争夺B端王座——一个从科技中小企业起家快速增长，一个扎根大企业稳健盈利。竞争之下，各家也在不断丰富服务深度以避免单一业务，同台竞技同时开拓新领域，比如共同关注金融科技赋能和数字货币等赛道。

8. 结语：Stripe的未来展望

从硅谷创业公司到全球支付巨头，Stripe在短短十几年里取得了惊人的成长。

其全球扩张战略体现出**技术驱动**的进取与**合规稳健**的平衡：一方面勇于开拓新市场、新产品，如今每年处理过万亿美元交易、服务数百万商户；另一方面又步步为营，尊重本地规则，与金融体系共生。展望未来，Stripe面临的挑战和机遇并存：

在新兴市场，如何进一步下沉服务尚未覆盖的国家，并与本地竞争者抗衡，是Stripe持续增长的关键。印度、印尼、非洲等人口大国将是下一阶段的兵家必争之地。

在产品创新上，Stripe需要继续保持开发者友好的优势，同时深耕AI风控、数据分析等领域，为商户提升支付转化和运营效率。据披露，Stripe近年来在人工智能方面的投入远超同行。这些投入已经帮助提升了商户收入（如Hertz接入Stripe后授权率提高4%），未来AI和支付的结合会更加紧密。

在数字货币和Web3方向，Stripe已经抢占了先机，但竞争者也不会缺席。如何应对潜在的监管收紧、选择支持哪些链和资产，都需要战略眼光。同时这也可能成为Stripe新的增长曲线——有报告称，仅稳定币跨境支付一项，未来几年就有数万亿美元规模的潜力。

在竞争格局上，Stripe需警惕老牌巨头的反扑和新锐公司的蚕食。不排除Stripe通过并购来巩固地位，比如收购区域支付企业或相关技术公司。资本市场也密切关注Stripe的动向，随着其IPO传闻迭起，未来上市后如何持续高增长将受到更多考验。

无论如何，Stripe已经在全球范围内重新定义了支付和金融服务的标准。从开发者友好的API，到一站式的金融基础设施，再到主动拥抱未来的数字金融，它所代表的是互联网时代对传统金融壁垒的逐一击破。

对于“让商业在全球畅行无阻”这一使命，Stripe用自己的生态系统给出了有力注解。可以预见，在数字经济浪潮下，Stripe将继续扮演重要角色，推动全球支付朝着更加普惠、高效、无缝的方向演进，为企业和消费者带来更多红利与可能性。

(完)

参考来源：

1. 维基百科：Stripe公司
2. 官网：stripe.com
3. Stripe 的支付处理总额已达到 1.4 万亿美元，这得益于对 AI 的长期投资
4. Stripe 宣布要约收购，为现职及离职员工提供流动性
5. Stripe Payment Methods: Supported Cards, Countries & Currencies (2025 Complete Guide)
6. Stripe adds support for stablecoin payments
7. 美国支付巨头Stripe推出通过稳定币进行B2B支付的功能
8. Stripe在美国推出“Pay with Crypto”功能，支持的稳定币包括USDC和USDP
9. Stripe launches crypto support in Connect, starting with payouts for creators on Twitter
10. Stripe launches in the United Arab Emirates

这是《支付通识》专栏系列文章中的第（33）篇。

深耕境内/跨境支付架构设计十余年，欢迎关注并星标公众号“隐墨星辰”，和我一起深入解码支付系统的方方面面。

十余年架构设计经验汇集成好评如潮的专栏：“[图解支付系统设计与实现](#)”，经典之作：“[60张手绘高清大图理清支付系统最核心的概念](#)”。

专栏系列文章PDF合集不定时更新，欢迎关注我的公众号“隐墨星辰”，留言“PDF”获取。

隐墨星辰 公众号

10年顶尖境内/跨境支付公司架构经验



著有《图解支付系统设计与实现》
和我一起解码支付系统方方面面

有个支付讨论群，添加个人微信（yinmon_sc）备注666进入。

隐墨星辰 个人微信

10年顶尖境内/跨境支付公司架构经验



著有《图解支付系统设计与实现》

备注666进支付讨论群