

26. 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？

1. 三大核心产品
2. 不同地区各有侧重的全球化布局
3. 多重竞争态势分析
4. 多种战略助力快速扩大全球版图
5. 中国支付巨头的科技外溢效果
6. 对全球市场格局的深远影响
7. 几个关键趋势
8. 几个典型应用场景
9. 一些关键数据
10. 结束语

大家好，我是隐墨星辰，专注境内/跨境支付架构设计十余年。

前段时间写了“[21家中国知名跨境支付公司简介（点击打开）](#)”和“[观察9家中国头部跨境支付公司2024年度盘点（点击打开）](#)”，都是点到为止。今天深入分析蚂蚁国际（Ant International）全球化战略，探讨其如何通过Alipay+、Antom、WorldFirst等业务重塑跨境支付市场格局。

主要包括以下内容：

- **蚂蚁国际整体业务概览：**包括Alipay+、Antom、WorldFirst等。
- **全球化战略布局：**蚂蚁国际的核心发展方向、竞争优势以及如何应对行业挑战。
- **技术创新：**解析蚂蚁国际在支付技术、风控、合规等方面的创新。
- **市场影响力：**蚂蚁国际如何影响欧美、东南亚、中东等市场的跨境支付格局。
- **关键趋势：**蚂蚁国际及整个跨境支付领域将呈现出的几个关键趋势。
- **案例研究：**重点分析中国企业出海如何与蚂蚁国际结合。
- **关键数据：**用数据展示蚂蚁国际的经营及业务布局成果。

[文末有获取好评如潮的“图解支付系统设计与实现”PDF合集的方法。](#)



1. 三大核心产品

蚂蚁国际以新加坡为基地，面向全球提供多元化数字支付和金融科技服务。旗下“三大支柱”业务包括Alipay+（跨境移动支付和数字化方案）、Antom（跨境收单服务）、WorldFirst（跨境收款和金融服务平台），也是重塑跨境支付格局的核心引擎。

除了上述三大核心产品，蚂蚁国际旗下还有新加坡的数字银行，支付宝香港&澳门钱包、小贷平台Bettr（也是最近推出，当前在香港和泰国试点）、留学汇款等业务。我们今天只重点介绍三大核心产品。

首先是Alipay+，这是蚂蚁国际的跨境移动支付与数字化方案集合，旨在连接全球各地的本地电子钱包和支付应用，与商户和消费者形成网络，是蚂蚁国际投入重金打造的拳头产品之一。

通过Alipay+，不同国家的消费者可以在海外使用熟悉的本地支付应用“付款如本地人”，而商户则能一次性接入多种支付方式。目前Alipay+已与全球35家领先的移动支付合作伙伴（包括电子钱包、银行App及先买后付应用等）建立合作，覆盖66个国家和地区的9000多万商户，连接了16亿用户账户。这种广泛的网络使Alipay+成为全球规模领先的跨境数字支付平台之一。

在主要市场上，Alipay+深耕东南亚等亚洲地区，与当地钱包（如菲律宾GCash、韩国Kakao Pay、马来西亚Touch 'n Go等）以及国家标准二维码系统（如新加坡SGQR、马来西亚PayNet、韩国ZeroPay等）联动，实现本地钱包跨境使用。此外，Alipay+也在欧洲、中东等地拓展商户网络，方便亚洲游客和消费者使用。例如日本全国已有200万商户接入Alipay+。

截至2024年，Alipay+支持的全球支付伙伴的跨境交易笔数同比增长了3倍以上，显示出强劲的发展势头。

再是Antom，蚂蚁国际面向全球商户的一站式收单支付和数字化服务平台，是蚂蚁国际当前重点推广的产品。它为各类型商户提供“支付即服务”，支持多种支付方式（银行卡、线上银行、数

字钱包等）。

Antom可以理解为一个全球版的“收单”平台：商户通过接入Antom，便可支持超过250种亚洲及全球支付方式。其业务模式类似于Stripe、Adyen等国际收单支付服务商，为企业提供API接入、高授权率支付处理和定制化解决方案。

蚂蚁国际推出Antom的时机其实是有点晚的。当国内支付宝在收单支付领域高歌猛进之时，蚂蚁国际选择了Alipay+去连接各国钱包，以及投资和科技赋能东南亚各国本地钱包，在收单领域只为阿里系的Aliexpress和lazada等电商提供跨境收单支付服务，就此错过中国出海企业的跨境收单领域的红利。而几乎在同一时间，Stripe等公司快速崛起。

不过Antom做为跨境收单的后起之秀，背靠蚂蚁集团，其实力和潜力仍然不容小觑。在2024年，Antom的直连收单交易总额（TPV）同比接近翻一番（2024年1-11月较2023年同期）；其中银行卡处理交易量同比增长超过10倍。这一增长体现了Antom快速提升的全球收单支付处理能力和商户覆盖。此外，Antom不断推出创新功能，如“Antom Copilot”智能工具，将商户集成新支付渠道的时间从过去的5-10天缩短到几分钟；“Antom EasySafePay”优化了数字钱包支付流程，免除支付跳转，并提供账户接管防护，大幅提高支付成功率。这些举措增强了Antom对全球商户的吸引力，在东南亚、中东等新兴数字市场获得进展。例如蚂蚁国际已在沙特利雅得设立办事处，引入Antom服务当地商户和收单机构，为其提供多支付方式支持和AI驱动支付风控、安全方案。

最后是WorldFirst（万里汇），这是蚂蚁国际在跨境B2B和小微企业金融服务领域的旗舰平台。

WorldFirst成立于2004年，2019年被蚂蚁集团以约7亿美元收购。收购后，WorldFirst成为蚂蚁国际开拓全球跨境电商支付市场的重要一步。WorldFirst提供“World Account”多币种账户服务，帮助全球中小企业和卖家在一个账户中管理多达42种货币，连接200多个国家市场。卖家可以便捷地收款、换汇、付款，甚至获得供应链融资和风险管理等增值服务。通过WorldFirst的平台，小企业可以“几分钟内”在线开立账户并开始全球交易，若交易双方都在平台上甚至可以实现即时收款。

截至2024年，WorldFirst累计服务了超过100万家中小企业，累计交易额超过3000亿美元。仅2024年一年的TPV就达到1000亿美元，是2020年的4倍，展现出惊人的增长动能（约80%的四年复合增长率）。WorldFirst的业务重心从最初的欧洲拓展到亚洲、中东等地区，特别是近年来深耕东南亚市场。2023年底，WorldFirst宣布将在东南亚新增越南、泰国、菲律宾、马来西亚四国市场，扩张其在该地区的服务版图。在新加坡，使用WorldFirst的本地电商中小客户月交易额在2023年初至10月增长了70%，反映出其服务对客户业务增长的推动作用。

2. 不同地区各有侧重的全球化布局

在市场布局方面，蚂蚁国际的业务覆盖欧美、亚太到中东的诸多市场，但重点有所侧重。

在东南亚，凭借地缘和数字化优势，蚂蚁国际的存在感最强——Alipay+连接了众多本地钱包，WorldFirst和Antom也为跨境电商和商户提供服务。东亚及东北亚地区（如日本、韩国）蚂蚁国际通过Alipay+协助商户接受中国及东南亚游客支付，并参与当地标准二维码支付体系合作。在中东，蚂蚁国际正加速布局，例如在迪拜和利雅得设立团队，引入支付平台Antom，帮助当地实现支付数字化转型。沙特等国快速增长的电商与数字经济，使其成为蚂蚁国际新的战略高地。

欧洲和北美市场方面，蚂蚁国际主要通过服务出境游消费和跨境贸易来间接影响：例如，Alipay+已覆盖欧洲热门旅游目的地商户网络，方便亚洲游客使用；WorldFirst最早在英国起家，为欧洲客户提供跨境收付款服务，并持有当地合规牌照。而在美国，由于监管限制直接进入难度较大，蚂蚁国际更多是通过合作方式服务中国企业（如帮助美国访华游客在中国使用移动支付）。

整体来看，蚂蚁国际根据各地市场特点，采取差异化布局策略：在新兴市场直接扎根深耕，在发达市场则以输出技术和连接网络为主。

3. 多重竞争态势分析

在全球跨境支付领域，蚂蚁国际正面临来自传统支付巨头和新兴支付公司的多重竞争。

首先是传统卡组织（Visa/Mastercard）。Visa和Mastercard作为全球卡支付网络的双寡头，拥有数十亿持卡用户和上亿商户受理网点。它们每年处理着数百亿美元的跨境消费交易，并对商户收取不菲的手续费。卡组织的优势在于全球通用的网络和信誉，以及完善的风控和合规体系。然而，它们的跨境交易成本高、流程相对复杂，而且主要服务于持卡人群。在新兴市场及小额高频支付场景下，卡支付并不总是最佳选择。

蚂蚁国际通过推广移动支付和本地钱包，为游客和消费者提供手续费更低、体验更便捷的替代方案，某种程度上在跨境小微支付领域对卡组织形成了竞争。例如，中国游客在境外使用Alipay+扫码支付，无需支付高额货币转换费，相比刷卡更具吸引力。当然，蚂蚁国际与卡组织也有合作的一面：如Mastercard与支付宝建立伙伴关系，允许支付宝的10亿用户通过Mastercard网络向全球180个市场转账。这显示蚂蚁国际并非完全绕开传统网络，而是寻求在汇款等领域融合优势，实现双赢。

然后是PayPal等老牌支付公司。在西方世界，PayPal长期占据跨境在线支付的领先地位，拥有约4.3亿全球活跃用户。2024年PayPal平台的交易总额（TPV）预计达1.6万亿美元规模。许多跨境电商交易、自由职业者付款都依赖PayPal完成。相较而言，蚂蚁国际的WorldFirst主要服务企业卖家，其交易规模虽已上升迅猛但与PayPal体量仍有差距。不过，蚂蚁国际通过深耕东方及

新兴市场，形成了与PayPal差异化的用户基础：支付宝及合作钱包的用户集中在亚洲发展中国家和出境游客群，是PayPal未充分覆盖的领域。此外，PayPal主要以账户体系和Email付款见长，而蚂蚁国际则侧重移动端二维码和超级App生态，各自擅长场景不同。

可以说，在全球跨境支付格局中，蚂蚁国际正逐步从区域性走向全球性，与PayPal这样的巨头在部分市场短兵相接，同时也通过合作伙伴网络提供PayPal无法触达的本地化服务。

还有Stripe等新兴支付科技平台。Stripe、Adyen、Checkout.com等新兴支付科技公司近年来崛起，为全球互联网商户提供高集成度的支付解决方案。其中Stripe在2023年处理的支付总额已超过1万亿美元。这些平台以开发者友好、接入灵活著称，支持多种本地支付方式，并提供订阅管理、反欺诈等增值功能。蚂蚁国际的Antom业务在定位上与Stripe等类似，都是打造全球商户收单支付基础设施。不过，相比欧美公司，蚂蚁国际拥有更强的亚洲本地支付资源（如直接对接亚洲钱包、银行渠道）和庞大的中国电商生态背景（阿里巴巴系的商户资源）。这使Antom在争取亚洲出海企业、服务跨境新兴市场商户方面具备优势。同时，Stripe等也逐步支持支付宝、微信等支付方式，双方实际上在全球收单支付领域形成竞合关系。蚂蚁国际需要在技术、服务上达到国际一流水平，才能在激烈竞争中胜出。从目前看，Antom快速增长的交易规模和产品创新（例如实时风控AI、简化钱包支付流程等）表明其正成为Stripe等公司的有力竞争对手。

最后当然还有XTransfer, Airwallex, Pingpong等面向中国提供服务的新兴跨境支付收款公司。这些公司的核心业务都是为中国出海企业提供收款、外汇、融资等金融服务，和WorldFirst形成正面竞争。这些新兴公司的优势在于灵活的服务和较低的费率，而WorldFirst一方面有牌照优势，另一方面依靠阿里系的关联业务，有更多的场景化应用，无论交易量还是交易额都已经是中国跨境收款的头部服务商。

综上，蚂蚁国际通过Alipay+、Antom、WorldFirst三大业务模块，构建了涵盖C端消费者支付、B端商户收单、小微企业跨境金融的完整链条。这种多点布局让其能够在不同细分市场与各类竞争对手交锋：既与Visa/Mastercard争夺跨境消费支付份额，又与PayPal/Stripe, XTransfer/Airwallex/Pingpong等争夺电商和企业支付市场。

在下面的战略部分，我们将探讨蚂蚁国际如何运筹帷幄，在竞争中不断扩大全球版图。

4. 多种战略助力快速扩大全球版图

首先在全球化扩张策略中，蚂蚁国际采取了合作、投资并购和本地化运营相结合的全球化策略。

一方面，它通过合作迅速搭建跨境支付网络。例如，Alipay+选择与各国主流电子钱包合作，而非自建用户网络，从而以轻资产模式获得数亿海外用户。当前Alipay+合作的钱包伙伴既包括GCash（菲律宾）、Dana（印尼）、Touch 'n Go（马来西亚）等东南亚知名钱包，也有Paytm（印度）、bKash（孟加拉）等南亚市场玩家，甚至涵盖了韩日的银行App和欧洲的数字钱包等。这种合作让蚂蚁国际在短时间内连接起全球各地“烟囱林立”的本地支付系统，形成规模效应。

另一方面，蚂蚁国际也通过并购填补自身业务短板。最典型的是收购英国的WorldFirst，迅速获得跨境汇款牌照、银行网络及欧美客户基础。类似的，还有蚂蚁此前入股了泰国支付公司Ascend Money和收单平台2C2P，增强在东南亚的支付能力。此外，蚂蚁曾尝试收购美国汇款公司速汇金（MoneyGram）来拓展北美汇款市场，虽因监管阻碍未能成功，但体现了其以资本运作进入关键市场的野心。

最后，本地化运营是蚂蚁国际战略的重要环节。跨境金融受各国监管和文化影响极大，蚂蚁国际在重点区域都建立了当地团队和合资公司，了解当地法规并与政府、金融机构积极沟通。例如，在印尼成立合资公司推进Dana钱包，在韩国与本地机构合作推出跨境服务；又如在沙特设立办事处引入Antom，为当地商户提供符合伊斯兰金融和本地规范的支付方案。这种本地深耕使蚂蚁国际更易取得支付牌照和监管许可，也能更好地服务当地商户和消费者。

其次是应对监管挑战。金融行业的全球化注定伴随严监管，蚂蚁国际在扩张中历经各国不同的监管考验。

监管的首要问题是合规牌照问题——要在一国开展支付或金融业务，必须获得当地央行或金融监管部门许可。蚂蚁国际通过多种途径获取牌照：自主申请（如在新加坡申请电子支付许可证）、并购持牌机构（如WorldFirst持有英国电子货币牌照），或与持牌方合作（如通过合作银行处理结算）。

数据和安全监管也有很多挑战，很多国家对跨境数据传输、用户隐私有严格要求。蚂蚁国际为此实施了“本地存储+分布式风控”策略，在各区域建立数据中心，确保敏感数据留在当地，同时利用隐私计算技术在保障用户隐私的前提下进行风险分析。

还有反洗钱（AML）和反恐怖融资要求是跨境支付绕不过的门槛。蚂蚁国际在各营运市场都建立了严谨的KYC（了解你的客户）流程和AML系统，与当地监管机构保持紧密沟通。例如WorldFirst在英国、新加坡、中国香港等均接受当地金融管理当局监管，要定期报告可疑交易。在某些高风险地区，蚂蚁国际会主动收紧业务范围，以避免监管雷区。

面对中美地缘政治等宏观挑战，蚂蚁国际也采取了策略性收缩与调整：如前述放弃对美国MoneyGram的收购，并暂缓直接开拓美国个人用户市场，而是专注服务中国出境消费和贸易往来，从侧翼间接介入。此外，蚂蚁集团自2020年暂缓上市后进行了一系列整改，将国内金融业务

与国际业务拆分独立，这也使得蚂蚁国际得以更加专注海外发展、降低监管关联风险。可以说，审慎合规已成为蚂蚁国际“走出去”的基本前提。

再到生态系统构建，蚂蚁国际深知，跨境支付不仅是支付本身，更需要构建一个跨地域、跨行业的生态体系。

其战略之一是与电商平台协同，融入全球贸易链条。例如，阿里巴巴旗下的全球速卖通（AliExpress）、Lazada等电商平台就天然对接了蚂蚁的支付技术，为中国商家出海和海外消费者购物提供顺畅支付体验。而蚂蚁国际的技术方案也开放给其它第三方电商：许多独立站卖家通过WorldFirst收款，或在网站集成Alipay+等，从而吸引更多国际买家。

物流行业也是生态协同的一环。跨境电商涉及支付、订单、物流全过程，蚂蚁国际与菜鸟网络等物流伙伴合作，在支付成功后即时通知仓储发货，提升交易效率。同时，在一些国家，Antom平台和本地快递/零售商合作推出数字钱包支付的货到付款服务，解决了传统COD模式成本高、信任低的问题。

对金融机构，蚂蚁国际既有竞争也有合作关系：一方面，蚂蚁的跨境汇款和支付在某种程度上分流了银行传统国际汇款业务；但另一方面，不少银行成为蚂蚁国际的合作方。例如蚂蚁与多国银行合作推广支付宝二维码支付，银行作为收单机构从中受益；蚂蚁的区块链跨境结算系统也需要银行节点参与。通过开放平台策略，蚂蚁国际将自身技术能力输出给银行和第三方支付机构，让它们也能利用蚂蚁的网络处理跨境交易，这反过来扩大了蚂蚁生态的覆盖面。

总的来说，蚂蚁国际正努力打造一个包含**支付+金融+商业**的全球生态：支付是连接器，叠加上营销（如支付宝境外优惠券、数字营销工具）、信贷（WorldFirst提供的小额贷款）等服务，形成对商家和合作伙伴的强黏性。这种生态协同战略有助于蚂蚁国际在跨境支付市场站稳脚跟，因为一旦形成网络效应，竞争者就难以轻易撼动其地位。

5. 中国支付巨头的科技外溢效果

蚂蚁国际技术脱胎于支付宝，支付宝经过历年的双十一以及中国这个单一巨大市场的洗礼，无论基础设施，还是风控能力，都已经独步全球。比如OceanBase已经做为独立产品服务于多家银行。

蚂蚁国际在国内支付宝基础上，结合跨境场景，在技术上不断迭代创新，重点体现在数字支付技术、AI风控、安全合规和结算优化等领域。

在数字支付创新方面，依托蚂蚁集团深厚的科技基因，蚂蚁国际将许多前沿技术应用于跨境支付场景。例如，在支付方式上，蚂蚁国际不仅支持传统的扫码支付、APP支付，还探索生物识别支付（如刷脸支付）在出海场景的应用，让游客在海外也能体验到中国国内的便捷支付体验。又如，

针对全球商户面临的支付集成难题，Antom推出的“支付Copilot”AI助手，利用人工智能自动完成支付接口的对接调试，极大降低技术门槛。在数字营销方面，蚂蚁国际的支付技术与大数据、AI结合，为商户提供个性化营销工具——比如基于支付数据分析消费者偏好，自动发放优惠券。值得一提的是，蚂蚁国际还积极研发多语言、多币种的支付SDK，方便各国开发者将Alipay+等功能集成到自己的网站或App中。这些创新技术的应用，使跨境支付不仅“能用”，而且“好用”、“易用”，为蚂蚁国际赢得了众多商户和用户的青睐。

在AI风控与支付安全领域，跨境支付由于跨越不同司法辖区，欺诈和风险更为复杂。蚂蚁国际将人工智能深度应用于风控系统，以保障交易安全。一方面，借助蚂蚁在国内积累的大数据和机器学习模型，蚂蚁国际能够实时监测交易行为，识别可疑交易并即时阻断。例如，对于异常的支付请求、频繁变动的IP地址操作等，系统会触发二次验证或人工审核。Antom平台使用的AI支付风控引擎，可根据商户行业和区域自适应调整规则，最大限度防范欺诈同时减少误判。另一方面，在服务商户方面，蚂蚁国际开发了智能化的风控决策仪表盘，商户可以查看自身交易风险评分，并获得降低拒付率的建议。这些AI驱动的安全措施提高了跨境支付的可靠性。正因如此，Antom在迅速扩大银行卡交易量的同时，依然保持着行业领先的支付成功率。另外，蚂蚁国际十分注重账户安全，针对不同国家用户的习惯提供本地化的安全验证手段：如利用印度的Aadhaar身份系统进行KYC、人脸识别验证游客身份等，确保支付操作合法合规。综上，强大的AI风控保障使蚂蚁国际在跨境支付安全性上树立了良好声誉，这对于赢得用户和监管信任都至关重要。

蚂蚁国际也极为注重合规与本地化适配，技术上，蚂蚁国际为满足全球各地的监管要求做了大量适配开发。KYC（了解你的客户）系统方面，不同国家有不同的信息要求，蚂蚁国际构建了模块化的KYC流程引擎，根据用户所在国家自动提供相应的身份校验流程。例如，在欧盟遵循“强客户认证（SCA）”要求，在美国符合FinCEN的CDD规则，在中东遵守沙特SAMA规定的身份核验标准等等。这种弹性架构让蚂蚁国际的产品在各国上线时能够快速通过合规检查。同样在AML（反洗钱）方面，蚂蚁国际部署了全球监控名单扫描系统，每笔跨境交易都自动比对制裁名单、可疑名单，一旦命中则进入人工复核流程。为了兼顾效率与隐私，蚂蚁还运用了联邦学习等隐私计算手段，与合作银行共同建立风险模型，在不共享用户敏感信息的前提下提升洗钱交易识别率。此外，蚂蚁国际对本地法规变更反应迅速——如欧盟PSD2、印度的数据本地化法案出台后，团队及时升级技术架构，在当地部署服务器和调整API接口，确保符合法规。不仅如此，蚂蚁国际还通过技术手段实现本地化体验：根据语言自动切换界面、适配本地货币符号和日期格式、支持当地常用支付设备（如日本的收银机打印二维码）等。这些细节上的适配，大大降低了产品推广的阻力。可以说，技术上的合规与本地化工作，为蚂蚁国际扫清了跨境运营中的诸多障碍，使其解决方案能够真正落地到世界各地。

最后是跨境支付与结算优化的创新。传统跨境支付常常面临流程慢、成本高的问题。对此，蚂蚁国际积极利用区块链和智能算法来优化结算环节。蚂蚁旗下的区块链平台“蚂蚁链”已应用于跨境汇款和清算中，通过分布式账本实现多方实时记账，避免了繁琐的中转行流程。2024年，蚂蚁

国际超过三分之一的交易处理量通过区块链技术支持的渠道完成，实现了7x24小时的实时跨境清算。这意味着，无论是周末还是时差夜晚，蚂蚁国际的跨境转账都可以即时到账，远优于传统SWIFT转账动辄1-3个工作日的速度。同时，区块链的不可篡改性也增强了交易透明度，便于监管审计。在汇率优化方面，蚂蚁国际的技术团队开发了一套全球领先的时间序列AI外汇预测模型，可以对多币种的汇率走势和流动性需求进行高精度预测。据介绍，该模型对小时级别的本币需求预测准确率超过90%，帮助蚂蚁国际和商户提前调配资金、锁定汇率成本。例如，一个航空公司使用蚂蚁提供的FX解决方案后，能提前获知未来几小时内的票款本币结算需求，从而以更优汇率提前兑换，大幅降低汇兑损失和不确定性。再者，蚂蚁国际通过建立全球资金池和智能路由，尽量实现资金就近清算：比如欧洲地区的交易在欧洲内部清结算，亚洲地区的在亚洲内部净额结算，减少跨境长路径转移。这种优化有效节省了中间行费用。随着G20提出在2027年前将跨境支付成本降低到5%以下的目标，蚂蚁国际的这些技术创新正好契合了降低成本、提速增效的大方向。未来，随着央行数字货币（CBDC）的出现，蚂蚁国际也在积极布局相关技术，探索通过CBDC在跨境场景中的应用试点，进一步提升支付和结算的效率。

6. 对全球市场格局的深远影响

蚂蚁国际的全球支付网络对中国企业“走出去”发挥了重要支撑作用。

首先，对于跨境电商卖家和外贸出口企业而言，解决收款难题是出海的关键环节。过去，中国卖家在海外销售商品后往往需要通过PayPal、传统电汇等方式收款，不仅手续繁琐、费率高，到账时间也不稳定。WorldFirst的出现提供了一种高效替代方案：卖家可以在欧洲、东南亚等地的电商平台上使用WorldFirst收款账户，将资金即时汇回国内或留存多币种账户灵活支配。这极大提升了资金周转效率。许多中国跨境电商卖家使用WorldFirst后，业务规模快速增长。例如，新加坡的一些华人创业团队借助WorldFirst进入东南亚各国市场，实现了“小团队做全球生意”的突破。

其次，对于出海的中国互联网企业和应用，蚂蚁国际的支付解决方案也如虎添翼。很多中国App在海外运营需要支持当地用户支付订阅或购买服务，通过集成Antom/Alipay+，就能一次性支持多国钱包和银行卡付款，避免各国单独接入的重复开发。比如，一家中国SaaS软件公司进军中东市场时，通过Antom支持了当地的MADA借记卡和电子钱包支付，使当地客户付费率大大提升。

再者，在中国品牌出海零售方面，蚂蚁国际帮助这些品牌更好地服务海外的中国消费者。例如，中国品牌在海外开店时，会优先部署支付宝等支付方式，Alipay+的存在让其能够同时支持支付宝及东南亚游客常用的钱包，一次布局覆盖多国客源。像大型连锁零售品牌名创优品

（MINISO）等在东南亚和中东门店，都因接入支付宝/Alipay+而吸引了众多中国游客，销售业绩明显提升。有些出海企业甚至与蚂蚁国际合作开展跨境营销活动，例如在支付宝上向海外用户发放优惠券，引流回自身海外官网。

总的来说，蚂蚁国际通过支付通路的打通，为中国企业出海清除了资金壁垒，让他们能专注于产品和服务本身，从而在海外站稳脚跟。

蚂蚁国际的进入，也对各落地市场的本地金融生态产生了深远影响。

一方面，它激发了当地支付行业的合作与竞争。不少国家的本地电子钱包由于接入Alipay+，得以共享中国游客和其他国家用户的消费红利。这等于为本地钱包增加了用户使用场景和交易量。如泰国的TrueMoney钱包通过Alipay+网络接收了更多中国游客支付，交易量随旅游复苏猛增。数据显示，2024年春节周中国游客在泰国、新马三国通过支付宝消费总额较2019年增长7.5%，较2023年激增580%，背后也离不开当地钱包基础设施的支持。对于这些合作的钱包和支付公司，与蚂蚁国际的协同是共赢。

然而，另一方面，蚂蚁国际也给传统银行和国际卡组织带来一定冲击。例如，在中国游客常去的东南亚国家，许多商户原本主要依赖Visa/Mastercard接受外国人付款，但现在发现支持支付宝等能带来更多生意，从而更重视布局二维码支付。这倒逼传统支付玩家加快创新，以免失去市场。例如Visa和Mastercard也分别推出了扫码支付方案并在亚洲推广，同时下调部分跨境费用以保持竞争力。

另外，当地银行也开始与蚂蚁国际探讨合作，例如共同推出联名数字钱包，或在网上银行内整合Alipay+的支付入口等。

蚂蚁国际先进的技术和模式也对当地监管政策产生影响，一些国家的央行开始考虑制定统一QR标准、推动开放钱包互联互通，这与蚂蚁国际倡导的标准化QR思路一致。

总的来看，蚂蚁国际的到来在不少市场起到了“鲶鱼效应”，促使本地支付行业提升效率、加速数字化转型，同时通过合作将本地机构带入其全球网络，赋予它们参与跨境业务的新角色。

7. 几个关键趋势

展望未来，蚂蚁国际及整个跨境支付领域将呈现几个关键趋势。

首先，多元支付方式互联互通将更进一步。

预计会有更多类似Alipay+的平台出现，实现不同国家钱包之间直连支付，而消费者将几乎无需感觉跨境的存在就能完成交易。蚂蚁国际可能会扩大合作伙伴至拉美、非洲的主流钱包，真正覆盖全球新兴市场。同时，西方也可能出现类似联盟，对抗东方的钱包网络。

其次，跨境实时支付将成为新常态。借助区块链、CBDC等技术，各国间的小额跨境支付有望做到秒级到账、费用趋近于零。蚂蚁国际已经用自有区块链实现了部分实时清算，未来或将参与各

国央行的数字货币跨境试点，在官方清算网络中占据一席之地。

第三，监管框架更加完善。随着G20等推动全球支付改革，各国监管机构可能逐步协同，出台统一的跨境支付标准与监管沙盒。这对蚂蚁国际而言既是机遇也是挑战：合规成本可能上升，但公平透明的环境有利于其长远发展。

第四，生态竞争将取代单一产品竞争。跨境支付平台将不再仅比拼支付本身，而是比拼整个生态服务能力。例如蚂蚁国际的对手们（如PayPal）也在布局电商、信贷等环节，争夺商户“一站式”服务需求。蚂蚁国际需要充分发挥自己在电商生态、技术研发上的综合实力，才能在下一阶段竞争中保持领先。

最后，从地缘角度看，中国出境游和企业出海热潮将持续，这将为蚂蚁国际提供源源不断的业务增长动力。在经历了疫情后的强劲反弹后，2024–2025年中国出境游消费有望全面超越2019年水平。这意味着支付宝等跨境支付使用也将刷新纪录。蚂蚁国际若能牢牢抓住这波机遇，并延伸服务至其他国家游客（如帮助东南亚游客赴欧美消费时使用本地钱包），其全球影响力将进一步提升。

综上，未来的跨境支付市场将更加开放、即时和智能化，蚂蚁国际有望成为其中引领变革的核心玩家之一。

8. 几个典型应用场景

案例1：跨境电商卖家借助蚂蚁国际腾飞

如果你是一位中国的跨境电商卖家，主要通过欧美的在线商城销售家居用品。可以使用蚂蚁国际旗下的WorldFirst万里汇进行收付款和外汇服务。支持欧美各平台的货款直接进入WorldFirst的多币种账户，无需开设多个海外银行账户，极大简化了财务流程，并按实时汇率结算为人民币汇回国内。同时WorldFirst还提供了套期保值服务，能提前锁定汇率，避免汇率大幅波动带来的损失。

案例2：中国游客跨境游消费与Alipay+

如果你最近想去东南亚旅游，基本不需要提前兑换外币。近年来由于支付宝的跨境普及，在当地商场或餐厅，你可发现许多店铺都贴出了Alipay+的标志。通过Alipay+，只需打开国内支付宝App扫商家的二维码，就能直接完成支付，支付宝会实时按优惠汇率从人民币账户扣款。除了购物，你还可以发现支付宝能在当地打车、甚至租借电动车，这些服务在支付宝App里都有本地运营商的小程序接入，直接用支付宝扣款即可。蚂蚁国际通过Alipay+连接中国消费者和海外商户，同时惠及中国游客和东道国商户双方。

案例3：出海企业利用Antom全球收单能力

如果你在海外有开独立站或者做游戏出海，可接入Antom平台。Antom提供高效的接入解决方案，助力中小商家快速完成线上收单服务接入。

蚂蚁国际以支付为切入口，正在帮助越来越多的中国企业和个人融入全球经济，同时也赋能东道国的商户，共享数字经济的红利。

9. 一些关键数据

下面通过一些关键数据与图表，总结蚂蚁国际及行业的发展态势：

全球支付方式占比数据显示，数字钱包已在电子商务和线下消费中超越银行卡成为首选。2024年数字和移动钱包在全球电商支付中占比51.7%，高于信用卡的20.8%；在POS门店支付中钱包占比也达33.4%，领先于各类卡片支付的22%左右。这一趋势反映了消费者习惯的转变，也为蚂蚁国际等数字支付平台创造了巨大空间。

为展示蚂蚁国际主要业务的核心指标，以下表格汇总了截至2024年底的相关数据：

业务/指标	关键数据（2024）
Alipay+覆盖	合作支付伙伴 35+ 个；覆盖 66 国；商户 90,000,000+ (来源：Banking & Financial Services Publication Company)
Alipay+增长	跨境交易量同比 +300%（2024年）(来源：Banking & Financial Services Publication Company)
Antom交易量	直连收单TPV同比 ≈100% 增长（2024年前11月）(来源：Banking & Financial Services Publication Company)
WorldFirst业绩	年交易额TPV \$100 billion (1000亿美元, 2024年) (来源：Banking & Financial Services Publication Company)
技术赋能	区块链结算占蚂蚁国际交易量 33%+ (来源：Banking & Financial Services Publication Company)
行业对比	PayPal活跃用户 ~4.3亿 ([Discover Latest PayPal Statistics (2025)

上述数据直观体现了蚂蚁国际在跨境支付领域的规模与增长速度，以及与传统巨头的对比。

可以看到，蚂蚁国际依托Alipay+在全球快速拓展数以亿计的消费者和商户网络，Antom和WorldFirst的交易规模也呈现倍增式增长。这与全球数字钱包使用率的飙升趋势相吻合。仅2024年前三季度，通过Alipay+在海外使用本地钱包支付的人数增长了3倍，显示出跨境移动支付的旺盛需求。反观传统领域，Visa、Mastercard虽然依然占据庞大存量市场，但也不得不寻求与数字钱包合作来保持增长。种种迹象表明，跨境支付市场的格局正被重新定义：由蚂蚁国际为代表的数字支付新生态正在崛起，弥补传统体系的不足并创造新的连接模式。

10. 结束语

蚂蚁国际通过Alipay+构建全球钱包联盟、以Antom打造全球商户收单支付中枢、借WorldFirst深耕跨境商贸金融服务，已经成为重塑跨境支付市场格局的重要力量。从战略上的合作并购、本地化运营，到技术上的区块链赋能、AI风控，再到市场上对企业出海和消费模式的影响，蚂蚁国际的探索为行业树立了新标杆。

当然，机遇伴随挑战：如何持续应对各国监管、与本地生态共生，以及在全球竞争中突围，都是未来需要破解的问题。但可以确定的是，跨境支付走向更加普惠、高效、无缝已是大势所趋。蚂蚁国际作为这一变革的引领者之一，正通过其生态系统将“让天下没有难做的生意”拓展到全球维度。随着中国与世界经济联系的日益紧密，我们有理由期待，蚂蚁国际将在未来的跨境支付版图中占据更举足轻重的位置，继续书写数字金融出海的精彩篇章。

(完)

参考资料：

1. [Banking & Financial Services Publication Company | The Asian Banker](#)
2. [Ant Group's WorldFirst boosts its Southeast Asia footprint – Bamboo Works – China stock insights for global investors](#)
3. [China Outbound and Inbound Tourism Spending rebounds on Ant Group's Cross-Border Merchant Networks During Chinese New Year Break | Business Wire](#)
4. [Alipay+ Transactions Triple in 2024 as Travel Industry Embraces Cross-Border Digital Payment and Marketing Technology | Financial IT](#)
5. [Worldwide Card Acceptance Locations for Global Brands — 3Q 2023](#)
6. [Mobile payments to overtake cards by 2024](#)

这是《支付通识》专栏系列文章中的第（26）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