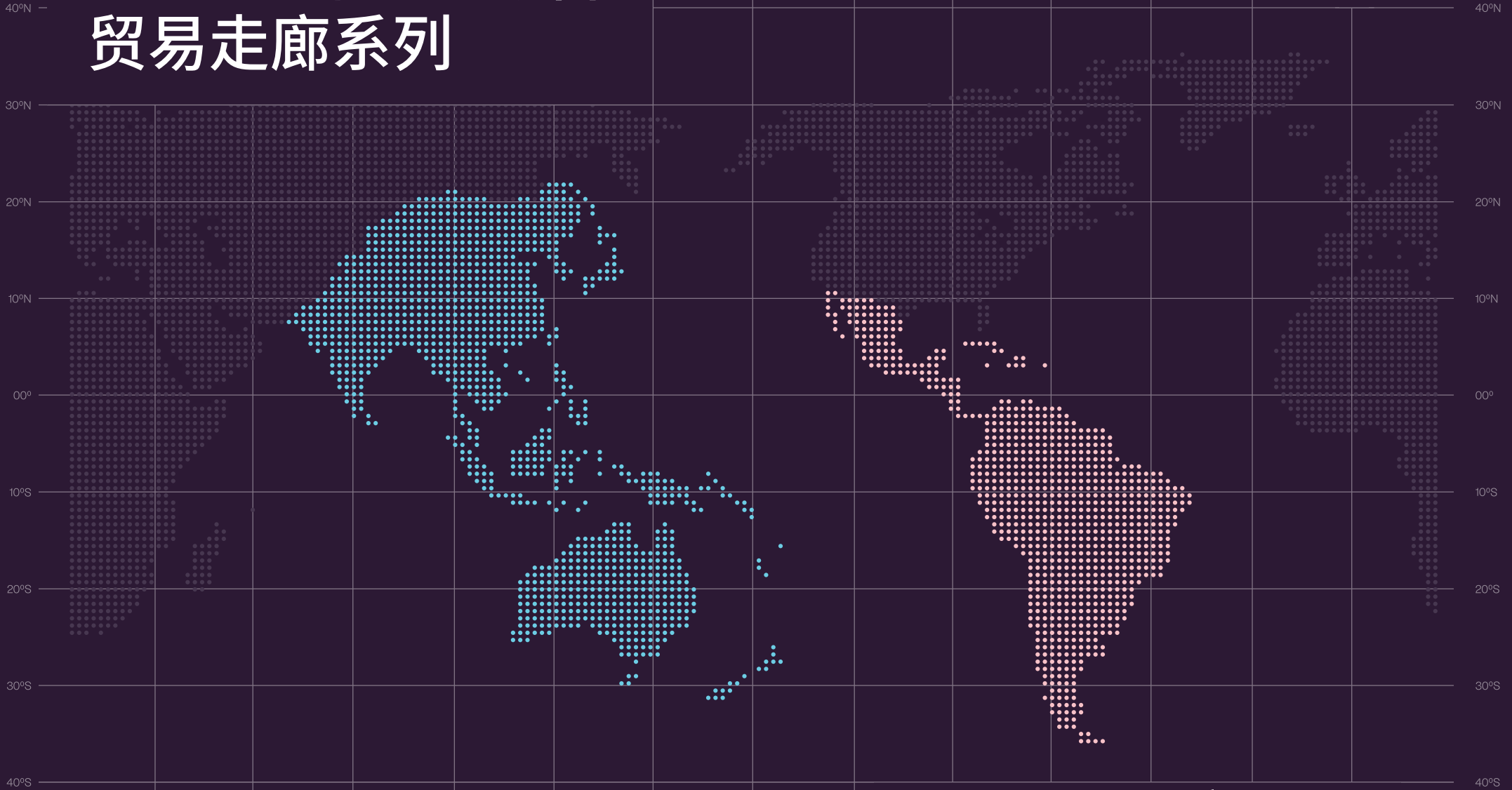


60°W 50°W 40°W 30°W 20°W 10°W 0° 10°E 20°E 30°E 40°E 50°E 60°E

PPRO支付年鉴报告: 贸易走廊系列

ppro



亚太 → 拉美专刊

60°W 50°W 40°W 30°W 20°W 10°W 0° 10°E 20°E 30°E 40°E 50°E 60°E

目录

欢迎阅读PPRO支付年鉴报告	3
支付年鉴报告使用指南	5
市场概览	6
拉美市场速览	7
关键市场解析	8
聚焦贸易走廊	19
聚焦行业垂直市场	20

拉丁美洲消费者支付偏好	21
消费趋势	21
关键支付方式概览	23
支付操作清单	25
激活	26
整合	28
管理	30
结语	31
掌握本地支付	31
参考资料	32

欢迎阅读 PPRO支付 年鉴报告

拉丁美洲市场正日益吸引 亚太地区商户的关注

2025年上半年，中国对拉美地区的进口额接近1,100亿美元¹，较上一年同期增长10%。中国的电商巨头，如Temu、SHEIN和AliExpress，已成为拉美电商市场的重要参与者。2025年²，TikTok Shop也加入其中，在墨西哥和巴西上线。

然而，这只是该市场巨大潜力的冰山一角。预计到2027年，拉丁美洲电子商务市场规模将突破1万亿美元³，较四年前增长100%。

在多种宏观经济和政策调整的推动下，电商普及程度不断提高，亚太地区的商品在拉美消费者中的受欢迎程度达到了前所未有的高度。例如，阿根廷正逐步放宽外汇与进口限制；巴西中央银行则着力推动Pix成为国家数字支付基础设施，以提升金融普惠性，将数以百万计此前未能充分享受金融服务的民众纳入数字经济体系，从而进一步推动电子商务增长。同样，墨西哥政府也正通过SPEI等系统，将金融普惠作为优先发展事项。

这个快速演变的市场既带来了挑战，也蕴含机遇。若亚太地区的商家和支付服务提供商(PSPs)希望挖掘拉美市场的潜力，就必须适应当地的消费格局。进军该地区的企业很快会发现，拉美消费者的支付偏好具有高度本地化的特点。如果忽视不同市场之间的差异，企业的增长战略将难以取得预期成效。

在《PPRO支付年鉴报告：贸易走廊系列》亚太→拉美专刊，我们将探讨亚太商户及支付服务提供商在拓展拉美市场时可能面临的机遇与挑战。更为关键的是，PPRO还将展示如何通过深入理解本地市场动态，提升企业竞争力，并推动在整个地区的销售增长。

开启阅读

PPRO将本地支付方式(LPMs)划分为五大核心类别。 本报告将围绕拉美市场逐一剖析：

● 银行转账 / 账户到账户支付 (A2A)

银行转账是指资金从消费者的银行账户直接转入商户账户。消费者在手机或网上银行应用中核对金额并授权支付，通常以“推送支付”方式完成。借助实时银行间支付系统，资金往往能在数秒内到账，但部分银行转账系统仍需要数个工作日才能完成。

在拉丁美洲，银行转账支付方式非常盛行。自2020年推出以来，巴西即时支付系统Pix迅速在全国普及，目前占巴西电商交易量的40%⁴，有望超越信用卡，成为巴西主流支付方式。在墨西哥，实时银行间支付系统SPEI同样发展迅速，60%的墨西哥人使用该系统进行个人转账，每日处理交易量超过300万笔⁵。尽管实时银行转账在电商场景中尚未占据主导地位，但对于拥有银行账户却未持有信用卡的消费者而言，这类支付方式正逐渐成为一种重要替代选择。

● 先买后付(含分期付款)

在拉丁美洲，“先买后付”(BNPL)与其说是一种新兴支付方式，不如说早已成为该地区商业基础设施的重要组成部分。对于亚太地区的商户和支付服务提供商而言，或许主要通过独立的金融科技应用来认识BNPL；但在拉美市场，分期付款(当地常称为parcelas、cuotas或meses)早已深度融入该地区的主流支付体系之中。

对于拉美消费者而言，分期付款是一种常见做法，既可管理每月现金流，也能应对通货膨胀。这种功能是绝大多数本地信用卡交易的固有特性——消费者无需第三方介入，即可在销售点直接将消费金额拆分为每月付款。然而，创新正将这一模式从信用卡拓展至更多支付方式，涵盖本地化的现金支付方式，例如巴西的Boleto Parcelado，以及例如Kueski Pay和Addi这种快速发展的专业“先买后付”服务提供商生态系统。近期推出的Pix Parcelado，作为Pix的支付方式的延伸，可能进一步巩固巴西消费者对分期付款的偏好。

● 本地银行卡

在拉丁美洲，即便带有Visa或Master-card等知名国际品牌标识，本地银行卡仍占据主导地位。这些卡片虽隶属于全球网络体系，但为了提高交易批准率并降低手续费，通常需要通过本地清算与处理。与此同时，市场上还存在多种本地卡品牌，例如Elo、Carnet、Naranja等，它们有时会与国际卡组织联名，但通常只能在国内使用。该地区大部分银行卡并未开通境外交易功能，这使得对于那些既不支持境外银行卡，又无法处理本地银行卡品牌的商户来说，在受理能力上面临巨大缺口。

因此，希望在该地区最大化市场覆盖率与支付受理率的商家，必须确保提供由本地及国际知名品牌构成的银行卡组合，并得到本地收单服务的支持。

● 数字钱包

数字钱包能够安全地存储用户的支付信息，如信用卡/借记卡、银行账户详情和会员卡，从而实现快速便捷的电子支付交易。全球知名的数字钱包品牌包括PayPal和支付宝等。

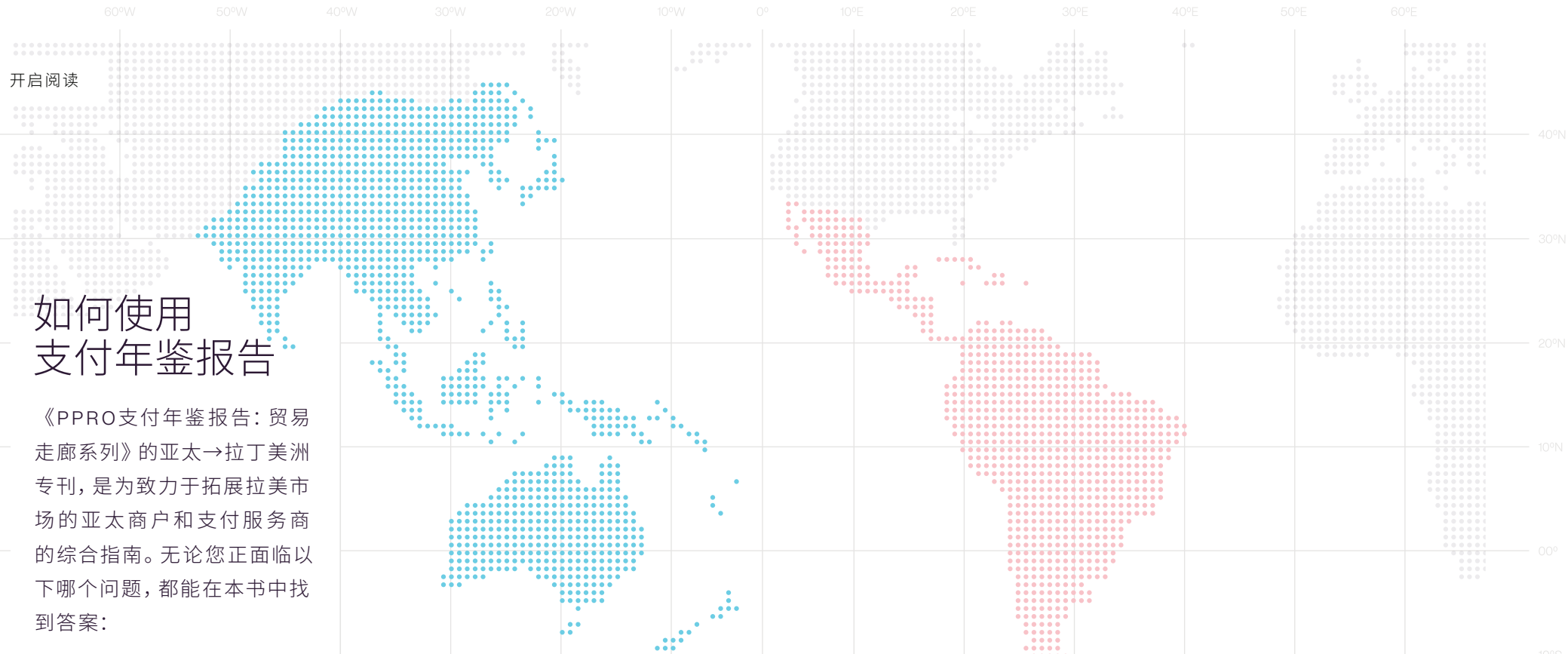
在拉丁美洲，数字钱包占有所有电子商务交易的10%⁶。Mercado Libre旗下的数字钱包Mercado Pago在该地区拥有7,200万月度活跃用户⁷。Mercado Pago积极拓展银行业务；2024年9月，它已经在墨西哥申请了银行牌照；2025年，它宣布正在向阿根廷中央银行申请全面银行牌照。

● 现金支付

现金支付让没有信用卡或银行账户的消费者也能进行在线购物。在网上结账页面，消费者选择现金支付选项，系统会生成一种将在线购物与现金支付关联起来的凭证，例如唯一的识别码或可打印的条形码。消费者随后携带该凭证前往合作门店，在柜台以现金完成付款。随后，门店将资金和唯一识别信息发送给线上商家，商家按照订单安排发货。

现金支付在整个拉丁美洲十分普遍。例如在墨西哥，OXXO Pay依托OXXO便利店网络运作；在巴西，由中央银行监管的Boleto，约占线上交易的8%⁸。

对于亚太地区的商户而言，若想在该地区取得成功，就需提供合适的本地支付组合，因为该地区消费者对本地支付方式忠诚度很高。PPRO的研究显示，如果商户未提供消费者偏好的支付方式，五分之一的消费者会选择放弃购买⁹。而那些提供本地支付方式的商家，将有效提升交易批准率、减少结账困境，并在这个规模已超过7,000亿美元、年增长率达21%¹⁰的电商市场中赢得份额。



1

我是一家在拉美没有实体的商户，如何以合规且可扩展的方式进入该市场？

2

我是一家为拉美客户处理跨境付款的商户，如何通过本地化处理来提升业务表现？

3

我已在拉美处理信用卡支付，接下来应增加哪些支付方式来扩大客户群？

4

我目前在拉丁美洲的其中一个国家开展业务。如何拓展到其他市场？应优先考虑哪些市场？为什么？

5

我是支付服务商，我的商户对拉美市场感兴趣。应为他们提供哪些支付方式？又该如何处理这些支付方式？

市场概览

拉美市场速览

拉丁美洲是全球增长最快的电子商务市场之一，蕴藏着巨大的发展机遇。目前，该地区电子商务交易额已达7,690亿美元，约87%的人口已接入互联网。

预计2024年至2029年间，电子商务渗透率将提升11.1个百分点，到2029年达到约67%，这表明该市场仍具备显著的增长空间。跨境电商同样表现显著，交易额达1,000亿美元。

在高度本地化的支付生态系统中，拥有本地实体对于处理本地支付至关重要。然而，对于亚太地区的商户和支付服务提供商而言，由于该地区监管环境出了名的复杂，试图自行建立这种企业实体，往往会被证明是一个战略失误。这种“实体陷阱”会将市场扩张陷入运营困境，使企业不得不对结构性低效率和严苛税制带来的挑战。在巴西，税务体系的复杂性尤为突出——当地企业在税务合规上花费的时间是全球平均水平的十倍。

这种摩擦远不止于巴西。在墨西哥，获取企业税号并不能通过远程数字化流程完成，而是需要法定代表亲自到场，向税务机关提供生物识别信息。同样，阿根廷严格的外汇管制使得利润汇回成为一项复杂的资金管理操作；而哥伦比亚则规定了高昂的非工资劳动成本，即使维持一个小规模本地办公室的运营费用也显著上升。

最后，该地区碎片化的货币体系，进一步加剧了财资管理的复杂性。与欧元区不同，拉丁美洲使用不同的、波动性往往较大的货币，需要建立独立的流动性资金池，并采取相应的对冲策略。

通过与PPRO这样的合作伙伴携手，采用“商户代理”模式(MoR)，商户可以绕过这些棘手障碍。借助合作伙伴已建立的本地基础设施，商户不仅能够通过本地化处理提升交易批准率，简化结算流程，同时降低本地行政责任及汇率波动带来的风险敞口。

拉美市场速览

● 概览

人口	6.39亿
人口(15岁+)占比	78%
GDP	7万亿美元
人均GDP	11,030美元
电商交易规模	7,690亿美元
电商增长率	21%

87%

互联网渗透率

80%

手机普及率

63%

移动电商占比

人均年度线上消费

548

(美元)

跨境电商交易规模

1000

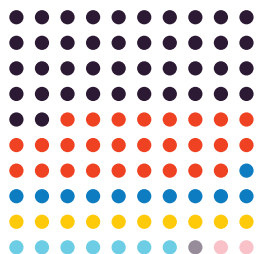
(亿美元)

市场概览

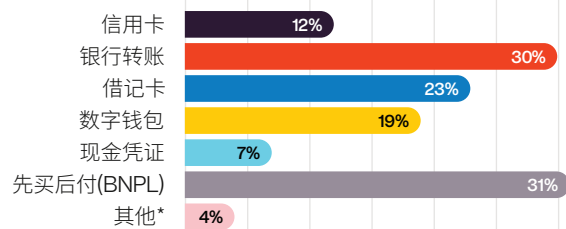
● 电商支付方式结构

● 2024年市场份额

- 42% ● 信用卡
- 27% ● 银行转账
- 11% ● 借记卡
- 10% ● 数字钱包
- 7% ● 现金凭证
- 1% ● 先买后付(BNPL)
- 2%* ● 其他*



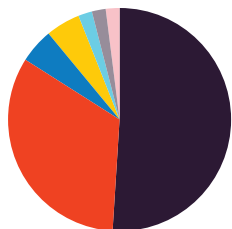
● 2024-2027复合年均增长率



*其他支付方式包括礼品卡、线上下单线下自提、运营商代扣等

● 卡组织市场份额

- 51% ● Visa
- 34% ● Mastercard
- 6% ● Elo
- 6% ● Redcompra
- ≤1% ● American Express
- ≤1% ● NaranjaX
- ≤1% ● 其他*



*其他支付方式包括Diners Club、Cabal、Magna和Ripley等

关键市场

尽管拉丁美洲各国存在一些共同点，但其差异化特征同样显著。切勿预设一套通用的业务与支付策略即可通行所有国家；应深入洞察各国独特的消费者偏好及支付习惯。

阿根廷

在阿根廷, Mercado Pago等数字钱包已成为不可或缺的支付方式。预计到2030年, 约49%的电子商务交易和39%的POS交易将通过数字钱包完成。银行转账支付也同样受欢迎——预计到2030年, 19%的电商支付和17%的POS交易将通过银行转账方式进行。

Cabal等仅限本地使用的银行卡, 在阿根廷电商市场仍发挥重要作用。2024年, 本地卡占电商交易总额的22%, 仅次于数字钱包。

阿根廷长期的高通胀也促使消费者寻求基于信用的支付解决方案, 以保持购买力。与此同时, 近期政府在推行稳定比索、逐步放宽进口和外汇管理的改革, 为国际商家改善市场准入条件。这种不断演变的宏观经济环境要求商家具备高度灵活性, 因为持续的波动性推动了对本地支付方式的需求, 而支付自由化则为跨境商务创造了新的机遇。

国家概况

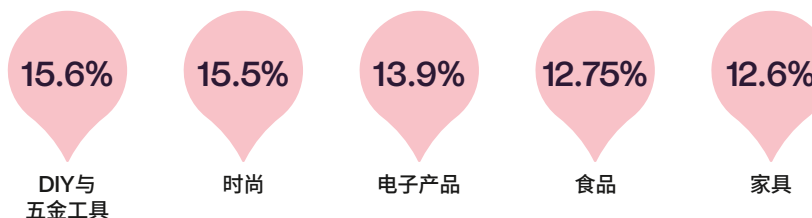
人口	4,800万
GDP	6,830亿美元
人均GDP	14,270美元
互联网用户	4,200万
成年人银行账户持有率	99%

电子商务

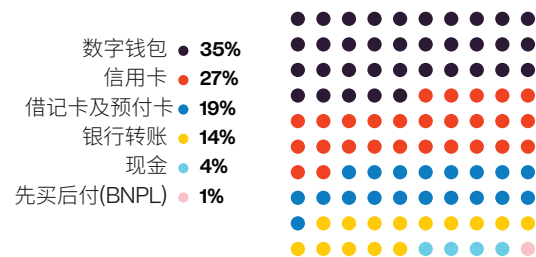
电商市场规模

270
(亿美元)

电商前五大品类(占总收入比例)



电商支付方式结构

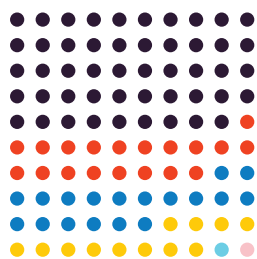


市场概览

未来趋势2026-2030

2030年电商支付方式结构

- 数字钱包 ● 49%
- 信用卡 ● 19%
- 借记卡及预付卡 ● 18%
- 银行转账 ● 12%
- 现金 ● 1%
- 先买后付(BNPL) ● 1%

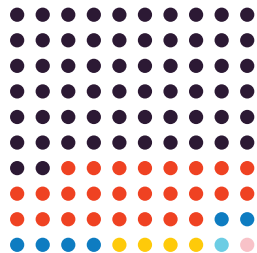


7%

电商复合年均增长率 (CAGR)

卡组织市场份额

- Visa ● 62%
- Mastercard ● 26%
- American Express ● 6%
- NaranjaX ● 4%
- Cabal ● 1%
- 其他 ● 1%



跨境电商

8

跨境电商销售占比(%)

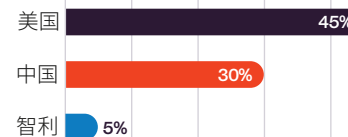
31

进行跨境购物的网购用户比例(%)

21.6

跨境电商规模 (亿美元)

主要跨境购物来源市场 (按市场份额)



巴西

巴西拥有2.13亿人口，GDP超过2万亿美元，对国际商家而言是一个巨大的市场。

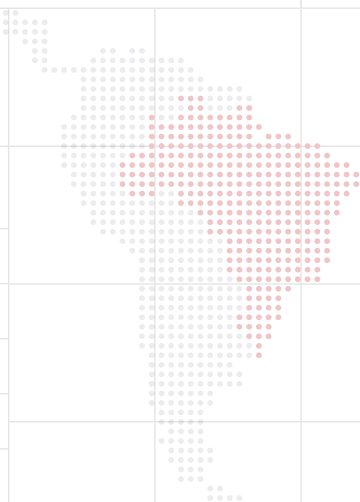
Pix等银行转账方式已在巴西的支付领域占据主导地位。预计到2030年，银行转账支付将占电商交易的58%和线下POS支付的46%。

Pix由巴西中央银行推动，作为国家整体支付战略的一部分，其影响力不容小觑。因此亚太地区的商家必须相应地调整其支付策略。

作为巴西使用最广泛的支付通道，Pix仍在不断演进。2025年推出的Pix Automático使用户能够授权定期付款，并将此功能扩展至6,000万没有信用卡的巴西消费者¹¹，显著提升了金融普惠性。

然而，在Pix不断向前发展的同时，信用卡生态系统中存在一个“隐形壁垒”，常常让国际商家措手不及。尽管信用卡仍主导高额交易，但巴西的信用卡仍具有高度的本地化。即便是带有Visa或Mastercard标识的卡片，也常常显示“仅限境内使用”，一旦通过跨境渠道结算，就会出现极高的拒付率。对于亚太商户而言，本地化处理信用卡交易至关重要。

60%的信用卡教育都采用了分期付款¹²。如果商家无法通过本地化处理提供此选项，就等于等同于自我限制了市场机会，转化率通常会下降一半左右。



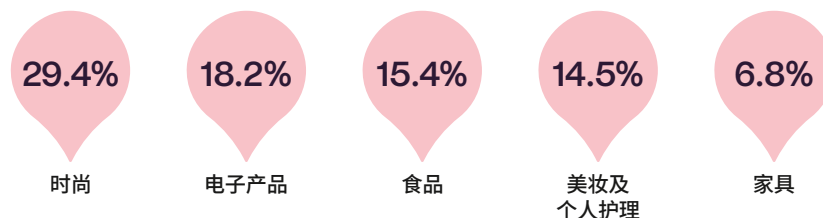
国家概况

人口	2.13亿
GDP	2.126万亿美元
人均GDP	9,964美元
互联网用户	1.97亿
成年人银行账户持有	96%

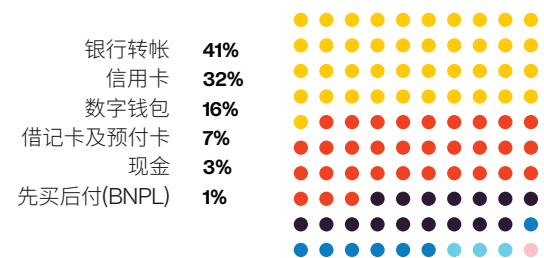
电子商务



电商前五大品类(占总收入比例)



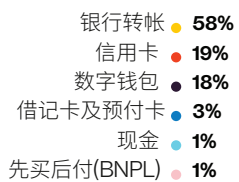
电商支付方式结构



市场概览

● 未来趋势2026-2030

● 2030年电商支付方式结构



9%

电商复合年均增长率 (CAGR)

● 卡组织市场份额



● 跨境电商

8

跨境电商销售占比(%)

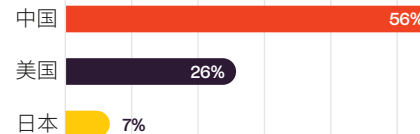
51

进行跨境购物的网购用户比例(%)

68.8

跨境电商规模 (亿美元)

● 主要跨境购物来源市场 (按市场份额)



墨西哥

普惠金融仍然是墨西哥的重要议题：约42%的人口尚未拥有银行账户。这一现状也为商户和支付服务提供商带来了重要机遇，使其能够向传统金融体系之外的人群提供服务。

在这一过程中，OXXO发挥着重要作用。OXXO是一家在墨西哥拥有超过20,000家门店的连锁便利店¹³，在支持无银行账户人群的同时，也推动了电子商务的发展。通过OXXO Pay，消费者可以使用现金为线上购物付款，从而有效连接未持有银行账户人群与电商消费场景之间的鸿沟。

数字钱包同样是墨西哥电子商务的关键组成部分，占在线支付的四分之一以上。其中Mercado Pago是该国下

载量最高的数字账户应用¹⁴，Apple Pay和Google Pay的使用率也在持续上升，而PayPal仍然是跨境电商购物中广受欢迎的支付方式之一。

不过，进入这一市场也并非没有挑战。墨西哥自2026年1月1日起实施新的关税政策，对包括服装和家电在内的1,400多种商品征收最高50%的关税¹⁵。面对这种额外的复杂性，企业通常需要设立本地实体或采用商户代理(MoR)模式，以简化市场进入流程，并降低运营和监管方面的负担。



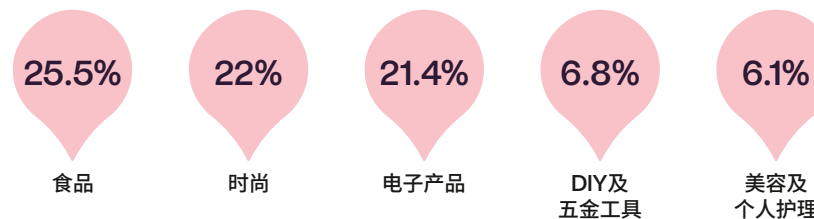
国家概况

人口	1.33亿
GDP	1.693万亿美元
人均GDP	12,692美元
互联网用户	1.21亿
成年人银行账户持有率	58%

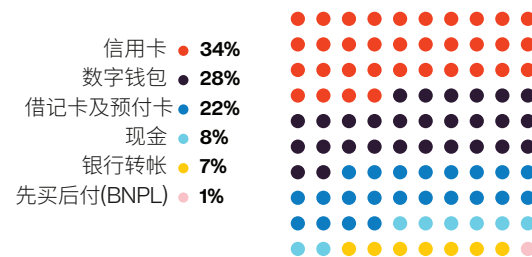
电子商务



电商前五大品类(占总收入比例)



电商支付方式结构

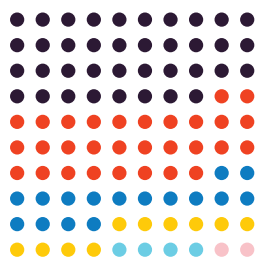


市场概览

未来趋势2026-2030

2030年电商支付方式结构

- 数字钱包 38%
- 信用卡 30%
- 借记卡及预付卡 16%
- 银行转帐 10%
- 现金 4%
- 先买后付(BNPL) 2%

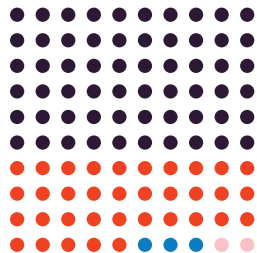


6%

电商复合年均增长率 (CAGR)

卡组织市场份额

- Visa 60%
- Mastercard 35%
- American Express 3%
- 其他 2%



跨境电商

21

跨境电商销售占比(%)

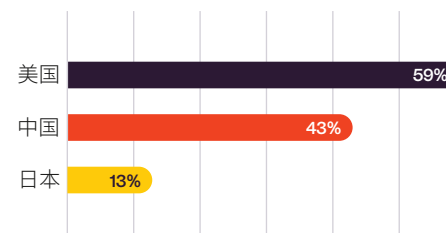
65

进行跨境购物的网购用户比例(%)

151.2

跨境电商规模 (亿美元)

主要跨境购物来源市场 (按市场份额)



市场概览

智利

尽管智利人口规模较小，但其人均GDP达到17,180美元，在拉美地区处于较高水平。

在智利，借记卡和预付卡被广泛用于电子商务和线下POS交易，其中本地卡组织Redcompra在借记卡领域占据主导地位。

对于希望拓展拉美市场的亚太地区商户而言，智利值得关注。多数智利消费者对国际购物并不陌生：近四分之三(73%)的受访者表示曾进行过跨境电商购物。这也意味着，只要提供合适的支付方式，智利将成为国际商户拓展业务的潜力市场。

国家概况

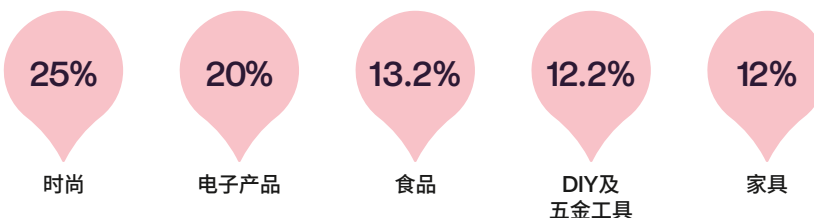
人口	2,000万
GDP	3,470亿美元
人均GDP	17,180美元
互联网用户	1,900万
成年人银行账户持有率	97%

电子商务

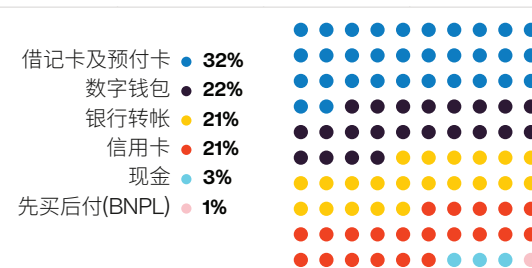
电商市场规模



电商前五大品类(占总收入比例)



电商支付方式结构

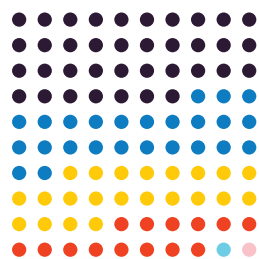


市场概览

● 未来趋势2026-2030

● 2030年电商支付方式结构

- 数字钱包 ● 37%
- 借记卡及预付卡 ● 25%
- 银行转帐 ● 22%
- 信用卡 ● 14%
- 现金 ● 1%
- 先买后付(BNPL) ● 1%

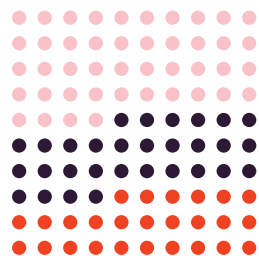


7%

电商复合年均增长率
(CAGR)

● 卡组织市场份额

- Redcompra ● 44%
- Visa ● 30%
- Mastercard ● 26%



● 跨境电商

25

跨境电商
销售占比(%)

13

进行跨境购物的
网购用户比例(%)

35

跨境电商规模
(亿美元)

哥伦比亚

哥伦比亚电商市场正以约13%的复合年均增长率(CAGR)保持强劲增长,这主要得益于数字支付基础设施的不断完善以及移动设备使用的进一步普及。Nequi、Mercado Pago、Apple Pay和Google Pay等数字钱包已占电商交易的四分之一以上。

然而,尽管数字支付持续发展,基于现金的支付方式仍在市场中扮演重要角色。预计到2030年,现金仍将占电商支付的4%,并占线下POS支付的约四分之一(24%)。

在巴西Pix的成功经验基础上,哥伦比亚中央银行于2025年9月推出即时支付系统Bre-B,上线首周即有9%的人口

完成注册。该系统旨在通过提供安全、无摩擦且可互通的全国性支付基础设施,推动支付现代化并扩大金融普惠性。

与此同时,哥伦比亚电商市场的银行转账支付主要由Pagos Seguros en Línea(PSE)主导。该系统由ACH Colombia运营,占线上购物中银行转账支付的95%[®]。这表明,即使Bre-B等新的支付基础设施逐步推出,银行转账在哥伦比亚仍然发挥着重要作用。



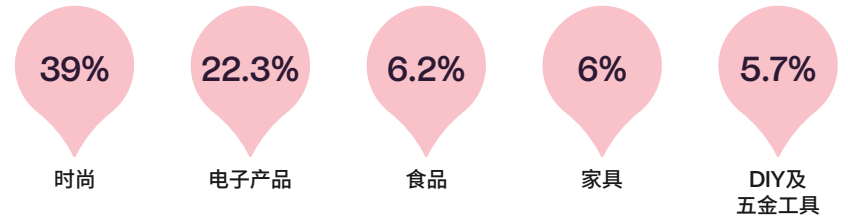
国家概况

人口	5,300万
GDP	4,380亿美元
人均GDP	8,250美元
互联网用户	4,100万
成年人银行账户持有率	92%

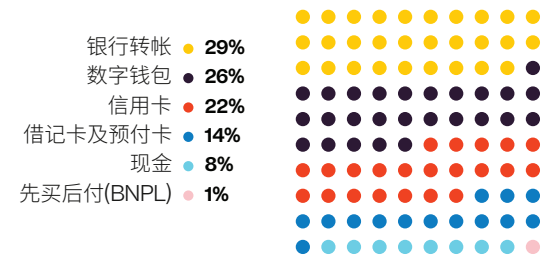
电子商务



电商前五大品类(占总收入比例)



电商支付方式结构

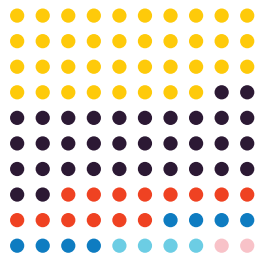


市场概览

● 未来趋势2026-2030

● 2030年电商支付方式结构

- 银行转账 ● 38%
- 数字钱包 ● 34%
- 信用卡 ● 14%
- 借记卡及预付卡 ● 8%
- 现金 ● 4%
- 先买后付(BNPL) ● 2%

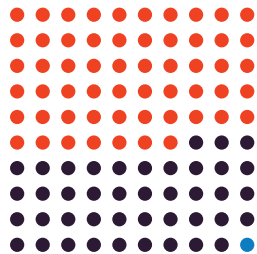


13%

电商复合年均增长率
(CAGR)

● 卡组织市场份额

- Mastercard ● 57%
- Visa ● 42%
- American Express ● 1%



● 跨境电商

15

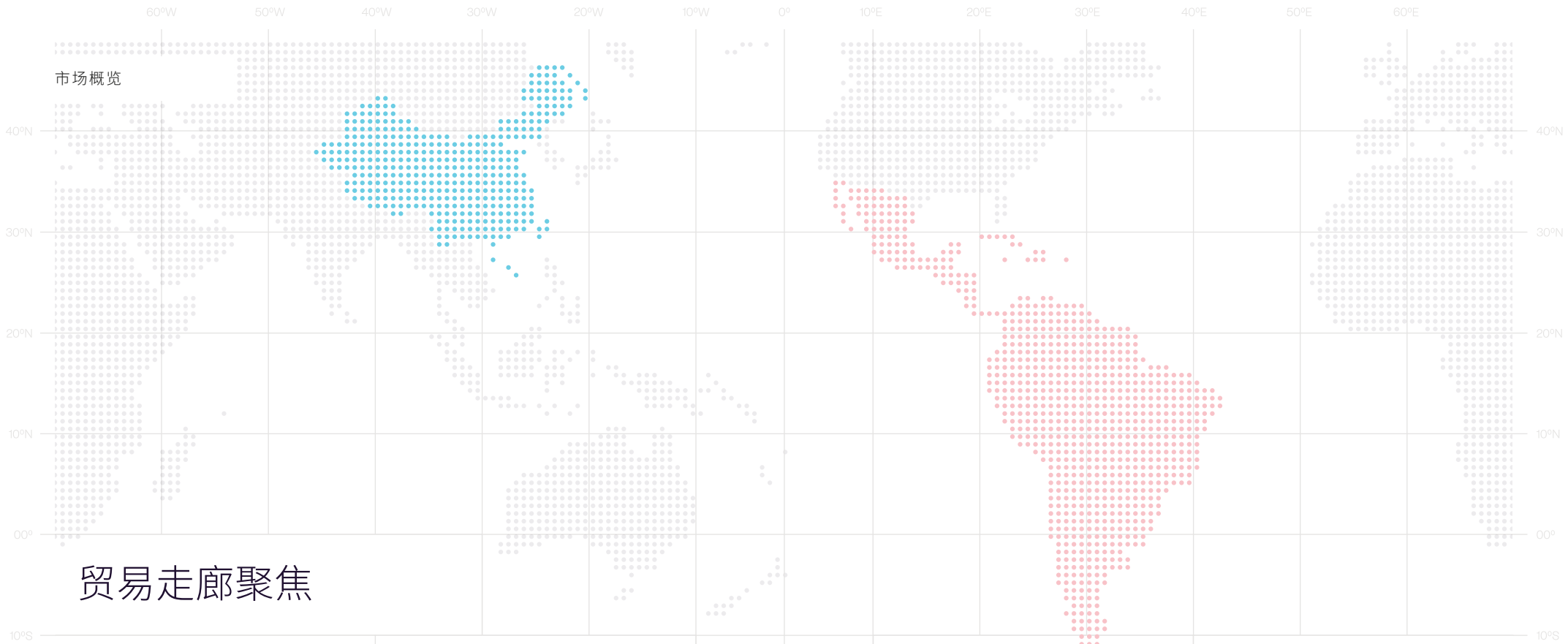
跨境电商
销售占比(%)

48

进行跨境购物的
网购用户比例(%)

24

跨境电商规模
(亿美元)



贸易走廊聚焦

● 中国→拉美

近年来，中国电商在拉丁美洲迅速扩大影响力。中国已成为拉丁美洲仅次于美国的第二大贸易伙伴，欧盟位列其后¹⁷。2024年，中拉贸易额突破5,000亿美元¹⁸。预测显示，在未来十年内，中国甚至可能超过美国，成为拉丁美洲最主要的贸易伙伴¹⁹。

这一紧密关系并非偶然形成。2018年，中国将“一带一路”倡议这一全球基础设施与贸易合作框架延伸至拉丁美洲²⁰，持续推动双方合作。其中的重

要举措包括投资建设秘鲁钱凯港(Chancay)²¹，该项目通过缩短航运时间并将物流成本降低20%以上²²，使秘鲁与中国之间的国际贸易更加顺畅。

与此同时，对拉丁美洲基础设施的投资也成为中国科技企业的重要布局方向。2025年2月，阿里巴巴宣布在墨西哥启动其首个数据中心²³；同年9月，又宣布计划在巴西建设首个数据中心²⁴。这些投资表明，拉丁美洲为中国企业提供了广阔的发展机遇，尤其是在部分国家通过关税措施提高贸易壁垒的背景下。

电子商务成为这一合作关系不断深化的最直接受益领域之一。目前，中国零售平台在拉丁美洲电商市场的份额已达约五分之一，这主要得益于速卖通(AliExpress)、SHEIN和Temu等平台的快速扩张。这些平台通过具有竞争力的价格、丰富的商品选择以及不断提升的本地化用户体验，持续扩大市场影响力。

尽管这些中国平台增长迅速，拉丁美洲消费者对中国产品的兴趣并不限于此。中国电动汽车在当地颇受欢迎。

2025年初，中国品牌车型在巴西(南美最大汽车市场)的电动汽车销量中占比已超过80%²⁵。中国智能手机品牌的市场影响力也在持续提升，其中小米在拉丁美洲智能手机市场的份额达到12%²⁶。总体来看，拉丁美洲对中国产品的需求依然强劲。如果中国企业能够更加顺畅地满足这一消费需求，仍有望获得可观的发展机遇。



垂直领域聚焦：拉丁美洲

拉丁美洲为亚太地区的商家提供了广阔的发展机遇。随着数字化转型加速、金融普惠水平不断提升，以及年轻、熟悉科技的消费群体持续扩大，越来越多消费者开始参与线上购物，推动该地区电商市场快速增长。

研究表明，在一些国家，尽管电子商务在GDP中的占比仍然较低，但参与线上购物的成年人比例却较高，这类市场通常具有较大的增长潜力²⁷。在阿根廷和墨西哥等国家，电商市场仍处于相对早期阶段，但消费者的线上购物需求已经十分旺盛。

与此同时，一些行业正实现更快增长。其中，零售和游戏行业可能成为亚太商家尤为值得关注的垂直领域，尤其是在Temu、SHEIN和AliExpress等零售平台持续重塑全球电商格局的背景下。

零售

拉丁美洲是全球在线零售增长最快的地区²⁸，正日益吸引国际主要企业的关注，尤其是来自亚太地区的企业。

零售占电商总支出的50%，是电商增长最主要的领域之一。这一增长主要得益于用户体验的提升、运营效率的优化，以及全球电商平台带来的丰富商品选择²⁹。

随着Temu、SHEIN、AliExpress和TikTok Shop等亚太平台加速在拉丁美洲扩展业务，这一增长势头进一步增强。2025年第二季度，Temu在电商网站流量中的占比接近16%³⁰。同年，字节跳动在墨西哥推出TikTok Shop，使用户能够通过短视频平台完成购物³¹，这一举措也凸显了“移动设备优先”零售模式在推动增长方面的潜力。目前，78%的线上交易通过移动设备完成，而通过桌面设备完成的交易仅占22%³²。

从行业结构来看，2024年收入规模最大的电商品类是时尚、电子产品、美容与个人护理。预计到2029年，电子产品市场规模将超过650亿美元，时尚品类将超过410亿美元³³。

随着跨境电商的发展，企业需要建立稳健的运营体系，以应对实物商品的运输与退货管理。同时，提供本地化客户服务也至关重要，这不仅有助于提升购物体验，也有助于维护客户忠诚度。

游戏

亚太地区国家在电子游戏领域具有一定基础。中国是全球游戏收入最高的市场，预计2025年收入接近500亿美元³⁴。

电子游戏在拉丁美洲也迅速走红，成为该地区增长第二快的垂直领域。按游戏支出计算，巴西和墨西哥是该地区最大的两个市场，市场规模分别为26亿美元和21亿美元³⁵。这一市场规模主要由巴西约1.36亿名玩家和墨西哥约1.04亿名玩家推动，其中手机是最受欢迎的游戏平台³⁶。

未来，拉丁美洲的游戏市场有望继续增长。预计该地区游戏支出将以5.1%的复合年均增长率(CAGR)增长，并在2026年达到110亿美元³⁷。在拉丁美洲，智能手机和移动互联网是大量人群接入数字服务的主要方式，同时5G网络也在不断普及，因此以移动设备优先、便捷且流畅的游戏体验将成为未来增长的重要驱动力。

随着这一趋势逐渐显现，越来越多亚太地区的游戏企业已经进入或正瞄准拉丁美洲市场，其中包括中国的沐瞳科技(MOONTON Games)以及亚太发行商网易游戏(NetEase Games)。

对于希望把握这一市场机遇的亚太商家而言，提供合适的支付方式组合至关重要。在游戏消费方面，38%的拉丁美洲消费者使用借记卡，其次是信用卡(27%)、数字钱包(17%)、加密货币(3%)以及先买后付(2%)³⁸。

拉丁美洲 消费者 偏好的 支付方式

要触达拉丁美洲消费者，首先需要了解他们的消费偏好以及常用的支付方式。

消费趋势



● 银行转账支付 与数字钱包

疫情期间数字化应用的加速普及以及金融普惠水平的提升，在一定程度上推动了拉丁美洲数字化和即时银行转账支付的迅速发展。与新冠疫情相关的社会福利项目也发挥了重要作用，仅在巴西、哥伦比亚和阿根廷三国，就有超过4,000万人因此首次拥有银行账户³⁹。

政府举措在推动银行转账支付在巴西的普及方面同样发挥了重要作用。Pix的快速发展在很大程度上得益于政府推动其广泛应用，以简化税收征管、社会保障支付以及其他公共服务流程。这也反映出拉丁美洲更广泛的一种趋势：各国中央政府不仅将数字支付体系用于扩大金融可及性，也将其作为财政和社会政策的重要工具。哥伦比亚也在借鉴这一模式，其央行推出的即时支付系统Bre-B在设计 and 功能上与Pix类似。

数字钱包同样迅速普及。正如前文所述，到2030年，数字钱包预计将成为阿根廷、智利和墨西哥电商支付的主要方式。拉丁美洲消费者有自己偏爱的当地区域钱包：他们不会使用支付宝和微信支付，而是会使用Mercado Pago、NuPay、DaviPlata和Nequi等数字钱包。同时，Apple Pay和Google Pay等国际支付方式也在当地被广泛使用。

消费者偏好

关键支付方式

	类型	消费者所在地区	可使用地区	本地市场份额
AMERICAN EXPRESS	国际卡 本地卡	全球	全球	占拉丁美洲卡片交易的1.5%
BOLETO BANCÁRIO	现金支付	巴西	巴西	占巴西电商交易量的8%
BRE-B	银行转帐	哥伦比亚	哥伦比亚	哥伦比亚注册用户超过3,000万
CABAL	本地卡	阿根廷	阿根廷、巴西、乌拉圭、巴拉圭	在阿根廷，借记卡和信用卡占电商交易量的53%，其中Cabal占有所有线上和线下交易的1%
CARNET	本地卡	墨西哥	墨西哥	在墨西哥，银行卡占电商交易量的69%，其中流通的Carnet卡约为1,900万张
DAVIPLATA	数字钱包	哥伦比亚	哥伦比亚	在哥伦比亚，数字钱包占电商交易量的5%，其中22%的消费者使用DaviPlata
EFACTY	现金支付	哥伦比亚	哥伦比亚	在哥伦比亚，现金支付占电商交易量的3%，在POS交易中占33%，其中Efecty是首选方式
ELO	本地卡	巴西	Elo卡(通过Discover全球网络) 可在185个以上国家/地区使用	在巴西，银行卡交易占比12%
MASTERCARD	国际卡 本地卡	全球	全球	占拉丁美洲卡片交易的41%
MERCADO PAGO	数字钱包	阿根廷	阿根廷、巴西、智利、哥伦比亚、 墨西哥、秘鲁、厄瓜多尔、 哥斯达黎加、多米尼加共和国、 萨尔瓦多、玻利维亚、巴拉圭、 乌拉圭、委内瑞拉、洪都拉斯、 尼加拉瓜、巴拿马、危地马拉	在阿根廷，数字钱包占电商交易量的35%，其中74%的消费者经常使用Mercado Pago

消费者偏好	类型	消费者所在地区	可使用地区	本地市场份额
NARANJA	本地卡	阿根廷	阿根廷本地卡 + Visa、Mastercard 与 American Express 网络	在阿根廷，银行卡占电商交易量的46%，其中Naranja 占有线上和线下交易的4%
NEQUI	数字钱包	哥伦比亚	哥伦比亚	在哥伦比亚，数字钱包占电商交易量的5%，其中54%的消费者偏好使用Nequi
NUPAY	数字钱包	巴西	巴西	在巴西，超过1亿名Nubank用户可使用该数字钱包
OXXO PAY	现金支付	墨西哥	墨西哥	占墨西哥现金支付电商交易量的50%
PAGO FÁCIL	现金支付	阿根廷	阿根廷	在阿根廷，现金支付占电商交易量的3%，在POS交易中占25%，其中Pago Fácil是首选方式
PAYPAL	数字钱包	全球	全球	全球活跃的消费者和商户账户总数为4.34亿
PIX	银行转账	巴西	巴西	在巴西，银行转账占电商交易量的40%
PSE	银行转账	哥伦比亚	哥伦比亚	在哥伦比亚，银行转账占电商交易量的33%
RAPIPAGO	现金支付	阿根廷	阿根廷	在阿根廷，现金支付占电商交易量的3%，在POS交易中占25%，其中Rapipago是首选方式
RED COMPRA	本地卡	智利	智利	在智利，银行卡交易占比为44%
SPEI	银行转账	墨西哥	墨西哥	在墨西哥，银行转账占电商交易量的5%
VISA	国际卡 本地卡	全球	全球	占拉丁美洲卡片交易的57%



消费者偏好



● 超级应用生态

超级应用最早在亚太地区兴起，如今其他地区也在纷纷跟进。

在拉丁美洲，超级应用生态正逐渐受到欢迎。越来越多消费者希望在同一平台完成支付、借贷、转账和购物等多种操作。Mercado Pago、Nubank、Rappi和PicPay等平台正是看到了这一不断增长的整合需求，正在打造远超支付功能本身的生态体系，通过信贷、保险甚至加密货币等服务提升用户黏性，并推动长期用户参与。在银行信任度较低且移动设备使用率较高的市场环境下，这种模式尤为具有吸引力。



● 本地银行卡的重要性

对于瞄准拉丁美洲市场的亚太地区商家而言，本地卡与国际卡之间的差异至关重要。绝大多数在流通中的本地银行卡只能在本国境内使用，这在很大程度上限制了跨境电商的覆盖范围。如果缺乏本地支付整合，企业不仅会面临更高的交易费用，还可能因本地发卡银行对跨境欺诈风险较为敏感而导致交易批准率明显下降。与此同时，这种情况还会带来较差的客户体验。例如，商家无法提供分期付款等关键支付选项，也难以通过以本地货币显示价格来建立消费者信任。技术与体验层面的多重问题叠加，可能在消费者完成首次购买之前，就疏远这一规模庞大且增长迅速的数字消费群体。

即使消费者能够使用支持国际支付的信用卡完成跨境购买，也可能承担较高的外汇费用：一些银行的费用可能超过5%，并可能叠加金融税等额外收费。截至2025年年中，巴西大多数外汇交易(包括国际银行卡消费)适用的标准IOF(金融操作税)税率为3.5%。在某些情况下，如果交易未通过本地支付网络处理，消费者的实际支付成本可能增加8%以上。这不仅会影响消费者的购物体验，也会削弱未通过本地支付网络处理外币交易的商家的市场竞争力。



● 令牌化与一键支付体验

长期以来，支付体验往往需要在安全性与便捷性之间作出权衡，但如今消费者希望同时兼顾两者。

卡片信息存储(card-on-file)技术正逐渐被网络令牌化和绑定设备的支付凭证所取代，为消费者提供更加顺畅的结账体验。未来，拉丁美洲的支付将进入新的阶段，实现跨设备的一键支付，并嵌入各类应用或平台之中。密码也将逐步被淘汰，由生物识别验证取而代之，从而为消费者带来更加顺畅、无摩擦的支付体验。在这一领域，亚太地区再次走在前列，拉丁美洲消费者也将逐渐受益于生物识别支付的发展。



● 对无摩擦支付体验的需求

提供合适的本地支付方式和本地银行卡选项，是赢得消费者的关键。然而，商家如何呈现这些支付选项，也会进一步影响整体支付体验。

成熟的商家会根据不同地区对支付选项进行个性化设置，为消费者提供最符合其所在地的支付方式。他们还可以调整支付方式的展示顺序，将最常用的选项优先显示，并通过品牌化设计优化支付流程，从而打造顺畅且熟悉的购物体验。

尽管提供本地支付方式(LPMs)有助于提升转化率，商家仍需确保这些优势不会被其他结账环节的摩擦抵消。例如，通过卡片信息存储(card-on-file)或账户更新(account updater)等解决方案简化结账和身份验证流程，可以有效减少支付摩擦并提升整体客户体验。

支付操作清单

在全球电子商务中，本地支付显然是建立客户信任和推动业务增长的关键。因此，PPRO正在打造一个高效的本地支付平台，赋能您轻松集成客户偏好的本地支付方式。

● 激活本地支付

- 您是否具备管理所有合同和商议的能力？
- 您是否符合反洗钱(AML)相关法规？
- 您是否具备理解本地支付规则的专业能力，并且确保合规？
- 请确认是否需要商户代理 (Merchant of Record)？

● 整合本地支付

- 您是否能够管理多种支付方式的技术集成与维护？
- 您是否已优化支付收款和结算流程？
- 您是否在优化转化率？
- 您是否已优化支付流程？
- 您是否已采取措施防范欺诈行为？
- 您是否建立了冗余机制(多备份渠道)以保障系统稳定？

● 管理本地支付

- 您是否有效监控外汇汇率及跨境汇款？
- 您是否全面遵守税务法规？
- 在拓展新市场的过程中，您是否能够有效控制纠纷风险？



激活本地支付

不同的本地支付决方案在运作方式上并不相同；每一种支付方式都有其各自的商业模式、接入流程以及法律协议。大多数协议通常受当地法律管辖；在拉丁美洲，这些协议通常以西班牙语、葡萄牙语或英语撰写。

作为可靠的合作伙伴，PPRO能够帮助您接入合适的本地支付方式，并依托覆盖全球的网络与本地专业经验提供支持，这意味着您无需投入专门资源来管理涉及多种货币和语言的众多支付方式。

但对于亚太地区的商户而言，要服务拉丁美洲消费者并从当地接收付款，仍需要提前进行充分规划。

● 关键关注点

您是否具备管理所有合同和商议的能力？

每种支付方式通常需要签署独立合同，并对应不同的定价模式、服务级别协议(SLA)及技术接入要求。部分支付方式受严格监管，只有获得授权的公司才能提供，这给本地市场接入增加了额外复杂性。此外，某些支付方案可能涉及最低交易量要求，或需设立本地法律主体及税务实体。

若未与PPRO等支付平台合作，您将需自行管理各支付方案合同，并在业务所在国家设立相应法律实体。同时，还需确保各实体持续符合当地监管及税务要求。

值得注意的是，在拉丁美洲，相关合同通常以西班牙语或葡萄牙语撰写。因此，务必具备相应专业能力，能够充分理解合同内容，并明确其与当地法律的对应关系。

您是否符合反洗钱(AML)相关法规？

在海外市场，客户尽职调查应保持与境内同样的严格标准。您需要确保遵守反洗钱(AML)及反恐融资(CFT)相关法规，并能够提供充分的合规证明。

可参考世界银行⁴⁰、国际货币基金组织⁴¹及美洲开发银行⁴²等机构的资料，以深入了解拉丁美洲的反洗钱及反恐融资措施，特别是在打击有组织犯罪方面的应用。同样，金融行动特别工作组(FATF)通过其拉丁美洲分支机构——拉美金融行动特别工作组(GAFILAT)提供关于反洗钱(AML)、反恐融资(CFT)及防扩散融资(CPF)的监管指引。

此外，注册反洗钱专家协(ACAMS)⁴³及金融与国际商务协会(FIBA)⁴⁴也提供关于拉丁美洲监管环境的专业洞察，包括主要监管趋势以及反洗钱和制裁政策的最新动态。

通过与PPRO合作，您可以安心运营——我们的合规专家将确保所有地区性合规及监管要求均得到全面评估与遵循。

支付操作清单

您是否具备理解本地支付规则的专业能力，并且确保合规？

支付方案规则通常受当地监管政策和法律法规的深刻影响，其治理结构一般遵循以下层级：

法律 > 监管规定 > 支付方案规则

对于商户而言，持续遵循支付方案规则至关重要，这不仅有助于向消费者提供可靠保障，也可避免因不合规而受到处罚。然而，这一过程往往具有一定复杂性。拉丁美洲存在多种本地支付方案，这意味着企业需要理解并遵循多套不同规则。若缺乏内部专业能力，应对这一挑战通常需要投入大量资源寻求外部支持。

请确认是否需要商户代理 (Merchant of Record)？

如果希望拉丁美洲市场（如巴西和墨西哥）的客户能够使用其偏好的本地支付方式进行在线购物，您需要在当地设立实体，或寻找已有当地实体的合作伙伴。PPRO在其服务的六个拉丁美洲国家均设有本地实体，并担任商户代理 (Merchant of Record)。

商户代理作为商户的本地合作伙伴，代表商户处理当地支付收款、税务申报及货币兑换等事务。

像PPRO这样的商户代理能够帮助商户显著提升支付审批率，通过在当地处理本地及国际银行卡交易，并以商户偏好的货币完成国际结算。

全球知名商户如Adobe和Microsoft已与PPRO建立牢靠的合作伙伴关系。PPRO作为商户代理助力其在拉丁美洲顺利开展业务。





整合本地支付

提供顺畅的支付体验对现代商户至关重要，任何差错都可能影响客户满意度。

借助专业的支付合作伙伴，商户需要具备展示二维码、条形码及PDF凭证的能力，同时能够以符合PCI标准的方式整合并处理本地银行卡支付。

将合适的本地支付方式(LPM)进行技术整合、优化转化率、管理收款与结算，并处理欺诈与争议，对于亚太地区的商户和支付服务提供商(PSP)而言，既可能成为提升业务的机会，也可能带来运营挑战。

● 关键关注点

您是否能够管理多种支付方式的技术集成与维护?

赋能客户使用主流的本地支付方式——包括电子钱包、银行转账、本地银行卡、先买后付(BNPL)或现金支付——需要进行技术集成并持续维护。一般而言，每种支付方式平均每三年需进行一次重大API重新集成，以满足维护、可靠性或新功能需求。这意味着随着支付方式数量增多，技术维护需求会显著上升。

PPRO负责管理所选支付方式的技术集成及持续维护。平台通过提供PPRO支持的附加功能为支付方式增值，例如即便基础方案不支持，也可实现非原生退款。

此外，PPRO还提供API及Drop-in Checkout SDK(嵌入式结账开发工具包)，便于快速添加新支付方式，并支持合作伙伴尝试新的结账方案。该工具包通过管理支付方式在结账过程中的展示方式，进一步降低技术复杂性和维护工作量。

您是否已优化支付收款和结算流程?

通过利用本地收单网络、境内银行账户及外汇服务提供商，交易可以在本地完成。PPRO支持在拉丁美洲六种主要货币中进行本地交易处理：巴西雷亚尔(BRL)、墨西哥比索(MXN)、阿根廷比索(ARS)、智利比索(CLP)、哥伦比亚比索(COP)以及秘鲁索尔(PEN)。

采用本地优先的交易处理方式，有助于解决国际支付中常见的高拒付率及跨境手续费问题。

在各市场内完成交易处理不仅能够提升客户体验，还可带来更高的支付授权率、降低交换费(interchange fees)并减少外汇成本——这些都是提升整个地区转化率的关键因素。

在收取多种拉丁美洲货币付款的同时，PPRO通过Swift或其他结算通道，将资金统一结算为您选择的主要货币，并直接汇入您指定的银行账户，无论账户位于亚太地区还是全球其他地区。此外，PPRO会将技术数据与财务数据进行匹配，提供标准化报表，简化各市场间的对账流程，从而消除了部分受限的拉丁美洲市场管理多个账户的复杂性。

<p><input type="checkbox"/> 您是否在优化转化率?</p> <p>在拉丁美洲，消费者持有的信用卡通常未开通境外支付功能，这使跨境交易面临挑战。国际收单机构时常触发交易拒绝：当地银行将外币支付视为高风险交易，执行更严格的反欺诈检查，甚至直接拦截交易。此外，许多收单机构不支持分期等本地付款习惯，同时多级网络处理增加了出错和失败的风险。</p> <p>更优的解决方案是与本地收单机构合作。在当地进行交易处理可减少不必要的拒付，增强银行信任，并确保符合当地监管要求。</p> <p>此外，还应考虑优化功能，例如智能路由(将每笔支付发送至最有可能获批的收单机构)和智能重试(通过不同服务提供商重新尝试交易以最大化通过率)。结合令牌、3DS认证、账户信息更新等措施，这些功能可提升支付批准率、优化结账体验，并助力商户在拉美市场实现更高收入。</p>	<p><input type="checkbox"/> 您是否已优化支付流程?</p> <p>与银行卡相比，本地支付方式(LPM)具有高度多样性，即使在同一地区，其运作方式也可能存在显著差异。从银行转账到数字钱包，这些支付方式既反映了消费者的支付偏好，也为商户带来了更高的运营复杂度，并可能在一定程度上影响业务的规模化发展。</p> <p>商户需要与各个本地支付服务提供商合作，集成他们的解决方案和各类流程，以及定期支付和退款等功能。此外，还需处理各类细分差异，对不同支付方式的格式、命名规范及数据结构进行标准化。</p> <p>PPRO的Global API提供了一个统一的接口，支持所有重要的本地支付方式，从OXXO到巴西本地银行卡均可通过该接口接入。该API基于消费者认证方式构建了六种核心支付流程。商户可逐步采用这些支付流程，从而快速获得对当前及未来所有基于该流程的支付方式的接入能力。</p> <p>PPRO的Drop-in Checkout SDK默认采用转化率最高的支付流程，并负责处理国际化与本地化带来的复杂性。</p>		<p><input type="checkbox"/> 您是否已采取措施防范欺诈行为?</p> <p>整合支付能力也意味着需要充分应对潜在的欺诈风险。如果缺乏有效管理，欺诈行为可能导致收入损失、增加拒付费用、损害品牌声誉，甚至引发收单合作终止等风险。</p> <p>对于在拉丁美洲开展业务的商户而言，欺诈问题尤为突出。由于欺诈防范与管理的最终责任通常由商户承担，因此，根据自身业务模式、目标市场及消费者特征制定相应的风险管理方案至关重要。</p> <p>PPRO通过一系列交易后风险管理工具，协助商户加强欺诈防范能力,包括:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3DS认证: 在巴西和哥伦比亚支持直通式(pass-through)3DS认证，使客户能够使用自身的3DS服务提供商完成身份验证。 • 争议前预警(Pre-dispute alerts): 接收来自Visa、Mastercard和Ethoca的风险信号，帮助商户及时更新风险模型并主动发起退款。 • 争议与拒付管理(Dispute&charge-back management): 在消费者提出争议时及时收到通知，并可通程序化证据提交进行申诉，以减少拒付损失；同时可通过易于集成的API获取详细的拒付信息。 	<p><input type="checkbox"/> 您是否建立了冗余机制(多备份渠道)以保障系统稳定?</p> <p>对于大型企业商户而言，稳定且持续的支付处理能力是保持市场竞争优势的关键。在支付架构中构建充分的韧性和冗余机制(多备份渠道)，可有效保障收入、维护客户信任，并支持业务平稳扩展。</p> <p>合理配置冗余机制以确保支付系统持续在线，其价值不仅在于避免停机。它还能通过提供更多支付选项提升转化率，通过与合适的本地收单机构进行本地化处理提高支付授权率，并确保遵循各地区的安全及身份认证规范。同时，借助本地市场洞察与风险防控措施，可降低欺诈与拒付风险。最终，即使在流量高峰或突发事件下，也能够为用户提供更稳定、顺畅的支付体验。</p>



管理本地支付

高效管理支付流程需要在资金流、外汇、跨境汇款、对账、税务管理等环节具备专业能力。

若支付管理不善，将迅速消耗企业资源：商户应将精力专注于业务增长，而非应对资金调度和繁琐的对账事务。

● 关键关注点

您是否有效监控 外汇汇率及跨境汇款？

拉丁美洲地区的货币波动较大。客户完成支付与最终结算之间，外汇汇率可能发生显著变化，因此商户需要在交易发生时锁定汇率。

同时，由于资本管制及报备要求，将资金汇出某些拉丁美洲国家可能面临严格的监管挑战。商户需在确保全面合规的前提下，有效应对这些复杂情况，以避免潜在处罚。

PPRO通过当地实体及专业团队，协助商户应对复杂监管要求。我们合规管理跨境汇款流程，确保资金安全汇回商户指定账户，并免去企业自行处理所带来的法律及操作负担。

您是否全面遵守税务法规？

每个运营国家都有其特定的税务规定，包括财务报表、预扣税、销售及地方税等。在资金结算(无论境内还是跨境)过程中，确保正确扣缴当地税款至关重要。

紧跟各地区不断变化的税务要求是一项复杂任务。适应并遵守不断变化的法规是任何市场运营的基本要求，而在拉丁美洲，法规更新频繁，因此灵活应对与持续监控显得尤为关键。

在拓展新市场的过程中， 您是否能够有效控制纠纷风险？

随着业务跨国扩张，纠纷数量及错误原因代码往往增加，这通常受本地支付方式、客户行为及各市场不同的欺诈模式影响。

跨地区管理纠纷需要深入了解不同支付方案、处理时限及证据要求。缺乏本地化背景和自动化工具，团队可能面临拒付率上升、错过处理时限及更高的运营成本。

PPRO的全球纠纷管理解决方案根据各地区实际情况定制，帮助企业高效处理纠纷，并在无需人工干预或频繁更新规则的情况下降低纠纷发生率。

结语

掌握拉丁美洲本地支付

本地支付方式构成了拉丁美洲商业运作的核心支撑。

在亚太→拉丁美洲贸易走廊中取得成功，关键在于为消费者提供其偏好的支付方式。这些支付偏好的形成，受到经济环境、文化习惯以及基础设施发展等多重因素的共同影响。在巴西，Pix因兼具高信任度与普惠性，已成为广泛使用的默认支付方式；在墨西哥，OXXO Pay将数百万尚未拥有银行账户的消费者连接至数字商业体系；而在阿根廷，长期的高通胀推动了数字钱包的普及，并促使稳定币解决方案不断创新，以帮助消费者维持购买力。

成功的商户和PSP能够深入理解并适应各地区独特的市场特征，并整合契合消费者需求的金融解决方案。由此，他们能够实现更低的客户流失率、更高的结账转化率，并推动可持续的业务增长。

PPRO提供了一套实现这一目标的框架。我们通过将本地支付方式无缝整合至客户支付流程，简化本地支付接入，同时优化转化率，并协助企业应对各地的规则与监管要求。

最终，这一模式实现了双赢：消费者获得快速、可靠且顺畅的支付体验，而商户则能够充分释放拉丁美洲市场的增长潜力。

参考资料

1. [Americas Market Intelligence](#)

2, 35, 37. [PPRO](#)

3,4. [PCMI](#)

5. [PCMI](#)

6, 10, 27, 28, 29. [PCMI](#)

7. [Mercado Libre](#)

8. [PCMI](#)

9. [PPRO](#)

11. [Exame](#)

12. [PagBasil](#)

13. [PPRO: A Quick Guide to Local Payments in Latin America](#)

14. [Mercado Libre](#)

15. [BBC](#)

16, 32. [PCMI](#)

17, 19, 21. [European Parliament](#)

18. [AP News](#)

20. [Economics Observatory](#)

22. [Global Times](#)

23. [China Daily](#)

24. [Alibaba](#)

25. [CNBC](#)

26. [Americas Market Intelligence](#)

30. [Mexico Business News](#)

31. [Mexico Business News](#)

33. [Statista](#)

34. [2025 China Game Industry Annual Report](#)

36. [Statista](#)

38. [Statista](#)

39. [Mastercard](#)

40. [World Bank](#)

41. [International Monetary Fund](#)

42. [Inter-American Development Bank](#)

43. [The Association of Certified Anti-Money Laundering Specialists](#)

44. [Financial & International Business Association](#)

拉美市场速览

主要资料来源：1. [Statista](#), 2. [WorldPay](#), 3. [PCMI](#)

关键市场：阿根廷

主要资料来源：1. [Statista](#), 2. [WorldPay](#), 3. [PCMI](#)

关键市场：巴西

主要资料来源：1. [Statista](#), 2. [PCMI](#), 3. [World Pay](#)

关键市场：墨西哥

主要资料来源：1. [Statista](#), 2. [PCMI](#), 3. [World Pay](#)

关键市场：智利

主要资料来源：1. [Statista](#), 2. [Pago Seguro](#), 3. [World Pay](#), 4. [PCMI](#)

关键市场：哥伦比亚

主要资料来源：1. [Statista](#), 2. [Pago Seguro](#), 3. [World Pay](#), 4. [PCMI](#)

关键支付方式概览

主要资料来源：1. [Statista](#), 2. [PCMI](#), 3. [Globadyme](#) 4. [Worldpay](#), 5. [Nubank](#) 6. [Paypal](#)

由于拉丁美洲各国市场份额缺乏统一的标准数据集，所引用的数据来源和计算方法存在差异，因此不建议将这些数据直接进行对比。

《PPRO支付年鉴报告：贸易走廊系列》亚太→拉美专刊力求报告中的数据尽可能准确、更新，并真实反映市场情况。同时，PPRO也分享了数据的计算方法，以便读者了解数据来源与推导过程。但需要注意的是，全球支付格局，尤其是拉丁美洲市场，变化迅速，因此不建议将本报告作为重大商业决策的唯一依据。PPRO无法对基于本数据的结果承担责任，但希望本年鉴能提供有价值的参考，帮助您把握市场方向。



PPRO的使命是帮助支付服务提供商(PSP)和商户拓展业务，赋能他们的客户使用本地支付方式。PPRO负责激活、整合并管理客户所关注的支付方式，致力于简化本地支付的接入流程，并将全球商机带入本地经济。

本地支付 贴近客户

这就是我们所倡导的“PPRO方式”

电邮：relationships@ppro.com

官网：www.ppro.com



关注PPRO官方微信

© 2026 PPRO Financial Ltd版权所有；本出版物受版权保护。未经许可，严禁复制、翻译及传播全部或部分内容。