

## #我在头条搞创作第二期#

### 巴西和墨西哥支付方式盘点

欧美市场在经历重重厮杀后，已经红海一片，跨境卖家急于寻找新的蓝海进行市场开拓，而拉美就是一个很好的选择。新冠爆发后，拉美市场的电商增长率一直位于全球电商市场的前三名，甚至在2021年超过亚太地区成为全球电商市场的榜首。很多跨境卖家都把目光聚焦到了这里，但是确定不敢轻易尝试。

拉美市场有两座阻碍卖家进入的大山，一是物流，二是支付。关于物流我们已经在《[极兔入局拉美，内卷之王在拉美掀起什么风浪](#)》文章重点介绍过了，今天就着重讲一下拉美市场的支付环境。

## 拉美市场支付环境

新冠疫情的爆发影响了拉美地区人民的消费习惯。现在，消费者尽可能的避免使用现金，将电子支付作为首选，它为移动电子商务的发展提供了市场。

但是对于那些想要打入拉美市场的人来说，这些还远远不够。大部分卖家习惯了在欧美地区以PayPal和信用卡为主，银行转账等为辅的支付方式，但这些到拉美地区却是行不通的，很多卖家面对其本土化的支付方式一时间不知道该如何下手。

并且拉美地区地缘辽阔，国家众多。不同国家之间的经济发展状况和习惯使用的支付方式都是不尽相同的。如果想要彻底打开当地市场，就需要了解不同国家的消费者付款方式与偏好。今天就给大家介绍拉美最大的两个国家——巴西和墨西哥消费者的付款习惯偏好。

## 巴西

巴西的足球、音乐和舞蹈世界闻名，但也常常被忽视其是拉丁美洲最大的经济体。按照土地面积和人口计算，巴西是拉丁美洲最大的国家，拥有该地区最大的电子商务市场，占拉丁美洲在线销售额的30%以上。

巴西的在线支付以信用卡和分期付款为主，占巴西所有在线购买的93%以上。

69%的用户在线支付是使用信用卡的。但是对于卖家来说，区分国内信用卡和国际信用卡很重要。49%的消费者习惯使用Hipercard、Elo等本地信用卡，以巴西雷亚尔（BRL）进行交易；以Mastercard、Visa为主的国际信用卡占比14%，本地货币和外币都可以进行交易。但是，只有20%的巴西买家可以使用国际信用卡，因此对于商家来说能否使用本地信用卡至关重要。

同时，分期付款的支付方式也不容小觑。在巴西，80%的电子商务支付都是分期付款的，这个方式非常受当地人欢迎，尤其在30%没有银行账户的巴西人中。

Pix也是巴西流行且快速增长的支付方式之一。由中央银行建造并拥有，通过动态二维码或代码复制工作，具体取决于客户的设备。过程简单0手续费并且即时到账，与国内的支付宝/微信支付非常相似，目前已有70%的成年巴西人使用过Pix。与其他支付方式相比他更加数字化并且有官方作保，可能推动巴西的支付市场变革。

## 墨西哥

墨西哥是拉美地区第二大的电子商务市场，预计到2024年将进一步增长30%。跨境购物是墨西哥电子商务市场的重要组成部分，大约67%的墨西哥消费者从国际网站购物，这表明期望进入墨西哥市场的跨境卖家能很容易找到客户。并且墨西哥对价值低于50美元的物品实行简化的进口和清关程序，这进一步促进了跨境购物的发展。

对墨西哥人来说，现金在其支付领域仍然占据重要地位。但随着政府和中央银行推广电子支付、消费者意识增强以及支付卡接受度的提高，墨西哥人正在逐渐转向电子支付。

OXXO是墨西哥最大的替代支付方式。这是一种基于凭证的支付方式。消费者在线

订购商品，在结账时选择OXXO并获得优惠券，他们可以使用该优惠券在墨西哥18000多家OXXO商店以现金购买商品。由于墨西哥的许多人没有银行账户或信用卡，因此这在墨西哥是一种流行的支付方式。

除了OXXO，墨西哥人主要使用本地信用卡、国际信用卡、储蓄卡和其他支付方式。Visa、万事达、美国运通等国际信用卡在墨西哥占据主导地位。跟巴西一样，墨西哥人也更希望能够通过信用卡或其他方式进行分期付款。

巴西和墨西哥的付款方式大体上是较为相似的，但在付款工具的选择上存在差异。在其众多收款方式中，卖家可以选择自主注册，觉得麻烦的也可以直接与收款服务商合作，但可能需要收取手续费。卖家可以结合条件权衡利弊，自行抉择。

---

### 相关推荐：

- >>> [30岁的跨境人，该去大公司给总裁拧螺丝，还是在小公司给老板磕头](#)
- >>> [Q4旺季即将到来，亚马逊卖家十月份需要关注5个点](#)
- >>> [中国取暖设备卖爆欧洲，暖热跨境卖家的心，这个行业还能热多久？](#)