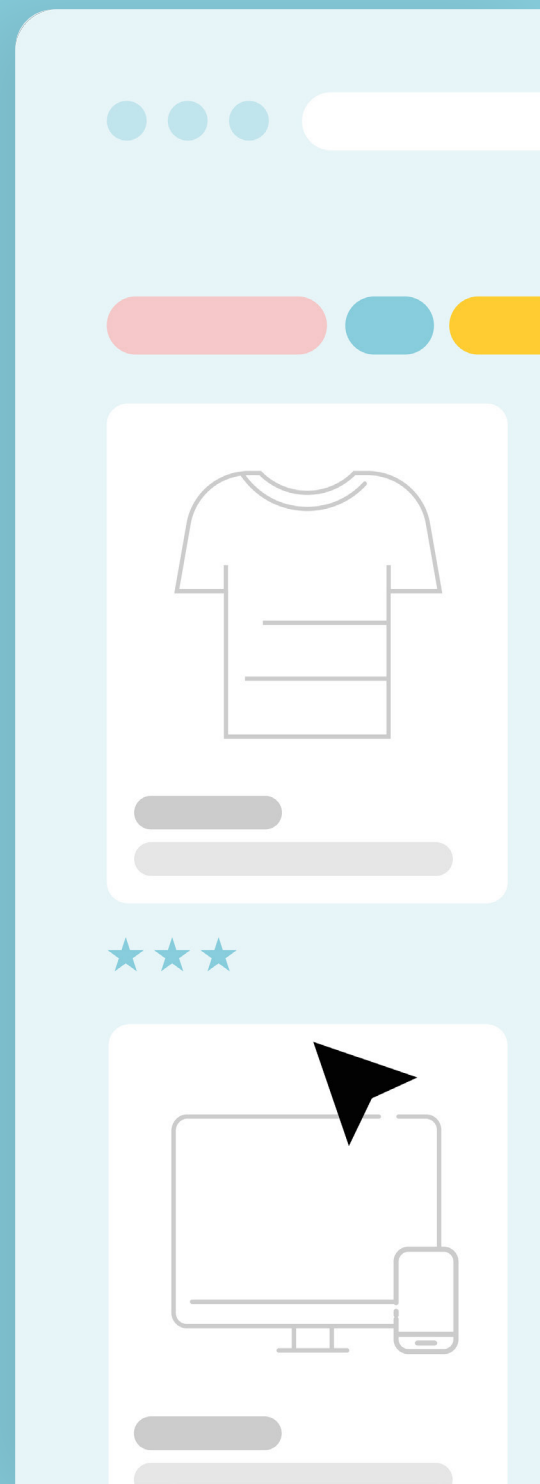


ppro

跨境零售中 支付困境的隐性成本

助力全球业务拓展的结账体验指南



目录

支付困境：零售商面临的真实成本	3
价值导向型消费者与结账体验	3
优化转化差异：解决关键痛点	4
零售支付格局：区域概览	6
零售商为何选择与PPRO合作	7
展望未来：2026年全球零售关键议题	8

2025年，全球电子商务市场的交易**总额达8.3万亿美元**，较2021年增长55%，且增长势头仍未放缓。预计到2030年，该市场规模将**突破10万亿美元**，为全球零售商带来显著的发展机遇。

然而，要真正释放这一增长潜力，必须制定清晰且因地制宜的支付策略。通过构建合理的支付组合，零售商可以将结账体验打造为推动增长的战略杠杆，直接影响转化率、客户忠诚度以及国际业务拓展。

近期研究进一步强调了优化支付体验的重要性。72%的商户表示，与境内交易相比，跨境交易的支付失败率更高，由此产生的支付卡点成为客户流失的重要因素。与此同时，94%的跨境消费者希望以本地货币完成支付，99%的消费者则倾向于使用其熟悉和常用的支付方式。

因此，是否提供消费者熟悉的本地支付方式，已成为决定零售商能否成功承接全球需求并减少结账流失的关键因素。

支付困境： 零售商面临的真实成本

购物车放弃率仍是零售行业长期存在的核心挑战之一。全球范围内，平均购物车放弃率**约为70%**，在移动端则**上升至75%以上**。**消费者研究表明**，支付卡点是导致销售流失的重要原因：19%的消费者因不信任网站对其信用卡信息的处理而放弃结账，18%因结账流程过于复杂而终止交易，另有10%因缺乏可用的支付方式而选择放弃。

数据显示，当消费者无法使用其偏好的支付方式时，往往会选择放弃购买。当消费者在结账过程中遇到不熟悉的支付体验——尤其是首次向海外商家购物时——放弃交易的概率将显著上升。

这一现象已对企业财务表现产生显著影响。全球线上零售商每年因购物车放弃造成的损失**预计约为180亿美元**，而每年滞留在线上购物车中的商品价值总额则高达约4万亿美元。

价值导向型消费者与 结账体验

零售行业正经历消费者行为的深刻转变。尽管价格仍是购买决策中的重要因素，但**高达40%**的价值感知来源于非价格因素。这些因素包括支付的便捷程度、可信支付方式的可获得性，以及整体结账流程的顺畅程度。

对于全球零售商而言，这意味着本地化的结账体验至关重要。消费者在首次与某一商家交易时，往往依赖熟悉的支付方式来建立信任。**相关数据显示**，提供本地支付方式的企业，其平均营收提升约12%，转化率提高约7.4%。

支付速度与安全性同样关键。**73%的消费者**表示，缓慢或体验不佳的支付流程会提高其放弃交易的可能性；64%的消费者在购物时将安全性视为首要考量因素。总体而言，56%的消费者表示，不良的支付流程会降低其对品牌保持忠诚的意愿，表明结账体验对品牌长期表现具有持续影响。

优化转化差异：解决关键痛点

在全球扩展过程中，零售商面临多项直接影响收入表现的运营挑战。

1 欺诈与拒付压力

欺诈与拒付正对零售商构成日益加重的财务与运营负担。

预测显示，电子商务欺诈的总成本将从2024年的443亿美元增长至2029年的1,070亿美元，增幅达141%。在欧洲，自2022年以来，每10万笔交易中被检测到的数字支付欺诈案件数量已**增加一倍以上**，这一趋势主要源于账户接管、自动化银行卡测试攻击以及基于AI技术的诈骗等日益复杂的欺诈手段。

拒付率同样呈上升趋势。Sift《Digital Trust Index》报告显示，2025年第一季度至第三季度期间，零售电商拒付率大幅**增长233%**。与此同时，商户所承担的拒付相关成本持续增加，全球拒付损失预计将**从2025年的337.9亿美元上升至2028年的416.9亿美元**。

为有效降低欺诈风险，越来越多的本地支付体系持续优化其风险管理与安全控制机制。以巴西的Pix为例，其通过多层次安全体系加强反欺诈能力，包括强制用户身份验证、在私有加密网络上

实现交易可追溯、建立共享反欺诈数据库以识别可疑账户，以及通过交易限额和对疑似欺诈转账实施预防性拦截等措施，构建更为稳健的风险防控体系。

与此同时，欧洲支付方式如Wero和BLIK通过强客户认证(SCA)机制保障交易安全，部分还结合生物识别验证等创新技术，以确保交易获得充分授权。

此外，通过拓展不支持传统拒付流程的本地支付方式，商户可以在保障收入的同时，降低争议处理带来的运营成本。与银行卡支付不同，许多本地支付方式采用“推送型”机制，即由消费者主动发起资金转移，且在完成身份验证后资金通常难以撤回。这一机制显著降低了“善意欺诈”的发生概率，也减少了人工核查和争议处理的需求。

采用本地支付选项及其更为安全的资金流模式，不仅能够帮助商户规避与银行卡拒付相关的高额费用，还可提升资金结算的可预测性，并优化财务报告流程。

优化转化差异：解决关键痛点

2 支付授权和拒付管理

支付失败造成的电子商务销售损失**高达11%**，但鲜有商家能清楚地了解其根本原因。通过采取措施识别并解决支付失败的根本原因，零售商可以提高授权率并实现销售额最大化。

在拉丁美洲，跨境信用卡的成功率异常低，因为大多数信用卡只适用于境内交易。因此，全球零售商通常与支付服务商合作，作为商户代理(MoR)，服务商在本地处理交易，然后将资金转至商家的银行账户。

除了基本的支付处理功能外，智能路由、自动重试和账户更新器等高级功能-实时获取过期或遗失卡片的更新信息-可以降低非自愿流失率，显著提升支付成功率。为了实现真正优化的结账体验，提供符合当地偏好的数字钱包、信用卡和银行转账选项，可以提高首次支付成功率，因为这些支付方式专为无缝融入本地银行生态系统而设计。

3 结算和对账的复杂性

全球多市场零售战略常常使财务团队深陷运营复杂性的泥潭。核心挑战源自支付系统的碎片化：每个本地市场和支付方式通常生成自己独特的结算文件、报告格式和货币要求。对于零售商来说，这意味着每次市场扩展都会增加运营负担，因为财务团队需要在不同司法管辖区手动核对零散的数据。

为了解决这一挑战，优质的零售商使用像PPRO这样的平台，通过单一的全球API统一报告和结算。这意味着零售商无需管理数十个不同的数据源，而是可以获得整合的业绩视图。这带来了以下优势：

- 简化操作：商家可以访问跨不同市场和货币的统一报告和结算文件。
- 加速现金流：简化的资金流动确保卖家更快获得销售款项——这对于支付供应商和管理营运资本至关重要。
- 减少人工成本：如交易匹配等自动化工具可以减少错误并节省时间，使员工能专注于推动业务增长的举措。

这一协同作用还加快了新的本地支付方式的接入速度，显著缩短上市时间，同时提升了在本地市场的表现。

4 应对高流量激增

国际零售商面临着不可预测的业务量激增的压力，尤其是在大型促销活动或购物节期间，例如黑色星期五，交易量相比平常交易日**激增62%**。然而，要将流量转化为销售，零售商需要一个在支付高峰期也依然顺畅的结账系统。研究表明，如今精通技术的消费者缺乏耐心；如果结账页面加载时

间**超过三秒钟**，大多数消费者会选择离开，转而寻找其他平台。

因此，可靠的支付平台至关重要；可扩展的基础设施能够防止停机和响应缓慢问题，从而避免放弃购物车的商品和客户忠诚度下降。

零售支付格局：区域概览

为了把握下一波增长机遇，零售商必须根据高增长地区的具体特点调整其支付组合。支付偏好因国家/地区而异，反映了文化习惯、现代技术的普及程度以及当地的支付基础设施。

欧洲

欧洲是一个多样化的市场，银行卡支付、数字钱包、账户对账户(A2A)和先买后付(BNPL)在整个地区广泛使用。**尽管银行卡支付依旧主导地位**，占电子商务交易的39%，但数字钱包、A2A和BNPL正在迅速增长。

到2030年，预计数字钱包将成为主导，占有电子商务交易的46%，而A2A预计将占据21%的市场份额。同时，BNPL预计在2026年至2031年的**复合年均增长率(CAGR)**将达到15.4%。对于电子产品、家居用品和服装等行业的零售商来说，提供本地消费者偏好的**BNPL选项**，有助于提高平均订单价值，并满足消费者对支付灵活性的期望。

在这些支付方式中，不同的本地支付方式在特定国家占据主导地位。在荷兰，**70%的在线支付**通过银行间支付系统iDEAL完成。在波兰，BLIK是至关重要：**64%的波兰人**使用该支付方式在线购物和服务。

探索欧洲支付格局



零售支付格局：区域概览

拉丁美洲

拉丁美洲正在经历爆发式的电子商务增长，但该地区仍有大量人口无法充分获得的银行服务，因此现金支付解决方案，依然至关重要。

巴西的即时支付系统Pix彻底改变了市场格局。预计到2027年，[巴西51%](#)的电子商务交易将通过Pix完成，超过信用卡支付。Pix由巴西中央银行于2020年推出，目前拥有[1.76亿用户](#)，月交易额有望[突破70亿](#)笔交易。

这种模式正在推广。哥伦比亚的Bre-B，通常被称为“哥伦比亚版Pix”，已于2025年推出。与此同时，[秘鲁也在实施](#)基于印度UPI基础设施的实时数字支付系统。整个拉丁美洲，墨西哥、秘鲁、阿根廷和哥伦比亚预计将在2028年前跻身全球实时支付增长最快的[十大市场之列](#)。

尽管支付方式正向数字化转型，但在某些国家，现金支付方式（也称为电子现金）仍然广泛使用。在墨西哥，[约51%](#)的人口没有银行账户，Oxxo Pay使消费者可以在线购买商品，而后在Oxxo便利店用现金支付。虽然现金支付正在逐步减少，若不提供现金支付选项，品牌将无法触达墨西哥的绝大部分消费者。

最后，银行卡支付仍在电子商务中发挥重要作用，[占拉丁美洲支付总量的一半以上](#)。然而，像Elo或Naranja这样的本地卡品牌，即使与Visa或Mastercard联名，通常也无法在境外使用。这导致依赖境外收单的零售商面临较高的拒付率。为克服这一障碍，众多的商家采用本地收单，通常与支付服务商合作，作为其商户代理(MoR)。

探索拉丁美洲的支付格局



零售商为何选择与PPRO合作

要在全球电子商务中取得成功，无论身处何地，都能提供符合当地消费者期望的支付体验。PPRO帮助企业应对全球扩张中的复杂挑战，将本地支付洞察转化为竞争优势。

更快拓展全球市场

PPRO支持“一次构建，全球拓展”。通过单次集成零售店即可接入全球85个以上市场，在竞争对手仍处于整合阶段时，率先成功进入新市场。

提供本地化的支付体验

消费者希望以熟悉、安全且便捷的方式完成支付。从巴西的Pix到波兰的BLIK，PPRO为企业提供覆盖关键市场的本地支付方式。如果不确定某个市场应采用怎样的支付组合，我们的专家将提供专业建议，帮助选择消费者熟悉且偏爱的支付选项。

值得信赖的性能表现

在关键时刻，PPRO助你轻松应对。在2025年黑色星期五(Black Friday)和网购星期一(Cyber Monday)大促期间，我们处理了创纪录的交易量，并实现了零故障的出色表现。此外，智能路由和自动重试等提升转化率的功能，可提高授权率，实现销售业绩最大化。

减轻运营负担

PPRO为企业处理本地复杂事务，让您无需为此费心。从在拉美等地区计算和代扣当地税费，到跨国家和多币种的统一报告与结算，我们将后台运营化繁为简。只需一份结算文件、一种报告格式，从而有更多时间专注于发展核心业务。

展望未来： 2026年全球零售关键议题

迈向2026年，零售行业领导者的任务已十分明确：聚焦可控因素，进一步夯实支付基础能力。尽管宏观环境依然充满不确定性，但企业可以通过优化支付组合、运用数据驱动的洞察提升结账体验，从而提高全球转化率的增长。

预计到2030年，数字钱包将**占全球电子商务总额的65%**，而更广泛的替代支付方式**预计将占在线交易的79%**。如果零售商未能及时适应这一趋势，将面临销售额降低和客户忠诚度下降的风险，因为消费者会转向能够提供其偏好支付方式的商家。

提高转化率和增强客户留存率的关键在于满足消费者的需求。让客户体验本地化，企业可以将交易流程，转变为更深层次的客户互动、提升转化率并加速增长的战略路径。



提升全球支付战略，从本地化开始

不要让碎片化的支付格局拖慢扩张步伐。与PPRO专家们合作，量身打造契合重点市场需求的零售支付战略，全面提升业务表现。

了解更多，请访问ppro.com/retail



© 2026 PPRO Financial Ltd版权所有；本出版物受版权保护。
保留所有权利，尤其包括（含摘录内容）的复制、翻译及传播。



关注PPRO官方微信