

2026 拉美手游 营销趋势报告

2026 Latin American Mobile Game Marketing Trends Report

广大大数据研究院 × PhotonPay光子易 联合出品

2026年11月

广大大 SocialPeta × PHOTONPAY

目录 / Contents

01 **拉美手游市场概览与趋势洞察**

拉美市场下载收入以及手游投放大盘洞察和拉美收入投放下载榜单

02 **热门市场手游营销观察**

巴西、墨西哥、阿根廷等热门市场营销洞察

03 **热门游戏品类营销观察**

策略、益智与娱乐场产品营销剖析

04 **热门手游广告主观察**

本土厂商以及优秀出海企业拉美营销案例鉴赏

05 **支付生态与变现策略**

拉美各国手游支付政策详解与策略剖析



关于广大大 广大大 SocialPeta

全球领先广告营销平台，AI加持快速定位全球爆款创意

使用广大大洞察竞争对手的广告数据，可通过全球渠道、媒体、广告主的不同维度广告数据获取信息和灵感。我们覆盖超70个国家/地区，80+全球广告渠道。比如Meta，YouTube，TikTok，Unity等知名广告渠道，全部广告创意已经达到17亿级别，并保持小时级别更新频率。

通过**投放天数、展现曝光、热度、互动、人气值**5大指标，我们可以快速定位出在投优质素材，为您提供实时的市场营销参考。

广大大作为全球领先的广告营销平台，凭借庞大的数据库和服务上千家移动应用客户的经验，为移动营销从业者提供更切实可行的方法论，助力打造出更受玩家喜爱的应用作品。

600W
APP广告主

17亿
APP创意素材

120W
每日更新

官网：www.guangdada.net

关于PhotonPay光子易 PHOTONPAY

PhotonPay光子易是下一代全球金融操作系统，通过技术打破金融边界，为全球企业建立稳定、高效、透明的数字化价值网络。

作为全球200,000家企业信赖的金融科技平台，PhotonPay光子易通过遍布全球的运营网络、主流国家地区的支付牌照及深厚的合规资质，建立了涵盖收款、分发、汇兑、发卡等多元化产品矩阵。

目前，PhotonPay光子易在全球设有超过10个分支机构，业务覆盖超200个国家和地区。我们专注于打造高效、安全且程序化的支付体验，为客户简化日益复杂的支付环境，助力企业在全球市场实现规模化增长。

200+
国家/地区覆盖

20W+
全球企业信赖

$65B+
年化处理交易额
截至2026年8月末

60+
主流币种支持

97%
当日到账
68%可实现秒级到账

30+
国际金融牌照与许可

官网：www.photonpay.com.cn



01

拉美手游市场概览与趋势洞察

Overview and Trend Insights of the Latin American Mobile Game Market

广大大 SocialPeta × PHOTONPAY

2026年 拉美手游投放趋势观察

存量广告主仍是投放主体，同时新玩家持续入局，市场竞争呈现扩容与成熟并行的特点

以南美为例，2026年9月Android移动端网页访问份额达83.5%，广泛的设备覆盖为手游广告主提供了规模化触达基础。

2026年 月均在投广告主

50.6K

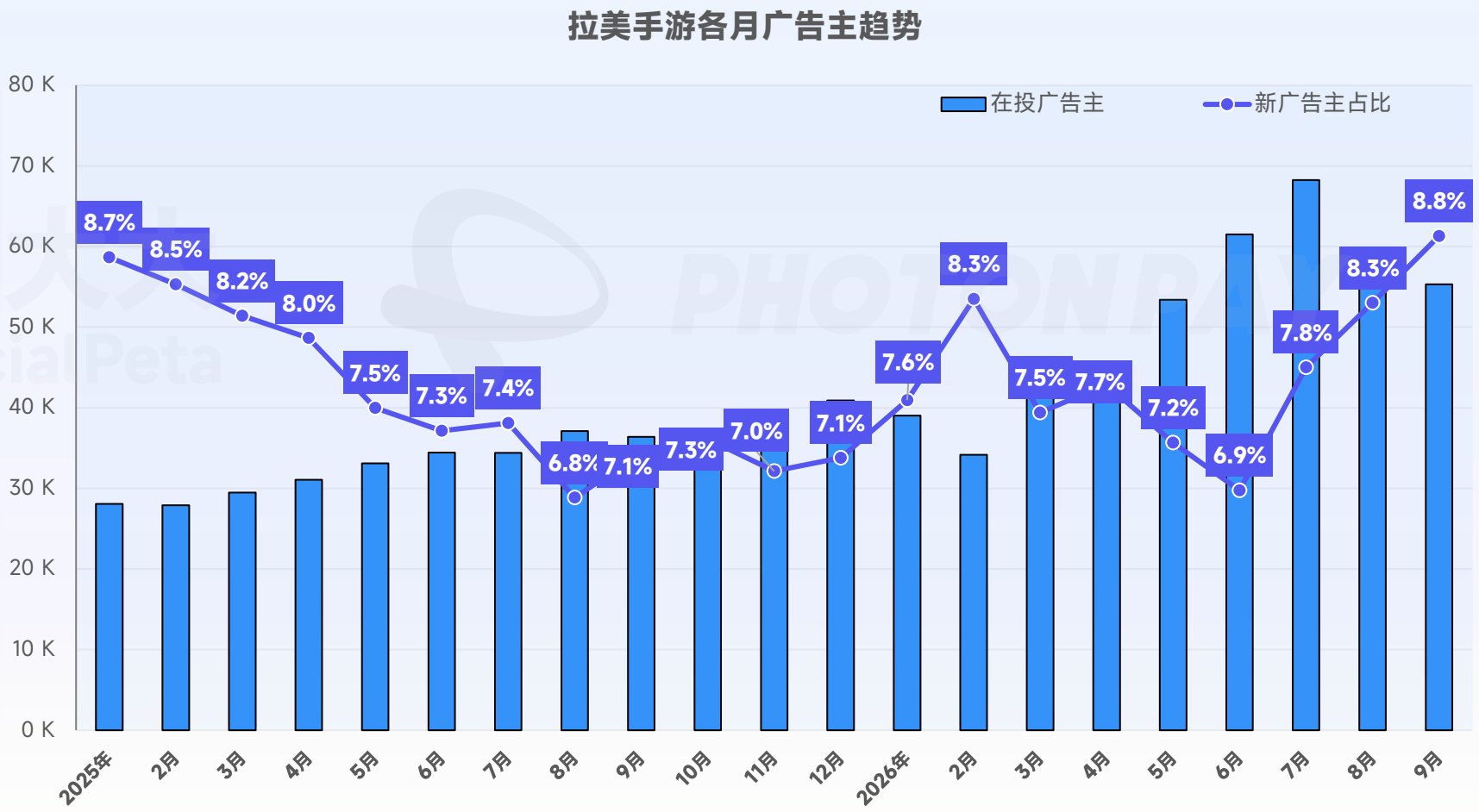
同比55.8%↑

环比40.4%↑

2026年 月均新广告主占比

7.8%

月均新广告主：3.9K



Source：广大大，根据后台抓取数据整理统计；
Date Range：2025/1~2026/9

2026年 拉美手游投放趋势观察

拉美手游素材更新活跃，新创意占比持续提升

2026年拉美手游每月投新广告主占比达74.4%，新素材占比达41.5%，较2025年均有提升，6月新素材占比更达到49.4%。

买量竞争正在推动厂商加快创意迭代，通过持续测试玩法展示、叙事包装与视觉表现寻找有效素材。AI辅助创意生产进一步降低了多版本测试的制作门槛。

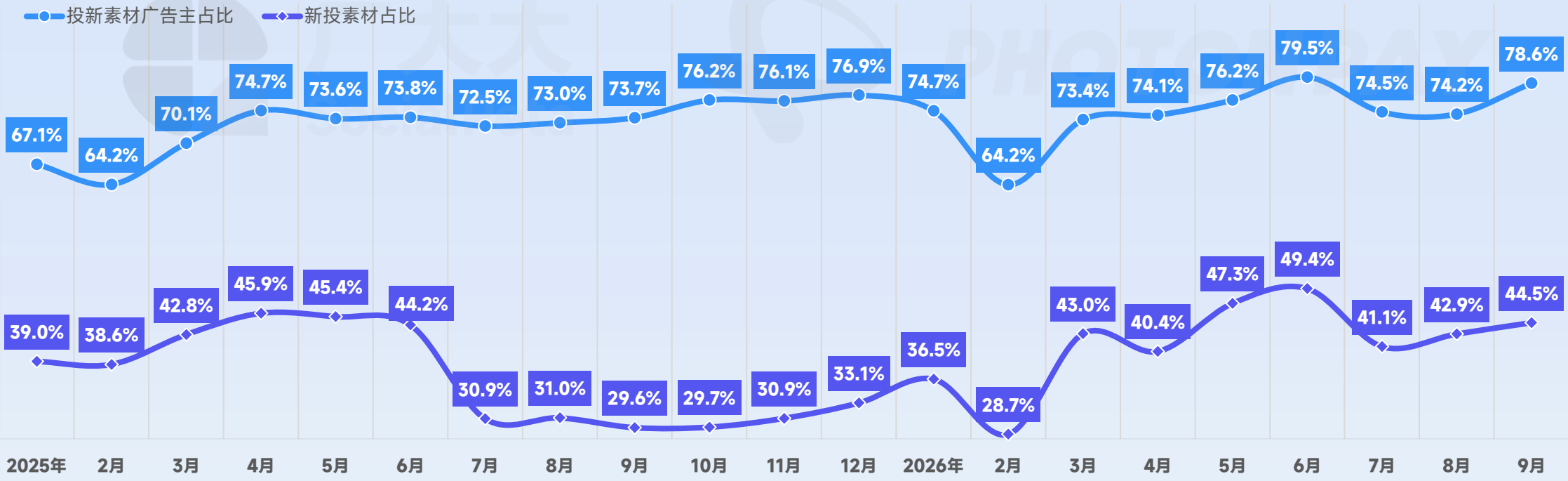
74.4% 同比：4.2%↑

2026年 每月投新广告主占比

41.5% 同比：7.6%↑

2026年 每月新素材占比

每月投新素材广告主和新素材占比趋势



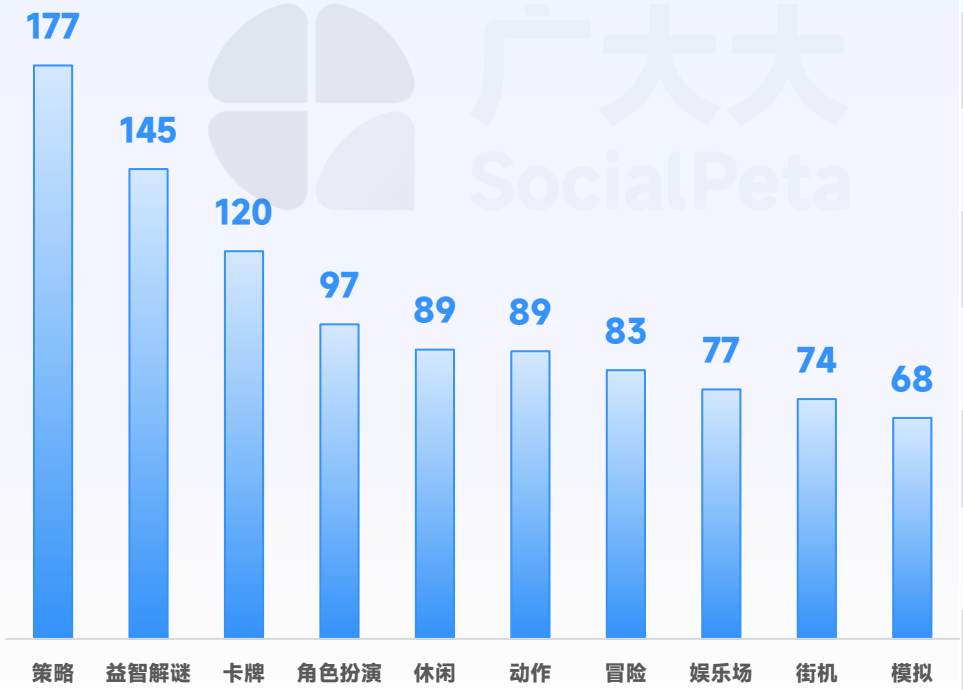
Source：广大大，根据后台抓取数据整理统计；
Date Range：2025/1~2026/9

2026年 拉美手游热门品类营销观察

娱乐场与休闲占据投放主力，益智解谜竞争更加密集

娱乐场与休闲品类广告主合计占比近57%，益智解谜素材占比则明显高于广告主占比。凭借直观的玩法展示与视觉反馈，休闲益智产品更容易跨越拉美多语言市场的传播门槛。

2026年拉美热门品类手游月均素材量



类别名称	广告主占比	与全球对比	类别名称	素材占比	与全球对比
娱乐场	29.34%	-17.65%	休闲	24.47%	1.66%
休闲	27.64%	8.43%	娱乐场	20.53%	-1.54%
益智解谜	10.85%	2.16%	益智解谜	17.22%	2.62%
模拟	6.85%	2.09%	策略	6.87%	0.22%
RPG	4.56%	1.20%	RPG	6.51%	-1.94%
动作	4.28%	1.28%	模拟	6.01%	-0.15%
策略	3.22%	0.78%	动作	4.74%	0.24%
街机	3.03%	0.64%	桌面	3.95%	0.42%
冒险	2.34%	0.45%	卡牌	2.18%	-0.46%
卡牌	1.48%	0.12%	冒险	1.79%	-0.25%

Source：广大大，根据后台抓取数据整理统计；
Date Range：2026/1~2026/9

2026年 拉美手游素材趋势观察

娱乐场与休闲占据投放主力，益智解谜竞争更加密集

娱乐场与休闲品类广告主合计占比近57%，益智解谜素材占比则明显高于广告主占比。凭借直观的玩法展示与视觉反馈，休闲益智产品更容易跨越拉美多语言市场的传播门槛。

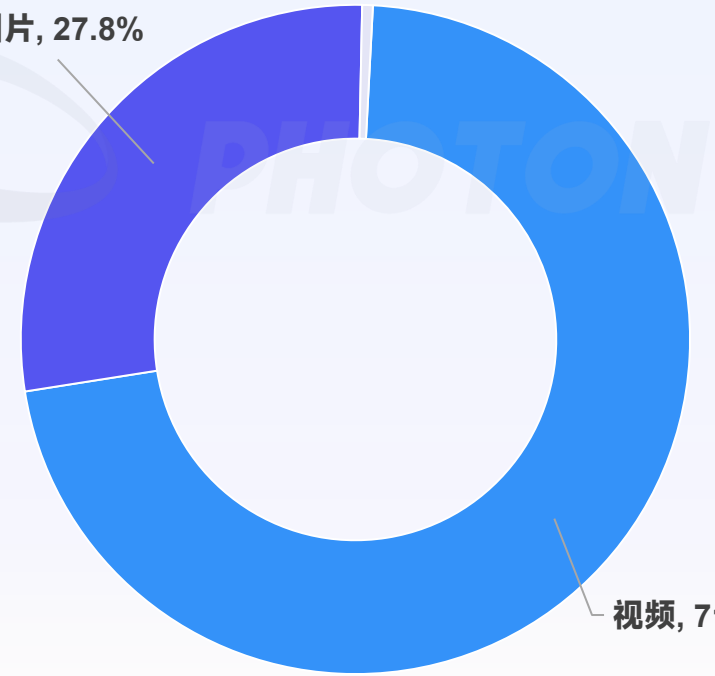
1 视频类素材时长观察

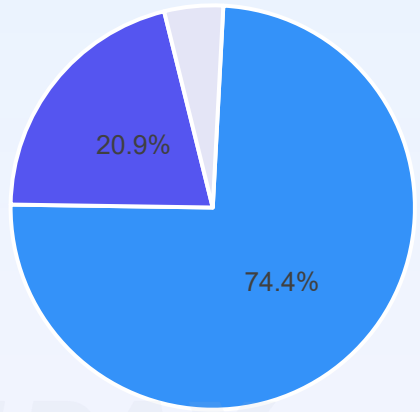


2 图片类素材类型观察



2026年拉美手游素材类型占比







Source：广大大，根据后台抓取数据整理统计；
Date Range：2026/1~2026/9

2026年 拉美手游广告主与素材各系统占比

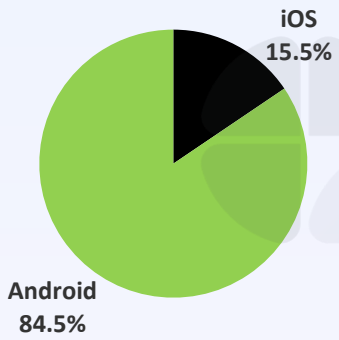
广告主：Android端广告主占比达84.5%，在休闲、益智解谜及娱乐场品类优势尤为突出，反映出拉美手游买量对Android庞大用户基础的依赖。

素材：iOS端素材占比达22.5%，高于广告主占比7个百分点，墨西哥与秘鲁均超过25%。体育、冒险及RPG品类的iOS端素材比重相对突出，体现出不同市场与游戏品类的差异化创意布局。

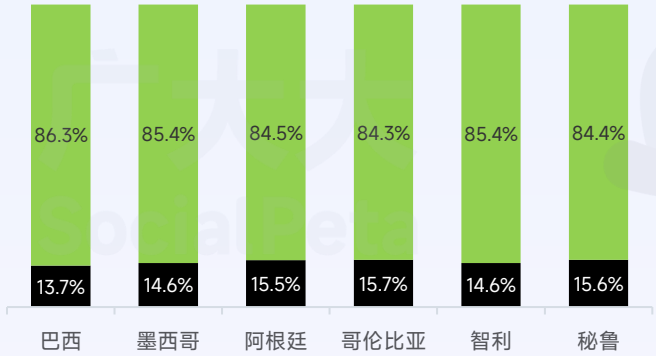
手游广告主各系统占比

iOS Android

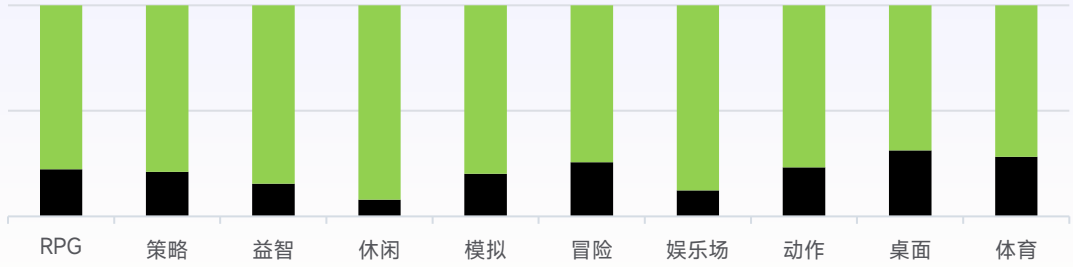
整体广告主占比



分国家广告主占比



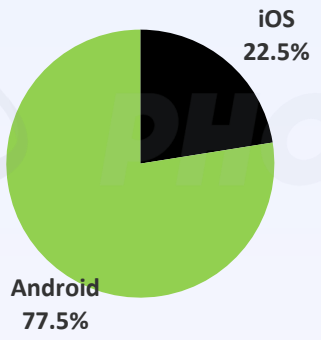
热门品类各系统广告主占比



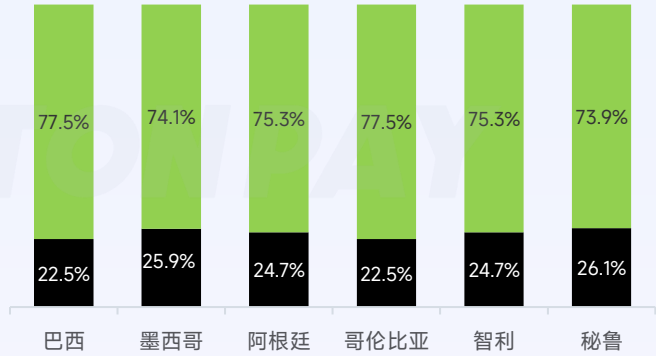
手游素材各系统占比

iOS Android

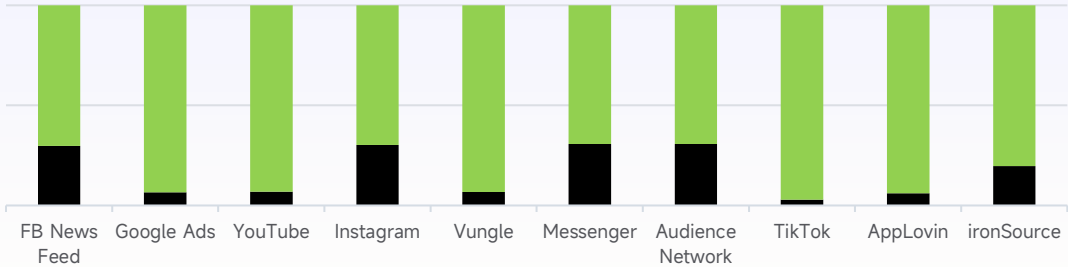
整体素材占比



分国家素材占比



热门渠道各系统素材占比



Source：广大大-广告主-投放榜单模块数据，按照时间段内广告主去重后素材数量高低排序；
Date Range：2026/1~2026/9

2026年 拉美手游投放TOP20

iOS

1	Vita Mahjong	乐信圣文	11	Savage Survival: Jurassic Isle	Phantix Games
2	Tile Explorer	乐信圣文	12	Суетология	Arcane Gaming
3	Gardenscapes	Playrix	13	3D World Puzzle	Tran Dinh Hung
4	Amaze GO!™	乐信圣文	14	Zen Color - Color By Number	乐信圣文
5	Eternal Sword Pact	乐牛游戏	15	Match Villains	Good Job Games
6	Zen Word®	乐信圣文	16	Mystery Town: Merge Games	乐信圣文
7	Dawnbound Heroes	Storm Interactive Entertainment	17	Braindom: Brain Games Test Out	Lahana Games
8	Jigsawcard Solitaire Puzzle	乐信圣文	18	Tennis Clash: Sports Stars Game	Wildlife Studios
9	Mega Bounty:Rookie Fleet	RF MEDIA	19	Riddle Test: Brain Teaser Game	Kidding Box
10	Kingshot	点点互动	20	Foundation: Galactic Frontier	FunPlus

Android

1	Tile Explorer	乐信圣文	11	Block Crush!	Wonderful Studio
2	Vita Mahjong	乐信圣文	12	Epic Heroes	Dinosaur-Games
3	Mahjong Blast	Hungry Studio	13	Block Blast!	Hungry Studio
4	Dark War Survival	Omnilojo	14	Tile Clear - Puzzle Game	乐信圣文
5	Zen Word®	乐信圣文	15	Last Z: Survival Shooter	Omnilojo
6	Hero Clash	冰川网络	16	Township	Playrix
7	Amaze GO!™	乐信圣文	17	Jigsawscapes	乐信圣文
8	Jigsawcard Solitaire Puzzle	乐信圣文	18	Tile Home®:Match Puzzle Games	Mindful Daily Puzzles
9	Mystery Town: Merge Games	乐信圣文	19	Epic Route:Ahead	Stockpicker
10	9f.bet.br	9F.BET.BR	20	Gardenscapes	Playrix

Source：广大大-广告主-投放榜单模块数据，按照时间段内广告主去重后素材数量高低排序；
Date Range：2026/1~2026/9

2026年 拉美手游收入TOP20

App Store

1	Free Fire x NARUTO SHIPPUDEN	Garena	11	Gardenscapes	Playrix
2	Candy Crush Saga	King	12	Kingshot	点点互动
3	Gossip Harbor®: Merge & Story	柠檬微趣	13	Call of Duty®: Mobile	Activision Publishing
4	eFootball™	KONAMI	14	Whiteout Survival	点点互动
5	Clash Royale	Supercell	15	MONOPOLY GO!	Scopely
6	Royal Match	Dream Games	16	Toon Blast	Peak Games
7	Last War:Survival	FUNFLY	17	Travel Town	Moon Active
8	Last Z: Survival Shooter	Omnilojo	18	EA SPORTS FC™ Football Mobile	Electronic Arts
9	Pokémon GO	Scopely	19	Coin Master	Moon Active
10	Township	Playrix	20	Brawl Stars	Supercell

Google Play

1	Free Fire x NARUTO SHIPPUDEN	Garena	11	Pokémon GO	Scopely
2	Roblox	Roblox	12	Last Z: Survival Shooter	Omnilojo
3	Coin Master	Moon Active	13	Kingshot	点点互动
4	Gossip Harbor: Merge & Story	柠檬微趣	14	Call of Duty®: Mobile	Activision Publishing
5	Candy Crush Saga	King	15	Brawl Stars	Supercell
6	Royal Match	Dream Games	16	Royal Kingdom	Dream Games
7	eFootball™	KONAMI	17	League of Legends: Wild Rift	Riot Games
8	Clash Royale	Supercell	18	Whiteout Survival	点点互动
9	Gardenscapes	Playrix	19	MONOPOLY GO!	Scopely
10	Last War:Survival Game	FUNFLY	20	Travel Town: Odisea combinada	Magmatic Games

Source：广大大-应用商店-下载收入榜单模块数据，按照时间段内收入总量高低排序；
Date Range：2026/1~2026/9

2026年 拉美手游下载TOP20

App Store

1	Block Blast!	Hungry Studio	11	Gossip Harbor®: Merge & Story	柠檬微趣
2	Free Fire x NARUTO SHIPPUDEN	Garena	12	Clash Royale	Supercell
3	Roblox	Roblox	13	FIFA Panini Collection	Panini S.p.A.
4	Magic Sort!	Grand Games A.Ş.	14	8 Ball Pool™	Miniclip
5	Solitaire Associations Journey	Hitapps Games	15	Brawl Stars	Supercell
6	Block Out!	Grand Games A.Ş.	16	Bus Traffic Fever!	GOODROID
7	Vita Mahjong	乐信圣文	17	Fortnite	Epic Games
8	Among Us!	InnerSloth LLC	18	Township	Playrix
9	Subway Surfers	Sybo Games	19	OneState RP: Role Play Online	CHILLBASE
10	Jewel Coloring	Ta Ta Game	20	Imposter Game - Who's the Spy?	Cosmicode Lda

Google Play

1	Free Fire x NARUTO SHIPPUDEN	Garena	11	Block Crazy Robo World Craft	Prokids Studio
2	Roblox	Roblox	12	Amaze GO! Avatar World	Pazu Games
3	Block Blast!	HungryStudio	13	Block Craft 3D: Simulador	Wildlife Studios
4	Subway Surfers	SYBO Games	14	Football League 2026	MOBILE SOCCER
5	Pou	Zakeh	15	Royal Kingdom	Dream Games
6	My Talking Angela 2	金科汤姆猫	16	Blood Strike: 2.5 Anniversary	网易
7	EA SPORTS FC™ Fútbol Mobile 27	ELECTRONIC ARTS	17	Jogos para 2 3 e 4 Jogadores	Better World Games
8	My Talking Tom 2	金科汤姆猫	18	Mob Control	Voodoo
9	Color Block: Combo Blast	常春藤移动	19	Mi Talking Tom: Amigos	金科汤姆猫
10	Stumble Guys	Scopely	20	Vita Mahjong	乐信圣文

Source：广大大-应用商店-下载收入榜单模块数据，按照时间段内下载总量高低排序；
Date Range：2026/1~2026/9



02

拉美热门市场手游营销观察

Mobile Game Marketing Insights in Top Latin American Markets

广大大 SocialPeta × PHOTONPAY

巴西：安卓占绝对主导，模拟与益智类投放竞争最激烈

市场规模 | Market Size

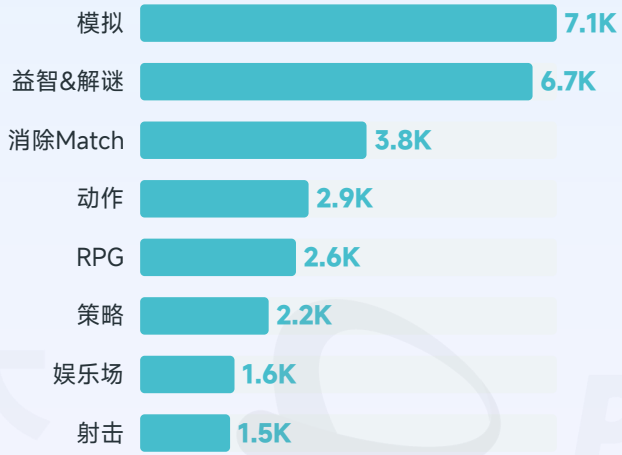
34.7K

在投手游广告主（2026.1–9）
Android 30.3K | iOS 4.3K

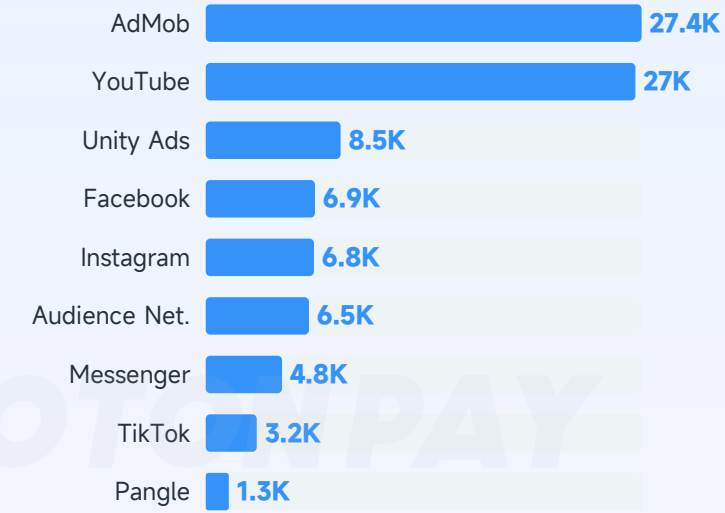
39.1K

头部广告主近90天在投素材数
Amaze GO!™（乐信圣文）

热门品类投放热度（广告主数）



核心渠道广告主覆盖（广告主数）



核心洞察 | Key Insights

- 安卓主导：广告主数约为 iOS 的 7 倍
- AdMob 与 YouTube 触达超 26K广告主
- 模拟/益智/消除广告主近 14K，最拥挤
- 头部投放榜由中国休闲厂商主导

巴西手游投放 TOP5 · Android（近90天）

#	产品	厂商	素材数
1	Amaze GO!™	乐信圣文	39.1K
2	Tile Explorer - Triple Match	乐信圣文	36.5K
3	Hero Clash	冰川网络	30.1K
4	Vita Mahjong	乐信圣文	18.4K
5	Pixel Gun 2	Pixel Gun 3D	15.1K

巴西手游投放 TOP5 · iOS（近90天）

#	产品	厂商	素材数
1	Vita Mahjong	乐信圣文	13.1K
2	Dawnbound Heroes	風暴互娛	9.1K
3	Amaze GO!™	乐信圣文	3.9K
4	One Line: Drawing Puzzle Game	Kidding Box	3.6K
5	Game of Thrones: Dragonfire	Warner Bros.	3.4K

Source：广大大-市场洞察国家地区分析（头部投放榜为近90天数据）
Date Range：2026/1~2026/9

墨西哥：规模居拉美第二，Google 系集中度高

市场规模 | Market Size

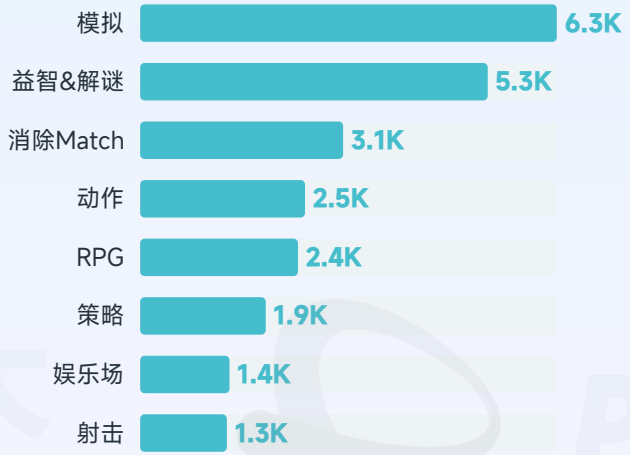
28.7K

在投手游广告主（2026.1–9）
Android 24.8K | iOS 3.9K

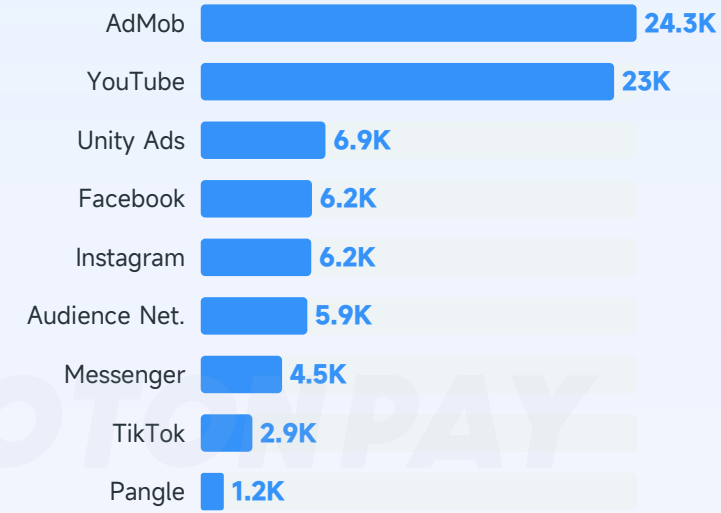
19.9K

头部广告主近90天在投素材数
Tile Explorer - Triple Match（乐信圣文）

热门品类投放热度（广告主数）



核心渠道广告主覆盖（广告主数）



核心洞察 | Key Insights

- 广告主 28.7K，约为巴西市场的 83%
- AdMob/YouTube 各触达 23K+ 广告主
- 模拟/益智/消除广告主超 12K
- iOS 端 Vita Mahjong 素材 13K领跑

墨西哥手游投放 TOP5 · Android（近90天）

#	产品	厂商	素材数
1	Tile Explorer	乐信圣文	19.9K
2	Amaze GO!™	乐信圣文	12.9K
3	Vita Mahjong	乐信圣文	8.5K
4	Tile Clear - Puzzle Game	乐信圣文	7.7K
5	Mahjong Blast	Hungry Studio	6.4K

墨西哥手游投放 TOP5 · iOS（近90天）

#	产品	厂商	素材数
1	Vita Mahjong	乐信圣文	13.5K
2	Dawnbound Heroes	風暴互娛	6.9K
3	Intellecto Kids Learning Games	IntellectoKids Ltd	5.1K
4	Gardenscapes	Playrix	3.9K
5	Tile Explorer: Tiles Clear!	乐信圣文	3.6K

Source：广大大-市场洞察国家地区分析（头部投放榜为近90天数据）
Date Range：2026/1~2026/9

阿根廷 · 哥伦比亚 · 智利 · 秘鲁：格局趋同

阿根廷

Android 19K
iOS 3.1K

22K 在投手游广告主

TOP3 品类 模拟 5.3K | 益智&解谜 4.2K | 消除Match 2.5K

首要渠道 AdMob 19.1K | YouTube 18.7K

投放 TOP1 Vita Mahjong

近90天在投素材 36.2K 条

哥伦比亚

Android 17K
iOS 2.8K

20K 在投手游广告主

TOP3 品类 模拟 4.8K | 益智&解谜 3.9K | 消除Match 2.3K

首要渠道 AdMob 17.2K | YouTube 16.8K

投放 TOP1 Tile Explorer - Triple Match

近90天在投素材 17.2K 条

智利

Android 20K
iOS 3.1K

23K 在投手游广告主

TOP3 品类 模拟 5.1K | 益智&解谜 4.3K | 消除Match 2.5K

首要渠道 AdMob 20K | YouTube 18.7K

投放 TOP1 Vita Mahjong

近90天在投素材 36.7K 条

秘鲁

Android 16K
iOS 2.6K

18K 在投手游广告主

TOP3 品类 模拟 4.4K | 益智&解谜 3.6K | 消除Match 2.1K

首要渠道 AdMob 15.7K | YouTube 15.3K

投放 TOP1 Vita Mahjong

近90天在投素材 8.6K 条

Source：广大大-市场洞察国家地区分析（头部投放榜为近90天数据）
Date Range：2026/1~2026/9

Key LATAM Markets 热门市场分析

国家间营销趋势对比与迁移：共性结构下的分层复制

品类结构 · 六国一致

6 / 6

Simulation › Puzzle & Logic › Match

TOP3 完全相同

渠道结构 · 六国一致

6 / 6

AdMob › YouTube › Unity Ads

TOP3 完全相同

头部产品 · 跨国重合

3 款 × 5 国

Amaze GO! / Tile Explorer / Vita Mahjong

同入 5 国 Android TOP3

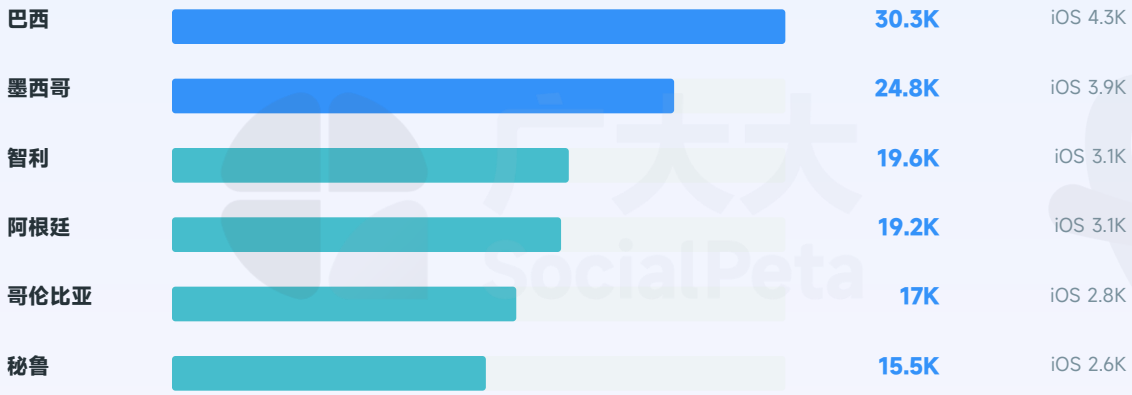
TikTok 相对信号

11.9%–15.5%

TikTok ÷ YouTube 在投广告主数

巴西最低 · 秘鲁最高

市场规模 | 在投广告主（2026.1–9）



巴西 Android 广告主约为秘鲁 2.0 倍；六国 iOS 占双端合计均为 12.5%–14.2%

差异信号 | 共性结构下需要单独测试的变量

品类差异 · 智利

RPG 2.1K > Action 2K

可将 RPG 从通用休闲素材池中拆出，单测剧情、成长与战斗卖点。

渠道差异 · TikTok / YouTube 在投广告主比

巴西 11.9%	墨西哥 12.5%	智利 14.5%
阿根廷 13.9%	哥伦比亚 14.7%	**秘鲁 15.5%**

较小市场的相对数值更高，但仍需用消耗与转化数据复核。

产品差异

Dark War Survival 进入 2 国 Android TOP3；
Hero Clash 进入巴西 TOP3，头部重合之外仍保留国家差异。

跨国复制路径建议 | 分层推进，而非全区套用同一套素材

策略建议 · 非时间序列迁移结论

01 巴西 / 墨西哥 | 规模验证

以 AdMob / YouTube / Unity Ads 为基础组合，先验证核心玩法、本地语言钩子与视频素材。

→

02 智利 / 阿根廷 | 品类扩展

智利可单列 RPG 测试；阿根廷保留独立产品榜与素材池，避免直接照搬巴西。

→

03 哥伦比亚 / 秘鲁 | 轻量复制

复用已验证结构，以小预算测试 TikTok；结合消耗与转化表现再决定扩量。

Source：广大大 ；在投广告主与品类为 2026/1–9，头部投放榜为近 90 天。TikTok/YouTube 为在投广告主数之比，非消耗占比；iOS 占比为 iOS ÷（Android+iOS）。
“迁移”部分为基于六国共性与差异信号提出的跨国复制建议，不代表已观察到的时间迁移。

六国对比与趋势迁移：休闲主导、多国通投

国家	广告主总数	Android占比	热门品类 TOP2	首要渠道（广告主数）	近90天投放 TOP1（Android）
巴西	34.7K	88%	模拟 / 益智&解谜	AdMob 27.4K	Amaze GO!™
墨西哥	28.7K	86%	模拟 / 益智&解谜	AdMob 24.3K	Tile Explorer - Triple Match
智利	22.7K	87%	模拟 / 益智&解谜	AdMob 20K	Vita Mahjong
阿根廷	22.3K	86%	模拟 / 益智&解谜	AdMob 19.1K	Vita Mahjong
哥伦比亚	19.8K	86%	模拟 / 益智&解谜	AdMob 17.2K	Tile Explorer - Triple Match
秘鲁	18.1K	86%	模拟 / 益智&解谜	AdMob 15.7K	Vita Mahjong

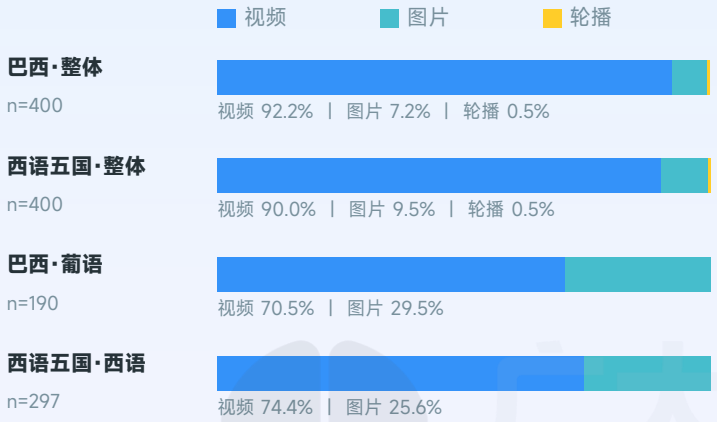
趋势迁移洞察 | Trend & Migration Insights

- 规模梯队分明：巴西（35K）＞墨西哥（29K）＞智利≈阿根廷（22K）＞哥伦比亚（20K）＞秘鲁（18K），六国均为安卓主导（占比 86%–88%）
- 品类结构高度一致：六国 TOP3 均为模拟、益智&解谜、消除——休闲创意可跨国复用，本地化重点在语言（葡语/西语）而非玩法
- 渠道格局趋同：AdMob 与 YouTube 在六国均稳居前二，Google 系是拉美买量的绝对基础设施；Unity Ads 稳居第三
- 头部产品多国通投：Vita Mahjong、Amaze GO!™、Tile Explorer 等中国休闲产品在多国同步登顶，呈现「头部产品在多个国家保持较高投放活跃度」的拉美通投策略

Source：广大大-市场洞察国家地区分析（头部投放榜为近90天数据）
Date Range：2026/1~2026/9

热门素材视频占九成，本地语言创意强化直接表达

01 素材类型丨9 月周榜热门样本



本地语言样本图片占 25.6%–29.5%，高于整体样本的 7.2%–9.5%

02 语言与本地化丨不止于翻译

巴西整体样本 · 英文

74.2%

其他/未知 23.8%

西语五国整体 · 英文

74.8%

其他/未知 23.5%

英文素材仍占主导，本地语言版本需要单独评估

葡语 · 巴西

挑战 / 熟悉场景 / 真人情绪开场；解压、福利与经典 IP 卖点常见

西语 · 五国

真人强情绪、剧情悬念与直接卖点更突出；明确下载及“你来试试”引导常见

03 AIGC 创意渗透率

73%

整体拉美市场对AI生成素材接受度较高，比较热爱带有显著拉美特色的任务以及场景。

（筛选7-9月热门新投放手游TOP100）

可替代观察丨高频视觉内容标签（命中数）

巴西：多彩 133丨明亮 123丨高饱和 75

西语五国：明亮 181丨多彩 122丨高饱和 114

本地化创意示例丨热门样本中的原文与视觉钩子

PT One Line



“Você não pode desenhar isso”

挑战句 + 一笔画演示
葡语直接制造“你来试试”

4.4M展示丨Instagram

PT Free Fire × NARUTO



“Junte sua equipe, encare a Nove-Caudas...”

组队与保卫 Bermuda 的 CTA
以经典 IP 提升熟悉度

153K展示丨Tiktok

ES Braindom



“Nadie puede resolver estas adivinanzas”

“没人能解出”制造挑战
西语任务文案 + 开始按钮

3.6M展示丨Instagram

ES Rent Please!



“Gestiona tus pisos, cobra alquileres y haz crecer tu imperio.”

经营、收租、扩张连续卖点
西语直述玩法与成长目标

3.3M展示丨Instagram

点击素材查看完整创意

Source：广大大；2026 年 9 月周榜热门素材样本（9/7、9/14、9/21、9/28）。整体每组 n=400，葡语 n=190、西语 n=297；素材类型为样本占比，非全市场素材量。
AI 内容识别标签不等于 AIGC 生成；案例文案按版面节选，展示数为 MCP 返回字段。西语五国：墨西哥、智利、阿根廷、哥伦比亚、秘鲁。



03

拉美热门游戏品类营销观察

Marketing Insights into Popular Mobile Game Genres in Latin America

广大大 SocialPeta × PHOTONPAY

益智&解谜（含消除）：Q3 投放热度较 Q1 增长 59%

品类规模 | Category Size

44K+

六国在投品类广告主（2026.1–9）
益智&解谜 27.9K | 消除Match 16.3K

+59%

品类广告主季度增幅（Q3 vs Q1）
Q1 7K → Q3 11.1K

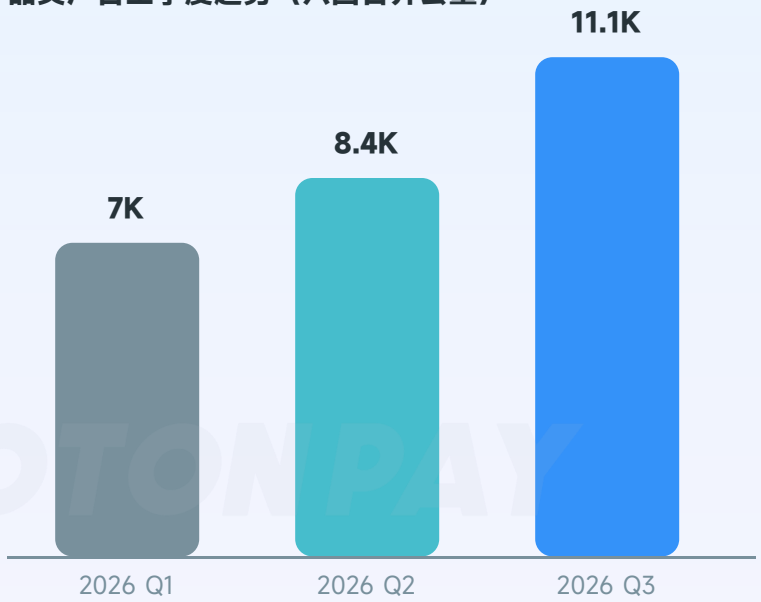
核心洞察 | Key Insights

- 品类广告主六国合计超 44K，居各品类之首
- 投放热度逐季攀升，Q3 环比 Q1 增长 59%
- 乐信圣文 双产品包揽巴西安卓前二
- Vita Mahjong 双端登顶，素材超 13K条

分国家品类广告主数（2026.1–9）



品类广告主季度趋势（六国合并去重）



Q3 在投品类广告主突破 11K，休闲益智买量竞争持续加剧

品类投放 TOP5 · 巴西 Android（近90天）

#	产品	厂商	素材数
1	Amaze GO!™	乐信圣文	39.1K
2	Tile Explorer - Triple Match	乐信圣文	33.7K
3	Vita Mahjong	乐信圣文	18.4K
4	Mahjong Blast	Hungry Studio	12.6K
5	Jigsawscapes® - Jigsaw Puzzles	乐信圣文	11.2K

品类投放 TOP5 · 墨西哥 Android（近90天）

#	产品	厂商	素材数
1	Tile Explorer - Triple Match	乐信圣文	19.9K
2	Amaze GO!™	乐信圣文	12.9K
3	Vita Mahjong	乐信圣文	8.5K
4	Tile Clear - Puzzle Game	乐信圣文	7.7K
5	Mahjong Blast	Hungry Studio	6.4K

Source：广大大-广告主分析（头部投放榜为近90天数据）
Date Range：2026/1~2026/9

策略：Q3 投放热度较 Q1 增长 25%

品类规模 | Category Size

10.4K

六国在投品类广告主（2026.1–9）

分国别加总 | 巴西 2.2K | 墨西哥 1.9K

+25%

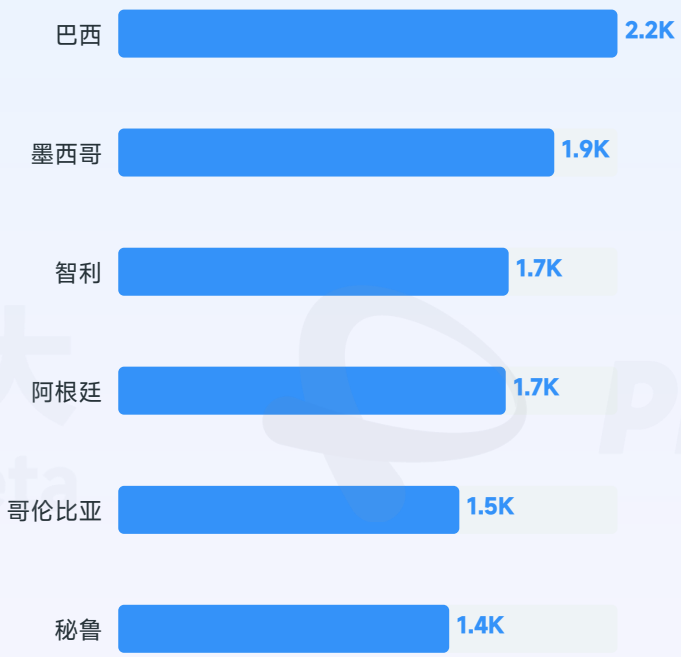
品类广告主季度增幅（Q3 vs Q1）

Q1 2K → Q3 2.5K

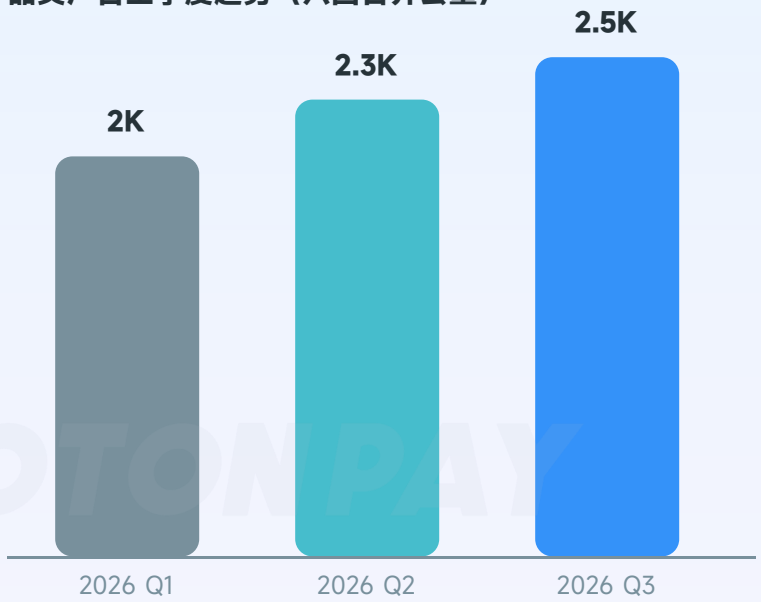
核心洞察 | Key Insights

- 六国分国别广告主合计 10.4K，巴西占 21%
- 投放热度逐季上升，Q3 较 Q1 增长 25%
- Aliens vs Zombies 巴西安卓投放居首
- VOODOO 三款产品进入墨西哥安卓前五

分国家品类广告主数（2026.1–9）



品类广告主季度趋势（六国合并去重）



Q3 在投广告主接近 2.5K，增长9%，增速较 Q2 放缓

品类投放 TOP5 · 巴西 Android（近90天）

#	产品	厂商	素材数
1	Aliens vs Zombies: Invasion	GAMEGEARS	6.5K
2	Isles of Kings	FUNGAME TECHNOLOGY	4.9K
3	Plants on Fire: Clash & Defend	朝夕光年	4.7K
4	Titan War	冰川网络	4.3K
5	Palmon: Survival	莉莉丝游戏	3.7K

品类投放 TOP5 · 墨西哥 Android（近90天）

#	产品	厂商	素材数
1	Castle Busters	VOODOO	4.8K
2	Draft Showdown	VOODOO	3.8K
3	Warline: Sniper Strike	Powerfantasy HK Limited	3.6K
4	Mob Control	VOODOO	3.4K
5	Last Z: Survival Shooter	Omnilojo	2.5K

Source：广大大-广告主分析（头部投放榜为近90天数据）
Date Range：2026/1~2026/9

Top Genres 热门品类观察

娱乐场：Q3 投放热度较 Q1 增长 38%

品类规模 | Category Size

6.8K

六国在投品类广告主（2026.1–9）

分国别加总 | 巴西 1.6K | 墨西哥 1.4K

+38%

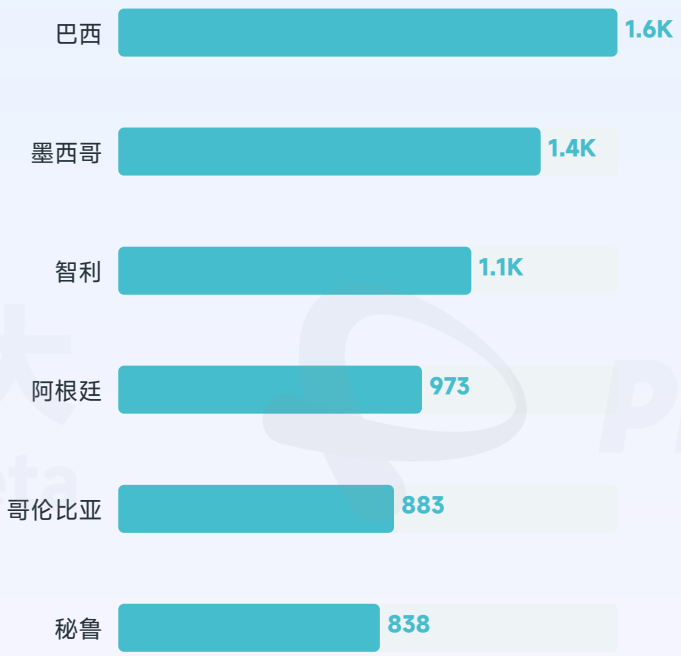
品类广告主季度增幅（Q3 vs Q1）

Q1 1.5K → Q3 2K

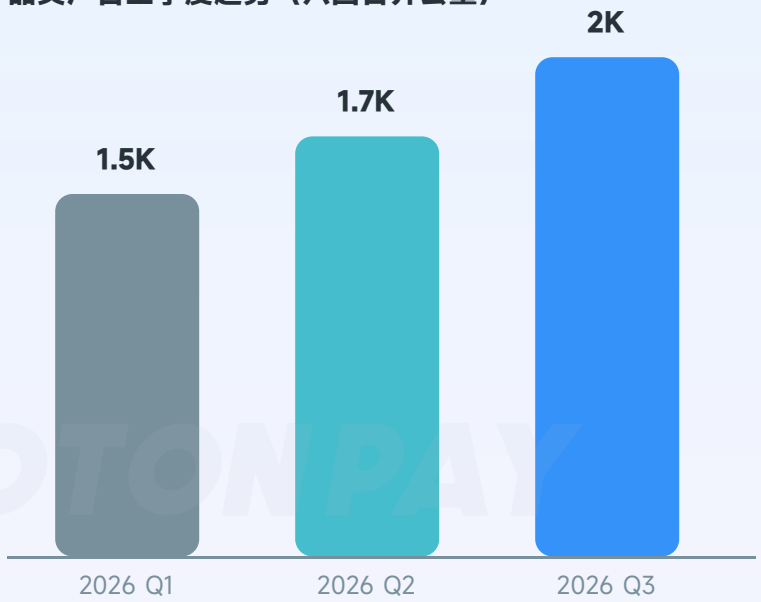
核心洞察 | Key Insights

- 六国分国别广告主合计 6.8K，巴西占 24%
- 投放热度逐季上升，Q3 较 Q1 增长 38%
- 9f.bet.br 巴西安卓榜首，素材近 12K条
- Slotomania 同列巴西、墨西哥安卓第 3

分国家品类广告主数（2026.1–9）



品类广告主季度趋势（六国合并去重）



Q3 在投广告主突破 2K，环比增长 19%，连续两季双位数增长

品类投放 TOP5 · 巴西 Android（近90天）

#	产品	厂商	素材数
1	9f.bet.br	9F.BET.BR	11.9K
2	P9 Cassino: Poker, Slots	p9.bet.br	5.2K
3	Slotomania™ Slots Casino Games	Playtika	1.6K
4	SupremaBet: Cassino & Apostas	Suprema LTDA	1.2K
5	Sunday City: Life RolePlay	KEFIR!	1.2K

品类投放 TOP5 · 墨西哥 Android（近90天）

#	产品	厂商	素材数
1	Lasbet.MX	Lasbet	3.2K
2	FUN88	FUN88MX	1.4K
3	Slotomania™ Slots Casino Games	Playtika	1.3K
4	BcGame MX	PUBLIPLAY MEXICO	1.1K
5	Jackpot World™	博乐游戏	900+

Source：广大大-广告主分析（头部投放榜为近90天数据）
Date Range：2026/1~2026/9

Top Genres 热门品类观察

中国出海厂商在拉美：六国覆盖与单品集中并存

广大大 SocialPeta | PHOTONPAY

Hero Clash · 冰川网络
40K
覆盖 4 国 | 巴西占 88.5%

Color Block · 常春藤移动
25.1K
六国覆盖 | 5 国出海榜第 1

IGG
24.2K
3 款产品 | 六国覆盖

Level Infinite（腾讯）
23.4K
4 款产品 | 六国覆盖

出海产品上榜素材 TOP8 | 六国可见合计



厂商矩阵 | 产品组合与覆盖

厂商	产品	国家	上榜素材
冰川网络	1	4	40K
常春藤移动	1	6	25.1K
IGG	3	6	24.2K
Level Infinite（腾讯）	4	6	23.4K
天天玩家	2	6	20.4K
羯磨科技	1	6	15.2K
克鲁网络	2	6	14.5K
莉莉丝游戏	2	6	14.5K

结构观察 | TOP8 中 6 款实现六国上榜

- 广覆盖：Color Block、Foodstars、MythWars、Rise of Kingdoms 等
- 单品集中：Hero Clash 巴西占其可见上榜素材 88.5%
- 多产品：IGG 与 Level Infinite 分别聚合 3 / 4 款上榜产品

重度品类信号

智利 / 秘鲁出海 TOP20 中，含策略标签产品分别为 7 / 8 款。

投放启示

休闲产品优先复用六国结构；RPG / 策略按国家拆分卖点与素材组合。

Source：广大大 SocialPeta MCP 出海投放榜，Android，近 90 天；巴西、墨西哥、智利、阿根廷、哥伦比亚、秘鲁各 TOP20。素材数为各国 TOP20 上榜合计，未上榜市场不计入，非全市场总量。
厂商按开发者字段聚合；国家覆盖指进入该国 TOP20，品类信号按产品标签统计。



04

拉美热门手游广告主观察

Insights into Top Mobile Game Advertisers in Latin America

广大大 SocialPeta × PHOTONPAY

Tennis Clash丨巴西本土热门厂商体育产品



Tennis Clash

Wildlife Studios · Sports

六国素材记录 · 分端合计
16.1K

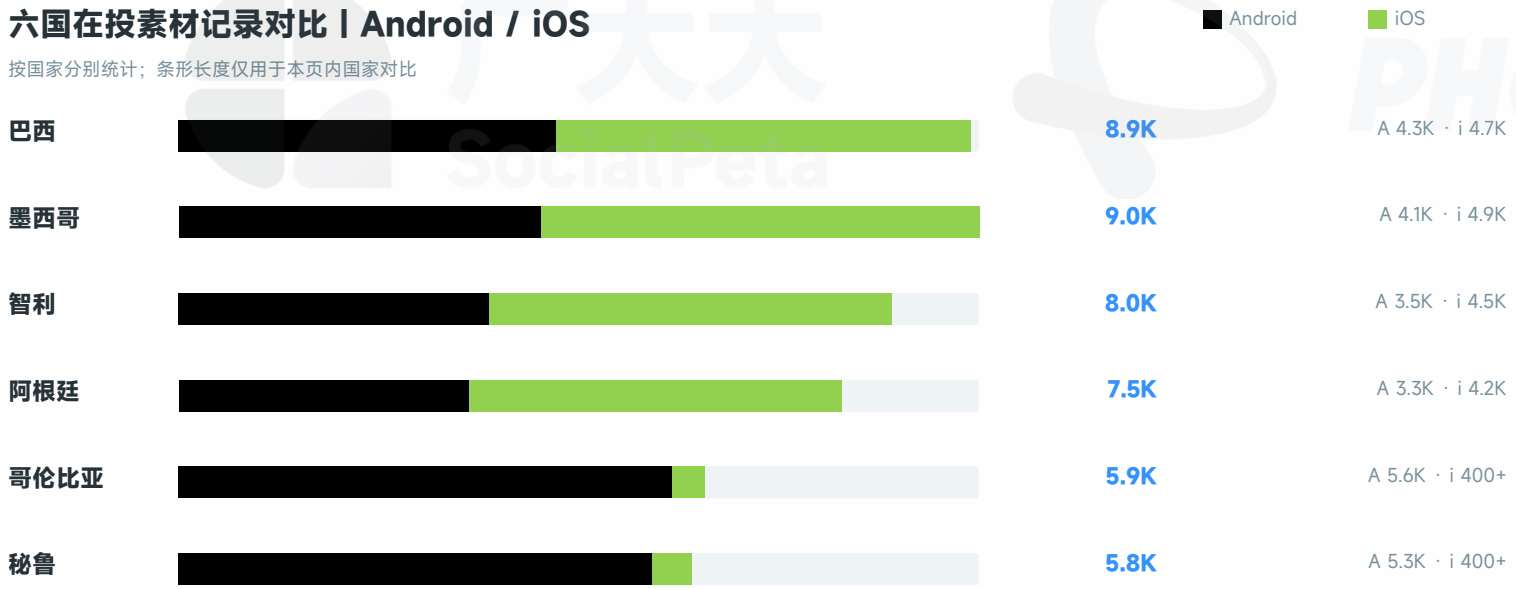
Android 素材记录
8.2K
分端占比 51.1%

iOS 素材记录
7.8K
分端占比 48.9%

拉美主投国家 · 双端合计
墨西哥
国家记录 9K

六国在投素材记录对比丨Android / iOS

按国家分别统计；条形长度仅用于本页内国家对比



A = Android，i = iOS；各国与双端均按素材记录口径，未跨国家 / 跨端去重。

结构观察

选案价值丨巴西本土热门厂商

01 墨西哥 9K、巴西 8.9K，两国国家记录规模接近

02 哥伦比亚 / 秘鲁 Android 占比分别为 93.9% / 92.3%，与其余四国明显不同

03 整体双端较均衡，但国家结构分化，建议按国家拆分版位与素材测试

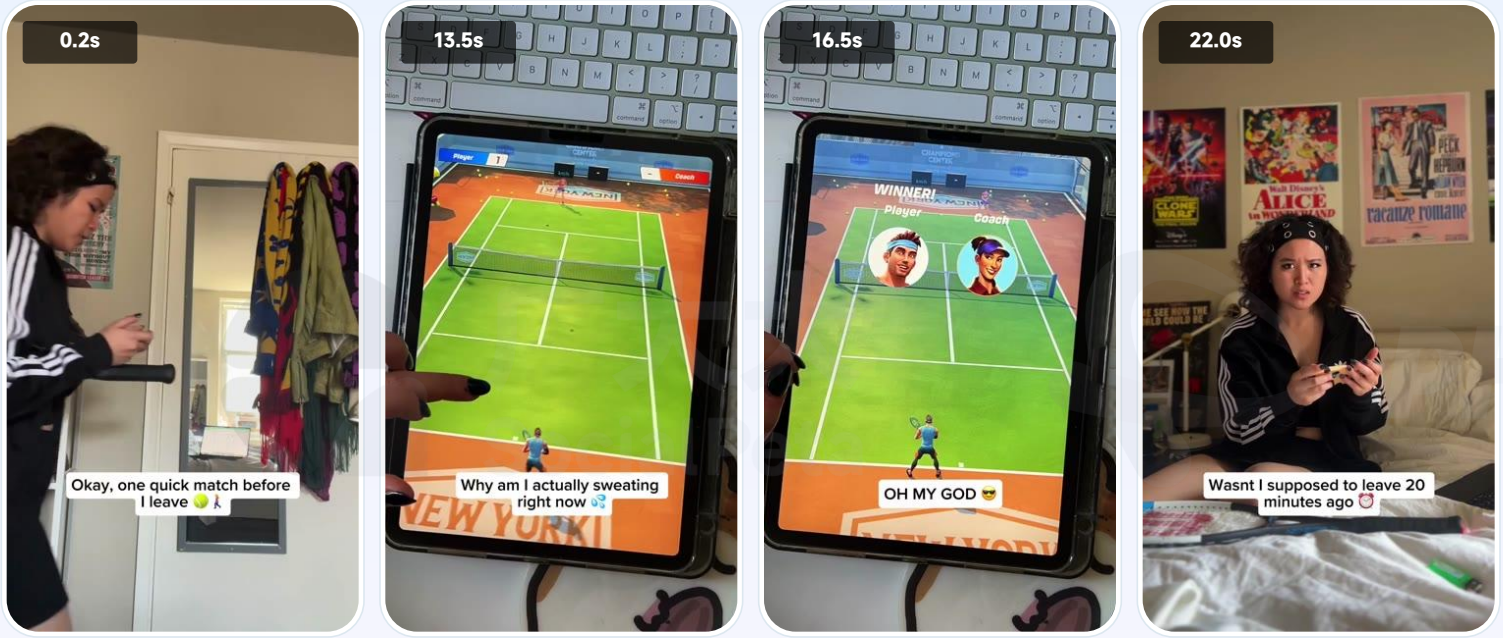
Source：投放数据来自广大大-广告主分析模块；
Date Range：2026/2~2026/9

素材深度分析丨Tennis Clash：真人剧情与对战交替

Crush the Court Now! 丨 FB News Feed · iOS 丨 竖版 720×1280 丨 23.2s 丨 首次发现 2026-07-14

分镜节奏丨4 个关键画面

点此查看完整素材



0–4s
出门前快速一局

4–15s
真人对战交替

15–20s
获胜与装备成长

20–23s
忘记出门反转

创意机制丨MCP 标签与内容判断

HOOK 熟悉场景/代入感

ENDING 无明确引导

素材标题

Crush the Court Now!

核心结构

生活化“再玩一局”场景连接真实情绪与竞技结果，结尾反转形成记忆点；

节奏拆解

真人与游戏画面多次交替，后段补充获胜、装备与剧情反转；实际视频 23.2 秒。

转化机制

“快速一局”降低尝试门槛，对战和获胜画面传达竞技爽感，装备界面补充成长卖点。

拉美本地化建议

英语口播可分别改写为葡语 / 西语，保留卧室、球拍等低理解门槛道具，并补测明确下载按钮。

Source：广大大-广告主分析模块，选取时间段内新投放展现或热度表现较高素材
Date Range：2026/7~2026/9

Free Fire丨拉美最受欢迎游戏之一



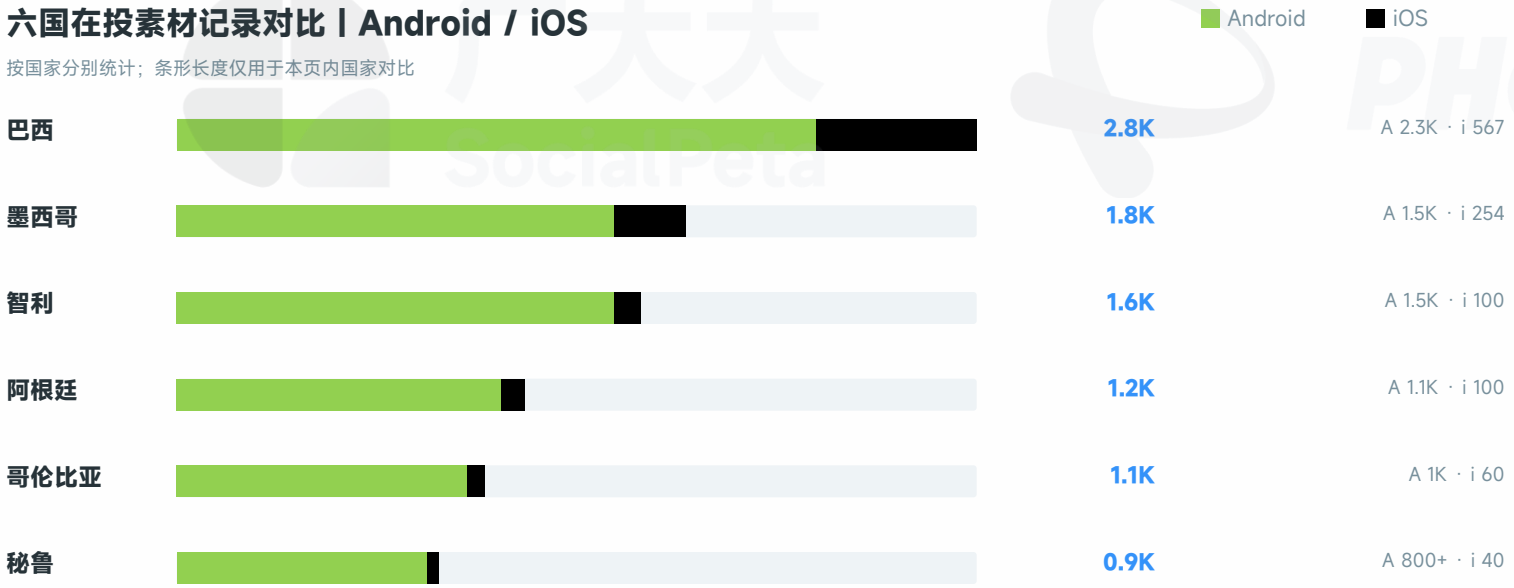
Free Fire

Garena · Action

六国素材记录 · 分端合计	Android 素材记录	iOS 素材记录	主投国家 · 双端合计
4.8K	4.0K	0.8K	巴西
	分端占比 82.2%	分端占比 17.8%	国家记录 2.8K

六国在投素材记录对比丨Android / iOS

按国家分别统计；条形长度仅用于本页内国家对比



A = Android，i = iOS；各国与双端均按素材记录口径，未跨国家 / 跨端去重。

结构观察

选案价值丨拉美国民级手游

01 巴西 2.8K，高于墨西哥 1.8K 与智利 1.6K，为六国最大国家市场。

02 巴西 iOS 记录 567，为六国最高；其该国 iOS 占比 20.0%，也高于其余五国。

03 Android 整体占 82.2%，可用 Android 验证核心创意，再保留巴西 iOS 专项测试。

Source：投放数据来自广大大-广告主分析模块；
Date Range：2026/2~2026/9

素材深度分析丨Free Fire：多人战斗与胜利收尾

Free Fire: 9th Anniversary 丨 AdMob · Android 丨 竖版 360×640 丨 32.6s 丨 首次发现 2026-06-30

分镜节奏丨4 个关键画面

点此查看完整素材



0–4s
角色与敌人进场



4–13s
多人对峙交战



13–27s
技能与连续击倒



27–33s
胜利庆祝 · Logo

创意机制丨MCP 标签与内容判断

HOOK 无独立hook

ENDING 品牌/LOGO收尾 / 胜利爽点定格

素材标题

Free Fire: 9th Anniversary

核心结构

连续对战和技能特效直接展示玩法，结尾以胜利庆祝与品牌露出收束；不依赖旁白或长文案。

节奏拆解

开场直接进入战斗，中段多轮交火与技能释放，27 秒后转入庆祝和品牌画面；实际 32.6 秒。

转化机制

多人对峙、击倒与胜利情绪连续给出即时反馈，用玩法画面降低跨语言理解成本。

拉美本地化建议

保留高饱和角色与战场画面，用葡语 / 西语短字幕标注组队、技能等卖点，减少长口播翻译负担。

Source：广大大-广告主分析模块，选取时间段内新投放展现或热度表现较高素材
Date Range：2026/7~2026/9

Gossip Harbor丨中国出海拉美营收最强产品之一



Gossip Harbor

柠檬微趣·Merge / Puzzle

六国素材记录 · 分端合计
5.5K

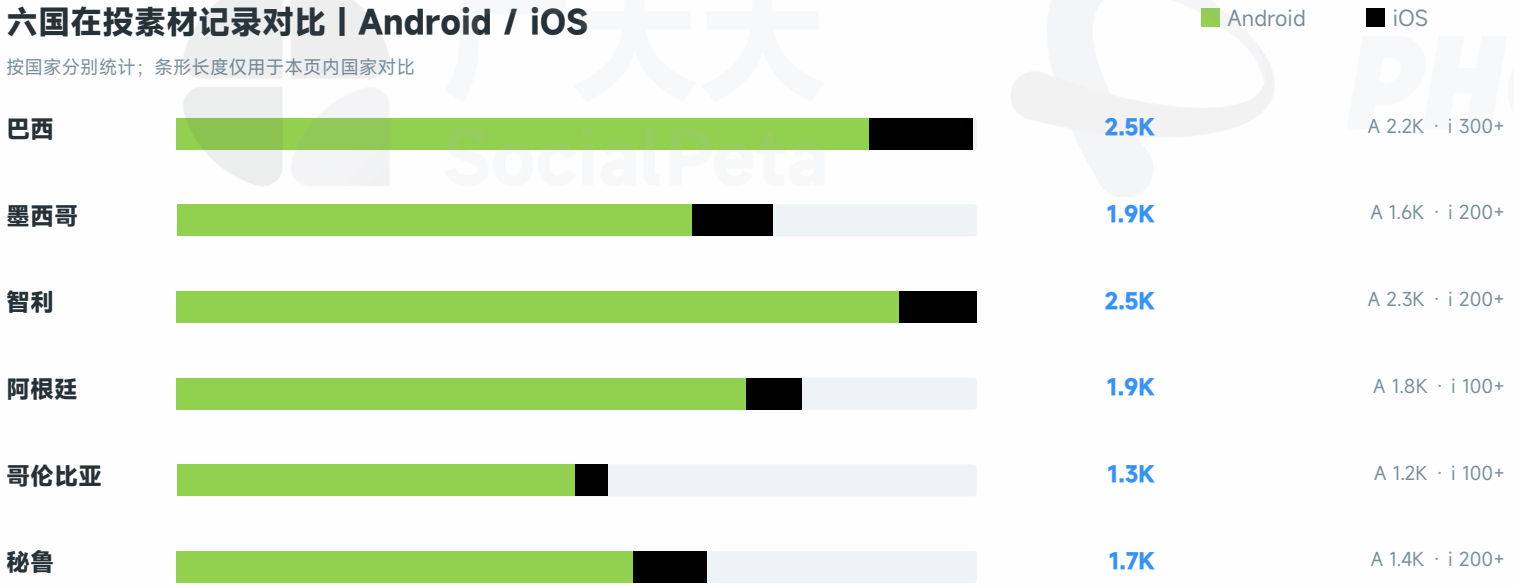
Android 素材记录
4.6K
分端占比 84.6%

iOS 素材记录
0.8K
分端占比 15.4%

主投国家 · 双端合计
智利
国家记录 2.5K

六国在投素材记录对比丨Android / iOS

按国家分别统计；条形长度仅用于本页内国家对比



A = Android，i = iOS；各国与双端均按素材记录口径，未跨国家 / 跨端去重。

结构观察

选案价值丨中国出海代表产品

01 智利 2.5K、巴西 2.5K，两国国家记录规模接近，阿根廷位居其后。

02 六国 Android 占比介于 86.2%–92.4%，Android 重心在不同国家保持一致。

03 可复用智利 / 巴西的验证框架，再按国家调整剧情字幕与 Android 版位组合。

Source：投放数据来自广大大-广告主分析模块；
Date Range：2026/2~2026/9

素材深度分析丨Gossip Harbor：剧情修复承接合成玩法

Gossip Harbor®: Merge & Story 丨 AdMob · Android 丨 竖版 360×640 丨 50.3s 丨 首次发现 2026-07-01

分镜节奏丨4 个关键画面

点此查看完整素材



0–4s
直接卖点抛出



4–34s
家庭变故与修复



34–47s
合成玩法与奖励



47–50s
Play Now 引导

创意机制丨MCP 标签与内容判断

HOOK	直接卖点抛出
ENDING	明确下载引导

素材标题

Gossip Harbor®: Merge & Story

核心结构

直接利益点、剧情修复和合成玩法依次展开，结尾提供明确 Play Now；No Ads 为素材文案宣称。

节奏拆解

前 4 秒抛出利益点，4–34 秒以剧情建立修复目标，34 秒后进入玩法，结尾给出 CTA。

转化机制

家庭变故 → 餐厅修复 → 合成奖励形成叙事因果，结尾 Choose the next level / Play Now。

拉美本地化建议

字幕可拆成短句翻译；No Ads 表述需与奖励广告说明一起复核，避免本地化后产生歧义。

Source：广大大-广告主分析模块，选取时间段内新投放展现或热度表现较高素材
Date Range：2026/7~2026/9



05

拉美手游支付生态与变现策略

Mobile Game Payment Ecosystem and Monetization Strategies in Latin America

广大大 SocialPeta × PHOTONPAY

拉美手游市场持续增长，支付体验成为变现链路的重要一环

1,211 亿美元
全球移动游戏市场 2026 年收入预测

93 亿美元
拉美游戏市场 2026 年收入预测

+7.9%
拉美游戏市场同比增长预测

支付体验如何影响变现？

01 支付方式与玩家习惯是否匹配

玩家无法使用偏好的支付方式时，可能在结账阶段放弃购买。

02 付款确认是否及时

支付确认速度会影响玩家的支付体验，也关系到游戏内购、虚拟商品交付等环节的衔接。

03 交易流程是否顺畅、可信

支付流程、交易安全与订单处理共同影响玩家的支付体验，也影响企业管理交易的能力。

游戏出海的支付策略不应只关注“能否收款”，还应关注支付方式与本地玩家习惯的匹配度，以及支付流程和交易确认体验。
这些因素共同影响付费转化的实现。

Source：Newzoo《2026 Global Games Market Report》

六国支付生态各有特点，拉美市场需要差异化的支付策略

拉美线上支付呈现银行卡、数字钱包与账户间支付（A2A）等方式并存的格局。
不同国家的支付基础设施、消费者习惯和线上交易结构存在差异，为游戏企业制定本地化支付策略提供了不同的市场参考。

巴西

即时支付 + 银行卡

2025年，Pix 占电商交易额的42%，信用卡占41%，数字钱包占9%。即时支付与银行卡均是当地线上交易的重要组成部分。

墨西哥

银行卡 + 现金凭证

2024年，借记卡占电商交易额的38%，OXXO、7-Eleven 等现金凭证类服务合计占7%，反映出线上消费与线下现金支付网络之间的联系。

阿根廷

数字钱包

2025年，数字钱包占电商交易额的39%，是观察当地线上支付结构的重要切入点。

哥伦比亚

银行转账 + 即时支付

PSE 等银行转账方式已广泛应用于线上支付。2025年，即时转账交易量同比增长152%，反映出当地即时支付基础设施与交易活动的发展。

智利

信用卡为主

2024年，信用卡约占电商交易额的60%，是当地线上支付结构中的重要组成部分。与此同时，智利央行2025年支付行为调查显示，借记卡在日常支付中使用广泛。

秘鲁

银行卡 + 数字钱包

2026年上半年，数字钱包、借记卡和信用卡分别占电商交易额的37.6%、32.4%和27.9%，呈现多种支付方式并存的格局。

从游戏付款调查理解玩家消费行为

81%

受访玩家使用移动设备玩游戏

39%

受访玩家表示缺少偏好支付方式是放弃结账的重要原因

游戏企业的支付策略建议

- 适配移动端消费场景： 结合游戏类型与玩家使用习惯，关注移动端付款步骤及支付流程。
- 区分游戏购买场景： 虚拟货币、礼包、订阅和官网充值等场景的交易流程与规则可能不同。
- 依据目标市场配置支付方式： 区域支付数据可以提供参考，但具体选择仍需结合发行渠道、玩家偏好和实际交易表现验证。

支付本地化不能只看某种方式在全国范围内的普及率。企业还需综合评估目标玩家的支付偏好、发行渠道规则、支付服务可用性与交易运营成本，规划适合具体市场的支付路径。

来源：PCMI《Leading Payment Methods in Latin America 2025》相关页面，电商支付数据对应 2024 年；PagSeguro × PCMI 游戏玩家专项调研，2023 年。电商交易额占比不代表游戏支付份额。

巴西：Pix 已成为主流支付方式，游戏企业仍需验证其变现价值

429 亿笔

2025 年下半年 Pix 交易笔数

+24.3%

Pix 交易笔数同比增长

54.7%

Pix 占同期各类支付工具交易笔数的比例

巴西央行推出的 Pix 虽然在当地广泛普及，但并没有完全转化为游戏玩家的首选——调查显示仅 13% 的巴西玩家将其作为游戏消费首选。
然而在部分接通 Pix 的商户中，其交易量占比却超过 50%。这种市场普及度、玩家偏好与商户实际表现之间的落差，值得游戏企业在布局海外支付时深入思考。

游戏企业的支付策略判断

01 评估支付方式覆盖

将整体市场的支付基础设施与目标玩家的实际偏好结合起来，避免仅凭全国支付份额决定接入优先级。

02 验证 Pix 在具体交易场景中的价值

结合目标发行渠道、支付服务商接入条件及实际交易数据，观察支付完成表现、使用情况与用户反馈。

03 将支付接入与订单、资金流程协同设计

除了付款方式本身，还需关注交易结果与游戏订单的匹配、商户结算安排及后续资金管理，避免只优化支付入口而忽略完整收入链路。

Pix 是值得重点评估的支付选项，但其业务价值仍需通过具体游戏场景验证。
企业应同时关注市场基础设施、玩家支付偏好与自身交易表现，决定是否接入、如何布局，以及如何管理交易完成后的资金。

Source：巴西中央银行支付统计；PagSeguro × PCMI 游戏玩家专项调研。Pix 交易笔数不代表游戏交易量或游戏支付成功率。

墨西哥：银行卡与现金支付网络并存，付款确认影响交易体验

与巴西的 Pix 即时支付体系不同，墨西哥的支付生态呈现出银行卡、数字钱包与现金支付网络并存的特点。
银行卡仍是墨西哥线上支付的重要组成部分，数字钱包也已占据较大份额。与此同时，OXXO、7-Eleven 等便利店提供的现金凭证支付，为消费者保留了线上下单、线下现金付款的选择。

34%
信用卡

28%
数字钱包

22%
借记卡及预付卡

7%
现金凭证支付

从线上订单到线下付款：OXXO 的典型模式

这种模式将线下现金支付与线上消费连接起来，但生成付款凭证不等于付款完成。实际付款、支付状态回传与订单处理之间可能存在时间差。

01 **线上生成**
付款凭证

→

02 **线下门店**
现金付款

→

03 **服务商确认**
交易状态

→

04 **商户处理**
游戏订单

游戏企业的支付策略判断

根据目标用户配置支付方式
结合目标玩家的支付习惯与发行渠道，评估银行卡、数字钱包及现金凭证支付的适用性。

关注支付确认与游戏权益交付
对于存在付款时间差的支付方式，明确订单状态更新与游戏充值、虚拟商品交付的衔接规则。

完善订单管理与异常处理
针对未付款、凭证过期、付款确认延迟等情况，制定相应的订单处理与核对机制。

墨西哥市场的支付本地化，需要兼顾银行卡、数字钱包与现金凭证等多元支付方式，并根据不同支付流程，设计与之匹配的订单管理和权益交付机制。

Source：PCMI 墨西哥电商支付市场资料；Adyen OXXO 支付方式说明。支付方式占比应以原始报告口径为准。

阿根廷、哥伦比亚、智利、秘鲁：四国支付生态各有侧重

四国在即时支付基础设施、银行卡交易及数字支付发展方面呈现不同特点。除关注支付方式的市场普及程度外，游戏企业还需进一步了解支付渠道的实际受理能力，以及其与游戏充值、订单处理等业务环节的适配程度。

阿根廷

数字钱包与即时支付并行发展

2024年数字钱包约占阿根廷电商交易量的46%；
2025年即时支付金额占国家支付系统交易总金额的64%。

业务观察： 数字钱包与即时支付的发展，为企业研究本地支付方式提供了方向。具体接入前，仍需核实相关渠道对游戏充值的支持情况，以及支付确认、退款与结算安排。

哥伦比亚

即时支付基础设施持续发展

Bre-B 投运一周年时，累计转账超过17亿笔，注册用户超过3,600万，显示当地即时支付基础设施已具备一定规模。

业务观察： 即时支付系统的发展不等于游戏商户已可直接接入。企业还需确认支付服务商的接入进展、商户受理范围，以及支付状态反馈和订单匹配能力。

智利

银行卡覆盖与实际交易表现需要分别评估

2024年，信用卡约占智利电商交易额的60%，是评估当地线上支付环境的重要参考。

业务观察： 市场份额不能直接代表游戏交易的支付成功率。企业还需关注目标卡种与发卡行覆盖、跨境交易授权表现，以及支付失败和退款处理能力。

秘鲁

数字支付增长带来更多渠道评估空间

2024年，借记卡约占秘鲁电商交易额的49%；2025年，人均数字支付次数达到655次，同比增长45.8%。

业务观察： 在银行卡之外，企业可进一步调研 Yape、Plin 等本地数字支付方式，并核实其游戏商户受理范围、支付状态反馈及订单识别能力。

从市场观察到支付决策

01 识别目标用户

结合游戏类型、玩家分布及发行渠道，判断目标市场的主要支付需求。

02 核实可接入能力

确认支付服务商是否支持目标方式及对应游戏交易场景，不仅看当地市场是否普及。

03 验证实际交易表现

持续观察支付完成率、失败原因、退款处理、订单匹配与结算安排，再调整支付方式组合。

Source：PCMI 六国电商支付市场资料；哥伦比亚中央银行 Bre-B 官方资料。电商支付份额与即时支付系统运行数据属于不同统计口径，不作直接横向比较。

从玩家付款到收入回流：游戏消费场景中的完整交易链路

一笔游戏消费，贯穿支付处理、订单确认、商户结算与资金管理。

01 玩家发起付款

限时礼包、月卡、战令、虚拟货币、道具购买等消费场景，通过适用的支付渠道发起交易

02 支付请求与交易处理

玩家选择银行卡、数字钱包或本地支付方式后，交易进入相应处理流程，可能涉及身份验证、交易授权及风险检查

03 交易确认与权益发放

支付结果返回后，系统需要匹配游戏订单并更新交易状态，再根据产品规则发放虚拟道具、游戏货币或相应权益

04 商户结算

支付服务商或相关金融机构按约定处理应付资金。不同支付方式和合作方案可能涉及不同的结算周期、结算币种与费用安排

05 资金核对与归集

将游戏订单、支付交易记录、服务商结算报表与银行账户流水进行核对，识别退款、手续费、争议交易及其他差异

06 汇兑与后续资金使用

针对不同国家和币种的经营收入，结合企业实际需求安排汇兑、资金归集、跨境分发及后续业务支出

支付成功 ≠ 商户结算 ≠ 资金可用

交易确认、商户结算与资金可用可能发生在不同时间，企业需明确各环节规则与衔接机制。

前端关注玩家能否顺利完成付款，后端关注收入能否准确核对、资金能否有效管理。
企业应综合评估支付方式覆盖、订单状态匹配、结算安排、财务对账及多币种资金管理能力，确保从玩家付款到收入回流的各个环节有效衔接。

注：应用内购买、应用商店支付与网页充值的适用规则存在差异，需结合发行平台、所在地区及当期政策核实。

进入拉美市场：游戏企业如何评估支付与资金管理策略？

01

市场与用户

明确目标需求

- 重点国家与目标玩家群体
- 游戏消费习惯及支付偏好
- 不同市场的本地支付特征

02

发行渠道与变现模式

确认适用场景

- 应用内购、官网充值或订阅
- 支付方式与渠道规则是否匹配
- 退款、续费及权益发放机制

03

支付覆盖与交易体验

验证实际表现

- 本地支付方式及目标客群覆盖
- 支付步骤、跳转与操作体验
- 交易确认、异常订单与退款处理

04

结算与资金管理

评估资金流转

- 结算周期、币种与相关费用
- 订单、支付记录及结算账单核对
- 汇兑、资金归集与跨境使用

05

合规与持续运营

确认长期适用性

- 服务商对目标国家、企业主体及业务类型的支持情况
- 相关准入要求、风险管理与争议处理机制
- 业务扩展所需的系统、运营及资金管理能力

支付本地化不是简单增加支付方式，而是根据目标用户、发行渠道、交易流程与资金管理需求，分阶段验证并选择适合具体业务场景的解决方案。

PhotonPay光子易：支持游戏企业全球收付与资金管理

随着游戏企业拓展拉美及全球市场，玩家收款、广告投放、渠道结算和多币种资金管理成为海外运营的重要环节。
PhotonPay光子易依托全球支付网络与本地化金融基础设施，整合全球收单、全球账户、全球付款、全球发卡、汇兑管理及安全合规能力，帮助企业打通跨市场资金流转的关键环节。

01 全球收单

60+ 种本地支付方式 · 100+ 种本地币种

接入信用卡、电子钱包等多种支付方式，支持 60+ 种本地支付方式、100+ 种本地币种，面向全球 200+ 个国家和地区的用户提供收款服务。结合动态 MCC 分配、ISO 消息调优及智能 3DS 验证策略，帮助企业优化玩家支付体验与支付通过率。

02 全球账户

20+ 种本地币种收款

支持 20+ 种本地币种收款，包括墨西哥比索（MXN）、巴西雷亚尔（BRL）等，覆盖拉美、东南亚、非洲等市场。企业可根据当地业务需求接收本地货币，并通过统一平台集中查看账户及收款记录。

03 全球付款

200+ 国家和地区 · 60+ 货币

通过 API 或统一后台发起单笔及批量付款，覆盖全球 200+ 个国家和地区、支持 60+ 种货币，并支持向银行账户及电子钱包付款，满足向广告服务商、游戏发行及渠道合作伙伴、供应商和海外团队等多元化付款需求。

04 全球发卡

虚拟卡与实体卡

提供多币种虚拟卡与实体卡，满足广告投放、平台费用、软件订阅及海外运营等支出需求。企业可设置卡片消费限额、商户类别限制及团队权限，并实时追踪交易、下载账单，简化支出管理与财务对账。

05 汇兑管理

7×24 小时在线换汇

提供 7×24 小时实时汇率查询与换汇服务，支持按指定日期预约换汇及设置目标汇率进行委托换汇。企业可结合游戏业务收入、广告支出和多币种结算安排换汇计划，提升跨市场资金调度的灵活性。

06 安全合规

KYC、AML 筛查、AI 防欺诈

在香港、美国、加拿大、英国、波兰等市场取得支付牌照或许可，并建立涵盖 KYC、AML 筛查、AI 防欺诈引擎及可配置风险规则的风控体系。卡片通过支付卡行业数据安全标准（PCI DSS）最高等级认证，采用二次身份校验。

本文旨在向您介绍由光子易 Photon Dance (Hong Kong) Limited 或其他位于中国大陆境外的光子易 PhotonPay 实体所提供的服务。
本文件不面向中国大陆境内用户，且不构成在中国大陆境内出售或购买任何产品的要约，也不构成开展或招揽业务的承诺。

参考数据来源与说明

01 Newzoo. Global Games Market Report 2026. 2026.

02 PagSeguro × Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI). The Payment Habits of Latin American Gamers: Leveraging Payment Method Strategy to Unlock Latam's Gaming Industry. 2023.

03 Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI). Leading Payment Methods in Latin America 2025. 2025.

04 Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI). Strategic Insights into Mexico's E-Commerce Market. 2025.

05 Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI). Keys to Understanding Argentina's E-Commerce Market. 2025.

06 Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI). Main Takeaways about Chile's E-Commerce Market. 2025.

07 Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI). Peru's E-Commerce Market Data 2025. 2025.

08 El Comercio. Ecommerce en Perú crece 50,4% en el primer semestre de 2026 y alcanza los US$19.3 mil millones. 2026.（报道引用 CAPECE 数据）

09 Banco Central do Brasil. Quase 70 trilhões de reais em transações de pagamento foram movimentados no segundo semestre de 2025. 2026.

10 Banco de la República de Colombia. Bre-B: Pagos inmediatos. 2026.

11 Banco de la República de Colombia. Report on Financial Market Infrastructures and Payment Instruments 2026. 2026.

12 Banco Central de la República Argentina (BCRA). Informe de Pagos Minoristas 2025. 2026.

13 Banco Central de Chile. Encuesta Nacional de Uso y Preferencias del Efectivo (ENUPE) 2025. 2026.

14 Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). 支付系统及数字支付相关统计资料。

15 Adyen. OXXO Payment Method Documentation.

数据来源与口径说明

本章引用的市场预测、玩家调查、电商支付份额及支付系统统计，均以原始资料的发布时间、样本范围与统计口径为准。除特别注明外，PCMI 六国电商支付份额对应 2024 年数据；PagSeguro × PCMI 玩家调查发布于 2023 年，调查覆盖巴西、墨西哥、哥伦比亚、阿根廷、智利和秘鲁。电商支付份额不代表游戏支付份额，支付系统交易量也不代表游戏交易量或支付成功率。秘鲁 2026 年上半年电商支付数据来自媒体对 CAPECE 数据的报道。PhotonPay光子易产品能力、服务覆盖范围及客户案例以经确认的官方资料为准。

报告说明

1、数据来源

借助于全球最大的广告情报分析工具，广大大数据团队为您呈现全球游戏市场移动广告数据透视。我们在全球范围内通过抽样的方式采集广告数据，目前我们覆盖超70个国家/地区，80+全球广告渠道，积累超17亿条广告数据，每天小时级更新的广告数据超百万。在如此庞大的数据基础上我们可以洞察广告行业的大盘趋势。

2、数据周期及指标说明

报告整体时间段：2026.1- 2026.9；具体数据指标请参考各页标注

3、版权声明

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递，报告中所涉及的所有素材版权均归广告主所有。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4、免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合广大大数据团队监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与广大大无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

报告制作：李磊&胡小璐 - 广大大数据研究院；PhotonPay光子易

设计：李磊

5. 涉及国家地区说明

（按照广大大产品地区标注，并不代表实际地理分布）

北美	美国、加拿大
欧洲	土耳其、法国、德国、英国、意大利、西班牙、荷兰、挪威、波兰、葡萄牙、比利时、瑞士、奥地利、罗马尼亚、瑞典、希腊、丹麦、卢森堡、爱尔兰、芬兰
日韩	日本、韩国
中国港澳台	中国香港、中国澳门、中国台湾
东南亚	泰国、印度尼西亚、新加坡、马来西亚、越南、菲律宾、柬埔寨、老挝、缅甸
大洋洲	澳大利亚、新西兰
南亚	印度、巴基斯坦
中东	巴林、卡塔尔、沙特阿拉伯、阿联酋、阿塞拜疆、黎巴嫩、科威特、以色列、阿曼、伊拉克、摩洛哥
拉美	巴西、智利、阿根廷、哥伦比亚、秘鲁、委内瑞拉、巴拉圭、墨西哥、巴拿马
非洲	埃及、肯尼亚、尼日利亚、安哥拉、南非、阿尔及利亚、利比亚、塞内加尔、科特迪瓦


THANK YOU
感谢观看
广大大
SocialPeta
×
PHOTONPAY
联 合 出 品
广大大出海笔记
PhotonPay光子易
www.guangdada.net | www.photonpay.com