

会展智咖说

支付宝“碰一下”落地会展场景实践与启示

■ 郑路逸



作者简介
国际展览与项目协会 (IAEE)
中国理事会副主席

与数字化转型攻坚的双重阶段。传统会展模式存在的效率瓶颈、资源浪费、服务短板等问题制约着行业价值释放。参会签到、领资料、商务对接等环节依赖人工核验,耗时耗力,效率低下;信息传递滞后,主办方与参会者、参展商信息不对称;纸质资料与人工操作造成大量浪费,与“双碳”目标相悖;境外参会者面临语言、支付等障碍,影响行业国际化发展。

行业痛点催生技术赋能需求。2024年7月,支付宝推出基于NFC及RFID技术的“碰一下”功能,通过手机触碰设备即可完成交互,具备便捷、兼容、安全的核心优势,契合会展场景需求。汇展科技基于自身会展数字化服务能力,与支付宝达成深度合作,将“碰一下”能力融入展会全流程管理。双方在2025年外博大会上完成该方案首次规模化落地应用,随后在多场重大展会中逐步迭代优化,形成成熟可复制的数字化解决方案。

四维创新突破 打造会展数字化新生态

以“碰一下”技术为核心,汇展科技从技术架构、场景融合、产业价值、模式推广四个维度进行创新,打破传统运营

逻辑,着力构建“便捷、绿色、智能、国际”的会展新生态。

技术架构上,公司打造“硬件+软件+生态”三维架构。硬件配备手持与台式双类型设备,自带4G网络可脱离Wi-Fi运行,自动对接各类系统,适配不同会展场景部署;软件兼容三大主流手机系统,无需额外下载App,支持多支付方式,提供中英文界面切换与英文语音播报,打破系统与语言壁垒;搭建多重验证机制,推出全额赔付保障,截至2025年9月无盗刷案例,获得监管与行业认可。相较于传统扫码,“碰一下”将交互时间从15—30秒缩短至3—5秒,显著提升会展现场通行效率,缓解人流拥堵。

场景融合上,打破技术单一应用认知,将“碰一下”融入会展全流程,打造一站式数字化服务闭环。入场“一碰签到”,快速完成身份核验;参会“一碰导航”,便捷获取各类服务信息;商务“一碰交换”,实现电子名片互传与资料收藏;延伸服务整合“一碰消费”、退税、打卡等功能。交互数据实时同步后台,为主办方提供精准分析支撑,推动会展服务从粗放式向精细化转型。

产业价值上,以“双轮驱动”推动绿色化与国际化发展。以数字化替代纸质

化,单届10万人次展会可减少数万张A4纸使用,践行可持续发展理念,为行业落实“双碳”目标提供可行性方案。同时,升级多语言与跨境支付服务,境外客商无需额外下载App即可获取一站式服务,打破参会障碍,提升中国会展的国际吸引力。

模式推广上,形成“标准化+定制化”双模体系。标准化模块涵盖签到、导览等基础功能,满足中小型会展低成本快速转型需求;定制化模块可根据展会规模、属性灵活添加个性化功能,适配大型与专业展会,降低行业数字化转型门槛。

多维成果彰显 赋能行业数字化转型发展

目前,汇展科技的实践在运行效率、参展参会体验、综合效益等多方面取得突破,充分显示数字技术对会展行业的赋能价值,为行业高质量发展提供了支撑。

一是参会效率与体验双提升。“碰一下”大幅缩短参展全流程耗时,有效缓解现场拥堵。2025年外博大会中,85%受访用户认可“碰一下”的便捷性,各方评价与展会口碑持续向好。

二是绿色会展效益突出。多场展会数

据显示,纸质资料使用量减少80%以上,有效减少资源浪费与碳排放,绿色低碳成为展会亮点,获得社会各界好评。

三是行业标杆效应凸显。作为首个应用该技术的企业,汇展科技吸引多家企业前来交流学习,推动形成“技术赋能会展”的行业共识。截至2025年10月,该方案已应用于多场重大展会,覆盖多个领域,服务超十万人次,成为行业数字化转型的核心技术支持。

经验总结与展望 助力行业高质量发展

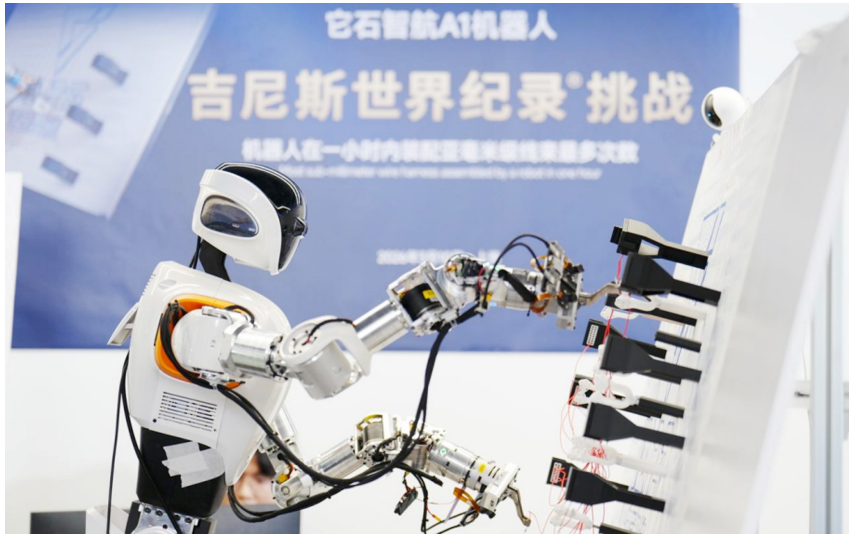
汇展科技在实践中积累了宝贵经验。一是紧扣行业高质量发展要求,坚持“技术适配场景、场景赋能产业”,精准对接痛点与技术契机;二是注重精细化运营与方案迭代,保障方案实用可操作;三是采用“标准化+定制化”模式,兼顾各类展会需求,实现多重价值统一。

汇展科技的实践是数字技术赋能传统产业转型的生动缩影。随着“碰一下”技术的持续推广应用,会展行业数字化、绿色化、国际化转型将进一步升级,为中国会展产业高质量发展注入新动力,为数字经济与实体经济融合提供更多可参考的实践经验。

锚定行业痛点 抢抓技术应用契机

当前,中国会展行业处于规模扩张

图片新闻



国务院发展研究中心在《中国发展报告2025》中研判,2035年具身智能市场有望突破万亿元,“十五五”期间我国具身智能产业将完成从百亿到千亿规模的跨越。与此同时,居民生活品质提升推动家庭场景需求爆发,由此推动机器人家电化、家电机器人化。在近日举办的中国家电及消费电子博览会(AWE2026)现场,传统家电与专业具身智能企业一起上演了一场智能科技的视觉盛宴,各类机器人产品覆盖家庭服务、教育陪伴、工业巡检及物流搬运等多元场景。图为在AWE2026现场,它石A1机器人正在挑战吉尼斯世界纪录。

图片来源:新华网

智变会展·关注篇

汉诺威:35年扎根本土,工业展会的“长跑选手”

■ 兰馨

近日,汉诺威米兰展览会(中国)有限公司(以下简称“汉诺威米兰展览”)宣布将与温州金鹰传媒联合主办2026中国工业泵阀展览会(以下简称“工业泵阀展”)。此举进一步完善了德国汉诺威展览有限公司(以下简称“汉诺威”)在中国工业展会领域的战略布局。

“此次战略合作是国际平台与产业基因的深度融合。”汉诺威米兰展览董事总经理刘国良如是说。

以国际平台赋能本土产业基因,正是汉诺威深耕中国工业展会领域的核心发展战略。

布局中国 深耕之路步步进阶

作为全球前十大展览巨头,汉诺威的发展历程始终与世界工业发展同频。自1947年创办德国汉诺威工业博览会(Hannover Messe,以下简称“汉诺威工博会”)起,经数十年深耕,汉诺威逐步构建起覆盖工业、能源、物流等多领域的品牌展会矩阵,其打造的汉诺威工博会更是全球工业技术领域的顶级“风向标”。今年,其在中国上海新国际博览中心举办的亚洲国际动力传动与控制技术展览会(PTC ASIA,以下简称“亚洲动力传动展”)也迎来举办35周年的重要节点。

1991年,汉诺威应中国机械电子工业部邀请,将汉诺威工博会动力传动主题展核心资源引入中国,创办中国动力传动与控制技术展览会(PTC China),成为其布局中国工业展会领域的重要起点,也为彼时亟待国际化的中国机械基础产业搭建起首个专业的国际化展示与交流平台。

如今亚洲动力传动展已跻身亚洲第一、世界第二的动力传动领域国际展会行列,参展企业从最初的200余家增至1500余家,展出规模从2500平方米拓展至9.2万平方米,成为中国动力传动产业转型升级的鲜活见证。

“本土化才能国际化”是汉诺威深耕全球市场的核心逻辑,而国际平台与本土基因的深度融合能力,更是其持续领跑行业的关键。自进入中国市场以来,汉诺威坚持与本土龙头企业、行业协会、会展机构携手,构建多方协同的办展生态,让国际先进的办展经验与中国本土的产业需求适配。

2006年,是汉诺威深化本土合作的关键一年。同年,其与上海东浩兰生集团携

手打造中国国际工业博览会,历经十七年的持续深耕,中国工博会已发展成为中国工业领域规模领先的国际盛会之一。同年5月,经过三年谈判,汉诺威与成都会展旅游集团签署战略合作协议,共同承办第九届中国国际汽车展览会(以下简称“成都车展”)。双方合作后,成都车展实现跨越式发展,展出规模从400平方米跃升至22万平方米,年成交额超57亿元,成为中西部A级车展标杆。同时,汉诺威引入“展+会”模式打造全球汽车论坛,为成都车展构筑了鲜明的差异化竞争优势。

汉诺威的本土合作版图持续拓展。在华南工博会、成都工博会上,汉诺威以“国际资源+本土产业”的模式,打造契合区域产业发展的专业展会平台,有效破解了国际企业进入中国市场“水土不服”的难题。

业界观察人士表示,汉诺威在布局全国市场、深耕地方赛道的过程中,始终坚持先做足产业研究,再做展会规划,让展会成为推动产业协同、技术创新的重要纽带。

全链布局+趋势前瞻 打造产业生态平台

“全产业链的办展能力,是汉诺威核心竞争力的核心体现。”业界观察人士表示,汉诺威深谙工业制造的产业链发展逻辑,摒弃传统展会“单一品类展示”的模式,努力构建“多展联动、全链覆盖”的办展体系,从而实现了从单一主题展到全产业链联动、从设备展示到系统解决方案交流的跨越式发展。

当中国制造业开始向智能制造、绿色低碳转型,汉诺威迅速调整方向,紧跟产业趋势布局,打造2025汉诺威上海工业联合展。该展汇聚亚洲动力传动展、亚洲国际物流技术与运输系统展览会(CeMAT ASIA)、上海国际压缩机及设备展览会(ComVac ASIA,以下简称“国际压缩机展”)三大核心主题展及六大上下游专业展会,构建起覆盖动力传动、智慧物流、工业零部件等领域的全产业链矩阵,成为全球工业生态的“超级接口”。在近日举办的2026成都工业博览会(以下简称“成都工博会”)上,汉诺威米兰展览同样紧扣“双碳”目标和产业升级需求,打造从核心部件到应用场景的全链条展示,让展会成为产业链上下游协同创新、供需精准对接的生态平台。

汉诺威还将碳中和列为企业核心战略重点,明确提出2035年前实现碳中和的目

标,更将绿色发展理念融入展会运营全流程,从绿色展位搭建到绿色观展引导,全方位践行低碳办展。同时,在中国市场紧跟“新质生产力”培育、“专精特新”发展、区域产业协同等时代趋势,持续优化展会布局,将绿色智造打造为国际压缩机展、成都工博会等展会的核心内核,精准对接中国制造业高端化、智能化、绿色化的升级需求。

本土化融合 与中国工业共绘智造新蓝图

汉诺威始终坚守“本土化才能国际化”的核心原则,从未以“外来者”的姿态照搬国际办展模式,而是推动国际资源与本土优势的互补、先进理念与产业实际的融合。这一发展模式,也为会展行业提供了重要的实践借鉴。对于展览企业尤其是外展企业而言,本土化绝非简单的“落地办展”,而是涵盖股权合作、本土团队搭建到展会内容定制的全方位深度融合;对于本土会展企业而言,引入国际办展经验时立足本土产业特点、观众观展习惯、区域市场环境进行本土化改造,让国际优质资源真正服务于本土产业发展。同时,与本土优质伙伴的深度绑定,能帮助展会快速积累行业核心资源,提升品牌市场认可度,更是展会集聚核心资源、提升品牌影响力、在激烈竞争中站稳脚跟的关键所在。

业界人士分析认为,当下会展行业细分赛道的竞争日趋激烈,单一品类展会的发展空间正持续收窄,而汉诺威树立的“产业链思维”为行业转型提供了清晰方向。一方面,在核心赛道持续深耕的同时,向上游相关领域延伸布局,打造“主展+副展”的联动模式,形成覆盖全产业链的展示矩阵。另一方面,摒弃“同行竞争”的传统思维,主动推动跨领域、跨品类的展会融合,让不同细分领域的企业同一平台实现资源共享、协同创新,推动展会从单纯的产品交易平台升级为多元赋能的产业生态平台。

35年深耕中国市场,汉诺威已形成以上海为核心、辐射成都与华南的三大战略阵地,展会版图全面覆盖工业制造全产业链,完成了从“国际技术引入者”到“中国产业协同者”的角色蜕变。汉诺威不仅将国际先进的办展理念和全球优质产业资源引入中国,更将自身发展深度融入中国工业转型升级的进程,成为中外产业技术交流的重要桥梁。

“链博会的办展宗旨,与国港通深耕绿色科技的发展战略高度契合,这是我们参展的核心动力。”国港通(北京)科技集团有限公司(以下简称“国港通”)副总经理刘思洋表示,国港通在链博会平台上不仅实现了技术落地、资源聚合与品牌跃升,更以“中国方案”赋能全球农牧资源循环产业发展。

三大核心考量锚定参展 绿色科技彰显硬实力

刘思洋坦言,国港通参展的核心逻辑基于三大明确目标。其一,依托链博会平台,搭建技术成果权威发布窗口,集中展示膜法好氧舱发酵系统、综合能源固碳协同利用技术等核心创新。其二,借助链博会平台,精准对接养殖场、种植基地、环保企业及地方政府等多元主体,推动“养殖场、处理中心、种植基地”闭环模式规模化复制。其三,依托链博会平台,为技术出海、海外项目落地搭建桥梁,让中国绿色科技硬实力走向全球。

链博会独树一帜的“产业链生态”展示逻辑,聚焦长期合作的价值导向与不可替代的国际资源集聚优势,让国港通的参展选择收获了超出预期的回报。在第三届链博会上,国港通实现了合作落地、产业链协同与品牌价值的跃升。合作层面,国港通成功与海外优质企业、国内行业龙头及多省市地方政府达成合作意向,覆盖环保技术交流、国际市场联合拓展、固废处理等核心领域,其中内蒙古“农牧业绿色资源循环示范项目”已正式落地,奶牛养殖粪污资源化利用全链条服务进入实质性实操阶段。产业链协同方面,国港通上游联动设备制造、核心技术研发企业,下游覆盖大中小型养殖场与规模化种植基地,更链接跨界科技合作方与政府主管部门,通过联合攻关技术升级,达成有机肥长期供应合作等,构建起资源高效循环的闭环生态。品牌影响力上,国港通凭借全产业链解决方案的展示获得多家权威媒体聚焦报道,闭环式方案被认定为行业绿色转型标杆案例,巩固了企业在畜禽粪污治理、固废资源化利用领域的领先地位。

跨海结缘成高光 实现合作与品牌双跃升

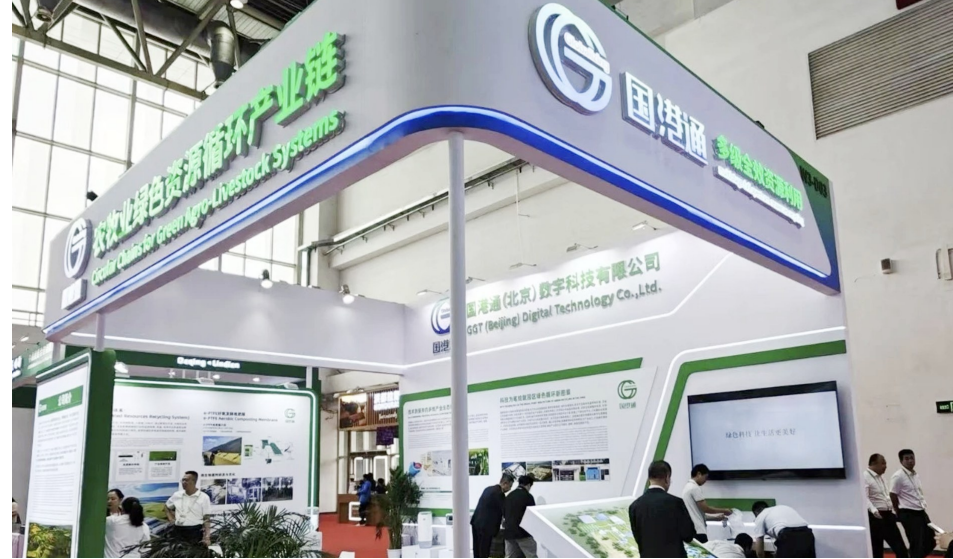
第三届链博会上,国港通与欧洲某知名有机农业集团的偶然“结缘”,成为企业业务升级的关键契机。在绿色农业链展区的技术交流中,国港通的膜法好氧舱发酵系统与“粪污+有机肥+种植应用”模式,精准匹配了长期困扰对方的粪污处理效率低、资源转化率不足的难题,双方技术理念高度契合。从展会的技术细节探讨,到会后的样本检测数据共享,再到实地考察国内样板项目,这场跨洋交流最终达成3年战略合作意向。双方首个合作项目在波兰启动后,年处理粪污超5万吨,通过联合优化技术适应欧洲寒冷气候,有机肥转化率提升15%,处理成本降低8%。这场合作不仅实现了国港通业务出海的首秀,更推动其从“技术输出”升级为“生态共建”,搭建起“欧洲养殖粪污、国港通处理技术、当地种植应用”的区域循环生态,显著提升业务附加值。同时,国港通与农业数字化企业联合开发“农牧循环智能化监控系统”,该系统目前已在内蒙古项目试点应用,运营效率提升20%。凭借合作背书,企业入选“省级农牧绿色转型示范企业”,进一步加速城固园发展项目落地。

链博会的深度赋能,更推动国港通实现了系统性革新:产品研发从“问题导向”转向“需求共创”,针对不同场景开发可移动膜法好氧舱、废菌菇包高值转化系列产品及智能传感器等,技术体系成功通过欧盟ECOCERT有机认证;市场策略升级为“国内国际双循环”,创新“全流程交钥匙工程”“租赁+托管”等商业模式,覆盖12个省市的86家中小型养殖场,重点开拓中东欧、北欧等海外市场;业务定位则从“技术服务商”华丽转身为“绿色生态构建者”,实现从“卖技术、卖设备”到“卖服务、卖生态”的实质性转变。

前瞻布局第四届链博 农牧循环项目多点开花

基于往届“对接即落地、交流即赋能”的务实成果,结合行业发展趋势与政策导向,国港通已明确参加2026年第四届链博会,并制定了清晰的参展目标。

作为链博会的“过来人”,国港通也为首次参展的企业送上三条贴心建议:一是锚定核心价值,适配“链式”逻辑,围绕核心产业链打造“技术+场景+成果”一体化展示内容;二是提前精准预热,通过官方名录、行业协会梳理目标合作方,线上线下联动,让对接更具针对性;三是紧盯展后跟进,明确合作意向等级,守住合作“最后一公里”,充分释放链博会的长期价值。



「技术出海+生态共建」 国港通锚定双循环开启农牧循环新征程

■ 周春雨