

支付宝强攻线下AI超级入口

刷短视频、聊AI大模型、语音唤醒智能助手,当行业所有人都挤在线上屏幕内卷AI赛道时,支付宝悄悄将战场铺到街头巷尾的实体世界。上线第三年的“碰一下”近日完成全域AI改造,支付宝方面在“碰一下”2026生态大会上宣布,“碰一下”完成AI升级,百万级商家侧“碰一下”设备将整体升级为“碰设备Agent”,可运行Agent“晓雨”,并同步推出面向中小商家的“碰万物Agent”服务平台及面向开发者的“AI开放底座”。

支付宝方面披露,自2024年7月推出以来,“碰一下”用户数已超过4亿,生态服务商超过2300家,部署线下AI触点超过3000万个。

升级后,这些触点将进一步连接线上Agent与线下消费场景。用一次极简“触碰”,拿下线上AI无法触及的物理入口,这是一场支付宝写在明面上的产业阳谋,那么,新版“碰一下”究竟颠覆了什么?支付宝为何要死磕线下AI超级入口?这场升级又将如何改写支付宝的增长天花板?

究竟颠覆了什么

在7月8日生态大会上,蚂蚁集团支付宝智能终端+碰一下生态事业部总经理何博文分享了关于“碰一下”的两则真实故事。

在医院药房,一位双手抱满药品的市民曾陷入窘境,他腾不出手撕取购物袋,正发愁怎么拿,看到旁边有一个取袋机,手机一碰,袋子自动出来。他装好药,从容离开。“这一碰,是科技给普通人的体面。”何博文称。另外,在上海花卉节,有游客在花丛边看到“花花券”的打卡点,手机一碰,AI立刻识别出花的品种和养护方法,还顺手领了一张商场消费券。这一碰,把“看花”变成了“消费”,把流量变成了留量。何博文称,这正是“碰一下”给线下世界带来的一些真实改变,一个是解决服务,一个是连接商业,一个是善意,一个是生意,这也是“碰一下”的价值:从一个小动作,长出一片新场景。

回顾2024年7月,支付宝“碰一下”在质疑声中面世。推出伊始,不少人理解,扫码好好的,为什么非要“碰一下”?到后来被各类群体所接受甚至青睐,支付宝只用了两年时间。如今,根据支付宝“碰一下”公布的最新成绩,已有4亿用户、2300余家生态服务商、超3000

万线下AI触点。

那么,升级后的“碰一下”,与原来又有哪些不同?不妨来看看“碰一下”的发展节奏,第1年作为支付工具,重点优化支付便利;第2年不止于支付,瞄准了线下新服务入口;而第3年接入AI,成为支付宝的线下AI超级入口。

如何实现?这就离不开支付宝当天的两大动作,一个是,百万级商家侧“碰一下”设备整体升级为“碰设备Agent”“晓雨”;另外是,同步推出面向中小商家的“碰万物Agent”服务平台和面向开发者的“AI开放底座”。这些升级,集成了支付、会员、营销、到家到店流量分发等服务。甚至,“晓雨”还开放了支付宝补贴、收银有奖、政府补贴、神券到店、会员经营、爆品营销、淘宝闪购、高德扫街榜等新Skill,可助力商家做大实体商业新增长。

可以这样理解,你走进一个商家,原来“碰一下”是付款页面或加入会员,而现在你会遇到“晓雨”,可以和它对话,完成选品、领券、买单等,而“晓雨”作为商家的AI助手,它也可以多端联动,实现数字营销、经营策略等。

“它是帮商家踏入AI世界的连接器。”何博文这样定位升级后的“碰一下”,用户一碰,人和场景被识别,AI读懂需求,精准推荐、调

度、执行服务。在他看来,几亿人的“碰一下”习惯、3000万的AI触点,共同构建了线下商家AI经营网络,AI是大脑,而“碰一下”就是伸进物理世界的那只手。

为何死磕线下AI入口

“碰一下”为什么要做这次升级?这或是一场“预谋已久”的产业阳谋。“AI需要走出办公室,线下商业也需要AI,这些构成了基础需求。同时支付宝‘碰一下’的百万级规模的线下设备,对AI能力有预留,这构成了必要条件。此外,支付宝App本身也在AI升级,例如阿宝的推出。”支付宝相关负责人在接受北京商报记者采访时如是说道。

实际上,支付宝近月相继打出AI重磅动作。线上层,支付宝重构App底层,推出原生AI助手“阿宝”,将对话交互设为一级核心入口,打通C端服务与B端商户;而线下层面,“碰一下”成为AI触点后,有望进一步打通实体门店AI经营和便民服务。

3000万点位布局投入周期长、成本高,对于此次“碰一下”AI升级,支付宝前述相关负责人称,“过去两年对‘碰一下’战略投入的长远价值会慢慢呈现,用户使用AI不会限于办公室或者纯粹的线上,势必会在每个物理场



景下接入,我们判断AI产业的下半场需要进入线下实体经济,这是努力的方向”。

支付宝介绍,从设计、制造到运营,“碰万物Agent”服务实现全链路AI覆盖。由此构建的每一个“碰一下”AI触点都是商家的Agent入口,直接触达用户,建立专属的Agent服务。再小的商家,也能以最低门槛进入AI时代。

目前,支付宝“碰一下”线下AI经营网络仍在持续扩容,覆盖餐饮、便利店、商超、商场、景区、酒店、物业、出行、加油、充电、取件、会展等多种业态,另据介绍,“碰一下”已打通“AI支付”,实现线上线下经营闭环。例如,海尔等企业率先完成从支付宝“碰一下”到“AI支付”的交易链路打通;用户碰一下唤起商家智能体,由智能体完成商品介绍、套餐推荐、疑问解答和下单,最终用户通过支付宝“AI支付”完成授权与支付。

“目前,线上大模型已陷入同质化内卷,而物理世界的数字化仍是蓝海。”南开大学金融学教授田利辉认为,支付宝死磕线下AI入口,战略考量在于抢占“最后三米”的决策截流权。线上助手“阿宝”是大脑,负责复杂意图理解;线下“碰一下”是手脚,负责场景触发与即时履约。二者协同构成了“云端大脑+终端神经”的闭环。

在田利辉看来,其核心壁垒并非硬件铺

设,而是基于高频支付建立的信任契约与庞大的线下履约网络,这是纯线上AI厂商无法通过算法迭代攻破的“护城河”,也是支付宝对抗流量见顶焦虑的终极解法。

能否改写增长天花板

放眼行业,卷AI不再是新鲜事。比如,微信开放AI生态,推出WorkBuddy智能体、AI专属支付卡,不过大多依托微信聊天、小程序等线上场景,无大规模线下实体硬件触点,AI仍活跃在手机和电脑屏幕内。豆包AI上线内测购物下单功能,打通抖音电商闭环,但AI交易链路仅覆盖线上,仍缺少线下门店、公共场景物理入口。

有人说,目前行业巨头线上AI内卷严重,但线下实体AI属于蓝海赛道。那么,在流量红利见底的今天,这场“碰一下”升级,是否能改写支付宝的增长天花板?

“能够很直观地感受到,目前线下实体经济场景AI渗透尚处空白,且全链路经营数据是金融风控、供应链服务的核心基础,通过‘碰一下’沉淀的经营数据可为小微信贷、供应链金融等业务提供更精准的风控支撑。”博通咨询首席分析师王蓬博表示,在线上流量红利见顶背景下,“碰一下”升级打破的不只是支付宝对线上App用户增长的单一依赖,更打开了支付之外的多元增长天花板。

“业务增量除了商户SaaS服务费、营销分成、智能硬件配套收入外,还包括基于经营数据的小微信贷、供应链金融等金融业务收入,以及联动本地生活、电商推荐带来的流量分成收入。”王蓬博称,由此可见,“碰一下”从原来的支付工具到线下AI入口,商业价值也在从单一支付手续费转向经营全链路的价值分润。

田利辉也认为,此次“碰一下”升级将支付宝的增长逻辑从“流量变现”切换至“产业赋能”。业务增量不再局限于支付佣金,而是延伸至商家的AI经营服务费、精准营销转化及供应链金融,建议支付宝在推进中严守“极简”原则,避免Agent过度打扰用户;同时需警惕数据隐私风险,确保线下交互的透明可控。需要让商家真正赚到钱、让用户真正省事,这个线下AI入口才能从“好用”走向“必用”。

北京商报记者 刘四红
图片来源:支付宝

首批4只REITs基金募集12亿元

随着7月10日中金基金披露旗下中证REITs全收益指数基金认购确认比例公告,易方达、华夏、南方、中金四大公募旗下首批4只REITs指数基金募集顺利收官,近12亿元增量资金为公募REITs市场注入新动力。作为国内首批标准化REITs指数投资工具,本次4只产品的成立推动国内公募REITs市场正式进入指数化发展的新阶段,填补了REITs指数化投资产品空白。有业内人士表示,REITs指数基金可以吸引险资、理财布局,而且逻辑比股基ETF更顺。

首发认购情绪高涨

7月10日,中金基金发布中金中证REITs全收益指数基金的基金合同生效公告。公告显示,该基金于7月9日成立,首募合计约3亿元,募集有效认购总户数为2547户。

随着中金中证REITs全收益指数基金的正式成立,易方达、华夏、南方、中金四家公募旗下首批4只REITs指数基金全部完成募集,近12亿元增量资金即将注入REITs市场。本次首批REITs指数基金落地节奏高效紧凑,



产品于6月17日正式获批,7月1日启动发行,7月7日全部结束募集,发售仅用时7天。产品发行期间市场认购情绪高涨,其中南方基金相关产品实现“一日售罄”,7月1日开售当天即募超3亿元上限,提前结束募集,确认配售比例约81.2%。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜指出,这批产品募集恰好踩在中证REITs全收益指数6月25日创年内新低(926.26点)之后——“布局低位+稀缺新品”的反差,是火爆的底色。谈及火爆原因,柏文喜分析称,认购热有三层逻辑:一是估值处在相对低位;二

是资产荒下的差异化属性。低利率环境中,REITs强制分红且与股债低相关,是“中等风险中等收益”的稀缺拼图;三是指数化降低了研究门槛。过去投REITs要逐只研究出租率、租约、底层资产,现在低门槛起购、一键打包51只,银行App就能买,散户和机构都省事。

作为国内首批标准化REITs指数投资工具,4只产品的集结完成,填补了REITs指数化投资产品空白。据悉,本次推出的REITs指数基金跟踪中证REITs全收益指数,指数成份券共51只。

中金基金表示,通过指数化一篮子配置,投资者有机会参与公募REITs市场,同时有助于分散单一项目的运营与波动风险。

“相比直接在场内买单只REITs,这批产品存在独特优势。”柏文喜指出,首先是低门槛、分散。无需股票账户,可以一键持有51只包含跨仓储物流、产业园、高速、保租房、商业不动产等各类项目,避开单项目风险。其次,采用全收益编制。指数REITs把强制分红再投资算进去,更贴合REITs“收租+分红”的本质。此外,成本低且运作透明。每年0.5%的管理费和0.1%托管费,基金净值增长率与业绩比较基准之间的日均跟踪偏离度的绝对值不超过0.35%、年跟踪误差不超过4%,并且不依赖基金经理主观选券。此外,为后续REITs—ETF、ETF联接基金、FOF打地基,这是从“项目型资产”走向“标准化配置工具”的关键一跳。

推动双向发力

柏文喜表示,本次四家公募同步落地REITs指数基金募集,释放的信号是REITs市场从“资产端扩容”走向“资产端和资金端双向发力”——6月商业不动产REITs刚开闸,7月指数基金就跟上的节奏,是政策层“补齐指数化工具短板”的有意设计。

从长期看,柏文喜认为,REITs指数基金可以吸引险资、理财布局,而且逻辑比股基ETF更顺。他给出了三个原因:一是险资体量大、久期长、要稳定现金流,本来就是REITs

的天然买家,但过去缺少批量化布局通道,只能逐只筛选,如今实现了“像买沪深300一样买REITs”;二是叠加4月债基政策把REITs纳入二级债基投资范围,有望吸引更多增量资金涌入;三是从海外经验来看,公募REITs+指数基金深度融合后,险养老金就成为了配置主力。银行理财机构方面,工银理财、中邮理财、信银理财已主动参与商业REITs战略配售和打新,“固收+”组合里REITs做底仓的逻辑在跑步。

对于想要参与进去的普通投资者,中金基金表示,产品10元起购,降低了普通投资者参与不动产基础设施投资的门槛。

柏文喜则给普通投资者提示了四个注意事项。首先,别把REITs指数基金当债基买。REITs有利率敏感性和不动产周期波动,净值会回撤,不是“高息理财”;其次,看清份额规则。C类有销售服务费,部分产品设置了最短持有期,急用钱前先核对公告;再次,建仓期有跟踪偏离。基金经理分批建仓时,短期表现可能跟不上指数。此外,建议把REITs指数基金当成股债之外的第三类配置(占比5%—15%),建议用定投平滑波动,赚的是长期分派率+利率下行带来的估值修复,不是短期博弈。

柏文喜总结道,“12亿可能只是个开始,年内如果第二批、第三批产品跟上,加上二级债基的积极布局,真正有望改变REITs市场‘存量博弈、流动性紧’面貌的,或是下半年被动+准被动资金的持续流入”。

北京商报记者 刘宇阳 实习生 王思奕