«واقعیت افزوده تکنولوژی است که واقعیت مجازی را با دنیای واقعی ترکیب می کند و تصاویر ویدیویی زنده ای را ایجاد می کند که با استفاده از گرافیک کامپیوتری بهبود داده شده اند. » با وجود اینکه سال ها از معرفی تکنولوژی واقعیت افزوده می گذرد، این تکنولوژی زمانی برای مردم قابل لمس شد که راه خود را در تلفن های همراه و دوربین ها باز کرد و به صورت یک اپلیکیشن واقعیت افزوده در دسترس مردم قرار گرفت.

همگام با توسعه و پیشرفت صنعت نمایشگاهی در جهان و رقابت در حوزه بازاریابی و تبلیغات، این امکان به کمک اپلیکیشن واقعیت افزوده فراهم شده است تا شرکت کنندگان خدمات و محصولات خود را به صورت سه بعدی در قالب انیمیشن به صورت الحاق شده به دنیای واقعی به بازدیدکنندگان غرفه ها ارائه کنند. واقعیت افزوده در واقع یکی از اشکال جدید بازاریابی است که هدف از این روش انتقال پیام های متقاعدکننده به مخاطبان و بازدیدکنندگان از غرفه هاست تا بتوانند ضمن تجربه کاربری جدید و متفاوتی که (از کار با محصول یا شناخت خدمات) پیدا میکنند به مرز تصمیم گیری برای خرید و یا عقد قرارداد برسند.

 نمایشگاه هنر شکوفه ها که در ژاپن برگزار شده یک نمایشگاه تجربی و همه جانبه است که به ارتباط و همزیستی بین انسان و گل ها می پردازد، نه تنها از طریق تصاویر بلکه از طریق عناصر فنی و لمسی. بعنوان مثال در این نمایشگاه تلاش شده است که با به کارگیری تکنولوژی واقعیت افزوده فضای مربوط به فصل شکفتن شکوفه های گیلاس را در ژاپن به صورت تعاملی و لمسی برای بازدیدکنندگان تداعی کنند.

در ادامه تصاویر در خصوص این نمایشگاه و همچنین فضاهای دیگری که از این تکنولوژی استفاده شده است ملاحظه میفرمایید.