

中国 2010 年上海世博会
网上世博会

F A Q

(第二版)



上海世博会事务协调局

2008.11

目录

一、网上世博会一般信息

- 1.1. 什么是网上世博会？
- 1.2. 什么是网上展馆？
- 1.3. 网上世博会与世博官方网站的关系？
- 1.4. 网上世博会的参与价值
- 1.5. 用户如何访问并使用网上世博会？
- 1.6. 网上世博会预计参观人数将有多少？
- 1.7. 网上世博会将在何时上线？

二、网上世博会参与确认相关信息

- 2.1. 网上世博会参与确认方法及文件
- 2.2. 参展者的主要权利及义务
- 2.3. 参展者可否同时参建两类网上展馆？
- 2.4. 参展者可否选择不参与网上世博会？
- 2.5. 网上世博会的截止期及最佳时机
- 2.6. 网上世博会的其他重要截止期
- 2.7. 参与网上世博会涉及哪些费用？
- 2.8. 参与网上世博会需要向组织者缴纳费用吗？
- 2.9. 参展者可否开展在线购物等商业活动？
- 2.10. 参展者可对赞助商进行宣传吗？
- 2.11. 组织者对于网上世博会的知识产权有何特殊规定？

三、网上世博会开发建设相关信息

- 3.1. 网上世博会的技术方案及技术规范
- 3.2. 体验馆的开发建设费用
- 3.3. 体验馆的开发建设周期
- 3.4. 网上世博会的互动类型
- 3.5. 组织者如何确保大量信息、多媒体和三维数字内容在网站上平稳运行？
- 3.6. 网上世博会是否提供视频直播功能？如何实现？
- 3.7. 网上世博会数据更新的频率和每次的更新量如何限定？
- 3.8. 参展者提交的展馆可直接上线使用，还是需经组织者进行技术处理？组织者是否提供展馆修改服务？
- 3.9. 参展者是否对提交的体验型展馆内容完全负责？组织者们会实施相关的质量控制吗？
- 3.10. 体验型展馆和浏览型展馆所需要提交的材料是否一致？

（本文件旨在解答参展者普遍关切之问题。详情请参阅组织者发布的一系列官方文件，或直接向组织者进行咨询。本文件的电子版可在 2010 年上海世博会官方网站下载。）

一、一般信息

1.1. 什么是网上世博会？

网上世博会是上海世博会的重要组成部分，在功能上是后者的导引、延伸和补充。在本质上则是一个以三维展示为主的大型活动类、展示类和互动类网站，

网上世博会将包括一个完全对应实景的三维虚拟世博园区，以及对应园区内所有参展者实体展馆的三维网上展馆。简单地说，网上世博会就是上海世博会的虚拟网络版。

参展者将参与其网上展馆的建设。组织者共设两类网上展馆，参展者可选择并确认参与其中的一类。

1.2. 什么是网上展馆？

网上展馆对应参展者在实体世博会中的展馆。按其功能分为浏览型展馆和体验型展馆两类。

浏览馆满足基本的三维展示功能，基本还原参展者的实体展馆外观、内景与展项，表现载体为中英语的文字、图片、音频、视频、动画等。浏览馆由组织者根据参展方提供的素材免费代为建设。

体验馆是浏览馆的增强版，是在浏览馆的基础上增加更丰富的互动和体验功能，展现更多特效，可满足参展者的个性化需求。参展者还可开发建设实体世博会中不存在的虚拟空间和虚拟展项。体验馆由参展者自费建设。建成后提交给组织者，由组织者负责集成及运营维护。

（更多内容请参见 2.2 之“参展者的权利及义务”）

1.3. 网上世博会与世博官方网站的关系？

无论是组织者、还是参展者各自建设的世博官方网站，其目的均以信息集散发布为主；而网上世博会则是 2010 年上海世博会的虚拟门户，主要为用户提供虚拟参观体验，同时兼具宣传、导览及教育功能。

个别的参展者官方网站也会提供虚拟导览功能，并可能涉及三维展示手段及互动技术，但是一般只展示本国本地区的展馆及展览，而无法提供 2010 年上海世博会的全景式网络再现，用户很难对园区全貌及其他展馆有所了解。

网上世博会与组织者的官方网站可进行相互宣传推介。对于网上世博会体验型展馆的参与者，组织者也提供与其官网的链接。

1.4. 网上世博会的参与价值

- 1、 可弥补众多参展方民众无法亲临现场参观世博会的缺憾。
- 2、 借助互联网与虚拟技术的宣传展示效应、以及网上世博会提供的导览推介等功能，可吸引并方便更多参观者来实地参观。
- 3、 通过丰富的互动功能与手段，可加强各国各地区参观者的交流、促进文化融合、促成围绕世博会主题的全球性对话。
- 4、 参与手续简便，开发环境友好，涉及的费用远远低于参展者在实体展览上的投入。
- 5、 参展者可深入拓展、延伸其参展主题，并可在比实体展览更深更广的维度内开展展示、宣传和推广。
- 6、 在世博会结束后，参展方的努力成果仍可在网上永久存续，从而令 2010 年世博会成为第一届“永不落幕”的世博会。
- 7、 与网络结合互动是世界博览会的发展趋势。对于未来的世博会组织者而言，参与本次网上世博会是一次很好的探索与实践。

1.5. 用户如何访问并使用网上世博会？

网上世博会将最终呈现为一个网站。开通后，用户在浏览器地址栏键入 URL 地址即可登录网上世博会网站。

用户进入网站后可以看见一个三维虚拟的世博园区，以及对应实景散布其间的三维虚拟场馆。通过网站的搜索功能或点击相应的网上展馆，使用者就可以进入任何一个感兴趣的虚拟展馆。

1.6. 网上世博会预计参观人数将有多少？

根据现有预测，整个世博会期间至少会有一亿人次的访问量。

由于能够永久保留，在世博会结束后，网上世博会将仍将持续接受全球网民的访问。

1.7. 网上世博会将在何时上线？

网上世博会将于 2010 年 5 月 1 日，即中国 2010 年上海世博会官方开幕的同时，正式开放其全部功能及所有网上展馆。

在此之前，组织者将在 2009 年 5 月 1 日开放二维园区及部分导览推介功能；在 2010 年 1 月 1 日开放三维园区。对于已经完成参与确认的参展者，可在这两个版本中进行一定的提前推介。

二、参与确认相关信息

2.1. 网上世博会参与确认方法及文件

网上世博会作为 2010 年上海世博会的一部分，其参与确认文件——《参与确认表》，是参展者参展合同的一个附件。参展者在完成参展合同的签署后，其对网上世博会的参与确认自动生效。

如参展者已在之前完成了参展合同的签署，可单独签署并提交《参与确认表》。组织者特在本届参展方大会提供机会，集中接受此类参展者提交《参与确认表》。

参展合同自动默认参展者参与浏览型展馆的建设；拟参建体验馆的参展者，必须提交《体验型展馆参与确认表》。

2.2. 参展者的主要权利与义务

参展者的主要权利及义务根据其所参建的网上展馆类型而有不同：

1. 浏览型展馆

权利：

- 网上展馆由组织者免费进行建设、集成、运营及维护。
- 网上展览内容可进行更新。

义务：

- 应根据提交展示素材及更新内容，由组织者根据这些素材进行网上展馆建设及更新。

2. 体验型展馆

权利：

- 组织者负责其网上展馆的集成、运营和维护。
- 支持参展者除中、英文以外的一门主要官方语言。
- 可提供与参展者官方世博网站的链接。
- 可提供网上展馆赞助商的宣传信息。
- 可开展大量互动内容；
- 可进行网上展览内容的更新

义务：

- 需自费进行网上展馆开发建设，并在截止期前提交给组织者。

- 应遵循组织者颁布的技术规范性文件进行开发建设。
- 应向组织者提交更新内容。

*无论参建哪一类网上展馆，参展者均应首先完成参与确认。

2.3. 参展者可否同时参建两类网上展馆？

参展者只能根据自己的实际情况与需求，选择参建一类网上展馆，以享受相应的权利并履行相应的义务。

2.4. 参展者可否选择不参与网上世博会？

网上世博会将全面涵盖 2010 年上海世博会的园区及其中的全部展馆，因此是该届世博会在互联网上的完整再现。

如参展者选择不参与网上世博会，组织者仍会对该参展者的实体展馆或展览进行介绍性的网络展示，以维护网上世博会的完整性。

介绍性展示以基本的图片文字信息为主，呈现为静态的二维网页，也不涉及内容更新。

2.5. 网上世博会参与确认的截止期及最佳时机

网上世博会参与确认的截止期是 2009 年 6 月 30 日。

组织者提请参展者注意，从 2009 年 7 月至 9 月，参展者提交网上展示方案、展示素材及建设成果将相继截止，距今已不满一年；而组织者所估计的网上展馆开发建设周期至少为半年。

组织者因此建议参展者在今年年底之前完成参与确认工作，并启动方案编写、素材准备及开发建设工作，以确保在上述截止期前完成相应工作。

2.6. 网上世博会的其他重要截止期

2009年7月31日：参展者提交“网上展示/建设方案”截止日；2009年8月31日：浏览馆参展者提交网上展示素材截止日；2009年9月30日：体验馆参展者提交网上展馆建设成果截止日。

2.7. 参与网上世博会涉及哪些费用？

仅仅当参展者选择参建体验型展馆时，才需要承担费用。这笔费用由参展者筹措，将支付给其体验型展馆的开发建设承包商。

其他相关费用，包括网上世博会的浏览型展馆的开发建设，所有网上展馆的集成、测试、运营和维护，均由组织者承担。

2.8. 参与网上世博会需要向组织者缴纳费用吗？

组织者谨此特别强调，参展者参与网上世博会不需向组织者缴纳所谓“申请费”。事实上，网上世博会从参与确认到开发建设的整个流程，组织者都不向参展者收取任何费用。

2.9. 参展者可否开展在线购物等商业活动？

鉴于世博会的公益性及互联网的特殊性，网上世博会的商业活动将受到一定限制。参展者不能在其网上展馆内开发在线购物或网上商城，但是允许发布其实体展馆中的商业活动信息。

《中国2010年上海世界博览会一般规章》第三章之表述为有关法律依据。

2.10. 参展者可对赞助商进行宣传吗？

经与组织者协商并经组织者审核，参展者可在其网上体验型展馆内对该展馆的赞助商进行宣传或发布广告。广告发布需遵循一定原则。详情请参见《网上世博会参展者手册》。

2.11. 组织者对于网上世博会的知识产权有何特殊规定？

2010年中国上海世博会《特殊规章第11号：知识产权》同时适用于网上世博会。

参展者提交的展示素材和相关资料及文件应具有自主知识产权。

官方参展者确认参加网上世博会后，组织者或其指定机构于网上世博会存续期间，可以网络传播方式或其他方式无偿使用其展示素材的全部或部分。

官方参展方可向组织者声明使用网上展示素材的限制。详情请参见《网上世博会参展者手册》（电子版文件可在 [下载](#)）。

三、开发建设相关信息

3.1. 网上世博会的技术方案及技术规范

总体上，网上世博会所采用的技术方案同时兼顾先进性和成熟性，具体技术涉及 Web 3D、FLASH 等。

详细的技术标准与规范请参见《网上展馆开发建设指南》(2010 年上海世博会官方网站 提供中英文 PDF 格式的电子版下载)。

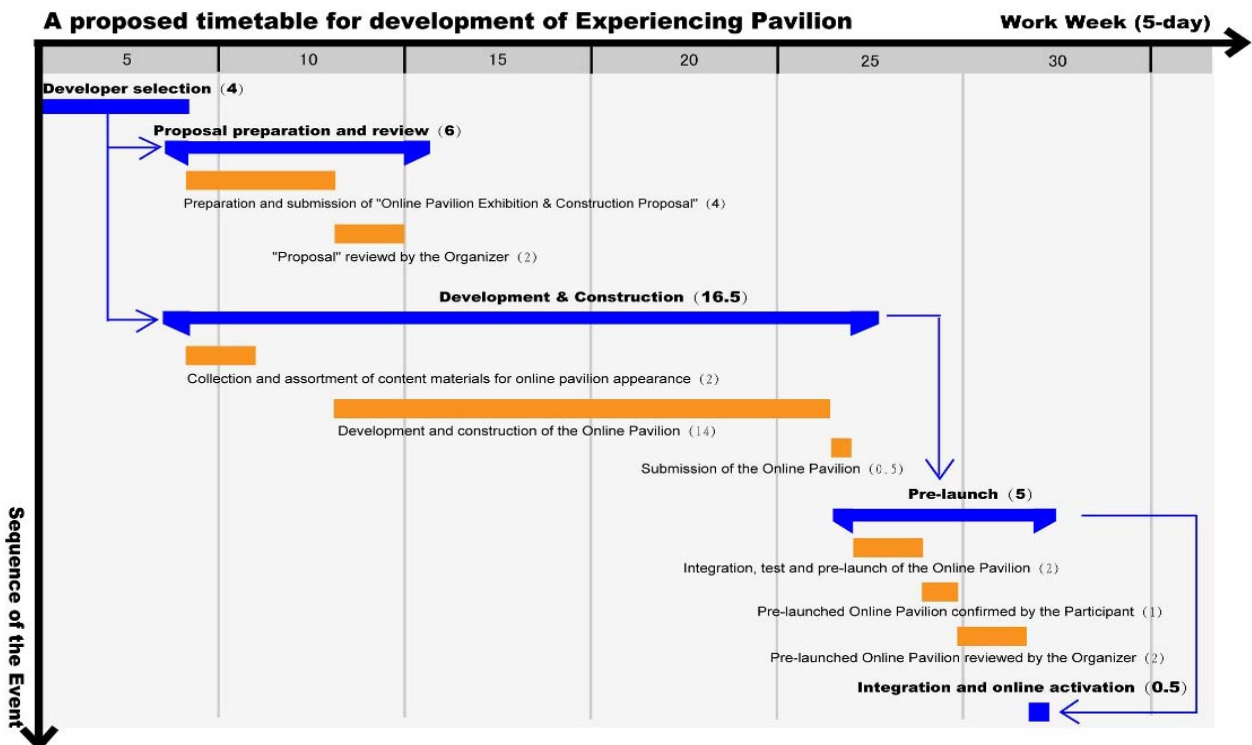
3.2. 体验型展馆的开发建设费用

体验型展馆由参展者自费开发建设。其最终费用完全取决于参展者的需求和预期，如希望实现的功能和特效的复杂程度、种类及数量。大致测算方法可参见《体验型展馆开发建设指南》附件 F《体验型展馆成本构成参考说明》。

最终费用取决于参展者所选开发商的报价。《开发建设指南》是参展者与其承建商就最终报价进行谈判的重要参考依据。

3.3. 体验型展馆的开发建设周期

如图所示，组织者测算体验型展馆的开发建设周期为半年以上：



3.4. 网上世博会的互动类型

体验型展馆的互动由参展者自行设计，可包括多种类型的互动，如对展项的多角度浏览、放大缩小、改变材质等。

对于在线投票、用户上传作品等功能，在展馆中不需要实现，组织者会在网上世博会基础平台上统一实现。

3.5. 组织者如何确保大量的信息、多媒体和三维数字内容在网站上平稳运行？

网上世博会从两方面对网站进行维护：一方面，组织方将配备数量足够的服务器；另一方面，组织者会对系统进行优化，并配备专业的运营团队保障系统正常运行。

另外，组织者将为参展方提供充足的物理存放空间，具体请参见《体验型展馆开发建设指南》附录 A.4 “展馆数据存取规范”。

3.6. 网上世博会是否提供视频直播功能？如何实现？

网上世博会的 BS 平台将提供定制的端口用于视频直播，但直播视频的内容采集和内容转换需要由参展者自行协调解决。如参展方有视频直播的需求，可向组织者申请，并就具体的操作细节进行沟通。

3.7. 网上世博会数据更新的频率和每次的更新量如何限定？

参展者需拟定更新计划并提交更新申请。一般情况下组织者不会对更新频率加以限制。

组织者为每个参展者提供的存储空间为 2G。参展者进行更新时，只要更新的文件大小总和不超过 2G 并符合《开发建设指南》的相关标准即可。（是否表示每一个单个的更新文件最大容量都是 2G？对于一个参展者，服务器上可以放若干个单个容量为 2G 的文件？）

组织者可根据要求在服务器上保留参展方的全部更新信息。

3.8. 参展者提交的展馆可直接上线使用，还是需经组织者进行技术处理？组织者是否提供展馆修改服务？

参展者提交的展馆（体验型展馆）必须符合组织者在《开发建设指南》中规定的相关标准。对于参展者提交的展馆成品，组织者不会进行加工处理，可直接上线运行。

浏览型展馆全部由组织者代建，因此组织者会根据需要，对各个参展者提供的展馆材料进行统一加工。

（后半个问题“修改服务”似乎没有明确回答）

3.9. 参展者是否对提交的体验型展馆内容完全负责？组织会实施相关的质量控制吗？

体验型展馆完全由参展者自建，因此参展者对于最终提交的展馆内容负完全责任。组织者不对其展馆的质量进行控制，只对涉及主题等的内容部分进行审核。

3.10. 体验型展馆和浏览型展馆所需要提交的材料是否一致？

不一致，体验型展馆需要提交网上展馆外观素材文件包、网上展馆建设成果文件包；浏览型展馆需要提交网上展馆外观素材包、网上展馆建设素材包。具体参见《浏览型展馆建设指南》、《体验型展馆开发建设指南 5.4 参展者交付物》及附件。