

# 兰州市气象信息服务调查研究

丁洁琼

甘肃省气象局 甘肃兰州 730020

**摘要:**气象信息产品作为一种产品形态,必须符合市场竞争规律,符合消费者的需求,才能得到长足的发展。否则,将不会被市场接纳,甚至被市场淘汰。所以,在气象信息产品市场化的趋势下,了解目前气象服务工作的现状、人们对气象服务的需求是非常必要并且紧迫的。气象服务调查显示,精细化、专业化的气象服务所面临的市场前景是非常可观的。从反馈的用户需求来看,现有的气象服务不能完全适应经济社会发展的情况也同时存在,本文就气象服务调查结果分析和探讨了气象服务的现状、气象服务的需求以及气象服务的发展方向。

**关键词:**需求;气象服务;定位

## 1. 调查活动开展背景

随着经济社会高速发展,人们的生活方式发生了巨大的转变,消费者的消费需求日益个性化。在市场环境下,气象服务产品必须符合市场竞争规律,符合消费者的需求,才能得到长足的发展。所以,了解人们对气象服务的需求是非常必要并且紧迫的。

2021年5月12日,防灾减灾日主题活动在金轮广场举行,甘肃省气象局参加了活动。简洁明快、主题明确的气象宣传位吸引了大批用户驻足。以此次活动为契机,我们组织了气象服务信息问卷调查活动,以便更好地了解大众对气象服务的需求、明确气象服务各项业务的发展方向。

## 2. 调查问卷结果分析

大部分参观者对气象服务的认知度不高,要大力加强气象服务的宣传,增加气象服务的透明度,扩大气象服务中心的知名度。

### 2.1 基本需求分析

根据调查表分析,24岁到49岁之间的调查对象一共有237位,占总调查人数的66%。该年龄段多为各行业中坚力量,是气象服务最重要的客户群体,气象信服务产品的研发要以这一群体为目标客户,不仅要制作普遍适应在职人士需求的日常气象服务产品,更要针对各个行业的不同需求制作相应的气象服务产品。50岁以上的调查用户74位,占总调查人数的21%。中国老龄化趋势愈加严重,这一年龄段也是值得重视的客户群。针对老年人的养生、保健、医疗类气象服务产品也有很广阔

的市场前景。针对18岁到23岁的大学生群体,可制作符合其气象服务需求的、便宜、便捷、趣味性强的气象服务产品,也可在校园内开展各类宣传活动,传播气象科普知识,推广气象服务产品。

调查过程中,对于气象服务,调查用户首先询问的是产品的价格,可见消费者对气象信息的价值普遍停留在价格因素上,价格是决定消费者购买行为发生与否最为重要的因素之一。调查中,72%的调查对象薪酬集中在1500到5000元,平均为3000元左右,气象服务产品的资费定制就要以此为依据,合理定制。目前,甘肃省内的短信月功能费为2元,彩信月功能费为3元,12121语音的收费为每条0.5元,对月收入在3000元左右的用户来讲,这些定制价格是较为合理、且易被接受的。同时,我们可以根据不同气象服务产品所面对的目标客户群薪资水平不同,相应地提高或降低资费。

### 2.2 行业需求分析

专业专项气象服务是我们公共气象服务的一个重要方面,也是我们有偿气象服务的重要方向。因此,深入挖掘各行业对气象服务的特殊需求,并制作相应的气象服务产品,是我们增加效益、提高收入的主要内容。

调查中,国家机关事业单位和社会团体从业人员占比最大,为19%,不同行业对气象服务的需求各不相同。如针对工作环境在室内的用户,可提供常规类气象服务,为其日常的生活、出现提供参考和帮助。针对建筑业,可以为城市规划部门提供建筑规划设计时必须考虑的风向、风频、具体气候环境等信息;为建造部门提供以太阳辐射、降雨、大风、雷暴等影响建筑进度和工作条件的气象要素。针对交通运输仓储业,我们可以策划制作交通气象服务产品、仓储气象服务产品,减少在运输、

**作者简介:**丁洁琼(1985),女,汉族,硕士,工程师,甘肃省气象局,方向:公众信息发布,公众气象服务。

仓储过程中因气象灾害而产生的损耗,加强对气象条件的利用,增加效益。针对制造业,可针对不同的制作部门制作符合其产品生产、储存、销售、流通环节所需气象条件的气象服务产品。

### 2.3 服务手段分析

此次调查中,31%的用户通过电视获取天气预报信息。电视天气预报节目依旧是最权威的天气预报信息传播方式。要认真分析各个节目的时间段、所处频道,更加充分地利用各个节目的优势,精准定位节目的受众群,在不同节目的不同时段,制作符合不同客户群需求的节目,并利用电视节目声画并茂的特点,大力普及气象科普知识,获取社会效益和经济效益。

新媒体包括手机、数字杂志、数字报纸、数字广播、手机短信、移动电视、网络、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体等。此次调查中,28%的用户通过手机获取天气预报信息,18%的用户通过互联网获取天气预报信息。手机的使用迎合人们休闲娱乐时间碎片化的需求,满足了人们随时随地互动性表达、娱乐与获取信息的需求。随着智能手机的普及,大量天气类APP应运而生,内容覆盖面广,不仅包括预报、预警,还包括与气象相关的生活、旅游、交通等信息。

### 2.4 服务时段分析

经过调查分析,晚间18点到20点之间获取天气预报信息的人数占调查总人数的46%。这一时段的受众群涉及各个阶层、各个行业,人数众多,覆盖面广,是播放天气预报节目、发送天气预报信息的最佳时段。此时的天气预报信息要以通俗易懂、内容丰富、信息含量大为特点。如可在18点下班时间发送便捷、准确、精炼的手机天气预报、广播天气预报、公交移动天气预报等节目,便于用户在回家的路上、公交车上等零散时间获取预报信息。每天《新闻联播》、《地方新闻》结束后,用户会刻意等待收看当天的天气预报节目,此时的节目在内容上要全面、专业,形式上要灵活、多样。

早晨6点到8点之间获取天气预报信息的人数占调查总人数的28%。由于早晨时间的特殊性,短小精悍的预报服务更符合这一时段受众的需求。此时预报服务应以当天的天气预报、生活指数为主,为用户出行提供参考。要抓住用户一醒来就看手机的习惯,在这一时段发送手机天气预报信息,使用户在第一时间获取当天的预报信息,培养用户未起床先看天气预报的习惯。同时,便捷、准确、精炼的广播天气预报、公交移动天气预报节目依然是用户在上班途中获取预报信息的重要方式。

### 2.5 预警服务分析

对人们生活影响严重的气象灾害的预报、预警信息的发送是防灾减灾气象服务的重要内容。经过调查分析,对我市人民生活影响最重要的气象灾害是暴雨(雪)、高温、冰雹和雷电,大风、连阴雨、干旱、寒潮、大雾和低温对人们的生活也会产生严重的影响。因此,要利用各种手段将预警信息发送给公众。

除了预报、预警信息的及时发送,我们还要大力宣传防灾减灾科普知识。利用防灾减灾日、世界气象日等重大节日开展各类防灾减灾的科普宣传活动,增强大众防灾减灾意识,提高大众防灾减灾的能力。

### 3. 气象服务发展方向

此次调查中,共有36位用户填写了对气象工作的意见和建议,仅有2位用户表示满意目前的气象服务工作,有23位用户要求提高气象服务产品的准确性、时效性、便捷性、专业性、灵活性、直观性。

公众对天气预报准确性的高需求,要求我们在不断提升预报预测能力的基础上,加大气象知识普及力度。加强专业气象服务能力,努力提高预报预测能力,对不准确预报进行及时总结,最大程度地减少疏漏;要大力加强针对小区域、小气候范围的气象服务,快速有效地提高气象服务能力,拓展气象服务范围;要利用电视、广播、报刊杂志等各种媒体平台大力推广气象服务宣传,加大气象知识普及力度,开展“气象开放日”等活动让大众走进气象、了解气象。

在公众气象服务方面,服务产品要向精细化方向发展,服务形式要向多样化方向转变。有了准确的预报、丰富的信息、全方位的服务、合理的服务手段,才能提高服务产品的竞争力。同时,针对不同时期制作不同的气象服务产品,利用节目内容的多样化提高自身的吸引力。2014年3月21日,甘肃省气象局开通了微信订阅号“甘肃微气象”。由于缺少制作经验与营销推广能力,截止目前,仅有订阅用户2万人。同期开通的甘肃气象服务号,仅有1000多位订阅用户。目前甘肃微气象的技术支撑严重缺乏,未能实现自动回复,自动匹配下发用户抽奖码、兑换码更待技术支持,人工操作的延迟造成用户在发送上行信息等待几分钟无果后取消关注。

在专业专项气象服务方面,加强与各行业的沟通交流,以行业需求为依据,针对不同行业的特定服务需求,面对特定用户,提供具有个性化用途的气象服务。不断提高服务产品的针对性和满足个性化的服务需求,通过气象服务产品加工和信息技术应用,达到提高工效、减

少消耗和损失的目的。

在科普宣传方面，要大力发展气象服务宣传工作，扩大气象服务知名度，增加气象服务的社会影响力和社会效益，加强科普知识的宣传普及，打造气象服务品牌，让气象工作家喻户晓。

#### 4. 总结

随着经济社会的发展，大众的气象服务需求量越来越大，内容上专业化、服务化、个性化、多元化的要求越来越高，气象服务必须全速发展才能不被市场淘汰。气象服务要以适应市场经济发展为目标、以大众需求为依据，整合资源，合理开发利用，才能最大程度上满足

市场的需求，最大化地获取经济效益和社会效益。

#### 参考文献：

[1]李代玺，王顺江，资云萍，郑舒天.现代信息技术在农村气象服务中的应用[J].农业工程技术，2020，40（24）：49-50.

[2]次仁德吉，方乐群，宗吉.融媒体时代气象服务信息传播渠道的变革[J].农村实用技术，2019（04）：127.

[3]冉玉芳.融媒体时代公共气象服务信息传播渠道的变革[J].时代农机，2018，45（08）：114.

[4]钟化然，刘昕.基于现代信息技术的农业气象服务应用研究[J].南方农机，2018，49（11）：211.