

文章编号:1673-8411 (2014) 04-0071-04

简析转变公共气象服务理念之我见

郭晓薇, 黎真杏

(广西气象服务中心, 广西南宁 530022)

摘要:通过对国内外及公共气象服务发展情况的分析,找出广西公共气象服务的不足,提出公共气象服务应该从转变理念及提高业务专项技术上下功夫,深挖可能存在的潜力的对策,才能满足社会需求。

关键词:气象服务;理念;业务专项技术;发展

中图分类号:P49

文献标识码:A

Analysis of the transformation of the public meteorological service conception

Guo Xiao-wei, Li Zhen-xing

(Guangxi Meteorological Service Center, Nanning Guangxi, 530022)

Abstract: Based on the analysis of the domestic and overseas development of public meteorological service, the shortages of the public meteorological service in Guangxi were found out to put forward the suggestion of putting more effort on changing the concept of public meteorological service and improving the specific techniques and digging the potential of possible countermeasures to meet the needs of society.

Key Words: meteorological service; conception; specific technique; development

1 公共气象服务理念的分析、解读

1.1 主观理念决定了实践方向及成果

公共气象服务是指气象部门使用各种公共资源或公共权力,向政府决策部门、社会公众、生产部门提供气象信息和技术的过程。为了公共气象服务业务发展,提高能力,不断开拓服务领域、丰富服务产品、完善服务体系,充分发挥公共气象服务对现代气象业务和气象事业的引领作用,应该从理念方面打造公共服务的全新面貌。

所谓理念,是在对事物规律认识基础上所形成的关于事物性质、使命、职能、目标等最基本的理性认识,是从个别事物中抽象而得的普通概念,是理性化的看法、见解和思维活动模式。公共气象服务理念就是对公共气象服务规律的理性认识,是人们对公共气象服务的看法、观点和信念,对公共气象服务的发展具有指导作用和定向作用。应该说理念决定、指

导实践,公共气象服务好不好关键看理念是否开阔、大气,所以理念一定要紧跟时代步伐,否则将被淘汰。

公共气象服务的形式主要是通过电视、广播或网络等媒体,以日常天气预报、灾害性天气预报、预警和预警信号、沿海天气预报、森林火险等级预报、天气热点、天气周报、双休日天气预报、天气实况、百姓生活气象指数预报等为主要内容,为广大人民群众生产和生活活动提供的气象服务活动。

随着电子产品的快速发展,网络、特别是手机上网是新时代的新生物,对原有的传媒方式造成了很大的冲击和挑战,需要我们转变服务方向和理念,根据实际情况,更新公共气象服务方式,以适应社会需求。

1.2 客观原因决定了中国公共气象服务的发展步伐

在欧美尤其美国,气象工作者地位较高,被划分为科研部门,在美国国家总统智囊团的成员中,就有

气象一席之地;全球最顶尖的气象软件研究中心—恩卡,也是美国开创的;美国的预报地理尺度可以达到4公里距离的精密程度;先进的计算机技术为美国防范飓风提供了有力的证据支撑。而且气象服务被市场化,美国政府气象部门与私营气象服务机构的关系:美国法律没有规定天气预警只能由国家气象部门发布。两家最好的气象服务公司:AccuWeather(ACCU)公司和The Weather Company(TWC)公司就是私人经营。

在中国差距甚远,甚至有过被遗忘的岁月。当前虽然被划归科研部门,但还处在事业单位统一管理模式下,下设省市县三级机构,人事编制都属于国家控制;但是在国外服务信息采取公司经营制度,国家不再插手管理,这就有很大的主观能动性,充分调动员工积极性,创造出更客观的利润。比如:开发高端的气象预报软件申请专利权,出售给全世界需要的国家,这样的公共服务理念非常有利于推动科学技术发展。

综合分析公共气象服务理念的主客观原因,应该调整服务理念,因地制宜打造具有中国特色的公共气象服务,主动占领市场,创造经济价值。

2 目前中国气象信息服务产业的市场现状

当前,面对中国这个巨大的气象信息服务产业落后状态,国外机构已经大举入侵在华设立企业,如WeatherChannel,AccuWeather,WNI.JP等已在(或正在)中国直接开设分公司,并谋求与CMA合作以获得国内数据和市场。与国内互联网公司、手机厂商对接数据,如WeatherChannel与Sina、Baidu的合作、AccuWeather与腾讯、华为、HTC、墨迹等的合作,服务数据内容多、密度大。以AccuWeather为例,其提供全球300万个地点最长45天的预报,其中含中国境内47000个地点,可提供15天内逐1小时预报,临近2小时内逐1分钟的预报。

国内社会服务机构已经崛起,控制气象服务入口渠道,削弱了CMA服务品牌的实际影响力,各门户网站、手机厂商大力提升自身气象服务产品的用户体验,发布更多、更细的服务内容,搜索引擎、网址导航等对中国天气网的导流日趋减少,如百度对天气网的导流已从一年前的日均400万页锐减至目前的日均150万页。另外还自行开展气象信息加工处理,如百度等不满足于气象部门提供数据精细化程

度,已在自行开展乡镇、景区的站点数据替代生产和发布,直接开展气象服务信息售卖;新浪、墨迹等机构除自身开展服务外,目前也直接向第三方社会机构直接售卖天气、空气质量等服务数据。

国内现有服务数据内容难以满足社会需求,目前主要提供:国内2300多个县级以上城市3-5天天气预报,国外175个城市3-5天天气预报,国内城市1-3天生活气象指数,国内城市实况服务信息,气象灾害预警信息。原有服务模式面临升级换代的必然性,新技术革新不断催生气象服务新形态。

国外公司的发展趋势是对预报系统升级提高预报精度,提供任意经纬度点的15天逐小时预报信息。国内应主动学习外国气象公司的成功技术,增强基础支撑能力,提高系统集成化程度,注重新技术和实况资料的应用,加强开放合作与发展。以用户体验与评价反馈作为服务改进的核心!

根据当前市场发展的态势,几点建议可供参考,试图改变旧模式,开创全新的市场化局面。首先,加快国家级气象服务业务基础平台建设:建设集约化的基础设施平台及精细化集合预报系统、建立共享型的气象服务产品库、加大基础支撑技术研发投入。2、提升业务人员专业化水平:打造高级管理人员队伍、专业化/专家型的业务队伍。3、推进自有品牌建设和广告推广的专业化:强化品牌建设、建立专业化广告团队、加强广告运营能力。4、推动与世界顶级气象服务机构的合作:开展与美国公司合作,引进先进技术和管理,学习借鉴市场经验,进一步提升数字新媒体气象服务和专业服务能力。5、建立与市场经济规律相适应的体制机制:形成现代企业管理制度、提高企业的市场竞争力,与狼共舞、学习狼性。

3 广西公共气象服务的情况

中国的体制决定了一切,尤其气象部门,各省市区的业务内容是一体的,也就是说每个地方的业务基本一样。只是受地理环境影响,业务重点和量级有区别而已。这主要是因为中国地域广大,南北纬、东西经跨度大以及地形影响,导致业务量偏差比较大。比如西部雪域高原、东部鱼米之乡、北部冬季漫长(温带气候)、南部长夏无冬(亚热带气候),地域气候特色划分非常明显。另外由于各省经济状况不尽相同,从而导致公共气象服务的效益有较大差异。

3.1 广西服务形式多样、经济效益平平

广西气象科技服务经过20多年探索和发展,从

最初单一的专业气象服务,已发展成为以防雷技术服务、气象信息服务、气象影视服务、专业有偿气象服务、气候论证等多个支柱项目,并逐步形成了气象科技服务体系。在中国气象局的正确领导下,相关公共气象服务领域内容都在有条不紊地进行着,且覆盖面不断扩大,成为拓展气象业务和服务领域的重要途径。气象科技服务对气象基本业务与公共气象服务起到了相互促进、共同发展的作用;在防灾减灾、保护人民生命财产安全和构建社会主义和谐社会中显示了重要的作用,取得一定的社会经济效益;也有效弥补了气象部门经费的不足,支持气象现代化建设,保证气象事业改革和发展的顺利进行。

虽然,目前广西按中国气象局的指示完成各种业务转换、更新及公共气象服务的扩展、收益。但是跟全国同行相比,还有一定的距离,有些业务技术及创收收入甚至处在落后的状态。这除了与广西整体经济实力较落后有直接关系之外,也与公共服务理念有直接关系。不适应市场需求的产品应该进行淘汰,收益下滑的需要采取措施拯救或调整,力争跟上时代步伐,更好的服务社会。

根据广西的地理区位优势,在公共服务领域里,防范雷电灾害这方面的收益较好,广西地处华南区,雨水丰沛,雷电频繁,灾害严重,所以政府出台相应的条例、法规、政策,为气象部门带来了有利的服务条件;由于受到手机等电子产品设备以及网络等冲击,气象影视和短信收益下滑,这一情况在国外也遭受同样地待遇;目前只有专业有偿气象服务大客户基本以业务管理方式服务,收益稳定;新兴起来的气候可行性论证效益初见成效。而对于网站、微博甚至微信这些更新换代快、舆论关注度高、公共气象服务影响力快的业务,都在处在摸索状态。

应该说广西公共服务创收已经取得了长足的进步,但是有些产品也面临着收益下滑和被淘汰的危险,比如短信,巅峰时刻已过,最高收入过千万,但仅仅几年时间下滑一半左右,如今还在持续下滑,按照这样的情况,未来五到十年左右可能面临着被市场淘汰的危险;风靡一时的气象影视,年收入连续十年维持同一水平,业务范围变化不大,新客户较少,现在受网络冲击,已经无法再提及收视率的问题。这两个服务项目全国气象部门都面临同样的境况,故而中国气象局下属的华风影视集团已经并入公共服务中心,调整业务,整合资源。

3.2 解决问题方法需更新理念、整合资源

气象科技服务的发展历程是气象部门不断解放思想、调整发展思路和方向的过程。从“有偿专业服务和综合经营”、“气象科技服务与产业”到“气象科技服务”,这些称谓及内涵的变化反映出气象科技服务认识不断深化的轨迹,折射出在适应国家和部门改革形势中,通过解放思想进行深度探索和升华。其实这就是理念的不断更新,广西目前的情况首先需要改变就是用理念指导实践,重新整合资源,充分创造服务利益。

首先,转变理念,主动出击。网络时代的到来,改变了一切,不可否认影视服务受“重创”,在美国也面临着同样尴尬遭遇。转变服务理念,根据市场需求,主动出击,向网络、手机等高速、快步发展的产业进军,提前占领市场。

其次,合理利用人才,进行资源整合。从事公共服务人员素质参差不齐、有待提高。根据从业人员自身特点放到适宜岗位工作,这样发挥其所长、避其所短带来不利影响;进一步提升专业技术水平,做出更好的气象产品,适应市场需求。针对不适应市场需求的产品及时进行调整,逐步“下架”,整合资源,开拓新产品,从而更好地适应市场需求。

其三,提高社会地位、拉动整体收入。随着经济的快速发展,广西气象事业在这个社会中地位相对90年代已经有很大改观,但是仍需进一步提高,只有让百姓对气象有所依赖,气象地位才会被社会重视,服务才达到效果。改变“气象靠天灾吃饭”的形象,提高地位,收入来源多方面,拉动整体收入。

4 转变理念尚需提高专项业务技能才具备竞争实力

转变服务理念,提升服务利润的前提核心是具备竞争实力的专业技能,没有专业技术做不出需求产品,无法实现想法。中国气象局公共服务中心提出整合资源,包括专技人员纵横交错,深度挖掘技术力量,聘请专业顾问,策划和提升产品质量,逐步与主流媒体接轨。比如:华风集团并入到公共服务中心旗下,实现资源共享,聘用中央电视台高级编辑李锦做专业顾问,策划包装气象产品,同时每周一次指导和教授编辑写气象新闻,逐步提高现有气象新闻从业者的水平。

基于气象产品呆板、实用的问题,采用借外力的方式来逐渐解决;逐步跟上主流媒体的步伐,适应市

(下转第82页)

场需求,无差距时利益收入就会应声而起。专技人员的技术水平决定一切,需重点加深培养,然后横向大范围使用。

尤其是气象预报,国外提供 45 天的预报、精细度 4 公里、时间间隔每分钟的预报产品,目前部分产品已经进入中国市场。这样的产品在外国是公司行为,但中国需要政策来做定夺,更需要专业预报和计算机软件开发双重技术的高水平能力来实现,所以要发展靠技术进军市场。专业技术是支撑,要向高度攀登、深度学习,掌握核心技术才能立于不败之地,没有高深的业务,气象服务就失去了根基。

5 小结

应该说中国公共气象服务又进入了一个新的改革调整阶段,需要在原来的基础上调整服务理念、提高意识,这样才能跟上整个时代的步伐。对于公共气象服务来说,转变理念决定出路、提高专项技术是支撑,二者必须充分发挥其作用紧密配合,根据需求开发市场,才能创造更宽泛的经济价值。

参考文献:

[1] 李娜,卢伟萍,秦鹏.微博在公共气象服务中的应用及发展[J].气象研究与应用,2012,33(2):104-106.

- [2] 杨志军,樊盛,毛卫芳.气象综合信息电子屏在新农村建设中的应用级思考[J].气象研究与应用,2011,32(1):94-97.
- [3] 刘煜,卢美伟,冯阵家.加强县级公共气象服务能力建设的思考[J].气象研究与应用,2011,32(2):107-109.
- [4] 黄桂珍,尤明双.提升县级公共气象服务的几点思考[J].气象研究与应用,2012,33(2):104-106.
- [5] 朱斌,姜殿荣,吴智君,等.12121 气象信息电话的营销策略探讨[J].气象研究与应用,2011,32(1):98-101.
- [6] 唐昌秀,邓丽玲,严玲,等.浅谈如何撰写观众喜爱的电视天气预报节目演播稿[J].气象研究与应用,2010,32(2):110-112.
- [7] 吕平,马轮基.气象短信编写技巧调研与研究[J].气象研究与应用,2012,33(3):101-104.
- [8] 何草青,郭洪权.地市级电视天气预报节目演播稿的撰写技巧[J].气象研究与应用,2010,32(2):100-102.
- [9] 陈天贵.气象科普宣传与气象科技服务的探讨[J].气象研究与应用,2010,31(4):115-118.
- [10] 刘世学,黎颖智,等.分布式专业气象服务产品制作平台的研究与应用[J].气象研究与应用,2010,31(3):102-103.