

文章编号:1673-8411 (2015) 01-00122-04

现行体制下提高专业气象服务能力的思考

李丽¹, 崔宜少¹, 张丰启², 张灿¹, 刘海红¹

(1.威海市气象局, 山东 威海 264200; 2.青岛市气象局, 山东 青岛 266003)

摘要:通过对比分析国内外专业气象服务的差异,找出了困扰专业气象服务发展的原因,结合实际和当前专业气象服务发展的环境,提出专业气象服务单位实行企业化管理,利用市场手段增加专业气象服务投入和提高产品质量体现专业气象服务价值的建议。

关键词:体制;专业气象服务;发展动力

中图分类号:P49

文献标识码:A

Suggestion on improving professional weather service ability under the current system

Li Li, Cui Yishao, Zhang Fengqi, Zhang Can, Liu Haihong

(1.Weihai Municipal Meteorological Service, Weihai Shandong 264200; 2. Qingdao Municipal Meteorological Service, Qingdao Shandong 266003)

Abstract: Based on the comparative analysis of the differences in the professional meteorological service of china and foreign countries, the reason of hindering the development of the professional weather service was found out. Considering the actual and the current professional weather service development environment, executing commercialized management in professional weather service units to increase professional weather service inputs and improve product quality to reflect professional weather service value, by market means was put forward

Key Words: system; professional meteorological service; motivation for development

引言

目前,全国气象信息服务产品主要包括常规天气预报类,灾害预警类,生活气象类,旅游气象类。气象服务的经济社会效益十分显著,全国因气象灾害造成的死亡人员数由20世纪90年代平均每年4500人左右,下降到本世纪以来每年2500人左右。气象灾害造成的经济损失占GDP的比例从20世纪80年代的3%-6%下降到1%-3%^[1]。

专业气象服务是指除公益气象服务之外的,根据国民经济各行各业不同生产过程对气象条件的特

殊要求,为提高工效,减少消耗和损失而开展的有针对性的气象服务。专业气象服务领域主要涉及交通、电力(包括核电、风电、太阳能发电等)、铁路、水库等行业。专业气象服务依托公共气象服务,充分发挥气象服务的经济和社会效益,是促进气象事业全面、协调和可持续发展的重要财政保障。但是专业气象服务存在一些问题^[2],如提供的气象服务产品与不断增长的社会需求和用户需要还存在较大差距,不能满足社会的多样性需求,为用户提供的氣象服务针对性不强等。

本文借鉴国内外专业气象服务发展的特点,对

表 1 国外几种典型的专业气象服务方式及相关体制对照表

国家	国家 科技水平	国家 经济总量	专业气象 服务市场	专业气象 服务提供方式	专业气象 服务主体	专业气象 服务经济水平
美国	发达	高	开放	民企	企业	发达
日本	发达	高	开放	民企	企业	发达
英国	较发达	较高	开放	国企+民企	企业	较发达
澳大利亚	较发达	较高	开放	国企+民企	企业	较发达
新西兰	一般	较低	国家垄断	国企	企业	一般
马来西亚	一般	较低	国家垄断	国企	企业	一般

专业气象服务问题进行思考，提出做好专业气象服务的建议。

1 国内外专业气象服务现状分析

1.1 国外专业气象服务现状分析

表 1 是国外几种典型的专业气象服务方式及相关体制对照表。可以看出,各国的专业气象服务都是采用市场经济的商业化方式,参与专业气象服务的市场主体都是通过企业的形式进行运作,这样有利于发挥发挥企业的经营、管理优势,提供更加符合社会需求的服务。在专业气象服务市场的开放方面,发达的、经济总量大的国家开放了专业气象服务市场,一般发达的、经济总量较小的国家仍然采用国家垄断的形式经营,没有开放专业气象服务市场,这可能是由专业气象服务市场的需求大小和国家对专业气象服务的投入能力决定的。在专业气象服务的提供方式方面,国家的科技水平、经济总量与提供方式密切相关,他们决定了国家专业气象服务市场规模和潜力,同时也决定了民营企业的生存空间和发展规模。专业气象服务市场规模大的,通过社会竞争能够更好的满足社会需求,市场规模小的,不能形成充分的竞争,由国家垄断经营满足社会需求。

从各国经营的专业气象服务项目看,主要集中在气象信息服务、行业气象服务和气象灾害风险评估等方面。例如美国的国际天气服务公司,现有工作人员 300 多人,其中气象专家有 100 多名。除公众气象信息服务之外,还涉及航空、航天、远洋运输、能源交通、国防、电子信息等领域。美国天气频道公司以气象信息服务为主,产品有当天天气状况、天气预报、空气质量预报、交通气象信息、恶劣天气报告、滑

雪气象信息、闪电预报、花粉预报、紫外线指数预报、火灾指数预报等。国际业务已涉及法国、英国、德国、荷兰、比利时、瑞典等 12 个欧洲国家和墨西哥、巴西、阿根廷、智利等 21 个拉美国家。阿姆斯风险管理决策公司主要从事灾害风险评估,为全球的保险公司、再保险商和金融机构,提供因台风、洪水、龙卷风和冰雹等自然灾害造成的金融风险,进行量化评估和管理^[3]。可以看出专业气象服务经营的项目非常丰富,能够较好的满足社会需求,各个气象服务公司都有自己的业务特色,较好的反映了专业气象服务的针对性和专业性。

从各国的服务效益看,(统计项目主要为气象信息服务)美国 1999 年专业气象服务的年产值在 1600 亿美元以上,日本每年专业气象服务的年产值也在 100 亿美元以上,英国每年的专业气象服务年产值高达 390 亿美元以上^[4]。2008 年,中国专业气象服务的年产值(包括专业气象服务、气象信息电话服务、气象短信服务)为 4.2516 亿元人民币^[5]。这与国外的专业气象服务收入相比,相差甚远。

1.2 国内外专业气象服务现状对比分析

上述分析可以看出,国内的专业气象服务能力与国外发达国家相比还是有很大的差异。从专业气象服务的效益上也可以直观的反应我国与国外发达国家的巨大差距,综合以上分析,国内外专业气象服务的差异主要表现为:目的差异,国外发达国家专业气象服务是商业化的,其利润是为了企业的生存和发展,服务以赢利为目的;国内专业气象服务盈利的目的补充事业费的不足,对利润没有最大化的追求。体制差异,国外发达国家专业气象服务是开放的市场经济体制,市场竞争是企业发展的动力;国内专业

气象服务市场对社会开放度不高,市场竞争少,专业气象服务单位基本没有生存的压力,发展的动力不足。主体差异,国外发达国家专业气象服务的主体都是企业,可以发挥企业的经营管理优势更好的适应市场需求;国内专业气象服务的主体是国家事业单位,经营管理不灵活,不适应市场要求。规模差异,国外发达国家专业气象服务企业人多势众,人才济济,产品的质量高、针对性强;国内专业气象服务规模小,业务全,人才缺,专业气象服务产品的技术含量不高,与用户需求相结合的再加工过程简单。投入差异,国外发达国家专业气象服务的市场是开放的,由市场规律决定社会资源的配置,供求关系基本平衡,投入比较充足;国内专业气象服务是国家投入,国家不可能无限的投入,也不应该无限投入,当社会需求增大到一定程度,就会出现服务缺位的问题。目前,随着国内经济总量的快速增大,国家对专业气象服务的投入显得明显不足。

可以看出,我国提供专业气象服务的单位实行国家事业单位的财务制度和目标管理方式,职工收入分配与单位效益联系不紧密,内部分配论资排辈不合理,单位工作目标是完成指标任务,专业气象服务发展缺乏长远发展规划,专业气象服务单位基本没有市场竞争,甚至没有内部竞争,专业气象服务的积极性来自部门生存状态需要和部门内部的行政命令,缺乏扩大经营规模和提高服务水平的动力。

2 我国专业气象服务存在的主要问题

综上所述,我国提供专业气象服务的单位实行国家事业单位的财务制度和目标管理方式,职工收入分配与单位效益联系不紧密,内部分配论资排辈不合理,单位工作目标是完成指标任务,专业气象服务发展缺乏长远发展规划,专业气象服务单位基本没有市场竞争,甚至没有内部竞争,专业气象服务的积极性来自部门生存状态需要和部门内部的行政命令,缺乏扩大经营规模和提高服务水平的动力

2.1 投入不足,机制不活

气象部门各级专业气象台、气象服务中心,属国家事业单位,实行目标管理。参与专业气象服务的人员明显不足,相关的各类人才更是缺乏。管理体制不适应专业气象服务发展要求,没有有效的激励机制调动职工的积极性和创造性,近年来专业气象服务

收入出现增长缓慢,有时甚至停滞不前的局面。

2.2 产品不多,服务不专

现在的专业气象服务产品多为常规预报产品的改头换面,有时甚至是直接使用,专业服务产品不丰富,不能满足社会需求的多样性。为用户提供的专业气象服务产品没有真正与用户的需求紧密结合,产品的针对性不强,不能体现其应有的特殊价值,一些专业气象服务用户对专业气象服务不满意,使用的热情不高。

2.3 开拓不够,市场不大

由于现代媒体丰富的气象信息,满足了社会的一般需求,部分用户习惯于使用公众服务产品,专业气象服务的社会主动需求减少。缺少主动营销方面的人才和培训,潜在的社会需求没有充分挖掘出来,导致当前的专业气象服务的市场规模不大。

3 提高专业气象服务能力的建议

通过国内外专业气象服务现状分析可以看到,我国专业气象服务能力落后国外发达国家的根本原因是专业气象服务体制不适应社会发展的需求,并由此带来了专业气象服务发展动力缺失、投入不足,效率低下等问题。结合我国专业气象服务的实际,在查清困难原因的基础上,在当前专业气象服务大环境没有重大改变的前提下,利用现有的政策,提出解决和缓解阻碍专业气象服务发展现实问题的建议。

3.1 专业气象服务单位实行企业化管理

上述分析表明,现阶段阻碍专业气象服务发展的最大问题是专业气象服务发展的动力问题,再好的技术和装备,没有发展的动力都将一事无成。作为国家事业单位和当前专业气象服务的经营收入,在没有残酷的市场竞争下,单位生存不是问题,因此,没有来自市场竞争的动力。发展专业气象服务的动力只能从单位内部的经营管理中寻找,除实行目标管理提高各级领导干部的积极性外,企业内部要采取企业化管理,建立适合专业气象服务发展的管理激励机制,在开拓市场,提高质量,增加产品的数量方面很下功夫,体现多劳多得,体现劳动创造,体现成绩贡献,把经济效益和职工贡献直接关联,调动职工的主观能动性,在部门内部激发出专业气象服务发展的内在动力。对于习惯于事业单位管理的队伍可能开始会不适应,因此,上级要给予大力的支持,

给专业气象服务单位更多的自主权, 以便实施现代企业制度管理, 激发专业气象服务发展的内生动力。

3.2 利用市场手段增加专业气象服务投入

气象部门各级专业气象服务业务小而全, 市场规模小且开发不足, 投入少是影响专业气象服务发展的重要因素之一, 因此, 必须增加专业气象服务的人员和装备投入。在当前国家经济体制、管理体制深化改革的形势下, 国家增加更多地投入几乎是不可能的, 可以通过市场的手段增加对专业气象服务的投入。通过气象服务产品开发合同的方式增加技术人才的投入, 把社会需求的专业服务产品作为商品开发生产, 通过技术合同解决专业技术人才不足问题。通过气象经纪人或技术顾问的方式增加营销人员的投入, 利用市场手段发动有能力人员, 开拓专业气象服务市场, 并由这些开拓人员担任用户的经纪人或技术顾问, 负责服务主体和用户的互动联络, 提取服务佣金, 这样既开拓了市场, 有提高了服务的质量, 同时有利于专业气象服务市场的巩固。通过气象科技服务反哺气象业务的政策增加技术装备的投入, 既能体现气象局的工作成绩, 又能满足专业气象服务的扩大再生产需求。

3.3 提高产品质量体现专业气象服务价值

专业气象服务的特殊价值是专业气象服务发展的基础, 因此, 开展专业气象服务要在专业服务产品的社会价值上下功夫, 满足用户需求。用户需求多样化, 服务产品也要多样化, 用户需求个性化, 服务产品就要专业化, 这样才能满足社会需求。一是增加服务产品的数量。充分利用技术装备资源, 向社会提供更多的气象信息服务, 各种观测信息, 各种预报信息, 本地的气象信息, 外地的气象信息等多种信息服务以满足社会用户群的多样化需求。二是提高服务产品的专业化水平。专业气象服务要体现产品对用户价值, 例如: 气象短信服务, 其价值表现为用户享受了主动的气象信息服务, 如果信息比一般的天气预报内容更丰富, 专业气象服务的价值会更明显, 比如增加早晨 6 点的温度实况, 增加今天的穿衣指数, 用户马上体会到定制服务的优越感和实用性。假

如用户定制了一天多次的气象短信服务, 每次的气象短信内容可以不同, 各有侧重, 这样定制一天多次的气象短信的用户比一天一次的用户得到的服务价值更大, 用户的感受是物有所值。专业气象服务的价值越大, 专业气象服务的市场越稳定, 反之则相反。总之, 提高服务产品的质量要把气象服务与用户的需求结合起来, 研发专业化的服务产品, 最大限度满足用户需求。

参考文献

- [1] 郑国光. 在中国气象局成立 60 周年纪念大会上的讲话. 中国气象报, 2009 年 12 月 8 日第一版.
- [2] 郑国光. 贯彻落实党的十八大精神切实加强气象事业发展战略研究 [J]. 气象软科学, 2013, (1): 1-8.
- [3] 张海东, 白光弼, 谭晶, 等. 国外商业性气象服务的现状及经营模式研究 [C] // 中国气象学会. 2007 年年会气象经济论坛分会场论文集. 2007: 8-25.
- [4] Kenneth E K, Roger A P, Stanley A C. Temporal fluctuations in weather and climate extremes that cause economic and human health impacts: a review [J]. Bull Amer Meteor Soc, 1999, 80: 1077-1098.
- [5] 陈笑娟, 扈成省, 蔡守新, 等. 国内外气象服务模式及效益分析 [J]. 江西农业学报, 2012, 24 (11): 68-71.
- [6] 张哲睿, 丘良. 中国气象网站的现状与未来发展趋势 [J]. 气象研究与应用, 2014, 35 (1): 122-124.
- [7] 周晓湘, 黄帅, 魏璐, 等. 运用气象影视节目强化气象科普宣传 [J]. 气象研究与应用, 2014, 35 (1): 119-121.
- [8] 吉志红. 三门峡苹果气象灾害气象服务效益评估 [J]. 气象研究与应用, 2014, 35 (1): 74-77.
- [9] 丁灏, 张哲睿. 现代传媒高效气象服务的新模式 [J]. 气象研究与应用, 2014, 35 (3): 122-124.
- [10] 郭晓薇, 黎真杏. 简析转变公共气象服务理念之我见 [J]. 气象研究与应用, 2014, 35 (4): 67-73.
- [11] 赵伟明. 推进“两个体系”建设提升气象灾害防御能力 [J]. 气象研究与应用, 2014, 35 (4): 66-70.
- [12] 蔡锦辉, 陆明典. 用 VML 构建基于 WebGIS 的交通气象服务系统 [J]. 气象研究与应用, 2014, 35 (2): 60-62.