

文章编号:1673-8411 (2017) 01-0160-03

## 成都本地公共气象服务 APP 建设建议

刘雨轩<sup>1</sup>, 赵清扬<sup>2</sup>, 王海燕<sup>1</sup>, 巫俊威<sup>1</sup>

(1.成都市气象局, 成都 610000; 2.四川省气象局, 成都 610000)

**摘要:**通过对商业气象服务 APP 现状、成都常驻居民公共气象服务 APP 需求进行调研,分析其产品、风格、优点、缺点等;结合 SWOT 分析法确定自身的竞争优势、机会和威胁,将产品定位与内部资源、外部环境有机地结合,给出成都本地公共气象服务 APP 建设建议。结果显示:成都市公众对天气 APP 需求由高至低排列依次是:专业性、本地性、美观性、互动性、娱乐性、丰富性。成都市气象部门气象服务 APP 的优势在于信息的准确性和权威性;劣势是缺乏市场敏锐度,服务形式、内容落后;机会在于能提供精细化的本地特色的气象服务产品;威胁是商业气象服务 APP 供应商已经占有很大市场,与用户形成长期的互动联系,且有强大的技术团队作支撑。并提出成都市气象部门 APP 建设建议:在服务内容精细化、产品特色化、功能人性化、外观设计美观化、技术后台可靠化等五个方面做出特色,才能在气象服务 APP 商业市场中立足。

**关键词:**成都市;气象服务;APP;建议

中图分类号:P49

文献标识码:A

## Chengdu local public weather service APP construction proposal

LIU Yu-xuan<sup>1</sup>, ZHAO Qing-yang<sup>2</sup>, WANG Hai-yan<sup>1</sup>, WU Jun-wei<sup>1</sup>

(1. Chengdu Municipal Meteorological Service, Chengdu 610000, China; 2. Sichuan Provincial Meteorological Service, Chengdu 610000)

**Abstract:** Through the research of the status of commercial meteorological service APP and the demand of public weather service APP in Chengdu, the products, styles, advantages and disadvantages of the public weather service are analyzed. The SWOT analysis method is used to determine its own competitive advantages and disadvantages, opportunities and threats. Positioning and internal resources, the external environment organically combined, given the Chengdu local public weather service APP construction proposals. The results show that: Chengdu public demand for weather from high to low order are: professional, local, aesthetics, interactivity, entertainment, richness. Chengdu Meteorological Department Meteorological Service APP's advantage lies in the accuracy and authority of the information; the disadvantage is the lack of market acumen, service form, content behind; opportunity is to provide refined local characteristics of meteorological service products; threat is commercial meteorological services APP suppliers have a large market, with the user to form a long-term interactive contact, and a strong technical team for support. And put forward the Chengdu Meteorological Department APP construction proposal: in the service content refinement, product characteristics, functional humanization, design aesthetic, technical background and other aspects of the reliability of the five aspects of the characteristics in order to weather in the APP commercial market.

**Key words:** Chengdu; meteorological service; APP; suggestion

成都市具有大城市带大郊区的特点,海拔差异大,地形多样,气象灾害及次生、衍生灾害种类多。

近年来,在全球气候变暖的大背景下,成都暴雨洪涝、城市内涝等灾害呈现频发、多发态势,特别是山

收稿日期:2016-11-16

作者简介:刘雨轩(1982-),女,四川自贡人,工程师,从事公众气象服务工作

洪地质灾害尤为严重。社会对气象防灾减灾、应对气候变化、保障人民财产安全等提出了更高的要求。向公众及时推送气象信息,特别是气象灾害信息,提高公众气象防灾避险的能力,减少或者避免灾害带来的经济损失和人员伤亡,是维护社会稳定、保持经济发展最有效的方法之一。

过去,人们通过电视、电台、报纸等获取天气预报,伴随着经济快速发展,生活水平逐渐提高,信息化的时代已经对气象服务内容、形式、途径等提出了新的要求。随着移动 3G 网络的成熟与推广,移动设备硬件技术的发展,APP 作为移动设备功能的扩展,在人类生活中开始扮演着重要的角色。其中,公共气象服务 APP 即是公众智能手机中常用的 APP 应用之一,它可以方便人们随时随地查询所需的各种气象信息<sup>[1]</sup>,APP 的出现也为公共气象服务的进一步发展提供了契机<sup>[2]</sup>。早在 2009 年,嗅觉敏锐的商业公司便推出了面向公众的气象服务 APP,现今市场上的公共气象服务 APP 达近百种之多,如何定位建设成都本地公共气象服务 APP,扩大气象服务受众面,使其在竞争激烈的市场中占据一席之地,成为成都气象公共气象服务 APP 建设前期必做的工作<sup>[3-5]</sup>。

## 1 资料来源与方法

### 1.1 资料来源

本论文主要资料来源于市场调研、社会问卷调查和气象部门已有的资料。

### 1.2 研究方法

#### 1.2.1 比较分析法

选取了市面上好评较多、有代表性的 5 款公共气象服务 APP 为研究对象,从 APP 的产品、空间精细化程度、风格、功能四个方面进行比较分析,总结出 5 款 APP 的主要优点和不足。

#### 1.2.2 社会调查法

邀请不同年龄、性别、行业的成都地区常驻居民进行问卷调查,从本地性、美观性、互动性、专业性等六个方面调研公众对公共气象服务 APP 的主要需求。

#### 1.2.3 SWOT 分析法

SWOT 分析法是用来确定自身的竞争优势、竞争劣势、机会和威胁,从而将产品定位、内部资源、外

部环境有机地结合起来的一种科学的分析方法。通过将前期调研分析与 SWOT 分析方法相结合,找出自身(内部)的竞争优势 Strength、劣势 Weakness,市场和竞争对手(外部)的机会 Opportunity 和威胁 Threat。

## 2 结果分析

### 2.1 商业性公共气象服务 APP 现状调研

本次调研选取了市面上好评较多、有代表性的 5 款公共气象服务 APP 为研究对象,分别是墨迹天气、中央天气预报、我的天气、Yahoo 天气、天气通。

经调研发现,这 5 款公共气象服务 APP 均有重天气预报、轻天气实况的特点,提供信息以满足公众常规性天气信息需求为主,提供逐小时天气预报、中期天气预报、基本实况等,另外,墨迹天气、我的天气、天气通提供空气质量信息,丰富了 APP 的功能。墨迹天气与天气通提供天气时景图片上传功能,能增加用户互动性和粘性,但是此功能必须在用户量达到一定的情况下才会有好的效果;墨迹天气与中央天气预报提供一些生活咨询,丰富了 APP 的内容,但也因此使得 APP 的信息较多,弱化了天气 APP 的主要功能;相比其他 4 款 APP 我的天气设计风格辨识度较高,但是文字较多,阅读不够直观。

综合比较得出,墨迹天气的优势较为明显,有很全面的天气信息、空气质量信息,合理的布局使得信息阅读起来很简便。但除我的天气,其余 4 款 APP 界面相似度太高,难以让用户识别并铭记于心。另外,5 款 APP 都有一个共同的不足点:空间精细化程度只到县级,而目前成都地区已经有精细化至乡镇级的气象数据。

### 2.2 公共气象服务 APP 的需求调研

调查内容:按照对公共气象服务 APP 的需求必要程度进行先后排序:A.本地性 B.美观性 C.娱乐性 D.互动性 E.丰富性 F.专业性

调查人群:本次调查针对成都常驻居民开展,年龄在 13-70 岁。其中,男性 133 人,女性 114 人;20-30 岁 139 人,30-45 岁 98 人。职业涵盖 IT 从业人员、金融从业人员、建筑从业人员、国家公务员、事业单位员工、学生、商人、全职家庭主妇等,总共收到 247 份有效答卷。

统计方式：将 247 份调查答卷的选项排序进行统计，72 名公众认为“本地性”应该放首位，17 名公众认为“美观性”应该放首位，131 名公众认为“专业性”应该放首位(表 2)。

公众需求社会调查结论：公众对天气 APP 需求由高至低排列依次是：F.专业性 A.本地性 B.美观性 D.互动性 C. 娱乐性 E.丰富性

2.3 成都本地公共气象服务 APP 产品定位分析

2.3.1 竞争优势分析(S)

由于市场上商业性气象服务软件众多，存在数据不统一的情况，市民难以识别正确信息。利用成都市气象局官方身份，向社会发布及时的气象信息，确保信息的准确性和权威性。

用成都市气象局专业的一流设备、规范的数据采集分析方式、强大的气象专业队伍，专业的气象服务系统为气象服务 APP 提供数据支撑，可向公众提供精细化至县级的气象灾害预警信号、气象灾害风险预警信息、短期五项重要天气消息等；精细化至乡镇级、五城区的天气预报；由 300 多个气象观测自动站作为数据来源支撑的实时天气实况；别具特色的旅游景区天气预报。

目前，正处于成都气象现代化发展阶段，“气象云”的建设将为大数据的融合奠定基础，各类现代化气象业务服务系统的建设将为成都公共气象服务 APP 提供更多精细化的公共气象服务产品，并实现服务产品的精准推送<sup>[6-7]</sup>。

事业单位身份更容易与政府部门寻求合作，将气象数据与交通、旅游等数据融合，生成以交通、旅游为主题的成都地区气象服务产品，增加公众气象服务产品特色性。

2.3.2 竞争劣势分析(W)

成都市城市气象服务中心成立时间较短，工作人员基本来自气象专业和计算机专业，且长期从事气象业务工作，缺乏敏锐度，在科技与经济迅速发展的当下，容易造成气象服务形式、内容的落后。同时，受业务、财务等制度的影响，APP 项目建设周期较长，即便察觉到市场的变化，也难以迅速推出新型产品<sup>[8]</sup>。

2.3.3 机会分析(O)

虽然各种公共气象服务 APP 已占据大部分成都市场，但此类 APP 均以覆盖全国各城市为主，空间精细化程度较低，一般只能精细化至区县。

目前市面上的公共气象服务 APP 只能满足公众的常规性天气服务需求，未对气象服务产品做深入加工，不能提供本地特色的气象服务产品。

部分公共气象服务 APP 能提供及时的气象预警信号和重要天气消息接收服务，但只能精细化到地市级别。不能提供气象灾害风险预警信息接收服务。

2.3.4 威胁分析(T)

目前，各种公共气象服务 APP 占据大量成都市场，与用户长期的互动联系，形成粘性，增大市场竞争难度。如墨迹天气，由于进入公共气象服务 APP 市场较早且拥有大量的用户群体，2016 年 6 月墨迹注册用户过 5 亿，月活跃用户过 1 亿，在同类软件市场占有率达 53.9%。IOS 天气借助 iPhone 等硬件产品也占据了部分市场。此外，这些公共气象服务 APP 背后还有着经验丰富的设计、开发、推广、运营团队作为其技术后盾，海内外风投机构作为其经济后盾<sup>[9]</sup>。

2.3.5 成都公共气象服务 APP 定位分析

在气象信息开放的大数据时代，商业公司有途

表 1 问卷调查统计

排序	本地性	美观性	娱乐性	互动性	丰富性	专业性
1	72	17	8	11	8	131
2	60	56	24	39	19	49
3	43	65	33	46	26	34
4	35	60	62	41	32	17
5	30	27	59	52	74	5
6	7	22	61	58	88	11

径获取气象数据。竞争劣势不容小视,外部威胁也是特别突出。以服务本地化为主旨,扬长避短地开发精细化、特色化的成都本地气象服务产品,形成差异化气象服务产品才能在众多气象服务 APP 中脱颖而出<sup>[10]</sup>。

### 3 成都本地公共气象服务 APP 建设建议

#### 3.1 服务内容精细化

除满足常规气象信息的查询,向公众提供精细化至区(市)县的气象灾害预警信号、气象灾害风险预警信息、短期五项重要天气消息等;提供精细化至区(市)县各乡镇、主城区五城区的天气预报;提供由 300 多个气象观测自动站作为支撑的实时天气实况,提高气象服务的精细化程度。

#### 3.2 服务产品特色化

借助“成都气象云”的发展,利用事业单位身份向政府或相关部门寻求合作,将气象数据与其他行业数据融合形成成都地区气象服务产品,增加成都本地气象服务产品本地特色。

#### 3.3 服务功能人性化

由于气象服务产品众多,如:旅游气象产品、指数预报产品、雷达回波图等。在功能上,为用户提供个性化菜单定制,满足公众的个性化气象服务需求。

提供亲情气象短信发布功能,用户可为不会使用 APP 的亲友转发气象灾害预警信号等重要天气信息。

#### 3.4 外观设计美观化

在外观上,保持简洁、大方的传统审美,注入成都本地特色元素,增加公共气象服务 APP 的亲合力

和辨识度。

#### 3.5 技术后台可靠化

在技术上,做好后台保障工作,保证气象灾害预警信号、气象灾害风险预警信息、短期五项重要天气消息等顺利推送。提高人机交互的流畅度,保证用户的高体验度。

#### 参考文献:

- [1] 杨武,陈静,李晓娜,等.3G 时代手机气象信息服务的可持续发展[J].广东气象,2012,34(3):53-56.
- [2] 朱斌,吴智君,姜殿荣.柳州气象信息服务网站设计[J].气象研究与应用,2011,32(2):100-102.
- [3] 陈静,梁宏升.自媒体时代的气象服务[J].广东气象,2013,35(6):52-55.
- [4] 林雪仪,李春梅.自媒体时代基于手机 App(应用)的农业气象服务探索[J].广东气象,2016,38(2):54-57.
- [5] 王凡,韦淑军,罗建平,等.提高决策气象服务能力需把握的几个环节[J].气象研究与应用,2009,30(S2):213-214.
- [6] 吴益平,新形势下发展基层公共气象服务的几点思考[J].气象应用与研究,2012,33(S2):33.
- [7] 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):107-109.
- [8] 覃安春,刘万杰.突破“12121”气象服务效益瓶颈的措施与途径[J].气象研究与应用,2009,30(增刊 I):204-205.
- [9] 顾桃峰,岳海燕,赵文涓.“广州天气”微博推送发布平台简介[J].广东气象,2013,35(2):64-66.
- [10] 高亭亭,孙伟忠,朱平.广州天气微信的创新设计[J].广东气象,2014,36(6):60-62.