

罗延斌. 开展县级政府购买气象影视广告服务的探讨[J]. 陕西气象, 2018(1): 44-47.

文章编号: 1006-4354(2018)01-0044-04

开展县级政府购买气象影视广告服务的探讨

罗延斌

(柳州市气象局, 广西柳州 545001)

摘要: 全面分析柳州市气象影视广告的现状与特征, 针对气象影视广告发展的困境, 从政府购买公共服务的角度出发, 探讨气象影视广告发展的新思路, 介绍成功的经验和做法。

关键词: 政府购买; 公共服务; 气象影视; 广告服务

中图分类号: P49

文献标识码: C

近年来, 政府购买公共服务是我国公共服务制度的改革和创新, 对于节约政府开支、提高公共服务效果具有重要的意义。电视天气预报节目是气象部门向公众传递气象信息的重要渠道, 是气象部门对外服务的一个重要窗口^[1]。气象影视广告是电视天气预报节目的延伸产品, 通过开展气象影视广告业务所创造的经济效益, 弥补气象部门长期以来事业经费不足的困境, 为气象事业的发展提供经济保障^[2]。因此, 气象影视广告是各级气象部门高度重视的一项业务。

多年来, 柳州市气象局制作的《天气预报》节目, 致力于为社会提供气象影视广告服务业务。但随着宣传媒体的多样化发展, 以及网络信息的飞速发展, 作为传统广告形式的气象影视广告, 面临着日益激烈的广告市场竞争局面, 气象影视广告陷入经营困难、市场广告份额逐年减少、经济效益严重下滑的困境。如何探讨一条新的营销思路? 走出一条新的发展道路? 一直是柳州市气象局在发展气象影视广告业务时必须思考的问题。2013年开始, 通过全面分析气象影视广告的现状与特征, 结合柳州市政府购买公共服务这一新形式的发展, 将气象影视广告业务融入政府购买公共服务的目录之中, 成功地实现县级政府购买气象影视广告服务, 取得较好的经济效益和社会效益, 扭转气象影视广告业务下滑的局面。本文全

面分析在柳州市开展县级政府购买气象影视广告服务的经验及做法。

1 柳州市气象影视广告业务分析

1.1 气象影视广告业务概况

1996年, 柳州市气象局开始制作《柳州天气预报》节目, 发展气象影视广告。2007年, 广西气象影视业务进行全面改革, 实行“集中制作、末端分发”的业务体系^[3]。2017年, 柳州市气象局建设有主持人的气象影视节目制作系统, 为气象影视广告发展带来新的机遇, 提供了新的技术支撑。

柳州市气象局在市电视台新闻频道、综合频道和《摆古栏目天气预报板块》, 总共拥有三套《柳州天气预报》版面资源, 其中, 新闻频道和综合频道的《天气预报》节目由市气象局独立制作, 《摆古栏目天气预报板块》由市气象局提供天气预报信息, 由市电视台独立制作。三个栏目共有36个气象影视广告版面, 每个版面播出时长7s; 共有2个开窗侧栏广告版面, 每个版面播出时长45s; 共有两个挂角广告版面, 每个版面播出时长2min 20s。由市气象局下属的企业“柳州市腾云信息广告科技开发中心”负责开发气象影视广告业务。

1.2 气象影视广告的特点

通过全面分析气象影视广告的优势和劣势, 在开展气象影视广告的营销时, 才能充分利用其优劣, 寻找与之相适合的广告客户, 最大限度地发

收稿日期: 2017-10-16

作者简介: 罗延斌(1974—), 男, 壮族, 广西象州人, 学士, 高工, 从事气象科技服务及应用气象研究。

挥气象影视广告效益^[4]。

1.2.1 气象影视广告的优势 柳州市气象影视广告的优势表现在:一是专属性,即仅气象部门所独有的广告资源,是其它广告企业所无法复制的广告资源;二是受众面的广泛性,即观看天气预报节目的人群来源广泛,不受年龄、职业、行业的限制^[5];三是播出时间的固定性,即三套节目的首播时间均是黄金时段,提高了气象影视广告的含金量;四是覆盖面广,即只要开通有线电视的地方均能看到气象影视广告,覆盖区域达市、县、乡、村四级区域。

1.2.2 气象影视广告的劣势 柳州市气象影视广告的劣势表现在:一是软广告,即气象影视广告体现为无声的静态广告形式,相对电视台播出的图、文、声、色并茂的硬广告而言,气象影视广告仍有其不足之处;二是单一性,即气象影视广告绝大部分是以图片和文字传递广告信息,仅有少部分的开窗侧栏广告和挂角广告,以动画的文字展现在观众面前,广告的形式较为单一;三是地位的从属性,气象影视广告是电视天气预报节目的延伸产品,气象预报信息的观看往往是观众的主要目的,气象影视广告的观看处于次要地位。

1.3 柳州市气象影视广告的经营状况

多年来,柳州市气象局通过发展气象影视广告业务,获得一定的经济效益以弥补气象事业经费的不足,有力地支持气象事业的发展。但是,随着宣传媒体的增多,客户选择投放广告媒体的多样化,柳州市气象影视广告发展缓慢,经营面临着前所未有的压力,气象影视广告业务逐年下滑。在这种情况下,顺应形势的发展,将气象影视广告业务融合到政府购买社会公共服务的目录之中,成为柳州市气象影视广告业务发展的新方向,从而提高该项业务的社会竞争力。

2 政府购买公共服务背景分析

2.1 政府购买公共服务的定义

我国制定的政策及国内学者车峰^[6]、王春婷^[7]的研究成果中,均对政府购买公共服务的定义作了解释。《政府购买服务管理办法(暂行)》(财综〔2014〕96号)文件对此解释更为全面、具体、科学,即“政府购买服务”是指通过发挥市场机

制作用,把政府直接提供的一部分公共服务事项以及政府履职所需服务事项,按照一定的方式和程序,交由具备条件的社会力量和事业单位承担,并由政府根据合同约定向其支付费用。

2.2 政府购买公共服务的政策

在国外欧美发达国家,政府购买服务已经屡见不鲜。我国政府向社会组织购买公共服务始于21世纪初期,诸如广州、上海等发达的城市。从2013年开始,我国政府及相关部门先后出台了政府购买公共服务的政策,例如《国务院办公厅关于政府向社会力量购买服务的指导意见》和《政府购买服务管理办法(暂行)》(财综〔2014〕96号)。之后,广西随即出台了相关的配套政策,例如《广西壮族自治区人民政府办公厅关于政府购买服务的实施意见》和《关于加快推进我区政府购买服务工作有关问题的通知》(桂财综〔2015〕33号)。这些政策的出台,有力地推进政府购买公共服务的进程。

2009年9月,柳州市人民政府颁发了《柳州市2009年政府购买社区公共卫生服务工作实施方案》,率先在全区开展政府购买公共卫生服务,使得柳州市居民全面享受规定的社区公共卫生服务项目^[8]。这一大胆的实践是广西政府购买服务政策有效执行的典范,也为柳州市气象局开展县级政府购买气象影视广告服务提供参考及示范。

通过分析县级政府的外宣工作需求,了解到县级政府逐年加强对县域经济及公共公益领域的宣传工作,对新闻宣传工作的经费逐年增加。在宣传渠道方面除了充分利用本地报纸、电视台和网站等新闻宣传资源之外,还充分利用上级报纸、电视媒体等做好本县宣传工作。而市气象局制作天气预报节目是通过电视网络进行播出,覆盖面至市、县、乡、村四级区域。气象影视广告正是利用公众对天气预报信息的高度关注,吸引对广告内容的关注。气象影视广告宣传业务的特点恰好能满足县级政府开展公共公益领域宣传活动的需要,这种公共公益宣传服务正是属于应当纳入政府采购服务的指导性目录范围内,这为开展县级政府购买气象影视广告服务带来了新的机遇。

3 成功经验及做法

3.1 发函联系,理顺关系

首先,由市气象局通过发函至各县政府,全面介绍《柳州天气预报》节目,结合县级政府宣传工作的需求,推介气象影视广告业务的优势、价格等详细内容。县政府接到来函之后,将按照公文流转的程序,落实县宣传部、政府办公室、气象局等职能部门承办此项工作。

其次,多渠道、多途径与县政府办公室、宣传部、财政局等职能部门进行沟通协调,取得他们的认可及支持。市气象局领导多次主动向县领导介绍该项业务,达成合作意向,最终促成政府购买气象影视广告服务业务。

县级政府购买气象影视广告服务的购买主体为县政府或者其委托的职能部门,供给主体为柳州市腾云信息广告科技开发中心,购买的服务内容为气象影视广告服务。2013年柳州市首次开展县级政府购买气象影视广告服务,签订合同的购买主体分别有县人民政府、县宣传部、县农业局和县气象局等四种主体。

3.2 编制计划,落实资金

政府购买公共服务的首要程序是编制采购计划,所需的资金来源为年度财政预算资金。根据县政府职能部门通常在每年12月开始编制部门预算和次年1月确定全县年度财政预算这一特点,市气象局每年12月发函至各县政府,有利于承担该项工作的职能部门及时编制部门预算,将政府购买气象影视广告服务的专项经费纳入年度财政预算当中。抓好这一时间节点是工作开展的关键环节,能否将县级政府购买气象影视广告服务的专项经费列入政府年度财政预算之中,是决定该项工作能否成功开展的关键所在,对于错过年度财政预算的,就只能通过次年追加财政预算的方式。

3.3 签订合同,组织实施

编制的部门预算得到财政部门批复实施之后,按照《中华人民共和国政府采购法》和《中华人民共和国合同法》等法律法规的规定,通过公开招标、邀请招标、竞争性谈判、询价、单一来源采购等

方式确定供给主体,并及时与之签订政府购买服务合同。由于气象影视广告依托于天气预报节目的制作,该广告资源具有单一性和唯一性。为此,县级政府购买气象影视广告服务时,通常采用单一来源采购方式确定柳州市腾云信息广告科技开发中心为供应主体,并委托县宣传部、县农业局或者县气象局签订服务合同。之后,即可按照合同条款约定开展气象影视广告服务的各项工作。

2014—2017年柳州市气象局签订的县级政府购买气象影视广告合同数量快速增加并保持平稳,合同从3个拓展到7个,合同金额从18万元增加到42万元,在全年广告收入中所占的比例逐年增加。

3.4 加强管理,做好服务

广西政府购买服务实行绩效评价机制,评价结果作为选择供给主体的重要参考依据,这也决定气象影视广告业务是否能顺利地进入次年政府采购计划。因此,柳州市气象局通过加强管理,全力做好县级政府公共公益宣传服务工作。

采取的措施主要包括:一是落实专人与服务对象的无缝隙工作对接,做好各县气象影视广告内容的对接工作;二是执行内容播前审定的制度,制作及更新的宣传图片及广告词,必须经各县采购主体的审定认可之后才能播出;三是提高广告制作人员的技术水平,保证气象影视广告制作的质量;四是做好广告播放效果的材料收集,收集观众对该节目播出效果的反馈意见,以更好的做好服务工作;五是不定期对县政府及相关单位开展服务回访工作,听取服务对象提出的建议和要求,及时改进不足之处。

4 结语

通过全面分析柳州市气象影视广告的现状 & 特点,结合县级政府开展公共公益领域宣传工作的需求,引入政府购买服务的先进理念,成功地在柳州市开展县级政府购买气象影视广告服务的业务,有力地促进柳州气象影视广告业务的稳定、持续、健康的发展。同时,这一成功做法对于其它地区和单位具有一定的示范作用和借鉴经验。

牛桂萍. 访谈式教学在气象干部综合素质培训中的运用[J]. 陕西气象, 2018(1): 47-50.

文章编号: 1006-4354(2018)01-0047-04

访谈式教学在气象干部综合素质培训中的运用

牛桂萍

(陕西省气象干部培训学院, 西安 710016)

摘要:在气象干部综合素质培训中尝试开展访谈式教学,能更好地激发学员的热情和参与度,提升教学效果。通过对陕西省气象干部培训学院开展的访谈式教学实践的分析,提出了做好访谈式教学应把握课程设计、课堂实施等关键环节及应该注意的问题。

关键词:访谈式教学;气象干部培训;综合素质

中图分类号: D261.41:G641

文献标识码: C

著名教育家陶行知说:“教学艺术就在于设法引起学生的兴味,有了兴味就肯用全副的精力去做事。”中共中央2016年印发的《干部教育培训工作条例》要求:“与时俱进,改革创新。适应形势任务发展变化,遵循干部成长规律和干部教育培训规律,坚持开放办学,完善培训内容,改进培训方式,整合培训资源,优化培训队伍,不断推进干部教育培训理论创新、实践创新、制度创新。”访谈式教学作为一种新颖的教学方式,近年来各级党校如中国浦东干部学院、中国井冈山干部学院、北京市怀柔区委党校等,在党性教育中开展访谈式教学^[1-4],许多高校也运用在教学当中^[5],取得了良好效果。访谈式教学是教育教学方式方法的一种

尝试和创新,它集讲授式教学、榜样示范教学、互动式教学的优势于一体,能更好地激发学员的热情和悟性,增强课堂效果和实际感召力。

陕西气象干部培训学院以往主要采用的培训方法有课堂讲授、案例教学^[6]、体验式教学^[7]、远程教学^[8]等,2016年以来,在干部综合素质培训中大胆开展访谈式教学,取得了良好的教学效果。本文结合陕西气象干部培训学院的实践,总结做好访谈式教学的经验,并指出了教学中应该注意的几个问题,对今后开展相关教学具有借鉴意义。

1 访谈式教学的课程设计

访谈式教学,是在教师的主持下,针对授课专题,邀请相关行业专家作为嘉宾及导师,通过设定

收稿日期:2017-09-25

作者简介:牛桂萍(1971—),女,山西孟县人,汉族,硕士,高级经济师,从事气象培训管理工作。

参考文献:

- [1] 罗延林,卢雪香,梁妙芝. 提高地级市气象影视广告业务竞争力的思考——以梧州气象影视为例[J]. 中国传媒科技, 2012(6): 91-93.
- [2] 王彬,田冰. 浅析青海气象影视广告营销[J]. 中国经贸, 2015(3): 37-38.
- [3] 孔毅民,容军. 广西县级气象影视服务发展对策研究[J]. 气象研究与应用, 2011, 32(2): 93-96.
- [4] 吴芳华,李莹,温有斌. 气象影视服务市场的分析

[J]. 科技展望, 2016, 26(24): 321.

- [5] 季冬玲. 气象影视广告形式及营销方法的研究与应用[J]. 中国传媒科技, 2014(8): 121.
- [6] 车峰. 我国政府购买公共服务问题研究综述[J]. 理论导刊, 2014(12): 98-101.
- [7] 王春婷. 政府购买公共服务研究综述[J]. 社会主义研究, 2012(2): 37-42.
- [8] 赵云,潘小英. 广西政府购买社区公共卫生服务的调查报告——柳州市政府购买服务的启示[J]. 2010, 27(5): 302-304.