

文章编号: 1006-4354 (2010) 03-0032-03

# 陕西省气象短信产品优化分析与短信编辑

徐 虹<sup>1</sup>, 白光弼<sup>1</sup>, 王骊华<sup>1</sup>, 赵 毅<sup>2</sup>

(1. 陕西省气象科技服务中心, 西安 710014;

2. 华院分析技术(上海)有限公司, 上海 200041)

**摘 要:** 通过市场目标用户的调查, 总结了气象短信产品目前存在的问题, 提出产品结构、产品内容的优化方案。并对气象短信产品的编辑进行分类, 探讨如何提高气象短信编辑质量。

**关键词:** 气象短信; 产品优化; 编辑质量

**中图分类号:** P49

**文献标识码:** B

陕西移动气象短信自 2003 年 10 月开通至今, 全省用户由 2003 年的 6 000 多发展到 170 多万, 气象短信成为公共气象服务的重要手段之一。在气象短信编辑中, 气象短信编写人员不断总结、学习和创新, 使得“寓气象于乐”, “寓气象于日常生活”, 形成具有鲜明特色的气象短信, 得到用户普遍好评。

目前, 气象短信在发展中遇到产品结构和价格问题。与华源分析(上海)技术有限公司合作, 分析了陕西气象短信产品, 找出存在问题, 提出

优化方案, 使气象短信有较大的发展。

## 1 目前气象短信产品存在的问题

### 1.1 产品结构不清晰

目前气象短信产品种类繁多, 有 460 个产品: 包括 277 个定制产品, 182 个点播产品及 1 个 STK 点播(表 1)。对应 460 个不同业务代码和定制代码。气象短信产品已普及到区县。产品的一级和二级分类结构不清晰、不合理, 特别是“省内主要城市天气预报”内的分类凌乱, 价格、地域、时间和内容等不同维度混合在一起, 而其它

**收稿日期:** 2010-01-10

**作者简介:** 徐 虹 (1964—), 男, 江苏常州人, 本科, 高工, 从事科技服务和应用气象研究。

为 Sc cug 或无云。清晨出现雾或 St, 雾在日出后抬升为 Fs, Fs 再演变为 Sc 或消散。

## 6 特定季节对应法

云的季节变化在陕西比较显著。有些云多出现在一定的季节。冬季由于温度低, 水汽含量少, 空气中对流作用弱, 故很少出现积云和积雨云。例如 Cu, 是由于下垫面增温、引起空气块上升, 水汽凝结而成, 所以它主要出现在夏季。冬半年, 如果观测到 Cu, 一定要仔细辨认、谨慎判定, 防止误认。

## 7 根据天气现象判定法

当云伴有天气现象时, 结合云的自身特征和所伴随天气现象的性质、变化和强度判定云状会

很容易。降水现象和降水性质对识别云状是很重要的依据。尤其在夜间, 依据闪电、雷暴、阵雨、雨、雪等天气现象判定云状是常用的方法。

## 8 借助天气预报、雷达资料判定法

这种方法主要用于夜间云状的判定, 以弥补夜间光线的不足, 使判定的云状更为准确。例如, 02 时观测时云布满全天, 无星月光, 目力很难分辨云状。此时可借助天气预报和适时的雷达资料来判定云状。

在云状判定实践中要结合观测时的天气条件和天空实际状况, 灵活运用上述方法, 相互结合, 相互比较, 抓住重点, 全面分析, 综合判断, 以便更准确地判定云状。

表 1 目前气象短信产品简表

| 产品一级分类     | 产品二级分类         | 产品个数 | 目前使用人数  |
|------------|----------------|------|---------|
| 省内主要城市天气预报 | 3元包月***未来72h预报 | 99   | 588 833 |
|            | 1元包月***天气预报    | 93   | 447 017 |
|            | ***未来3~5d滚动预报  | 8    | 106     |
|            | ***上下班天气预报     | 8    | 72      |
|            | ***一周天气预报      | 6    | 39      |
|            | 全省未来48h预报      | 1    | 13      |
|            | STK西安预报        | 1    | 26      |
|            | 预警业务           | 4    | 13 560  |
| 省内旅游景点天气预报 | 各旅游景点72h预报     | 10   | 882     |
| 国内主要城市天气预报 | 国内主要城市天气预报     | 17   | 41      |

注：“\*\*\*”代表不同地市和区县名称。

两大类内的结构单一。产品种类过多,造成运营商管理和推广困难。省、地市和区县气象局各自的职能无法体现。

### 1.2 内容顺序需优化,并丰富气象预报的形式

目前,为用户提供天气预报短信的内容模式为:提示用语+天气预报格式,如:“您好!阴雨天气,路面湿滑,请注意交通安全。西安今晚到明天小雨,11到25℃,微风,24日小到中雨,25日阴天。省专业气象台”。市场调研结果表明,40.4%已订购客户表示只需天气预报这个核心内容,未订购者也有34.5%有同样想法。可见,在短信内容顺序安排上,应将基本天气信息放在前面展示给客户。对于附加实用信息,比较受欢迎的主要有节气和节假日提醒、紫外线指数、空气湿度、晾晒指数等。对移动客户的调研发现,已订购者有41%希望接收彩信天气预报,图文并茂,且能避免字数限制。

### 1.3 价格设计略偏高

目前气象短信有1元和3元产品,主推3元72h天气预报产品。与其它提供天气信息的竞争产品(如农信通、手机报等)相比,价格优势不明显(表2)。

表 2 天气预报短信与其他短信价格比较

| 产品种类   | 价格    | 优势        |
|--------|-------|-----------|
| 天气预报短信 | 1元、3元 | 信息权威      |
| 农信通    | 2元    | 提供新闻等其他信息 |
| 手机报    | 3元    | 提供新闻等其他信息 |

在价格认可度调研中,1~3元的价格得到普遍认可,也有不少用户希望使用免费产品或越便宜越好。价格形式上,已订购者中70.8%认可包月形式。11.1%希望有包年服务,有3.9%希望有包季度服务。选择其它的12.5%的订购者中,几乎所有人都表示,包年、包半年或包季度都行,只是看哪种相对更实惠。可见有很多用户希望推出不同价格阶梯产品,只要有适当优惠,不少人希望直接包年,这样可以提高客户群的粘性,对产品收入也较有保障。

### 1.4 预报时间和区域基本满足客户需求

市场调研中发现,已订购者中78.8%的客户和未订购者的70%需要1~3d预报,这与目前主推的1元和3元产品基本吻合。预报范围方面,77.9%的已订购客户认为所在地的天气预报已足够,未订购者中的同类客户占比也高达76%。与现有气象短信产品提供的区域也基本吻合。

## 2 气象短信优化方案

### 2.1 产品结构优化

要想建立客户的品牌意识,首先应申请全省统一产品名称,如“移动气象站”等。其次应梳理产品结构,避免产品设计、管理及系统支撑的复杂化。建议设计具有全省统一订制代码的产品结构,通过号码段区分用户所在地市,有利于天气预报短(彩)信的统一宣传和营销(表3)。

### 2.2 产品表现形式优化

将目前用户收到的气象短信内容修改为天气+提示类用语,将基本天气预报信息放在最前面

在字数允许下,第三部分可以根据客户归属地,分别提供陕北、关中、陕南地区 24 h 天气预报。

表 3 产品结构 with 价格优化表

| 信息名称         | 操作指令 | 价格    |
|--------------|------|-------|
| 未来 72 h 天气预报 | 3    | 3 元/月 |
| 未来 48 h 天气预报 | 1    | 1 元/月 |
| 上下班天气预报      | SXB  | 3 元/月 |
| 生活气象         | SH   | 3 元/月 |
| 农业气象         | NY   | 2 元/月 |
| 移动气象站彩信版     | C    | 3 元/月 |
| 移动气象站彩信 1 元版 | C1   | 1 元/月 |

对终端支持彩信的新老客户,可使用彩信版。彩信虽然没有字数限制,但内容应简洁,突出重点,避免造成阅读困难。

### 3 气象短信编辑的分类

#### 3.1 温馨提示类

温馨提示语使用户在了解天气的同时感受到人情味,使气象短信更具个性化、人性化,更贴近日常生活。提示语大致可分为三类:第一类为安全警示型,如“天干物燥,注意防火”、“轻雾蒙蒙,请注意交通安全”等;第二类为冷暖自知型,如“忽冷忽热,留意天气防感冒”、“紫外线强,谨防皮肤晒伤”等;第三类为温馨祝福型,如“空气清新,欢乐伴您一天”、“月圆人圆事更圆,气象短信庆团圆”等。

#### 3.2 节日祝福类

现代生活节奏快,一些重要节日往往被忽视。气象短信在节日来临前及时发出祝福语,用户带着祝福过节<sup>[1]</sup>。如教师节来临时,编写“桃李满天下,天公展笑颜,明日是第 24 个教师节,向全体教师致以节日的问候”;母亲节来临之际,编写“世界上一切光荣和骄傲都来自母亲,祝母亲节日快乐”。短信表达了对老师和母亲的崇敬和感激之情。

#### 3.3 实况告知类

随着气候变化,极端气象事件增多,极端气象要素值也一次次突破历史记录。气象短信通过对天气实况信息适时采写发布,具有传播价值和新闻价值<sup>[2]</sup>。如“商洛 7 月 8 日 14 时到 17 时 3 h 降

水量 300 mm,倒塌房屋数间,但尚无人员伤亡。”等,起到了稳定民心的作用。

#### 3.4 知识节气类

气象短信通过“二十四节气农业科普与养生”服务专题,在每个节气来临前,对节气的来历、对农业的影响、节气与养生及节气的气象谚语加以编辑,如“大暑时节,冬病夏治正当时”、“三夏大忙季节到来,请农民朋友们关注天气变化,做好田间管理。”等。使用户了解节气的到来。

#### 3.5 防灾减灾类

防灾减灾气象短信是提高各级领导和广大群众防灾救灾的敏锐性和警觉性的“警报器”。气象短信平台通过预警专用通道准确、及时的发布各类灾害气象预警信息,为各级政府提供决策服务。如“雷暴时不要很多人拥挤在一起,不要在大树下打手机”、“当遇到滑坡正在发生时,首先应镇静,不可惊慌失措,要迅速环顾四周,向较为安全的地段撤离。”等。

### 4 如何提高气象短信的编辑质量

#### 4.1 早酝酿、多推敲、细检查

首先要提前与预报员沟通,了解未来天气变化,做到心中有数,不能等到预报结论做出后再匆忙编写,因时间紧而影响短信编辑质量;其次要多推敲,内容要不断充实、修改和修饰;最后要细检查,检查日期、错别字、用语不当和是否超字等。

#### 4.2 多积累、多交流、常总结

气象短信必须贴近生活,富有知识性、趣味性和生活性。在日常的工作中多积累,善交流,常总结,才能提高得快、编写得好。

#### 4.3 多借鉴、善观察、勤学习

在日常生活中多借鉴一些好词句,借鉴别人的构思和创意,善于观察和总结以获得灵感,加强气象和文学知识的学习和积累,善于从中提取写作短信的素材。

#### 参考文献:

- [1] 卢雪香,梁妙芝,曾丽萍.对气象短信的编写及其难点分析的探讨[J].气象研究与应用,2008,4(增刊1):55-57.
- [2] 梁毅进.气象短信的特色及注意事项[J].广西气象,2004,9(3):59-61.