

《2016年全国公众气象服务评价分析报告》主要结论

■ 本刊编辑部

2016年10月1—25日,中国气象局与国家统计局联合开展了2016年全国公众气象服务评价调查工作。本次调查范围覆盖我国31个省(区、市),共调查40082人,其中城镇有效样本25405人,农村有效样本14677人。通过调查结果的分析得出以下主要结论:

1) 2016年全国气象服务公众满意度为87.7分,较2015年提高0.4分,是自2011年以来的最高分。2) 2016年全国公众对气象服务的准确性、实用性、及时性和便捷性评价分别为78.5分、92.0分、88.2分和93.4分。各项评价指标较上一年均有明显提高,其中公众对气象信息接收的便捷性评价提升最大,较2015年提升3.1分。3) 2016年公众对气象信息接收的便捷性评价和气象信息内容的实用性评价的城乡差距较2015年有所减小。4) 2016年公众对气象服务的需求程度较上一年显著提高,达86.5分,较2015年提高3.8分,仍呈现出农村高于城市的特点。5) 在公众获取气象信息的常用渠道中,电视仍占有重要位置,2016年手机

app的使用率首次超过手机短信。6) 在气象部门自有品牌中,中国气象频道和中国天气网的知晓率和使用率最高;同时发现,公众对气象部门自有品牌的知晓率与使用率之间基本都存在10.0%以上的差距,表明在自有品牌的推广中仍有部分提升的空间。7) 2016年公众对气象灾害预警信息的知晓率和接收率均有所提高,62.3%的公众知道气象灾害预警服务,在知道的公众中,86.9%的公众收到过气象灾害预警信息。8) 2016年公众对气象灾害预警信号的理解度以及极端天气与全球气候变化的关系的了解程度较2015年均有所提升,分别为88.2%和66.9%。9) 2016年56.1%的农村公众知道人工影响天气服务,对人工影响天气服务的满意度为79.7分。10) 2016年全国公众按需定制的气象服务市场价值约为1374.3亿元,气象服务为公众节省的费用是1068.0亿元。

摘自《2016年全国公众气象服务评价分析报告》