网站气象信息传播特征

王淞秋

网站对气象信息的传播逐渐减少了人们对传统媒介的依赖程度，并且日益受到大多数人的追捧。

网络作为一种新兴传播形式，具有传统媒介无法比拟的优势，体现在传播这些优势是基于其自身特性之上，网络现已成为继报纸、广播、电视等传统媒体之后又一气象信息传播媒介，并由于其多元化、丰富性、快速性、全球性等优势，迅速成为气象信息传播的主要阵地。

1 网站气象信息传播特点

1.1 气象信息网络传播的概念

气象传播是气象信息的传递与交流，是传播的一种，必然具有传播的一般特点。同时，又与气象活动的特殊性紧密联系，受到人们从事气象活动的生产生活方式和有关条件的制约。网络传播就是以计算机和网络为载体的信息传播活动。在网络传播中，将气象信息以数字的形式存储在光电介质上，再通过光纤通信与计算机网络高速传播，并借助于计算机设备进行阅读和使用，从而达到气象信息的交流、利用与传播的目的。网站是网络传播的主要形式。

1.2 网站传播的特点

网站以其形式丰富、渠道广泛、覆盖率高、精准到达、性价比高、推广方便等特点在现代传媒产业中占据越来越重要的位置。网站对气象信息的传播逐渐减少了人们对传统媒介的依赖程度，并且日益受到大多数人的追捧，主要是由于网站传播气象信息时具有以下几个特点。

1）*气象信息资源的极度丰富性。* 网站传播将电子计算机和数字通信设备作为自身的硬件平台，使得其在信息储存方面显示出极大的优越性。网站几乎没有信息容量的限制，使得网站可以存储和传播大量的气象信息，网站传播的气象信息的丰富性远高于其他传播方式，为受众提供了尽可能多的选择。

2）*气象信息表现形式多样性。* 从本质上讲，互联网是一种多媒体的综合性的信息平台。通过网站可以将文字、图像、视频、音频等多种信息表现形式于一体，卫星云图、动态雷达图片、天气实况直播等各种手段，可以使受众在接受气象信息时获得不同感官的体验与享受。

3）*传播的强时效性和广域性。* 相对于传统的传播媒介来说，网站在信息传播方面显示出了极强的时效性，而气象预报、预警信息、天气实况等气象信息也具有极强时效性，气象信息可以借助网站实现“秒速”传播。不仅如此，网站传播气象信息不受地域限制，只要用户登陆网站即可获取网站提供的信息。因此用户可以随时随地的通过网站获取世界各地最新的气象信息。

4）*“编辑分发”模式。* 与其他新媒体传播模式不同的是，网站气象信息分发主要是“编辑分发”模式。用户主要是气象信息的接收者。但是用户可以通过浏览器的信息搜索迅速得到自己所要查找的气象信息。正是由于网站的这一便捷性，越来越多的人开始将它作为获取气象信息的主要渠道。编辑分发模式既是网站传播的优点也是它的缺点，优点在于用户登陆网站只需挑选接收自己需要的气象信息即可，但缺点在于用户不能有效地与网站进行双向交流互动，用户不能成为气象信息的制作者和传播者。

2 网站气象信息传播发展概况

我国专门网站气象信息传播，最早可追溯到20世纪90年代，伴随互联网技术的进步逐渐发展起来。2001年，中央气象台建成问天网（www.tq121.com.cn），主要发布全国2000多个县市的天气预报和生活气象指数。2008年7月中国天气网（www.weather.com.cn）上线，成为首个公众气象服务门户网站。中国天气网下设31个省级站和澳门特区站，以及台风网、英文网两个子网站，开设了国内天气、国际天气、灾害预警、天气新闻、气候变化、气象科普、生活天气、交通天气、环境气象等20余个频道、200多个栏目。

目前我国传播气象信息的网站已经相当普及。各大门户网站、搜索引擎、政府类网站的页面中气象信息均是其不可或缺的一部分。而独立的气象类网站，

不论是官方网站还是企业网站，近年来都发展迅猛，提供的气象信息越来越丰富、多元化。网站所传播气象信息内容的丰富性和传播信息数量已远远超过传统媒体。

2.1 传播气象信息网站类型

截至2016年6月，中国网站总数为454万个，通过百度搜索“天气”“天气预报”等关键字，可得相关结果约1亿个，涉及网站5000多个。我国网站气象信息传播主要有两类：一类是气象部门建设的专门气象信息网站，包括中国气象网、中国天气网、中央气象台网、中国兴农网和中国气象视频网以及各省（自治区、直辖市）气象部门建设的地区性气象服务网站；另一类是综合门户网站，包括新华网、人民网、央视网、新浪网、腾讯网等数十家大型综合网站，其通过与气象部门或气象服务门户网站建立气象信息联动传播机制、开辟天气专栏向社会公众提供服务。

百度排名前50位的传播气象信息的网站中，专门的气象类网站有25家，占50%，较2014年增加1家；综合门户网站的天气类子网站有6家，占12%；网址导航网站的天气类子网站有6家，占12%；属于旅游类网站的天气子网站有3家，占6%；属于生活服务类网站的天气类子网站有10家，占20%（图1）。目前，各家网站提供的气象信息以预报信息为主，多集中于天气预报（包括旅游天气、交通气象等）、空气质量监测信息、各类生活指数、雷达卫星图片、天气资讯等。官方的两家网站还提供灾害预警的服务。

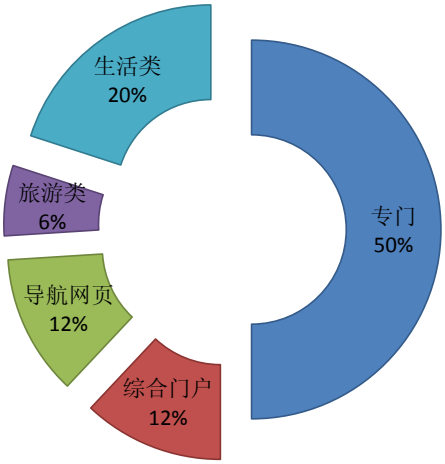

图1 搜索页面排名前50的传播气象信息的网站类型

2.2 样本分析

伴随着我国网民及网络普及率逐年稳步增长，通过网站获取气象信息的网民人数近年来也比较稳定，有小幅增长。以中国天气网（中国气象局官方网站）为样本，分析中国天气网近年来的数据。

1）受众特征分析

2012年1月，天气网用户数为6400万，到2015年4月，网站用户达到1.09亿。公众已经逐步培养起通过网站获取气象信息的习惯。据调查，通过中国天气网获取气象信息的民众约占所有渠道的30%，其中城市用户较农村用户通过网站渠道获取气象信息的占比略高，这也与全国互联网城市网民与农村网民的人数占比基本一致。而用户20～29岁年龄段较多，但30～39岁用户的访问次数、总浏览量及访问时长均要高于20～29岁年龄段的用户（表1）。通过年龄分析可以发现，通过网站获取气象信息以40岁以下的中青年用户居多，40岁以上的用户无论是从数量还是从访问时长都远低于40岁以下的用户。

表1 中国天气网访问人群基本特征

	总覆盖人数/万人	总访问次数/万次	总页面浏览量/万	总访问时长/小时
20～29岁	383.4	446.5	905.8	422966
30～39岁	189.6	593.9	954.8	767377
40～49岁	139.7	293.2	442.3	55278
50～59岁	183.5	282.5	379.3	53666
60岁及以上	8.7	19.0	16.4	749
总计	905.0	1635.1	2698.6	1300036

注：数据来源于中国互联网数据平台，统计时间为2016.12.26—2017.01.01。

2）访问地域特征

根据中国互联网数据平台的统计数据显示，中国天气网在我国中部地区的访问量较高，其访问次数及访问页面和时长在全国地区均为最高（表2），二、三、四级的城市用户占据中国天气网访问量的绝大部分（表3）。中部地区三、四级城市较多，两种类型统计数据提供的信息基本相符，可以看到二、三、四

表2 中国天气网访问地域基本特征

	总覆盖人数/万人	总访问次数/万次	总页面浏览量/万	总访问时长/小时
东部	188.3	483.5	983.9	147727
中部	571.2	817.8	1144.6	610975
西部	102.8	163.2	404.5	33609
东北	42.7	170.6	165.5	507726
总计	905.0	1635.1	2698.6	1300036

注：数据来源于中国互联网数据平台，统计时间为2016.12.26—2017.01.01。

表3 中国天气网访问城市基本特征

	总覆盖人数/万人	总访问次数/万次	总页面浏览量/万	总访问时长/小时
一级	93.9	122.3	153.8	26787
二级	208.2	410.6	967.7	106419
三级	272.8	531.4	727.9	571713
四级	329.5	570.2	848.5	595076
五级	0.6193	0.6193	0.6193	41
总计	905.0	1635.1	2698.6	1300036

注：数据来源于中国互联网数据平台，统计时间为2016.12.26—2017.01.01。

级的城市用户更喜欢通过访问网站获取气象信息。一级城市由于移动网络和无线网络的迅速发展，大量用户由电脑端转移至手机端，因此一级城市的覆盖人数反而要低于二、三、四级城市。

3）浏览量及信息类型

从2008年中国天气网建站以来到2012年之前，其浏览量呈逐渐上升趋势，2012—2014年基本保持平稳。2014年以后，电脑端的浏览量有略微下降趋势，而通过手机浏览网站的浏览量开始上升，但整站的浏览量大幅增加。因此可以发现，网站用户逐渐由电脑端转移到手机端。信息类型方面，主要访问内容是天气预报与新闻详情，城市天气是主要搜索对象，中国天气网的访问量主要集中在天气相关信息（包括天气预报、台风、雷达、云图等），天气预报信息浏览量达到百万级以上，而生活服务、科普知识、交通等方面的信息的关注程度普遍较低（图2）。

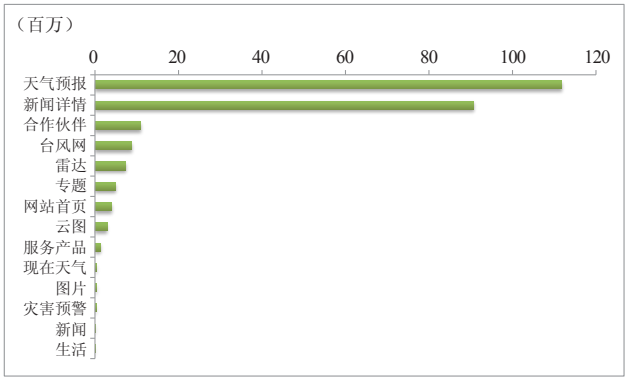

图2 用户浏览网页主要关注信息

2.3 网站气象信息传播法律政策规定及涉及的政策情况

关于网站气象信息传播的管理，现有的法律和政策，有《中华人民共和国气象法》（以下简称《气象法》，2000年）《气象预报发布与刊播管理办法》（2003年）《气象灾害预警信号发布与传播办法》（2007年）《气象灾害预警信号及防御指南》（2007年）《基于手机客户端的气象灾害预警信息播发规范》（气象行业标准，QX/T 147—2011），以及《国务院办公厅关于加强气象灾害监测预警及信息发布工作的意见》（国办发〔2011〕33号）《国家气象灾害应急预案》（2010年）等。2015年之前大部分法律和政策主要针对传统媒体或气象灾害预警信息，都没有明确对网站气象信息传播的监管。但是2015 年5月1日正式施行的《气象预报发布与传播管理办法》及2015年6月施行的《气象信息服务管理办法》根据社会需求的变化和新媒体时代气象信息传播的特点，进一步规范了网络气象信息传播的有关行为。而且云南、黑龙江、湖北、四川、重庆、浙江、河南、陕西、宁夏、四川、江西、广西、西藏、江苏、吉林、北京在《气象法》实施办法中，在有关气象信息发布的条款里也都明确的提出了互联网、网站或信息网。

目前针对网站气象传播的政策法律体系正在逐步建立完善中，以规范网站气象信息传播行为的展开。通过百度搜索国内传播气象信息的网站，据统计只有大约三分之一网站的信息来源于中国气象局。研究显示，大部分气象信息来源不明的网站其气象信息的可信度较低，而公众对对于气象信息的可靠性较为敏感，网站提供的气象信息可靠性也会影响用户对网站的黏性，例如新浪天气在2015年的气象信息可靠性较2014年有大幅下滑，其在百度搜索的排名也随之大幅下滑。《气象预报发布与传播管理办法》与《气象信息服务管理办法》正式实施后，网站的气象信息来源有向正规渠道发展的趋势，网站传播的气象信息整体水平逐年提高。

3 讨论

网站气象信息传播具有气象信息资源极度丰富、气象信息表现形式多样、传播时效强地域广、“编辑分发”的特点，也是其优点。随着互联网的发展，通过网站获取气象信息的人数逐年稳定增长。公众已经逐步培养起通过网站获取气象信息的习惯。从用户年龄看，40岁以下的用户占主体，从地域分析看，二、三、四级城市用户占主体。

公众在网站上主要访问的内容是天气预报，气象信息与人民的生产生活息息相关，气象信息的可靠性甚至关系到公众的生命财产安全。为保障气象信息的可靠性，同时充分利用资源准确及时地传播气象信息，需要加强对网站气象信息传播的服务与管理，逐步完善网站气象信息传播标准和法规体系，加强监督执法力度。同时官方也要为传播气象信息的网站提供数据接入服务。

深入阅读

李玮, 柳晶, 徐辉, 2016. 基于用户的中国天气网运营研究. 第33届中国气象学会年会 S13 “互联网+”与气象服务——第六届气象服务发展论坛, 西安，2016年11月2—4日. 北京: 中国气象学会.
彭莹辉, 刘立成, 叶梦姝, 等, 2016. 新媒体时代的气象信息传播公共政策. 阅江学刊, (1): 21-25.
叶梦姝, 陈力丹, 2011. 天气信息大众传播的发展历程回顾. 气象科技进展, 1(2): 43-46.

（作者单位：中国气象局科技与气候变化司）