

台风“利奇马”气象微博服务分析与启示

张眉¹, 刘娟¹

(1、浙江省气象服务中心, 杭州 310017)

摘要: 微博已成为公众获取气象信息的一个重要渠道之一, 在对灾害性天气进行服务时, 微博也发挥了极其重要的作用。台风“利奇马”影响浙江期间, “浙江天气”新浪微博以图文、短视频、网络直播等形式共计发布博文 331 条, 累计阅读量 1969 万余次, 其中单条微博阅读量最高达 132 万次, 单条短视频播放量最高达 103 万次, 其中多条微博被中国气象科普、浙江发布、新浪浙江、浙江在线等媒体大 V 引用、转载, 获得了良好的传播和服务效果。通过对此次台风微博服务的分析, 今后, “浙江天气”新浪微博在对重大天气事件进行服务时, 应提前两到三天的进行服务, 重视当天服务效果, 多运用受众喜爱的短视频等新媒体表现形式, 并加强省市联动, 从而准确高效地为社会各界提供精确的气象服务, 提升公众满意度。

关键词: 台风; 利奇马; 微博

引言

微博具有信息传播速度快、平台开放性高、内容分发渠道广等传统媒体所不具有的特点, 可以整合网络资源, 使新闻资讯传播更加便捷和广泛^[1]。现今, 新浪微博已成为影响力最大的新型社交网络平台之一, 据中国互联网络信息中心发布的第 43 次《中国互联网络发展状况统计报告》, 截至 2018 年 12 月, 经过新浪平台认证的政务机构微博达到 138253 个, 而政务微博粉丝数排名前 20 中, 气象类占了 4 个, 这说明微博已成为公众获取气象信息的一个重要渠道之一。另外, 在对灾害性天气进行服务时, 微博也发挥了极其重要的作用^[2-7]。

“浙江天气”新浪微博账号自 2011 年注册, 通过 8 年的运营, 累积粉丝量 27 余万。借助新浪微博覆盖面广、传播迅速、活跃度高等优势, “浙江天气”在“利奇马”影响期间, 针对此次台风服务共发布微博 331 条, 累计阅读量 1969 多万次, 其中视频播放量 390 万次, 单条微博阅读量最高达 132 万次, 单条短视频播放量最高达 103 万次, 取得良好的传播效果, 新增粉丝两万余人。

本文通过分析“利奇马”台风影响期间, “浙江天气”新浪的特点和传播数据, 对发博内容、发博时间等方面作了分析和思考, 以期提升今后对重要天气事件的服务能力和服务水平, 降低气象灾害风险, 并使微博成为政务机构和网民互动沟通的有效平台, 扩大气象部门的影响力, 提升公众的满意度。

1 “利奇马”影响期间微博服务分析

受台风“利奇马”影响, 浙江省气象局于 8 月 8 日启动台风应急响应, 15 日解除应急响应。因此, 本文仅对 8 月 8 日至 15 日台风影响期间的微博服务情况进行分析, 数据统计截止时间为 8 月 15 日。

1.1 “利奇马”概况

2019 年第 9 号台风“利奇马”于 8 月 4 日生成, 7 日经历三连跳, 加强为超强台风, 于 10 日 1 时 45 分在台州市温岭城南镇以超强台风级别登陆, 10 日 03 时减弱为强台风, 05 时减弱为台风, 09 时减弱为强热带风暴, 穿过台州市、金华市、绍兴市、杭州市、湖州市等地, 于 10 日 22 时离开我省进入江苏省。“利奇马”来势汹汹, 维持超强台风等级时间长达

51 个小时，为建国以来登陆浙江第三强台风，也是滞留我省时间最长的超强台风。在“利奇马”影响下，浙江暴雨范围广，总量大，局地出现极端降水。另外，“利奇马”大风范围广，持续时间长，为实测风速排登陆浙江台风第二位。

1.2 “利奇马”影响期间微博特点

台风“利奇马”影响期间，“浙江天气”微博呈现内容丰富、形式多样、发声及时、与网友互动积极的特点。

1.2.1 内容丰富

在预判“利奇马”会对浙江产生严重影响时，“利奇马台风报道浙江组”融媒体微信群第一时间建立。微博以省级权威发声，地市提供一线资料的方式，发布了台风动态、灾害预警、台风科普、风雨实况、灾情险情、抗灾救灾等信息，浏览量、传播量创新记录。其中，“原台州气象局副局长陈宏义写给台州市民的一封信”引爆政务热点；“上海台风所在舟山放飞探空观测气球，观测臭氧”的短视频播放量达 103 万次，转发量 332 次，点赞数 645 次。台州洪家观测站在狂风暴雨中放飞探空气球的短视频也一度成为媒体聚焦，播放量将近 40 万次，这说明灾害性天气情况下，网友对难得一见的气象观测业务非常感兴趣。10 日凌晨 3 点，“利奇马”已登陆，微博视频记录下气象工作者奋战一线，坚守岗位的忙碌身影，播放量达 75 万，点赞数 4000 余次。

在生活服务类方面，侧重根据网友需求及网络热点发布博文。例如通过转发杭州萧山国际机场、上海铁路局、浙江高速公路等官博信息，解答网友关心的出行问题。“坐在飞机上能看到台风吗？”等趣味台风冷知识也引发网友热议。此外，一些和台风有关的“故事”也通过微博讲述给网友，比如“老一代气象人老邬手工预测记录台风”让年轻人看到了过去台风预报的方式，“海盐画家沈雄伟即兴创作的作品《台风来之前的渔港》”，获得了不少点赞。随着“利奇马”一路北上，“台风中心直奔杭州，经过钱塘江”的微博倍受网友关注，挺进热搜话题榜前列，单条阅读数高达 132 万次，留言 600 余条，点赞数过万。

1.2.2 形式多样

首次主持创建话题“浙江天气直击利奇马”，并注重将文件、公文类高、冷、硬的台风报告单内容转换成网友喜闻乐见、体验感更强的长图、小视频、直播等形式进行传播，丰富了传播形式，期间话题阅读量达 1600 多万。

台风登陆前，推出两期“天气有门道”短视频栏目，由气象专家解读“利奇马”特征、影响，观看人数超 10 万。联合台州、温州、舟山、杭州、嘉兴气象部门，分别于 8 月 9 日 17 时至 19 时和 8 月 10 日 9 时 30 分至 11 时 30 分开设了两场“利奇马”追风直播，微博平台收看人数达 52 万人。推出长图《超强台风“利奇马”数字画像》，以图片形式直观的把台风影响时间表等信息传达给网友。天气主播制作的台风天趣味“天气预报”，调侃台风期间的天气预报犹如念绕口令，引得微博网友效仿、挑战。此外，天气罗盘小程序的信息查询功能入驻了“浙江天气”新浪微博，拓宽了信息发布渠道。

1.2.3 发声及时

本次台风服务，浙江天气注重“抢时间”，第一时间发声，并做好提醒防范工作。台风

一级应急响应期间，微博小编 24 小时轮守微博岗，反复强调“利奇马”的严重程度，提醒公众切莫掉以轻心，加强防范。另外，每三小时及时更新一次台风警报，同步推送气象灾害预警信号外，其中单条台风警报信息阅读量最高达到 80 万次。

省市协同的服务模式也使此次微博服务更为高效及时。尤其是 9 日夜里，“利奇马”步步逼近台州沿海，微博加密更新了台风动态以及前线风雨实况。10 日凌晨，在中央气象台和浙江省台对台风登陆地进行研判后，于 1 时 53 分第一时间发布了台风登陆快讯，短时间成为微博热点，获得了数以百计的转发量和点赞数。10 日，追风小组早起探访灾情，发回第一手灾情资料，其中台州玉环文旦基地气象站受损、电力瘫痪、道路被淹的受灾视频，观看人数接近 40 万。由于服务全面、及时，信息量大，9 日和 10 日两天，浙江天气微博浏览量和关注度呈井喷式增长。

1.2.4 互动积极

此次台风过程，网络关注度高。在微博服务上，更重视与网友的互动，积极回复留言、私信，增加了粉丝的满意度，其中 10 日总互动数达到 2 万 6 千次(图 3)。9 日至 10 日凌晨，是此次“台风”过程网友留言、提问的高峰时段，此时台风已经给浙江东部沿海带来了严重的风雨影响，通过网友的微博留言获知了前方已出现大面积停电，我们也及时将台风未来的风雨趋势，告知受灾地网友。在 10 日凌晨 1 时 30 分，“利奇马”步步逼近，一条“温岭城南镇岙环突然安静”的留言引起了我们的关注，在确认是台风中心后，我们回复“台风眼了”，该留言瞬间引起了网友的热议。

2 “利奇马”微博服务统计分析

2.1 分析“利奇马”影响期间微博统计规律

通过微博大数据统计，8 月 8 日到 8 月 15 日期间，“浙江天气”新浪微博共发布微博 328 条，其中原创微博 289 条，视频数 62 条。微博阅读总数共计 1969 万次，转评总赞数接近 3.7 万，总互动数 4.4 万余次，视频播放总数 390 万次，单条微博最高阅读量达 132 万次。两场追风直播中，微博平台收看人数分别为 29 万和 21 万人次，接近总观看人数的 60%。

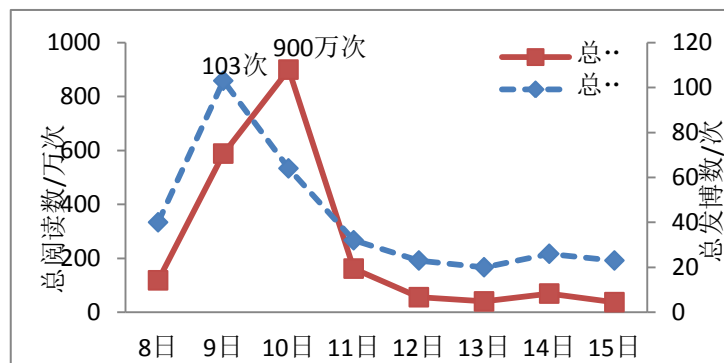


图 1 “利奇马”期间总发微博数和总阅读量时序图

由图 1 可以看出，“利奇马”影响期间，微博发博数和阅读数呈现先上升后下降的趋势，其中台风登陆前一天和当天呈爆发式增长。台风登陆前一天，由于微博较重视发布预警信号和灾害提醒，因此发博量是此次过程最高的一天，共发布博文 103 条。台风登陆当天，发博

数下降，但总阅读数却高达 900 万，为此次过程阅读数最高的一天，这说明台风登陆当天是公众最关注的时段。而在台风登陆后一天，微博阅读数明显开始下降。

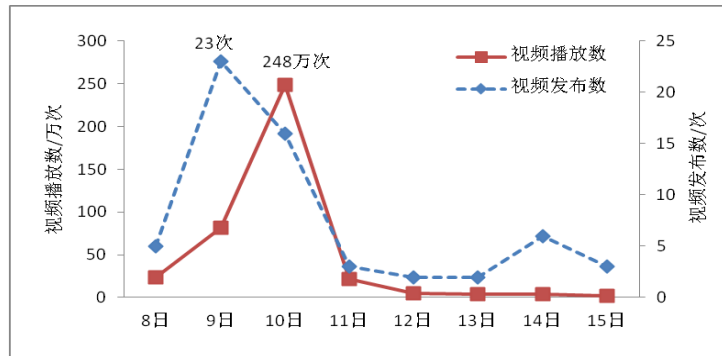


图2 “利奇马”期间总视频发布数和总播放数时序图

同样，由图2可以看出，视频播放数和阅读数趋势相同，峰值最高出现在台风登陆当天，为248万。台风登陆后一天，播放数明显下降。

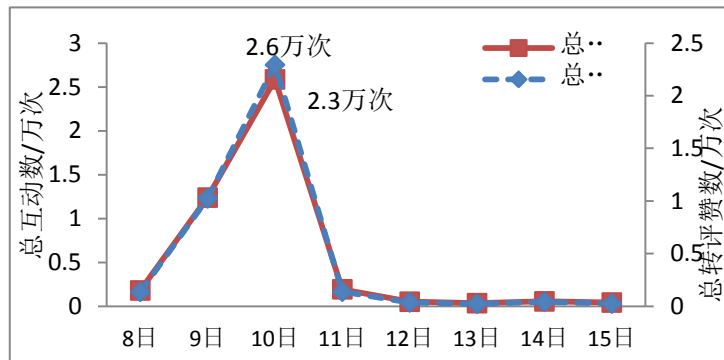


图3 “利奇马”期间总转评赞数和总互动数

由图3可以看出，“利奇马”影响期间，微博总转评赞数和总互动数较高的时段也是在台风登陆前一天和当天，和微博阅读量呈正相关。今后，在重大天气事件发生当天，“浙江天气”要在卖萌逗趣的基础上，注重官博立场，多发能与网友进行互动的博文，拉近与网友的距离，并保持后续对天气事件的跟进服务，提升受众满意度。科普知识在事件发生前一天和当天作宣传，效果可能更佳。

对微博阅读量较高的8月9日到10日两天数据按内容分类再做统计，结果见表1。

表1 8月9日至10日“浙江天气”微博部分数据

	台风消息	天气预报	灾害提醒	实况	短视频	台风其他
阅读数(万次)	372	120	112	104	330	279.1
转评赞数(次)	4851	1486	1387	2005	14796	4663

由表1可以看出，从内容来看，台风期间公众对台风消息关注度较高，台风路径、风雨影响以及受灾地情况都是网友关心的话题。从表现形式来看，短视频仍是最受网友追捧的表现形式。从转发、评论、点赞数来看，网友较热衷于对短视频进行互动、传播。因此，重要

天气事件服务中,在把握好官媒立场,注重消息发布的权威性和及时性的前提下,需开拓思路,灵活运用新媒体工具,多采用短视频的形式进行服务。

本次“利奇马”影响期间,微博短期阅读量创纪录的其中一个原因是部分博文被人民日报、浙江省团委、中国气象科普、浙江发布、新浪浙江、浙江在线、钱江视频、浙江之声、浙江卫视新闻中心等媒体大V引用、转载,达到了较好的传播效果,从而提升了影响力。台风期间,“浙江天气”共计新增微博粉丝2万余人,这也是在短期内增粉速度最快的一次。

2.2 “利奇马”微博分析的几点启示

从“利奇马”案例分析启示我们:在今后重大天气事件做微博服务时,一是需提前2-3天的进行服务前期素材准备。策划好与台风有关的气象业务现场的拍摄,如“高空大气探测是如何进行的?”,“气象台是如何开展台风监测预报的?”,“电视气象预报的制作过程?”。二是精心组织人员力量。针对台风登陆前,社会关注度高的时段,集中人员力量,每隔一个时段,就投放一条微博,有步骤地推出。三是提高台风等灾害天气的科普宣传。重视登录前当天的微博服务,使气象防灾减灾和科普宣传效果更好。四是提高科技含量。在做好转折性天气服务的同时,以专业的角度把握好天气动态服务的准确性、及时性和权威性,开拓思路,灵活运用新媒体工具,加强短视频的制作能力和发布水平。

3 小结

通过此次“利奇马”微博服务过程可以看出,在融媒体蓬勃发展的时代,提高重大天气事件微博服务能力非常有必要。今后,“浙江天气”应树立官媒立场,把握服务时效,利用各种新媒体手段,准确高效地为社会各界提供精确的气象服务,加深公众对气象部门工作的信任度和认可度。其次,要注重省市协同服务,建立微博矩阵,形成省市联动效应,发挥资源整合的作用,使微博朝着专业化、精细化的方向发展。

参考文献

- [1]《2018 新浪媒体白皮书》.新浪数据中心.
- [2]曹梅,李海龙,肖然.深圳市重大天气过程互联网数据变化与气象服务[J].广东气象,2018,40(05):51-53.
- [3]朱平,陈静,薛晓冰.广东省气象官方微博服务的实践与探索[J].广东气象,2013,35(3):64-67.陈玥煜,郭鹏,黄俊生.广东天气微产品入汛服务效果分析[C].气象服务发展论坛.2014.
- [4]张秀娟.基于政务微博平台的自然灾害信息发布模式与公众关注度分析[D].中国科学技术大学,2017.
- [5]张兰,黎洁仪.广州重大天气过程的服务需求分析[J].广东气象,2017,39(03):60-62.
- [6]许浩恩,李瑞民,陈海燕,刘娟.浙江台风灾害特征及气象服务特点[J].浙江气象,2016,37(04):17-23.
- [7]滕景文,樊慧娟,莫家尧,莫均,朱秋宇.浅析新媒体在气象服务中的应用与发展[J].气象研究与应用,2016,37(S1):109+111.