



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国气象服务产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国气象服务产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/280874.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

按气象服务对象划分，气象服务可划分为决策气象服务、公众气象服务、专业气象服务和科技服务。决策气象服务是为各级政府和有关部门决策提供的气象服务；公众气象服务是为公众提供的日常气象服务；专业气象服务是为各行各业提供的针对行业需要的气象服务；科技服务是为专门用户提供的特殊需要的气象服务。这四者构成了覆盖全社会全方位的气象服务网。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：中国气象服务产业发展背景 16

1.1 气象服务产业概述 16

1.1.1 气象经济的概念 16

1.1.2 气象服务产业定义 16

1.1.3 气象服务产业分类 16

1.2 气象服务产业特征分析 17

1.2.1 气象服务的二重性 17

1.2.2 气象服务产品特性 17

1.2.3 气象服务产业特征 19

1.2.4 气象服务产业定位 20

1.3 气象服务产业效益分析 20

1.3.1 气象服务经济效益 21

1.3.2 气象服务社会效益 21

1.3.3 气象服务生态效益 21

1.4 气象服务产业发展环境 21

1.4.1 产业政策环境分析 21

1.4.2 产业经济环境分析 26

1.4.3 产业社会环境分析 27

1.4.4 产业技术环境分析 28

第2章：国外气象服务产业发展模式与启示 29

2.1 国外气象服务产业发展分析 29

2.1.1 气象服务产业发展历程 29

2.1.2 气象服务产业发展模式 30

(1) 国家垄断经营模式分析 32

(2) 私人竞争经营模式分析 32

(3) 公私混合经营模式分析 33

2.1.3 气象服务产业发展特点 34

2.2 主要国家气象服务产业发展分析 34

2.2.1 美国气象服务产业发展 34

(1) 气象服务产业运作方式 34

(2) 气象服务产业发展现状 34

(3) 气象服务产业主要企业 35

2.2.2 日本气象服务产业发展 36

(1) 气象服务产业运作方式 36

(2) 气象服务产业发展现状 36

(3) 气象服务产业主要企业 37

2.2.3 新西兰气象服务产业发展 38

(1) 气象服务产业运作方式 39

(2) 气象服务产业发展现状 39

(3) 气象服务产业主要企业 39

2.2.4 英国气象服务产业发展 39

(1) 气象服务产业运作方式 39

(2) 气象服务产业发展现状 39

(3) 气象服务产业主要企业 40

2.2.5 德国气象服务产业发展 40

(1) 气象服务产业运作方式 40

(2) 气象服务产业发展现状 40

(3) 气象服务产业主要企业 41

2.3 国外气象服务产业发展趋势与启示 41

2.3.1 气象服务产业发展趋势 41

2.3.2 气象服务产业发展启示 42

第3章：中国气象服务产业发展现状与潜力 44

3.1 中国气象服务产业现状分析 44

3.1.1 气象服务产业发展历程 44

3.1.2 气象服务产业发展规模 44

3.1.3 气象服务产业发展特点 45

3.1.4 与国外气象服务的比较 46

3.2 中国气象服务供需情况分析 47

3.2.1 气象服务供给情况分析 47

(1) 气象服务供给主体 47

(2) 气象服务产品类别 47

(3) 气象服务供给特征 47

3.2.2 气象服务需求情况分析 48

(1) 气象服务需求多样化 48

(2) 气象服务需求精细化 48

(3) 气象服务需求不平衡 48

3.2.3 气象服务主要供需矛盾 48

3.3 中国气象服务产品类型分析 49

3.3.1 免费性气象信息服务 49

(1) 社会公益类信息产品 49

(2) 政府需求类信息产品 49

3.3.2 收费型气象信息服务 49

(1) 生活气象信息产品 49

(2) 生产气象信息产品 49

3.4 中国气象服务组织结构分析 50

3.4.1 气象服务组织结构现状 50

(1) 国家气象服务机构 50

(2) 行业气象服务机构 50

(3) 国外气象服务公司 50

3.4.2 气象服务组织结构特征 50

(1) 组织上既高度分散又高度集中 51

(2) 服务上多种功能兼备 51

(3) 运行上多种机制并用 51

- (4) 业务上逐级指导，互相协作 51
- 3.4.3 气象服务组织结构主要问题 51
- 3.5 中国气象服务产业发展潜分析 52
- 3.5.1 气象服务产业主要问题 52
- 3.5.2 气象服务产业发展趋势 53
- 3.5.3 气象服务产业发展潜力 54
- (1) 气象服务产业影响因素 54
- (2) 气象服务产业市场空间 57

第4章：中国公益气象服务发展现状与趋势 59

- 4.1 公益气象服务发展综述 59
- 4.1.1 公益气象服务基本内涵 59
- 4.1.2 公益气象服务资金来源 59
- 4.1.3 公益气象服务需求分析 59
- 4.1.4 公益气象服务发展现状 60
- 4.1.5 公益气象服务发展方向 60
- 4.2 决策气象服务发展分析 64
- 4.2.1 决策气象服务基本内涵 64
- 4.2.2 决策气象服务发展历程 64
- 4.2.3 气象灾害影响评估技术 65
- 4.2.4 重大决策气象服务案例 66
- (1) 台风灾害防御气象服务 66
- (2) 洪涝灾害气象服务案例 67
- (3) 南方雨雪冰冻灾害气象服务 67
- (4) 北京奥运会专题决策服务 68
- (5) 汶川大地震应急决策服务 69
- (6) 上海市世博会专题决策服务 70
- 4.2.5 决策气象服务发展趋势 71
- 4.2.6 做好决策气象服务措施 71
- 4.3 公众气象服务发展分析 73
- 4.3.1 公众气象服务需求分析 73
- 4.3.2 公众气象服务发展现状 73

- 4.3.3 公众气象服务产品内容 74
- 4.3.4 公众气象服务主要形式 74
- 4.3.5 公众气象服务的满意度 74
- 4.3.6 公众气象服务发展趋势 74

第5章：中国气象科技服务发展现状与趋势 76

5.1 气象科技服务发展综述 76

- 5.1.1 气象科技服务基本概念 76
- 5.1.2 气象科技服务的新背景 76
- 5.1.3 气象科技服务的新需求 77
- 5.1.4 气象科技服务发展现状 77
- 5.1.5 气象科技服务收入规模 78
- 5.1.6 气象科技服务发展特点 79

5.2 公共性服务项目发展分析 81

5.2.1 气象影视服务市场分析 81

- (1) 气象影视服务发展历程 81
- (2) 气象影视服务发展现状 81
- (3) 气象影视新媒体渠道延伸 82
- (4) 气象影视经济效益分析 82
- (5) 气象影视业务问题分析 84
- (6) 气象影视服务发展方向 86
- (7) 气象影视服务发展策略 89

5.2.2 气象短信服务发展分析 90

- (1) 气象短信服务发展现状 91
- (2) 气象短信服务主要特征 91
- (3) 气象短信服务运营模式 92
- (4) 气象短信服务价值链分析 92
- (5) 气象短信服务收入规模 93
- (6) 气象短信服务机遇分析 94
- (7) 气象短信服务主要问题 95
- (8) 气象短信服务发展方向 95

5.2.3 气象信息电话服务发展分析 96

- (1) 气象信息电话服务需求分析 96
- (2) 气象信息电话服务运营模式 97
- (3) 气象信息电话服务发展现状 98
- (4) 气象信息电话服务收入规模 98
- (5) 气象信息电话服务发展趋势 99
- 5.2.4 无线终端气象信息服务发展分析 99
 - (1) 无线终端气象信息服务概述 100
 - (2) 无线终端气象信息服务发展现状 100
 - (3) 无线终端气象信息服务运营模式 100
 - (4) 无线终端气象信息服务发展趋势 101
- 5.3 专业技术服务性项目发展分析 101
 - 5.3.1 专业气象服务发展分析 101
 - (1) 专业气象服务基本内涵 101
 - (2) 专业气象服务发展历程 102
 - (3) 专业气象服务收入规模 102
 - (4) 专业气象服务需求分析 104
 - 1) 农业气象服务需求 104
 - 2) 航空航天气象服务需求 105
 - 3) 交通气象服务需求 106
 - 4) 海洋气象服务需求 106
 - 5) 建筑业气象服务需求 107
 - 6) 旅游业气象服务需求 109
 - 7) 水利水电气象服务需求 109
 - 8) 能源行业气象服务需求 110
 - 9) 仓储业气象服务需求 111
 - 10) 环境保护气象服务需求 111
 - 11) 服装业气象服务需求 112
 - 12) 饮料业气象服务需求 113
 - 13) 空调业气象服务需求 113
 - 14) 卫教行业气象服务需求 113
 - (5) 专业气象服务主要问题 114
 - (6) 专业气象服务发展趋势 116

5.3.2 防雷检测服务发展分析	116
(1) 防雷检测服务需求分析	117
(2) 防雷检测服务发展现状	117
(3) 防雷检测服务收费标准	118
(4) 防雷检测服务收入规模	118
(5) 防雷检测服务主要问题	119
(6) 防雷检测服务发展趋势	120
5.3.3 网络气象服务发展分析	120
(1) 网络气象服务需求分析	120
(2) 网络气象服务发展现状	122
(3) 网络气象服务发展趋势	122
5.4 综合服务性项目发展分析	123
5.4.1 防雷工程服务发展分析	123
(1) 雷电防护技术发展分析	123
(2) 防雷工程市场发展现状	124
(3) 防雷工程市场收入规模	124
(4) 防雷服务市场竞争格局	125
1) 防雷工程资质管理	125
2) 防雷工程企业规模	125
3) 防雷工程市场格局	125
(5) 防雷工程市场发展趋势	126
(6) 防雷工程市场发展前景	126
5.4.2 施放气球服务发展分析	127
(1) 中国对施放气球的管理	127
(2) 施放气球服务发展现状	127
(3) 施放气球服务存在问题	128
(4) 施放气球服务对策和建议	129
5.5 气象科技服务发展趋势与对策	130
5.5.1 气象科技服务发展趋势	130
(1) 发展速度将继续加快	130
(2) 服务领域将不断拓宽	131
(3) 社会经济效益日益提高	131

5.5.2 气象科技服务主要问题 132

(1) 服务能力 132

(2) 管理体制与运行体制 133

(3) 人才队伍建设 135

5.5.3 气象科技服务发展对策 135

(1) 总体发展思路 135

(2) 主要服务项目发展对策 135

(3) 强化行业管理对策 137

(4) 加强人才队伍建设对策 139

第6章：中国重点地区气象服务产业发展分析 142

6.1 中国气象服务产业区域格局 142

6.1.1 气象科技服务地区分布 142

6.1.2 专业气象服务地区分布 142

6.1.3 气象广告服务地区分布 143

6.1.4 气象信息电话服务地区分布 144

6.1.5 气象短息服务地区分布 145

6.1.6 防雷技术服务地区分布 146

6.1.7 防雷工程服务地区分布 147

6.2 北京市气象服务产业发展分析 148

6.2.1 气象服务能力与需求 148

6.2.2 气象服务产业扶持政策 148

6.2.3 公益气象服务发展现状 149

6.2.4 气象科技服务发展现状 150

(1) 专业气象服务发展规模 150

(2) 气象广告服务发展规模 151

(3) 气象信息电话发展规模 151

(4) 气象短信服务发展规模 151

(5) 防雷技术服务发展规模 152

(6) 防雷工程服务发展规模 152

6.2.5 气象服务产业发展趋势 152

6.3 上海市气象服务产业发展分析 153

- 6.3.1 气象服务能力与需求 153
- 6.3.2 气象服务产业扶持政策 153
- 6.3.3 公益气象服务发展现状 153
- 6.3.4 气象科技服务发展现状 154
 - (1) 专业气象服务发展规模 154
 - (2) 气象广告服务发展规模 154
 - (3) 气象信息电话发展规模 155
 - (4) 气象短信服务发展规模 155
 - (5) 防雷技术服务发展规模 155
 - (6) 防雷工程服务发展规模 155
- 6.3.5 气象服务产业发展趋势 156
- 6.4 江苏省气象服务产业发展分析 156
 - 6.4.1 气象服务能力与需求 156
 - 6.4.2 气象服务产业扶持政策 156
 - 6.4.3 公益气象服务发展现状 157
 - 6.4.4 气象科技服务发展现状 157
 - (1) 专业气象服务发展规模 157
 - (2) 气象广告服务发展规模 158
 - (3) 气象信息电话发展规模 158
 - (4) 气象短信服务发展规模 158
 - (5) 防雷技术服务发展规模 158
 - (6) 防雷工程服务发展规模 159
 - 6.4.5 气象服务产业发展趋势 159
- 6.5 广东省气象服务产业发展分析 159
 - 6.5.1 气象服务能力与需求 159
 - 6.5.2 气象服务产业扶持政策 159
 - 6.5.3 公益气象服务发展现状 160
 - 6.5.4 气象科技服务发展现状 160
 - (1) 专业气象服务发展规模 160
 - (2) 气象广告服务发展规模 161
 - (3) 气象信息电话发展规模 161
 - (4) 气象短信服务发展规模 161

(5) 防雷技术服务发展规模	161
(6) 防雷工程服务发展规模	161
6.5.5 气象服务产业发展趋势	162
6.6 浙江省气象服务产业发展分析	162
6.6.1 气象服务能力与需求	162
6.6.2 气象服务产业扶持政策	162
6.6.3 公益气象服务发展现状	162
6.6.4 气象科技服务发展现状	163
(1) 专业气象服务发展规模	163
(2) 气象广告服务发展规模	163
(3) 气象信息电话发展规模	164
(4) 气象短信服务发展规模	164
(5) 防雷技术服务发展规模	164
(6) 防雷工程服务发展规模	164
6.6.5 气象服务产业发展趋势	164
6.7 山东省气象服务产业发展分析	165
6.7.1 气象服务能力与需求	165
6.7.2 气象服务产业扶持政策	165
6.7.3 公益气象服务发展现状	166
6.7.4 气象科技服务发展现状	166
(1) 专业气象服务发展规模	166
(2) 气象广告服务发展规模	166
(3) 气象信息电话发展规模	166
(4) 气象短信服务发展规模	167
(5) 防雷技术服务发展规模	167
(6) 防雷工程服务发展规模	167
6.7.5 气象服务产业发展趋势	167
6.8 四川省气象服务产业发展分析	168
6.8.1 气象服务能力与需求	168
6.8.2 气象服务产业扶持政策	168
6.8.3 公益气象服务发展现状	168
6.8.4 气象科技服务发展现状	169

- (1) 专业气象服务发展规模 169
- (2) 气象广告服务发展规模 169
- (3) 气象信息电话发展规模 169
- (4) 气象短信服务发展规模 169
- (5) 防雷技术服务发展规模 170
- (6) 防雷工程服务发展规模 170
- 6.8.5 气象服务产业发展趋势 170
- 6.9 安徽省气象服务产业发展分析 170
- 6.9.1 气象服务能力与需求 170
- 6.9.2 气象服务产业扶持政策 171
- 6.9.3 公益气象服务发展现状 172
- 6.9.4 气象科技服务发展现状 172
- (1) 专业气象服务发展规模 172
- (2) 气象广告服务发展规模 173
- (3) 气象信息电话发展规模 173
- (4) 气象短信服务发展规模 173
- (5) 防雷技术服务发展规模 174
- (6) 防雷工程服务发展规模 174
- 6.9.5 气象服务产业发展趋势 175
- 6.10 江西省气象服务产业发展分析 175
- 6.10.1 气象服务能力与需求 175
- 6.10.2 气象服务产业扶持政策 176
- 6.10.3 公益气象服务发展现状 176
- 6.10.4 气象科技服务发展现状 177
- (1) 专业气象服务发展规模 177
- (2) 气象广告服务发展规模 177
- (3) 气象信息电话发展规模 178
- (4) 气象短信服务发展规模 178
- (5) 防雷技术服务发展规模 179
- (6) 防雷工程服务发展规模 179
- 6.10.5 气象服务产业发展趋势 180
- 6.11 湖南省气象服务产业发展分析 180

- 6.11.1 气象服务能力与需求 180
- 6.11.2 气象服务产业扶持政策 180
- 6.11.3 公益气象服务发展现状 181
- 6.11.4 气象科技服务发展现状 181
 - (1) 专业气象服务发展规模 182
 - (2) 气象广告服务发展规模 182
 - (3) 气象信息电话发展规模 182
 - (4) 气象短信服务发展规模 182
 - (5) 防雷技术服务发展规模 182
 - (6) 防雷工程服务发展规模 183
- 6.11.5 气象服务产业发展趋势 183
- 6.12 湖北省气象服务产业发展分析 184
 - 6.12.1 气象服务能力与需求 184
 - 6.12.2 气象服务产业扶持政策 184
 - 6.12.3 公益气象服务发展现状 185
 - 6.12.4 气象科技服务发展现状 185
 - (1) 专业气象服务发展规模 185
 - (2) 气象广告服务发展规模 185
 - (3) 气象信息电话发展规模 186
 - (4) 气象短信服务发展规模 186
 - (5) 防雷技术服务发展规模 186
 - (6) 防雷工程服务发展规模 186
 - 6.12.5 气象服务产业发展趋势 186
- 6.13 河北省气象服务产业发展分析 187
 - 6.13.1 气象服务能力与需求 187
 - 6.13.2 气象服务产业扶持政策 188
 - 6.13.3 公益气象服务发展现状 188
 - 6.13.4 气象科技服务发展现状 189
 - (1) 专业气象服务发展规模 189
 - (2) 气象广告服务发展规模 189
 - (3) 气象信息电话发展规模 190
 - (4) 气象短信服务发展规模 190

(5) 防雷技术服务发展规模	190
(6) 防雷工程服务发展规模	191
6.13.5 气象服务产业发展趋势	191
6.14 福建省气象服务产业发展分析	192
6.14.1 气象服务能力与需求	192
6.14.2 气象服务产业扶持政策	192
6.14.3 公益气象服务发展现状	193
6.14.4 气象科技服务发展现状	193
(1) 专业气象服务发展规模	194
(2) 气象广告服务发展规模	194
(3) 气象信息电话发展规模	195
(4) 气象短信服务发展规模	195
(5) 防雷技术服务发展规模	195
(6) 防雷工程服务发展规模	196
6.14.5 气象服务产业发展趋势	196
6.15 广西区气象服务产业发展分析	196
6.15.1 气象服务能力与需求	196
6.15.2 气象服务产业扶持政策	197
6.15.3 公益气象服务发展现状	197
6.15.4 气象科技服务发展现状	197
(1) 专业气象服务发展规模	198
(2) 气象广告服务发展规模	198
(3) 气象信息电话发展规模	198
(4) 气象短信服务发展规模	198
(5) 防雷技术服务发展规模	198
(6) 防雷工程服务发展规模	199
6.15.5 气象服务产业发展趋势	199

第7章：中国气象服务商业化趋势与策略 200

7.1 中国气象服务商业化需求	200
7.1.1 气象服务市场的国际化	200
7.1.2 社会生产和人民生活需要	200

7.1.3 国内气象事业发展的需要	200
7.2 中国气象服务商业化现状	201
7.2.1 中国气象服务商业化探索	201
(1) 经纪人探路商业气象服务	201
(2) 气象机构逐步企业化改制	201
(3) 商业气象服务公司的设立	202
7.2.2 中国气象服务商业化案例	203
7.2.3 中国气象服务商业化水平	203
7.3 中国气象服务商业化展望	204
7.3.1 中国气象服务商业化展望	204
(1) 气象服务商业化是未来趋势	204
(2) 当前气象服务商业化的机遇	204
(3) 当前气象服务商业化的挑战	206
7.3.2 中国气象服务商业化路径	207
7.4 中国培育气象服务商业化的措施	208
7.4.1 气象服务商业化的关键要素	208
(1) 气象服务质量的提高	208
(2) 以客户和市场的需求为导向	208
(3) 商业气象服务组织创新	208
7.4.2 培育商业气象服务的措施	209
(1) 组织专题政策研究	209
(2) 大力发展商业性气象服务实体	209
(3) 加强商业气象服务科技方法研究	209
(4) 大力组织相应的转岗培训	209
(5) 逐步地有序开放气象信息服务市场	210
7.4.3 商业气象服务结构模式设计	210
7.5 中国商业气象服务企业营销体系与策略	213
7.5.1 商业/公益气象组织的关系	213
7.5.2 商业气象服务营销组织模式	215
7.5.3 商业气象服务产品策略	217
(1) 商业气象服务产品特点	217
(2) 商业气象服务产品策略	218

- 7.5.4 商业气象服务价格策略 220
 - (1) 商业气象服务价格影响因素 220
 - (2) 商业气象服务价格策略 221
- 7.5.5 商业气象服务营销渠道策略 222
 - (1) 影响营销渠道选择的因素 222
 - (2) 商业气象服务营销渠道管理 223
- 7.5.6 商业气象服务促销策略 224
 - (1) 制定促销策略应考虑的因素 224
 - (2) 商业气象服务促销工具 224
- 7.5.7 提高商业气象服务人员素质 226
- 7.5.8 商业气象服务的过程管理 228

第8章：国内外气象服务机构运营情况分析 231

- 8.1 国外商业化气象服务企业运营情况分析 231
 - 8.1.1 美国国际天气服务公司 231
 - (1) 公司发展历程 231
 - (2) 公司组织架构 231
 - (3) 公司产品与服务 231
 - (4) 公司气象服务能力 231
 - (5) 公司运营情况分析 232
 - (6) 公司经营优劣势 232
 - (7) 公司最新发展动向 232
 - 8.1.2 美国天气频道公司 232
 - (1) 公司发展历程 232
 - (2) 公司产品与服务 233
 - (3) 公司气象服务能力 233
 - (4) 公司运营情况分析 233
 - (5) 公司经营优劣势 233
 - (6) 公司并购重组分析 233
 - (7) 公司最新发展动向 234
- 8.2 国内事业单位创收型气象服务机构运营情况分析 246
 - 8.2.1 中国气象局 246

- (1) 机构发展历程 246
- (2) 机构组织架构分析 247
- (3) 机构直属单位分析 247
- (4) 机构气象服务介绍 247
- (5) 机构气象服务实力 248
- (6) 机构运营情况分析 248
- (7) 机构运营优劣势分析 248
- (8) 机构投资与重组分析 249
- (9) 机构最新发展动向 249

8.2.2 北京市气象局 250

- (1) 机构发展历程 250
- (2) 机构组织架构分析 250
- (3) 机构直属单位分析 250
- (4) 机构气象服务介绍 251
- (5) 机构气象服务实力 253
- (6) 机构运营情况分析 253
- (7) 机构运营优劣势分析 254
- (8) 机构最新发展动向 254

8.3 国内公司经营型气象服务企业运营情况分析 313

8.3.1 华风气象影视集团有限责任公司 313

- (1) 公司发展历程 313
- (2) 公司组织架构 314
- (3) 公司产品与服务 315
- (4) 公司运营模式分析 315
- (5) 公司运营情况分析 316
- (6) 公司经营优劣势 317
- (7) 公司最新发展动向 318

8.3.2 北京维艾思气象信息科技有限公司 318

- (1) 公司发展历程 318
- (2) 公司产品与服务 319
- (3) 公司运营情况分析 319
- (4) 公司主要合作伙伴 319

- (5) 公司业务成功案例 320
- (6) 公司经营优劣势 321
- (7) 公司最新发展动向 322

图表目录：

- 图表1：中国目前气象管理体制结构图 22
- 图表2：2011-2015年中国国内生产总值同比增长速度(单位：亿元，%) 26
- 图表3：2011-2015年中国农村居民人均纯收入及其实际增长速度(单位：元，%) 27
- 图表4：2011-2015年中国城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度(单位：元，%) 27
- 图表5：气象服务国家垄断经营模式特点(一) 30
- 图表6：气象服务国家垄断经营模式特点(二) 31
- 图表7：全国气象科技服务收入趋势图(单位：亿元) 45
- 图表8：近年来中国气象科技服务收入规模变化趋势(单位：亿元) 78
- 图表9：甘肃省气象影视效益与资产比例变化趋势 82
- 图表10：甘肃各地气象影视业务效益比例分布 83
- 图表11：经济发达地区与欠发达地区气象影视广告市场要素比较(单位：万人，元/月) 85
- 图表12：气象短信服务产业链图 92
- 图表13：近10年全国气象短信服务收入分布图 93
- 图表14：近10年全国气象短信服务收入变化曲线(单位：千万元) 94
- 图表15：气象信息电话服务需求分析 96
- 图表16：近10年来全国气象信息电话收入变化趋势分布图 98
- 图表17：全国不同区域历年气象信息电话收入(单位：千万元) 99
- 图表18：近10年全国专业气象服务收入变化趋势分布图 103
- 图表19：近10年全国不同区域专业气象科技服务收入(单位：千万元) 103
- 图表20：对仓储行业主要生产环节产生影响的气象条件 111
- 图表21：全国近10年防雷技术服务收入分布图 118
- 图表22：全国不同区域历年防雷技术服务收入(单位：千万元) 119
- 图表23：2011-2015年中国网民规模和互联网普及率(单位：万人，%) 120
- 图表24：公众在网络上关注的气象服务信息(单位：%) 121
- 图表25：全国近10年防雷工程收入分布图 124
- 图表26：全国历年防雷工程收入变化曲线(单位：千万元) 124
- 图表27：中国近十年气象科技服务地区分布 142

图表28：中国近十年专业气象服务地区分布 143

图表29：中国近十年气象广告服务地区分布 143

图表30：中国近十年气象信息电话服务地区分布 144

图表31：中国近十年气象短息服务地区分布 145

图表32：中国近十年防雷技术服务地区分布 146

图表33：中国近十年防雷工程服务地区分布 147

图表34：安徽省各电视频道《天气预报》栏目播出及价格表(单位：秒，元) 173

图表35：安徽省取得防雷工程专业设计、施工资质单位目录 174

图表36：江西省气象短信业务介绍 178

图表37：江西省气象短信业务使用方法 178

图表38：江西省取得防雷工程专业设计、施工资质单位目录 179

图表39：湖南省防雷企业部分客户名单 183

图表40：福建省防雷技术服务收费情况(单位：元，%，‰) 195

图表41：过渡型气象服务组织体系 210

图表42：商业气象服务领域完全竞争的气象服务组织体系 212

图表43：分离后的两种气象组织的关系 214

图表44：企业"产品-市场"战略对营销组织结构的影响 215

图表45：商业气象服务营销渠道 223

图表46：气象短信服务及气象信息电话服务的流程 228

图表47：专业气象服务的流程 229

图表48：美国国际天气服务公司经营优劣势分析 232

图表49：美国天气频道公司经营优劣势分析 233

图表50：美国全球天气动力公司经营优劣势分析 235

图表51：阿姆斯风险管理决策公司经营优劣势分析 236

图表52：夏顿电子公司经营优劣势分析 237

图表53：澳大利亚气象局各地方办事处位置 237

图表54：澳大利亚气象局经营优劣势分析 239

图表55：新西兰气象服务有限公司经营优劣势分析 240

图表56：日本天气新闻公司经营优劣势分析 244

图表57：日本气象协会经营优劣势分析 246

图表58：中国气象局运营优劣势分析 248

图表59：北京市气象局运营优劣势分析 254

- 图表60：上海市气象局运营优劣势分析 257
- 图表61：浙江省气象局运营优劣势分析 260
- 图表62：广东省气象局天气预报服务项目情况介绍 262
- 图表63：广东省气象局运营优劣势分析 268
- 图表64：江苏省气象局运营优劣势分析 270
- 图表65：福建省气象局直属单位 272
- 图表66：福建省气象局运营优劣势分析 273
- 图表67：河北省气象局运营优劣势分析 276
- 图表68：湖北省气象局运营优劣势分析 278
- 图表69：湖南省气象局运营优劣势分析 281
- 图表70：辽宁省气象局运营优劣势分析 284

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280874.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。