

2.18 主要标的信息表

主要标的信息表（一）

序号	服务名称	服务范围	服务要求	服务时间	服务标准
1	43 个大城市公众气象服务评价	全国 43 个大城市总共调查 17200 人以上。每个城市保障 160 个样本量。	满足抽样方法遵循分层、多阶段、简单随机的原则，并综合考虑人口比例、城市化率水平，每个城市最低样本量 400 个。评估过程中应综合考虑人口比例、城市化率水平等因素，确保评估结果全面、准确。	中标后签订合同之日起至 2026 年 12 月 31 日止	每个大城市的最低样本量应不少于 400 个，以确保数据的准确性和可靠性。参考国标《气象服务公众满意度》（GB/T 35563-2017）。
2	全国和 43 个大城市公众气象服务影响力评价	针对全国 31 个省级气象部门开展的传统媒体（报纸、电视、广播）、新媒体（微信、微博、抖音、快手、其他客户端等新媒体渠道）服务、43 个大城市气象部门开展的新媒体（微博、微信渠道）服务和 1 个中国天气品牌服务的公众气象服务全年数据进行收集，并开展影响力评价。	构建全面的评估指标体系，量化评估公众气象服务的传播广度、深度和效果。采集新媒体和传统媒体的传播数据，分析气象服务在公众中的影响力。面向 1 个中国天气品牌、31 个省级和 43 个大城市气象部门开展问卷调查，了解 1 个中国天气品牌和 31 个省级气象部门开展传统媒体和新媒体气象服务的情况，及 43 个大城市气象部门开展新媒体气象服务情况，并依据调查结果，确定 31 个省的电视栏目、微博、微信、抖音、快手账号，43 个大城市的微博、微信账号和 1 个中国天气品牌的服务渠道，采集	中标后签订合同之日起至 2026 年 12 月 31 日止	参考《公众气象服务影响力评价技术规范（试行）》等科学、全面的评估指标体系，从传播广度、传播深度、公众关注度、服务满意度等方面进行评价，以全面反映气象服务的影响力。

			参评渠道的气象 服务信息传播数 据并进行分析。		
--	--	--	-------------------------------	--	--

注：1、必须按此格式填写，用途是用来发布成交结果公告时按照中国政府采购网格式公布供应商的主要标的信息。

2、采购内容不含货物购置的不提供表二。