

汇报提纲

- 一、PM_{2.5}监测方法选型
- 二、AQI发布和公众服务
- 三、问题讨论

努力提高公众服务水平

发布内容

发布渠道

媒体公众

> 内容日
 最优化审查
 日报、预报、小时报
 预报、临报
 预报、污染
 通告及预警
 等

> 业务渠道
 不断拓展
 5家报纸、4
 个网站、3
 家电视台、
 2个智能手机
 终端、4
 个微博

> 截至12月31日
 : 13条网络快
 报、70余电
 视采访、100余
 次报纸报道、
 短信900余条、微
 博855条、预
 警信息55条

悉心培养历练，打造专业性人才队伍



PM_{2.5}信息发布

2011.12
公布PM_{2.5}
年平均浓度

2012.3
公布2个国控点
PM_{2.5}实时浓度

2012.6
公布10个国控点
PM_{2.5}实时浓度



PM_{2.5}信息发布形式不断丰富

网页文字信息 → 网站、微博实时数据



AQI发布

- AQI发布
 - 原则上，让空气质量信息**易懂、易用、易用**；
 - 内容上，以空气质量实时预报和预警为主，辅以污染提醒、污染预警、临近预报等，简化日报；
 - 渠道上，以实时发布网站、手机软件、微博和移动电话四大渠道为主，充分发挥其实时性特点。
- 各发布渠道沟通和内容调整
- 开展AQI预报试点研究和业务化工作
- 加强空气质量和AQI知识宣传
 - 开展公众调查，开展公众参与活动
 - 通过空气质量卡通形象作一系列宣传

AQI发布

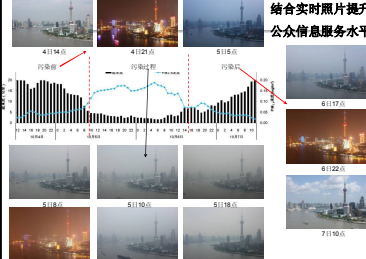
根据环境保护部2月29日颁布的新《环境空气质量标准》以及《环境空气质量指数（AQI）技术规定》。

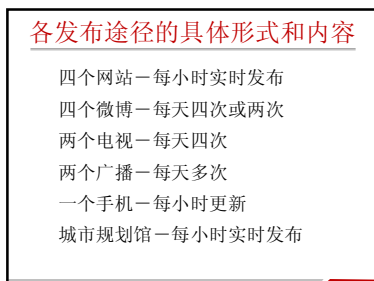
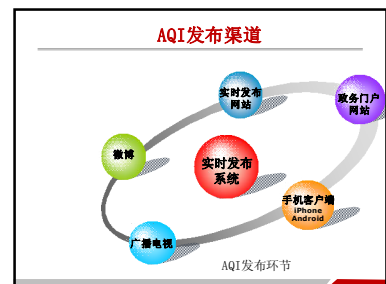
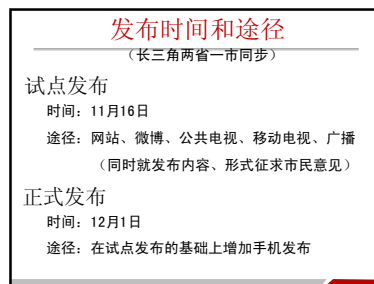
1. 发布类型：AQI日报和实时报
 2. 发布内容：各站点以及全市平均的各污染物浓度、空气质量分指数、空气质量指数、空气质量等级、首要污染物、浓度小时变化、AQI小时变化、对健康的影响、建议措施、外滩实景照片、卡通形象等。
 3. 发布方式：对外网站、手机终端

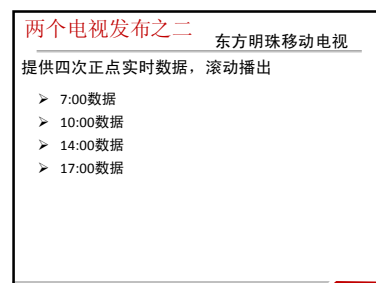
AQI发布-空气宝宝



结合实时照片提升公众信息服务水平







两个广播发布

上海人民广播电台 东方广播电台

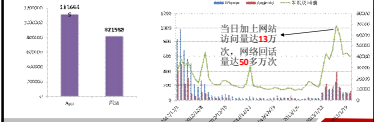
随新闻播出时间滚动播报
(目前为自行获取信息后播报)

一个手机发布



“上海空气质量”手机App安装量和访问量

- 从12月1日至1月26日
- 手机App安装量达11349台, iPhone超过Android, 其实增量分为7296台和4114台
- 总访问量达108029, App访问量达1118645次, 占95%
- 15年3月中旬每天推送访问量达11万多次, 网络访问量达50万次/天, 网络访问量是平日的3-5倍



城市规划馆发布

LED电子屏幕实时播放AQI

滚动播出, 每小时更新一次

11月7日 15:00上海市空气质量为轻度污染, 空气质量指数为121, 首要污染物为PM2.5, 易感人群症状有轻度加剧, 健康人群出现刺激症状, 建议儿童、老年



汇报提纲

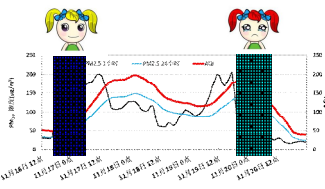
- 一、PM_{2.5}监测方法选型
- 二、AQI发布和公众服务
- 三、问题讨论

1、信息发布和舆情应对

媒体宣传 专家解释



2、AQI与实时信息之间的滞后



24小时浓度均值存在滞后性





- ### 3、问题和讨论
- 完善污染日对公众健康的防护指引
 - 研究服务于公众的实时空气质量评价和表达方法
 - 及时推出AQI业务预报和主动服务
 - 完善高污染日预警联动方案
 - 推进长三角地区的空气质量联合预报会商和预警服务
 - 区域监测网络的建设和监测数据共享，建立区域数据中心
 - 排放清单的共享
 - 建立区域空气质量模型
 - 可视化会商平台

