

财政项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		全区商场、维权点项目经费						
主管部门		上海市青浦区消费者权益保护委员会秘书处		实施单位		上海市青浦区消费者权益保护委员会秘书处		
项目资金 (万元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
		年度资金总额：	43.17	43.17	42.88	10.00	99.32	9.93
		其中：当年财政拨款	43.17	43.17	42.88	-	99.32	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况			
	通过对全区商场、维权点进行法规宣传，努力提高负责接待消费投诉人员的法规知识，以便更好、更规范的处理消费投诉。				社区讲课宣传消费维权知识，15000 元/年；315 年主题宣传（四家快递公司，顺丰、韵达、中通、申通，快递车辆车身宣传；快递小哥电瓶车旗帜等），99800 元；公众号推广费 29000 元/年；315 活动视频拍摄制作费 19800 元；新消条（53 条第三款、56 条）规定行业调查、比较试验费用（根据当年消费热点开展），49800 元；国庆长假电子屏消费提示 49800 元；制作消费维权宣传册 119700 元；两期业务培训 29906 元；日常宣传系列活动 35760 元。			
一级 指标	二级 指标	三级指标		年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
产出 指标	数量 指标	消费维权社会公益电子屏宣传完成次数		=4.00(次)	4.00(次)	4.00	4.00	
		消费维权社会公益宣传讲座完成场次		=10.00(场)	10.00(场)	4.00	4.00	
		消费维权宣传资料制作完成次数		=1.00(次)	1.00(次)	4.00	4.00	
		全区 13 家联网单位法规培训完成次数		=2.00(次)	2.00(次)	4.00	4.00	
		11 个乡镇维权工作正常开展		=11.00(个)	11.00(个)	4.00	4.00	
	质量 指标	消费维权社会公益宣传讲座人数		50 人/次	达成指标	5.00	5.00	
		消费维权社会公益电子屏宣传小区数量		50 处/次	达成指标	5.00	5.00	
		消费维权宣传资料制作合格率		合格	达成指标	5.00	4.50	
		全区 13 家联网单位法规培训及格率		及格	达成指标	5.00	4.50	
		维权工作处理率		≥90%	达成指标	5.00	5.00	
	时效	消费维权社会公益宣传讲座及时		及时	达成指标	5.00	5.00	

	指标	率					
		消费维权社会公益电子屏宣传及时率	及时	达成指标	5.00	5.00	
		消费维权宣传资料制作及时率	及时	达成指标	5.00	5.00	
		全区 13 家联网单位法规培训及时率	及时	达成指标	5.00	5.00	
		维权工作处理及时率	及时	达成指标	3.00	3.00	
效益指标	社会效益指标	群众维权意识	提升	部分达成指标并具有一定效果	3.00	2.00	更高频率更广泛的举办消费维权课堂等宣传活动
		经营者诚信意识	提升	部分达成指标并具有一定效果	3.00	1.80	更高频率更广泛的举办消费维权课堂等宣传活动
		提升投诉处理效率	提升	达成指标	3.00	2.50	
		提升投诉处理便捷度	提升	达成指标	3.00	2.50	
	可持续影响指标	市场秩序	稳定	部分达成指标并具有一定效果	2.00	1.50	优化长效管理制度方案，提升执行率
		长效管理制度健全有效	健全有效	达成指标	2.00	1.80	
满意度指标	服务对象满意度指标	部门工作人员满意度	≥95%	达成指标	3.00	3.00	
		服务对象满意度	≥95%	达成指标	3.00	2.60	加强岗位练兵，提升自己素养，提高服务质量
总分					100.00	94.63	
评分等级		优					

财政项目支出绩效自评表
 （2024 年度）

项目名称		315 专题活动经费							
主管部门		上海市青浦区消费者权益保护委员会秘书处			实施单位		上海市青浦区消费者权益保护委员会秘书处		
项目资金 （万元）			年初预算数	全年预算数	全年执行数		分数	执行率(%)	得分
		年度资金总额：	21.78	21.78	21.00		10.00	96.41	9.64
		其中：当年财政拨款	21.78	21.78	21.00		-	96.41	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00		-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00		-	0.00	-
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况				
	通过举办、组织各类消费维权的活动，了解消费群体消费倾向，对商品和服务更好的进行监督，并积极参与有关行政管理部门的检查。				完成一期知识竞赛活动，15000 元；制作工作服 10710 元；订阅一报一刊，87000 元；完成消费维权诚信单位评选。9800 元；举办 315 现场活动，74650 元。				
一级 指标	二级 指标	三级指标		年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
产出 指标	数量 指标	开展 315 活动场次		=1.00(场)	1.00(场)	10.00	10.00		
		315 专线开通率		=1.00(条)	1.00(条)	10.00	10.00		
		开展 315 知识竞赛次数		=1.00(次)	1.00(次)	10.00	10.00		
	质量 指标	315 活动举办成功率		=100%	达成指标	6.00	6.00		
		热线电话接听率		=100%	达成指标	6.00	6.00		
		315 知识竞赛考核合格率		≥90%	达成指标	6.00	5.00		
	时效 指标	315 活动开展及时情况		3 月底前	达成指标	5.00	5.00		
		315 专线开通及时性		全天 24 小时 开通	达成指标	5.00	5.00		
		开展 315 知识竞赛及时性		3 月底前	达成指标	5.00	5.00		
效益 指标	社会 效益 指标	提升群众维权意识		提升	部分达成指标并具有一定效果	5.00	3.00	更高频率更广泛的举办消费维权课堂等宣传活动	
		提升经营者诚信意识		提升	部分达成指标并具有一定效果	5.00	3.00	更高频率更广泛的举办消费维权课堂等宣传活动	
	可持 续影 响指 标	稳定市场秩序		稳定	部分达成指标并具有一定效果	5.00	3.00	优化长效管理方案与真实的消费维权需求更加贴合	
满意 度指	服务 对象	部门工作人员满意度		≥95%	达成指标	6.00	6.00		
		消费者满意度		≥95%	达成指标	6.00	6.00		

标	满意度指						
总分					100.00	92.64	
评分等级		优					