

财政项目支出绩效自评表

（2024 年度）

项目名称		消费者权益保护专项经费						
主管部门		上海市市场监督管理局		实施单位		上海市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：	1,245.06	1,245.06	1,130.23	10.00	90.77	9.08
		其中：当年财政 拨款	1,245.06	1,245.06	1,130.23	-	90.77	-
		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				
	完成消费维权宣传活动、消费维权检测调查、消费维权咨询服务、消费维权研讨研究和消费维权运行保障 5 个方面内容，妥善化解群体性消费纠纷，加大消费投诉受理力度，引导消费者合理选择商品或服务，解决消费纠纷，保护消费者合法权益。			全年，全市消保委共处理消费者投诉 274834 件，同比下降 34.3%，推进先行和解 398279 件，同比增长 1.7 倍，涉及商品和服务总额 17 亿元。其中，承办 12345 市民服务热线转办件 33169 件(含退单)；投诉联网企业总量共 411 家，共处理投诉 478285 件，占同期受理投诉总量的 71%。开展消费调查 18 项、评测 17 项；针对 24 大类 782 件（次）商品和服务进行比较试验，向有关行政部门移送违法违规线索 30 条；会办“曝光式维权”政协提案、“单用途预付消费卡”人大代表建议。“上海市消保委”微信公众号共计推送文章 2197 篇，累计阅读量近 1280 万，粉丝量跃增至 95.5 万，公众号稳居全国消费者组织排名之首;与上海人民广播电台“海波热线”专项合作节目 40 期，推出《中国消费者报》“沪消保”专栏文章 64 篇、《上海法治报》“3•15 在线”专版 50 期。				
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
成本 指标	经济 成本 指标	培训费控制情况		不超相关文件标准	达成指标	5.00	5.00	
		专家咨询费控制情况		不超相关文件标准	达成指标	5.00	5.00	
产出 指标	数量 指标	《新消费》内刊编辑印刷数		=12.00(期)	12.00(期)	5.00	5.00	
		“315”专题专版专刊制作数		=12.00(期)	12.00(期)	10.00	10.00	
		长三角消保委联盟微信运维完成数		=12.00(月)	12.00(月)	10.00	10.00	
	质量 指标	各类商品质量检测规范性		规范	达成指标	10.00	10.00	
		专业办公室经费发放规范性		规范	达成指标	10.00	10.00	

	时效 指标	维权刊物订阅及时性	及时	达成指标	5.00	5.00	
		《新消费》内刊编辑印刷及时性	每月	达成指标	5.00	5.00	
效益 指标	经济 效益 指标	群体性消费纠纷化解情况	有效化解	达成指标	5.00	5.00	
	社会 效益 指标	各类商品质量检测调查结果信息共享情况	向公众公开	达成指标	5.00	5.00	
		消费维权宣传渠道扩展情况	线上线下多渠道	达成指标	5.00	5.00	
	可持 续影 响指 标	消费维权志愿者队伍建设情况	专业稳定充足	达成指标	5.00	5.00	
满意 度指 标	服务 对象 满意 度指 标	培训人员满意度	≥85.00(%)	85.00(%)	5.00	5.00	
总分					100.00	99.08	
评分等级		优					

财政项目支出绩效自评表
 （2024 年度）

项目名称		新媒体运营经费						
主管部门		上海市市场监督管理局		实施单位	上海市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：	99.00	99.00	99.00	10.00	100.00	10.00
		其中：当年财政拨款	99.00	99.00	99.00	-	100.00	-
		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				
	通过选题策划，结合社会热点新闻，每日采编和推送微信公众号文章或视频。全年计划为日均发布至少 4 条推文、每季度保底 1 条视频制作；专业视觉设计和数据新闻团队负责对每日推文中图文、视频、动画等素材进行美工设计和排版，提升推文的新媒体视觉感官体验，加强用户关注；双方协作共同开设专业消费评测栏目《申评测》，提供线上消费者评测和互动沟通空间，同时邀请专家参与专业解读评论，以图文视频等形式展现			全年，全市消保委共处理消费者投诉 274834 件，同比下降 34.3%，推进先行和解 398279 件，同比增长 1.7 倍，涉及商品和服务总额 17 亿元。其中，承办 12345 市民服务热线转办件 33169 件(含退单)；投诉联网企业总量共 411 家，共处理投诉 478285 件，占同期受理投诉总量的 71%。开展消费调查 18 项、评测 17 项；针对 24 大类 782 件（次）商品和服务进行比较试验，向有关行政部门移送违法违规线索 30 条；会办“曝光式维权”政协提案、“单用途预付消费卡”人大代表建议。“上海市消保委”微信公众号共计推送文章 2197 篇，累计阅读量近 1280 万，粉丝量跃增至 95.5 万，公众号稳居全国消费者组织排名之首;与上海人民广播电台“海波热线”专项合作节目 40 期，推出《中国消费者报》“沪消保”专栏文章 64 篇、《上海法治报》“3•15 在线”专版 50 期。				
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
成本 指标	经济 成本 指标	运维成本控制情况		合理有效	达成指标	5.00	5.00	
产出 指标	数量 指标	公众号运维完成数		=12.00(月)	12.00(月)	10.00	10.00	
		消费评测信息发布完成率		=100.00(%)	100.00(%)	10.00	10.00	
	质量 指标	维权信息披露规范性		规范	达成指标	10.00	10.00	
		消费评测信息发布规范性		规范	达成指标	5.00	5.00	
	时效 指标	公众号运维及时性		每天	达成指标	10.00	10.00	
维权信息披露及时性		及时	达成指标	10.00	10.00			
效益	社会	微信公众号平台运行情况		正常运行，	达成指标	10.00	10.00	

指标	效益 指标		无重大安全 故障发生				
		关注数增长情况	较去年持平 或有所增长	达成指标	5.00	5.00	
		全年信息发布数	>1400.00(条)	2197.00(条)	10.00	10.00	
	可持 续影 响指 标	新媒体运营长效管理机制	建立健全	达成指标	5.00	5.00	
总分					100.00	100.00	
评分等级		优					