

附件 2

部门评价报告

评价类型：☐实施过程评价 ☒完成结果评价

项目名称：315 宣传经费

项目单位：子洲县市场监督管理局

主管部门：子洲县市场监督管理局

评价时间：2025 年 4 月 1 日至 2025 年 4 月 3 日

组织方式：☐财政部门 ☒主管部门 ☐项目单位

评价机构：☐第三方机构 ☐专家组 ☒项目单位评价组

评价单位（盖章）：

上报时间：2025 年 4 月 7 日

部门评价报告（参考提纲）

一、基本情况

（一）项目概况

1. 项目背景

随着市场经济的蓬勃发展，消费者权益保护问题日益凸显。市场交易中各类欺诈、假冒伪劣等不良现象时有发生，严重损害了消费者的合法权益，扰乱了正常的市场秩序。“3·15 国际消费者权益日” 作为一个重要契机，市场监督管理局开展相关活动，旨在强化消费者权益保护意识，提升消费者自我保护能力，同时对不法商家形成震慑，净化市场环境，促进市场经济健康、有序发展。

2. 主要内容及实施情况

积极通过开展贴近群众的普法宣传，提高子洲老百姓的消费水平和维权意识。认真开展 3.15 “消费者权益保护日”、宣传活动。印制并发放宣传手册 50000（册），宣传单 50000（页），宣传海报 50000（张），宣传展板、发放宣传礼品 10000 件、邀请秧歌队向老年群体宣传、邀请传统说书匠通过说书的方式在节日当天宣传。

3. 资金投入和使用情况

（1）资金投入

本次 315 活动子洲县市场监督管理局共投入资金 20 万元，

主要来源于财政专项拨款。资金投入涵盖了宣传教育、市场专项整治、投诉举报处理等各个环节。

（2）资金使用情况

印制宣传材料时，通过多门店及网络报价对比，选择性价比较高的进行印制；印制数量通过上年度发放数量及统计局统计的全县人口分布情况确定；在选用说书匠和租赁设备会选择性价比较高的，资金使用中严格按照《子洲县市场监督管理局财务管理制度》进行，宣传单、册收到时质量验收合格后再拨付资金，严格执行进出库登记管理，各项资金支付中严格检查，对于与本项目无关的支出坚决不予报销。

总体来看，本次 315 活动资金投入合理，使用规范，各项费用支出均符合相关规定和预算安排，为活动的顺利开展提供了有力的资金保障。

（一）项目绩效目标。

1. 总体目标

通过 315 活动的开展，全面提升消费者权益保护水平，有效规范市场秩序，营造公平竞争、安全放心的市场消费环境，增强消费者对市场的信心，促进市场经济持续健康发展。在活动结束后的半年内，显著减少市场中侵害消费者权益的现象，提升消费者满意度，让市场主体的经营行为更加符合法律法规和道德规范。

2. 阶段性目标

节日前一周：印制相关宣传单、册、海报；邀请传统说书匠

通过说书的方式在节日当天宣传，秧歌、租赁现代智能化电子屏播放动画的方式宣传。

节日前一天：悬挂宣传条幅，布置宣传场地，调试租赁设备，音箱设备；

节日当天：发放宣传单、册，同时使用音响设备进行宣传。电子屏播放 315 动画视频以及书匠通过说书的方式、秧歌宣传 315。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围。

1. 绩效评价目的

（1）**衡量活动成效：**精准评估市场监督管理局 315 活动在提升消费者权益保护水平、规范市场秩序等方面所取得的实际成果，量化活动对市场环境改善和消费者满意度提升的影响程度，以确定活动是否达成预期总体目标。

（2）**优化资源配置：**深入分析活动过程中资金、人力、物力等资源的投入与使用效率，明确资源分配的合理性与有效性，识别资源浪费或投入不足的环节，为未来类似活动的资源配置提供科学依据，实现资源利用最大化。

（3）**总结经验与发现问题：**全面总结 315 活动在组织实施、宣传推广、执法整治、投诉处理等方面的成功经验，同时敏锐察觉活动执行过程中存在的问题与不足，为持续改进活动方案、提升活动质量提供宝贵参考，促使后续活动能够更加贴合市场实际和消费者需求。

（4）强化责任与提升公信力：通过绩效评价，强化市场监督管理局对活动实施的责任意识，向社会公众展示活动开展情况及成果，增强公众对市场监管工作的理解与信任，提升市场监督管理局的社会公信力和形象。

2. 绩效评价对象

（1）活动组织与策划：评价市场监督管理局内部负责315活动组织策划的团队及相关流程，包括活动方案制定的科学性、合理性，筹备工作的全面性与及时性，以及各部门之间在活动筹备阶段的协作配合情况。

（2）宣传教育工作：针对消费维权知识讲座、宣传资料制作与发放、新媒体宣传等宣传教育活动进行评价。涉及讲座的内容质量、专家授课水平、宣传资料的实用性与传播范围，以及新媒体平台信息发布的影响力和互动效果等方面。

3. 绩效评价范围

（1）时间范围：从活动筹备前一个月开始，至活动结束后一个月总结阶段完成为止，全面覆盖315活动从策划、实施到总结的整个周期，确保评价能够反映活动全过程的绩效表现。

（2）空间范围：包括活动开展所涉及的所有地理区域，无论是中心城区还是偏远乡镇，只要是开展了宣传教育活动、进行了市场专项整治行动，或者设有投诉举报受理点的区域，均纳入评价范围。同时，评价范围还涵盖线上活动的网络空间，如社交媒体平台、网络投诉举报平台等。

(3) 业务范围：涉及 315 活动的各项业务工作，不仅包括宣传教育、市场整治、投诉举报处理等核心业务，还包括活动的组织协调、资源保障、后勤支持等辅助性业务。评价各项业务之间的衔接是否顺畅，整体业务流程是否高效运转，以综合评估活动的整体业务绩效。

(二) 绩效评价原则、评价指标体系（附表说明）、评价方法、评价标准等。

1. 绩效评价原则

(1) 科学性原则：评价指标体系的构建、评价方法的选择以及评价标准的设定都应基于科学理论和实践经验，确保能够准确、客观地反映 315 活动的绩效。指标选取应具有代表性，能切实衡量活动在各个方面的成效，评价过程遵循科学的统计分析方法，保证结果的可靠性。

(2) 全面性原则：涵盖活动的各个环节、各个方面，包括活动组织策划、宣传教育、市场整治、投诉举报处理以及资源保障等。既关注活动的直接成果，如案件查处数量，也重视活动的间接影响，如消费者权益保护意识的提升，全面评估活动对市场环境和社会的综合作用。

(3) 定性与定量相结合原则：对于能够量化的指标，如资金使用金额、投诉举报受理数量等，采用定量分析，以精确的数据衡量绩效；对于难以直接量化的指标，如宣传教育的效果、执法人员的工作态度等，通过定性描述，如专家评

价、消费者反馈等方式进行评估，使评价结果更加全面、真实。

（4）动态性原则：考虑到 315 活动在不同阶段有不同的重点和目标，评价应贯穿活动的全过程，从筹备到实施再到总结阶段，跟踪活动进展情况，及时调整评价重点和方法，以适应活动的动态变化，全面反映活动在不同时期的绩效表现。

（5）实用性原则：评价指标和方法应简单易懂、便于操作，数据易于收集和整理。评价结果能够为市场监督管理局改进工作、优化资源配置提供切实可行的建议，具有实际应用价值，能够有效指导未来活动的开展。

2. 评价指标体系

项目名称：	315 宣传经费		年度：	2024
主管部门：	子洲县市场监督管理局		实施单位：	子洲县市场监督管理局
项目资金（万元）				
	年初预算数	全年预算数	全年执行数	执行率
年度资金总额	20	20	20	100.00
其中：财政拨款	20	20	20	100.00
其他资金	0			0.00
年度总体目标	预期目标		实际完成情况	
	在 3.15 消费日大力宣传，提高消费者维权意识。		合理利用利用资金加强 315 宣传及其相关工作, 在 3.15 消费日大力宣传，提高消费者维权意识。，为维护市场主体的公平竞争环境，优化市场资源的合理配置，提升产品质量，保障群众消费权益提供重要的支持。	

一级指标	二级指标	目标指标	目标值	全年完成
产出指标	数量指标	发放宣传资料数量	=20000	20000
		项目覆盖数（个）	>=1	1
	质量指标	经费使用符合率	=100%	100%
		宣传资料质量合格率	=100%	100%
	时效指标	315 宣传完成时间	=3 月 15 日前	3 月 15 日前完成
	成本指标	3.15 消费日宣传活动总成本	=20 万元	20 万元
		宣传资料印刷单位成本	<=6.5 元	6.5 元
效益指标	社会效益指标	受益人数	>=50000	50000
		提高消费者维权意识	>=10%	10%
		消费者维权增长率	>=2%	2%
	可持续影响指标	工作影响时间	长期	长期
满意度指标	服务对象满意度指标	消费者满意度	>=95%	95%

3. 评价方法

以绩效为导向，以需求为前提，采取因素分析法、成本效益分析法和对比分析法。

4. 评价标准

本次绩效评价采取集体评审。

（三）绩效评价工作过程。

从市场监督管理局内部选拔熟悉业务流程、具备丰富监管经验的工作人员，涵盖活动组织策划、宣传教育、执法办案、投诉举报处理等多个领域，确保对活动各环节有深入了解。以绩效为导向，以需求为前提，采取因素分析法、成本效益分析法和对比

分析法。

三、综合评价情况及评价结论（附相关评分表）

本次绩效自评满分 100 分，自评得分为 98，优秀等级。

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。

项目决策主要从项目立项、绩效目标和资金投入三个方面进行评价，共 20 分，自评得分 19 分，占总分的 20%。

（二）项目过程情况。

项目过程情况主要从资金管理和组织实施两个方面进行评价，共 20 分，自评得分 19 分，占总分的 20%。

（三）项目产出情况。

项目产出情况主要从产出数量、产出质量、产出时效和产出成本四个方面进行评价，共 25 分，自评得分 25 分，占总分的 25%。

（四）项目效益情况。

项目效益情况主要从经济效益、社会效益、环境效益、可持续影响和满意度五个方面进行评价，共 35 分，自评得分 35 分，占总分的 35%。

二、主要经验及做法、存在的问题及原因分析

今后应积极主动与主管部门对接，把要实施的项目纳入到部门年重点工作。项目要提前制定实施方案，并且加强对项目的监督管理，从严控制项目成本，从而提高资金的使用效益。

三、有关建议

进一步加强单位财会人员对预算绩效的学习的培训，加强绩效管理，提高资金使用效益；完善项目相关管理办法及制度，提高项目资金使用管理规范；今后一定要提前充分调研，让项目在现有经费范围内最大程度的满足服务对象。

七、其他需要说明的问题

无其他需要说明的问题。

部门评价表

项目名称	315 宣传经费					
主管部门	子洲县市场监督管理局		项目实施单位	子洲县市场监督管理局		
项目负责人	李建成		联系电话	18991083877		
项目类型	经常性项目 () 一次性项目 (☒)					
计划投资额 (万元)	20	实际到位资金 (万元)	20	实际使用情况 (万元)	20	
其中：中央财政	0	其中：中央财政	0			
省财政	0	省财政	0			
市县财政	20	市县财政	20			
其他	0	其他	0			
二、绩效评价指标评分（参考）						
一级指标	分值	二级指标	分值	三级指标	分值	得分
决策	40	项目立项	10	立项依据充分性	5	4
				立项程序规范性	5	4
		绩效目标	5	绩效目标合理性	3	3
				绩效指标明确性	2	1
		资金投入	5	预算编制科学性	2	2
				资金分配合理性	3	3
过程	40	资金管理	10	资金到位率	5	4
				预算执行率	5	4
		资金管理	5	资金使用合规性	5	4
				组织实施	5	管理制度健全性
	制度执行有效性	4	4			
产出	60	产出数量	10	可根据项目实际情况 有选择地设置和细化	10	8
		产出质量	5		5	4
		产出时效	5		5	4
		产出成本	5		5	5
效益	60	经济效益	10		10	10
		社会效益	10		10	10
		环境效益	0		0	0
		可持续影响	10		10	10
		满意度	5	社会公众或服务对象 满意度	5	5
总分	100		100		100	92
评价等次	优 ☒ 良 ☐ 中 ☐ 差 ☐					
	100-90（含）分为优、90-80（含）分为良、80-70（含）分为中、70 分以下为差					

注：指标可参考财政部《项目支出绩效评价管理办法》中附件 2：《项目支出绩效评价指标体系框架》设置。