

深圳市消费者委员会秘书处

2020 年度部门决算

目录

一、深圳市消费者委员会秘书处概况

（一）单位职责

（二）机构设置

二、深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度部门决算表

三、深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度部门决算情 况说明

四、名词解释

五、附件

（一）2020 年度部门整体绩效评价报告

（二）2020 年度项目支出自评表

一、深圳市消费者委员会秘书处概况

（一）单位职责

根据2014年7月，市编委下发《市编委关于调整完善我市消费维权体制的通知》（深编[2014]18号）文件规定，深圳市消费者委员会秘书处职责主要包括：

（1）为消费者提供消费信息和咨询服务；提高消费者维护自身合法权益的能力，引导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式。

（2）参与制定有关消费者权益的法律、法规、规章和强制性标准；参与建设消费信用体系；推动及参与有关商品和服务标准制定。

（3）参与有关行政部门对商品和服务的监督、检查。

（4）就有关于消费者权益的问题，向各有关部门反映、查询，提出建议。

（5）受理消费者的投诉，并对投诉事项进行调查、调解。

（6）就损害消费者合法权益的行为，支持受损害的消费者提起诉讼或者依法提起诉讼。

（7）对损害消费者合法权益的行为，通过大众传播媒介予以揭露、批评。

（8）对商品和服务的质量、价格、售后服务和消费者的意见等进行调查、比较、检测、分析，并公布结果。

(9) 推进跨区域（跨境）消费维权合作。

(10) 承担市消费者委员会交办的其他事项。

(二) 机构设置

深圳市消费者委员会秘书处是深圳市市场监督管理局的挂靠单位，内设综合部、投诉咨询部、法律部、新闻与教育事务部、消费质量比较研究部、消费市场监督部 6 个部门。我单位没有下属单位，按照部门决算编报要求，单独编制本单位决算。

二、深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度部门决算表

收入支出决算总表

公开 01 表

单位：深圳市消费者委员会秘书处

单位：万元

收入			支出		
项 目	行次	决算数	项 目	行次	决算数
栏 次		1	栏 次		2
一、一般公共预算财政拨款收入	1	2,683.84	一、一般公共服务支出	32	2,132.25
二、政府性基金预算财政拨款收入	2	0.00	二、外交支出	33	0.00
三、国有资本经营预算财政拨款收入	3	0.00	三、国防支出	34	0.00
四、上级补助收入	4	0.00	四、公共安全支出	35	0.00
五、事业收入	5	0.00	五、教育支出	36	0.00
六、经营收入	6	0.00	六、科学技术支出	37	0.00
七、附属单位上缴收入	7	0.00	七、文化旅游体育与传媒支出	38	0.00
八、其他收入	8	0.00	八、社会保障和就业支出	39	197.39
	9		九、卫生健康支出	40	30.97
	10		十、节能环保支出	41	0.00
	11		十一、城乡社区支出	42	0.00
	12		十二、农林水支出	43	0.00
	13		十三、交通运输支出	44	0.00
	14		十四、资源勘探工业信息等支出	45	0.00
	15		十五、商业服务业等支出	46	0.00
	16		十六、金融支出	47	0.00
	17		十七、援助其他地区支出	48	0.00
	18		十八、自然资源海洋气象等支出	49	0.00
	19		十九、住房保障支出	50	323.23

	20		二十、粮油物资储备支出	51	0.00
	21		二十一、国有资本经营预算支出	52	0.00
	22		二十二、灾害防治及应急管理支出	53	0.00
	23		二十三、其他支出	54	0.00
	24		二十四、债务还本支出	55	0.00
	25		二十五、债务付息支出	56	0.00
	26		二十六、抗疫特别国债安排的支出	57	0.00
本年收入合计	27	2,683.84	本年支出合计	58	2,683.84
使用非财政拨款结余	28	0.00	结余分配	59	0.00
年初结转和结余	29	0.00	年末结转和结余	60	0.00
	30			61	
总计	31	2,683.84	总计	62	2,683.84

注：1. 本表反映单位本年度的总收支和年末结转结余情况。

2. 本套报表金额单位转换时可能存在尾数误差。

收入决算表

公开 02 表

单位：深圳市消费者委员会秘书处

单位：万元

项 目		本年收入合计	财政拨款收入	上级补助收入	事业收入	经营收入	附属单位上缴收入	其他收入
功能分类科目编码	科目名称							
栏次		1	2	3	4	5	6	7
合计		2,683.84	2,683.84	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
201	一般公共服务支出	2,132.25	2,132.25	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
20138	市场监督管理事务	2,132.25	2,132.25	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2013805	市场秩序执法	1,389.92	1,389.92	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2013808	信息化建设	24.94	24.94	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2013850	事业运行	717.39	717.39	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
208	社会保障和就业支出	197.39	197.39	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
20805	行政事业单位养老支出	197.39	197.39	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2080502	事业单位离退休	84.93	84.93	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2080505	机关事业单位基本养老保险缴费支出	75.33	75.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2080506	机关事业单位职业年金缴费支出	37.13	37.13	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
210	卫生健康支出	30.97	30.97	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
21011	行政事业单位医疗	30.97	30.97	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2101102	事业单位医疗	30.97	30.97	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

221	住房保障支出	323.23	323.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
22102	住房改革支出	323.23	323.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2210201	住房公积金	97.36	97.36	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2210203	购房补贴	225.87	225.87	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

注：本表反映单位本年度取得的各项收入情况。

支出决算表

公开 03 表

单位：万元

单位：深圳市消费者委员会秘书处

项 目		本年支出合计	基本支出	项目支出	上缴 上级 支出	经营支出	对附属单 位补助支 出
功能分类科目编码	科目名称						
栏次		1	2	3	4	5	6
合计		2,683.84	1,200.44	1,483.40	0.00	0.00	0.00
201	一般公共服务支出	2,132.25	717.39	1,414.86	0.00	0.00	0.00
20138	市场监督管理事务	2,132.25	717.39	1,414.86	0.00	0.00	0.00
2013805	市场秩序执法	1,389.92	0.00	1,389.92	0.00	0.00	0.00
2013808	信息化建设	24.94	0.00	24.94	0.00	0.00	0.00
2013850	事业运行	717.39	717.39	0.00	0.00	0.00	0.00
208	社会保障和就业支出	197.39	128.85	68.54	0.00	0.00	0.00
20805	行政事业单位养老支出	197.39	128.85	68.54	0.00	0.00	0.00
2080502	事业单位离退休	84.93	16.39	68.54	0.00	0.00	0.00
2080505	机关事业单位基本养老保险缴费支出	75.33	75.33	0.00	0.00	0.00	0.00

2080506	机关事业单位职业年金缴费支出	37.13	37.13	0.00	0.00	0.00	0.00
210	卫生健康支出	30.97	30.97	0.00	0.00	0.00	0.00
21011	行政事业单位医疗	30.97	30.97	0.00	0.00	0.00	0.00
2101102	事业单位医疗	30.97	30.97	0.00	0.00	0.00	0.00
221	住房保障支出	323.23	323.23	0.00	0.00	0.00	0.00
22102	住房改革支出	323.23	323.23	0.00	0.00	0.00	0.00
2210201	住房公积金	97.36	97.36	0.00	0.00	0.00	0.00
2210203	购房补贴	225.87	225.87	0.00	0.00	0.00	0.00

注：本表反映单位本年度各项支出情况。

财政拨款收入支出决算总表

公开 04 表

单位：深圳市消费者委员会秘书处

单位：万元

收入			支出					
项 目	行次	金 额	项 目	行次	合 计	一般公共预 算财政拨款	政府性基金 预算财政拨 款	国有资本经 营预算财政 拨款
栏 次		1	栏 次		2	3	4	5
一、一般公共预算财政拨款	1	2,683.84	一、一般公共服务支出	33	2,132.25	2,132.25	0.00	0.00
二、政府性基金预算财政拨款	2	0.00	二、外交支出	34	0.00	0.00	0.00	0.00
三、国有资本经营财政拨款	3	0.00	三、国防支出	35	0.00	0.00	0.00	0.00
	4		四、公共安全支出	36	0.00	0.00	0.00	0.00
	5		五、教育支出	37	0.00	0.00	0.00	0.00
	6		六、科学技术支出	38	0.00	0.00	0.00	0.00
	7		七、文化旅游体育与传媒支出	39	0.00	0.00	0.00	0.00
	8		八、社会保障和就业支出	40	197.39	197.39	0.00	0.00
	9		九、卫生健康支出	41	30.97	30.97	0.00	0.00
	10		十、节能环保支出	42	0.00	0.00	0.00	0.00
	11		十一、城乡社区支出	43	0.00	0.00	0.00	0.00

	12		十二、农林水支出	44	0.00	0.00	0.00	0.00
	13		十三、交通运输支出	45	0.00	0.00	0.00	0.00
	14		十四、资源勘探工业信息等支出	46	0.00	0.00	0.00	0.00
	15		十五、商业服务业等支出	47	0.00	0.00	0.00	0.00
	16		十六、金融支出	48	0.00	0.00	0.00	0.00
	17		十七、援助其他地区支出	49	0.00	0.00	0.00	0.00
	18		十八、自然资源海洋气象等支出	50	0.00	0.00	0.00	0.00
	19		十九、住房保障支出	51	323.23	323.23	0.00	0.00
	20		二十、粮油物资储备支出	52	0.00	0.00	0.00	0.00
	21		二十一、国有资本经营预算支出	53	0.00	0.00	0.00	0.00
	22		二十二、灾害防治及应急管理支出	54	0.00	0.00	0.00	0.00
	23		二十三、其他支出	55	0.00	0.00	0.00	0.00
	24		二十四、债务还本支出	56	0.00	0.00	0.00	0.00
	25		二十五、债务付息支出	57	0.00	0.00	0.00	0.00
	26		二十六、抗疫特别国债安排的支出	58	0.00	0.00	0.00	0.00
本年收入合计	27	2,683.84	本年支出合计	59	2,683.84	2,683.84	0.00	0.00
年初财政拨款结转和结余	28	0.00	年末财政拨款结转和结余	60	0.00	0.00	0.00	0.00
一般公共预算财政拨款	29	0.00		61				
政府性基金预算财政拨款	30	0.00		62				

国有资本经营预算财政拨款	31	0.00		63				
总计	32	2,683.84	总计	64	2,683.84	2,683.84	0.00	0.00

注：本表反映单位本年度一般公共预算财政拨款、政府性基金预算财政拨款和国有资本经营预算财政拨款的总收支和年末结转结余情况。

一般公共预算财政拨款支出决算表

公开 05 表

单位：深圳市消费者委员会秘书处

单位：万元

项 目		本年支出		
功能分类科目编码	科目名称	小计	基本支出	项目支出
栏次		1	2	3
合计		2,683.84	1,200.44	1,483.40
201	一般公共服务支出	2,132.25	717.39	1,414.86
20138	市场监督管理事务	2,132.25	717.39	1,414.86
2013805	市场秩序执法	1,389.92	0.00	1,389.92
2013808	信息化建设	24.94	0.00	24.94
2013850	事业运行	717.39	717.39	0.00
208	社会保障和就业支出	197.39	128.85	68.54
20805	行政事业单位养老支出	197.39	128.85	68.54
2080502	事业单位离退休	84.93	16.39	68.54
2080505	机关事业单位基本养老保险缴费支出	75.33	75.33	0.00

2080506	机关事业单位职业年金缴费支出	37.13	37.13	0.00
210	卫生健康支出	30.97	30.97	0.00
21011	行政事业单位医疗	30.97	30.97	0.00
2101102	事业单位医疗	30.97	30.97	0.00
221	住房保障支出	323.23	323.23	0.00
22102	住房改革支出	323.23	323.23	0.00
2210201	住房公积金	97.36	97.36	0.00
2210203	购房补贴	225.87	225.87	0.00

注：本表反映单位本年度一般公共预算财政拨款支出情况。

一般公共预算财政拨款基本支出决算表

公开 06 表

单位：深圳市消费者委员会秘书处

单位：万元

经济分类 科目编码	科目名称	决算数	经济分类 科目编码	科目名称	决算数	经济分类 科目编码	科目名称	决算数
301	工资福利支出	996.65	302	商品和服务支出	69.41	307	债务利息及费用支出	0.00
30101	基本工资	310.75	30201	办公费	26.73	30701	国内债务付息	0.00
30102	津贴补贴	432.28	30202	印刷费	0.00	30702	国外债务付息	0.00
30103	奖金	12.83	30203	咨询费	0.00	310	资本性支出	0.00
30106	伙食补助费	0.00	30204	手续费	0.00	31001	房屋建筑物购建	0.00
30107	绩效工资	0.00	30205	水费	0.50	31002	办公设备购置	0.00
30108	机关事业单位基本养老 保险缴费	75.33	30206	电费	9.79	31003	专用设备购置	0.00
30109	职业年金缴费	37.13	30207	邮电费	7.81	31005	基础设施建设	0.00
30110	职工基本医疗保险缴费	30.97	30208	取暖费	0.00	31006	大型修缮	0.00
30111	公务员医疗补助缴费	0.00	30209	物业管理费	2.98	31007	信息网络及软件购置更 新	0.00
30112	其他社会保障缴费	0.00	30211	差旅费	0.00	31008	物资储备	0.00
30113	住房公积金	97.36	30212	因公出国（境）费用	0.00	31009	土地补偿	0.00
30114	医疗费	0.00	30213	维修（护）费	5.57	31010	安置补助	0.00

30199	其他工资福利支出	0.00	30214	租赁费	0.00	31011	地上附着物和青苗补偿	0.00
303	对个人和家庭的补助	134.38	30215	会议费	0.00	31012	拆迁补偿	0.00
30301	离休费	0.00	30216	培训费	0.00	31013	公务用车购置	0.00
30302	退休费	65.92	30217	公务接待费	0.00	31019	其他交通工具购置	0.00
30303	退职（役）费	0.00	30218	专用材料费	0.00	31021	文物和陈列品购置	0.00
30304	抚恤金	48.11	30224	被装购置费	0.00	31022	无形资产购置	0.00
30305	生活补助	0.00	30225	专用燃料费	0.00	31099	其他资本性支出	0.00
30306	救济费	0.00	30226	劳务费	0.00	399	其他支出	0.00
30307	医疗费补助	0.00	30227	委托业务费	0.00	39906	赠与	0.00
30308	助学金	0.00	30228	工会经费	6.16	39907	国家赔偿费用支出	0.00
30309	奖励金	17.94	30229	福利费	1.54	39908	对民间非营利组织和群众性自治组织补贴	0.00
30310	个人农业生产补贴	0.00	30231	公务用车运行维护费	8.33	39999	其他支出	0.00
30311	代缴社会保险费	0.00	30239	其他交通费用	0.00			
30399	其他对个人和家庭的补助	2.41	30240	税金及附加费用	0.00			
			30299	其他商品和服务支出	0.00			
人员经费合计		1131.03	公用经费合计				69.41	

注：本表反映单位本年度一般公共预算财政拨款基本支出明细情况。

一般公共预算财政拨款“三公”经费支出决算表

公开 07 表

单位：深圳市消费者委员会秘书处

单位：万元

预算数						决算数					
合计	因公出国（境） 费	公务用车购置及运行费			公务接待费	合计	因公出国（境） 费	公务用车购置及运行费			公务接待 费
		小计	公务用车 购置费	公务用车 运行费				小计	公务用车 购置费	公务用车 运行费	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
14.20	0.00	14.00	0.00	14.00	0.20	8.33	0.00	8.33	0.00	8.33	0.00

注：本表反映单位本年度“三公”经费支出预决算情况。其中，预算数为“三公”经费全年预算数，反映按规定程序调整后的预算数；决算数是包括当年一般公共预算财政拨款和以前年度结转资金安排的实际支出。

政府性基金预算财政拨款收入支出决算表

公开 08 表

单位：深圳市消费者委员会秘书处

单位：万元

项 目		年初结转和 结余	本年收入	本年支出			年末结转和 结余
功能分类科目编码	科目名称			小计	基本支出	项目支出	
栏次		1	2	3	4	5	6
合计		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

注：本表反映单位本年度政府性基金预算财政拨款收入、支出及结转和结余情况。

本单位本年度无政府性基金预算财政拨款收入支出。

国有资本经营预算财政拨款支出

公开 09 表

单位：万元

单位：深圳市消费者委员会秘书处

项 目		本年支出		
功能分类科目编码	科目名称	合计	基本支出	项目支出
栏次		1	2	3
合计		0.00	0.00	0.00

注：本表反映单位本年度国有资本经营预算财政拨款支出情况。
 本单位本年度无国有资本经营预算财政拨款支出。

三、深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度部门决算情况说明

(一) 收入支出决算总体情况说明

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度部门决算收入总计 2,683.84 万元，支出总计 2,683.84 万元，与 2019 年度决算数 2,963.86 万元相比，收、支总计各减少 280.02 万元，减少 9.4%。主要原因：一是按照我市统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作要求进行经费压缩；二是人员经费的减少。

(二) 收入决算情况说明

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度部门决算本年收入 2,683.84 万元，其中财政拨款收入 2,683.84 万元，占收入总额 100%。与 2019 年度决算数 2,963.86 万元相比，减少 280.02 万元，减少 9.4%。主要原因：一是按照我市统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作要求进行经费压缩；二是人员经费的减少。

(三) 支出决算情况说明

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度部门决算本年支出 2,683.84 万元，与 2019 年度决算数 2,963.86 万元相比，减少 280.02 万元，减少 9.4%。主要原因：一是按照我市统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作要求进行经费压缩；二是人员经费的减少。

2020 年度部门决算本年支出中，基本支出 1,200.44 万元，占支出总额 44.7%；项目支出 1,483.4 万元，占支出总额 55.3%。

（四）财政拨款收入支出决算总体情况说明

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度财政拨款收入决算总计 2,683.84 万元，全部为一般公共预算财政拨款。

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度财政拨款支出决算总计 2,683.84 万元，全部为一般公共预算财政拨款本年支出。

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度财政拨款收入支出预算执行情况：

1. 2020 年度财政拨款收入总计 2,683.84 万元，与年初预算 2,415.45 万元相比，增加 268.39 万元，增加 11.1%。主要原因是按相关政策追加项目预算。

2. 2020 年度财政拨款支出总计 2,683.84 万元，与年初预算 2,415.45 万元相比，增加 268.39 万元，增加 11.1%。主要原因是按相关政策追加项目预算。

（五）一般公共预算财政拨款支出决算情况说明

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度一般公共预算财政拨款本年支出 2,683.84 万元，占本年决算支出合计的 100%，完成年初预算 2,415.45 万元的 111.1%。决算大于预算的主要原因是按相关政策追加项目预算。

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度一般公共预算财政拨款本年支出 2,683.84 万元，主要用于以下方面：一般公共服务支出（类）支出 2,132.25 万元，占 79.4%；社会保障和就业支出（类）支出 197.39 万元，占 7.4%；卫生健康支出（类）支出 30.97 万元，占 1.2%；住房保障支出（类）支出 323.23 万元，占 12%。

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度一般公共预算财政拨款本年支出 2,683.84 万元，其中：基本支出 1,200.44 万元，占 44.7%；项目支出 1,483.4 万元，占 55.3%。其中：

1. 一般公共服务支出（类）市场监督管理事务（款）市场秩序执法（项）决算支出 1,389.92 万元，用于按履职开展的市场监督管理事务支出。

2. 一般公共服务支出（类）市场监督管理事务（款）信息化建设（项）决算支出 24.94 万元，用于信息化建设及运行维护方面的支出。

3. 一般公共服务支出（类）市场监督管理事务（款）事业运行（项）决算支出 717.39 万元，用于事业单位的基本支出。

4. 社会保障和就业支出（类）行政事业单位养老支出（款）事业单位离退休（项）决算支出 84.93 万元，是按规定承担和发放的事业单位离退休人员的离退休费。

5. 社会保障和就业支出（类）行政事业单位养老支出

(款) 机关事业单位基本养老保险缴费支出(项) 决算支出 75.33 万元, 是按规定承担和发放的机关事业单位基本养老保险费用支出。

6. 社会保障和就业支出(类) 行政事业单位养老支出

(款) 机关事业单位职业年金缴费支出(项) 决算支出 37.13 万元, 是按规定承担和发放的机关事业单位职业年金费用支出。

7. 卫生健康支出(类) 行政事业单位医疗(款) 事业单位医疗(项) 决算支出 30.97 万元, 是按规定承担和发放的事业单位医疗保险费用支出。

8. 住房保障支出(类) 住房改革支出(款) 住房公积金(项) 决算支出 97.36 万元, 是按规定缴交的在职人员住房公积金等支出。

9. 住房保障支出(类) 住房改革支出(款) 购房补贴(项) 决算支出 225.87 万元, 是按规定支付的在职人员购房补贴等支出。

(六) 一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度一般公共预算财政拨款基本支出决算 1,200.44 万元, 包括人员经费 1,131.03 万元, 公用经费 69.41 万元。具体如下:

1. 工资福利支出 996.65 万元, 占基本支出 83%, 用于按国家相关规定和标准, 经人事部门核准发放的在职人员工资

福利支出。包括：基本工资 310.75 万元、津贴补贴 432.28 万元、奖金 12.83 万元、机关事业单位基本养老保险缴费 75.33 万元、职业年金缴费 37.13 万元、职工基本医疗保险缴费 30.97 万元、住房公积金 97.36 万元。

2. 商品和服务支出 69.41 万元，占基本支出 5.8%，用于维持机关正常运转，完成日常工作的公用支出。包括：办公费 26.73 万元，水费 0.5 万元，电费 9.79 万元，邮电费 7.81 万元，物业管理费 2.98 万元，维修（护）费 5.57 万元，工会经费 6.16 万元，福利费 1.54 万元，公务用车运行维护费 8.33 万元。

3. 对个人和家庭补助支出 134.38 万元，占基本支出 11.2%，用于发放离退休人员离退休费、按规定缴交住房公积金、购房补贴等支出。包括：退休费 65.92 万元，抚恤金 48.11 万元，奖励金 17.94 万元，其他对个人和家庭的补助 2.41 万元。

（七）一般公共预算财政拨款“三公”经费支出决算情况说明

深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度一般公共预算财政拨款“三公”经费决算支出 8.33 万元，与全年预算数 14.2 万元相比，减少 5.87 万元，减少 41.3%。主要原因是厉行节约，减少公务接待费和公务车运行维护费支出。与 2019 年度决算支出 11.29 万元相比，减少 2.96 万元，减少 26.2%。

主要原因：一是 2020 年度出国（境）批次及人数比 2019 年度减少；二是厉行节约，公务接待费减少。

1. 因公出国（境）费。

2020 年度因公出国（境）费决算支出 0 万元，与全年预算数 0 万元持平，主要原因是本单位本年度无因公出国项目。与 2019 年度决算数 3.15 万元相比，减少 3.15 万元，减少 100%。主要原因是 2020 年度没有因公出国（境）费的需求。

2. 公务用车购置及运行维护费。

2020 年度公务用车购置及运行维护费决算支出 8.33 万元，与全年预算数 14 万元相比，减少 5.67 万元，减少 40.5%。主要原因是落实厉行节约的要求进一步减少公务用车运行维护费支出。与 2019 年度决算数 7.99 万元相比，增加 0.34 万元，增加 4.3%。主要原因是疫情工作需要，公务用车运行费用有所增加。

（1）公务车运行维护费。

2020 年度公务用车运行维护费决算支出 8.33 万元，与全年预算数 14 万元相比，减少 5.67 万元，减少 40.5%。主要原因是落实厉行节约的要求进一步减少公务用车运行维护费支出。与 2019 年度决算数 7.99 万元相比，增加 0.34 万元，增加 4.3%。主要原因是疫情工作需要，公务用车运行费用有所增加。公务用车运行维护费开支内容主要是按规定保留的公务用车的燃料费、维修费、过桥过路费、保险费等支出。公

务用车保有量为4辆，车均运行维护费2.08万元/辆/年，车辆主要用于办理综合业务等。

(2) 公务用车购置费。

2020年度公务用车购置费决算支出0万元，与全年预算数0万元持平，主要原因是本单位本年度未购置公务用车。与2019年度决算数0万元相比持平，主要原因是本单位本年度未购置公务用车。

3. 公务接待费。

2020年度公务接待费决算支出0万元，与全年预算数0.2万元相比，减少0.2万元，减少100%。主要原因是受疫情影响，国内相关单位交流减少，公务接待费开支有所减少。与2019年度决算支出0.15万元相比，减少0.15万元，减少100%。主要原因是受疫情影响，国内相关单位交流减少，公务接待费开支有所减少。

(八) 政府性基金预算财政拨款收入支出决算情况说明

本单位2020年度无政府性基金预算收支。

(九) 国有资本经营预算财政拨款支出

本单位2020年度无国有资本经营预算财政拨款支出。

(十) 预算绩效情况说明

1. 预算绩效管理工作开展情况。

根据预算绩效管理要求，深圳市消费者委员会秘书处已

按要求编制整体支出绩效目标，并围绕政策落实、年度计划实施、重点工作任务和重大项目开展以及资金管理使用等情况，开展整体支出绩效自评。（部门整体绩效评价报告，详见附件（一））

组织对 2020 年度一般公共预算项目支出全面开展绩效自评，其中，一级项目 2 个，二级项目 11 个，共涉及财政资金 1,483.4 万元，占一般公共预算项目支出总额的 100%。

2. 部门决算中项目绩效自评结果。

深圳市消费者委员会秘书处在 2020 年度部门决算中反映“消费投诉热线”等 8 个项目绩效自评结果，具体各项目支出自评表，详见附件（二）。

（1）深圳市消费者委员会秘书处消费投诉热线项目绩效自评综述：根据年初设定的目标，项目自评得分 97.5 分。项目全年预算数 50 万元，执行数 47.74 万元，预算执行率 95.5%。项目绩效目标完成情况：数量指标和社会效益指标完成较好，满意度指标未完成。发现的主要问题及原因：未进行满意度调查，但有效提升了消费者满意度，说明公众对该服务比较满意。下一步改进措施：后续增加满意度选项，更明确消费者对该项目实施的满意度。

（2）深圳市消费者委员会秘书处“315 消费通”消费维权与消费信用公共服务平台运维费项目绩效自评综述：根据年初设定的目标，项目自评得分 96.9 分。项目全年预算数

25.2 万元，执行数 24.94 万元，预算执行率 99%。项目绩效目标完成情况：数量指标和质量指标完成较好，满意度指标未完成。发现的主要问题及原因：未进行满意度调查，但未接到项目服务对象相关投诉。下一步改进措施：后续增加相关满意度调查，更科学地反映满意度指标。

（3）深圳市消费者委员会秘书处落实《深圳经济特区食品安全监督条例》项目绩效自评综述：根据年初设定的目标，项目自评得分 93 分。项目全年预算数 26.7 万元，执行数 26.59 万元，预算执行率 99.6%。项目绩效目标完成情况：数量指标和质量效益指标完成较好，满意指标未完成。发现的主要问题及原因：工作完成率不作为社会效益的考察指标。下一步改进措施：设置更科学的社会效益指标进行评价。

（4）深圳市消费者委员会秘书处（新增）食品安全战略工程-深港及中外食品品质比较试验项目绩效自评综述：根据年初设定的目标，项目自评得分 97.9 分。项目全年预算数 50 万元，执行数 49.31 万元，预算执行率 98.6%。项目绩效目标完成情况：数量指标和质量效益指标完成较好，满意指标未完成。发现的主要问题及原因：未进行公众满意度调查，但从媒体报道表扬可知社会公众满意度较高。下一步改进措施：后续增加满意度调查，更科学地反映项目实施的受益对象满意度情况。

（5）深圳市消费者委员会秘书处综合服务管理项目绩

效自评综述：根据年初设定的目标，项目自评得分 97.6 分。项目全年预算数 67.1 万元，执行数 64.28 万元，预算执行率 95.8%。项目绩效目标完成情况：数量指标和质量效益指标完成较好，满意指标未完成。发现的主要问题及原因：单位无投诉发生，对该项目实施情况满意，但未针对性开展满意度问卷调查。下一步改进措施：后续增加满意度调查，更科学地反映项目实施的受益对象满意度情况。

（6）深圳市消费者委员会秘书处待支付以前年度政府采购项目（消费维权及消费引导项目）绩效自评综述：根据年初设定的目标，项目自评得分 98 分。项目全年预算数 1.5 万元，执行数 1.5 万元，预算执行率 99.7%。项目绩效目标完成情况：质量指标和社会效益指标完成较好，满意指标未完成。发现的主要问题及原因：清博指数不适合作为满意度指标。下一步改进措施：后续增加满意度调查，更科学地反映项目实施的受益对象满意度情况。

（7）深圳市消费者委员会秘书处消费维权及消费引导项目绩效自评综述：根据年初设定的目标，项目自评得分 98 分。项目全年预算数 552.78 万元，执行数 551.44 万元，预算执行率 99.8%。项目绩效目标完成情况：质量指标和社会效益指标完成较好，满意指标未完成。发现的主要问题及原因：未进行满意度调查。下一步改进措施：后续增加满意度调查，更科学地反映项目实施的受益对象满意度情况。

(8) 深圳市消费者委员会秘书处消费维权保障项目绩效自评综述：根据年初设定的目标，项目自评得分 96.95 分。项目全年预算数 398.12 万元，执行数 395.35 万元，预算执行率 99.3%。项目绩效目标完成情况：数量指标和社会效益指标完成较好，部分数量指标、质量指标、满意度指标未完成。发现的主要问题及原因：受疫情影响，专家参与现场调解和评议次数减少。下一步改进措施：后续增加满意度调查，更科学地反映项目实施的受益对象满意度情况。

(十一) 其他重要事项情况说明

1. 机关运行经费支出情况说明。深圳市消费者委员会秘书处属于全额拨款事业单位，无机关运行经费。

2. 政府采购支出情况说明。深圳市消费者委员会秘书处 2020 年度政府采购支出总额 585.19 万元，其中：政府采购货物支出 585.19 万元、政府采购工程支出 0 万元、政府采购服务支出 0 万元。授予中小企业合同金额 27.76 万元，占政府采购支出总额的 4.7%，其中：授予小微企业合同金额 22.41 万元，占政府采购支出总额的 3.8%。

3. 国有资产占用情况说明。截至 2020 年 12 月 31 日，深圳市消费者委员会秘书处共有车辆 5 辆，其中其他用车 5 辆，其他用车主要是事业单位综合业务用车；单位价值 50 万元（含）以上通用设备 0 台（套），单价 100 万元（含）以上专用设备 0 台（套）。

4. 单位需要说明的其他特殊事项。

本单位 2020 年度部门决算中所有数据已进行“四舍五入”并按万元列示，可能存在部分数据相加后与合计数不相等的情况。

四、名词解释

(一) 财政拨款收入：指当年从市级财政取得的公共预算财政拨款。

(二) 事业收入：指事业单位开展专业业务活动及其辅助活动取得的收入资金，不包括教育收费资金。

(三) 经营收入：指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动取得的收入资金。

(四) 其他收入：指除行政事业单位取得的除财政拨款收入、事业收入、教育收费、附属单位上缴收入、事业单位经营收入以外的各项收入资金，包括债务收入、投资收益等。

(五) 年末结转和结余资金：是指本年度或以前年度预算安排、因客观条件发生变化无法按原计划实施，需要延迟到以后年度继续使用的资金，既包括财政拨款的结转和结余，也包括事业收入、经营收入和其他收入的结转和结余。

(六) 基本支出：是指为保障机构正常运转、完成日常工作任务而发生的人员支出和公用支出。

(七) 项目支出：是指在基本支出之外为完成特定的行政工作任务或事业发展目标所发生的支出。

(八) 经营支出：指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动发生的支出。

(九) “三公”经费：指部门用财政拨款安排的因公出国(境)费、公务用车购置及运行费和公务接待费。其中，因

公出国(境)费反映单位工作人员公务出国(境)的住宿费、国际旅费、国外城市间交通费、伙食补助费、培训费、公杂费等支出；公务用车购置及运行费反映单位公务用车购置费、租用费、燃料费、维修费、过路过桥费、保险费等支出；公务接待费反映单位按规定开支的各类公务接待(含外宾接待)支出。

五、附件

(一) 2020 年度部门整体绩效评价报告

(二) 2020 年度项目支出自评表

附件（一）

2020 年度部门整体绩效自评报告

部门名称：深圳市消费者委员会秘书处

一、部门（单位）基本情况

（一）部门主要职能

深圳市消费者委员会秘书处在市消委会的正确领导下，在市场监管局的指导支持下，依法履职、转变思想观念、创新工作方式，始终坚持“服务人民美好生活需要、促进高质量发展、营造安全放心消费环境”的初心和使命。主要职责如下：1. 按照《市编委关于调整完善我市消费维权体制的通知》，市消委会秘书处履行以下职责：（1）为消费者提供消费信息和咨询服务；提高消费者维护自身合法权益的能力，引导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式；（2）参与制定有关消费者权益的法律、法规、规章和强制性标准；参与建设消费信用体系；推动及参与有关商品和服务标准制定；（3）参与有关行政部门对商品和服务的监督、检查；（4）就有关于消费者合法权益的问题，向各有关部门反映、查询，提出建议；（5）受理消费者的投诉，并对投诉事项进行调查、调解；（6）就损害消费者合法权益的行为，支持受损害的消费者提起诉讼或者依法提起诉讼；（7）对损害消费者合法权益的行为，通过大众传播媒介予以揭露、批评；（8）对商品和服务的质量、价格、售后服务和消费者的意见等进行调查、比较、检测、分析，并公布结果；（9）推进跨区域（跨境）消费维权合作；（10）承担市消费者委员会交办的其他事项。

2. 根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第三十七条 市消委会承担投诉事项涉及商品和服务质量问题的，可以委托具备资格的鉴定人鉴定，鉴定人应当告知鉴定意见的职能；

3. 根据《深圳经济特区食品安全监督条例》，市消委会承担以下职能：第九十一条 食品生产经营者侵害众多消费者合法权益的，市消费者委员会可以向人民法院提起公益诉讼。

第九十二条 市、区消费者委员会可以组织食品安全比较试验、开展食

品消费调查、发布投诉案件情况，并根据食品药品监督管理部门的意见发布食品安全风险提示。第九十三条市、区消费者委员会可以组织开展食品安全教育，配合市食品药品监督管理部门开展日常监管、标准制定以及风险交流等工作。第九十六条 鼓励、支持志愿者组织以及志愿者的下列食品安全监督活动：（一）开展食品安全宣传教育；（二） 举报食品安全违法行为；（三） 对食品安全工作提出意见和建议。第九十七条 食品药品监督管理部门、消费者委员会受理关于食品安全问题的投诉举报时，发现投诉人超出合理消费或者以索取赔偿、奖励作为主要收入来源的，可以终止调查并将相关线索纳入食品安全风险监测范围。但是，可能引发食品安全事故或者涉嫌犯罪的除外。

（二）年度总体工作和重点工作任务

深圳市消费者委员会秘书处是消费者和生产企业讲理和服务的平台，也是推动消费质量、产业转型、消费升级的重要平台。2020年，我单位以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大精神和中央经济工作会议部署，坚持“以人民为中心”的发展思想，坚持新发展理念，按照高质量发展要求，加强“两个平台”的作用，加强干部队伍履职能力建设，创新消费维权工作体制机制，进一步拓展消费教育工作层面，通过加强市、区消委会在四个领域的“上下联动”，重点推进四项重要任务，打造消费投诉便捷化渠道、提升社会监督工作实效，用高水平消费维权工作努力改善消费环境，提升消费品质，为新时代人民日益增长的美好生活需要服务。2020年，我单位重点工作包括以下几项：完善消费评价指数、完善消费维权体制机制顶层设计及优化消费环境、顶层监督树立行业规范风向标、开展比较试验和团体标准、新媒体平台引导消费教育五大项内容。具体如下：1.完善消费评价指数包括

不断完善指数模型，完善企业消费评价指数名片、消费评价地图等线上功能，推进重点商圈消费评价信用二维码线下覆盖，举办“好人举手”活动，开展放心消费创建活动，处理及公示投诉案，创新推出消费维权“1+5”等各项工作。2. 完善消费者维权机制体制顶层设计及优化消费环境包括主导出台《深圳市实施消费环境提升战略创建消费者满意城市工作方案（2020-2022）》，稳步推进《特区消保条例》立法工作。3. 顶层监督树立行业规范风向标包括开展项目监督、推动建立未成年人网络游戏长效保护机制、开展预付费资金监管破冰行动等工作内容。4. 开展比较试验和团体标准研究工作包括开展消费领域各项产品比较试验并进行媒体报道。5. 新媒体平台引导消费教育主要是策划新媒体互动活动引领绿色节约消费新风尚，策划“金融消费者权益保护”线上课程，参与重大、特殊、疑难消费纠纷的咨询、评议会审工作，发布消费评价指数等方面内容的媒体宣传工作。

（三）2020 年部门预算编制情况

根据我单位职责，按照市委市政府有关方针政策和工作要求，结合部门履职及年度工作计划，2020 年度预算总规模为 2,784.64 万元。预算编制符合市财政 2020 年度有关预算编制的原则，如严控“三公”经费以及会议、差旅和培训等一般公务支出预算等，根据 2020 年度部门预算编制要求，我单位编制年度部门预算、达到市财政对部门预算编制的细致程度要求，同时按要求对申请的财政资金设定对应绩效目标。1. 部门整体支出年初预算安排 2020 年我单位部门预算收入 2,415.45 万元，均为财政拨款。部门预算支出 2,415.45 万元，其中：人员支出 1,122.08 万元、公用支出 96.63 万元、项目支出 1,196.74 万元。2. 部门整体支出预算调整情况 根据市相关政策，我单位对部门整体支出预算进行了相应

的调整，整体支出预算总规模调整为 2,755.13 万元。按资金用途，人员支出预算调整为 1,170.19 万元，公用支出预算调整为 85.57 万元，项目支出预算调整为 1,499.38 万元。3. 绩效目标管理情况 2020 年，我单位按照《财审处关于编制 2020 年项目绩效目标及部门整体支出绩效目标的通知》文件的规定，将消费者权益保护、信息管理、综合服务管理经费纳入部门预算绩效管理并编制预算绩效目标，涉及项目一般公共预算当年拨款 1,196.74 万元。所有纳入预算绩效管理的项目绩效目标均按照我单位主要职能及 2020 年度工作计划，在已有政策文件要求框架内细化到数量指标、质量指标、时效指标、社会效益指标、满意度指标。编报的绩效指标具有清晰、可量化的特性，指标目标值基本符合工作实际状况并能够反映未来年度通过履职所能实现的具体目标情况。

（四）2020 年部门预算执行情况

我单位 2020 年度资金管理、项目管理、资产管理、人员管理和制度管理等情况具体如下：1. 资金管理 一是落实单位财务管理责任体系，明确各层面财务管理参与者的责任。单位主要负责人对财务管理工作负主要领导责任，分管责任人对财务管理工作负重要领导责任，财务机构和承办机构的负责人和经办人员对财务管理工作负直接责任，会计人员具有核算和监督的责任。该财务管理责任体系有效保障了我单位资金管理、费用标准、资金支付等符合制度规定；资金调整、调剂程序规范。2020 年，我单位年初预算金额为 2,415.45 万元，调整后预算资金总额为 2,755.13 万元，资金调整率为 15.28%。全年实际支出 2,683.84 万元，执行率为 97.41%。采购预算金额 588.38 万元，采购已支付金额 586.68 万元，政府采购执行率为 99.71%。各季度预算执行情况如下：第一季度预算支出进度为 26.75%，第二季度预算支出进度为 55.65%，第三季度预

算支出进度为 76.37%，第四季度预算支出进度为 97.41%。

2. 财务管理 我单位资金支出严格按照财政部门和主管部门相关要求执行，会计核算规范，不存在超范围、超标准、虚列支出等情况。预决算公开信息上报至主管部门，然后由主管部门统一公开。

3. 项目管理 我单位项目实施流程规范，招投标建设、验收等关键环节均严格把关，项目监管机制得到落实。出现项目调整时，我单位也均按有关规定履行报批手续。

4. 资产管理 我单位资产保存完整，使用合规，配置合理，处置规范，总体使用效率较高。2020 年度，我单位固定资产为 372.34 万元。实际在用固定资产总额为 345.37 万元，固定资产利用率达到 92.76%，其余为待处置中。

5. 人员管理情况 我单位 2020 年度核定编制人员 28 人，实际在编人员 25 人，编外人员 8 人，劳务派遣人员 0 人。则当年度财政供养人员控制率为 89.29%，编外人员控制率 24.24%，财政供养人员控制情况较好。因单位履职需要，编外人员控制情况一般。

6. 管理制度健全 我单位建立了《深圳市消费者委员会秘书处制度汇编》，里面涵盖了经费开支管理规定、会议管理规定及档案管理规定等一系列制度，部门职能履行与预算执行得以保障。2020 年 9 月制定了《深圳市消费者委员会秘书处内部控制规范手册》，基本涵盖内部控制、预算管理、财务管理、采购管理、资产管理、建设项目管理、合同管理、内控评价与监督八大经济业务活动，部门职能履行与预算执行得以保障。

二、部门（单位）主要履职绩效分析

（一）主要履职目标

2020 年，在市委市政府的正确领导下，在市市场监管局的指导支持下，我单位依法履职、转变思想观念、创新工作方式，始终坚持“服务人民美好生活需要、促进高质量发展、营造安全放心消费环境”的初心

和使命，在消费维权、社会监督、消费诚信体系建设、质量社会共治、共建粤港澳大湾区优质生活圈等各项工作上取得了一定成绩。2020年度，主要履职目标包括：消费评价指数成为消费维权有力抓手；消费维权体制机制顶层设计优化消费环境；顶层监督树立行业规范风向标；比较试验和团体标准引领高质量发展；消费教育引导和促进品质消费；多方协作开创社会共治新局面；凝聚媒体力量营造良好舆论氛围。

（二）主要履职情况

1. 为促进消费者维权和社会监督，我单位以消费评价指数为有力抓手，主要采取五个方面的措施。一是不断完善指数模型，指数覆盖企业8.5万家，实现常态化公布。发布旅游、汽车、家政、快递物流、婚恋等多行业指数排行榜，发布后相关经营者指数均值显著提升；二是完善企业消费评价指数名片、消费评价地图等线上功能，推进重点商圈消费评价信用二维码线下覆盖；三是以指数为核心，强化信用监督，举办“好人举手”活动，55家企业举手承诺为消费者提供更高标准的产品或服务，承诺内容含“购车定金三天无理由退费/阶梯式退费”、健身消费设置“七天冷静期”等；开展放心消费创建活动，共建消费中国式信任，苏宁、天虹商场等25个品牌旗下1187家门店承诺“线下无理由退货”。四是投诉公示取得新实效。全面公示投诉案例超3万宗，因经营者加入和解通道或处理成功率达标等原因撤销1万多宗；市、区联合移送严重失信经营者信用信息至征信平台，对8家不良商家及法定代表人提起诉讼，4宗判决胜诉，2宗案件相关企业和法人纳入失信被执行人名单。五是创新推出消费维权“1+5”。“1”指消费者满意度，“5”指消费投诉的总处理成功率、和解占比、和解成功率、调解成功率、各区加入和解通道的经营者数量。通过定期通报“1+5”排名赋能各区消委会，2020

年市区消委会“1+5”数据均显著提升，投诉处理成功率由2020年的51.52%提升至65.98%。

2. 为提升消费维权的工作效能与专业水平，我单位主要采取以下方面的措施。一是主导出台《深圳市实施消费环境提升战略创建消费者满意城市工作方案（2020-2022）》，补齐深圳市消费环境建设短板，提升消费环境安全度、经营者诚信度和消费者满意度。二是稳步推进《特区消保条例》立法工作，已完成前期资料收集及立法调研，进入条例起草阶段。

3. 为规范服务行业团体标准，引领高质量发展，我单位采取以下措施。一是开展优速物流“消费贷”、特斯拉同价不同车、恒大地产不合理格式条款、三大运营商资费营销等10余个项目监督，推动消费领域行业性问题的整体解决。二是推动建立未成年人网络游戏长效保护机制，腾讯公司主动上线人脸识别系统，对疑似未成年人的用户进行甄别，成效显著。相关消费投诉量第三季度环比下降71.70%。三是探索预付式消费乱象治理，联合多部门开展预付费资金监管破冰行动，8家培训机构自愿加入监管。四是点评格式条款促进行业规范化发展。查找早教机构、电商、旅游等多行业不合理规则，要求相关企业整改；开展物业服务行业合同点评，与市住建局、市物业协会联合推出《深圳市物业服务行业自律公约》，92条问题条款全部整改到位。五是开展宠物医院、新零售平台、网约车平台等热点行业NPS和神秘顾客调查。

4. 为加强比较试验和消费教育发展，促进品质消费，我单位采取七项措施。一是以防疫抗疫为中心，搭建口罩咨询答疑平台，开展醇类消毒酒精、消毒湿巾、洗手液等防疫用品比较试验。二是以湾区一体化为背景，与澳门消委会合作开展砧板、路由器、男士洗面奶比较试验。并约谈相关企业和平台28家，封存下架相关商品，在暂无国家强制性标准的情况下紧急出台相关临时措施，最大限度保护消费者合法权益。三是按照食品

安全战略部署，开展中外水果麦片、薯片比较试验，媒体阅读量逾 10 亿。四是在气垫粉底比较试验的基础上，参加由国家药品监督管理局化妆品司组织的化妆品安全风险交流研讨会，提出发现安全风险的建议。五是以新《标准化法》实施为契机，持续实施“比较试验+团体标准”创新模式，开展婴幼儿围兜、儿童鞋、婴幼儿爽身粉等 5 个母婴产品比较试验，推动制定两个相关团体标准。六是推动制定宠物医院、消费场所公共卫生安全防护等服务行业团体标准。七是跨部门合作扩大影响力。与市市场稽查局合作设计预付式消费警示视频，并配套宣传折页派发 1 万册，策划“金融消费者权益保护”线上课程等。5. 多方协作开创社会共治新局面。我单位通过“315 消费通”平台聚集 23 家行业协会，与市消委会建立快速和解通道的企业 1.8 万家，专家委员会专家 70 余人，参与值班接待、咨询调解上千次。成立首届消费纠纷专家评审委员会。6. 推动宣传策划营造良好舆论氛围。2020 年我单位首次举行 3·15 线上新闻发布会，发布消费评价指数等六方面内容，共召开新闻发布会 15 次，与深圳广播电台合作“爱车有道”栏目 46 期，与珠江经济台合作《黄纓热线》“消费专题”46 期，抖音号，制作视频 49 则等，深受市民喜爱。

（三）部门履职绩效情况。

1. 经济性 我单位 2020 年“三公”经费财政拨款 13.37 万元，其中，公务接待费 0.07 万元，公务用车运行维护费 13.3 万元。截至 2020 年末，我单位“三公”经费实际支出 8.33 万元，“三公”经费控制率为 62.34%。其中，公务用车运行维护费 8.33 万元，无公务接待费及因公出国（境）费。同时，我单位 2020 年日常公用经费决算数为 69.41 万元，日常公用经费调整预算数为 85.57 万元，日常公用经费控制率为 81.13%。由此可知，我单位在保障部门主要工作任务顺利完成的情况下，有效控

制了机构运转成本。 2. 效率性 我单位各项目管理者负责检查并掌握项目实际进度信息，一旦发现有进度落后的情况，则全面分析项目进度延迟原因，并采取相应措施进行弥补，从而确保预算安排的项目皆能按计划、合同以及实施方案规定的时间完成。2020 年度我单位预算执行进度有序进行，我单位年度预算执行情况较好，预算资金总额为 2,755.13 万元，实际支出 2,683.84 万元，预算执行率为 97.41%，各季度预算执行情况如下：第一季度预算执行率为 26.75%；第二季度预算执行率为 55.65%；第三季度预算执行率为 76.37%；第四季度预算执行率为 97.41%。预算实际支付进度和既定支付进度基本匹配，预算执行及时、均衡。 3. 效果性 2020 年度，我单位始终坚持“服务人民美好生活需要、促进高质量发展、营造安全放心消费环境”的初心和使命，对经济发展和社会发展带来了直接或间接影响。2020 年度，市消委会系统共收到消费者投诉 179501 宗，投诉处理成功率由 2020 年的 51.52% 提升至 65.98%，消费者满意度由今年上半年的 54.44% 提升至 67.75%，开展 27 类商品比较试验，推动 2 个团体标准制定，支持 16 名消费者对 8 家商家提起诉讼。在消费评价指数应用、消费维权体制机制顶层设计、社会监督、促进消费升级、质量社会共治等各项工作上都取得了新突破。（1）社会效益 一是消费评价指数作为维权强力抓手，顶层监督树立行业规范风向标。首先，消费评价指数已覆盖企业 8.5 万家，形成常态化发布。其次，开展放心消费创建活动，已有 1187 家门店承诺“线下无理由退货”。再次，开展优速物流“消费贷”等 10 余个项目监督，推动消费领域行业性问题的整体解决。最后探索预付式消费乱象治理，联合多部门开展预付费资金监管破冰行动，8 家培训机构自愿加入监管。 二是为促进品质消费，开展比较试验和团体标准引领高质量发展。我单位以防疫抗疫为中心开

展的醇类消毒酒精、消毒湿巾、洗手液等防疫用品比较试验，以湾区一体化为背景开展的砧板、路由器、男士洗面奶比较试验，按照食品安全战略部署开展的中外水果麦片、薯片比较试验，以及以新《标准化法》实施为契机开展婴幼儿围兜、儿童鞋、婴幼儿爽身粉等5个母婴产品比较试验，均推动制定相关团体标准，持续实施“比较试验+团体标准”创新模式。

三是多方协作开创社会共治新局面。“315消费通”平台聚集23家行业协会，与市消委会建立快速和解通道的企业1.8万家，专家委员会专家70余人，参与值班接待、咨询调解上千次。成立首届消费纠纷专家评审委员会，参与重大、特殊、疑难消费纠纷的咨询、评议会审工作。同时，组织315志愿者4200余名，开展志愿服务活动约140场，累计受理消费投诉7483宗，调解成功率73.28%。百人律师团参与67场讨论会和调解会，出具法律意见书44份、值班117期，总参与350人次。

四是凝聚媒体力量营造良好舆论氛围。举行3·15线上新闻发布会，发布消费评价指数等六方面内容，观看人次达到近10万人。2020年度共召开新闻发布会15次，各类媒体报道量达1445篇次，市消委会官网、微信、微博、头条阅读量逾1290万次，均获得市民的广泛关注。

(2) 经济效益 我单位致力于为消费者创造良好的消费环境，为消费者提供维权和解决途径，促进品质消费。2020年度，市消委会系统共收到消费者投诉179501宗，投诉处理成功率由2020年的51.52%提升至65.98%，为消费者挽回经济损失。

(3) 可持续影响 我单位推动建立未成年人网络游戏长效保护机制，与腾讯公司合作，上线人脸识别系统，对疑似未成年人的用户进行甄别，已获得显著成效，建立起未成年人网络游戏长效保护机制，预防未成年人沉迷游戏，建立健康良好的绿色网络游戏生态空间。

4. 公平性 我单位秉承公平公正的原则，已建立群众意见反映渠

道和群众意见办理回复机制，积极认真地搜集群众意见，并及时对群众意见进行反馈和处理，我单位在该方面工作收到群众的表扬信和锦旗多件，受到群众的一致好评。

三、总体评价和整改措施

（一）预算绩效管理工作主要经验、做法

为认真贯彻落实党的十九大报告关于“全面实施绩效管理”部署要求，我单位紧紧围绕财政部门的部署，积极开展绩效管理工作。主要经验与做法如下：一是绩效目标是预算绩效管理工作的基础，在做年度预算时对部门整体绩效目标有一个较为清晰的描述，并能够将资金分配与年度任务安排相结合，在整体上把握财政资金流向，对重点项目有意识地进行倾斜。预算执行过程中定期进行监督并对支出异常情况进行必要预警与提示，同时对所有业务范围涉及到的项目进行绩效运行监控，保证了对预算执行进度和绩效目标程度实施“双监控”，及时发现存在问题，提高预算绩效管理水平。二是在具体履职过程中注重项目开展带来的实际效益，形成闭环管理，如每个项目在进行过程中，考虑该项目能带来的实际产出和切实效益，在设置绩效指标时注重项目能提供给社会公众的公共服务或者公共产品。在管理和监控过程中，用绩效约束和年初设定需达到的效益作为推动力，督促和反向推动项目工作的顺利进行。三是设置可操作、可量化的绩效数量指标，能够清晰明确地反映项目产出的数量情况。量化的绩效产出指标为项目的实施和监控提供了可操作性，为后续的绩效管理和评价提供基础。

（二）部门整体支出绩效存在问题及改进措施

在取得有目共睹成绩的同时，我单位的预算绩效管理工作仍存不足，主要表现在：一是对预算绩效管理工作的认识不够深刻，个别部门或人

员对绩效工作开展的重视程度有待加强。在年初绩效目标的设定到年中绩效监控，再到年末绩效评价，未能深刻理解绩效管理工作的目的和意义，降低了绩效管理的反向监督和反向推动作用。二是部分绩效指标设置未能实现全覆盖、未能明确体现单位履职效果的社会、经济、生态效益。例如“落实《深圳经济特区食品安全监督条例》”项目的绩效目标年初设置未实现全覆盖，部分使用资金的项目未设置对应绩效指标。同时，社会效益指标设置“工作完成率”，未能明确体现履职效果的社会效益，绩效指标设置水平还需提高。三是我单位资金调整规模15.28%，期间根据市相关政策进行资金调整，保障新增任务的资金需求。针对我单位预算绩效管理工作存在的不足，提出以下几点改进措施：一是加强预算绩效管理意识，开展绩效管理工作培训，明确把握绩效管理每个环节重点工作，深刻学习和理解绩效管理工作的目的和意义，提高绩效管理的推动作用。二是绩效自评时，根据项目资金的使用情况，补充设置能反映项目产出和效益的绩效指标，实现指标全覆盖。同时，需要加强绩效指标申报的培训，结合项目个性化差异，准确、全面、科学、客观地设置能明确体现单位履职效果的社会、经济、生态效益指标。三是提高预算编制的科学合理性，尽量减少期间资金的调整，提高年初预算的准确性。

（三）后续工作计划、相关建议等

1. 后续工作计划（1）进一步促进消费发展 一是持续探索“比较试验+团体标准+社会监督”的模式，以一个比较试验带动制定一个团体标准，规范一个行业；二是依托全国消协组织比较试验数据库系统，扩大比较试验的跨区域联动，实现优势互补；三是举办形式多样的“深圳e消费”消费教育活动，扩大普及面，实现消费宣传的轻量化、娱乐化；

四是创立“消费维权讲师团”原创品牌栏目，发动律师、调解员、企业代表等通过自媒体矩阵传播健康消费知识。（2）进一步提升消费维权工作效能 一是聚焦“1+5”指标攻坚投诉处理，努力将投诉处理成功率、消费者满意度提升至70%。二是深化应用消费评价指数，持续发布指数排行榜，开展“好人举手”活动，让诚信经营者受益。三是加大消费投诉公示力度，健全消费信用体系，全力支持起诉，发挥公益诉讼利剑作用，严格落实失信惩戒。四是推进《特区消保条例》立法，强化顶层监督；五是持续推动社会共治，建设志愿者队伍，联合行业协会和专家委员会、专业律师团、媒体等壮大维权力量。

2. 相关建议 随着预算绩效管理工作的逐步开展，我单位建议在未来的绩效管理工作中可逐步构建可操作性、系统性的行政事业单位预算绩效管理体系。其次，建议组织开展绩效管理相关方面的培训，强化业务人员绩效管理意识，配合财务部门做好绩效管理相关工作。

四、部门整体支出绩效评价指标评分情况

部门（单位）整体支出绩效目标完成情况自评表						
部门（单位）名称		深圳市消费者委员会秘书处	预算年度	2020		
年度主要任务完成情况	任务名称	完成情况	预算数（元）		执行数（元）	
			全额	其中：财政拨款	全额	其中：财政拨款
	市场监管事务	完成消费维权保障、消费维权及消费引导，完成投诉辅助20219宗，清洗消费者投诉公示及工单数据55760宗，开展消费教育进校园、社区、企业活动6次	14065754.00	14065754.00	13926853.79	13926853.79
信息管理	完成315消费通数据维护、安全维护、服务器维护、系统性	252000.00	252000.00	249400.00	249400.00	

	能调试、结构设计优化。完善统计模块7个,消费评价指数等模块5,满足多用户需要				
综合管理	完成单位服务保障人员覆盖率100%,单位服务保障程度100%,更好的服务广大职工干部和内务综合管理工作	661000.00	661000.00	642767.00	642767.00
待支付以前年度采购	完成更新量为49次,达到年初设定35次的要求,清博指数达到438.35	15000.00	15000.00	14950.00	14950.00
基本支出	完成单位人员工资、津贴、对个人和家庭补助发放;完成办公用品、日常办公耗材等保障用品购置	12557572.83	12557572.83	12004409.42	12004409.42
金额合计		27551326.83	27551326.83	26838380.21	26838380.21
年度总体目标完成情况	预期目标	目标实际完成情况			
	通过各项目的预算资金投入,开展投诉数据处理、投诉公示信息核实及编辑数量、投诉调解、投诉处理成功率提升、投诉统计分析及应用、消费评价指数完善推广及应用、基础数据库建设和应用、食品安全监督、315志愿者队伍管理及消费监督、比较试验、深圳市消委会四网运营、“315消费通”微信公众号和网站信息运维、“315消费通”技术支持及安全防护、IT运维、消费维权业务培训、消费维权工作会议、专家律师参与消费维权、专家咨询、支持起诉、信息安全、行业监督、特区立法修订、接听消费者来电(预计接听消费者投诉咨询电话70000个)、解答消费者咨询、引导消费者投诉等各项工作,改善消费维权服务体系,提高投诉处理成功率,深挖消费纠纷“大数据”,强化社会监督工作力度,营造安全放心消费环境。	1.为促进消费者维权和社会监督,我单位以消费评价指数为有力抓手,主要采取五个方面的措施。一是不断完善指数模型,指数覆盖企业8.5万家,实现常态化公布。发布旅游、汽车、家政、快递物流、婚恋等多行业指数排行榜,发布后相关经营者指数均值显著提升;二是完善企业消费评价指数名片、消费评价地图等线上功能,推进重点商圈消费评价信用二维码线下覆盖;三是以指数为核心,强化信用监督,举办“好人举手”活动,55家企业举手承诺为消费者提供更高标准的产品或服务,承诺内容含“购车定金三天无理由退费/阶梯式退费”、健身消费设置“七天冷静期”等;开展放心消费创建活动,共建消费中国式信任,苏宁、天虹商场等25个品牌旗下1187家门店承诺“线下无理由退货”。四是投诉公示取得新实效。全面公示投诉案例超3万宗,因经营者加入和解通道或处理成功率达标等原因撤销1万多宗;市、区联合移送严重失信经营者信用信息至征信平台,对8家不良商家及法定代表人提起诉讼,4宗判决胜诉,2宗案件相关企业和法人纳入失信被执行人名单。五是创新推出消费维权“1+5”。“1”指消费者满意度,“5”指消费投诉的总处理成功率、和解占比、和解成功率、调解成功率、各区加入和解通道的经营者数量。通过定期通报			

“1+5”排名赋能各区消委会，2020年市区消委会“1+5”数据均显著提升，投诉处理成功率由2020年的51.52%提升至65.98%。

2.为提升消费维权的工作效能与专业水平，我单位主要采取以下方面的措施。一是主导出台《深圳市实施消费环境提升战略创建消费者满意城市工作方案（2020-2022）》，补齐深圳市消费环境建设短板，提升消费环境安全度、经营者诚信度和消费者满意度。二是稳步推进《特区消保条例》立法工作，已完成前期资料收集及立法调研，进入条例起草阶段。3.为规范服务行业团体标准，引领高质量发展，我单位采取以下措施。一是开展优速物流“消费贷”、特斯拉同价不同车、恒大地产不合理格式条款、三大运营商资费营销等10余个项目监督，推动消费领域行业性问题的整体解决。二是推动建立未成年人网络游戏长效保护机制，腾讯公司主动上线人脸识别系统，对疑似未成年人的用户进行甄别，成效显著。相关消费投诉量第三季度环比下降71.70%。三是探索预付式消费乱象治理，联合多部门开展预付费资金监管破冰行动，8家培训机构自愿加入监管。四是点评格式条款促进行业规范化发展。查找早教机构、电商、旅游等多行业不合理规则，要求相关企业整改；开展物业服务行业合同点评，与市住建局、市物业协会联合推出《深圳市物业服务行业自律公约》，92条问题条款全部整改到位。五是开展宠物医院、新零售平台、网约车平台等热点行业NPS和神秘顾客调查。

4.为加强比较试验和消费教育发展，促进品质消费，我单位采取七项措施。一是以防疫抗疫为中心，搭建口罩咨询答疑平台，开展醇类消毒酒精、消毒湿巾、洗手液等防疫用品比较试验。二是以湾区一体化为背景，与澳门消委会合作开展砧板、路由器、男士洗面奶比较试验。并约谈相关企业和平台28家，封存下架相关商品，在暂无国家强制性标准的情况下紧急出台相关临时措施，最大限度保护消费者合法权益。三是按照食品安全战略部署，开展中外水果麦片、薯片比较试验，媒体阅读量逾10亿。四是在气垫粉底比较试验的基础上，参加由国家药品监督管理局化妆品司组织的化妆品安全风险交流研讨会，提出发现安全风险的建议。五是以新《标准化法》实施为契机，持续实施“比较试验+团体标准”创新模式，开展婴幼儿围兜、儿童鞋、婴幼儿爽身粉等5个母婴产品比较试验，推动制定两个相关团体标准。六是推动制定宠物医院、消费场所公共卫生安全防护等服务行业团体标准。七是跨部门合作扩大影响力。与市市场稽查局合作设计预付式消费警示视频，并配套宣传折页派发1万册，策划“金融消费者权益保护”线上课程等。

5.多方协作开创社会共治新局面。我单位通过“315消费通”平台聚集23家行业协会，与市消委会建立快速和解通道的企业1.8万家，专家委员会专家70余人，参与值班接待、咨询调解上千次。成立首届消费纠纷专家评审委员会。

6.推动宣传策划营造良好舆论氛围。2020年我单

				位首次举行 3·15 线上新闻发布会，发布消费评价指数等六方面内容，共召开新闻发布会 15 次，与深圳广播电台合作“爱车有道”栏目 46 期，与珠江经济台合作《黄缨热线》“消费专题”46 期，抖音号，制作视频 49 则等，深受市民喜爱。	
年度绩效指标完成情况	一级指标	二级指标	三级指标	预期指标值	实际完成指标值
	产出指标	数量指标	投诉辅助调投诉辅助调解	≥20000 宗	20219 宗
			为更好的为消费者提供全新的网站、微博、微信服务平台和宣传阵地，创新传播方式，更新微信信息数量	35 次	49 次
			单位服务保障的次数	≥1 次/天	1 次/天
			消费评价指数、消费投诉公示、主体实名认证、商事主体注册信息调用等模块完善	=5 个	5 个
			“315 消费通”数据维护、安全维护、服务器维护、系统性能调试、结构设计优化	=10 次	12 次
			共享并翻译 ICRT 比较试验报告	=3 个	2 个

		开展商品比较试验	=6 个	6 个
		食品安全社会监督	=300 宗	500 宗
		专业顾问参与消费投诉调解和消费维权评议	≥100 人次	61 人次
		举办消费教育进校园、进社区、进企业活动	≥6 场	6 次
		315 志愿者志愿服务及消费监督与消费投诉辅助服务活动	=60 场	61 场
		监督调查消费投诉重点问题	2 领域	2 领域
		清洗消费者投诉公示及工单数据	≥50000 宗	55760 宗
	质量指标	投诉辅助调解合格率	=100%	100%
		项目验收合格率	≥95%	100%
		单位服务保障程度	=100%	100%
		单位服务保障的人员覆盖率	=100%	100%
		消费评价指数、消费投诉公示、主体实名认证、商事主体注册	=100%	100%

		信息调用等模块完善合格率		
		完善调解员处理情况统计、部门处理情况统计、工作量统计模块合格率	=100%	100%
		“315 消费通”数据维护、安全维护、服务器维护、系统性能调试、结构设计优化给合格率	=100%	100%
		通过网络媒体建立消费投诉公式专栏合格率	=100%	100%
		专业顾问参与消费投诉调解和消费维权评议合格率	=100%	76.25%
		消费者投诉公示及工单数据清洗合格率	=100%	100%
	时效指标	项目及时性	2020年12月31日前	2020年12月31日前
		工作完成时间	2020年6月30日前完成	待支付 2020年6月30日前
		单位服务保障时间	2020年12月31日前	2020年12月31日前
	成本指标	无	无	无
效益指标	经济效益指	无	无	

	标			
	社会效益指标	提升总体投诉处理成功率	>3%	5.15%
		各媒体(含新媒体)报道及转发的消费者阅读次数	≥3.5 万次	40145 次
		更好的服务广大职工干部、对综合内务进行管理、开展党务工作	提升内务管理水平, 进而提升机构服务公众的水平	提高内务管理水平
		媒体报道及转发情况: 消费者阅读次数	>10 万	322754 次
	生态效益指标	无	无	无
	满意度指标	“315 消费通”满足多用户需要	≥95%	95%
		单位服务满意度	比较满意	比较满意
	可持续影响指标			

部门整体支出绩效评分表

评价指标				指标说明	评分标准	分数
一级指标	二级指标	三级指标	分值			
部门决策 (20分)	预算编制	预算编制合理性	5	部门(单位)预算的合理性,即是否符合本部门职责、是否符合市委市政府的方针政策和工作要求,资金有无根据项目的轻重缓急进行分配。	1.部门预算编制、分配符合本部门职责、符合市委市政府方针政策和工作要求(1分); 2.部门预算资金能根据年度工作重点,在不同项目、不同用途之间合理分配(1分); 3.专项资金预算编制细化程度合理,未出现因年中调剂导致部门预决算差异过大问题(1分); 4.功能分类和经济分类编制准确,年度中间无大量调剂,未发生项目之间频繁调剂(1分); 5.部门预算分配不固化,能根据实际情况合理调整,不存在项目支出进度慢、完成率低、绩效较差,但连年持续安排预算等不合理的状况(1分)。	5
		预算编制规范性	5	部门(单位)预算编制是否符合财政部门当年度关于预算编制在规范性、完整性、细化程度等方面的原则和要求。	1.部门(单位)预算编制符合财政部门当年度关于预算编制的各项原则和要求,符合专项资金预算编制、项目库管理、新增项目事前绩效评估等要求(5分); 2.发现一项不符合的扣1分,扣完为止。 本指标需对照相应年度由财政部门印发的部门预算编制工作方案、通知和有关制度文件,根据实际情况评分。	5
	目标设置	绩效目标完整性	3	部门(单位)是否按要求编报项目绩效目标,是否依据充分、内容完整、覆盖全面、符合实际。	1.部门(单位)按要求编报部门整体和项目的绩效目标,实现绩效目标全覆盖(8分); 2.没按要求编报绩效目标或绩效目标不符合要求的,一项扣1分,扣完为止。	2.5
		绩效指标明确性	7	部门(单位)设定的绩效指标是否清晰、细化、可量化,用以反映和考核部门(单位)整体绩效目标的明细化情况。	1.绩效指标将部门整体绩效目标细化分解为具体工作任务,与部门年度任务数或计划数相对应(2分); 2.绩效指标中包含能够明确体现部门(单位)履职效果的社会、经济、生态效益指标(2分); 3.绩效指标具有清晰、可衡量的指标值(1分);	6

评价指标				指标说明	评分标准	分数
一级指标	二级指标	三级指标	分值			
					4. 绩效指标包含可量化的指标（1分）； 5. 绩效目标的目标值测算能提供相关依据或符合客观实际情况（1分）。	
部门管理 (20分)	资金管理	政府采购执行情况	2	部门（单位）本年度实际政府采购金额与年度政府采购预算的比率，用以反映和考核部门（单位）政府采购预算执行情况；政府采购政策功能的执行和落实情况。	1. 政府采购执行率得分=政府采购执行率×1分 政府采购执行率=（实际采购金额合计数/采购计划金额合计数）×100% 如实际采购金额大于采购计划金额，本项得0分。 政府采购预算是指采购机关根据事业发展计划和行政任务编制的、并经过规定程序批准的年度政府采购计划。 2. 政府采购政策功能的执行和落实情况（1分），落实不到位的酌情扣分。	2
		财务合规性	3	部门（单位）资金支出规范性，包括资金管理、费用支出等制度是否严格执行；资金调整、调剂是否规范；会计核算是否规范、是否存在支出依据不合规、虚列项目支出的情况；是否存在截留、挤占、挪用项目资金情况。	1. 资金支出规范性（1分）。资金管理、费用标准、支付符合有关制度规定，按事项完成进度支付资金的，得1分，否则酌情扣分。 2. 资金调整、调剂规范性（1分）。调整、调剂资金累计在本单位部门预算总规模10%以内的，得1分；超出10%的，超出一个百分点扣0.1分，直至1分扣完为止。 3. 会计核算规范性（1分）。规范执行会计核算制度得1分，未按规定设专账核算、支出凭证不符合规定或其他核算不规范，酌情扣分。 4. 发生超范围、超标准支出，虚列支出，截留、挤占、挪用资金的，以及其他不符合制度规定支出，本项指标得0分。	2.5
		预决算信息公开	3	部门（单位）在被评价年度是否按照政府信息公开有关规定公开相关预决算信息，用以反映部门（单位）预决算管理的公开透明情况。	1. 部门预算公开（1.5分），按以下标准分档计分： （1）按规定内容、时限、范围等各项要求进行公开的，得1.5分。 （2）进行了公开，存在不符合时限、内容、范围等要求的，得1分。 （3）没有进行公开的，得0分。 2. 部门决算公开（1.5分），按以下标准分档计分：	3

评价指标				指标说明	评分标准	分数
一级指标	二级指标	三级指标	分值			
					<p>(1) 按规定内容、时限、范围等各项要求进行公开的，得 1.5 分。</p> <p>(2) 进行了公开，存在不符合时限、内容、范围等要求的，得 1 分。</p> <p>(3) 没有进行公开的，得 0 分。</p> <p>3. 涉密部门（单位）按规定不需要公开相关预决算信息的直接得分。</p>	
	项目管理	项目实施程序	2	部门（单位）所有项目支出实施过程是否规范，包括是否符合申报条件；申报、批复程序是否符合相关管理办法；项目招投标、调整、完成验收等是否履行相应手续等。	<p>1. 项目的设立、调整按规定履行报批程序（1 分）；</p> <p>2. 项目招投标、建设、验收以及方案实施均严格执行相关制度规定（1 分）。</p>	2
		项目监管	2	部门（单位）对所实施项目（包括部门主管的专项资金和专项经费分配给市、区实施的项目）的检查、监控、督促整改等管理情况。	<p>1. 资金使用单位、基层资金管理单位建立有效资金管理和绩效运行监控机制，且执行情况良好（1 分）；</p> <p>2. 各主管部门按规定对主管的财政资金（含专项资金和专项经费）开展有效的检查、监控、督促整改（1 分），如无法提供开展检查监督相关证明材料，或被评价年度部门主管的专项资金绩效评价结果为差的，得 0 分。</p>	2
	资产管理	资产管理安全性	2	部门（单位）的资产是否保存完整、使用合规、配置合理、处置规范、收入及时足额上缴，用于反映和考核部门（单位）资产安全运行情况。	<p>1. 资产配置合理、保管完整，账实相符（1 分）；</p> <p>2. 资产处置规范，有偿使用及处置收入及时足额上缴（1 分）。</p>	2

评价指标				指标说明	评分标准	分数
一级指标	二级指标	三级指标	分值			
		固定资产利用率	1	部门（单位）实际在用固定资产总额与所有固定资产总额的比例，用以反映和考核部门（单位）固定资产使用效率程度。	固定资产利用率=（实际在用固定资产总额/所有固定资产总额）×100% 1. 固定资产利用率≥90%的，得1分； 2. 90%>固定资产利用率≥75%的，得0.7分； 3. 75%>固定资产利用率≥60%的，得0.4分； 4. 固定资产利用率<60%的，得0分。	1
	人员管理	财政供养人员控制率	1	部门（单位）本年度在编人数（含工勤人员）与核定编制数（含工勤人员）的比率。	财政供养人员控制率=本年度在编人数（含工勤人员）/核定编制数（含工勤人员） 1. 财政供养人员控制率≤100%的，得1分； 2. 财政供养人员控制率>100%的，得0分。	1
		编外人员控制率	1	部门（单位）本年度使用劳务派遣人员数量（含直接聘用的编外人员）与在职人员总数（在编+编外）的比率。	1. 比率<5%的，得1分； 2. 5%≤比率≤10%的，得0.5分； 3. 比率>10%的，得0分。	0
	制度管理	管理制度健全性	3	部门（单位）制定了相应的预算资金、财务管理和预算绩效管理等制度并严格执行，用以反映部门（单位）的管理制度对其完成主要职责和促进事业发展的保障情况。	1. 部门制定了财政资金管理、财务管理、内部控制等制度（0.5分）； 2. 上述财政资金管理、财务管理、内部控制等制度得到有效执行（1.5分）； 3. 部门按照预算和绩效管理一体化的要求制定本部门全面实施预算绩效管理的制度或工作方案，组织指导本级及下属单位开展事前评估、绩效目标编报、绩效监控、绩效评价和评价结果应用等工作（1分）。	3
部门绩效 （60分）	经济性	公用经费控制率	6	部门（单位）本年度实际支出的公用经费总额与预算安排的公用经费总额的比率，用以反映和考核部门（单位）对机构运转成本的实际控制程度。	1. “三公”经费控制率=“三公”经费实际支出数/“三公”经费预算安排数×100% （1）“三公”经费控制率<90%的，得3分； （2）90%≤“三公”经费控制率≤100%的，得2分； （3）“三公”经费控制率>100%的，得0分。 2. 日常公用经费控制率=日常公用经费决算数/日常公用经费	6

评价指标				指标说明	评分标准	分数
一级指标	二级指标	三级指标	分值			
					调整预算数×100% (1) 日常公用经费控制率<90%的, 得3分; (2) 90%≤日常公用经费控制率≤100%的, 得2分; (3) 日常公用经费控制率>100%的, 得0分。	
	效率性	预算执行率	6	部门(单位)部门预算实际支付进度和既定支付进度的匹配情况, 反映和考核部门(单位)预算执行的及时性和均衡性。	1. 一季度预算执行率得分=(一季度部门预算支出进度/序时进度25%)×1分 2. 二季度预算执行率得分=(二季度部门预算支出进度/序时进度50%)×1分 3. 三季度预算执行率得分=(三季度部门预算支出进度/序时进度75%)×1分 4. 四季度预算执行率得分=(四季度部门预算支出进度/序时进度100%)×1分 5. 全年平均支出进度得分=全年平均执行率×2分 其中: 全年平均执行率=Σ(每个季度的执行率)÷4 季度支出进度=季度末月份累计支出进度(即3、6、9、12月月末支出进度)	5.99
		重点工作完成情况	8	部门(单位)完成党委、政府、人大和上级部门下达或交办的重要事项或工作的完成情况, 反映部门对重点工作的办理落实程度。	重点工作是指中央和省相关部门、市委、市政府、市人大交办或下达的工作任务。全部按期保质保量完成得8分; 一项重点工作没有完成扣4分, 扣完为止。 注: 重点工作完成情况可以参考市委市政府督查部门或其他权威部门的统计数据(如有)。	8
		项目完成及时性	6	部门(单位)项目完成情况与预期时间对比的情况。	1. 所有部门预算安排的项目均按计划时间完成(6分); 2. 部分项目未按计划时间完成的, 本指标得分=已完成项目数/计划完成项目总数×6分。	6

评价指标				指标说明	评分标准	分数
一级指标	二级指标	三级指标	分值			
	效果性	社会效益、经济效益、生态效益及可持续影响等	25	部门（单位）履行职责、完成各项重大政策和项目的效果,以及对经济发展、社会发展、生态环境所带来的直接或间接影响。	<p>根据部门（单位）职责，结合部门整体支出绩效目标，合理设置个性化绩效指标，通过绩效指标完成情况与目标值对比分析进行评分，未实现绩效目标的酌情扣分。</p> <p>根据部门（部门）履职内容和性质，从社会效益、经济效益、生态效益、可持续影响等方面，至少选择三个方面对工作实效和效益进行评价。</p>	24
	公平性	群众信访办理情况	3	部门（单位）对群众信访意见的完成情况及及时性，反映部门（单位）对服务群众的重视程度。	<p>1. 建立了便利的群众意见反映渠道和群众意见办理回复机制（1分）；</p> <p>2. 当年度群众信访办理回复率达100%（1分）；</p> <p>3. 当年度群众信访及时办理回复率达100%，未发生超期（1分）。</p>	2.5
		公众或服务对象满意度	6	反映社会公众或部门（单位）的服务对象对部门履职效果的满意度。	<p>社会公众或服务对象是指部门（单位）履行职责而影响到的部门、群体或个人，一般采用社会调查的方式。如难以单独开展满意度调查的，可参考市统计部门的数据、年度市直民主评议政风行风评价结果等数据，或者参考群众信访反馈的普遍性问题、本部门或权威第三方机构的开展满意度调查等进行分档计分。</p> <p>1. 满意度\geq95%的，得6分；</p> <p>2. $90\% \leq$满意度$<95\%$的，得4分；</p> <p>3. $80\% \leq$满意度$<90\%$的，得2分；</p> <p>4. 满意度$<80\%$的，得1分。</p>	4
综合评分					93.49	
评分等级					优	

附件（二）

项目支出绩效自评表

项目名称	消费投诉热线			项目金额	2000000			
主管部门	深圳市市场监督管理局			实施单位	深圳市消费者委员会秘书处			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	500000.00	500000.00	477397.60	10	0.95	9.50	
	其中：当年财政拨款	500000.00	500000.00	477397.60	—	0.95	—	
	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				
	通过接听消费者来电、解答消费者咨询、引导消费者投诉等，提供稳定可靠服务，指引消费者通过更加便捷的方式进行维权。接听消费者投诉咨询电话60000个。			本年度共接听消费者来电85072通，并按照相关要求接听和处理投诉咨询，公众对该项目实施均比较满意，并为消费者提供重要消费信息和咨询服务。				
年度绩效指标	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	接听消费者投诉咨询电话	60000个	85072个	20.0	20.0	需要提高目标准确性
		质量指标	接听消费者投诉咨询电话达标率	100%	100%	10.0	10.0	
		时效指标	项目及时性	2020年12月31日前	2020年12月31日前	10.0	10.0	
		成本指标	项目支出金额	≤500000元	477397.6元	10.0	10.0	
	效益指标	经济效益指标	无	无	无	0.0	0.0	未进行满意度调查，但有效提升了消费者满意度，说明公众对该服务比较满意，酌情扣分。改进措施：后续增加满意度选项，更明确消费者对该项目实施的满意度。
		社会效益指标	提供的消费信息和咨询服务对消费者的参考程度	重要	重要	20.0	20.0	
		生态效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
满意度指标		公众服务满意度	比较满意	比较满意	20.0	18.0		
总分					100	97.5	—	

项目支出绩效自评表

项目名称	“315消费通”消费维权与消费信用公共服务平台运维费			项目金额	970200			
主管部门	深圳市市场监督管理局			实施单位	深圳市消费者委员会秘书处			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	252000.00	252000.00	249400.00	10	0.99	9.90	
	其中：当年财政拨款	252000.00	252000.00	249400.00	—	0.99	—	
	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				
	通过实施本项目，完成以下产出目标和效果目标。1.产出目标：完成不少于10次的“315消费通”数据维护、安全维护、服务器维护、系统性能调试、结构设计优化；完善调解员处理情况统计、部门处理情况统计、工作量统计模块不少于5个；完成消费评价指数、消费投诉公示、主体实名认证、商事主体注册信息调用等模块完善不少于5个；完成微信公众号功能修改不少于3处。2.效果目标：“315消费通”使用满足多用户需要。			1.产出目标：项目共完成“315消费通”数据维护、安全维护、服务器维护、系统性能调试、结构设计优化，完善调解员处理情况统计、部门处理情况统计、工作量统计模块7个；完成消费评价指数、消费投诉公示、主体实名认证、商事主体注册信息调用等模块完善5个；完成微信公众号功能修改3处。2.效果目标：“315消费通”2020年共服务市区消委会工作人员：697人，接受消费者投诉197788宗，满足多用户需要。				
年度绩效指标	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	微信公众号修改	3处	3处	4.0	4.0	
			完成消费评价指数、消费投诉公示、主体实名认证、商事主体注册信息调用等模块	5个	5个	6.0	6.0	
			完善调解员处理情况统计、部门处理情况统计、工作量统计模块	5个	7个	5.0	5.0	
			“315消费通”数据维护、安全维护、服务器维护、系统性能调试	10次	12次	5.0	5.0	产生的被诉企业数量比项目预期大，相关数据维护量较多，实际完成值比年度指标值多，总体在偏离值内。以后项目估算时需提升估算准确性。
		质量指标	“315消费通”数据维护、安全维护、服务器维护、系统性能调试	100%	100%	5.0	5.0	
			微信公众号修改合格率	100%	100%	4.0	4.0	
			完善调解员处理情况统计、部门处理情况统计、工作量统计模块合格	100%	100%	5.0	5.0	
	消费评价指数、消费投诉公示、主体实名认证、商事主体注册信息调用等模块验收合格率		100%	100%	6.0	6.0		
	时效指标	项目及时性	2020年12月31日前	2020年12月31日前	5.0	5.0		
	成本指标	项目支出金额	≤252000元	249400元	5.0	5.0		
	效益指标	经济效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
		社会效益指标	“315消费通”系统对消费维权业务工作的促进作用	重要	重要	20.0	20.0	
		生态效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
		满意度指标	“315消费通”使用情况	满足多用户需要	满足	20.0	17.0	未进行满意度调查，但未接到项目服务对象相关投诉，进行酌情扣分。改进措施：后续增加相关满意度调查，更科学地反映满意度指标。
总分					100	96.9	—	

项目支出绩效自评表

项目名称	落实《深圳经济特区食品安全监督条例》项目			项目金额	801000			
主管部门	深圳市市场监督管理局			实施单位	深圳市消费者委员会秘书处			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	267000.00	267000.00	265850.00	10	1.00	10.00	
	其中：当年财政拨款	267000.00	267000.00	265850.00	—	1.00	—	
	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				
	项目覆盖全市消费领域经营主体销售商品及提供服务所涉及的消费者，在2020年1月1日至2020年12月31日期间，完成以下绩效目标：1.食品安全社会监督300宗。			在2020年1月1日至2020年12月31日期间，完成以下绩效目标：1.食品安全社会监督500宗。食品类公益诉讼调研数量1个，食品投诉处理成功率达到70.26%。				
年度绩效指标	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	食品投诉处理	250宗	500宗	10.0	10.0	需要提高目标准确性
			食品类公益诉讼调研数量	1个	1个	10.0	10.0	
		质量指标	食品投诉处理成功率	≥65%	70.26%	10.0	10.0	
			公益诉讼诉调研验收合格率	100%	100%	10.0	10.0	
			时效指标	项目及时性	2020年12月31日前	2020年12月31日前	5.0	5.0
	成本指标	项目支出金额	≤267000元	265850元	5.0	5.0		
	效益指标	经济效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
		社会效益指标	工作完成率	100%	100%	20.0	18.0	工作完成率不作为社会效益指标，酌情扣分。改进措施：设置更科学的社会效益指标进行评价。
		生态效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
满意度指标		公众服务满意度	80%	90%	20.0	15.0	没有进行满意度调查，扣5分，但食品投诉处理获得好评。改进措施：后续增加项目的满意度调查，更为科学地反映项目实施的受益对象满意度情况。	
总分					100	93	—	

项目支出绩效自评表

项目名称	(新增) 食品安全战略工程-深港及中外食品品质比较试验项目			项目金额	500000			
主管部门	深圳市市场监督管理局			实施单位	深圳市消费者委员会秘书处			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	500000.00	500000.00	493088.00	10	0.99	9.90	
	其中: 当年财政拨款	500000.00	500000.00	493088.00	—	0.99	—	
	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				
	通过实施本项目, 完成以下产出和效果目标: 1. 产出目标: 开展深港及中外食品品质比较试验项目2个。			2020年已开展深港及中外食品品质比较试验项目2个, 分别是薯片和水果麦片。并有超过46家媒体对该结果进行报道, 获得良好的效益。将薯片舆情情况上报国家局, 并发布薯片声明, 建议企业提高生产工艺, 引导消费者理性科学消费。				
年度绩效指标	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	开展深港及中外食品品质比较试验	2个	2个	15.0	15.0	
		质量指标	宣传报道该比较试验结果的媒体数量	≥10家	约46家	15.0	15.0	项目完成效果超出预期, 报道水果麦片报告的媒体数量超过14家, 报道薯片试验报告的媒体数量超过32家
		时效指标	单位服务保障时间	2020年12月31日前	2020年12月31日前	15.0	15.0	
		成本指标	项目支出金额	≤500000元	493088元	5.0	5.0	
	效益指标	经济效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
		社会效益指标	更好地为消费者提供理性科学消费指引等工作	提供消费指引, 促进消费回流	提供消费指引, 促进消费回流	20.0	20.0	
		生态效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
		满意度指标	社会服务满意度	比较满意	比较满意	20.0	18.0	未进行公众满意度调查, 但从媒体报道表扬可知社会公众满意度较高。改进措施: 后续增加满意度调查, 更科学地反映项目实施的受益对象满意度情况。
	总分					100	97.9	—

项目支出绩效自评表

项目名称	综合服务管理			项目金额	2280965			
主管部门	深圳市市场监督管理局			实施单位	深圳市消费者委员会秘书处			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	671000.00	671000.00	642767.00	10	0.96	9.60	
	其中：当年财政拨款	671000.00	671000.00	642767.00	—	0.96	—	
	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				
	通过实施本项目，完成以下产出目标和效果目标。1.产出目标：单位服务保障的次数≥1次/天，单位服务保障的人员覆盖率100%，单位服务保障程度100%，单位服务保障完成于2020年12月31日前。2.效果目标：更好的服务广大职工干部、对综合内务进行管理、开展党务工作，提升内务管理水平，进而提升机构服务公众的水平；单位服务满意度达到比较满意。			1.产出目标：单位服务保障的次数为1次/天，单位服务保障的人员覆盖率100%，单位服务保障程度100%，单位服务保障完成于2020年12月31日前。2.效果目标：更好的服务广大职工干部、对综合内务进行管理、开展党务工作，提升内务管理水平，进而提升机构服务公众的水平；单位服务满意度达到比较满意。				
年度绩效指标	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	单位服务保障的次数	≥1次/天	1次/天	10.0	10.0	
		质量指标	单位服务保障程度	100%	100%	10.0	10.0	
			单位服务保障的人员覆盖率	100%	100%	10.0	10.0	
		时效指标	单位服务保障时间	2020年12月31日前	2020年12月31日前	10.0	10.0	
	成本指标	项目支出金额	≤67100	642767元	10.0	10.0		
	效益指标	经济效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
		社会效益指标	更好的服务广大职工干部、对综合内务进行管理、开展党务工作	提升内务管理水平，	提高内务管理水平	20.0	20.0	
		生态效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
		满意度指标	单位服务满意度	比较满意	比较满意	20.0	18.0	单位无投诉发生，对该项目实施情况满意，但未针对性开展满意度问卷调查，酌情扣2分。改进措施：后续增加服务收益对象满意度调查，更为科学地反映项目的受益对象满意度。
总分					100	97.6	—	

项目支出绩效自评表

项目名称	待支付以前年度政府采购项目（消费维权及消费引导项目）			项目金额	15000			
主管部门	深圳市市场监督管理局			实施单位	深圳市消费者委员会秘书处			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	15000.00	15000.00	14950.00	10	1.00	10.00	
	其中：当年财政拨款	15000.00	15000.00	14950.00	—	1.00	—	
	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				
	本项目为消费者提供消费信息服务，为更好的为消费者提供全新的网站、微博、微信服务平台和宣传阵地，创新传播方式，更新微信信息数量35次以上。			统计的时间周期为2019年11月至2020年4月。信息更新量为49次，达到要求的35次以上。各媒体（含新媒体）报道及转发的消费者阅读次数达到40145次，清博指数达到438.35。				
年度绩效指标	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	为更好的为消费者提供全新的网站、微博、微信服务平台和宣传阵地	35次	49次	15.0	15.0	原创业务工作发稿量
		质量指标	项目验收合格率	≥95%	100%	15.0	15.0	
		时效指标	工作完成时间	2020年6月30日前完成	2020年4月30日	10.0	10.0	
		成本指标	项目支出金额	≤15000元	14950元	10.0	10.0	
	效益指标	经济效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
		社会效益指标	各媒体（含新媒体）报道及转发的消费者阅读次数	≥3.5万次	40145次	20.0	20.0	项目完成效果超出预期，媒体报道和转发次数均超出预期。
		生态效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
满意度指标		清博指数	≥300	438.35	20.0	18.0	清博指数不适合作为满意度指标，酌情扣分。改进措施：后续增加满意度调查，更为科学地反映项目实施受益对象的满意度情况。	
总分					100	98	—	

项目支出绩效自评表

项目名称	消费维权及消费引导项目				项目金额		22832850	
主管部门	深圳市市场监督管理局				实施单位		深圳市消费者委员会秘书处	
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	5580000.00	5527842.00	5514442.00	10	1.00	10.00	
	其中：当年财政拨款	5580000.00	5527842.00	5514442.00	—	1.00	—	
	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			
	<p>项目覆盖全市消费领域经营主体销售商品及提供服务所涉及的消费者，在2020年1月1日至2020年12月31日期间，完成以下绩效目标：（1）产出目标：1.1完成投诉辅助调解20000宗、消费者投诉公示及工单数据清洗50000宗、增加消费评价指数企业5000家；2.开展2个领域消费投诉重点问题监督调查、3个领域消费评价二维码推广应用、1个服务行业NPS调查、招募1000名315志愿者、培育200名315调解员、组织22场315志愿者消费知识宣传；3.完成6次以上消费教育进校园、社区、企业活动；共享并翻译ICRT比较试验报告3个；出具商品比较试验服务报告60份以上。</p>				<p>已共享并翻译ICRT比较试验报告2个，已出具商品比较试验服务报告81份。完成投诉辅助调解20219宗、消费者投诉公示及工单数据清洗55760宗、增加消费评价指数企业5015家，完成6次以上消费教育进校园、社区、企业活动，更新微信信息共283次。各项工作均完成达标，总体投诉处理成功率获得提升，公众对该项目实施有好评。</p>			
年度绩效指标	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	消费者投诉公示及工单数据清洗	≥50000宗	55760宗	5.0	5.0	
			投诉辅助调解	≥20000宗	20219宗	4.0	4.0	
			监督调查消费投诉重点问题	2个领域	2个领域	3.0	3.0	
			消费评价指数推广应用	3个领域	4个领域1个行业	4.0	4.0	
			举办消费教育进校园、进社区、进企业活动	≥6次	6次	4.0	4.0	
			开展商品比较试验	6个	6个	3.0	3.0	
			共享并翻译ICRT比较试验报告	2个	2个	3.0	3.0	
			更新微信信息	≥100次	283次	4.0	4.0	2020年对新闻部提出了：“提升消委会自媒体的声量与影响力”的要求，因此发稿数量增多”
			315志愿者志愿服务及消费监督与消费投诉辅助服务	60场	61场	4.0	4.0	
			服务行业NPS调查	1个行业	1个行业	3.0	3.0	
	增加消费评价指数企业	≥5000家	5015家	3.0	3.0			
	质量指标	投诉辅助调解达标率	100%	100%	2.0	2.0		
		增加消费评价指数企业达标率	100%	100%	2.0	2.0		
		消费者投诉公示及工单数据清洗达标率	100%	100%	2.0	2.0		
	时效指标	项目及时性	2020年12月31日前	2020年12月31日前	2.0	2.0		
	成本指标	项目支出金额	≤5580000元	5514442元	2.0	2.0		
	效益指标	经济效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
社会效益指标		提升总体投诉处理成功率	>3%	5.15%	20.0	20.0		
生态效益指标		无	无	无	0.0	0.0		
满意度指标		公众服务满意度	比较满意	比较满意	20.0	18.0	未进行满意度调查，用公众对项目的好评体现满意度情况。改进措施：后续进行满意度调查，更科学地反映项目实施的满意度情况。	
总分						100	98	—

项目支出绩效自评表

项目名称	消费维权保障项目				项目金额	15234340		
主管部门	深圳市市场监督管理局				实施单位	深圳市消费者委员会秘书处		
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	4182355.00	3981155.00	3953477.19	10	0.99	9.90	
	其中：当年财政拨款	4182355.00	3981155.00	3953477.19	—	0.99	—	
	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	—	
预期目标				实际完成情况				
年度总体目标	推进消费投诉社会化共治工作，加强重点消费投诉公示力度，拓展重点消费投诉公示覆盖面，提升消费者满意度；加强消费者权益保障工作，为消费者提供消费指引，实现品质消费；加强消费者权益保障工作。1.1.专业顾问参与消费投诉调解和消费维权评议80人次，通过网络媒体建立消费投诉公式专栏1个；2.完成宣传册5000册编印工作，向学校、社区派发宣传册，在学校、社区宣传栏张贴宣传海报，确保消费教育常态化；委托报社、电视媒体进行3.15及全年宣传工作报道，工作完成率指标达到100%目标值；3.6类商品比较试验的商品检测报告累计100份以上；比较试验媒体报道及转发阅读量10万人次以上；4.开展2个消费领域投诉重点问题监督检查；2020年开展法律监督4个项目，包括格式条款点评、回头看、不公平不合理现象点评、支持起诉等，工作完成率指标达到100%目标值。				1.专业顾问参与消费投诉调解和消费维权评议61人次，受疫情影响，专家参与现场调解和评议次数减少； 2.通过网络媒体建立消费投诉公式专栏1个； 3.创建放心消费承诺单位和线下无理由退货店共2209家。2020年我会的线下无理由退货活动、家用美容仪比较试验、中外薯片比较试验、微众银行租金贷解决方案等多项工作成为社会热点，因此相关新闻报道量、阅读量都高于目标数值。 4.完成3.15及全年宣传工作报道132篇； 5.开展法律监督项目7个。 上述项目均在2020年12月31日前完成，媒体报道及转发情况较好，消费者阅读次数达到322754次，并为收到群众对工作人员的有效投诉。			
年度绩效指标	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	专业顾问参与消费投诉调解和消费维权评议	≥80人次	61人次	2.0	1.52	受疫情影响，专家参与现场调解和评议次数减少。改进措施：将重视该项的费用执行。
			开展法律监督	4个项目	7个项目	10.0	10.0	
			完成3.15及全年宣传工作报道	≥100篇	132篇	8.0	8.0	2020年我会的线下无理由退货活动、家用美容仪比较试验、中外薯片比较试验、微众银行租金贷解决方案等多项工作成为社会热点，因此报道的媒体变多，且购买了清博舆情服务，报道搜集更全面
			创建放心消费承诺单位和线下无理由退货店	1500家	2209家	8.0	8.0	需要提高目标准确性
		制作消费投诉公式专栏	1个	1个	5.0	5.0		
		质量指标	通过网络媒体建立消费投诉公式专栏达标率	=100%	100%	5.0	5.0	
	专业顾问参与消费投诉调解和消费维权评议达标率		=100%	76.25%	2.0	1.53	受疫情影响，专家参与现场调解和评议次数减少。改进措施：将重视该项的费用执行。	
	时效指标	项目及时性	2020年12月31日前	2020年12月31日前	5.0	5.0		
	成本指标	项目支出金额	≤4182355元	3953477.19元	5.0	5.0		
	效益指标	经济效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
		社会效益指标	媒体报道及转发情况：消费者阅读次数	>10万	322754次	25.0	25.0	2020年我会的线下无理由退货活动、家用美容仪比较试验、中外薯片比较试验、微众银行租金贷解决方案等多项工作成为社会热点，全国媒体都有报道，导致相关报道的阅读量远超目标
		生态效益指标	无	无	无	0.0	0.0	
		满意度指标	收到群众对工作人员的有效投诉次数	≤10次	0次	15.0	13.0	未收到群众对工作人员相关投诉信息。改进措施：增加满意度调查，更为科学地反映项目实施受益对象满意度情况。
	总分						100	97