单位整体支出绩效目标申报表

（2023年度）

单位名称	上海市闵行区消费者权益保护委员会秘书处
财政拨款方式	全额
单位职责	依照《中华人民共和国消费者权益保护法》和《上海市消费者权益保护条例》，依法履行保护消费者权益的有关公益性职责。主要职责包括：（一）宣传消费者权益保护相关的法律、法规、规章和政策，开展消费知识教育，发布消费提示警示，向消费者提供消费信息和咨询服务，引导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式；（二）参与制定有关消费者权益的地方性法规、政府规章、政策和地方标准；（三）对商品和服务的质量、价格、售后服务以及消费者的意见进行调查，对商品和服务进行比较试验，并公布结果，指导消费者合理选择商品和服务，参与有关行政管理部门对商品和服务的监督、检查；（四）就有关消费者权益的问题，向各级人民政府、有关行政管理部门、经营者、行业组织反映、查询，提出建议；（五）受理消费者的投诉，对投诉事项进行调查、调解，或者提出意见书并转送有关部门和单位处理，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机构鉴定；（六）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、申请仲裁；（七）就损害消费者合法权益的行为，对经营者和行业组织进行提醒、约谈，通过大众传播媒介予以揭露、批评、劝谕；（八）组织由消费者、经营者、行业组织、专业机构、相关部门等多方参加的协调会，研究解决涉及消费者合法权益的突发情况；（九）参与关系消费者切身利益的公用事业、公益性服务、自然垄断经营的商品价格听证会，并发表独立意见；（十）加强消费维权交流与合作，推动跨境消费争议解决；（十一）法律、法规规定的其他事项。各级人民政府应当对消保委依法履行职责予以指导、支持和帮助，并给予必要的经费保障。
年度履职目标	巩固和创新消费宣传教育工作。围绕中消协年主题，组织整合社会资源，开展3·15期间的消费者权益保护系列活动；开展消费知识和法律法规的宣传。提升消费者投诉处理效能。提高应对群体性、突 发性和疑难投诉的能力和水平。进一步完善投诉处理流程和制度，规范窗口服务工作，提高服务质量和服务水平；强化社会监督职能。抓住社会热点问题以及投诉中集中反映的问题，选择与消费者生活密切相关的商品和服务，开展综合性购物场所、商品生产企业、社会服务业等方面的商品比较试验和消费体验体察。

年度重点任务

任务名称	主要内容 （重点工作计划）
加强队伍建设，提高人员综合素质	建立和完善秘书处的各项规章制度；开展全员学习培训，特别注重开展理论知识、业务知识和法律法规的学习培训。
整合各方资源，形成维权合力	充分发挥委员、委员单位、行业协会、专家和媒体的作用，实现信息对接，资源共享，对各类疑难、典型、专业性较强的消费纠纷加强研究和分析，有效地提高消费者权益保护工作的水平，提升消保委的社会公信力。
强化社会监督职能	开展商品和服务的比较试验和消费体验。抓住社会热点问题以及投诉中集中反映的问题，选择与消费者生活密切相关的商品和服务，开展各类比较试验；开展综合性购物场所、商品生产企业、社会服务业等方面的消费体验等。
加强企业自律	通过法律法规培训、定期走访，强化对企业的维权指导。依托投诉联网机制，进一步扩大联网单位范围，建立企业和解在先的投诉处理机制。
提升消费者投诉处理效能	进一步完善投诉处理流程和制度，规范窗口服务工作，提高服务质量和服务水平；对突发消费纠纷企业执行“约谈制度”，进一步建全“热点”投诉快速处理机制；提高应对群体性、突发性和疑难投诉的能力和水平。推进诉调对接工作，理顺简易调解、人民调解及诉调对接工作之间的关系。
充分发挥新闻媒体的舆论监督作用	通过网站、报刊、电视台、新媒体、公共大屏幕开展宣传教育工作；以社区学校、邻里中心、村居委为依托，开展消费维权讲座。
巩固和创新消费宣传教育工作	围绕中消协年主题，组织整合社会资源，开展3·15期间的消费者权益保护系列活动；开展消费教育进家庭、进企业、进社区等活动，开展消费知识和法律法规的宣传。

预算情况

内容	预算情况
部门整体预算总额（元）	5,748,880.88
1、资金来源：（1）财政拨款	5,748,880.88
（2）其他资金	0.00
2、资金结构：（1）基本支出	4,853,439.49
（2）项目支出	895,441.39

年末在职人数	内设机构数
14	3

分解目标

一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入管理指标	预算编审管理	根据沪财绩【2022】13号文的规定要求设置三级指标和指标值	
	预算执行管理		
	预算绩效管理		
	资产管理		
	预算透明度		
	内部控制管理		
	预算信息化		
产出指标	数量指标	开展消费体察体验活动	≥1(次)
		制定或完善内部规范性规章制度	≥1(条)
		召开全体委员会或常委会会议	=1(次)
		开展315宣传咨询系列活动	=1(次)
		消费投诉处理完成数量	≥8000(件)
		消费教育进社区	≥2(场)
		开展消费调查	≥1(次)
		新闻媒体与舆论宣传典型案例	≥5(件)
		联网单位投诉督办完成数量	≥2500(件)
	质量指标	全委会决议合规性	符合章程规定
		消费体察活动消费者参与人次	≥30(人次)
		规范性规章制度合规性	合法合规
		消费投诉处理流程合规性	符合投诉处理导则规定
		315活动参与人次	≥2000(人次)
		新闻媒体舆论宣传真实准确性	真实准确
		消费课堂进社区参与人次	≥200(人次)
	时效指标	消费投诉处理完成及时性	符合投诉处理导则规定
		规范性规章制度修订完成及时性	≤7(工作日)
		召开全体委员会或常委会及时性	符合章程规定
		消费体察体验活动及时性	上半年
		联网单位投诉处理及时性	≤15(天)
		新闻媒体舆论宣传及时性	及时
		消费课堂进社区及时性	上下半年各一次
		315宣传系列活动及时性	=3(月份)
效益指标	社会效益指标	投诉处理挽回消费者经济损失	≥5000(万元)
		消费教育收益人数	≥2000(人)
		有责投诉发生数	=0.00(起)
		投诉处理年度结案率	≥90(%)
		消费者锦旗或表扬数	≥3(次)
		自建消费教育平台浏览量	≥10000(人次/年)
		消费者维权知识掌握程度测评	≥90(%)
		消费者维权意识测评	≥90(%)
满意度指标	服务对象满意度指标	宣传教育受众满意度	≥80(%)
		企业满意度	≥80(%)
		投诉人满意度	≥80(%)