

河源市市场监督管理局关于食品监管补助 资金区域绩效目标的自评报告

根据《广东省市场监督管理局办公室转发市场监管总局关于做好保健食品“五进”专项科普宣传活动有关事宜的通知》等文件要求，我市认真做好“五进”专项资金的分配、科普宣传等工作，现将完成情况自评如下：

一、绩效目标分解下达情况

（一）省内分解下达预算和绩效目标情况

我局于2019年7月收到《广东省市场监督管理局办公室转发市场监管总局关于做好保健食品“五进”专项科普宣传活动有关事宜的通知》（粤市监办发〔2019〕803号）和省财政厅《关于提前下达2019年中央食品监管补助资金的通知》（粤市监办发〔2019〕440号），要求我市通过保健食品专项科普宣传活动进社区、进乡村、进网络、进校园、进商超、重点覆盖辖区内老年人群集中的活动场所、大型社区、社会群体（重点为老年人群）对保健食品常识的认知水平明显提高，防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力有效提升；我市保健食品“五进”专项科普宣传活动项目资金为10万元。

二、绩效目标分解下达情况

（一）资金投入情况分析

1. 资金到位情况。 我市“五进”宣传工作目标已全部按期完成,但是资金尚未支出,主要原因是:我局已于2019年8月份向市财政局报送中央食品补助资金分配方案,因市级预算编制执行监督管理改革,导致审批时间过长,市财政于2019年12月13日批复,资金于12月25日才下达。

2. 资金执行情况。宣传经费一共10万元,一是将资金下达至6个县区市场监督管理局,每个县区局各1万元用于开展宣传活动。二是市局在河源电视台投放保健食品公益广告3万元,印制一批宣传材料1万元。

3. 资金管理情况。办公室指定了该项目经费管理办法,项目经费严格按照单位的财务制度和预算支出范围内使用,按照项目计划安排和实际工作情况开支,做到了专款专用,经费均按照有关文件、通知精神执行,资金主要用于“五进”宣传工作上。

（二）绩效目标完成情况分析

1. 产出指标完成情况分析。

（1）数量指标和质量指标。全市市场监督管理部门组织开展了形式多样的保健食品“进社区、进乡村、进网络、进校园、进商超”（简称“五进”）科普宣传活动,共进社

区和乡村 86 个，进网络 12 个，进校园 50 个，进商超 459 个，累计现场宣传活动开展 183 场次，活动覆盖达 24000 多人次，累计发放宣传资料 34641 份，“食安赛场”小程序应用达 6863 人次。二是以“质量月”“食品安全宣传周”为契机，深入开展质量提升行动，普及质量管理知识，加大保健食品消费宣传，切实提高消费者识骗、防骗能力。“质量月”“食品安全宣传周”全市共派发保健食品宣传近 14000 多份，接受现场咨询 8000 多人次。

2. 效益指标完成情况分析。

(1) 社会效益及可持续影响。活动开展以来，极大提高我市社会群体特别是老年人群对保健食品常识的认知水平，提升了对防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力，扩大了我市食品安全受益人群数量，进一步净化了保健食品安全市场环境，对我市保健食品安全整体水平的提高有积极影响。

3. 满意度指标完成情况分析。

活动开展以来，通过悬挂横幅，挂展板，发放保健食品知识科普宣传手册和宣传单，向群众现场讲解“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病。”和保健食品消费骗术等内容，介绍如何辨认保健食品、什么样的保健食品适合自己、并教导群众如何防范非法营销组织诱骗老人的常见套路，促进学生从小了解营养保健知识，了解保健食品，树立正确理念和养成良好习惯，强化群众防范意识和自我保护能力，引导公众树立科学理性的保健食品消费观念，提高了我市近

300 万居民的满意度。

三、偏离绩效目标的原因和下一步改进措施
无。

四、绩效自评结果拟应用和公开情况

在此次评价中，我市“五进”宣传绩效自我评价情况较好，资金使用和效果达到了预期的数量、质量和社会效益。下一步将根据要求进行公开。