附件2

项目支出绩效自评表

（2022年度）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 绿色有机地理标志农产品 | | | | | | | | | | | |
| 主管部门 | | 北京市农业农村局 | | | | | 实施单位 | | 北京市农产品质量  安全中心 | | | | |
| 项目负责人 | | 王振雨 | | | | | 联系电话 | | 15801068074 | | | | |
| 项目资金 （万元） | |  | | 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 | | 258 | 223.9 | | 223.825 | | 10 | | 99.97 | | 10 |
| 其中：当年财政  拨款 | | 258 | 223.9 | | 223.825 | | — | |  | | — |
| 上年结转资金 | |  |  | |  | | — | |  | | — |
| 其他资金 | |  |  | |  | | — | |  | | — |
| 年度总体目标 | 预期目标 | | | | | | 实际完成情况 | | | | | | |
| 开展绿色食品认证与监管、地理标志农产品登记与管理、地理标志农产品保护与提升、绿色有机地标品牌培育与宣传等相关工作，促进全市绿色有机地标综合生产能力明显增强，生产标准化、产品特色化、身份标识化、全程数字化水平有效推进，产品知名度、美誉度和市场占有率显著提高，带动农户收入持续增长，乡村特色产业发展取得显著成效。 | | | | | | 通过开展绿色食品认证与监管、地理标志农产品登记与管理、地理标志农产品保护与提升、绿色有机地标品牌培育与宣传等工作，明显增强了全市绿色有机地标综合生产能力，有效推进了生产标准化、产品特色化、身份标识化、全程数字化水平，产品知名度、美誉度和市场占有率显著提高，带动农户收入持续增长，乡村特色产业发展取得显著成效。 | | | | | | |
| 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 | 指标1：“优农管家“微信小程序监管应用覆盖的地标产品数 | | | 14个 | 14个 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标2：制作并上线绿色食品宣贯推广片 | | | 2集 | 5集 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标3：开展大型主题推广活动 | | | 4次 | 4次 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标4：完成三品统计年报 | | | 1套 | 1套 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标5：开展《全国地域特色农产品普查备案名录》外农产品资源情况评价 | | | 1次 | 1次 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标6：组织全市农产品地理标志运行情况评价 | | | 1次 | 1次 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标7：特色品质指标跟踪监测覆盖的地标产品数 | | | 14个 | 14个 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标8：参加全国性展会 | | | 2次 | 0次 | 2 | | 2 | | 有机食品博览会无北京展位  农业农村部未统一组织农交会地标专展 | |
| 指标9：开展线下体验活动次数 | | | 2次 | 2次 | 2 | | 2 | |  | |
| 质量指标 | 指标1：绿色食品宣贯推广片制作与上线效果 | | | 优良中低差 | 效果  良好 | 4 | | 4 | |  | |
| 指标2：二十四节气科普专题节目制作与发布效果 | | | 优良中低差 | 效果  良好 | 4 | | 4 | |  | |
| 指标3：大型主题推广活动效果 | | | 优良中低差 | 效果  良好 | 4 | | 4 | |  | |
| 时效指标 | 指标1：工作完成时间 | | | ≤12月 | 12月前 | 5 | | 5 | |  | |
| 指标2：工作方案制定完成的时间 | | | ≤4月 | 4月前 | 5 | | 5 | |  | |
| 成本指标 | 指标1：总成本控制数 | | | ≤258  万元 | 223.825万元 | 10 | | 10 | |  | |
| 效益  指标 | 社会效益  指标 | 指标1：北京电视台新闻频道投放收视率 | | | 0.2% | 1% | 10 | | 10 | |  | |
| 指标2：对我市绿色有机地标可持续发展的影响 | | | 优良中低差 | 有效推动我市绿色有机地标可持续发展 | 10 | | 10 | |  | |
| 指标3：户外大屏、楼宇电视、公交候车亭、地铁灯箱日均触及人次 | | | ≥1480万人次/天 | 570万人次/天，累计1.5亿人次 | 10 | | 7 | | 由于新冠疫情原因，特别是第四次主题推广活动投放正好赶上11月-12月新冠疫情，居家办公人员较多，导致日均触及人次减少。 | |
| 满意度  指标 | 服务对象满意度标 | 指标1：消费者（企业）满意度 | | | ≥90% | 90% | 10 | | 10 | |  | |
| 总分 | | | | | | | | 100 | | 97 | |  | |

填报注意事项：

1.得分一档最高不能超过该指标分值上限。

2.定量指标若为正向指标，则得分计算方法应用全年实际值（B）/年度指标值（A）\*该指标分值；若定量指标为反向指标，则得分计算方法应用年度指标值（A）/全年实际值（B）\*该指标分值。若年初指标值设定偏低，则得分计算方法应用（全年实际值（B）—年度指标值（A））/年度指标值（A）\*100%。若计算结果在200%-300%（含200%）区间，则按照该指标分值的10%扣分；计算结果在300%-500%（含300%）区间，则按照该指标分值的20%扣分；计算结果高于500%（含500%），则按照该指标分值的30%扣分。

3.请在“偏差原因分析及改进措施”中说明偏离目标、不能完成目标的原因及拟采取的措施。

4.90（含）-100分为优、80（含）-90分为良、60（含）-80分为中、60分以下为差。