

附件 1:

2019 年中央食品监管补助资金分配情况表

单位：万元

属 地	合 计	其中：
		全省保健食品“五进” 专项科普宣传活动
全市合计	10	10
市市场监督管理局	2.4	2.4
蓬江区	0.8	0.8
江海区	0.3	0.3
新会区	1.4	1.4
台山市	1.8	1.8
开平市	1.3	1.3
鹤山市	1.1	1.1
恩平市	0.9	0.9

附件2:

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表(市级)

专项名称		食品监管补助资金		
省级主管部门		广东省市场监督管理局		
市级财政部门		江门市财政局	市级主管部门	江门市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度总金额	10		
	其中:中央补助	10		
	地方资金			
总体目标	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。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	现场集中宣传活动场次	≥50场次,其中市级在“五进”活动过程中至少举办2次,县(区)级每季度至少举办1次,基层市场监管所每两月至少举办1次,其中1次集中宣传活动应于2019年食品安全宣传周期间举行。
			印发宣传资料数量	张贴宣传海报≥1000张,派发宣传资料≥10000份。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥10000人次
		时效指标	任务完成时间	2019年12月底
		成本指标	--	--
	效益指标	经济效益指标	--	--
		社会效益指标	社会群体(重点为老年人群)对保健食品常识的认知水平、防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力。	明显提高
		可持续影响指标	保健食品安全市场环境	逐步好转
	满意度指标	服务对象满意度指标	参加保健食品“五进”专项科普宣传活动公众的满意度	逐年提高

附件3:

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表(本级)

专项名称		食品监管补助资金		
省级主管部门		广东省市场监督管理局		
市级财政部门		江门市财政局	市级主管部门	江门市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度总金额	2.4		
	其中:中央补助	2.4		
	地方资金			
总体目标	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。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	现场集中宣传活动场次	≥2场次,市级在“五进”活动过程中至少举办2次。
			印发宣传资料数量	张贴宣传海报≥40张,派发宣传资料≥400份。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥400人次
		时效指标	任务完成时间	2019年12月底
		成本指标	--	--
	效益指标	经济效益指标	--	--
		社会效益指标	社会群体(重点为老年人群)对保健食品常识的认知水平、防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力。	明显提高
		可持续影响指标	保健食品安全市场环境	逐步好转
	满意度指标	服务对象满意度指标	参加保健食品“五进”专项科普宣传活动公众的满意度	逐年提高

附件3:

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表(县级)

专项名称		食品监管补助资金		
省级主管部门		广东省市场监督管理局		
市级财政部门		江门市财政局	市级主管部门	江门市市场监督管理局
县(区)级财政部门		蓬江区财政局	县(区)级主管部门	蓬江区市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度总金额	0.8		
	其中:中央补助	0.8		
	地方资金			
总体目标		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。		
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	现场集中宣传活动场次	≥8场次,县(区)级每季度至少举办1次,基层市场监管所每两月至少举办1次,其中1次集中宣传活动应于2019年食品安全宣传周期间举行。
			印发宣传资料数量	张贴宣传海报≥160张,派发宣传资料≥1600份。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥1600人次
		时效指标	任务完成时间	2019年12月底
		成本指标	--	--
	效益指标	经济效益指标	--	--
		社会效益指标	社会群体(重点为老年人群)对保健食品常识的认知水平、防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力。	明显提高
		可持续影响指标	保健食品安全市场环境	逐步好转
	满意度指标	服务对象满意度指标	参加保健食品“五进”专项科普宣传活动公众的满意度	逐年提高

附件3:

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表(县级)

专项名称		食品监管补助资金		
省级主管部门		广东省市场监督管理局		
市级财政部门		江门市财政局	市级主管部门	江门市市场监督管理局
县(区)级财政部门		江海区财政局	县(区)级主管部门	江海区市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度总金额	0.3		
	其中:中央补助	0.3		
	地方资金			
总体目标	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。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	现场集中宣传活动场次	≥3场次,县(区)级每季度至少举办1次,基层市场监管所每两月至少举办1次,其中1次集中宣传活动应于2019年食品安全宣传周期间举行。
			印发宣传资料数量	张贴宣传海报≥60张,派发宣传资料≥600份。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥600人次
		时效指标	任务完成时间	2019年12月底
		成本指标	--	--
	效益指标	经济效益指标	--	--
		社会效益指标	社会群体(重点为老年人群)对保健食品常识的认知水平、防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力。	明显提高
		可持续影响指标	保健食品安全市场环境	逐步好转
	满意度指标	服务对象满意度指标	参加保健食品“五进”专项科普宣传活动公众的满意度	逐年提高

附件3:

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表(县级)

专项名称		食品监管补助资金		
省级主管部门		广东省市场监督管理局		
市级财政部门		江门市财政局	市级主管部门	江门市市场监督管理局
县(区)级财政部门		新会区财政局	县(区)级主管部门	新会区市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度总金额	1.4		
	其中:中央补助	1.4		
	地方资金			
总体目标		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。		
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	现场集中宣传活动场次	≥14场次,县(区)级每季度至少举办1次,基层市场监管所每两月至少举办1次,其中1次集中宣传活动应于2019年食品安全宣传周期间举行。
			印发宣传资料数量	张贴宣传海报≥160张,派发宣传资料≥1600份。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥1600人次
		时效指标	任务完成时间	2019年12月底
		成本指标	--	--
	效益指标	经济效益指标	--	--
		社会效益指标	社会群体(重点为老年人群)对保健食品常识的认知水平、防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力。	明显提高
		可持续影响指标	保健食品安全市场环境	逐步好转
	满意度指标	服务对象满意度指标	参加保健食品“五进”专项科普宣传活动公众的满意度	逐年提高

附件3:

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表(县级)

专项名称		食品监管补助资金		
省级主管部门		广东省市场监督管理局		
市级财政部门		江门市财政局	市级主管部门	江门市市场监督管理局
县(区)级财政部门		台山市财政局	县(区)级主管部门	台山市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度总金额	1.8		
	其中:中央补助	1.8		
	地方资金			
总体目标		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。		
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	现场集中宣传活动场次	≥18场次,县(区)级每季度至少举办1次,基层市场监管所每两月至少举办1次,其中1次集中宣传活动应于2019年食品安全宣传周期间举行。
			印发宣传资料数量	张贴宣传海报≥160张,派发宣传资料≥1600份。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥1600人次
		时效指标	任务完成时间	2019年12月底
		成本指标	--	--
	效益指标	经济效益指标	--	--
		社会效益指标	社会群体(重点为老年人群)对保健食品常识的认知水平、防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力。	明显提高
		可持续影响指标	保健食品安全市场环境	逐步好转
	满意度指标	服务对象满意度指标	参加保健食品“五进”专项科普宣传活动公众的满意度	逐年提高

附件3:

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表(县级)

专项名称		食品监管补助资金		
省级主管部门		广东省市场监督管理局		
市级财政部门		江门市财政局	市级主管部门	江门市市场监督管理局
县(区)级财政部门		开平市财政局	县(区)级主管部门	开平市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度总金额	1.3		
	其中:中央补助	1.3		
	地方资金			
总体目标	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。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	现场集中宣传活动场次	≥13场次,县(区)级每季度至少举办1次,基层市场监管所每两月至少举办1次,其中1次集中宣传活动应于2019年食品安全宣传周期间举行。
			印发宣传资料数量	张贴宣传海报≥160张,派发宣传资料≥1600份。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥1600人次
		时效指标	任务完成时间	2019年12月底
		成本指标	--	--
	效益指标	经济效益指标	--	--
		社会效益指标	社会群体(重点为老年人群)对保健食品常识的认知水平、防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力。	明显提高
		可持续影响指标	保健食品安全市场环境	逐步好转
	满意度指标	服务对象满意度指标	参加保健食品“五进”专项科普宣传活动公众的满意度	逐年提高

附件3:

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表(县级)

专项名称		食品监管补助资金		
省级主管部门		广东省市场监督管理局		
市级财政部门		江门市财政局	市级主管部门	江门市市场监督管理局
县(区)级财政部门		鹤山市财政局	县(区)级主管部门	鹤山市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度总金额	1.1		
	其中:中央补助	1.1		
	地方资金			
总体目标	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。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	现场集中宣传活动场次	≥11场次,县(区)级每季度至少举办1次,基层市场监管所每两月至少举办1次,其中1次集中宣传活动应于2019年食品安全宣传周期间举行。
			印发宣传资料数量	张贴宣传海报≥160张,派发宣传资料≥1600份。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥1600人次
		时效指标	任务完成时间	2019年12月底
		成本指标	--	--
	效益指标	经济效益指标	--	--
		社会效益指标	社会群体(重点为老年人群)对保健食品常识的认知水平、防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力。	明显提高
		可持续影响指标	保健食品安全市场环境	逐步好转
	满意度指标	服务对象满意度指标	参加保健食品“五进”专项科普宣传活动公众的满意度	逐年提高

附件3:

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表(县级)

专项名称		食品监管补助资金		
省级主管部门		广东省市场监督管理局		
市级财政部门		江门市财政局	市级主管部门	江门市市场监督管理局
县(区)级财政部门		恩平市财政局	县(区)级主管部门	恩平市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度总金额	0.9		
	其中:中央补助	0.9		
	地方资金			
总体目标		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。		
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	现场集中宣传活动场次	≥9场次,县(区)级每季度至少举办1次,基层市场监管所每两月至少举办1次,其中1次集中宣传活动应于2019年食品安全宣传周期间举行。
			印发宣传资料数量	张贴宣传海报≥100张,派发宣传资料≥1000份。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥1000人次
		时效指标	任务完成时间	2019年12月底
		成本指标	—	—
	效益指标	经济效益指标	—	—
		社会效益指标	社会群体(重点为老年人群)对保健食品常识的认知水平、防范保健食品欺诈和虚假宣传的能力。	明显提高
		可持续影响指标	保健食品安全市场环境	逐步好转
	满意度指标	服务对象满意度指标	参加保健食品“五进”专项科普宣传活动公众的满意度	逐年提高