

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（深圳市）

（2019年度）

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		深圳市财政局	市级主管部门	深圳市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度资金总额:	20		
	其中: 中央补助	20		
	地方资金			
总体目标	目标1: 试点建设食用农产品溯源系统, 探索食用农产品安全追溯标准和规范, 逐步实现企业信息化追溯体系与政府部门监管平台、追溯管理平台对接, 接受政府监督, 互通互享信息。			
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	批发市场开办者和市场内的水产品经营者使用食用农产品溯源系统	场内80%以上的水产品经营者使用食用农产品溯源系统。
		质量指标	监管部门、批发市场开办者、市场内水产品经营者、消费者使用食用农产品溯源系统情况	溯源系统设置以下4个端口: 一是商户端。商户可以通过微信小程序录入进销货信息, 查询抽检结果等。二是市场管理端。市场开办者可以对商户基础数据和资料进行无纸化管理等。三是监管端。监管人员可实时对市场开办者和商户的准入、管理及台账等情况进行查询、监管、应急处理等。四是公众端。消费者查看销售单据详情、档口资质等信息。
		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		
		可持续影响指标	探索食用农产品安全追溯标准和规范	逐步规范
	满意度指标	服务对象满意度指标	食用农产品质量安全	逐步好转

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（珠海市）
(2019年度)

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		珠海市财政局	市级主管部门	珠海市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度资金总额:	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, 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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（汕头市）

（2019年度）

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		汕头市财政局	市级主管部门	汕头市市场监督管理局	
资金情况 (万元)	年度资金总额:	30			
	其中:中央补助	30			
	地方资金				
总体目标	<p>目标1: 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。</p> <p>目标2: 试点建设食用农产品溯源系统, 探索食用农产品安全追溯标准和规范, 逐步实现企业信息化追溯体系与政府部门监管平台、追溯管理平台对接, 接受政府监督, 互通互享信息。</p>				
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, 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。	
			批发市场开办者和市场内的水产品经营者使用食用农产品溯源系统	场内80%以上的水产品经营者使用食用农产品溯源系统。	
		质量指标	宣传活动覆盖人数	宣传活动覆盖人数	≥5000人次
				监管部门、批发市场开办者、市场内水产品经营者、消费者使用食用农产品溯源系统情况	溯源系统设置以下4个端口: 一是商户端。商户可以通过微信小程序录入进销货信息, 查询抽检结果等。二是市场管理端。市场开办者可以对商户基础数据和资料进行无纸化管理等。三是监管端。监管人员可实时对市场开办者和商户的准入、管理及台账等情况进行查询、监管、应急处理等。四是公众端。消费者查看销售单据详情、档口资质等信息。
			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	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	
	探索食用农产品安全追溯标准和规范		逐步规范		
	满意度指标	服务对象满意度指标	食用农产品质量安全	逐步好转	
			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	

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（佛山市）

（2019年度）

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		佛山市财政局	市级主管部门	佛山市市场监督管理局	
资金情况 (万元)	年度资金总额:	30			
	其中:中央补助	30			
	地方资金				
总体目标	<p>目标1: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。</p> <p>目标2:试点建设食用农产品溯源系统,探索食用农产品安全追溯标准和规范,逐步实现企业信息化追溯体系与政府部门监管平台、追溯管理平台对接,接受政府监督,互通互享信息。</p>				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值	
绩效指标	产出指标	数量指标	现场集中宣传活动场次	≥50场,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。	
			批发市场开办者和市场内的水产品经营者使用食用农产品溯源系统	场内80%以上的水产品经营者使用食用农产品溯源系统。	
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥10000人次	
			监管部门、批发市场开办者、市场内水产品经营者、消费者使用食用农产品溯源系统情况	溯源系统设置以下4个端口:一是商户端。商户可以通过微信小程序录入进销货信息,查询抽检结果等。二是市场管理端。市场开办者可以对商户基础数据和资料进行无纸化管理等。三是监管端。监管人员可实时对市场开办方和商户的准入、管理及台账等情况进行查询、监管、应急处理等。四是公众端。消费者查看销售单据详情、档口资质等信息。	
			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	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		探索食用农产品安全追溯标准和规范	逐步规范	
		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	食用农产品质量安全	逐步好转	
			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	

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（韶关市）

（2019年度）

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		韶关市财政局	市级主管部门	韶关市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度资金总额:	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,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	≥5000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		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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（河源市）

（2019年度）

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		河源市财政局	市级主管部门	河源市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度资金总额:	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,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	≥5000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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（梅州市）

（2019年度）

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		梅州市财政局	市级主管部门	梅州市市场监督管理局
资金情况 (万元)	实施期金额:	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, 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	≥5000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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（惠州市）

（2019年度）

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		惠州市财政局	市级主管部门	惠州市市场监督管理局
资金情况 (万元)	实施期金额:	30		
	其中:中央补助	30		
	地方资金			
总体目标	<p>目标1: 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聚集的活动场所、大型社区。社会群体(重点为老年人)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。</p> <p>目标2: 试点建设食用农产品溯源系统, 探索食用农产品安全追溯标准和规范, 逐步实现企业信息化追溯体系与政府部门监管平台、追溯管理平台对接, 接受政府监督, 互通互享信息。</p>			
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, 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。
			批发市场开办者和市场内的水产品经营者使用食用农产品溯源系统	场内80%以上的水产品经营者使用食用农产品溯源系统。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥10000人次
			监管部门、批发市场开办者、市场内水产品经营者、消费者使用食用农产品溯源系统情况	溯源系统设置以下4个端口: 一是商户端。商户可以通过微信小程序录入进销货信息, 查询抽检结果等。二是市场管理端。市场开办者可以对商户基础数据和资料进行无纸化管理等。三是监管端。监管人员可实时对市场开办方和商户的准入、管理及台账等情况进行查询、监管、应急处理等。四是公众端。消费者查看销售单据详情、档口资质等信息。
		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	社会群体(重点为老年人)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	探索食用农产品安全追溯标准和规范	逐步规范
			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	食用农产品质量安全	逐步好转
			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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（汕尾市）

（2019年度）

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		汕尾市财政局	市级主管部门	汕尾市市场监督管理局
资金情况（万元）	年度资金总额：	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，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	≥5000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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（东莞市）

(2019年度)

专项名称		食品药品监管补助奖金		
省级主管部门		广东省市场监督管理局		
市级财政部门		东莞市财政局	市级主管部门	东莞市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度资金总额:	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, 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		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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（中山市）

（2019年度）

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		中山市财政局	市级主管部门	中山市市场监督管理局
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, 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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（江门市）

（2019年度）

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,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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（阳江市）

（2019年度）

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		阳江市财政局	市级主管部门	阳江市市场监督管理局
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,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	≥5000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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（湛江市）

（2019年度）

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		湛江市财政局	市级主管部门	湛江市市场监督管理局
资金情况（万元）	年度总金额：	30		
	其中：中央补助	30		
	地方资金			
总体目标	<p>目标1：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。</p> <p>目标2：试点建设食用农产品溯源系统，探索食用农产品安全追溯标准和规范，逐步实现企业信息化追溯体系与政府部门监管平台、追溯管理平台对接，接受政府监督，互通互享信息。</p>			
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，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。
			批发市场开办者和市场内的水产品经营者使用食用农产品溯源系统	场内80%以上的水产品经营者使用食用农产品溯源系统。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥5000人次
			监管部门、批发市场开办者、市场内水产品经营者、消费者使用食用农产品溯源系统情况	溯源系统设置以下4个端口：一是商户端。商户可以通过微信小程序录入进货信息，查询抽检结果等。二是市场管理端。市场开办者可以对商户基础数据和资料进行无纸化管理等。三是监管端。监管人员可实时对市场开办者和商户的准入、管理及台账等情况进行查询、监管、应急处理等。四是公众端。消费者查看销售单据详情、档口资质等信息。
		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	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	探索食用农产品安全追溯标准和规范	逐步规范
			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	食用农产品质量安全	逐步好转
			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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（茂名市）

（2019年度）

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		茂名市财政局	市级主管部门	茂名市市场监督管理局
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, 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	≥5000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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（肇庆市）

（2019年度）

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		肇庆市财政局	市级主管部门	肇庆市市场监督管理局
资金情况 (万元)	年度总金额:	30		
	其中:中央补助	30		
	地方资金			
总体目标	<p>目标1: 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。</p> <p>目标2: 试点建设食用农产品溯源系统, 探索食用农产品安全追溯标准和规范, 逐步实现企业信息化追溯体系与政府部门监管平台、追溯管理平台对接, 接受政府监督, 互通互享信息。</p>			
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, 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。
			批发市场开办者和市场内的水产品经营者使用食用农产品溯源系统	场内80%以上的水产品经营者使用食用农产品溯源系统。
		质量指标	宣传活动覆盖人数	≥10000人次
			监管部门、批发市场开办者、市场内水产品经营者、消费者使用食用农产品溯源系统情况	溯源系统设置以下4个端口: 一是商户端。商户可以通过微信小程序录入进货信息, 查询抽检结果等。二是市场管理端。市场开办者可以对商户基础数据和资料进行无纸化管理等。三是监管端。监管人员可实时对市场开办者和商户的准入、管理及台账等情况进行查询、监管、应急处理等。四是公众端。消费者查看销售单据详情、档口资质等信息。
			时效指标	任务完成时间
	成本指标	—	—	
	效益指标	经济效益指标	—	—
		社会效益	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	
		探索食用农产品安全追溯标准和规范	逐步规范	

一级指标	二级指标	三级指标	指标值
满意度指标	服务对象满意度指标	食用农产品质量安全	逐步好转
		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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（清远市）

（2019年度）

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		清远市财政局	市级主管部门	清远市市场监督管理局
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,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	≥5000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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（潮州市）

（2019年度）

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		潮州市财政局	市级主管部门	潮州市市场监督管理局
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,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	≥5000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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（揭阳市）

（2019年度）

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		揭阳市财政局	市级主管部门	揭阳市市场监督管理局
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,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	≥5000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	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

中央对地方专项转移支付区域绩效目标表（云浮市）
(2019年度)

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		云浮市财政局	市级主管部门	云浮市市场监督管理局
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,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	≥5000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	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