

省级部门整体绩效自我评价表

2024年度

单位名称	江苏省环境保护宣传教育中心							
主要职能	承担厅重大环境纪念日和全省生态环境保护社会宣传活动，以及生态环保设施和生态环境教育基地公众开放工作，策划制作生态环境保护大众宣传品；承担全省生态环境系统干部培训和企业人员培训；承担生态环境教育理论研究和内容设计，为地方、学校等开展生态环保宣教活动提供支持，承担线上、线下大众生态环境教育产品策划制作工作；构建包括环保社会组织在内的生态环保公众参与和交流互动平台，承担生态环境社会风险舆情收集、研判、报送和应对工作以及政务新媒体编辑运行工作。编辑出版《江苏环境》《绿苑晚晴》杂志。							
机构设置及人员配置	现有编制20名，实际工作人员31名（在编人员18名，聘用9人，劳务派遣4人）。内设办公室、新闻宣传科、网络传媒科、教育培训科、公共关系科、《江苏环境》编辑部6个科室。							
预算安排及支出情况			全年预算数			实际支出数		
	资金总额		1705.36			1671.06		
	基本支出		824.59			824.59		
	项目支出		880.77			846.50		
	购置公务用车		25			24.99		
	环保宣教及公共关系工作经费		269.29			265.16		
	办公设备购置		3.6			3.59		
	生态环保体验中心运营维护经费		5			4.99		
	环境志编修		0.62			0.62		
	生态文明建设工程宣传专项资金		457.26			456.97		
	培育环保社会组织经费		120			90.18		
一级指标	二级指标	三级指标	全年指标值	分值	评价要点及评分规则	实际完成值	得分	
		中长期规划制定健全性	健全	1	评价要点： ①是否制定了明确的中长期规划，包括总体目标、工作内容、时间进度等； ②中长期规划是否涵盖了部门全部职能，并与部门职能相匹配。 评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1	

决策	计划制定	工作计划制定健全性	健全	1	评价要点： ①是否制定了明确的年度工作计划，包括总体目标、实施内容、时间、资金、人员等； ②年度工作计划是否具体、可操作； ③年度工作计划是否与部门职能相匹配； ④年度工作计划是否与部门中长期战略相衔接。 评分规则：以上评价要点各占1/4分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1
	目标设定	绩效目标合理性	合理	1	评价要点： ①是否符合国家法律法规、国民经济和社会发展规划、部门“三定”方案确定的职责； ②是否符合部门制定的中长期规划和年度工作计划； ③是否与本年度部门预算资金相匹配。 评分规则：以上评价要点各占1/3分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1
		绩效指标明确性	明确	1	评价要点： ①是否将部门整体预算绩效目标细化分解为具体的重点工作任务； ②部门整体及项目的绩效指标是否清晰，指标值是否量化、可衡量； ③是否与年度重点工作任务数相对应，并突出核心绩效指标。 评分规则：以上评价要点各占1/3分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	部分达成并具有一定效果	0.5
	预算编制	预算编制科学性	科学	1	评价要点： ①预算编制是否经过科学论证； ②预算内容与项目内容是否匹配； ③预算额度测算依据是否充分，按照标准编制； ④预算确定的项目投资额或资金量是否与工作任务相匹配。 评分规则：指标完成情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按指标分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1
		预算编制规范性	规范	1	评价要点： ①预算填报方式是否规范，填报内容是否合理、科学、完整； ②是否经预算主管部门集体决策程序（如三重一大）。 评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按指标分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1

	预算执行	预算调整率	=0%	1	预算调整率=（预算调整数/预算数）×100%。 预算调整数：部门（单位）在本年度内涉及预算的追加、追减或结构调整的资金总和（因落实国家政策，发生不可抗力、上级部门或本级党委政府临时交办而产生的调整除外）。 评分规则：1. 比率=0%，得满分；2. $20\% \leq \text{比率} < 0\%$ ，每增加1%，扣5%的权重分，扣完为止。	0.00%	1
		支付进度符合率	=100%	1	支付进度率=（实际支付进度/计划支付进度）×100%。 实际支付进度：部门在某一时点的支出数与年度预算数的比率。 计划支付进度：由部门在申报部门整体绩效目标时确定的支付进度（比率）。 评分规则：1. 比率≥100%，得满分；2. 比率<100%，每减少1%，扣2%的权重分，扣完为止。	100.00%	1
		预算执行率	=100%	2	1. 基本支出预算执行率=（基本支出预算执行数/基本支出调整预算数）×100%。 2. 项目支出预算执行率=（项目支出预算执行数/项目支出调整预算数）×100%。 评分规则：以上评价要点各占1/2权重，得分=（基本支出预算执行率+项目支出预算执行率）×50%×分值。	97.99%	1.96
		结转结余率	=0%	1	结转结余率=结转结余总额/调整预算数×100%。 结转结余总额：部门（单位）本年度的结转资金与结余资金之和（以决算数为准，“三公”经费未执行数和政府采购节约资金等视同已支出）。 评分规则：1. 比率=0%，得满分；2. $10\% \leq \text{比率} < 0\%$ ，每增加1%，扣10%的权重分，扣完为止。	0.00%	1
		公用经费控制率	≤100%	1	公用经费控制率=（实际支出公用经费总额/预算安排公用经费总额）×100%。 评分规则：1. 比率≤100%，得满分；2. 比率>100%，不得分。	100.00%	1
		“三公经费”变动率	≤0%	1	“三公经费”变动率=[（本年度“三公经费”总额-上年度“三公经费”总额）/上年度“三公经费”总额]×100%。 “三公经费”：年度预算安排的因公出国（境）费、公务车辆购置及运行费和公务招待费。 评分规则：1. 比率≤0%，得满分；2. 比率>0%，不得分。	0.00%	1
		政府采购执行率	=100%	1	政府采购执行率=（实际政府采购金额/政府采购预算数）×100%； 政府采购预算：采购机关根据事业发展计划和行政任务编制的、并经过规定程序批准的年度政府采购计划。 评分规则：得分=政府采购执行率×分值。	100.00%	1

过程		非税收入预算完成率	≥100%	0	非税收入预算完成率=（非税收入实际完成数/非税收入预算数）×100%。 非税收入实际完成数：部门（单位）本年度实际完成的非税收入数。 预算数：本年度部门（单位）编制的非税收入预算数。 评分规则：1. 比率≥100%，得满分；2. 比率<100%，每减少1%，扣2%的权重分，扣完为止。	100.00%	0
	预算管理	预算管理制度健全性	健全	1	评价要点： ①是否已制定或具有相应的预算管理内控制度，包括收入与支出管理、往来资金结算管理、现金及银行存款管理、财务监督管理、政府采购管理、绩效管理等； ②预算管理制度是否合法、合规、完整。 评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1
		资金使用合规性	合规	2	评价要点： ①是否符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定； ②是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况； ③资金拨付是否有完整的审批程序和手续； ④公用经费是否存在超标准支出情况，项目支出与公用经费是否存在重复交叉。 评分规则：以上评价要点各占1/4分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	2
		绩效管理覆盖率	=100%	1	绩效管理覆盖率=(纳入绩效管理预算数/部门整体预算总额)×100%。 评分规则：得分=绩效管理覆盖率×分值。	100.00%	1
		基础信息完善性	完善	1	评价要点： ①基本财务管理制度健全； ②基础数据信息和会计信息资料是否真实、完整、准确。 评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1
		预决算信息公开度	公开	1	评价要点：①是否按规定内容公开预决算信息；②是否按规定时限公开预决算信息。评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1

		非税收入管理 合规性	合规	0	无非税收入的部门无需设置。 评价要点： ①非税收入征收是否做到依法征收、应收尽收； ②非税收入是否按规定缴入国库或财政专户，是否存在截留、挪用等情况。 评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期 目标	0
资产管理		资产管理制度 健全性	健全	1	评价要点： ①是否已制定或具有资产管理制度； ②相关资金管理制度是否合法、合规、完整。 评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期 目标	1
		资产管理规范 性	规范	1	评价要点： ①资产购置是否符合规定，新购资产入库管理是否规范（如编制采购计划、进行采购审核、验收等）； ②是否定期对现有资产进行清查统计，是否账实相符； ③资产有偿使用和资产处置是否规范，所获收入是否及时足额上缴。 评分规则：以上评价要点各占1/3分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期 目标	1
		固定资产利用 率	=100%	1	固定资产利用率=（实际在用固定资产总额/所有固定资产总额）×100%。 评分规则：得分=固定资产利用率×分值。	100. 00%	1
项目管理		项目管理制度 健全性	健全	1	评价要点： ①是否已制定或具有相应的项目管理制度； ②项目管理制度是否合法、合规、完整。 评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期 目标	1
		项目管理制度 执行规范性	规范	2	评价要点： ①项目管理工作机制是否健全，沟通协调是否顺畅； ②项目是否按照要求规范严格地执行制度，包括可行性论证、概算、预算、施工设计、资金拨付、组织申报、政府采购、招投标、监理、中期检查、竣工验收、公示等。 评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期 目标	2

	人员管理		人员管理制度健全性	健全	1	评价要点： ①有明确的组织架构和职责分工； ②人员配备是否充足，是否能够保障单位履职需要； ③是否存在以政府购买服务变相用工情况。 评分规则：以上评价要点各占1/3分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1
			人员管理制度执行有效性	有效	1	评价要点： ①年终组织个人、处（科）室考核，实施程序规范、资料完整； ②考核结果切实运用。 评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1
			在职人员控制率	=100%	1	在职人员控制率=（在职人员数/编制数）×100%。 在职人员数：部门（单位）实际在职人数，以财政部确定的部门决算编制口径为准。 编制数：机构编制部门核定批复的部门（单位）的人员编制数。 评分规则：1. 比率≤100%，得满分；2. 比率＞100%，每增加1%，扣5%的权重分，扣完为止。	100.00%	1
	机构建设		组织建设work及时完成率	=100%	1	组织建设work完成率=（实际及时完成的组织建设work数/计划组织建设work数）×100%。 评分规则：得分=业务学习与培训及时完成率×分值。	100.00%	1
			业务学习与培训及时完成率	=100%	1	业务学习与培训及时完成率=（实际及时完成的业务学习与培训数/计划业务学习与培训数）×100%。 评分规则：得分=业务学习与培训及时完成率×分值。	100.00%	1
			纪检监察工作有效性	有效	1	评价要点： ①纪检监察工作实施程序规范、相关资料完整； ②纪检监察结果切实运用。评分规则：以上评价要点各占1/2分值，每个要点执行情况分为达成、部分达成、未达成三档，分别按分值的100%-80%（含）、80%-60%（含）、60%-0%合理确定分值。	达成预期目标	1
	一级指标	二级指标	重点工作	三级指标	全年指标值	分值	评价要点及评分规则	实际完成值

履职	开展六五环境日活动宣传	举办生态文明宣传表彰活动，通过文艺汇演等形式，充分展示污染防治攻坚战成果。	履职：提升公众知晓度	达到预期目标	15	执行情况分达成、部分达成、未达成三档,按100%-80%(含)、80%-60%(含)、60%-0%评分	达成预期目标	15
	开展“绿益江苏”环保公益小额资助项目	向全省环保社会组织征集资助环保公益项目	社会组织参与环保公益	达到预期目标	5	执行情况分达成、部分达成、未达成三档,按100%-80%(含)、80%-60%(含)、60%-0%评分	达成预期目标	5
	围绕各级生态环境工作开展宣传	坚持正面宣传力度，全面宣传“源头治理”、“碳达峰、碳中和”、“保护生物多样性”等工作；加强先进典型宣传力度，加强基层环保人物宣传；主动曝光负面典型，定期	弘扬主旋律、传播正能力的影响或提升程度	达到预期目标	5	执行情况分达成、部分达成、未达成三档,按100%-80%(含)、80%-60%(含)、60%-0%评分	达成预期目标	5
	及时发布省厅及省内生态环境重大工作动态和重要信息	做好生物多样性日等重大会议、活动的宣传报道；做好省两会、全国两会期间的宣传报道。加强微信宣传，在中国环境报新媒体APP、微信、抖音、学习强国等平台开展江苏生态环境工作的宣传，积极提供报道素材	新闻报道及时性	达到预期目标	5	执行情况分达成、部分达成、未达成三档,按100%-80%(含)、80%-60%(含)、60%-0%评分	达成预期目标	5

效益指标	经济效益						
	社会效益	提升公众知晓度	提高	14	执行情况分达成、部分达成、未达成三档,按100%-80%(含)、80%-60%(含)、60%-0%评分	达成预期目标	12
	生态效益	公众环境责任意识	提高	14	执行情况分达成、部分达成、未达成三档,按100%-80%(含)、80%-60%(含)、60%-0%评分	达成预期目标	12
	可持续影响						
满意度指标	服务对象满意度	公众满意度	提高	10	执行情况分达成、部分达成、未达成三档,按100%-80%(含)、80%-60%(含)、60%-0%评分	达成预期目标	9
合计				100			94.46
绩效等级	优						
主要成效	一、聚力推进习近平生态文明思想宣传,引领力进一步强化一是不断深入理论学习。严格落实“第一议题”制度,坚持把学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和习近平总书记对江苏重要讲话重要指示批示精神作为首要政治任务,贯穿于生态环境宣传教育各方面和全过程。二是坚持强化思想传播。围绕“全面推进美丽中国建设”六五环境日主题,策划开展7项系列宣传活动。会同省委宣传部举办江苏省第二届“习近平生态文明思想宣讲大赛”,充分展现全省贯彻习近平生态文明思想的显著成效,省领导高度评价,生态环境部宣教司简报予以推介。 二、聚焦提升生态环保宣传水平,主动权进一步把牢一是巩固扩大思想宣传阵地。积极与中央和省主流媒体沟通,刊发江苏生态环境报道1000余篇,新华社打造“保护生态环境 共建美丽江苏”专栏,刊发报道200余篇、人民日报34篇、中环报150余篇,央视新闻12次,其中新闻联播6次,充分运用媒体展示江苏生态文明建设取得的显著成效。围绕《江苏省适应气候变化行动方案》等重点工作已召开13场新闻发布会,依托省政府平台召开“新一轮太湖综合治理成效”“贯彻《江苏省生态环境保护条例》暨2023年江苏省生态环境状况”“《关于全面推进美丽江苏建设的实施意见》”新闻发布会,厅主要领导介绍有关情况和具体举措。二是统筹做好重要节点宣传。围绕新中国成立75周年,举办“美丽江苏怎么看,我用数据告诉你”系列发布活动,制作《以热血敬山河——我爱你 美丽中国》系列短视频,形成立体化矩阵式传播。策划全国“两会”宣传报道,召开2024年江苏推进新一轮太湖综合治理媒体座谈会,组织中央驻苏及省内主流媒体赴常州等地进行集中采访,新闻联播、新华每日电讯宣传我省主要做法。“江苏生态环境”微信平台聚焦厅重点工作,发稿1800余篇,总阅读量500万人次。政务微博发布2908条,阅读量3039万人次。三是加强舆情监测度。围绕餐饮油烟、春节烟花爆竹燃放等,推出舆论引导系列文章,消解不当言论负面影响。完成江苏生态环境舆情469期简报、20期专报、11期月报。印发《涉苏生态环境舆情监测处置工作方案》,推动上线“江苏生态环境舆情管理系统,及时有力推动舆情流转与处置,将大部分突发舆情处置在萌芽状态。建立突发环境舆情专项监测机制,提供了省应急中心70%以上的突发环境信息,为重大环境事件救援赢得了宝贵时间,得到部领导肯定,相关做法在全国应急条线推广,开辟了宣教服务中心工作的新途径。 三、聚势繁荣生态文化,影响力进一步拓展一是开展生态文化作品征集。联合省委宣传部、省文旅厅、省文联印发《关于大力推进生态文化建设的行动方案》,开启12项生态文化工程。面向社会征集反映美丽江苏建设成就各类生态文化作品700余件。在《江苏环境》杂志、双微推出“生态文化”专栏刊登,为全省生态文化的建设积累主题雏形。二是推进生态文化创作。围绕长江生态保护修复、宿迁耿车蝶变专题策划长篇报告文学,发动各地设计推出多样化、高品质、沉浸式的“美丽江苏”生态文化精品体验线路。举办2024年长三角宣教联盟生态文化座谈会暨采风活动,邀请全国知名作家参加,与省作协、盐城市委宣传部签约《共同繁荣发展生态文学合作协议》。三是打造生态文明品牌。第6年开展“长江大保护 绿色共成长”活动。开展第六季“蔷薇						

	花信”主题宣传，以“花”为“媒”向公众普及环保知识。开展“美丽江苏——江河湖海青蓝行”，以水生态健康为主线，围绕长江大保护、绿色低碳、太湖生态修复等开展多项活动，深入传播生态文明理念。 四、聚合生态文明社会力量，向心力进一步凝聚一是公众互动日益加强。印发《江苏环境保护公众参与办法》，全年全省87家开放单位组织“线上+线下”开放活动1700余场次，约22.8万人参与，公众足不出户就可以零距离感受环保设施。组织省内青少年代表参加长三角环保设施向公众开放和生态环境教育基地观摩活动。二是志愿服务不断强化。持续开展“绿益江苏”“同饮一江水，共筑绿篱笆”环保公益项目，有力促进社会组织良性发展。完成全省生态环境志愿服务摸底调查，连续7年开展“环境守护者”行动，积极选树典型，我省推荐的张用宪老先生入选全国年度十佳生态环境志愿者。组织生态环保志愿者赴上海参加长三角生态环境保护志愿服务活动。三是生态文明教育持续推进。举办江苏省中小学“生态文明第一课”活动，400余名中小學生及环保志愿者代表参加，累计吸引超1100 万人在线收看，教育青少年牢固树立社会主义生态文明观。
存在问题	一是机制建设不能适应宣教事业发展的需求。激励方法、工作流程、资源分配等无法满足当前宣教任务和未来发展趋势的要求，导致形式与内容、理论与实践、机关作风与群众需求之间等方面不同程度的存在脱节问题，降低了工作成效。二是产品创作不能满足群众日益增长的多样化需求。有时仍处于“自娱自乐”的误区，推出的相关产品接地气不足，缺少自主组织的现象级产品，存在自我感觉良好但社会面知晓度、认同度、参与度不高的问题。三是能力体系不能满足当前服务中心工作的任务需求。一专多能的复合型人才不多，缺乏系统性培养谋划，抢占宣传舆论制高点的能力还不足。四是绩效目标设置不够科学,部分指标未根据项目实际内容设置。
整改措施	一是不断提升新闻宣传传播质效。紧密围绕厅党组部署、厅中心工作做好布局，及时信息发布、宣传解读。推行“周选题、月调研”，卡时、卡点、卡位开展宣传，充分展示江苏深入打好污染防治攻坚战特色亮点工作。开好新闻发布会，持续开展“美丽江苏怎么看，我用数据告诉您”主题发布，深挖经验做法、先进典型。在主流媒体推出“一把手谈生态文明”栏目，邀请媒体深入一线采访报道，抓住“两山”理论提出20周年契机，联合策划推出更多“重磅”稿件和节目。同时，加强对重点事件、重点领域、重要时间点的舆情监测，完善江苏生态环境舆情管理系统，增强全省舆情分析研判、应对处置的主动性、针对性和实效性。二是着力巩固深化统一战线。充分用好“一基地一学院”等平台，开展习近平生态文明思想理论实践研究和学习培训。组建习近平生态文明思想宣讲团，持续开展习近平生态文明思想宣讲向基层延伸，推广实践成果。创新开展社会宣传，面向社会倡导生态产品生产及使用，试点生态超市合作。坚持广泛动员，进一步扩大统一战线，指导推动环保志愿者队伍建设，开展志愿服务，通过举办交流培训，编制工作指南，组织实施试点工作和品牌项目，进一步凝聚绿色低碳环保社会共识。三是持续筑牢文化品牌。持续推进“江苏生态环境新媒体矩阵”矩阵建设，用好短视频等新兴传播方式，坚持守正创新，生产一批具有较强影响力的新媒体产品。在保持全国生态环境系统领先地位的基础上，提高传播力。继续落实《关于大力实施生态文化建设工程的方案》，常态化开展生态文化产品专题创作、征集评选和集中展示。邀约创作反映生态环境保护工作实际、承载生态价值理念、思想艺术水平较高的各类生态文学作品。继续做好“长江大保护 绿色共成长”“蔷薇花信”美丽江苏一江河湖海青蓝行”等品牌活动，持续拓展影响力、传播力，激发全社会对生态环保的浓厚兴趣。四是稳步提升全民生态素养。深入贯彻落实《江苏省生态文明教育促进办法》行动方案，推动生态环境保护纳入国民教育体系和党政领导干部培训体系，达到教育对象、内容的全覆盖。做好江苏省生态文明教育课程设计开发，持续推出名师慕课系列，建设校本课程项目校。继续组织开展举办江苏省中小学生水科技发明比赛、江苏美境行动等活动，做好生态环境科普。五是后期计划将效益指标“公众环境责任意识”改为“环境日宣传活动参与人次”，“提升公众知晓度”改为“媒体宣传报道点击量”。将满意度指标“公众满意度”改为“宣传教育活动参与人次”。