

江苏省省级部门整体预算绩效目标表

2025年度

单位名称		江苏省环境保护宣传教育中心			
单位主要职能		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。			
部门整体资金（万元）	收入			全年预算数	
		资金总额		1995.12	
		一般公共预算资金		1539.97	
		政府性基金		0	
		国有资本金		0	
		社保基金		0	
		财政专户管理资金		0	
		上年结转资金		0	
	其他资金		455.15		
	支出			半年计划执行数	全年预算数
		基本支出		464.06	928.12
		项目支出		426.8	1067
		环境志编修		0	1
		培育环保社会组织经费		40	101
		江苏省生态文化建设项目		98	245
		生态文明建设工程宣传专项资金		175	437
		购置公务用车		0	18
		办公设备购置		1	3
		生态环保体验中心运营维护经费		2	5
环保宣教及公共关系工作经费		110.8	257		
中长期目标		以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，大力宣传习近平生态文明思想，认真落实习近平总书记视察江苏重要讲话指示，着力推动构建生态环境治理全民行动体系，增强全民节约意识、环保意识、生态意识，倡导简约适度、绿色低碳的生活方式，把建设美丽中国转化为全体人民自觉行动，不断提升宣传教育工作水平，为持续改善生态环境、建设人与自然和谐共生的现代化营造良好社会氛围和坚实社会基础。			
年度目标		高举一面旗帜，即坚持把学习宣传习近平生态文明思想作为重中之重；突出一个抓手，即坚持围绕中心、服务大局，以生态文化建设为切入点，讲好江苏生态环保故事；形成一个格局，即构建生态文明大宣教格局，壮大同心圆，发展朋友圈，努力为美丽江苏建设营造良好氛围。			
一级指标	二级指标	三级指标	半年指标值	全年指标值	
	计划制定	中长期规划制定健全性	健全	健全	
		工作计划制定健全性	健全	健全	

决策	目标设定		绩效目标合理性	合理	合理	
			绩效指标明确性	明确	明确	
	预算编制		预算编制科学性	科学	科学	
			预算编制规范性	规范	规范	
过程	预算执行		预算调整率	=0%	=0%	
			支付进度符合率	=100%	=100%	
			预算执行率	=40%	=100%	
			结转结余率	=0%	=0%	
			公用经费控制率	≤100%	≤100%	
			“三公经费”变动率	≤0%	≤0%	
			政府采购执行率	=100%	=100%	
			非税收入预算完成率	≥100%	≥100%	
	预算管理		预算管理制度健全性	健全	健全	
			资金使用合规性	合规	合规	
			绩效管理覆盖率	=100%	=100%	
			基础信息完善性	完善	完善	
			预决算信息公开度	公开	公开	
			非税收入管理合规性	合规	合规	
	资产管理		资产管理制度健全性	健全	健全	
			资产管理规范性	规范	规范	
			固定资产利用率	=100%	=100%	
	项目管理		项目管理制度健全性	健全	健全	
			项目管理制度执行规范性	规范	规范	
	人员管理		人员管理制度健全性	健全	健全	
			人员管理制度执行有效性	有效	有效	
			在职人员控制率	=100%	=100%	
	机构建设		组织建设及时性完成率	=100%	=100%	
			业务学习与培训及时性完成率	=100%	=100%	
			纪检监察工作有效性	有效	有效	
	一级指标	二级指标	重点工作	三级指标	半年指标值	全年指标值

	<p>聚焦新闻发布和宣传报道，不断提升传播质效</p>	<p>围绕“长江大保护”“新一轮太湖治理”等“国之大者”，卡时、卡点、卡位营造良好舆论氛围。开好新闻发布会，及时报道污染防治攻坚战、加快建设美丽中国省域范例过程中的工作动态、经验做法、先进典型。持续加强对重点事件、重点领域、重要时间点的舆情监测，进一步增强舆情分析研判和应对处置工作的主动性、针对性和实效性。</p>	<p>媒体宣传报道次数</p>	<p>≥50次</p>	<p>≥100次</p>
	<p>聚焦部门联动和公众参与，巩固深化统一战线</p>	<p>组织开展习近平生态文明思想宣讲团活动，成立宣讲团，在主流媒体推出“对话一把手”栏目，推动习近平生态文明思想向机关干部、学校企业、社区基层延伸，传播绿色之声、汇聚美丽江苏建设的磅礴力量。强化环保志愿者队伍建设。发挥长三角生态环境宣教联盟联动作用，举办融媒体集中采访、志愿服务等活动，努力构建区域生态环境宣教工作大格局。</p>	<p>公众及环保社会组织宣传活动覆盖率</p>	<p>=100%</p>	<p>=100%</p>

履职	聚焦产品创作与文化传播，切实提升品牌影响力	推进“江苏生态环境新媒体矩阵”矩阵建设，设计和生产一批具有较强影响力的新媒体产品。提升《江苏环境》杂志办刊水平。开展“生态文化”包括摄影、文学、舞台作品等的征集与创作，遴选出一批反映江苏生态特色、地域特点的优秀生态主题文艺作品。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。	品牌宣传活动主题符合率	=100%	=100%
	聚焦落实生态文明教育促进办法，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，将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。用好生态文明学院教育培训功能，深化江苏省生态文明教育实践基地建设，进一步拓展全省20家基地功能。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。做好企业培训，确保年内完成企业环保培训“十期千人”目标。	提升公众知晓度	=100%	=100%
一级指标	二级指标		三级指标	半年指标值	全年指标值
效益指标	经济效益				
	社会效益		环境日宣传活动参与人次	≥201000人次	≥201000人次
	生态效益				
	可持续影响		媒体宣传报道点击量	≥100000次	≥200000次
满意度指标	服务对象满意度				