# 消费扶贫工作总结(模板15篇)

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-04-11

*总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？下面是小编为大家带来的总...*

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

**消费扶贫工作总结篇一**

是甘肃决战脱贫攻坚、决胜全面小康的收官之年。在党中央的亲切关怀和坚强领导下，省委、省政府团结带领全省人民正在向全面脱贫的目标发起最后冲刺。开展消费扶贫行动，是克服新冠肺炎疫情影响、深化脱贫攻坚、巩固脱贫成果、促进贫困地区产业持续发展、实现贫困群众稳定增收脱贫的重要途径，也是社会力量参与脱贫攻坚、落实帮扶举措的有效方式，既能调动贫困群众依靠产业发展实现脱贫的积极性，又能激发社会各界参与脱贫攻坚的责任感。为深入贯彻落实习近平总书记在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的重要讲话精神，响应党中央、国务院关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的号召，在全社会营造“人人皆可为、人人皆能为”的消费扶贫浓厚氛围，我们共同倡议：

一、深入开展消费扶贫行动。全面落实进一步加强消费扶贫工作《总体方案》，坚持省内与省外相结合、线上与线下相结合、传统与现代相结合、政府采购与市场营销相结合、省直“条条”和市县“块块”相结合，省直机关、省属高校、医疗机构、省属企业、驻甘部队及各级预算单位带头开展消费扶贫，建立扶贫产品供应基地，签订扶贫产品供销协议，通过优先采购、预留采购份额等方式，持续加大贫困地区农产品采购力度，形成消费扶贫的强大合力。

二、积极开展扶贫产品“五进”行动。省内各级预算单位和帮扶单位带头开展消费扶贫行动，完善扶贫产品产销对接机制，畅通扶贫产品供应渠道，鼓励有条件的单位在机关或生活区设置消费扶贫专柜、专卖店，开设“扶贫爱心窗口”、扶贫超市，推动扶贫产品进机关、进企业、进学校、进医院、进军营。

三、大力拓展消费扶贫领域。鼓励各级工会从年度福利费中拿出一定比例的经费用于消费扶贫，优先采购贫困地区农产品作为工会福利、慰问品。引导电商企业(网站)加强与农民专业合作组织、农产品加工企业、电商平台的衔接工作，发展电商直播带货创新销售。鼓励“巾帼扶贫车间”开设线上特色馆和线下体验店，促销扶贫产品。充分发挥统一战线组织成员、社会组织和民营企业的专长和优势，采取代销、直销、助销、营销、推销、促销等各种方式扩大扶贫产品销售。

四、不断提升协作消费扶贫规模和水平。积极推进东部协作地区、中央定点扶贫单位持续开展消费扶贫产销对接行动，帮助贫困地区开发扶贫产业，建立优质农产品绿色通道，搭建农产品供需对接平台，加强电商人才培训，组织甘肃扶贫产品进驻东部协作地区农产品交易市场，进中直机关、进央企、进高校。

五、营造“买扶贫产品、献济困爱心”的浓厚氛围。广泛动员干部职工以购代捐、以买代帮，积极宣传推介甘肃优质扶贫产品，将信息分享朋友圈、微信群等社交平台，发动更多的社团组织、爱心人士参与消费扶贫。

脱贫攻坚，人人有责;消费扶贫，你我同行!让我们共同努力，为贫困地区群众脱贫奉献一份爱心，为甘肃打赢脱贫攻坚战贡献一份力量。

**消费扶贫工作总结篇二**

下面是小编为大家整理的,供大家参考。

今年以来，xx市消费扶贫工作坚持“政府引导、市场主导，社会参与、互利共赢”的原则，广泛动员社会力量参与扶贫工作。采取有效措施，扎实做好xx市农产品产销对接工作，鼓励引导社会各界消费来自贫困地区贫困群众的产品和服务，以消费促进贫困群众增收，促进精准脱贫，以更加有力的支持做好消费扶贫工作，全力打赢脱贫攻坚这场硬仗。

一、消费扶贫工作情况

（一）xx市结合地区实际，制定并印发了《xx市消费扶贫行动实施方案》。进一步明确工作任务，细化责任分工，坚持政府引导与市场机制相结合，鼓励支持各类市场主体积极参与消费扶贫，合法诚信经营扶贫产品实现合作共赢。截止目前，全市已完成认定扶贫产品xx家xx种产品，第二批扶贫产品认定工作正在有序推进。现已有x家企业在扶贫“xxx”平台上架扶贫产品、x家企业的产品正在等待“xxx”平台审核。同时，我们还鼓励工业企业、商贸企业、餐饮企业、社会团体等优先购买贫困户的农特产品。

（二）xx市消费扶贫销售情况。据统计，2024年x月至xx月，xx市认定xx家扶贫产品企业、合作社，销售额目前已达xxxx万元，其中平台销售万元。

二、开展消费扶贫月活动

结合xx市消费扶贫实际，制定并印发了《xx市消费扶贫月活动实施方案》，xx市扶贫办会同市财政、市供销社等相关部门，进一步强化扶贫产品认定工作，加强消费扶贫宣传发动印发了《xx市消费扶贫倡议书》，积极倡导全市各级各部门和社会各界参与消费扶贫工作。市财政、市扶贫办、市供销社共同印发了《进一步推进政府采购贫困地区农副产品工作实施方案》（xx财发〔xxxx〕xx号）文件，全力推进xx市消费扶贫工作。

xx月xx日，在全国第七个扶贫日来临之际，在xx市xx花园摆放展板、设立咨询台、发放资料等形式，向广大群众宣传各项扶贫政策、消费扶贫，让更多的群众了解扶贫工作，营造社会帮扶、全民参与的活动氛围。

（三）针对今年新冠肺炎疫情对贫困户农产品造成的卖难问题，积极联系推荐扶贫产品供应商，我们积极开辟扶贫产品“绿色通道”，广泛开展“买产品、献爱心、促脱贫”消费扶贫活动。根据《进一步推 当前隐藏内容免费查看进政府采购贫困地区农副产品工作实施方案》文件，市财政局、市扶贫办、市供销社等部门形成合力，共同开展扶贫xxx平台入驻及预算单位采购工作。在“xxx”平台（贫困地区农夫产品销售平台）上积极引导xx市各扶贫企业、合作社入驻。

三、三专一平台工作进展

消费扶贫专区方面。xx市本月计划开设x个消费扶贫专区，本月实际开设x个，累计开设x个。

四、上线运用云南省定点扶贫消费采购平台情况

为充分发挥定点扶贫单位消费市场作用，培育贫困村扶贫产业，带动建档立卡贫困户、边缘户持续增收。xx市及时成立工作专班，xx个贫困村及驻村单位都明确负责人，加大工作力度，切实把消费扶贫工作重心放在支持贫困村产品销售、确保贫困户受益、推动贫困地区产业发展上来，有效巩固脱贫成果。建立好村级供应点，千方百计组织好贫困群众生产优质农产品，保证按定单供货。促进贫困群众农产品生产与消费市场精准对接，生产供给数量、品种、时间与定点扶贫单位或个人需求有效衔接。

五、下一步工作打算

今年是脱贫攻坚全面收官之年，我们将认真贯彻落实省州消费扶贫工作要求，加大宣传力度，动员社会各界更多的参与到消费扶贫上来，针对消费扶贫实施过程中的难点和困难，积极完善三专一平台内容，进一步增强决战决胜脱贫攻坚的责任感、紧迫感和使命感，突出工作重点，强化工作措施，在消费扶贫等方面发挥职能作用，推动扶贫产品市场销售，助力脱贫攻坚，确保坚决打赢脱贫攻坚战。

**消费扶贫工作总结篇三**

为认真贯彻落实国务院、自治x、自治x扶贫部门关于开展好消费扶贫的相关通知要求，xx市扶贫办根据自身实际情况制定了《2024年xx市消费扶贫行动实施计划》，用消费扶贫来创新推动社会扶贫，建立三项机制、运用四种模式、做到五个结合，扎实推进消费扶贫工作取得实效，现将近期工作小结如下。

一、消费扶贫进展情况

一是紧密结合援疆扶贫工作。1月初，由xx市发改委牵头，市商工局、人社局、教育局等多部门参与的xx援x工作座谈会召开，会上，xxxx工作队专门就2024年援x扶贫工作专题作了报告，计划由xx市政府以财政预算采购采购农副产品的形式帮扶贫困户创业增收。随即，召开xx市电子商务进农村综合示范工程推进工作会议，借力援x资金发展农村电子商务网点3个，帮助贫困户销售农副产品增收xx万余元。

二是加强定点帮扶扶贫工作。全市定点帮扶行业部门单位11x个，定点扶贫村队11x个，帮扶干部下沉村队帮助销售贫困户农副产品、牲畜等xx万余元，捐助发展生产帮扶物资达xx万余元；利用元旦、春节等重大节日契机，挖掘假日经济潜能，带动农贸消费市场，帮助我爱xx超市、x和xx超市等商贸企业对接贫困农户+合作社+超市的模式，加快推进贫困农户鸡蛋、蔬菜、牛奶等农产品直入市场，扩大扶贫车间饼干、糕点、囊等产品入货渠道，缩短中间环节，提升盈利空间，1月-2月实现扶贫车间、合作社、贫困户新增销售收入近50万元。

三是打通线上线下销售渠道。制定印发《xx市推进电子商务进农村综合示范工程工作方案》和《xx市电子商务进农村培训工作方案》，方案明确xx市电子商务进农村工作主要目标、主要任务、保障措施等，已经完成xx镇、xx乡、xx镇电子商务集中培训工作，累计培训xx人次，开展消费(电商)扶贫购买贫困户农产品累计金额达xx万余元。

二、存在的问题

受新冠疫情影响，援x帮扶资金及消费扶贫项目工作进行缓慢。

三、下一步计划

一是抓好电子商务进农村工作。加快xx镇电子商务服务中心建设，xxxx村电商服务站点建设，引导贫困农户创业型、能人大户引领型、等多种建设模式，完善电商扶贫示范网店与建档立卡贫困户利益联结机制，重点为建档立卡贫困户提供代购、代卖、代办等业务，形成一店带多户、一店带一村的网店扶贫模式。

二是扩大农副产品销售渠道。积极联系工业企业、商贸企业、物流园食堂，为扶贫大棚蔬菜的销售寻找销路，重点用好政府集中采购的方式助力贫困户增收。

**消费扶贫工作总结篇四**

我县消费扶贫工作坚持“政府引导，市场主导，社会参与，互利共赢”的原则，结合自身实际情况，积极探索和大力推进消费扶贫，广泛动员社会各界力量参与消费扶贫工作，努力调动贫困人口依靠自身努力实现稳定增收的积极性。现将2024年消费扶贫工作开展情况

总结

如下。

一、主要工作开展情况

（一）积极推进专柜、专馆、专区建设

与茶叶旗舰店、联华超市、紫茵超市等优势企业合作，建立消费扶贫线下专区7个；

在天顺商混、生力泰医药、海诺尔、经开区管委会分别设立扶贫产品售卖专柜。

(二）扎实推进电子商务工作，拓宽扶贫产品销售渠道

1.协助组织薯业、葡萄、茶叶参加“阿里巴巴市特色农产品直采对接会”，推荐扶贫农特产品，薯业已与阿里巴巴盒马鲜生签订采购协议、葡萄正在积极对接入驻事宜。

2.新媒体直播销售，县委书记在直播间为葡萄打call，副书记走进直播间为直播带货、副县长为柠檬带货活动，成功开启抗“疫”助农新模式，打通农产品创新销售渠道，助力农产品销售。

3.县政府副县长彭强牵头，与县农业局组织10余家直采基地，同阿里巴巴、城数企业召开关于数字农业与数字县域沟通座谈会，推荐扶贫农特产品。

4.参与组织网上销售柠檬，和村集体经济公司达成合作协议，采购10吨流米李线上销售。

（三）积极开展“三大活动”

1.组织企业参加理工大学农产品精准扶贫展销“爱心助农、成理先行”，20余家企业积极参加活动，活动现场，土鸡、粉条、板鸭等农特产品深受消费者喜欢。

2.组织农特产品企业参加省直部门定点扶贫展，县内茶叶、粉条、面条、板鸭等10余农特产品参加展销，现场销售情况火爆，产品深受欢迎，并有相关企业单位签约定点采购订单。

3.2024年“庆丰收，迎小康--品特色，享悠然生活”“中国农民丰收节”上古.里电商直播村首届直播节，活动现场扶贫农产品企业、专业合作社及贫困户生产的瓜果蔬菜、畜禽肉蛋、五谷杂粮等农特产品参加展销。

4.组织8家农特产品企业到广州参加“金秋购物助脱贫--扶贫产品销售周”展销，展销现场粉条、面条、大头菜等农特产品销售一空。

5.开展了2024年豆腐美食文化节，活动现场有扶贫展销、豆腐文化展、文艺表演等，在广场上，多种名优特产柚子、板鸭、各类豆腐制品等特产参加扶贫展销活动。

6.开展了第四届嘉乐镇渔舟黄桃推广节，扩大了“渔舟黄桃”品牌知名度，同时推动了乡村旅游的发展。

7.开展五一、十一车展，加快了汽车消费市场的全面复苏，改变了汽车销售消费受疫情影响的现状。

二、存在的问题

（一）受新冠疫情的影响，今年我县的川货出川、万企出国门活动受到一定影响。

（二）我县农特产品品种丰富但品牌不够响亮、地标性产品较少，对外的影响力较小。

（三）企业还是传统销售模式营销，思想守旧，不敢尝试新的营销方式。

三、

下一步工作计划

(一）加大消费扶贫宣传力度，形成良好的社会氛围

继续加大扶贫产品宣传营销力度，充分利用主要商业网站、微信、抖音、短视频等新媒体平台，展示、宣传、销售扶贫产品，拓宽扶贫产品宣传和销售渠道，形成人人参与的良好社会氛围。

（二）继续开展“三大活动”，着力做好产销对接

组织企业参加展会，开拓国内市场，提升产品知名度，为我县消费扶贫工作做好展销宣传。

经信局扶贫工作汇报

经信局工作总结

经信局办公室工作总结

经信局工作总结2024年

**消费扶贫工作总结篇五**

乡镇消费扶贫开展情况、存在困难问题及建议xx镇结合自身实际情况积极探索大力实施消费扶贫，有利于动员社会各界扩大贫困地区产品和服务消费，调动贫困人口依靠自身努力实现脱贫致富的积极性，促进贫困人口稳定脱贫和贫困地区产业持续发展。

1、辣椒特色种植方面，xx镇西北部是重要的辣椒种植基地，村民多发展辣椒种植，镇党委、政府的号召下，确定以辣椒种植为主导产业，大力发展辣椒种植，在原来种植的基础上大力鼓励贫困户参与辣椒种植，鼓励原来的种植户优先吸纳贫困户就业的同时，帮助贫困户租赁土地、技术指导等实现辣椒种植创业。

依托种植的发展，辣椒的后续加工企业、合作社也不断发展。

其中以xx有限公司和xx专业合作社为代表保护价收购椒农种植的辣椒，深加工后销往全国各地，椒农种植的辣椒不愁销路，又卖得上好价钱，椒农种植辣椒的积极性逐年增高，有效的促进贫困户脱离致富。

2、莲藕特色种植方面，xx镇东南部水域广袤，是重要的莲藕种植基地，xx镇党委、政府深入研究，结合自身实际，将扶贫工作和土地流转、莲藕种植有机结合，落脚于产业带动，借助产业优势，以产业带动扶贫，以扶贫扩大产业规模，提升产业发展，进一步创新扶贫载体，增强扶贫“造血”功能，通过为贫困户租赁土地、培训技术、免费提供良种、帮助协调资金、帮助寻找销路、成立专业合作社等方式，鼓励广大贫困户种植莲藕。

在镇党委、政府的鼓励和带动下，莲藕种植的从业人员已由原来的\*\*余人，发展到目前的\*\*余人。

党委、政府积极动员规模较大的种植户成立专业合作社，吸纳贫困户就业，扩大销路，大力发展产销一体模式。

3、木制品加工方面，经过多年的发展，xx镇木材加工业逐步趋向集中，形成了相对集聚、特色鲜明的区域经济，主要分布在许单路两侧的xx、xx、xx等镇驻地周边的村居，形成了木制品加工的产业带，其中规模以上企业xx家。

一些优势龙头企业得到发展壮大，涌现出xx、xx等一批产品档次较高、规模较大的龙头企业。

目前，我镇现有市级木材加工龙头企业x家，县级xx家。

木材产业已初具规模，形成了以人造板、特色家具和木竹工艺品等为主的木材制品加工体系，产生了规模效应和辐射带动作用。

4、旅游方面，xx县省级湿地公园景区，东距县城xx公里，西自xx村，东止xx村，长约xx公里。

依托现有的xx万亩水面，xx万亩荷塘，xx万亩的稻田、xx万亩的森林、xx万亩的湿地芦苇，太行大堤等，以大堤、森林、水面、湿地、芦苇、稻田、荷塘、村社农家为特色，进行水体综合景观的设计，开展赏荷、划船、钓鱼等水上休闲活动，打造旅游品牌，xx东南部湿地景观区，主要依托大面积水稻田，打造“万亩稻田”景观、利用大面积荷塘，营造“万亩荷塘”景观。

1、特色种植缺乏龙头企业带动，未能形成优势品牌。在发展中缺乏具有特别优势的龙头企业带动，个人小型合作社较多，不能合作开拓市场，市场销路不能完全打开，莲藕销售多以直接销售为主，出售价格较低，没有形成深加工产业链。

2、小农意识犹存。

尽管农户在特色产业发展中热情高涨，几乎是在模仿中促进传统农业向现代农业转型，但是农民的科技素质、小农意识很难在短期内突破，在土地流转、组织化程度、规模化经营、科技应用、品牌质量等方面认识还不到位，眼前利益、自我利益等小农意识犹存。

3、旅游业发展缺乏专门规划。

虽然xx镇万亩荷塘风景区被xx局批准为“xx级湿地公园”，但是一直没有大规模的具体规划进行实施，很多景点、设施没有开发，不能被完全利用。

1、积极培育龙头企业，发展优势品牌。选择发展较好的企业进行重点扶持，引进较好的相关深加工企业，积极打造特色品牌，扩展销路。

2、加强宣传，提高农户思想。做好宣传工作，让农户对产业的发展有比较深入的理解，提高农户对产业转型的认识。

3、加强旅游发展规划。积极与上级部门沟通联系，申请专项资金，请专业团队进行规划建设。

扶贫工作总结简短

5年消费扶贫工作总结

**消费扶贫工作总结篇六**

同志们:

2024是全面建成小康社会和十三五规划收官之年，也是脱贫攻坚冲刺收官、决战决胜之年，工作重点已经转移到巩固脱贫攻坚成果、提升脱贫攻坚质量上来。今天，我们召开消费扶贫工作推进会，目的就是动员各级各部门和社会各界深入开展消费扶贫工作，用消费扶贫的手段巩固脱贫攻坚成果、提升脱贫攻坚质量。

一、肯定成绩，着眼全局，切实把消费扶贫工作摆到提升脱贫攻坚质量上的重要位置来抓

消费扶贫是社会各界通过消费来自贫困地区和贫困人口的产品与服务，帮助贫困人口增收脱贫的一种扶贫方式，是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。习近平总书记多次指出要坚持专项扶贫、行业扶贫、社会扶贫等多方力量、多种举措有机结合互为支撑的三位一体大扶贫格局。深入开展消费扶贫，是党中央着眼全面打赢脱贫攻坚战作出的重大决策部署，有利于动员社会各界扩大贫困地区产品和服务消费，有利于促进贫困人口稳定脱贫和贫困地区产业持续发展，满足城市居民需求升级和帮助贫困群众持续增收，不断促进我市经济健康发展，优化我市产业结构，构建社会扶贫长效机制。

2024年1月份，国务院办公厅印发了《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见》；2024年5月份，省脱贫攻坚领导小组下印发了《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的实施方案》，我市也制定印发《商丘市开展消费扶贫助力打赢精准脱贫攻坚战实施方案》。《指导意见》和《实施方案》实施以来，全市各级各有关部门坚持把消费扶贫作为助力脱贫攻坚的重要举措，高度重视、迅速行动，加强领导、压实责任，推动消费扶贫工作顺利开展。在在2024年，我市编制《商丘市消费扶贫产品服务指南（第一期）》，先后召开第一书记消费扶贫产品展销会（郑州）、爱心消费扶贫展销会等多次消费扶贫产品产销对接会，签约消费扶贫产品金额达到3773.5万元。春节前，市总工会、市发改委和市邮政公司举办的在工会活动中开展爱心消费扶贫活动，全市有50多个单位、企业购买了消费扶贫农产品，实现销售扶贫产品金额达418.55万元。通过这些举措，有力的推进了全市贫困县产品服务与市场对接，通过消费帮助贫困群众增收脱贫，激发内生动力，助力脱贫攻坚，也更好地为企业搭建宣传、购销和经验交流平台，使企业获得更大发展空间，进一步发挥其扶贫增收作用。同时，在疫情期间，不等不靠，主动出击，在2月20日就出台《关于在疫情期间推进消费扶贫工作的通知》，在2月26日召开消费扶贫协调推进会，在3月4日市政府召开新闻发布会推介滞销扶贫产品、在3月12日出台《商丘市关于开展消费扶贫助力打赢精准脱贫攻坚战实施意见》，为做好疫情防控期间和2024年全年的消费扶贫工作提供了坚强的政策保障。通过采取及早摸清底数、机关带头消费、多种模式宣传、网络平台促销、社会合力购买等多种方式，累计销售水果类2600吨、蔬菜类650吨、禽类11万只、蛋类115吨、食品类1300吨，折合人民币8522万元，促进了绝大部分滞销农副产品销售，解除了农民后顾之忧。同时，商丘市认定全国消费扶贫系统产品共1211个，居全省第二名（3月26日省通报数据），互联网+战疫情促销费助脱贫活动上报供应商1044个，产品1416个，组织采购商202家，采购量3180.2吨，居全省前列。

在肯定成绩的同时，也要清醒地看到，我市消费扶贫工作中还存在一些问题和不足，与市委、市政府要求相比，与贫困县、贫困群众的需求相比还有一定差距。主要表现在：一是思想认识有偏差。个别地方和部门对深入开展消费扶贫的重要性、紧迫性认识不足，思想观念还停留在以往的要资金、搞项目上，甚至认为消费扶贫是脱贫攻坚的附带措施、可有可无，工作中重视不够、谋划不够、投入不够，工作导向不清晰。二是工作措施不精准。个别地方和部门尽管出台了实施方案或工作细化方案，但对消费扶贫缺乏深入系统研究，对制约消费扶贫的痛点、难点和堵点情况不清、原因不明、办法不多，开展消费扶贫工作缺乏针对性和有效性，没有抓到点子上、抓到要害处。三是工作开展不均衡。有的市直部门开展消费扶贫工作行动快、力度大、效果好，也有一些部门工作开展相对滞后、进展不大，个别部门甚至至今还没有破题。对此，我们要高度重视，在下步工作中认真研究解决。

二、多措并举，深入推进，持续推动消费扶贫工作取得扎实成效

做好我市下步消费扶贫工作，要坚持政府引导、社会参与、市场运作、创新机制，着力激发全社会参与消费扶贫的积极性，着力拓宽贫困地区农产品销售渠道，着力提升贫困地区农产品供应水平和质量，着力推动贫困地区休闲农业和乡村旅游加快发展，在生产、流通、消费各环节打通制约消费扶贫的痛点、难点和堵点，推动贫困地区产品和服务融入全国大市场。促进贫困群众增收，为打赢打好脱贫攻坚战、在中原更加出彩中奋力谱写浓墨重彩的商丘篇章作出积极贡献。

一是积极动员社会力量。动员社会力量通过消费来自贫困地区和贫困群众的产品和服务，带动贫困地区传统产业转型升级和新型产业培育发展，进而帮助贫困人口稳定增收脱贫，是提升脱贫攻坚质量的有效渠道和有力抓手。机关事业单位要带头参与。积极推进贫困地区农产品和服务进入各级党政机关、国有企事业单位、金融机构、学校、医院和军营，鼓励引导党政军机关、企事业单位、高校的食堂、餐厅等选用贫困地区农产品、畜产品，推进双方建立长期定向采购合作机制，开辟绿色通道；引导干部职工自发购买贫困地区产品；建立劳务精准对接机制。定点帮扶单位要深入开展。动员组织包村帮扶单位、驻村工作队、第一书记、结对帮扶干部发挥思路宽、交际广、渠道多的优势，为帮扶对象产品进行代言，鼓励干部职工优先购买被帮扶村的农产品和服务，拓宽销售渠道。社会各界力量要积极动员。通过平台搭建、金融支持、舆论宣传等手段，发挥好政府有形之手的桥梁纽带作用，有力引导社会各方力量参与扶贫事业。广泛动员各级各类行业协会、商会、慈善机构，通过百企帮百村精准扶贫行动，采取以购代捐以买代捐等方式，带动爱心企业、爱心人士等社会力量参与消费扶贫。载体平台要发挥作用。依托中国农民丰收节商丘食品博览会10˙17全国扶贫日等节庆展会，针对贫困地区策划相关活动，发出倡议，推动参与消费扶贫各类主体的需求与贫困地区特色产品供给信息精准对接，大力推广乡村特色美食和美景。

二是积极拓宽销售渠道。目前，我市各县（市、区）都有自己有特色的扶贫产品，但贫困群众缺乏销售渠道；同时，有很多消费者想购买有特色的的农产品，但面临高价、品质无法保障等问题。解决这一问题，需要我们各级各部门加强沟通，创新举措，拓宽贫困地区农产品销售渠道。龙头企业带销。发挥农业产业化龙头企业、农产品加工骨干企业、农民专业合作社对贫困户的辐射带动作用，由大型企业对每家每户贫困家庭的产品进行收集、分级、包装、检测、品牌设计、商标注册，通过企业自身营销渠道实现农产品、畜产品与市场需求方的精准对接，实现农产品保值增值。进一步完善企业与贫困户的利益联结机制，规范销售利润分成比例，维护双方权益，形成长期合作关系，实现互利共赢。商场超市直销。以打通供应链条为主要目标，广泛开展买产品、献爱心、促脱贫消费扶贫活动，在超市商场、农产品批发市场、农贸市场、车站等经营场所和公共场所醒目位置，开设扶贫产品公益专区、专柜，方便消费者随时随地为贫困地区贫困群众献爱心。鼓励大型超市、农产品批发市场等企业，优先采购贫困地区农特产品并给予价格优惠，形成农产品从田间道餐桌的全链条联动。电商扶贫营销。深化电商进农村综合示范创建，支持发展电商+龙头企业（合作社）+农户的直采直销模式，通过线上大力发展农村电商，线下开展形式多样的农产品产销对接等途径，拓宽农产品销售渠道。优化农村物流配送体系，巩固乡村电商服务网点惠农助农作用，畅通优质农产品上行、工业品下行通道。旅游带动促销。引导贫困地区特色产品进景区、进宾馆、进饭店，在各大旅游景点设立扶贫特色产品专区，打造具有区域特色的农畜产品、手工艺品等旅游产品品牌，进行宣传和推介。在乡村旅游扶贫示范村设立扶贫产品购买点，打造农业观光+旅游购物等扶贫产业链，构建游、够、娱、吃、住、行一体化旅游格局，实现旅游扶贫与消费扶贫的高度融合。

三是加快提升农产品供给质量。贫困地区大部分都是以传统农业生产为主，农产品丰富，且品质较好。要始终坚持在农业供给侧上下功夫，围绕培育贫困村特色优势产业，大力加强质量标准化和信用体系建设，着力提升供应水平和质量，重点打造区域特色农产品品牌，提高适应能力和竞争水平。打造特色农产品品牌。通过组建农民专业合作社、种养协会等方式，加强全程技术指导，引导贫困地区开展标准化生产示范，打造贫困地区区域性特色农产品品牌，加快建设无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志三品一标示范基地，并利用各类媒体加大品牌展示和宣传推介。构建农产品质量体系。积极宣传标准化理念、推广标准技术和管理方法，统一完善标准评价体系，鼓励和引导各类农业经营主体开展标准化生产。要打好绿色牌、有机牌和安全牌，推行农产品的绿色种植、养殖环境的生态无公害，加工环节的卫生无添加，引导有条件的企业、农民专业合作社开展三品一标认证，提高农产品生产标准化覆盖，确保农产品质量安全。加强农产品质量监管。要持续提升贫困村农产品质量安全监管能力，进一步完善农产品质量安全检测制度，加强农产品质量安全追溯平台建设，构建完善全链条农产品质量安全追溯体系，保障农产品质量安全。

三、加强领导，压实责任，为深入开展消费扶贫工作提供有力保障

消费扶贫涉及生产、加工、流通、销售等各个环节，是一个复杂的系统工程。各级各有关部门要加强领导、周密部署，统筹各方力量，形成工作合力，确保各项政策落到实处。

（一）加强领导，完善机制。市发改委要发挥好牵头部门作用，加强工作统筹协调，建立工作台账，及时跟踪进展，推动工作落实，协调解决工作推进中的问题。市直有关单位切实履行相关责任，精准聚焦问题，细化方案措施，加强对消费扶贫工作的落地落实。各县（市、区）要积极落实脱贫攻坚主体责任，成立以副书记为组长的消费扶贫工作领导小组，参照市里的做法，结合各自实际，拿出具体举措，把消费扶贫纳入扶贫工作总体布局，推进消费扶贫工作高质量发展。

（二）压实责任，严格督查。省已经明确把消费扶贫工作纳入脱贫攻坚成效考核，并且对消费扶贫工作进行每月通报排名，请相关责任单位切实履行责任，进一步提升工作水平，不能拖全市消费扶贫工作的后腿。同时，市脱贫攻坚领导小组把消费扶贫工作纳入专项督查和脱贫攻坚成效考核，重点就活动开展、利益联结、带动效益、减贫成效等情况进行督查，跟踪问效、确保实效。对工作开展好的有关单位和县（市、区）进行通报表扬，对工作进展慢、开展成效差的相关单位和县（市、区）进行通报批评、约谈。

（三）大力宣传，加强引导。充分利用报纸、电视、新媒体，通过各种平台，开展消费扶贫宣传工作，推广贫困地区的产品和服务，针对贫困地区策划宣传推介、产品展销等活动，大力宣传报道消费扶贫工作中涌现的先进企业、社会组织好个人，营造社会各界关心、支持消费扶贫工作的良好氛围。要及时总结先进经验，发挥示范带动作用，推动消费扶贫工作深入开展。

**消费扶贫工作总结篇七**

篇一

为认真贯彻落实国务院、自治 x、自治 x 扶贫部门关于开展好消费扶贫的相关通知要求，xx 市扶贫办根据自身实际情况制定了《xxxx年 xx 市消费扶贫行动实施计划》，用消费扶贫来创新推动社会扶贫，建立“三项机制”、运用“四种模式”、做到“五个结合”，扎实推进消费扶贫工作取得实效，现将近期工作小结如下。

一、消费扶贫进展情况 一是紧密结合援疆扶贫工作。x 月初，由 xx 市发改委牵头，市商工局、人社局、教育局等多部门参与的\_援 x 工作座谈会召开，会上，xx 工作队专门就 xxxx 年援 x 扶贫工作专题作了报告，计划由 xx市政府以财政预算采购采购农副产品的形式帮扶贫困户创业增收。随即，召开 xx 市电子商务进农村综合示范工程推进工作会议，借力援x 资金发展农村电子商务网点 3 个，帮助贫困户销售农副产品增收 xx万余元。

二是加强定点帮扶扶贫工作。全市定点帮扶行业部门单位 11x 个，定点扶贫村队 11x 个，帮扶干部下沉村队帮助销售贫困户农副产品、牲畜等 xx 万余元，捐助发展生产帮扶物资达 xx 万余元;利用元旦、春节等重大节日契机，挖掘假日经济潜能，带动农贸消费市场，帮助我爱 xx 超市、x 和 xx 超市等商贸企业对接贫困农户+合作社+超市的模式，加快推进贫困农户鸡蛋、蔬菜、牛奶等农产品直入市场，扩大扶贫车间饼干、糕点、囊等产品入货渠道，缩短中间环节，提升盈利空间，1 月-2 月实现扶贫车间、合作社、贫困户新增销售收入近50万元。

三是打通线上线下销售渠道。制定印发《xx 市推进电子商务进农村综合示范工程工作方案》和《xx 市电子商务进农村培训工作方案》，方案明确 xx 市电子商务进农村工作主要目标、主要任务、保障措施等，已经完成 xx 镇、xx 乡、xx 镇电子商务集中培训工作，累计培训 xxx 人次，开展消费(电商)扶贫购买贫困户农产品累计金额达xx 万余元。

二、存在的问题 受新冠疫情影响，援 x 帮扶资金及消费扶贫项目工作进行缓慢。

成“一店带多户”、“一店带一村”的网店扶贫模式。

二是扩大农副产品销售渠道。积极联系工业企业、商贸企业、物流园食堂，为扶贫大棚蔬菜的销售寻找销路，重点用好政府集中采购的方式助力贫困户增收。

篇二

消费扶贫是社会各界通过消费来自贫困地区和贫困人口的产品与服务，帮助贫困人口增收脱贫的一种扶贫方式，是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。大力实施消费扶贫，有利于动员社会各界扩大贫困地区产品和服务消费，助力贫困地区打赢脱贫攻坚战。但也存在以下几个问题：

一、对消费扶贫知晓率低，存在强制消费现象 国务院扶贫办 xxxx 年就提出了消费扶贫的理念，但从目前我县的情况看，消费扶贫的理念还主要限于扶贫体系内，尚未形成广泛的社会影响，导致扶贫产品的销售量不是很好，个别乡镇为了打开扶贫产业的销售渠道就变相出台了一些强制消费扶贫产品的措施。

建议：要加强宣传推介消费扶贫，组织各类媒体通过新闻报道、公益广告等多种方式，广泛宣传扶贫产业推介农产品品牌。扩大宣传面，提高大众对消费扶贫的知晓率。同时坚持自愿原则，引导社会各方力量发挥主动性，积极参与到消费扶贫这个“大家庭”中来，壮大参与消费扶贫的“朋友圈”，营造人人皆愿为、人人皆可为、人人皆能为的良好氛围。

二、目前市场上多数扶贫产品不符合要求 建议：消费扶贫一是必须要优质特色农产品，要让消费者自觉自愿的喜欢、接受那些适销对路的农副产品，把好质量关，让消费者吃的安全放心，拒绝以次充好，避免影响消费者对消费扶贫的兴趣。因此，应该着力打造特色农产品品牌，着力提升贫困地区农产品供应水平和质量，在提升农产品品质、规模化组织化程度、品牌塑造能力等方面着重发力。

三、存在打着爱心消费旗号推销扶贫产品 建议：市场监管部门和信用监管部门加强对贫困地区农产品生产、加工、流通企业和相关合作社的信用监管，“精准识别”贫困地区的营销需求，要鼓励贫困地区建立基于统一编码标识体系的追溯体系，避免消费者被打着爱心消费旗号推销扶贫产品营销手段“误伤”。

篇三

开展精准脱贫攻坚以来，市委、市政府在全省创造性提出“政府+市场主体+银行+保险+贫困户”的产业精准扶贫模式，探索出了一条具有黄冈特色的“稳、准、新”产业精准扶贫路子。市政协围绕市委、市政府关于产业精准扶贫的决策部署，由主席会议成员带队，分五个组深入各县市区调研。现将调研情景报告如下：

一、“五位一体”产业精准扶贫格局全面构成 各县市区按照市委、市政府统一部署，加强政策引导，搞好办点示范，狠抓检查督办，深入推进“五位一体”产业精准扶贫，取得了初步成效。

一是精选了一批市场主体。目前全市参与精准扶贫的市场主体共4392 个，涵盖特色种养、农副产品加工、旅游、电商、光伏等产业，经过联户带动、入股分工、托管代养等方式，意向带动 130766 户、363867 名贫困人口增收脱贫。如黄梅县 16 个乡镇，围绕油茶、蓝莓、稻虾连作、苗木、蔬菜等产业建立了 50 余个现代农业基地，带动 60%以上贫困户、98%以上贫困村增收脱贫。红安县八里湾镇金碧源生态农业科技园，计划投资 3。5 亿元，流转田地 7500 亩，打造生态休闲、养殖加工、科普观光为一体的生态农业科技园，已建成小龙虾精养池102 个，面积 1100 亩，投放虾苗 6 万斤，与 58 户贫困户 150 人签订合作协议，每户每年保底分红 3000 元。

二是探索了一批扶贫路径。各县市区因地制宜、因业施策，抓好产业扶贫路径设计，每一个产业都有一套精准“施工方案”和“作战路线图”。如罗田县实施黑山羊产业精准扶贫“33111”工程，利用3 年时间，向养羊贫困户供给 3 万元贴息贷款和 1 万元扶贫资金，支持 1 万个贫困户，户均年收入过 1 万元;罗田贺根农业科技有限公司与 270 个贫困户签订扶贫协议，政府按每户 2 万元标准给贺根公司540 万元贴息贷款，每户脱贫按 5000 元标准奖励贺根公司，贺根公司向每个贫困户无偿供给 3 头肉牛和兽医、技术服务，肉牛增重部分由公司、农户按 2：8 的比例分成，据测算每户贫困户每年可稳定获得 5000 元左右的收益;麻城市按照产业、资金、区域、对象、时限“五个精准”，分别为养殖业、蔬菜产业、中药材产业、林特产业定制脱贫“1111”、“1151”、“1148”、“1138”工程。各地还经过光伏领航、园区辐射、合作带动、旅游联动、电商激活等办法，采取“龙头企业+贫困户”、“专业大户+贫困户”、“农民专业合作社+贫困户”、“家庭农场+贫困户”、“农村电商平台+贫困户”的帮扶联接模式，构成产业精准扶贫的大合唱。

抵押担保融资，同时设立产业发展担保基金，经过 1：7 至 1：10 的比例放大吸引金融资金。xxxx 年以来，全市农商行已为 4329 个贫困户发放 5。09 亿元扶贫小额信贷。

四是促进了贫困户稳定脱贫。贫困户经过入股、打工、租种、领养等多种途径在产业精准扶贫中增收，预计平均年收益在 6000 元左右。如发展光伏产业，建设 3—5 千瓦光伏电站，每年就能实现不低于 3000 元的稳定收益。黄梅县停前镇龙成生态农林综合开发有限公司，采取“流转土地得租金、农民务工得薪金、承包管理得酬金、超产分成得资金、订单预购得订金”的办法，调动了农民的进取性，已流转荒山 2。35 万亩，贫困户仅从土地流转和劳务薪金两项中就可增收 1160 元。

二、存在的问题(一)政府层面：一是资金整合难。尽管政府出台了关于贫困县资金整合的[xxxx]63 号文件，但缺乏具体操作办法，资金使用范围仍受多种因素制约，县级顾虑较多，资金整合的路径还不清晰、阻力仍然很大。以罗田县为例，初步测算，该县落实三年脱贫计划需整合资金 40 亿元，xxxx 年需整合 17。76 亿元，但可供统筹的资金规模仅有 4—5 亿元。二是政策落地难。有的地方政策设计“很丰满”，但具体操作“很骨感”。市场主体的逐利性和贫困户的脆弱性，决定双方均怕担风险，有的地方在政策设计上实际将风险全部交给贫困户一方。比如有的地方以贫困户名义贴息贷款，贴息贷款交给市场主体，市场主体再帮忙贫困户发展产业，这样导致贫困户怕担风险而无贷款意愿，金融机构怕担风险而不敢向贫困户直接融资。有的地方政策落实“雷声大、雨点小”，贴息贷款和具体操作办法还难以落地。三是市场主体与贫困户的对接难。一方面有的企业带着产业和市场，找不到土地和劳动力，另一方面贫困户拥有劳动力和土地资源，却找不到市场和适宜的产业门路，两者之间“窗户纸”没有捅破，“寻锅补的”与“要补锅”的无法链接。

(二)市场主体层面：一是一些市场主体带动本事不强。据初步统计，参与种养业精准扶贫的市场主体注册资金过千万元的不足 10%。以英山县为例，参与扶贫的市场主体 97 个，其中省、市级龙头企业仅有 33 个，大多是规模以下企业。各地扶贫产业存在同质化、低端化问题，带动本事较弱。二是少数市场主体动机不纯。少数市场主体在没有享受优惠政策的情景下，对贫困户大多开的是空头支票;有的套取了优惠政策后，给农民的苗种以次充好;有的拿到贴息贷款，对贫困户的分红实际上是财政的贴息，没有真正让贫困户得利。三是一些市场主体投身扶贫的进取性不高。一些市场主体在扶贫的过程中怕麻烦，怕担职责，担心拿了贴息贷款后，要承担包保职责，贫困户不脱贫就脱不了干系。

障金不足，象蕲春按照 1：7 的比例供给扶贫贷款，浠水按照 1：10的比例供给扶贫贷款，尽管放大系数已经很大，但由于风险保证金没有上级专项支持，全靠县本级财政筹措，远远满足不了产业扶贫的需求。在这种情景下，银行经过提高门槛来降低风险，比如要求贷款人年龄要在 60 岁以下等。以黄梅县为例，目前能够供给有效抵押物、真正享受小额扶贫贷款到位的市场主体不足 20%。麻城市扶贫小额贷款工作在全市名列前茅，但该市农商行授信金额 4。65 亿，目前已发放贷款 9648 万元，不到授信金额的 20%。

(四)保险层面：保险机构对于“投入大，见效慢，利润薄”的三农保险工作进取性低，产品保障额度过低，保险职责过窄，经济补偿作用不明显，保险品种不多。如在特色种植业、种养业中，此刻仅有能繁母猪、能繁母牛、奶牛等少量有政策支持的保险品种。保险理赔程序复杂，保险公司、农户对保险合同的解释各说各话，理赔困难。

户产生了“越穷越实惠、越穷越光荣”的扭曲心理，存在着一种比物质贫困更严重、更难治愈的“志气贫困”。

三、几点提议(一)进一步深化对产业精准扶贫的认识。产业精准扶贫是解决生存和发展的根本手段，也是拔掉“穷根”、实现稳定脱贫的必由之路，其带动贫困人口数量多，脱贫效果好，经济贡献大，在脱贫攻坚战中居于主导地位。各地要动员社会各界参与到产业精准扶贫中来，坚持市场导向、政府引导、因户择业、依法自愿、县级实施的思路，认真贯彻落实市委《关于推进产业精准扶贫的实施意见》，确保产业精准扶贫取得实实在在的效果。

与扶贫的龙头企业、家庭农场主和专业合作社进行信用评估和扶贫效益评估，建立黑红名单，加大失信成本，保障贫困户利益不受损害。对假借扶贫之名，行坑农害农之实的不良商家，一经发现，要严厉打击。

(三)大力突破金融保险瓶颈。金融机构要针对扶贫贷款的特点，改革完善相适应的管理体制和考核办法，降低贷款门槛，实行特事特办、快审快批，加大无担保、免抵押、全贴息贷款力度。建立风险基金补偿机制，灵活运用特许经营项目收益权、团体土地承包经营权、团体资产收益权等为担保设计信贷新产品。加强基层金融服务，整合网格、银行机构、保险公司、担保公司等多方资源，在全市所有贫困乡镇中建立金融服务工作室。要优化贴息贷款发放方式，提议将政府贴息贷款直接发放给参与精准扶贫的市场主体，改变农户无承担风险本事不愿贷、市场主体有必须承担风险本事而不能贷的状况。要加强对受灾的市场主体的金融扶持，增加授信额度，落实恢复重建资金，帮忙市场主体度过难关。要认真落实中国保监会与国务院扶贫办联合发布的《关于做好保险业助推脱贫攻坚工作的意见》，在普惠政策基础上，经过提高保障水平、降低保险费率、优化理赔条件和实施差异化监管等方式，突出对建档立卡贫困户的特惠政策和特惠措施，为建档立卡贫困人口供给优质便捷的保险服务，增强贫困人口抗风险本事，构筑贫困地区产业发展风险防范屏障。

(四)着力推进基础设施建设。认真贯彻落实市委四届十五次全会

精神，按照“一抗四保”要求，抢抓灾后重建机遇，加快策划一批水利项目和水毁设施修复项目。进一步加大资金整合力度，集中农业、水利、扶贫、农业、移民等项目资金，逐步完善道路交通、电力、农田水利等基础设施，提高农业抗御自然灾害的本事，降低农业生产成本。加大对贫困山区农产品电子商务平台和物流体系建设的支持力度，打通农产品销售体系“最终一公里”。

(五)加强对产业精准扶贫的组织领导。一是要加强对产业精准扶贫工作的检查督办。重点督办重点贫困乡镇、村产业发展规划、产业项目、市场主体落实情景，督办相关部门和帮扶单位履职尽责情景，确保产业精准扶贫政策措施精准落地。二是树立一批产业精准扶贫的好典型。大张旗鼓地表彰有突出贡献的精准扶贫市场主体，经过互联网、广播、电视、报纸等大力宣传产业精准扶贫典型，推广参与精准扶贫市场主体的成功模式。注重在精准扶贫企业家中产生人大代表和政协委员，发挥其参政议政作用。三是发挥基层组织在产业精准扶贫中的重要作用。基层组织要在市场主体与贫困户对接中当好桥梁纽带，既要帮忙贫困户选准产业，打消他们的顾虑，增强他们的信心，维护他们的权益，又要协助市场主体与贫困户签订协议，向上争取政策扶持，帮忙落实贷款，还要在发生利益纠纷时当好矛盾的调解员。针对部分贫困群众存在的认识偏差和思想疑虑，基层组织要加大政策宣讲力度，有针对性地将各级党委、政府精准扶贫政策宣传到千家万户，经过政策宣传，引导贫困人口树立自力更生，自主创业的意识，祛除政策误解和“等靠要”的懒惰思想。

村扶贫工作队扶贫工作总结

自启动精准扶贫工作以来，在华林山镇党委、政府的坚强领导下，在镇扶贫工作站的精心指导下，李口村扶贫工作队对李口村村级脱贫责任组高度重视，创新机制，认真谋划，精心组织，精准扶贫工作有序开展，现将各项工作情况汇报如下：

一、村情概况

李口村位于华林山镇南部，下辖年尾、邹家、李源、坪上、李口、丁坊6个自然村，共11个村小组，现有农村人口1662人，全村共有党员47人，村“两委”班子共5人。该村共有贫困户20户，贫困总人口有43人，主要以单身老人、残疾、因病致贫和因病返贫者为主，目前脱贫户，有10户23人。全村耕地面积共有4343.12亩，以种植水稻、林木为主。

通过近期工作，根据贫困户认定识别标准，共入户识别20户43人，贫困户危房改造1户。

二、工作开展情况

精准扶贫建档立卡工作是确定贫困村和贫困户的基础，自成立村级扶贫工作队以来，严格按照省市镇相关文件精神，通过不漏一户、不漏一人的方式入户登记，全面获取了贫困对象的各项信息资料，并按照省扶贫开发办公室规定要求，建立村级纸质档案以及电子档案，为下步精准扶贫工作打下了坚实的基础，我们主要从以下几方面开展工作。

（一）强化保障，夯实基础，健全脱贫攻坚支撑体系

为确保脱贫攻坚工作稳步推进，切实加强组织领导，强化组织保障，严格责任落实，规范工作程序，营造良好氛围，调动和凝聚各方力量共同打好脱贫攻坚战。

一是建立组织机构保障。成立由丁小明任组长，驻村第一书记周卫华任副组长，扶贫工作队队员彭煜荃、胡双良，村委干部童建平、黄兰香、陈小林、丁松林为成员的村级脱贫责任组，明确每位成员的工作职责和具体分工，切实做到人人肩上有担子、人人身上有压力，同时建立健全以村支部为主阵地、村小组为主战场、贫困户为主攻点的工作网络。

二是建立运作程序保障。脱贫责任组全体成员吃住在村，深入基层，深入困难群众，建立完善《李口村贫困户结对帮扶情况一览表》、制定了《李口村建档立卡贫困村贫困户脱贫攻坚工作计划》等各类工作计划、台账，确保扶贫工作有力有序有效推进。

三是建立动员宣传保障。村级脱贫责任组成立以来，多次组织全体成员召开学习系列指示精神会议，切实提高对脱贫攻坚工作重要性、紧迫性、艰巨性的认识，进一步明晰工作思路和工作办法，先后召开李口村脱贫攻坚动员会、脱贫坚推进会、明确责任落实会、建档立卡回头看工作会、第一书记及村干部碰头会共计5次，充分调动党员干部扶贫工作积极性，书写固定标语5条，营造全社会关注扶贫、支持扶贫、参与扶贫的浓厚氛围。

（二）坚持标准，强化落实，精准识别贫困人口 脱贫攻坚贵在精准，成败在于精准，为打赢脱贫攻坚战，我们以精准扶贫为突破口，坚持因地制宜、因户而异、因人而异，在精准识别上下功夫，在精准分析上动脑筋，在精准帮扶上求实效，真正做到一户一本台账、一户一套帮扶措施，确保脱贫攻坚工作取得阶段性成果。

户一档”底子清、“一人一策” “一户多策”措施清、村支部书记心里清、帮扶责任清和脱贫轨迹清。

二是精准分析贫困原因。在摸清底数的基础上，详细统计贫困对象基本情况，收入构成，对政府的诉求等情况，分门别类的归纳梳理因病致贫、因残致贫、缺劳力致贫、缺技术致贫等四类致因，强化数据支撑。

三是精准制定脱贫措施。在充分尊重群众意愿的基础上，针对贫困原因，充分结合实际，因户、因人制定帮扶计划与帮扶措施。截止目前已制定完成20户43人的脱贫帮扶计划。

（三）多措并举，全力促进，千方百计为贫困户办实事 一是着力解决政策落实问题，扶贫工作队着眼于“十大”扶贫政策，针对贫困户的实际情况，逐项对照政策抓好政策落实。如帮助谢菊根、谌回春落实危房改造政策，帮助幸茂德、胡小荣、甘志强等落实医疗救助政策。确保了贫困户能够享受到的政策全部落实到位。

二是着力解决剩余劳动力问题，深入开展就业援助，充分安挥建筑陶瓷基地帮扶优势，主动联系辖区企业筛选出适合贫困劳动力就业的工作岗位，帮助符合岗位条件并有意愿到企业就业的贫困家庭劳动力与企业取得联系，促其上岗就业。帮助贫困对象不离乡土、在本区企业就近实现就业。

三是着力强化产业扶贫。扶贫工作队把引导贫困户发展产业脱贫作为脱贫攻坚的主攻方向，积极推进油茶、茶叶合作社产业扶贫工作的落实，目前已促成光伏产业公司与29户贫困户签订了光伏产业固定分红协议，为18户贫困户获得了每年2024元的固定分红收入。

下一步工作方向

根据扶贫工作要求，在完成前期精准识别、信息采集和档案资料完善工作后。下一步李口村扶贫工作队将把工作的重心转移到帮扶措施的落实上。

一是组建农业合作社。按照产业发展的要求成立一个产业发展专业合作社，将贫困人口纳入合作社产业发展的范畴，引导贫困户通过发展产业扶贫。

二是开展劳动就业服务。按照“解决一个就业、帮扶一户脱贫\"的工作思路，对有劳动能力的贫困人口，通过介绍到园区企业务工就业。

三是推进政策兜底扶贫。对无劳动能力，自身脱贫能力弱的贫困人口，按照政策要求，帮助申请低保或五保待遇，通过政策保障方式解决基本生活问题。

乡镇消费扶贫工作总结

2024年教育局消费扶贫工作总结

文化和旅游局消费扶贫工作总结

2024年司法局消费扶贫工作总结

应急管理局消费扶贫工作总结

**消费扶贫工作总结篇八**

20\*\*年是全面建成小康社会收官之年，也是脱贫攻坚决战决胜之年。为深入贯彻总书记关于扶贫的重要论述和决战决胜脱贫攻坚座谈会重要讲话精神，按照区发展和改革委员会《市区2024年消费扶贫工作实施方案》文件要求，助力打赢疫情防控和脱贫攻坚两场硬仗。现将工作开展情况总结如下：

一是支持鼓励机关干部带头参与消费扶贫。鼓励机关干部在同等条件下优先采购贫困村、贫困群众的产品，优先吸纳建档立卡贫困劳动力就业。截止目前，共采购本地鸡1.2万余元。

二是组织驻村第一书记、驻村工作队积极参与扶贫日、第一书记代言等活动，村多次进入直播间为扶贫产品代言。各村积极参与党员服务大集、松花石展销和江北社区大集的扶贫产品销售，为贫困户销售蜂蜜、咸菜、白酒。

三是激发贫困户内生动力。驻村工作队积极宣传扶贫政策，帮助贫困户研究庭院经济，设置就业岗位。目前9户贫困户，有3户符合条件的开展了养殖产业项目，为7人设立临时性公益岗位，为3人提供就业岗位。

四是完善基础设施。充分发挥地理位置资源优势，打造二五七岔路边花海，村油葵花盛开时吸引游客到地里拍照留念。为下步发展乡村旅游打下了良好的基础，解决了乡村旅游的“最后一公里”问题。

一是小农意识犹存。尽管贫困户在产业发展中热情高涨，但是农民的素质、小农意识很难在短期内突破，在土地流转、规模化经营等方面认识还不到位，眼前利益、自我利益等小农意识犹存。

二是旅游业发展缺乏专门规划。二五七岔环境虽然被保护的很好，但一直没有具体的规划进行实施，很多地点没有开发，不能被完全利用。

一是积极培育龙头企业，发展优势品牌。选择发展较好的企业进行重点扶持，引进较好的相关深加工企业，积极打造特色品牌，扩展销路。

二是加强宣传，提高贫困户思想。做好宣传工作，让贫困户对产业的发展有比较深入的理解，提高农户对产业转型的认识。

**消费扶贫工作总结篇九**

一、主要做法：

一是积极号召局系统党员干部职工主动购买对口帮扶贫困村的农副产品。组织局系统党员干部职工开展消费扶贫、你我同行主题党日活动。由驻村工作队提前做好需求统计和产品对接，广大干部职工购买贫困户家中的茶叶、竹笋、猕猴桃、猪肉、土鸡、鸡蛋等农副产品，累计消费xxxxx元。在去年xx月xx扶贫日，组织局系统单位购买贫困户茶叶x.x万元。

二是工会引导。号召局系统各单位采购工会会员节日福利物资时，优先选择帮扶村的农副产品。

三是食堂直供。倡导有自办食堂的下属单位，及有意愿的养老服务机构、社会组织与帮扶村建立稳定的农产品定向直供机制。

四是动员社会力量参与消费扶贫。印发《动员社会组织参与消费扶贫助推脱贫攻坚工作方案》，结合共建促脱贫、百社百村等帮扶活动，充分引导xx家社会组织采取以购代捐、以买代帮等方式采购贫困村农副产品，累计消费xx.x万元。去年x月，xx县青年志愿者协会共发动志愿者xx人次，在县城分五个售卖点，帮助朱家河村销售滞销香菇xxxx斤，抢收经济效益xxxx元。县社工协会、美容美发协会、慈善协会、福康老年公寓、汉水人家公益志愿者协会、博爱医院等社会组织充分发挥自身优势，提供产业扶持，技术指导，扶贫岗位、公益救助，教育讲座等服务，累计投入帮扶资金xx.x万元，受益x.x万人次。

二、下一步工作计划：

一是推动电子商务营销。鼓励电商协会定期到结对帮扶村开展扶贫农产品集中推介、订购、产销对接和线上线下联动促销活动。

二是促进商场超市直销。引导商贸流通类协会要通过搭建各类商场、超市等直销平台，全面拓款贫困村农副产品销售渠道;协调相关业务主管单位，在职工数量较多的民办学校、医院等民办非企业单位开展消费扶贫活动。

三是继续组织好系统干部职工开展结对帮扶助销活动。

:

**消费扶贫工作总结篇十**

一是积极号召局系统党员干部职工主动购买对口帮扶贫困村的农副产品。组织局系统党员干部职工开展“消费扶贫、你我同行”主题党日活动。由驻村工作队提前做好需求统计和产品对接，广大干部职工购买贫困户家中的茶叶、竹笋、猕猴桃、猪肉、土鸡、鸡蛋等农副产品，累计消费\*\*\*\*x元。在去年\*\*月\*\*扶贫日，组织局系统单位购买贫困户茶叶x.x万元。

二是工会引导。号召局系统各单位采购工会会员节日福利物资时，优先选择帮扶村的农副产品。

三是食堂直供。倡导有自办食堂的下属单位，及有意愿的养老服务机构、社会组织与帮扶村建立稳定的农产品定向直供机制。

四是动员社会力量参与消费扶贫。印发《动员社会组织参与消费扶贫助推脱贫攻坚工作方案》，结合“共建促脱贫”、“百社百村”等帮扶活动，充分引导\*\*家社会组织采取“以购代捐”、“以买代帮”等方式采购贫困村农副产品，累计消费\*\*.x万元。去年x月，\*\*县青年志愿者协会共发动志愿者\*\*人次，在县城分五个售卖点，帮助朱家河村销售滞销香菇\*\*\*\*斤，抢收经济效益\*\*\*\*元。县社工协会、美容美发协会、慈善协会、福康老年公寓、汉水人家公益志愿者协会、博爱医院等社会组织充分发挥自身优势，提供产业扶持，技术指导，扶贫岗位、公益救助，教育讲座等服务，累计投入帮扶资金\*\*.x万元，受益x.x万人次。

一是推动电子商务营销。鼓励电商协会定期到结对帮扶村开展扶贫农产品集中推介、订购、产销对接和线上线下联动促销活动。

二是促进商场超市直销。引导商贸流通类协会要通过搭建各类商场、超市等直销平台，全面拓款贫困村农副产品销售渠道;协调相关业务主管单位，在职工数量较多的民办学校、医院等民办非企业单位开展消费扶贫活动。

三是继续组织好系统干部职工开展结对帮扶助销活动。

**消费扶贫工作总结篇十一**

一、主要做法：

一是积极号召局系统党员干部职工主动购买对口帮扶贫困村的农副产品。组织局系统党员干部职工开展“消费扶贫、你我同行”主题党日活动。由驻村工作队提前做好需求统计和产品对接，广大干部职工购买贫困户家中的茶叶、竹笋、猕猴桃、猪肉、土鸡、鸡蛋等农副产品，累计消费xxxxx元。在去年xx月xx扶贫日，组织局系统单位购买贫困户茶叶x.x万元。

二是工会引导。号召局系统各单位采购工会会员节日福利物资时，优先选择帮扶村的农副产品。

三是食堂直供。倡导有自办食堂的下属单位，及有意愿的养老服务机构、社会组织与帮扶村建立稳定的农产品定向直供机制。

四是动员社会力量参与消费扶贫。印发《动员社会组织参与消费扶贫助推脱贫攻坚工作方案》，结合“共建促脱贫”、“百社百村”等帮扶活动，充分引导xx家社会组织采取“以购代捐”、“以买代帮”等方式采购贫困村农副产品，累计消费xx.x万元。去年x月，xx县青年志愿者协会共发动志愿者xx人次，在县城分五个售卖点，帮助朱家河村销售滞销香菇xxxx斤，抢收经济效益xxxx元。县社工协会、美容美发协会、慈善协会、福康老年公寓、汉水人家公益志愿者协会、博爱医院等社会组织充分发挥自身优势，提供产业扶持，技术指导，扶贫岗位、公益救助，教育讲座等服务，累计投入帮扶资金xx.x万元，受益x.x万人次。

二、下一步工作计划：

一是推动电子商务营销。鼓励电商协会定期到结对帮扶村开展扶贫农产品集中推介、订购、产销对接和线上线下联动促销活动。

二是促进商场超市直销。引导商贸流通类协会要通过搭建各类商场、超市等直销平台，全面拓款贫困村农副产品销售渠道;协调相关业务主管单位，在职工数量较多的民办学校、医院等民办非企业单位开展消费扶贫活动。

三是继续组织好系统干部职工开展结对帮扶助销活动。

**消费扶贫工作总结篇十二**

宁陕县教育体育局：

大河乡九年制学校以\*\*\*总书记关于扶贫工作的重要论述为指导,解决贫困户产品销路窄、组织化程度低、增产不增收等突出问题，促进农产品、畜产品、劳务服务与市场需求有效对接。促进产品变商品、收成变收入、服务变劳务，带动贫困人口增收脱贫。

学校高度重视，专门成立以校长为组长，政教处、总务处、教育工会等部门负责人组成的消费扶贫工作领导小组，全面负责学校消费扶贫工作。认真组织校工会、总务处、政教处等部门以发职工福利、食堂采购、个人消费等方式，切实落实我校教育消费扶贫任务，以消费促进贫困群众增收，提升精准扶贫成效。

1、成立大河乡九年制学校消费扶贫工作领导组

组长：

副组长

2、积极宣传涉农产品购销活动。为推动农产品和畜产品参加我校师生食堂集中采购活动，学校总务处及时收集建档立卡贫困户和专业合作社农产品滞销信息，宣传动员参加学校食堂食材招标议标会，在保证质量和安全的条件下优先选购。

3、组织各部门助销。校工会、政教处等部门联合推进贫困村农产品的消费，利用为员工发放福利，教职工个人消费需求，组织展销辖区贫困户农产品展销活动等方式，解决贫困户的滞销农副产品。

4、积极对接县消费扶贫开发公司，签订消费扶贫供销协议。按照招标合同，大宗食材(米，面，粮油，蛋，奶)由羌州控股集团(县扶贫开发公司)统一集中供应。

5、落实扶贫产品线上线下采购工作，全体教师通过“扶贫832平台”积极采购线上扶贫产品，全面完成年度采购任务。

6、全体教师安装社会扶贫app，借助该平台帮助贫困户推介发布闲置物品信息和农产品信息，传递爱心与正能量，助力消费扶贫。

1、稳定了当地贫困户的长期增收，激发了贫困户“扶志、扶智”信心。

2、培育了贫困村特色产业，为脱贫户可持续发展奠定了基础。

3、有利于动员全体教职工参与社会扶贫，形成人人可为，人人乐为的消费扶贫氛围。

5、全镇学校教育工会68名会员购买专业合作社土蜂蜜、木耳共计232斤，金额15720元，用于职工福利予以发放。

6、党员教师认购帮扶贫困户学生家庭农副产品26173元。

1、教育工会助销:认购贫困村、贫困户和带贫成效明显的经营主体的农副产品原则上不低于13600元(人均不低于200元)，作为工会福利予以发放。

2、食堂集中采购:采购来自贫困村、贫困户和带贫成效明显的经营主体的农副产品，积极参与消费扶贫。师生食堂由各校负责，一个扶贫年度内采购不少于50000元。其中九年制学校食堂一个扶贫年度内采购不少于30000元，苍社小学食堂一个扶贫年度内采购不少于20000元。

3、“结对帮扶”教师认购：全镇68名教师结对帮扶建档立卡贫困学生102人，除学习帮扶，生活关爱外。本着教师自愿原则，对所帮扶的贫困学生家庭在一个扶贫年度内直接购买来自该户的农副产品不得低于200元。

4、党员干部认购：学校党员干部带头参加消费扶贫,每名党员干部一个扶贫年度内原则上到帮扶贫困户直接购买或到带贫成效明显的经营主体购买农副产品不少于300元。

5、劳动工具采购:学校用于师生集体劳动使用的工具，如笤帚，扫把，筲箕等联系贫困村的贫困户购买。

**消费扶贫工作总结篇十三**

是甘肃决战脱贫攻坚、决胜全面小康的收官之年。在^v^的亲切关怀和坚强领导下，省委、省政府团结带领全省人民正在向全面脱贫的目标发起最后冲刺。开展消费扶贫行动，是克服新冠肺炎疫情影响、深化脱贫攻坚、巩固脱贫成果、促进贫困地区产业持续发展、实现贫困群众稳定增收脱贫的重要途径，也是社会力量参与脱贫攻坚、落实帮扶举措的有效方式，既能调动贫困群众依靠产业发展实现脱贫的积极性，又能激发社会各界参与脱贫攻坚的责任感。为深入贯彻落实^v^^v^在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的重要讲话精神，响应^v^、^v^关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的号召，在全社会营造“人人皆可为、人人皆能为”的消费扶贫浓厚氛围，我们共同倡议：

一、深入开展消费扶贫行动。全面落实进一步加强消费扶贫工作《总体方案》，坚持省内与省外相结合、线上与线下相结合、传统与现代相结合、政府采购与市场营销相结合、省直“条条”和市县“块块”相结合，省直机关、省属高校、医疗机构、省属企业、驻甘部队及各级预算单位带头开展消费扶贫，建立扶贫产品供应基地，签订扶贫产品供销协议，通过优先采购、预留采购份额等方式，持续加大贫困地区农产品采购力度，形成消费扶贫的强大合力。

二、积极开展扶贫产品“五进”行动。省内各级预算单位和帮扶单位带头开展消费扶贫行动，完善扶贫产品产销对接机制，畅通扶贫产品供应渠道，鼓励有条件的单位在机关或生活区设置消费扶贫专柜、专卖店，开设“扶贫爱心窗口”、扶贫超市，推动扶贫产品进机关、进企业、进学校、进医院、进军营。

四、不断提升协作消费扶贫规模和水平。积极推进东部协作地区、中央定点扶贫单位持续开展消费扶贫产销对接行动，帮助贫困地区开发扶贫产业，建立优质农产品绿色通道，搭建农产品供需对接平台，加强电商人才培训，组织甘肃扶贫产品进驻东部协作地区农产品交易市场，进中直机关、进央企、进高校。

五、营造“买扶贫产品、献济困爱心”的浓厚氛围。广泛动员干部职工以购代捐、以买代帮，积极宣传推介甘肃优质扶贫产品，将信息分享朋友圈、微信群等社交平台，发动更多的社团组织、爱心人士参与消费扶贫。

脱贫攻坚，人人有责;消费扶贫，你我同行!让我们共同努力，为贫困地区群众脱贫奉献一份爱心，为甘肃打赢脱贫攻坚战贡献一份力量。

**消费扶贫工作总结篇十四**

　根据《区“消费扶贫月”活动实施方案》中的职责分工，结合单位工作职能，现将我单位今年以来的消费扶贫工作总结报告如下：

五是根据“关于做好扶贫日工作的通知”要求，积极电话联系110户规上企业，通知企业10月13日区扶贫局在码头举办扶贫农产品展销会，请各企业尽社会扶贫责任，积极前往购买扶贫农产品，当日前去参加企业75户，销售总价21万元。

1.做好宣传是关键。局党组坚持以\*\*\*新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习、宣传贯彻\*\*\*总书记关于扶贫工作的重要论述和视察重要讲话精神特别是关于消费扶贫的重要指示批示精神。消费扶贫就是销售产品，销售的前提就是要做好宣传，故今年要求全体干部在做好帮助企业解决问题的同时，做好扶贫产品的宣传，请企业在购买生活用品时尽量采购我区的扶贫农产品，做到扶贫、效益双丰收。

2.思想激励是前提。3月份，联系帮扶村将“扶贫小金鸡”扶贫项目推出后，就积极与村两委谋划开展扶贫产品销售方案，给每个帮扶人下定额销售任务（每人每月销售额不少于350元），并且在每月月初通报上个月每个帮扶人的销售总额，对月销售额不足350元的，请帮扶人自己购买扶贫产品，以补足月任务额，销售越多越好，每月评出一位销售冠军等。方案实施后，我们每个帮扶人都在积极想方法，找外地亲戚朋友、同学销售，截止目前，我们每位帮扶人都能按时超额完成任务，虽然没有物质激励，但也收到很好的销售业绩。

**消费扶贫工作总结篇十五**

,供大家参考。

今年以来，xx市消费扶贫工作坚持“政府引导、市场主导，社会参与、互利共赢”的原则，广泛动员社会力量参与扶贫工作。采取有效措施，扎实做好xx市农产品产销对接工作，鼓励引导社会各界消费来自贫困地区贫困群众的产品和服务，以消费促进贫困群众增收，促进精准脱贫，以更加有力的支持做好消费扶贫工作，全力打赢脱贫攻坚这场硬仗。

一、消费扶贫工作情况

（一）xx市结合地区实际，制定并印发了《xx市消费扶贫行动实施方案》。进一步明确工作任务，细化责任分工，坚持政府引导与市场机制相结合，鼓励支持各类市场主体积极参与消费扶贫，合法诚信经营扶贫产品实现合作共赢。截止目前，全市已完成认定扶贫产品xx家xx种产品，第二批扶贫产品认定工作正在有序推进。现已有x家企业在扶贫“xxx”平台上架扶贫产品、x家企业的产品正在等待“xxx”平台审核。同时，我们还鼓励工业企业、商贸企业、餐饮企业、社会团体等优先购买贫困户的农特产品。

（二）xx市消费扶贫销售情况。据统计，2024年x月至xx月，xx市认定xx家扶贫产品企业、合作社，销售额目前已达xxxx万元，万元。

二、开展消费扶贫月活动

结合xx市消费扶贫实际，制定并印发了《xx市消费扶贫月活动实施方案》，xx市扶贫办会同市财政、市供销社等相关部门，进一步强化扶贫产品认定工作，加强消费扶贫宣传发动印发了《xx市消费扶贫倡议书》，积极倡导全市各级各部门和社会各界参与消费扶贫工作。市财政、市扶贫办、市供销社共同印发了《进一步推进政府采购贫困地区农副产品工作实施方案》（xx财发〔xxxx〕xx号）文件，全力推进xx市消费扶贫工作。

xx月xx日，在全国第七个扶贫日来临之际，在xx市xx花园摆放展板、设立咨询台、发放资料等形式，向广大群众宣传各项扶贫政策、消费扶贫，让更多的群众了解扶贫工作，营造社会帮扶、全民参与的活动氛围。

（三）针对今年新冠肺炎

疫情

对贫困户农产品造成的卖难问题，积极联系推荐扶贫产品供应商，我们积极开辟扶贫产品“绿色通道”，广泛开展“买产品、献爱心、促

脱贫

”消费扶贫活动。根据《进一步推当前隐藏内容免费查看进政府采购贫困地区农副产品工作实施方案》文件，市财政局、市扶贫办、市供销社等部门形成合力，共同开展扶贫xxx平台入驻及预算单位采购工作。在“xxx”平台（贫困地区农夫产品销售平台）上积极引导xx市各扶贫企业、合作社入驻。

三、三专一平台工作进展

消费扶贫专区方面。xx市本月

计划

开设x个消费扶贫专区，本月实际开设x个，累计开设x个。

四、上线运用云南省定点扶贫消费采购平台情况

专班，xx个贫困村及驻村单位都明确负责人，加大工作力度，切实把消费扶贫工作重心放在支持贫困村产品销售、确保贫困户受益、推动贫困地区产业发展上来，有效巩固脱贫成果。建立好村级供应点，千方百计组织好贫困群众生产优质农产品，保证按定单供货。促进贫困群众农产品生产与消费市场精准对接，生产供给数量、品种、时间与定点扶贫单位或个人需求有效衔接。

五、下一步工作打算

今年是脱贫攻坚全面收官之年，我们将认真贯彻落实省州消费扶贫工作要求，加大宣传力度，动员社会各界更多的参与到消费扶贫上来，针对消费扶贫实施过程中的难点和困难，积极完善三专一平台内容，进一步增强决战决胜脱贫攻坚的责任感、紧迫感和使命感，突出工作重点，强化工作措施，在消费扶贫等方面发挥职能作用，推动扶贫产品市场销售，助力脱贫攻坚，确保坚决打赢脱贫攻坚战。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn