# 开展消费扶贫工作总结范文(通用4篇)

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2025-03-09

*乡镇是我国最基层的行政机构。一端与城市相连，另一端与农村相连。它对农村乃至全国的经济社会发展起着基础性作用。是党与政府,人民之间的纽带。 以下是为大家整理的关于开展消费扶贫工作总结的文章4篇 ,欢迎品鉴！【篇1】开展消费扶贫工作总结　　近年...*

乡镇是我国最基层的行政机构。一端与城市相连，另一端与农村相连。它对农村乃至全国的经济社会发展起着基础性作用。是党与政府,人民之间的纽带。 以下是为大家整理的关于开展消费扶贫工作总结的文章4篇 ,欢迎品鉴！

**【篇1】开展消费扶贫工作总结**

　　近年来，我们商信系统干部职工深入贯彻落实习近平总书记关于扶贫工作重要论述和省市县决战决胜脱贫攻坚会议精神，按照省市县消费扶贫工作会议要求，以推动贫困户特色产品融入大市场为目标，不断拓宽扶贫产品销售渠道，着力打通扶贫产品在流通环节的难点和堵点，积极创新消费扶贫方式，有力促进了扶贫产品市场销售，有效带动了贫困户增收，助力了脱贫攻坚。

>　　一、工作开展情况

　　1、高度重视，及时成立消费扶贫专班。我局高度重视消费扶贫工作，把消费扶贫作为全局一项政治任务和重点工作来抓，及时成立了以主要领导为组长、以分管领导为副组长、各股室负责人为成员的县商信局消费扶贫领导专班，负责商信系统消费扶贫发展方案制定、工作推进、任务落实及统筹协调督促督导等工作。

　　2、深入调研，及时起草了《扶风县深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚实施意见》。5月初，我局先后深入全县8个镇街、10户商贸流通企业、34户贫困户家中，对消费扶贫工作进行了认真的调研，起草了《扶风县深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚实施意见》，从“预算单位承售、邳州与扶风帮销、经营主体带销、商场超市直销、电商平台营销、社会爱心助销、宣传推介展销”等七个方面拿出了消费扶贫实施意见，明确了部门、镇街主体责任，建立了工作机制和保障措施。

　　3、产销对接，及时设立了扶贫专柜。针对今年新冠肺炎疫情对贫困户农产品造成的卖难问题，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，在老实人、惠鲜生、百合生活馆等超市设立了消费扶贫专柜，及时与县扶贫办对接，分三批次认定扶贫产品，积极联系推荐扶贫产品供应商，解决了贫困户产品卖难问题。其中，新贸物流、多美汇等商场超市对专柜销售的扶贫产品减免超市展位摊位费。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。今年1—6月份，在扶贫产品专柜共销售贫困户农产品190多万元，有效地解决了贫困户农产品卖难问题。

　　加强产销对接，实施龙头企业带销。发挥陕果集团扶风公司、民香果业、华泰果蔬等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，我局积极协调帮助龙头企业、骨干企业、专业合作社进行农特产品收集、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，实现统销统售。

　　4、产品展示，筑牢消费扶贫基础。一是发挥电商公共服务中心产品展示、培训、创业等多重电商服务功能，设立了5个消费扶贫产品展柜，共展示了30多种扶贫产品，其中10多家电商企业入驻产品实现了原产地可追溯管理。二是电商服务中心提供网店运营、直播、美工设计以及人才孵化等“一条龙”的电商业务指导服务。今年以来，通过网络直播、交流学习等展示产品20多次，为胜利现代农业、x宝枫园林、扶风农林中蜂养殖农民专业合作社、马勺脸谱马亚峰工作室、x康辉蜂产品有限公司、法门大酒店、非遗传承者刘雪侠等24家企业和个人提供了电商产品包装、网络销售和网店运营指导服务。三是组织民香果业、康辉蜂产品等企业参加了“202\_年全国农产品产销对接会（x）”，展示了我县苹果、猕猴桃、蜂蜜等特色农产品，对扶贫产品进行了推介推销。会后，对参与企业给予每户1500元的会费补助。202\_年通过扶贫产品专柜销售贫困户农产品200多万元。

　　5、基地引领，拓展渠道助力消费。一是依托国家电子商务进农村综合示范县项目建成的61个镇村电商服务站点和绛帐镇凤鸣村电商助农示范基地，配套完善网络运营设备，强化电商服务功能，丰富增值服务功能。今年以来，电商站点交易活跃，销量可观，有效带动了消费扶贫和周边农村经济的发展。二是在凤鸣村村级电商公共服务基地，持续开展电商服务和培训，利用周边猕猴桃产业地理优势，长期培育电商营商土壤，培育、壮大电商企业，鼓励x民香果业有限责任公司、x天使芳菲电子商务有限公司以及电商致富带头人盘活田间地头，让凤鸣村及周边群众享受到看得见的增收。

　　6、宣传推介，提升品牌提升效益。一是为马勺脸谱马亚峰工作室、x康辉蜂产品有限责任公司、x轩宣青铜艺术品开发有限公司、秦绣民间手工艺品制作人等拍摄宣传小视频，通过抖音、淘宝店铺、微店等平台，将马勺脸谱、秦花蜂蜜系列产品、周原青铜器、秦绣进行线上推广，并立足打造为“网红”产品。二是5月中旬筹备举办了杨家沟樱桃采摘节活动，销售樱桃96万斤，为贫困户增收720万元。利用各级宣传媒体加强宣传，助推农民增收，助力农产品消费扶贫。

　　>二、存在困难问题

　　一是抓消费扶贫的工作力度仍然不够，长效机制还不健全，消费扶贫的社会参与度不高，实际效果还需进一步提升。

　　二是我县产业基础比较薄弱，孵化电商商户，培育龙头企业和网销品牌的力度还不够大。镇村服务站点推进农产品上行，带动贫困户创业增收的能力和作用发挥有待提升。

>　　三、下一步工作打算

　　今年是脱贫攻坚决战决胜全面收官之年。我们将认真贯彻落实市县消费扶贫工作会议精神，针对消费扶贫实施过程中的难点和堵点，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，在电商精准扶贫、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。

**【篇2】开展消费扶贫工作总结**

　　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，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。同时，国务院办公厅发布了《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见》，提出坚持精准扶贫精准脱贫基本方略，围绕促进贫困人口稳定脱贫和贫困地区长远发展，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，助力脱贫攻坚，实现帮扶贫困地区农民脱贫致富。

　　消费扶贫具有重要的深远意义：第一，消费扶贫有利于贫困户的稳定增收，特别是有利于实现习近平总书记讲的“扶志”“扶智”，有利于贫困户未来的自我发展，其效果明显优于简单的给钱给物。第二，消费扶贫有利于贫困地区特色产业的长期培养，对未来贫困地区的经济社会发展更有意义，也让贫困地区的产业扶贫有了精准的方向，形成了密切的产销衔接。第三，消费扶贫有利于动员社会力量的便捷参与，特别是有了互联网载体和电商平台后，让扶贫变得人人可为、人人乐为，既满足了消费升级对绿色生态农产品的需求，也促进了贫困地区产业发展的供给侧结构性改革。

　　授人以鱼，不如授人以渔，扶贫最终的落脚点不是一时提升贫困群体的收入，而是要帮助贫困人口培养造血能力，能够有持续稳定增长的收入，提升生活水平。消费扶贫作为造血式扶贫，比直接给钱给物的输血式扶贫更能有效激发贫困户的参与热情，提升扶贫的质量和效率。所以，以消费带动贫困地区产品和服务的销售，共同携手打赢脱贫攻坚战是我们肩负的使命。让我们共同努力，让消费扶贫人人愿为、人人可为、人人能为。

**【篇3】开展消费扶贫工作总结**

　　为进一步巩固扩大格尔市脱贫攻坚成果，拓宽困难群众的农畜产品销售渠道，增加困难群众的致富增收的途径，格尔木市严格按照省州部署安排，扎实开展消费扶贫、产业扶贫工作，并已取得明显成效。

>　　一、消费扶贫工作开展情况

　　为确保消费扶贫工作顺利开展，格尔木市根据省州相关要求，结合本地消费扶贫实际需要，筛选有发展前景、带动能力强的企业(合作社)4家(格尔木云朵枸杞科技有限责任公司、青海昆杞生物科技有限公司、格尔木鑫农生态种植专业合作社、格尔木冰天电子商务有限公司)参与消费扶贫，提升其带动脱贫群众的能力。格尔木杞盛科技发展、青海格尔木藜乡生态农业科技、格尔木云朵枸杞科技、格尔木源鑫堂生物科技、格尔木康普农业发展5家公司入选国家消费扶贫832平台，专门销售枸杞、藜麦及相关加工产品。202\_年6月以来，各参与消费扶贫的企业共计销售价值327.68万元的农畜产品。

　　同时，格尔木市积极争取对口帮扶资源，着力拓展农畜产品网上销售渠道，加快电子商务服务、物流配送等体系建设，支持农产品网上交易、开设农民网店。一是市级电子商务公共服务中心已完成建设并投入运营，中心内设运营中心、展销区、入驻企业办公区、创客中心、摄影网络直播间、培训室等多个功能区域，吸引企业及个人入驻中心，现已吸纳企业6家。二是乡镇及村级电商服务站点与物流站点协同发展，完成4个乡镇及12个行政村共计16个电商服务点的建设并投入运营。三是完成京东、苏宁易购、淘宝、电商平台特产馆、自建微信源食商城建设，并已上架本地农畜特产产品30款，各平台累计销售产品价值32.5万元，农畜产品通过直销店、“互联网+”销售平台等成功走入上海、广州等城市。四是202\_年，格尔木特产首次亮相“海南国际旅游岛购物节”，并参加“欢乐海岸年货展销”和“机上海购节”活动，以枸杞及其制品为核心的格尔木市优质农特产走出了雪域高原。五是市级仓储配送中心投入运营，规划物流配送线路三条，并与邮政、顺丰、京东签订物流配送协议，实现格尔木市辖区内物流配送全覆盖。六是深化对口帮扶合作，积极构建两地产销协作框架。近日，浙江省江山市扶贫协作考察团赴格尔市就产业发展、消费扶贫、电子商务等进行考察，双方进行了充分的交流磋商，格尔木市六家涉农扶贫企业与江山市相关企业签订了合作协议，进一步补强了格尔市电商销售短板。

>　　二、产业扶贫工作开展情况

　　多措并举发展枸杞产业，全力保障农牧民群众基础性收入。一方面加大政策扶持和财政投入力度，通过枸杞加工车间、杞鲜果晾晒棚等基础设施建设;与金融机构合作，给予产业信贷融资支持;构建并拓宽枸杞等农牧产品销售渠道等措施促进枸杞产业发展。今年格尔木市枸杞种植面积10.17万亩，可采摘面积8.34万亩，预计鲜果产量达7.88万吨。今年累计帮助建档立卡群众销售枸杞及附属产品10.21余万元。另一方面，结合枸杞采摘用工需求，积极同各枸杞采摘企业进行沟通，优先吸纳困难群众就业。格尔木市现已经到位枸杞采摘工14751人次，其中本地劳动力5135人次，人均日采摘量120斤，劳务收入180元。

>　　三、困难问题及意见建议

　　基于格尔木市特殊的地理区位，农畜产品销售渠道仍较为狭窄，难以建立较好的价格优势，农牧民群众实际产品销售收入还需进一步提高。故建议相关职能部门能够在物流运输政策上能够再给予倾斜，以降低物流运输成本，进一步提高格尔木市农牧民群众收入水平。同时，建议进一步丰富提高对口帮扶企业的种类和数量，更多的搭建交流合作平台，以更好的补齐格尔市在产业发展、消费扶贫、电子商务等方面的短板，高效激发格尔市农牧民群众自我发展的能力。

**【篇4】开展消费扶贫工作总结**

　　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202\_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”。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！