# 聊城消费扶贫工作总结(实用47篇)

来源：网络 作者：天地有情 更新时间：2025-03-11

*聊城消费扶贫工作总结1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...*

**聊城消费扶贫工作总结1**

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，^v^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。

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。

**聊城消费扶贫工作总结2**

在深入开展脱贫攻坚工作中，区商务局主要承接商贸流通扶贫和消费扶贫两项工作任务。根据区扶贫局有关文件要求，现将行业扶贫工作开展情况总结如下：

>一、基本情况

自脱贫攻坚工作启动以来，区商务局党组高度重视，坚持立足本职，积极履行“十大工程”牵头部门职责。结合“电商”建设，全面建成区电子商务公共服务中心、农村物流配送中心和48个村级电商站点，全面完成辐射48个行政村的农村物流配送体系建设。同时，紧紧围绕电商扶贫、消费扶贫、商贸扶贫等，不断为贫困户拓宽增收渠道，助力脱贫攻坚。20\_年，我区获兴农扶贫项目“兴农扶贫区服务站”标牌，全市仅此一家。20\_年，我区在全市率先开展了消费扶贫工作，在全区掀起“以购代捐、人人参与”的扶贫热潮。

>二、主要成效和做法

（一）强化领导，坚持高位推进

我区高度重视商贸流通扶贫工作，连续三年将商贸流通扶贫纳入对乡镇的考核，发挥考核“指挥棒”作用，调动全区上下抓商贸扶贫的积极性和主动性。相继制定了区《商贸扶贫工作实施方案》、《关于深入推进电商扶贫工作实施方案》、《开展消费扶贫促进精准脱贫实施方案》、《农村电子商务发展专项资金管理暂行办法》等，对此项工作进行部署，为贫困村、贫困户发展电子商务进行倾斜，为贫困户上好“政策保险”。

（二）突出重点，电商扶贫兴农

突出电商扶贫这个重点，助力农产品出山进城，让贫困户农产品销售搭载“电商”快车。

在综合保障体系建设上：

二是培育电商人才。连续三年将电商人才培育纳入区人才培养计划。通过购买服务的方式，委托第三方举办系统性的免费电商技能培训，按照每周一课的方式，围绕电商实操进行讲解，对“三有”（有意向、有能力、有干劲）贫困户进行重点培训，三年来，共培训132期6000余人次，其中贫困户60余人次。

**聊城消费扶贫工作总结3**

20xx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^v^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20\_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、工作开展情况

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。

>二、存在问题

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。

>三、下步打算

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。

**聊城消费扶贫工作总结4**

20\_ 年巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接年中工作总结

今年以来，xx 镇党委、政府始终坚持以^v^新时代中国特色社会主义思想为指导，认真学习^v^^v^关于巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接重要讲话和重要指示、批示精神，全面贯彻中央和省市县决策部署，坚决防止规模性返贫和发生新的致贫，持续全面巩固脱贫攻坚成果，突出抓好 20\_ 年度巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接考核反馈问题的整改，以问题整改为方向，落实整改措施，确保整改实效，全力推进巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接。现将我镇 20\_ 年上半年巩固拓展脱贫攻坚成果有关情况总结如下：

一、防止返贫致贫监测工作

经核查辖区内现有 xx 户，xx 人，建立九类重点人群台账，其中整户无劳动力 xx 户，近三年家庭人均纯收入持续减少家庭x 户，低保户 x 户，近两年新识别和申请低保家庭 xx 户，分散特困供养家庭 xx 户，其中单人户家庭 x 户，残疾人家庭 xx 户，其中新致残家庭 xx 户，重度残疾人家庭 xx 户，多未成年子女家庭 xx 户，其中非义务教育阶段在读子女较多家庭 xx 户，分户独居老人户 xx 户，务工收入占比高且务工时间不稳定家庭 xx 户，因病因灾因意外事故导致基本生活出现严重困难家庭 x 户。

通过此次排查新纳入监测户 x 户 xx 人，其中边缘易致贫户x 户 xx 人，突发严重困难户 x 户 xx 人，并对 x 户整户无劳动力兜底户进行监测对象风险消除回退。“四卡”分类管理中绿卡户xx 户，蓝卡户 xx 户，红卡户 x 户。本次排查我镇共排查问题 xx条，其中“防止返贫监测和帮扶方面问题 xx 条，“脱贫人口就业稳岗”方面问题 xx 条，“巩固脱贫成果认可度方面”问题 xx 条，“环境卫生方面”问题 xx 条，以上问题已经全部整改完成。

3、帮扶工作

二、政策落实

1、产业方面：20\_ 年截止当前，申报种养项目 2 批共 xx户，申报补助金额 xx 万元。20\_ 年光伏扶贫电站共收益 xx 万元，主要用于公益岗位工资支出，村级小型公益事业及困难群众生活补助。

2、金融方面：开展日常排查，针对于脱贫户及监测户，有发展产业意愿的，及时帮助其申请审批小额信贷，目前已放贷xx 户，xx 万元。

3、就业方面：20\_ 年度我镇已脱贫人口和监测户外出务工人数共 xx 人，其中开发光伏公益岗位 xx 人，务工就业人数较去

年增加 xx%。

4、健康方面：针对不同人群落实不同健康帮扶措施，对于全镇监测户 xx 户、xx 人，每人代缴代缴新农合个人缴费部分 xx元，共计减免 xx 万元，帮助解决监测人口的健康医疗问题。对于全镇所有的脱贫户及监测户积极宣传“防贫保”政策，共计购买 xx 人，参保率 xx%，进一步增强辖区内脱贫人口、监测人口抵御因病、因意外、因灾因学、等致贫返贫风险能力。镇卫生持续开展家庭医生签约，按时访视服务，确保了健康脱贫政策的有效落实。

5、政府兜底：截止 6 月底，全镇新增低保人数 xx 人，共有农村低保 xx 户 xx 人，共有城镇低保 x 户 x 人，上半累计发放资金 xx 元；新增五保人数 xx 人，共有五保户 xx 人，其中集中供养 xx 人，分散供养 xx 人，上半年累计发放资金 xx 元；全镇散居孤儿及事实无人抚养儿童共计xx人，每人每月发放资金xx元，共计发放资金 xx 元；全镇高龄津贴 xx 人，百岁老人 x 人，上半年共计发放资金 xx 元；全镇残疾人护理补贴享受人数 xx 人，生活补贴享受人数 xx 人，上半年残疾人两项补贴共计发放资金 xx元；临时救助共救助突发困难家庭 xx 户，累计发放资金 xx 元。

6、教育方面：20\_ 年我镇春季学期，学前教育家庭经济困难幼儿资助 xx 人，共计 xx 万元；义务教育贫困家庭经济困难学生生活补助 xx 人，共计 xx 万元；高中贫困家庭经济困难学生资助 xx 人，共计 xx 万元；高中贫困家庭经济困难学生免除学费

xx 人，共计 xx 万元；中职贫困家庭经济困难学生资助 xx 人，共计 xx 万元；中职免学费学生 xx 人，共计 xx 万元；发放雨露计划全镇补助学生 xx 人次，总计 xx 万元。

7、基础设施：全年投资 xx 万元，修建、改建 xx 公里道路，提升了村级道路，方便群众出行；危房改造新建 xx 户，预计 7月底竣工验收；旱厕改造 xx 户，7 月份将接受县级验收。

三、开展乡村振兴“六个一”活动

聚焦干部能力短板，自五月份以来，我镇开展乡村振兴“六个一”系列活动，即每月一培训、每月一测试、每月一观摩、每月一走访、每月一解剖、每月一打擂。活动以来，印发应知应会政策汇总 xx 份，开展专题培训 x 次、专项测试 x 次，组织镇村干部相互观摩、解剖 x 次，党政班子成员带头学业务、带头上讲台，村组干部互查互帮、互学互促、互评互比，真刀真枪练兵比武，倒逼干部学习业务、提升能力。

四、问题整改工作

聚焦考核评估反馈问题，我镇深入学习市县整改方案，召开专题讨论会 x 次，镇主要领导亲自执笔修定镇级问题清单，xx名党政班子成员分工负责、抓好落实。坚持共性问题具体化、共性措施简单化，召开专题培训会 x 次，指导村级建立问题清单，镇级逐个审核，大会进行点评，坚决杜绝“上下一般粗”的现象。镇级共对照查摆具体问题 xx 个，制定整改措施 xx 条；x 个村共对照查摆具体问题 xx 个，制定整改措施 xx 条，均在有序推进整

五、环境整治工作

聚焦农村人居环境整治突出问题，按照把握标准、全面推进、突出重点、先难后易、发动群众的总体思路，集中精力、人力、物力、财力，全力推进。对村庄环境整治，实行“周验收、月考评”推进机制，对验收通过的自然村，拨付验收经费，确保干一个、成一个。对农户环境整治，通过召开会议广泛宣传、上门走访当面督促、发动子女侧面宣传等多种方式，引导群众自己动手整治；对确实行动不便的高龄老人、残疾人、精神病人等特殊农户，组织公益岗位、环卫工作、帮扶人等帮助整治。截至目前，共排查五类群众 xx 户，发现问题户 xx 户，占比 xx%，已整改 xx户，占问题户的 xx%；已整治达标村 xx 个，占比 xx%，确保 8 月底前取得基本成效。

20\_ 年巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接年中工作总结

今年以来，在县委、县政府的坚强领导下，全县上下坚持“守底线、抓发展、促振兴”主基调，聚焦防止规模性返贫目标任务，以“六大巩固提升行动”为抓手，扎实开展巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接各项工作，取得明显成效。

一、工作开展情况

1. 聚焦 “ 防返贫 ” ，强化动态监测。

**聊城消费扶贫工作总结5**

宁陕县教育体育局：

大河乡九年制学校以^v^^v^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。

一、主要工作和做法

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。

二、消费扶贫成效

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。

4、20\_年1-9月，九年制学校食堂共消费县扶贫开发公司、专业合作社和经营主体及农户大米5630斤，元；面粉2750斤，5500元；面条3748斤，元；菜籽油2400斤，15780元；纯牛奶4800盒，9840元；核桃露3600盒，7200元；大肉斤，元；蔬菜元，干杂调料8498元。合计：元；小学食堂共消费县扶贫开发公司、专业合作社和经营主体及农户大米2900斤，元；面粉1200斤，元；面条1080斤，元；菜籽油780斤，元；纯牛奶2400盒，元；核桃露720盒，元；大肉斤，元；蔬菜元，干杂调料3759元。合计：元，全镇总计元

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。

三、今后工作打算

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。

**聊城消费扶贫工作总结6**

近日，^v^办公厅发布《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见》，提出动员社会各界扩大贫困地区产品和服务消费，大力拓宽贫困地区农产品流通和销售渠道，全面提升贫困地区农产品供给水平和质量，大力促进贫困地区休闲农业和乡村旅游提质升级。

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。

问题之一，对消费扶贫知晓率低。^v^扶贫办20\_年就提出了消费扶贫的理念，但从目前我们邹城市的情况看，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，相较于电视传媒较发达地区，消费扶贫出现几率明显较少。对于消费扶贫，印象最深的就是湖南省在电视节目中都在积极宣传消费扶贫，帮助贫困地区农民销售滞销农产品，宣传一出，几天内滞销的农副产品就被抢购一空，可见，大家并不是不需要，而是没有一个知道的渠道和资源，而消费扶贫做的好的例子比比皆是，值得我们大家学习和体会。

问题之二，贫困地区农产品流通渠道不畅导致供给侧和需求侧存在矛盾。贫困地区并不缺乏高品质无公害的特色农产品，但是贫困户面临的困境就是，贫困群众想把农产品卖出去，却不知道去哪卖、卖给谁，导致好东西“生在闺中无人识”“酒香也怕巷子深”，甚至有时只能心疼地让好东西烂在地里;而消费者也想买绿色、天然的特色农产品，也面临高价、无从了解产品品质等难题。这种尴尬局面是由于农产品的流通销售渠道不通畅导致的。

关于开展消费扶贫的相关建议如下：

三是消费扶贫，需要政府搭台、企业唱戏。坚持政府引导、社会参与的原则，一方面，提出各级机关、国有企事业单位、大专院校、城市医疗及养老服务机构等要带头参与消费扶贫，在同等条件下优先采购贫困地区产品，优先聘用贫困地区工勤人员，引导干部职工自发购买贫困地区产品或到贫困地区旅游，贫困地区的农产品定向直供直销给机关、学校、医院和企事业单位食堂。鼓励民营企业采取“以购代捐”、“以买代帮”;另一方面，鼓励民营企业，以及行业协会、商会、慈善机构等社会组织和个人，发挥各自优势，积极履行社会责任，采取“以购代捐”、“以买代帮”等多种方式采购贫困地区产品和服务，参与消费扶贫帮助贫困人口增收脱贫。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。

四是鼓励多方消费，汇聚全社会参与消费扶贫的强大合力。有关部门和地方要加强组织领导，细化实化相关政策举措，营造全社会参与消费扶贫的良好氛围。要加大政策激励，对参与消费扶贫有突出贡献的企业、社会组织和个人，采取适当方式给予奖励激励。公司可以以较高的保护价从贫困户手中收购农副产品后，进行高质量加工、低利润销售，赚取的部分利润继续投入产业扶贫中。这种公司高价收购贫困地区农产品，低利润销售的扶贫模式，这也是对消费扶贫的一种有益探索，可以推动消费扶贫取得良好效果，打赢扶贫攻坚战。

五是消费扶贫需要优质过硬产品。要以优质、安全、绿色为导向是搞好消费扶贫的基础工作。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，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。

六是加大基础设施建设力度。改造提升贫困地区休闲农业和乡村旅游道路、通村公路、景区景点连接线的通行能力，提升交通服务能力和游客便利度。结合推进农村人居环境整治，提升休闲农业、乡村旅游基础设施和公共服务设施水平，对从事休闲农业和乡村旅游的贫困户实施农改厕，加大对村级环境卫生督导检查力度，对村内外“三堆“建筑垃圾”、“破旧横幅、广告牌”、“墙体广告”等要重点整治，注重维护管理，优化消费环境。依托贫困地区自然生态、民俗文化、农耕文化等资源优势，扶持建设一批设施齐备、特色突出的美丽休闲乡村(镇)和乡村旅游精品景区等，满足消费者的多样化需求。

**聊城消费扶贫工作总结7**

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，xxx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。

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。

**聊城消费扶贫工作总结8**

为认真贯彻落实^v^、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，\_市扶贫办根据自身实际情况制定了《20\_年\_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

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\_万余元，捐助发展生产帮扶物资达\_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\_超市、x和\_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《\_市推进电子商务进农村综合示范工程工作方案》和《\_市电子商务进农村培训工作方案》，方案明确\_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\_镇、\_乡、\_镇电子商务集中培训工作，累计培训\_人次，开展消费(电商)扶贫购买贫困户农产品累计金额达\_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

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。

**聊城消费扶贫工作总结9**

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：

一、工作开展情况

今年以来，就非常重视消费扶贫工作，3月份就与联系村一同开展消费扶贫销售活动，助推“扶贫小金鸡”项目所有扶贫产品，每人每月必须销售350元以上，截止目前，帮扶人销售额完成万元；

二是按照“关于做好线上采购大礼包和办公用茶的通知”文件要求，第一时间到富溪乡采购了20斤办公用茶，总价1980元；

三是端午节前，局党组就提前向工会提出要求，统一购买联系帮扶村的“扶贫小金鸡”产品，局工会不得购买其他节日慰问礼品，采购扶贫产品3900元，同时要求全体干部职工利用联系企业的优势，大力开展扶贫农产品进企业宣传，向联系企业宣传村扶贫产品，企业在端午节期间购买“扶贫小金鸡”产品万元；

四是中秋节前根据“全区工会开展抗疫扶贫消费通知”，工会按每人300元采购区推荐的扶贫产品，总采购价3900元，企业购买万元；

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。

二、特色做法

1.做好宣传是关键。局党组坚持以^v^新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习、宣传贯彻^v^^v^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。

**聊城消费扶贫工作总结10**

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

^v^扶贫办20\_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”。

**聊城消费扶贫工作总结11**

为打赢决战决胜脱贫攻坚战，县教育局脱贫攻坚领导小组坚持以xxx新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻xxxxxx关于扶贫工作的重要论述，坚持精准扶贫精准脱贫基本方略，坚持问题导向，强化责任落实，夯实基层基础，不断激发贫困群众内生动力，持续巩固脱贫成果。根据中央、省、市、县脱贫攻坚相关指示精神，县教育局深入开展消费扶贫，大力倡导教育系统干部职工积极购买贫困群众农特产品，全力解决贫困群众农产品销售难题，不断促进贫困群众增收致富，为防止脱贫户返贫、边缘户新致贫和发展集体经济增添了一大助力。

>一、有效措施

（一）购买集体经济产品。xxxx年元旦、春节、端午、中秋走访慰问期间，教育系统购买家庭农场面粉xxx袋，消费金额万元，购买村集体油坊豆油xxxx公斤，消费金额万元；

夏季蓝靛果采摘季，购买珠子河村蓝靛果xxxx余公斤，消费金额x万余元；

秋季，一中购买“县依诺种植养殖专业合作社”（xx山村贫困户合作社）鲜花xxxx株用于校园绿化美化，消费金额万元。

（二）购买贫困群众农特产品。xxxx年秋季，购买珠子河村建档立卡贫困户张少利种植的大榛子xxx余斤，消费万元；

购买珠子河村贫困户家蜂蜜公斤，消费万元；

购买珠子河村建档立卡贫困户刘德银家土鸡xx公斤，消费万元；

购买村建档立卡贫困户于新友家土豆xxxx公斤、白菜xxx公斤、芥菜xxx公斤，消费万元；

购买村建档立卡贫困户王玉兰家大白菜xxx公斤，消费万元。

截至目前，xxxx年县教育局消费扶贫金额共计万元，有力促进了贫困人口稳定脱贫和集体产业的可持续发展。一是助推贫困户稳定增收，用实际行动贯彻落实xxxxxx“扶志”“扶智”重要论述，调动了贫困群众依靠自身努力实现脱贫致富的积极性，引领贫困群众进行自我规划与发展，提升了贫困人口脱贫致富的造血能力，生活水平更上一层楼；

二是让贫困村产业扶贫有了更精准的发展方向，拓宽了贫困地区农产品销售渠道，促进了贫困村产业发展的供给侧结构性改革，在帮助贫困村、贫困人口创造财富的同时，也在一定程度上培育了贫困群众的市场意识和发展思维，让脱贫有计可施，有章可循。

>二、典型经验

xxxx年，珠子河村蓝靛果大丰收，可农户们却高兴不起来。今年受“新冠肺炎”疫情影响，水果市场受到强大冲击，包括以往市场畅销的火龙果价格下跌了xx%、榴莲下跌了xx%、柑橘下跌xx%。蓝靛果也因订单陡减出现了大量成熟果滞销的困境。为解决包保村蓝靛果“养在深闺无人识”的实际困难，县教育局集中优势、用活资源，主动联系该村党支部，组织系统内人员“爱心助农”，自发以平均x元/斤高于市场价的价格购买。经过共同努力，共帮助销售蓝靛果xxxx公斤，金额达x万元。农户们终于乐起来了。在伟大的中国xxx建党xx周年之际，珠子河村党支部代表广大农户以微视频的方式送上了诚挚的谢意。感谢在疫情期间农户蓝靛果在滞销的情况下，帮扶部门提供了爱心销售和暖心帮助，解决了实际困难，增强了农户脱贫致富的信心，在平稳全县蓝靛果市场价格的同时，实现了以购促扶助增收的目标。

>三、存在困难

（一）消费群体对贫困户生产的非生活必需品需求量不大，销售困难系数大。

（二）因食堂采购必须经过严格的招标程序，蔬菜等食材直供食堂无法实现。

（三）贫困户生产的农产品同市场供应同类、同步，大众所需市场、超市基本可以满足，教育系统乃至全社会消费扶贫力度削弱。

>四、工作打算

（一）做好规划设计。辅助贫困户做好生产规划，尽量结合市场需求生产、种植农副产品，在供给侧结构性改革上下功夫，提高产品供给水平和质量，做好产销对接，保障产销平衡，全力确保贫困群众收入稳步提高。

**聊城消费扶贫工作总结12**

今年以来，就非常重视消费扶贫工作，3月份就与联系村一同开展消费扶贫销售活动，助推“扶贫小金鸡”项目所有扶贫产品，每人每月必须销售350元以上，截止目前，帮扶人销售额完成万元；

二是按照“关于做好线上采购大礼包和办公用茶的通知”文件要求，第一时间到富溪乡采购了20斤办公用茶，总价1980元；

三是端午节前，局党组就提前向工会提出要求，统一购买联系帮扶村的“扶贫小金鸡”产品，局工会不得购买其他节日慰问礼品，采购扶贫产品3900元，同时要求全体干部职工利用联系企业的优势，大力开展扶贫农产品进企业宣传，向联系企业宣传村扶贫产品，企业在端午节期间购买“扶贫小金鸡”产品万元；

四是中秋节前根据“全区工会开展抗疫扶贫消费通知”，工会按每人300元采购区推荐的扶贫产品，总采购价3900元，企业购买万元；

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。

**聊城消费扶贫工作总结13**

自20\_年上半年以来，市妇幼活动中心与尹都区南士旺村结对，坚持求真务实、开拓创新的原则，精心组织，精心安排配对工作，取得显著成效。本工作总结如下：

>一、提高认识，切实加强对结对帮扶工作的组织领导

开展配对援助活动是贯彻科学发展观、加强社会主义文明建设、建设社会主义和谐社会的重要措施和有效组织形式。中心高度重视，成立了以徐江红主任为领导的村级援助工作领导小组，明确了办公室的主要工作、具体分工和明确职责。

>二、制定计划，落实帮扶措施

制定切实可行的配对援助计划，援助工作理念，确保各项工作的实施，开展有针对性的援助活动。积极支持村图书馆的建设。向村100多本书，包括农业科技、儿童读物、百科全书知识等，购买乒乓球等体育用品，丰富群众精神文化生活，为新兴社区提供免费活动场所和家庭教育讲座 。

>三、精心组织，坚持精神文明帮扶

在工作中，坚持扶贫和志向。不仅从物质上给予帮助，思想上帮助他们改变思想，树立自强自立的意识。 抓好党员干部的学习教育，三是运用各种培训形式。如农村实用技术培训、农村政策法规培训、法律法规、科技文化培训、精神文明培训等。

今后，我们将以巩固和提高先进教育活动成果为动力，以改善配对帮助群众的生产生活条件为目标，进一步提高工作标准，改进工作方法，努力为村民做更多的实际和好事。使社会主义文明建设在农村地区开花结果。

**聊城消费扶贫工作总结14**

为认真贯彻落实^v^、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《20\_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

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

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。

**聊城消费扶贫工作总结15**

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。

>一、 XX 镇消费扶贫基本情况 XX 镇有开展消费扶贫的良好基础。

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 xx 余人， 发展到目前的 xx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。

>二、 所遇到的困难问题

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。

>三、 下一步工作建议

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。

**聊城消费扶贫工作总结16**

>一、参与消费扶贫，助力脱贫决胜。

>二、总体思路

深入贯彻xxxxxx视察重要讲话重要指示精神和关于开展消费扶贫行动的重要批示要求，认真落实中央、省扶贫开发领导小组安排部署，以动员各界参与消费扶贫、促进扶贫产品稳定销售、巩固脱贫成果为目标，以建成运营消费扶贫专柜专馆专区及地方馆、用好“扶贫832”销售平台等为主要载体，以拓展八项消费扶贫行动为重要抓手，坚持政府引导与社会参与相结合、政策支持与市场运作相促进、线上平台与线下渠道相统一，统筹全社会各方面资源，积极购买和帮助销售扶贫产品，营造全力参与消费扶贫、购买扶贫产品的浓厚氛围。

>三、活动时间

20\_年9月1日至30日

>四、组织领导

县政府成立由分管领导同志任主任，县发改局、扶贫办主要负责同志任副主任，各有关部门分管负责同志参加的组委会，组织领导我县消费扶贫月活动(组委会组成人员名单附后)。

组委会下设办公室，负责组织指导协调有关部门、乡镇开展消费扶贫月活动。办公室主任由县扶贫办主要负责同志兼任。办公室日常工作由县消费扶贫活动月工作专班承担。

>五、活动内容及分工

统筹开展7项主要活动：

2.规范设立1-2家消费扶贫专馆。在县内选择1-2家具有一定规模的村级电商服务场所，规范完善为消费扶贫专馆。运用政府支持与市场运作相结合的办法，建设本地的消费扶贫专馆，集中展销推介我县扶贫产品。(牵头部门：商务局。配合部门：组织部、发改局、扶贫办、机关事务服务中心、供销部门等)

3.新开辟2个消费扶贫专区。在全县选择大型商超企业设立易于辨识的消费扶贫专区，精选运营代理商，集中宣传、展示和销售扶贫产品，全县开辟不少于2个商超扶贫专区。(牵头部门：商务局。配合部门：发改局、扶贫办、组织部、市监局、农业农村局、团县委、工商联等)

**聊城消费扶贫工作总结17**

xxxx年，带领提蒙大队高质量完成837贫困人口脱贫任务，完成县下达指标的。主持召开提蒙大队部例会39次，推动村级集体经济、爱心超市、党员群众心连心、减贫成效等工作任务完成。

(一)多措并举确保脱贫稳定

一是基本医疗有保障。完成提蒙乡档立卡贫困人口4818人的农村医疗保险代缴工作，参合率100%，慢性病报销80%，住院报销90%以上，医疗报销金额共万元，切实减轻贫困人口医疗费用负担。

二是住房安全有保障。采取以农户自建、政府补助为指导，将贫困户、低保户、特困户和残疾户共236户列入危房改造计划，xxxx年完成危房改造任务236户，安全入住率100%。

三是义务教育有保障。全乡763名贫困学生、35名低保家庭学生享受xxxx-xxxx年学年度扶贫教育助学金共计万元。xxxx年秋季扶贫教育助学金共发放万元，惠及贫困学子730名;87名中高职贫困学子领取“雨露计划”教育资助金万元，做到全覆盖。

四是产业发展可持续。以“支部+合作社+贫困户”“党员致富带头人+贫困户”等发展模式，先后指导发展了远景下旺村生态休闲产业园区(愿景合作社)、老长村黑山羊、海南黑猪、礼亭村小黄牛养殖基地、沟尾村小黄牛、黑山羊和山鸡养殖示范区等一批扶贫产业项目，全乡共吸纳443户贫困户入社，解决14人就业问题。发放分红款万元开办了远景村农家乐——鸭塘夜色，试营业第一个月营业额98268元。

五是就业帮扶有成效。组织农村富余劳动力600多人次参加县就业招聘会5次;开发了村级保洁员、耕地保护协管员等就业岗位，吸收142名贫困家庭劳动力上岗就业。经统计，在大队各单位的引导帮助鼓励下，已有贫困户主动外出打工(含打零工)1040人。

(二)创新帮扶提升脱贫质量

一是开展消费扶贫活动促增收。积极利用县扶贫集市平台，组织贫困户积极参与线下消费扶贫活动，近2个月来，扶贫产品线下消费万元，帮助300余户贫困户增收。

二是开展“志智”双扶活动激发动力。通过电视夜校、爱心超市，提蒙心希望义工站等“志智”帮助机制，贫困户积极发展产业、参加就业和村级活动。六个爱心超市共兑换了“爱心积分”商品24706分(每分1元)，惠及贫困户294户，其中符海春、黎秋明还获得县级“十佳脱贫之星”荣誉，激发其他贫困群众的内生动力。

二是开展党员群众心连心活动促进和谐。组织216名有帮扶能力的党员联系1561户非贫困户，宣传惠民政策，收集群众诉求，帮助解决群众困难，截止目前，共收集诉求341个，已解决115个，通过帮助解决实际问题，打通服务群众“最后一公里”，提升群众满意度，促进和谐社会发展。

**聊城消费扶贫工作总结18**

今年以来，我局严格按照市局工作要求，以服务全民创业、服务项目建设为主题，以服务重点龙头企业、重大农业项目为重点，以创优农业创业发展环境为目标，在全局领导干部中开展帮扶企业（农民专业合作社、种养大户）工作，并取得了一定成效，为全县经济发展作出了应有贡献。

>一、帮扶基本情况

我局领导干部共帮扶企业6家，其中粮食种植大户一家、蔬菜种植大户一家、甲鱼养殖一家、农民专业合作社三家。通过开展帮扶活动，进一步提高了种养大户的科学种养水平，提升了农民专业合作社带农增收能力，为全县经济社会发展作出了一定的贡献。

>二、主要开展工作

1、确定帮扶对象。局领导按照分工确定了帮扶对象，并通过联络员将上级精神传达给帮扶对象，使双方产生共鸣。

2、与企业召开对接座谈会。局各位领导通过不同方式与帮扶对象召开了多次对接座谈会，明确服务内容，与种养大户签定了技术服务协议，并广泛征求他们的意见和建议。

3、深入现场开展帮扶服务。在帮扶上，局领导能够带领有关技术人员深入服务现场，开展调查研究、良种推广、技术培训、政策咨询，并提供种养规划指导，帮助解决生产中遇到的实际问题。

4、开展电话回访服务。坚持与帮扶对象保持联系，及时掌握他们动态，对帮扶对象提出的问题和急需解决的事情，实行超前服务、预约服务、全程服务。

5、帮助解决实际困难。在帮扶付坊乡梅林村蔬菜种植大户上，帮助解决了资金、生产技术、品种搭配等问题；在帮扶南丰县京丰甲鱼有限公司上，一是聘请南昌大学洪一江教授指导进行中华鳖良种选育试验，二是“态河中华鳖”的商标注册，三是中华鳖选育试验的项目申报。在帮扶农民专业合作社上，帮助规范财务管理与利益分配建章立制、规范民主管理、增强产品质量安全意识和产品品牌观念。使他们合作意识、财务管理水平、管理合作社的能力均得到提高。

6、引导鼓励帮扶对象反映意见和建议。经局各位领导耐心细致的工作，使服务对象给农业部门提出了许多好的意见和建议。如加大物质扶持力度，提供技术资料和培训机会，参与产品销售平台、接洽，希望加强和其他种植户多交流，帮助规范建账等。

**聊城消费扶贫工作总结19**

为推进社会扶贫资源与贫困户需求有效对接，鼓励社会各界购买镇域内特色农副产品，促进贫困人口稳定脱贫和扶贫产业持续发展，提升脱贫攻坚成效，结合我镇实际制定本方案。

一、工作目标

以^v^^v^关于扶贫工作的总要论述为指导，认真落实关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见，坚持政府引导、市场主导、社会参与、互利共赢原则，调动社会各界参与消费扶贫、助力脱贫攻坚的积极性，切实解决贫困群众产品销路出窄，增强扶贫产业带贫益贫能力，筑牢贫困人口长效脱贫基础，形成持续稳定、互利共赢的消费扶贫长效机制。

二、实施范围

全镇5个行政村和4个有贫困户的社区，以建档立贫困户为重点对象，协同拉动贫困户和非贫困户生产的地域性特色产品销售。

三、工作任务

1、督促各村和社区建立产品名录。结合上级文件要求，统计供应主体、产品产量、销售价格、产地等信息，优先将产量稳定、质量可靠的产品纳入“名录”，建立台账，及时报送消费扶贫产品名录。

2、帮扶单位助销。引导全镇8个帮扶单位带头消费帮扶村、贫困户产品，通过职工福利采购、“以买代帮”等方式消费“名求”内产品，建立长期定向采购合作机制。

四、保障措施

1、加强组织领导。全镇要把消费扶贫作为打赢脱贫攻坚战的重要抓手，采取有效措施，组织开展多种形式的农产品营销活动，扎实做好贫困村、贫困户农产品产销对接工作，要充分发挥乡、村两级干部和帮扶队伍作用，组织实施好消费扶贫工作，确保各项措施落地落实落细。

2、加强宣传引导。各村和社区要充分运用宣传条幅、村内大喇叭等加大推介力度，加大消费扶贫引导力度，培育社会大众消费扶贫献爱心理念，及时总结和宣传推广消费扶贫工作中涌现出来的经验做法，营造全社会参与消费扶贫的浓厚氛围。

3、强化督促落实。将消费扶贫纳入年度脱贫攻坚工作计划，要统筹做好消费扶贫的组织实施和跟踪检查，及时总结工作开展情况，定期统计包扶部门、机关单位购买和销售贫困村、贫困户的产品相关数据。

**聊城消费扶贫工作总结20**

1.做好宣传是关键。局党组坚持以^v^新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习、宣传贯彻^v^^v^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。

**聊城消费扶贫工作总结21**

>一、活动主题

参与消费扶贫，助力脱贫决胜。

>二、总体思路

深入贯彻^v^^v^视察重要讲话重要指示精神和关于开展消费扶贫行动的重要批示要求，认真落实中央、省扶贫开发领导小组安排部署，以动员各界参与消费扶贫、促进扶贫产品稳定销售、巩固脱贫成果为目标，以建成运营消费扶贫专柜专馆专区及地方馆、用好“扶贫832”销售平台等为主要载体，以拓展八项消费扶贫行动为重要抓手，坚持政府引导与社会参与相结合、政策支持与市场运作相促进、线上平台与线下渠道相统一，统筹全社会各方面资源，积极购买和帮助销售扶贫产品，营造全力参与消费扶贫、购买扶贫产品的浓厚氛围。

>三、活动时间

20\_年9月1日至30日

>四、组织领导

县政府成立由分管领导同志任主任，县发改局、扶贫办主要负责同志任副主任，各有关部门分管负责同志参加的组委会，组织领导我县消费扶贫月活动(组委会组成人员名单附后)。

组委会下设办公室，负责组织指导协调有关部门、乡镇开展消费扶贫月活动。办公室主任由县扶贫办主要负责同志兼任。办公室日常工作由县消费扶贫活动月工作专班承担。

>五、活动内容及分工

统筹开展7项主要活动：

**聊城消费扶贫工作总结22**

同志们:

20\_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。^v^^v^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^v^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。

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。

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。

**聊城消费扶贫工作总结23**

消费扶贫是社会各界通过消费来自贫穷地区和贫穷人口的产品与服务，协助贫穷人口增收脱贫的一种扶贫方式，是社会力气参加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穷地区产品和服务消费，调动贫穷人口依赖自身努力实现脱贫致富的乐观性，促进贫穷人口稳定脱贫和贫穷地区产业持续进展。同时，^v^办公厅发布了《关于深化开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导看法》，提出坚持精准扶贫精准脱贫基本方略，围绕促进贫穷人口稳定脱贫和贫穷地区长远进展，坚持政府引导、社会参加、市场运作、创新机制，着力激发全社会参加消费扶贫的乐观性，着力拓宽贫穷地区农产品销售渠道，着力提升贫穷地区农产品供给水平和质量，着力推进贫穷地区休闲农业和乡村旅游加快进展，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，推进贫穷地区产品和服务融入全国大市场，助力脱贫攻坚，实现帮扶贫穷地区农夫脱贫致富。

消费扶贫具有重要的深远意义：第一，消费扶贫有利于贫穷户的稳定增收，特殊是有利于实现^v^^v^讲的 扶志

人乐为，既满足了消费升级对绿色生态农产品的需求，也促进了贫穷地区产业进展的供应侧结构性改革。

授人以鱼，不如授人以渔，扶贫终于的落脚点不是一时提升贫穷群体的收入，而是要协助贫穷人口培养造血实力，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穷户的参加热烈，提升扶贫的质量和效率。所以，以消费带动贫穷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。

开展消费扶贫工作总结八篇【二】

近年来，我们商信系统干部职工深化贯彻落实^v^^v^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，根据省市县消费扶贫工作会议要求，以推进贫穷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，乐观创新消费扶贫方式，有力促进了扶贫产品市场销售，有效带动了贫穷户增收，助力了脱贫攻坚。

一、工作开展状况

1、高度重视，准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，准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进展计划制定、工作推动、任务落实及统筹协调催促督导等工作。

2、深化调研，准时起草了《扶风县深化开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚实施看法》。5 月初，我局先后深化全县 8 个镇街、10 户商贸流通企业、34 户贫穷户家中，对消费扶贫工作举行了仔细的调研，起草了《扶风县深化开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚实施看法》，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、宣扬推介展销 等七个方面拿出了消费扶贫实施看法，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，准时设立了扶贫专柜。针对今年新冠肺炎疫情对贫穷户农产品造成的卖难问题，我们乐观开拓扶贫产品 绿色通道 ，广泛开展 买产品、献爱心、促脱贫 消费扶贫活动，在狡猾人、惠鲜生、百合生活馆等超市设立了消费扶贫专柜，准时与县扶贫办对接，分三批次认定扶贫产品，乐观联系推举扶贫产品供给商，解决了贫穷户产品卖难问题。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，我们还鼓舞工业企业、商贸企业、餐饮企业、社会团体等优先购买贫穷户的农特产品。今年 1 6 月份，在扶贫产品专柜共销售贫穷户农产品 190 多万元，有效地解决了贫穷户农产品卖难问题。

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、农夫专业合作社对贫穷户的辐射带动作用，我局乐观协调协助龙头企业、骨干企业、专业合作社举行农特产品收集、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。

**聊城消费扶贫工作总结24**

为认真贯彻落实xxx、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《20\_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

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

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。

**聊城消费扶贫工作总结25**

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。20\_年6月以来，各参与消费扶贫的企业共计销售价值万元的农畜产品。

>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万亩，可采摘面积万亩，预计鲜果产量达万吨。今年累计帮助建档立卡群众销售枸杞及附属产品余万元。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。

**聊城消费扶贫工作总结26**

（一）广泛组织动员，巩固帮扶力量。县司法局高度重视消费扶贫工作，将此项工作作为局20\_年包保帮扶计划中的一项重要目标，明确了消费扶贫工作的任务与要求。同时，定期召开村三委班子成员会议，研究落实关于脱贫攻坚工作中消费扶贫工作任务及措施，为村消费扶贫工作的开展提供了有力保障。20\_年，局领导班子针对消费扶贫工作召开会议6次，就村消费扶贫工作制定年度任务目标，同时对帮扶责任人结对帮扶提出要求，必须重视消费扶贫工作，并抓好后期跟进和落实。

（二）瞄准突出短板，解决“瓶颈”问题。屯灵芝种植及榆树林子屯蔬菜大棚是村目前比较成熟的集体项目，但灵芝孢子粉缺乏销售渠道、蔬菜大棚种植技术不成熟阻碍了产业的发展。今年，县司法局全体帮扶干部通过微信公众号、新浪微博等自媒体平台对屯灵芝孢子粉进行宣传推广，驻村工作队还联系厂家为产品设计包装，使其焕然一新；同时，局领导请来专家为村民讲解蔬菜大棚支架、扣膜及选种、种植经验，解决了老百姓的难题，蔬菜成熟后，帮扶责任人还帮忙联系销售渠道，确保实现稳定增收。

**聊城消费扶贫工作总结27**

近年来，我们商信系统干部职工深入贯彻落实xxxxxx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。

>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。

**聊城消费扶贫工作总结28**

20xx年以来，县应急管理局在县委、县政府的正确领导下，在镇党委、镇政府的大力支持下，结合村实际，脚踏实地搞服务，一心一意抓扶贫，团结和带领全村干部群众艰苦创业，攻坚克难，在帮扶过程中扎根基层、精诚团结，紧紧围绕工作目标，谋准村政、解决难题，受到了干部群众的一致好评。现就我局20\_年消费扶贫工作情况总结如下：

应急管理局作为非贫困村镇村帮扶单位，年初来，我局认真贯彻县委、县政府的相关部署要求，扎实推进消费扶贫工作，高度重视消费扶贫宣传动员，为打好打赢脱贫攻坚战，营造了良好的工作氛围和舆论环境，同时创新服务方式，转变工作作风，切实履职尽责，为民办事，谋服务。

>一、对我村贫困户出资xxxx元安装住宅玻璃，协调水泥xx袋、沙子x立方米，帮助一户贫困户修缮了住宅。

>二、动员全局帮扶责任人购买农户农副产品，卖出村民自酿白酒xxxx余斤，价值xxxxx余元。

“十一”“中秋”期间购买贫困户鸡xx只，价值xxxx元；

购买月饼xxx斤，价值xxxx元；

购买豆油xxx斤，价值xxxx元；

购买嫩玉米xxx元。

通过消费扶贫工作的开展，拉近了帮扶干部和贫困户之间的情感距离，同时也引导贫困群众自力更生、勤劳致富，不断增强内生动力

>三、下一

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！