

消费扶贫半年工作总结(汇总5篇)

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。相信许多人会觉得总结很难写？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

消费扶贫半年工作总结篇一

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，完善产业扶贫新模式，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，着力激发全社会参与消费扶贫的积极性，着力拓宽扶贫农产品销售渠道，着力提升扶贫农产品供应水平和质量，着力推动休闲农业和乡村旅游加快发展，着力推动扶贫农产品和服务融入市场。

二、重点任务及分工

(一) 动员社会各界扩大扶贫农产品和服务消费

1. 引导扶贫帮扶单位、包保责任单位、驻桦国企采取“以购代捐”“以买代帮”的方式，购买和协调销售扶贫农副产品，促进贫困产业发展。将“消费扶贫”纳入到扶贫日系列活动中，推进扶贫农产品与市场对接。注重“扶智扶志、智志双扶”，加强对建档立卡贫困户的技能教育和培训，激发贫困户的内生动力和可持续脱贫能力。加强对驻村工作队的管理和培训，提升驻村工作队员帮扶贫困村脱贫致富能力，增强贫困人口走进市场、融入市场、利用市场的能力。将消费扶贫完成情况纳入扶贫年度考核指标，作为产业合作考核的重要内容。开展促销活动解决全市扶贫产品滞销问题。

责任单位：市扶贫办

责任单位：市财政局

3. 鼓励各级工会按照有关规定优先到贫困村开展工会活动，在向会员发放节日福利、慰问品时，同等条件下优先采购扶贫产品。

责任单位：总工会

4. 引导各^v^成员按规定到贫困村开展活动，在同等条件下优先采购扶贫农产品。

责任单位：市委^v^部

5. 根据扶贫产品实际生产情况和市直机关局属食堂需求，组织采购扶贫农产品；局属单位、委托监管企业如需临时用工，优先从贫困户聘用。

责任单位：市事管局

6. 引导国有企业及其职工在同等条件下优先采购扶贫产品，优先从贫困户聘用职工。

责任单位：市财政局（国有资产管理办公室）

消费扶贫半年工作总结篇二

一、工作思路

以^v^关于扶贫工作的重要论述为指导，坚持政府引导、市场主导、企业参与、互利共赢原则，切实解决我县贫困地区产品销路窄、组织化程度低、增产不增收等突出问题，促进我县贫困地区农产品与x市场需求有效对接；促进贫困地区产品变商品、收成变收入，带动贫困人口增收脱贫；促进贫困地区生产好产品、打造硬品牌及全国驰名品牌，增强自我发展

能力，形成可持续增收长效机制。深入挖掘我县特色农产品品种资源，优化农产品品种和区域布局，做大做强产业规模。鼓励龙头企业、农产品批发市场、电商企业采取“农户+合作社+企业”等模式，在建档立卡户所在贫困地区建立生产基地，大力发展订单农业，提高农产品供给的规模化组织化水平，增强农产品持续供给能力。落实农产品产地初加工补助政策，扶持贫困地区提升农产品储藏保鲜、分拣分级等能力，提高贫困地区农产品初加工率。增强自我发展能力，形成稳定、可持续互利共赢的消费扶贫长效机制。

二、总体目标

多渠道拓宽我县农产品进京销售渠道，支持批发市场、电商企业、大型超市等市场主体与贫困村建立长期稳定的产销关系，组织我县农产品直供直销x市场，推动消费扶贫。

三、主要形式

消费扶贫是社会力量参与支持脱贫攻坚的重要方式，以建档立卡贫困村贫困户为支持对象，以购买贫困群众农特产品为主要手段，以农业农村资源为依托、以一二三产融合发展为核心，延伸产业链、提升价值链、构建脱贫链，加强政策驱动，采取灵活多样的消费扶贫方式，实现贫困群众增收脱贫。具体做法如下：

（一）商场超市直销。广泛开展“买产品、献爱心、促脱贫”消费扶贫活动，在xx区及相关区县的超市商场、大型农产品批发市场、农贸市场等经营场所醒目位置，开设我县贫困地区农产品销售公益专区、专柜，方便消费者随时随地为贫困地区贫困群众奉献爱心。鼓励x各大餐饮协会等社会组织优先购买我县贫困地区农特产品。

（二）开展“四进”对接承销活动。政府牵头搭建我县和xx区的机关、学校、医院和企事业单位食堂与我县农产品供需

对接平台，鼓励引导其选用我县贫的农产品、畜产品，供需双方建立长期定向采购合作机制，促成双方合作意向，实现对接签约。

（三）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。在企业与贫困户双方自愿的基础上，由项目实施单位协调龙头企业、骨干企业、专业合作社对一家一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，实现保值增值。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。

（四）电子商务营销。整合我县国家电子商务进农村示范县项目电商扶贫资源，支持发展“电商+龙头企业（合作社）+建档立卡贫困户”的直采直销模式，积极推销贫困村特色产品。借助我县国家电子商务进农村综合示范项目所搭建的电商平台，发挥xx区和我县内各大农产品销售平台及京东扶贫馆等电商平台的作用，扩大贫困地区农产品销售规模。发生较大规模农产品滞销卖难时，及时推动电商企业开展农产品应急促销。

“买贫困地区产品，献扶贫济困爱心”理念，鼓励帮扶单位、帮扶干部带头消费帮扶村、贫困户产品。

四、项目支持方式和资金安排

（一）支持在x市x区建设x县农特产品体验店和电商运营中心，农特产品体验店面积不小于xxx平米，电商运营中心和办公场所面积不小于xxx平米。补贴中标企业场地租赁、店面装修费用。按照xx%的比例补贴企业场地租赁费、最高不超过xxx万元；按xx%的比例补贴装修费用、最高不超过xx万元。该板

块剩余资金用于支持农产品深加工设备板块补贴。

（二）支持中标企业对x县农特产品体验店和电商运营中心□x县区域公用品牌的宣传、推广以及包装设计、品牌培育等工作，按照企业实际支出予以补贴，最高不超过xx万元。该板块剩余资金用于支持农产品深加工设备板块补贴。

（三）支持农产品深加工设备补贴。为了保证贫困户的农产品进行初加工后能够进入x市场，对项目实施单位现有农产品加工设备进行技术更新，购进先进加工设备，对贫困户的农产品进行精加工。设备补贴以收购建档立卡贫困户农产品数量给予补贴，补贴金额为xxx万元。补贴标准为收购建档立卡贫困户农产品交易金额的xx%□即收购农产品总金额在xxxx万元以上，项目实施企业要与xxxx户以上建档立卡贫困户（专业合作社、农产品加工企业）签订采购合同，收购价格要高于市场价格的xx%以上，项目实施单位要和建档立卡贫困户签订收购合同。

（四）项目资金支持比例原则上按上述规定执行，因项目需要确需调整的，经县政府研究同意后方可调整。项目补贴资金第一年用东西部消费扶贫项目资金支出，以后年度由项目实施（中标）单位承担，项目实施年限不得低于三年。项目资金管理严格按照□x市东西部扶贫协作项目资金管理暂行办法》文件要求使用，项目资金应采取公开招标方式择优确定承办企业或单位。项目资金应按合同约定及时拨付中标企业，与承办企业签署协议后，在确定企业已开工建设并确保资金安全情况下，首期预拨资金不低于xx%□其余资金按照项目进度予以拨付，在项目完工并验收通过后全额拨付。

（五）项目承办企业收到资金后，应当按照国家有关财务、会计制度的规定进行账务处理，专账核算，专款专用，并严格按照规定使用资金，不得用于人员工资和生活费用。自觉接受商务、财政、扶贫、审计等部门的监督检查。项目主管

部门应切实加强专项资金日常监督、检查，密切跟踪项目进展，及时发现并解决项目和资金管理等存在的问题。要按有关规定及时开展绩效自评，绩效评价的重点是项目建设实施情况、资金投入和使用情况、相关制度和措施、目标完成程度和效果及项目资金管理情况等。

五、实施步骤

（一）准备阶段(XXXX年x月-x月)

x.完成《x县关于开展消费扶贫的实施方案》的制定，指导消费扶贫工作按工作计划有序开展。

x.《x县关于开展消费扶贫工作的实施方案》经县政府研究同意后，完成《x县东西部扶贫协作XXXX年消费扶贫项目资金申请报告》，提交上级审核。

（二）实施阶段《XXXX年x月-xx月》

消费扶贫半年工作总结篇三

省人大代表：

2020年是全面建成小康社会目标实现之年，也是脱贫攻坚决战决胜、全面收官之年。为深入贯彻落实^v^^v^在决战决胜脱贫攻坚座谈会上关于开展消费扶贫行动的重要指示精神和^v^扶贫办等七部委联合印发《关于开展消费扶贫行动的通知》（国开办发〔2020〕4号）要求，以及我省扶贫办等十部门关于印发《黑龙江省开展消费扶贫行动实施方案》通知精神，进一步凝聚我省各级人大代表的爱心和力量，带动全社会共同参与消费扶贫，形成强大合力，帮助贫困群众持续增收，实现城市“菜篮子”“米袋子”有效供给和促进我省扶贫产业健康发展，助力全省如期全面打赢脱贫攻坚战。在此，

向省人大代表发出如下倡议：

一、当好消费扶贫工作的宣传员，积极传播爱心消费扶贫理念，争做消费扶贫爱心行动代言人，将“消费扶贫”相关信息分享到朋友圈、微信群等媒体平台，发动身边人，广泛联系更多的团体和个人，激发更多的爱心人士参与到消费扶贫行动中来，共同推动并逐步形成良好的社会氛围，给全省贫困群众送去温暖和关爱。

二、进一步提高政治站位，在消费扶贫中走在前列、做出表率，发挥重要的引领带动作用，积极参与到消费扶贫的行动中来，根据自己的实际需求及所拥有的帮扶资源，通过“以购代捐，以买代帮”的方式，到农产品原产地搭建购销桥梁；采取私人订制、代种代养等方式，积极购买贫困地区产品和服务，签订长期购销合同，建立稳定购销机制；依托“百企帮百村联万户”精准扶贫行动，采取采购、代销等形式，帮助贫困地区农副产品对接外部市场，为脱贫攻坚贡献一份力量。

四、充分发挥自身特点和资源优势，加大贫困地区农产品公益宣传，搭建信息交流平台，加强合作对接，鼓励和引导各类企业充分发挥自身优势，利用自有平台渠道，积极推动扶贫产品进市场、进商超、进学校、进社区、进食堂等，促进扶贫产品销售，推动形成全社会关注、支持、消费贫困地区农产品的良好氛围。

消费有情，爱心无价；涓涓细流，汇聚成海。我们呼吁省人大代表积极参与和支持消费扶贫行动，用我们的爱心在全社会凝聚起强大的抗疫助贫力量，为黑龙江全面振兴全方位振兴做出贡献！

真诚期待您的参与，并向您表示衷心感谢！

消费扶贫半年工作总结篇四

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《_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。

消费扶贫半年工作总结篇五

近年来，城关镇深入贯彻落实^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，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。

一是开展金秋特色农产品展销。我镇9月26日在秦厂村党建综合体开展“弘扬传统文化传承红色基因”主题活动，一是开展“不忘初心牢记使命”红色文化书法交流活动通过书法作品展览弘扬中华优秀传统文化和传承红色基因；二是活动现场专门设置城关镇农副产品观赏区、展销区、品尝区等三大区域，展销产品有：众德家庭农场的晒香豆、富硒石磨面粉；伟林粮食专业合作社云台养生蛋；侯庄村付记香油作坊；付记侯庄香油；绿科农场彩虹西瓜、水果玉米等。通过综合展示，将活动打造成集中展现乡村振兴成果、宣传惠农政策、助力脱贫攻坚、提升群众消费体验的特色服务平台。

二是进会节，搭建平台促消费。先后依托“乡村振兴论坛”、“国家扶贫日”等节会在西村乡、云台古镇、市龙源湖广场举行的农产品展销活动活动上，推介我镇云台养生蛋、富硒石磨面粉等农产品品牌。目前，已通过会节展销平台累计帮助帮扶销售富硒鸡蛋、富硒石磨面等合计2万余元。

三是开发消费扶贫专柜。根据上级精神我镇在8个村共开发扶贫产品销售专柜8个。拓宽我镇农特产品销售渠道。

四是开展爱心捐助，依托“爱心”主题，对口帮扶嵩县爱心

捐赠扶贫资金一万元。

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。

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。