

# 2023年消费扶贫年度工作总结(汇总5篇)

总结是对某一特定时间段内的学习和工作生活等表现情况加以回顾和分析的一种书面材料，它能够使头脑更加清醒，目标更加明确，让我们一起来学习写总结吧。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 消费扶贫年度工作总结篇一

### 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商标,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产的农产品、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平方米，电商运营中心和办公场所面积不小于xxx平方米。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《xx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《xx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.《xx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《xx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）

## 消费扶贫年度工作总结篇二

到2020年底，充分发挥全市社会组织服务社会的作用，根据自身优势，投身决战决胜脱贫攻坚，积极参与消费扶贫，采购贫困村农副产品，帮助群众联系销路，解决贫困户卖货难和增产不增收问题；加强贫困群众技能提升培训，推动劳务服务与市场需求有效对接；增强贫困群众自力更生观念，形成持续稳定、互利共赢的消费扶贫长效机制。

### 二、实施范围

以今年全市建档立卡贫困村贫困户为重点支持对象，依托相关媒介，以购买贫困群众农特产品和服务为主要方式，动员全市社会组织积极参与消费扶贫带头示范，构建“产销对接、互利共赢”的消费扶贫新格局。

### 三、主要方式

消费扶贫是一种通过多元渠道购买贫困群众的农特产品和服务，将社会组织慈善行为与消费行为相结合，形成人人皆愿为、人人皆可为、人人皆能为的新型扶贫模式。市民政局积极号召社会组织参与消费扶贫，不断创新参与方式，把消费扶贫行动开展好，把消费扶贫品牌树立好，把消费扶贫平台搭建好。倡议社会组织积极履行社会责任，主动参与消费扶贫。全市社会组织要主动对接贫困村和贫困群众，依托各县村特色农产品资源丰富的基础，发挥自身优势，搭平台、架桥梁、建通道，为贫困群众送市场、送信息、送项目、送服务，大力推进贫困群众农产品商贸流通、精深加工和销售服务，积极为各村农产品打通销路，为贫困群众增收找准门路。积极购买扶贫农特产品，争心帮扶先锋，踊跃结对帮扶贫困群众，争心扶贫代言人，传播消费扶贫正能量。

## 四、保障措施

### 消费扶贫年度工作总结篇三

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：众德家庭农场的硒香豆、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。

## 消费扶贫年度工作总结篇四

如何充分发挥全社会力量参与扶贫，是当前扶贫工作中一个迫切需要解决的难题。海南省以“坚持党政强力推动，做到全保障”“坚持各方积极联动，做到全覆盖”“坚持线上线下高效互动，做到全服务”“坚持贫困户自觉主动，做到全参与”这“四动四全”为抓手，大力实施消费扶贫，把消费扶贫作为破解这一难题的切入点和突破口，推动扶贫工作从输血式扶贫转为造血式扶贫、从单向受益扶贫转为双向受益扶贫、从不可持续扶贫转为可持续扶贫，努力形成“人人参与消费扶贫，人人支持消费扶贫，人人宣传消费扶贫”的良好社会氛围。

### 消费扶贫具有多重价值

对消费者而言，消费扶贫是一举多得的好事。随着经济社会发展和居民收入水平提升，人们都愿意参与扶贫公益事业，为贫困户做一点事、献一份爱心。但很多人跟贫困户接触的机会不多，对贫困户的需求也不了解，不知从何帮起。消费扶贫就提供了一个很好的方式，让更多人有机会参与到扶贫事业中。消费者购买贫困户的产品，既能满足生活消费需求，又献了爱心、帮助了贫困户。可以说，消费扶贫给人们的日常消费行为赋予了良好的道德价值。

对贫困户而言，消费扶贫可以提供稳定的增收渠道、激发其脱贫致富的内生动力。消费扶贫最大的优势就是在贫困户和消费群体之间建立起一个便捷的交易渠道，把销售渠道打通，解决贫困户会种不会销的问题，让贫困户有稳定的收入来源。贫困户通过销售自己的农产品获得收入，实实在在感受到一分耕耘一分收获，从而投入更多的时间和精力到生产中来，其脱贫致富内生动力自然增强。可以说，消费扶贫作为一种造血式扶贫，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。

“种养加供销”更加紧密地联系在一起，推动农村一二三产业融合发展。

对扶贫事业而言，消费扶贫是一种持久稳定的可持续扶贫方式。脱贫攻坚既是攻坚战也是持久战，不仅要如期脱贫，更要防止返贫，让贫困户走上稳定的脱贫增收致富道路。当前，社会扶贫、定点帮扶工作中存在“一捐了之”“一送了之”“一派了之”“一问了之”的现象，难以实现持久稳定扶贫的效果。消费扶贫则探索了一条持续帮扶的路子，是对传统帮扶方式的有力提升。

坚持党政强力推动做到全保障

消费扶贫有自发的因素，更取决于有力地引导。迅速打开消费扶贫新局面，必须更好发挥党委政府的作用，为消费者和贫困户建立供需对接渠道。基于发展实际和现实考虑，海南省要求各级各部门把推动消费扶贫作为当前和今后一个时期打赢脱贫攻坚战的一项有力抓手，充分发挥体制和组织优势，力争尽快把消费扶贫活动有声有色地开展起来。

“共享农庄”、协助购销对接等模式参与消费扶贫。



# 消费扶贫年度工作总结篇五

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。