

最新消费扶贫年度工作总结 裕安区消费扶贫工作总结(汇总5篇)

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，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。优秀的总结都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

消费扶贫年度工作总结 裕安区消费扶贫工作总结篇一

一、加强领导，提高扶贫工作的认识

结合工作实际，县总工会成立了以主席为组长，分管副主席为副组长的扶贫工作领导小组，负责日常工作的组织、协调。2018年以来县总工会把精准扶贫工作作为重点列入干部职工年度考核计划，并安排专人负责日常联络，制定实施方案、责任落实到人。县总工会干部职工在驻村帮扶工作队、村两委负责人的陪同下，深入村组农户调查了解村情民意，与镇党委政府、村两委班子、驻村帮扶工作队开展多次座谈了解具体情况，共商制定了精准扶贫年度工作计划。

二、深入村社，慰问困难群众

为做好精准扶贫工作，县总工会多次深入村社，了解村情民意，同时加强与其他帮联单位的沟通联系，制定工作计划、方案，将惠农、利民政策宣传到户，为文家咀村的发展做实事。

（一）坚持进村入户，了解民情。一是通过实地走访、召开座谈会等形式，与镇村干部、驻村工作队员开展深入交流，

对村社道路、危旧房改造、养殖温棚建设等基础设施项目进行全面了解，掌握整体村情。二是对帮扶的7户贫困户及全村留守儿童、空巢老人、疾病致贫等特殊困难群体再次进行排查、摸底，询问他们在生产、生活方面的实际困难，理清帮扶思路。在深入调研、统筹协调的基础上，制定了帮扶方案。自2018年以来县总工会干部职工每月都深入帮扶村进行走访调研，通过开展帮扶活动，进一步密切了党群、干群关系，确保了结对帮扶工作有序推进，加强了结对帮扶活动的有效落实。

（二）结合实际，开展帮扶。一是对帮扶联系的文家咀村会同村两委及驻村帮扶工作队深入开展入户调查，积极参与“一户一册”帮扶计划的制定；二是筹资万元为村文化活动室购置了篮球等文体活动用品；三是春节期间为7户贫困户送去价值万元的生活物品；四是春耕期间筹集资金万元，为7户贫困户送去化肥、籽种、农药等生产资料；五是“六·一”期间深入文家咀小学，开展了留守儿童关爱活动，为贫困儿童捐赠“爱心书包”、“爱心书籍”等价值2000多元的学习生活用具。六是今年夏季发生暴雨灾害后县总工会干部职工第一时间进村入户，查看灾情，配合村两委及帮扶工作队开展了力所能及的减灾救灾、帮扶救助活动；七是全县誓师动员大会后，县总工会组织全体帮扶干部深入文家咀村，进一步核实贫困户的产业、收入、劳务等情况，并配合驻村工作队及时修改完善“一户一策”帮扶措施；八是与其他帮扶单位联合对文家咀村硬化了村社道路公里；对千亩杏园进行了深翻、修整、剪枝。

（三）扎实开展精准摸底，帮助制定一户一策。县总工会干部利用一周时间，对帮扶的7户建档立卡贫困户逐家逐户完善落实帮扶方案，按照“谋细、求实、做精”的工作要求，通过和群众拉家常、心贴心交谈等方式全面掌握贫困户家庭信息数据，逐户调查家庭人员情况、劳动力、生产生活现状、生产技能特长、人均收入、致贫原因、产业增收愿望等情况，制定完善“一户一策”台账，精确列出帮扶计划及措施，进

一步找准了帮扶脉搏，帮助农户树牢了脱贫及巩固提升的目标和信心。

消费扶贫年度工作总结 裕安区消费扶贫工作总结篇二

近几年来，随着旅游业的成长壮大，来xx旅游人数持续增多，越来越多的群众收获到了旅游带来的“红利”，为xx旅游扶贫效应初显。旅游业是朝阳产业，也是民生经济，我县充分发挥旅游业的综合带动作用，全力推进了旅游扶贫工作，在农民增收、带动就业及社会稳定等方面得到实实在在的成效。

xx县拥有丰富的农特资源，草莓、葡萄、苦笋、李子、枇杷、桃子、柑橘、柚子等。但长期以来，农民丰产总难以带来“丰收”，主要因为是产品附加值低。旅游业的发展带动了商业的发达，初级农副产品被研发为特色旅游商品，附加值增加，一大批旅游商品深受游客欢迎。通过各种乡村旅游节庆，如“xx苦笋节”“xx桃花节”等活动，来带动农特产品的销售。以苦笋为例，xx巨峰葡萄市场价为3-6元/斤，通过游客采摘的葡萄出售价为12-20元/斤，如果做成苦笋酒、泡苦笋等旅游商品，市场价更高。有市场、有销路，作为提供初级农产品的果农也得到了相应增收。

农村家庭的主要收入来源一般为外出打工，在本地能够提供的就业岗位少、收入低，旅游产业具有“离土不离乡”、就业方便的优势。目前xx县22个乡镇，分布90余家乡村农家乐，带动农民直接就业920余人，间接就业农民2300余人。一个普通农家乐能够直接解决5人就业，规模稍大的还需要增加厨师、服务员等，能够提供8-12人就业。提倡“吃农家饭、住农家屋”为主题的乡村体验式消费，利用农民自家院落以及依傍的田园风光、自然景点，以低廉的价格吸引市民走进农村，住农户房屋、吃农家饭菜、赏农村风情的休闲方式，进一步促进农家乐园的发展，缓解本地就业问题。

通过旅游业发展，带动农产品加工业、饮食业的发展，直接促进农村产业结构调整，农村的增长增收，直接使城乡收入差距得到了缓解。同时有助于村容村貌的转变，为新农村建设增添了力量。强化规划引导，采取以奖代补、先建后补、财政贴息等方式扶持休闲农业和乡村旅游业发展，着力改善休闲旅游重点村进村道路、宽带、停车场、厕所、垃圾污水处理等基础设施服务。规范化管理体制下，开展环境保护，建设宜居村寨、宜居乡镇。

（一）基础设施建设尚不完善。很多拥有丰富旅游资源的乡镇，因为基础配套的不到位，迟迟难以得到快速发展。如xx乡以苦笋著称，但因为基本的交通条件问题，可进入性差，使得空有资源却难以发挥最大效应。

（二）扶贫政策力度有待提升。旅游业在产业扶贫中应占据着重要地位，但相关项目政策、土地政策、扶持政策缺乏足够有力的支撑，近年来国家旅游扶贫政策出台后，有针对性的、可落实的政策较少，项目配套跟进不及时。旅游项目支持相对较少，如在农家乐培训方面，没有专门的资金项目。

（三）旅游扶贫投入资金不足。我县投入旅游建设的资金十分有限，加之旅游扶贫项目偏少，导致一些旅游建设项目进展较慢。如当前□xx旅游正处于旅游发展的机遇期，特别是在倡导旅游连片发展的模式□xx旅游扶贫既有优势、又有前景。

认真做好项目策划，加强对乡村生态环境和文化遗存的保护，坚持地方性、坚守乡村味、筑牢田园梦，防止大拆大建和以旅游开发为名圈占土地搞房地产开发，防止破坏村庄原有机理和整体风貌的破坏性开发，使旅游扶贫开发始终按照“看得见山、望得见水、记得住乡愁”的要求进行，与社会主义新农村和美丽乡村建设相互促进。我局针对xx镇、xx镇、xx乡、xx乡、xx乡优异的乡村旅游资源，特邀自贡规划设计院的专业规划师进行实地考察调研，进行乡村旅游规划编制。

贫困地区面临的很重要的一个困难，就是其基础设施和公共服务设施落后。实施旅游扶贫面临的重要挑战就是基础设施严重滞后，难以满足现代旅游需要。以认真贯彻落实《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》为契机，多方筹措资金，集中精力解决好旅游扶贫村的旅游基础设施和公共服务设施。

人力资源素质不高是制约贫困地区发展旅游的主要瓶颈。要把育才引智，加大人才培养作为旅游扶贫开发的重点抓手，按照“培训一人、就业一人、脱贫一家”的扶贫工作思路，按照现有乡村旅游经营点，分级分类开展培训。把加强旅游扶贫村村官、致富带头人、旅游经营户、从业人员培训，作为落实精准扶贫、到村到户要求的具体抓手，切实抓实抓好。

支持和鼓励我县本土的涉旅企业参与集中连片贫困地区的旅游开发，给予优惠配套政策，充分发挥其专业优势，大手笔打造核心旅游产品，形成品牌效应，使之成为重要的旅游发展引擎，带动贫困村民参与旅游发展，实现脱贫致富。积极推进各类旅游企事业单位和社会组织与旅游扶贫村“结对子”，在劳动用工、农副产品采购、产品开发、宣传推广等方面加强对口帮扶。

消费扶贫年度工作总结 裕安区消费扶贫工作总结篇三

一、扶贫产品购买情况：

- 1、2020年文旅系统1-8月份在三道湖镇清河村及护林村贫困户家中购买的蓝莓、榛子、木耳等价值9360元。
- 2、消费扶贫月在9月22日扶贫日特产大市场中购买的月饼、玉米、菊花茶、豆角等农副产品合计11578元。

文旅系统截止到9月底共购买扶贫产品20938元，为全县的消

费扶贫贡献了力量。

二、存在的困难：

- 1、贫困户农产品缺乏辨识度,产品标准化不统一,且数量不足,在产品价格、运输成本上均缺乏优势。
- 2、职工消费扶贫观念淡薄,个别同事购买农产品,认为购买数量及价值不大,不值得上报。
- 3、有些农产品因市场需求不大,尤其是文旅系统内各单位对农产品的需求有限,一次性消费活动居多,较难形成长效产销对接。

三、下一步工作打算：

1. 进一步强化包保工作。严格落实脱贫摘帽不脱政策、脱贫摘帽不撤派驻工作队、脱贫摘帽继续帮扶对接等扶贫政策,充分发挥政策优势帮助贫困户谋划“因户施策”“以奖代补”产业项目,促使贫困户增产增收。
- 2、加大宣传力度,多渠道沟通、联系社会各界积极与贫困户和非贫群众进行农产品销购对接,逐年形成产品销售链条,提升农产品销售抗市场波动风险能力。
- 3、坚持自愿原则,引导局机关及各基层单位发挥主动性,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、人皆可为、人皆能为的良好氛围。

消费扶贫年度工作总结 裕安区消费扶贫工作总结篇四

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，2020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、全民参与的浓厚氛围。

（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。

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，保证按订单供货。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。

消费扶贫年度工作总结 裕安区消费扶贫工作总结篇五

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

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。