

2023年助力消费扶贫工作总结 街道消费帮扶工作总结(大全5篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。什么样的总结才是有效的呢？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。

助力消费扶贫工作总结 街道消费帮扶工作总结篇一

办公室是集行政职能、企业管理、法律事务、信息化管理、后勤管理的综合性部门，在公司领导的带领下，在各部门的密切配合下，围绕公司2014年的方针目标，以“质量成本效益年、安全环保管理提升年”为主基调，在“安、稳、长、满、优”生产管理模式下，较好地扮演了督办者、参谋者、服务者、协调者等角色。

努力建设积极、进取、有效的董事会文化，不断加强公司治理。一是进一步明确授权机制和决策程序，制定了《合同授权管理办法》；二是协调股东、董事会、监事会、经理层关系，使之履职尽责、有效制衡、协调运转；三是组织召开了四届一次董事会和2013年度股东会，会议通过了《总经理工作报告》、《2013年财务决算和2014年财务预算的议案》、《董事会工作报告》、《监事会工作报告》。

- 1、在董事长、总经理的指导下，完成了向陈敏尔省长、蒙启良和王江平副省长的汇报材料；编写了“百千万工程”汇报材料，并报送给发改委、经信委、省内多家媒体；组织编写了半年工作总结和ppt汇报材料；组织编写向集团职能部门调研需要的各项汇报材料。

- 2、严格发文管理，按时发布各类文件、制度及《安全生产调

度会议纪要》。

3、严格按照规定管理公司印章，有效控制印章使用风险。

4、营业执照、组织机构代码证的管理和使用由专人负责，做到了用途不清、权责不明不出门的管理。

5、收取上级部门各项公文，及时传达，并跟踪执行，有效发挥了办公室的桥梁纽带作用。

6、合理有效地安排会议室，做好会前准备及会后总结，使各项会议能够有序、高效召开。

1、加强内部控制。从制度上进一步规范经营管理活动，组织制订了《外协单位管理办法》、《零星工程管理办法》、《发票管理办法》等制度，《销售管理制度》在完善中。

2、加强基础管理考核，促进经营绩效提升。升级完善了《基础管理考评实施细则》，组织了宣贯学习，每月召开一次基础管理考评会，并发布通报。

3、持续推进“6s管理”。规范了来宾停车位和车辆定置管理，及时查处通报违规停放，车辆停放更加有序。

今年采取“3+x”的指标模式，将产量、消耗、利润指标与部门关键职责和年度主要工作相结合，与各二级单位签定目标任务分解责任书，每月召开一次目标量化考核会议，形成目标量化考核的专题请示，并以此作为薪酬发放依据。将“员工正能量”凝聚到公司目标上来，使员工与公司发展息息相关，促使企业与员工形成利益共同体，为完成2014年生产经营任务作出了积极地贡献。

企业管理是数据管理。我们运用“大数据”理念，把企业运营的海量数据通过高速的采集、整理、分析、挖掘，从大容

量的多样数据中经济地提取价值。

1、建立了数据报表体系，定期向州市^v^和工信局、集团职能部门报送各类月份、季度、年度统计报表，并为各项汇报材料提供数据、图表及分析，用真实数据展示公司现状。

2、每日跟踪《物料投入产出对比表》，形成“到岗就算算”的工作模式。每周一将上周投入产出表发送给公司领导；每月更新《可控费用发生情况表》，帮助领导及时把控生产经营状态。

3、升级产量、供应、销售、物流等内部报表，设计财务、销售、汇票等excel管理工具，提升数据收集、整理、分析、挖掘能力。

4、数据质量是企业实现卓越经营的一个重要保障。组织建立数据报告体系的培训，为形成真实、准确、完整的数据报告服务。

助力消费扶贫工作总结 街道消费帮扶工作总结篇二

为进一步贯彻中央和省、市、县脱贫攻坚决策部署，精准落实后续帮扶措施，县司法局以促进村扶贫产品销售通畅、贫困群众收入稳定、巩固脱贫成果为目标，认真落实消费扶贫工作。现结合县司法局近年来帮扶工作基础及村实际情况，将县司法局2020年消费扶贫工作总结汇报如下。

一、基本情况

县花园口镇村位于县东部，距离县城60公里，与抚松县毗邻，为县东部门户，与抚松县一江之隔。辖区3个自然屯，幅员面积平方公里，耕地面积1250亩，人均耕地2亩，全村总人口294户587人，村党支部共有党员21人。

目前在册81户142人，现已全体脱贫。其中，适龄儿童5人，危房改造13户。总人口294户587人，2015年脱贫15户35人，2017年脱贫10户16人，2018年脱贫15户26人，2019年脱贫41户65人。

二、工作内容

（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2020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。2020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。

三、工作成效

2020年，县司法局于春节、端午、中秋组织大型走访慰问活动，为贫困户送去米、面、油等生活必需品，合计两万余元。村屯灵芝种植产业产出灵芝孢子粉1500余斤，在司法局全体干部的努力下，于两个月内全部售罄，合计收入20余万元；榆树林子屯经营蔬菜大棚十余户，通过局销售渠道共计

售出11万余元；另外，县司法局还组织帮扶责任人购买包保贫困户产出农产品两万余元，其中包含蔬菜、鸡蛋、水果等等，圆满完成消费扶贫任务目标。

助力消费扶贫工作总结 街道消费帮扶工作总结篇三

一、乡村振兴战略的内容

农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题，必须始终把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重。要坚持农业农村优先发展，巩固和完善农村基本经营制度，保持土地承包关系稳定并长久不变，第二轮土地承包到期后再延长三十年。确保国家粮食安全，把中国人的饭碗牢牢端在自己手中。加强农村基层基础工作，培养造就一支懂农业、爱农村、爱农民的“三农”工作队伍。

二、乡村振兴战略的重要意义

和农村人口的比例不断下降，但依然有占大部分的农村地区和农业人口的生产生活问题需要解决，如果不解决他们的问题，我国的现代化将是不完整、不全面、不牢固的。

三、对实施乡村振兴战略的几点思考

(一)发挥党组织领导作用。党管农村工作是我们的传统，这个传统不能丢。实施好乡村振兴战略，办好农村的事情，关键在党。乡村振兴战略作为党和国家的重大决策部署，是一项复杂系统工程，需要发挥党总揽全局、协调各方的作用，健全党管农村工作领导体制机制和党内法规，增强领导农村工作本领，为乡村振兴提供坚强有力的政治保障。

(二)坚持规划先行。实施乡村振兴战略是一项长期的历史任务，必须注重规划先行、突出重点、分类实施、典型引路。实施乡村振兴战略是一篇大*，要统筹谋划，科学推进。推进

乡村振兴具有前所未有的长远性和全局性，必须坚持规划先行，加快形成城乡融合、区域一体、多规合一的规划体系，强化乡村振兴战略的规划引领作用。要始终坚持以各级相关文件精神为引领，根据农村实际，认真谋划乡村振兴发展。

工匠。要以更加优惠、具有吸引力的政策条件增强人才“粘性”，引进一批掌握多元文化、懂农业技术和信息化农副产品营销的复合型人才。

推进乡村振兴工作述职报告【篇二】

十九大作出了实施乡村振兴战略的重大决策部署，绘就了新时代“三农”事业新征程的宏伟蓝图，特别是书记就实现乡村振兴作出了一系列重要论述，为做好新时代“三农”工作、实现乡村振兴提供了重要遵循和行动指南。_县是典型的农业县份，农业在整个县域经济发展中占有极为重要的位置，工业也大都是围绕农副产品的精深加工。因此，我市要深刻领会精神实质，积极抢抓发展机遇，紧密联系自身实际，在学思践悟中走好乡村振兴的实践之路，努力争当农业农村现代化建设排头兵，真正使振兴乡村的战略部署在__落地生根、开花结果。

一、做好“融合”*，发展乡村产业

米、优质大米、有机杂粮杂豆、绿色蔬菜等优势种植业结构调整，扩大“两牛一猪一禽”和羊、蛋鸡、鹌鹑、淡水鱼等传统优势养殖业规模，探索发展田园农业、生态农业、观光农业、体验农业、订制农业等特色农业，向开发农业多种功能要潜力、要效益。二是培育发展动能，抓好改革创新。坚持用改革的办法来推进农业供给侧结构性改革，加快推进农村金融改革、农村产权制度改革、农业保险改革和新型经营体系改革，靠新体制、新机制创新培育新动能。三是推进三产融合，提升产业层次。全面推广“龙头企业+基地+农户”模式，依托全县_家农业产业化龙头企业，加快形成玉米精深

加工、畜禽加工、乳品饮品、果蔬、饲料、乡村休闲旅游等产业链条，进一步提升价值链、延长产业链、完善利益链，着力走好产业化、基地化、规模化发展之路。

第二，做大“人才”*，激发乡村活力

人才关系到乡村振兴战略的贯彻和落实，关系到农业农村的发展和稳定。坚持以优惠政策吸引域外人才、以产教融合培育乡土人才、以真情实意关爱回乡人才，努力打造一支强大的乡村振兴人才队伍。一是建设一支高质量的农村经纪人队伍。加快培育扶持一批“理念新、素质高、懂技术、会经营、有热情、有责任心”的农村经纪人队伍，真正使其成为农民的“眼睛”看市场、农民的“耳朵”听信息、农民的“腿脚”跑经营，带动广大农民树立市场意识、了解市场信息、增强抵御风险能力和市场竞争力。

助力消费扶贫工作总结 街道消费帮扶工作总结篇四

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。局党组坚持以新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习、宣传贯彻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办法，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。

助力消费扶贫工作总结 街道消费帮扶工作总结篇五

2020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。

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

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。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困难群众持续增收，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、困难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。

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。促进困难群众增收，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。

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。