# 消费帮扶重点推进工作总结(汇总19篇)

来源：网络 作者：流年似水 更新时间：2024-07-20

*消费帮扶重点推进工作总结1服务“三农”始终是供销合作社的立身之本、生存之基，为农、务农、姓农是供销合作社的根本宗旨。为深入贯彻落实上级\*\*\*、\*\*\*府关于开展巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接工作重大决策部署，县供销社积极服务“三农”不断提...*

**消费帮扶重点推进工作总结1**

服务“三农”始终是供销合作社的立身之本、生存之基，为农、务农、姓农是供销合作社的根本宗旨。为深入贯彻落实上级\*\*\*、\*\*\*府关于开展巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接工作重大决策部署，县供销社积极服务“三农”不断提高为农服务水平。下面，将20xx年县供销社消费帮扶工作方案汇报如下。

>一、提高服务能力、助力乡村振兴

为全面推进我县供销合作社综合改革工作,进一步提升为农服务能力,更好地发挥供销合作社在扶贫攻坚及服务乡村振兴战略中的独特优势和重要作用，切实发挥为农服务的前沿阵地作用。并通过电子商务运营中心、日用品配送中心、农资配送中心、9个乡镇基层供销社、1个村级供销合作社和78个农村综合服务社（部分为电子商务服务站），互联互动、协同合作，积极推进城乡一体化建设，构建安全、有效、便利的农资、日用消费品、农副产品、再生资源的新型农村市场流通网络体系，不断将供销社由传统商品经营服务向为农服务方向转变，推动乡村振兴工作。

>二、目标任务

深入推进\*\*\*建引领机制创新，利用京蒙对口帮扶有利时机，与\_北京门头沟区京门商业投资发展有限公司\*\*\*在“灵山绿产”“源味武川”区域品牌联盟引领示范作用的基础上，切实开展京蒙协作消费帮扶工作。

（一）加强品牌建设

立足“六新武川”发展定位，将品牌农业发展作为县域农业经济综合管理水平、科技实力、市场营销与竞争能力的集中体现，推动现代农牧业发展，整合我县农产品品牌，全力打响武川“土豆”、“羊（牛）肉”、“山林虫草鸡”、“食用菌”等特色产品，逐步开展“源味武川”区域公用品牌原产地保护和绿色、有机、无公害产品认证，培育更多驰名品牌和地理标志商标。与县商务局、市监局等部门同步实施农产品质量安全追溯体系建设，进一步提升农产品质量安全监管能力，落实生产经营主体责任，建设农产品质量安全追溯体系切实保护好特色农产品品牌，保障公众消费安全。

（二）新媒体直播带货常态化。

借助专业传媒公司技术力量，每月聘请网红（媒体主播）开展现场直播1-2场次，活动。持续开展“振兴武川春播计划、助力武川消费扶贫”活动，并在实践中有意识的培养武川县当地网红主播，通过领导站台、网红定期直播的方式提升武川县农特产品认知度，打造完备的线上销售渠道。

（三）多平台、多地区开展农产品销售活动。积极组织开展北京市、呼和浩特市、武川县及全国各地举办的系列展销活动，集中推介、展示、销售武川县特色农产品，设立专门的消费扶贫展区，支持企业参展参会，积极组织所属企业开展扶贫对接的专项行动，加强项目合作，帮助做好农产品加工和销售，打通线下销路。

（四）“三专一平台”建设。利用系统组织资源和网络优势，确保供销社社有企业、基层社经营门店设立消费扶贫专柜，对口销售贫困地区优质特色农产品，逐步建立长期稳定的产销对接关系。在北京市门头沟、新发地建设消费扶贫专馆2个，专区、专柜若干个；在呼和浩特市设立消费扶贫专馆、专区；在深圳、广州、沈阳等地尽可能设立消费扶贫专馆、专区、专柜，扩大销售网点。

（五）支持线上发展，继续做好电商平台。引进电商专业团队，坚持科学运营，完善淘宝“武川县农特产馆”、京东“武川县农特产馆”两大电商平台建设，进一步推动“源味武川”区域公用品牌及武川特色农产品向品牌农产品发展。完善县级电商运营中心，为农村电商经营提供产品开发、包装设计、网店运营、产品追溯、人才培训等专业服务，带动农村电商加快发展。挖掘和培育适合电商销售的特色农产品，大幅提高线上销售量，加大对电商培训力度。组织动员县内企业积极入驻\*\*\*扶贫办、\*\*\*和全国供销总社共同打造的扶贫832平台，持续做好扶贫产品认定工作。

（六）积极参与“五进”工作。组织开展农产品进机关、进企业、进社区、进学校、进医院等活动，动员全县优先从贫困村聘用工勤及营销人员，引导干部职工自发购买贫困村产品，做好县内旅游区“扶贫产品”供应工作。按照有关规定组织开展“以购代捐”“以买代帮”等活动，同等条件下优先采购贫困村产品。大力发展面向机关、学校和企事业单位食堂的集采集配、直供直销业务。

（七）加大农村流通基础设施建设力度。新建或改建一批冷链仓储物流设施，加快现有设施的升级改造，提高覆盖仓储、分拣、包装、初加工、运输等环节的冷链物流服务能力，着力降低农产品流通成本。推动乡村基层供销社和便民超市与快递企业合作，整合农村物流资源，建设完善县乡村三级物流体系，努力破解产地“最后一公里”问题。

（八）大力提升贫困地区农产品供给质量。依托基层社、农民专业合作社、生产基地等，大力开展农业社会化服务，推进农产品标准化生产、规模化经营，开展有机、绿色、无公害农产品认证及“源味武川”区域公用品牌的使用，从源头提高农产品质量和安全水平。推动龙头企业、农产品批发市场、电商企业、连锁超市采取“农户+合作社+企业”等模式，发展订单农业，密切与贫困户的利益联结机制，提高农产品供给的组织化水平。进一步加强农产品品牌建设，重点抓好品牌设计和宣传推广，努力打造具有贫困地区特点和供销合作社特色的农产品品牌。

>三、保障措施

（一）加强组织领导。

推进消费扶贫，把消费扶贫工作纳入年度重点工作内容。在县\*\*\*府的直接领导下，积极发挥扶贫、市场、农业、商务、供销等相关部门的作用，按照性和市场性的原则运用好消费扶贫的\*\*\*策措施，努力营造全县上下积极参与消费扶贫、大力宣传消费扶贫、人人参与消费扶贫的良好氛围。

（二）抓好工作落实。

加强工作跟踪指导，掌握消费扶贫工作开展情况，协调解决工作推进中的困难和问题。认真总结提炼和宣传推广消费扶贫工作的典型经验做法，及时做好消费扶贫工作的总结报送工作。

**消费帮扶重点推进工作总结2**

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。

**消费帮扶重点推进工作总结3**

20XX年按照《安徽省继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果实施方案》的部署要求，固镇县供销社对照消费帮扶重点工作，充分利用供销社服务优势，广泛动员社会力量参与消费扶贫，巩固脱贫攻坚成果。

>一、推进网络建设，打造服务平台。

固镇县供销社不断加快推进农村现代流通服务体系建设，着力搭建立体服务平台，通过建网络促服务、抓龙头促流通、搭平台促发展等措施，有效促进城乡商品流通。改造和完善基层服务网络，按行\*\*\*区域建设11个基层社，在行\*\*\*村组建21个村级社和综合服务社，同时积极扶持领办各类专业合作社，创建示范专业合作社，与当地经济组织和农民建立了广泛的合作关系。通过复建和重构基层流通网络，进一步畅通流通渠道，为城乡生产生活和物资消费提供了便利有效的服务。

>二、培育经营主体，提升服务水平。

县社以“市场+龙头企业+基地+农户”的方式，加强供销社与当地贫困农民、专业种植和养植大户的有效对接，通过“新网工程”项目建设，升级改造流通网点和仓储物流4处，稳定产销关系。通过联合合作和辐射带动，开展土地流转托管和耕、种、管、收、加等农业社会化服务，带动贫困户200余户，实现增产增收。引导涉农企业和专业合作社推行标准化生产，紧抓订单、以销定产，打造产品品牌，提高产品质量，提升市场知名度。同时加大产品宣传推广，联系对接农贸市场、各型商超、公众平台及加工生产储存企业，广泛争取合作空间，打通流通渠道，促进消费扶贫。

>三、创新营销模式，扩宽销售渠道。

积极探索传统商业的转型升级和创新购销模式，通过搭建电子商务等新型服务平台，实现传统销售向现代营销模式转变。以安徽省楚汉供销信息科技有限公司为依托，在主要经营楚汉食品的同时，延伸销售县域特色农产品，推进实体经济与电子商务融合发展，带动本地及周边优质农产品走出去，帮助地域经济发展。同时支持系统内企业广泛参与电商业务，依托淘宝、京东、微淘、邮乐购等电商平台，开展以网络销售、扶贫直播、网红带货等不同形式，提高扶贫产品电商销售，力争形成以“电商公司+合作社+农户”的产供销一体化经营模式，促进农业社会化服务。

>四、广泛宣传动员，引导社会参与。

县社加大扶贫产品宣传和扶贫消费的引导力度，支持连龙花生种植、薯香园生态种植等专业合作社扶贫企业开展产品宣传推介，积极参加省内外的展销会、对接会、农贸会等展示展销活动，扩大产品知名度和销售量。供销社以联合和合作为纽带，与脱贫村搭建供需对接平台，在生产物资、农超对接等多领域及时传递信息、搭建沟通平台、协调解决问题，带动和引导农户投入社会化生产。同时鼓励企业和个人通过“832平台”购买扶贫产品，帮助脱贫产品销售，或以自行采购、工会代购、以买代帮等形式，帮助当地农产品销售，共同开展消费扶贫。

**消费帮扶重点推进工作总结4**

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。

**消费帮扶重点推进工作总结5**

一年来，我校积极按照云和县教育局关于组建城乡小学教育集团的工作思路要求，以“资源共享、相对独立”为管理原则，采取“统筹管理、师资共享、文化融合、互促互进”的举措，充分发挥集团总部的示范和带头作用，求真务实、和谐进取，教育集团工作取得了全面进展。

(一)统筹集团管理，形成优势互补

1、设立集团管理机构

在遵循集团总校长负责制的前提下，成立集团校务机构，下设集团办公室(主要负责集团内部的事务联络)、质量管理办公室(主要负责集团的教育教学管理)和学术管理办公室(主要负责集团的教科研管理)，集团校务机构不定期召开会议，共同商讨集团重大活动事项。成立集团教育质量管理工作领导小组，领导小组由总校及各分校校长、教导主任组成，全面负责集团的教育教学质量管理。

2、加强集团教学管理

(1)引导教师对备课质量进行自我监控。集团在规范教学常规的过程中，绝大部分教师已能做到个人备课与集体备课相结合。(2)注重对教师课堂教学行为的监控。为更好的提高教学质量，在总结前期教学经验的基础上，我们开展了“同上一堂课”、“跟进式上课”的校本教研活动(人人参加)和集团相约教研活动，集团相约教研活动每学期开展4次(语文、数学、科学、英语)。积极邀请县各学科教研员参与到活动中作专题指导，取得了比较好的效果。(3)注重对教学效果的监控。不定期对学科教学进行质量抽测，及时掌握各学科教学动态，对学科教学成绩作出质量分析，通过教学质量分析及时进行查漏补缺，不断创新教学方法，增强了教师的教学质量意识。

3、重视集团科研管理

一是以课题为抓手，加强集团科研建设。以省教研类重点立项课题《加强常规管理，提高集团教育教学质量的实践与研究》为平台，邀请分校老师参与课题的实践与研究，在提高集团教育教学水平的同时帮助分校教师提升自身的科研能力。二是加强科研过程的指导。充分发挥集团本部“土专家”的作用，与分校教师结成科研对子，对分校教师的科研过程进行全程跟踪与指导，做好科研引领工作。

(二)师资共享，打造集团优质师资队伍

1、分层培训，任务驱动促发展

构建了5年集团教师共成长培训工程体系，根据集团教师的年龄结构、业务水平、工作业绩等因素，分成“潜质教师培育班、骨干教师成长班、中老年教师发展班”。并给不同班级的教师布置不同的任务要求，组织不同的培训形式，收到了很好的效果。

2、青蓝工程，师徒双方共发展

集团每月组织一次“师傅”与“徒弟”共成长的专题教研活动，针对某一教学专题“师傅”与“徒弟”共同进行上课、评课，互促互进，参加了集团青蓝工程教学研讨。积极开展下乡支教，每学期安排总校优秀教师到各分校支教一周、一两天。有效帮助和推进了分校教师与学科教学的快速发展。

(三)文化融合，丰富集团教育内涵

一年来集团以开展市级重点类立项课题《发挥享受教育办学优势，促进城乡教育和谐发展》的研究为载体，将“享受教育、回归本真”的办学理念贯穿到分校的教育管理中，使之成为集团总的一个办学思想，丰富了集团教育的内涵。该课题研究成果获丽水市重点课题类一等奖。

1、开展系列主题活动，丰富校园文化

一是开展“手拉手”联谊活动。在总校举行的系列学生活动中，邀请分校的学生参与进来。如总校举办的讲故事比赛、心理健康演讲比赛等活动，都将安排分校学生前来同台竞技，在展示自我风采的同时相互认识，增加友谊。二是开展结对互助活动。总校择优秀学生与各分校需要帮助的学生在学习上、生活上进行一加一帮扶活动，目前集团共有20位学生结成了帮扶对子。

2、开展实践活动，提高学生实践能力

组织学生参加暑期国防教育夏令营活动。暑期国防教育夏令营是我集团的一项重大活动，集团分校的部分学生参与到该项活动中，与总部的学生同吃住，共同完成所有训练项目，活动不仅培养了学生坚强的意志品质，而且对提高学生的自我防护意识和防护能力起到了积极作用。

**消费帮扶重点推进工作总结6**

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

\*\*\*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”。

**消费帮扶重点推进工作总结7**

根据云和县建设城乡小学教育集团的工作要求，结合我校的“十一五”教育规划总体目标，在集团总体办学思路已初步定型的背景下，将针对目前存在的困难和问题，我们将积极创新工作方法，下一阶段将着重加强以下四大方面建设：

1、建立和完善集团管理与评价机制

一是继续按照“资源共享、相对独立”的集团管理原则，统筹集团优质教育资源，充分发挥集团总部的“享受教育”办学优势，使总校的优质资源辐射各分校，形成优势互补。

二是建立一套适合集团发展的管理评价体系，做到有章可循，实现集团管理行为的优质化。

2、建立和完善集团教育监控体系。

一是继续推行集团学科教学质量的均衡发展，总校班级与分校平行班实行统一教学进度，统一期终监测。

二是继续加强对教师教学行为、教学过程、教学效果的监控管理。

三是要完善教育教学评价机制，特别是对特长学生的评价机制要进行逐步完善，要建立一套能激发学生学习兴趣，能培养学生创新精神的综合评价体系。

3、建立有利于学生和谐发展的长效机制。

继续营造有利于学生成长的各种舞台。把读书节、艺术节、英语节、科技节、体育节以及国防教育夏令营等“五节一营”活动推向深层次发展。

4、继续加强集团教师“共成长”工程的培训力度。

集团学术委员会在设计和组织活动的同时，多考虑分校教师参加的.可能性，使共成长工程做出实效。

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xxx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：

**消费帮扶重点推进工作总结8**

20xx年，根据县委、县政府关于全县扶贫工作的统一部署，帮扶县波斯河镇组。在县委、县政府、县扶贫工作领导小组的正确领导下，贯彻省、州、县扶贫工作会议精神，着重抓好特色产业、基础设施建设、村落民居建设，现将20xx年全年工作总结汇报如下：

>（一）重点帮扶，同扶各方。

调整充实了驻村帮扶工作领导小组，根据实际情况，及时调整了帮扶户的帮扶责任人，把扶贫工作作为落实科学发展观的重要举措。

>（二）开展了驻村帮扶工作。

积极开展党建促脱贫攻坚工作。截止11月，共深入联系点乡村开展脱贫攻坚、党建工作共47次。撰写工作简报14期。

走进贫困户家中开展宣讲活动，重点宣讲了十九大精神、精准扶贫有关政策文件、以及水法律法规、河长制工作等。通过入户走访、实地察看、民情恳谈等方式，了解结对贫困户基本情况、思想动态、困难诉求等，其次认真填写帮扶责任人入户台账，更换贫困户明白卡，帮扶责任人向贫困户认真宣传精准扶贫精准脱贫政策，帮助贫困户树立脱贫致富信心，确保脱贫攻坚工作有序有效顺利开展。

>（三）筹划全面，细化落实。

召开领导班子专题研究村帮扶工作会议共6次，召集村“两委”研究驻村帮扶工作共4次、帮扶单位到乡开展帮扶工作5次，做好5户贫困户“一户一策”措施台账，建立健全了水利局驻村帮扶季度及月任务清单；并按要求做好了每月帮扶工作台账；同时要求帮扶责任人每月到帮扶户家中了解情况，宣传政策等工作，并做好入户台账工作。

20xx年上半年我们的水利扶贫工作虽然取得了一些成绩，但与县委、县政府的要求还有差距，还有不足之处，今后工作将加倍努力，迎难而上，尽已之力，把水利扶贫工作做好。

**消费帮扶重点推进工作总结9**

积极实施送温暖工程，注重借机借力送温暖，持续深入地开展帮扶困难村民活动。一是组织办事处班子成员与困难村民结成\"一帮一\"帮扶对子，实行每季度走访制，推进帮扶活动的经常化、制度化，真正为困难村民排扰解难，办好事、办实事。今年新结特困村民帮扶队8队、为困难村民15人发放慰问品。二是注重就业援助，切实做好重点帮扶工作。深入开展\"双卡制\"服务，加强对困难家庭富裕劳动力的就业援助。做到每月入户跟踪回访困难家庭生活和就业最新变动，平时有了合适岗位，做到及时通知帮扶对象，及时指导就业。仅在百盛、易初莲花、大上海城安排公益性岗位就业12人。

**消费帮扶重点推进工作总结10**

一是鼓励乡工会开展消费扶贫。手机APP、微信公众号等，向辖区内各工会组织和工会会员推介扶贫产品；工会组织慰问职工在同等条件下优先选购扶贫产品。

二是消费扶贫进“企业”。积极组织参与消费扶贫相关活动,鼓励企业在发放职工福利和职工食堂采购时，优先采购脱贫户剩余农产品，引导辖区内企业参与消费扶贫。

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。

**消费帮扶重点推进工作总结11**

20xx年4月，根据县委、县政府有关文件精神，我院与晶桥镇芮家村结对帮扶。三年来，我院党总支始终如一地重视这项工作，全体党员干部和职工也抱着极大的热情参与这项工作。由于领导重视，计划周密，措施实在，帮扶工作取得了较大成效，为解决该村农民的实际困难，维护和促进全县改革、发展、稳定的大局作出了积极的贡献，同时也促进了我院党的作风建设，密切了党群关系。现将三年来我院与晶桥镇芮家村结对帮扶工作情况总结如下。

>一、领导重视，广泛宣传动员

每年县有关部门关于结对帮扶工作的通知下发后，我院党总支即组织各支部负责人认真学习有关文件精神，教育大家从维护社会稳定的高度出发，从密切党群干群关系的高度出发，努力做好这项工作。并要求各支部把上级的工作要求传达到医院每一位党员干部，动员党员同志带领职工积级参与这项活动。

>二、制定计划，落实帮扶措施

三年来，我院各级党组织对帮扶活动常抓不懈，按照要求制定帮扶计划，落实帮扶措施，有针对性地开展各项帮扶活动。

1、利用医院医疗资源优势，每年开展“送医、送药、送温暖”大型专家义诊活动。派出各科专家为村民进行健康检查、健康咨询及健康教育，并带去多种常用药物发给患病的村民。

2、为防止村民“因病致贫、因病返贫”，医院对该村村民实行了医疗费用优惠政策。该村村民生病到我院住院减免2费用。三年来，我院共为4多位芮家村病人减免医疗费用近12万元，其中减免最多的达5元。

3、积极扶持村卫生室。捐赠了一些小型医疗设备与器械，并免费接收卫生室医务人员来我院进修学习。

4、积极开展党员募捐活动。三年共向村里捐款216元，用于农村基本建设及特困户，鼓励创业致富。

5、三年来，为了增加该村农民收入，我们向他们购买了大米5万多斤，茶叶6多斤，鲫鱼5多斤等，为促进该村的农副业生产作出了一定的贡献。

6、坚持既扶贫，又扶志。不仅从物质上给予帮助，更从思想上进行帮扶。帮助他们转变思想观念，树立自强、自立意识。

>三、加强交流，增进相互感情

三年以来，我院党总支书记张诗云、副书记石春国等多次带领党员到芮家村，了解全村经济生产发展情况和村民生活情况，组织党员走访帮扶对象，重点了解了村民刘德坤等五位贫困户的生活状况，共同讨论对他们采取的帮扶措施。并且注意向村委干部学习，学习他们为加快溧水经济发展，改变贫困面貌的整体思路和把握大局的能力；学习他们注重科技、培养人才、开拓进取的精神；学习他们深入基层、调查研究、扎实工作的工作方法和作风。另外，还多次邀请村干部和群众代表来医院座谈，听取他们的建议和要求。通过不断交流信息，增进了相互的感情，促进了帮扶工作的顺利开展。

>四、注重教育，促进作风转变

从这三年我院帮扶工作的实际情况看，效果较好。但在帮扶工作中，还存在一些不足，还需进一步发挥我院在医疗服务方面的优势，加大帮扶力度。

**消费帮扶重点推进工作总结12**

20\_年，北京市深化落实国家发展改革委等30个部门印发的《关于继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果的指导意见》，扎实推进消费帮扶工作，全市采购销售北京市支援合作地区农副产品246亿元，取得了较好成效。

>强化组织领导

北京市委市\*\*\*府深刻领会消费帮扶工作的新要求，把消费帮扶当做巩固脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴的重要抓手。市委书记蔡奇同志主持召开市委\*\*\*会、支援合作工作领导小组会，强调要深化消费帮扶，与城市保障供应、促消费活动结合起来，发挥北京市消费帮扶双创中心市场化平台作用，做大做优帮扶产品“百店专柜”专项行动。陈吉宁市长、崔述强常务副市长召开专题会议，部署相关工作。按照国家发展改革委牵头建立的消费帮扶部际沟通协调机制，调整完善“北京市消费帮扶联席会”，组成部门涉及全市各相关部门、各前方指挥部和挂职干部团队等35个单位，联动开展消费帮扶，统筹形成工作合力。

>加强\*\*\*策引领

北京市按照消费帮扶有关\*\*\*策要求，制定了《北京市消费帮扶工作20\_—20\_年实施方案》，把消费帮扶当作一项长期性、系统性工作来做，围绕脱贫地区农副产品的销售途径拓展、供应链条打通、特色品牌打造等环节，着力抓好七个方面、26条消费帮扶重点任务，助力脱贫地区产业可持续发展、脱贫农户稳定增收。制定印发了《预算单位预留30%份额采购脱贫地区农副产品的通知》《组织市管企业继续深入开展消费帮扶助力巩固拓展脱贫攻坚成果的通知》《组织全市16区深入开展消费帮扶助力脱贫地区巩固拓展脱贫攻坚成果的通知》《关于客运场站服务区消费帮扶农产品展示展销联动工作机制行动方案的通知》，组织全市机关企事业单位、商贸流通企业进一步加大脱贫地区农副产品采购销售力度。

>畅通销售渠道

发挥北京市消费帮扶双创中心市场化平台作用，完善提升“市区一张网、上下一盘棋”的全市消费帮扶营销网络。在坚持“1+16+3+N”模式基础上，全面构建“集采联销直销”的市场化新模式，打通脱贫地区农副产品直通北京市场渠道，进一步完善展示交易、特色产品产业创新、社会力量动员、产业链要素服务、信息共享与宣传推介等五大功能。在建成运营“首农物美帮扶超市”等128个连锁超市消费帮扶专区专柜基础上，组织引导全市16区的基本便民商业网点、标准化示范门店、连锁便利店、结对地区直营店等销售脱贫地区农副产品。在京东商城、天猫、建行善融、首采网等平台持续运营北京消费帮扶电商馆，组织字节跳动、美团点评等互联网平台开展直播带货等活动。

>注重产业延伸

发挥北京产业链、价值链要素优势，围绕提升脱贫地区农产品标准化、品牌化开展生产、流通、消费全流程培育孵化服务。引导北京企业与脱贫地区共建消费帮扶企业，提升产品的组织收购、标识包装、质量管控水平。在内蒙古共建43个农业产业园，首农食品集团、首创集团、凯达恒业等企业在内蒙古建设了一批马铃薯种植、牛羊肉养殖和深加工产业化项目，美菜网在内蒙古呼和浩特建立分公司直接采购当地农产品并销售至全国十余个大城市。组织首农食品集团、物美集团、超市发集团等北京企业，按照“缺什么补什么”的原则补脱贫地区产品短板，内蒙古兴安盟大米、锡林郭勒盟牛羊肉、赤峰苦荞粉和有机杂粮、河北阜平食用油、赤诚藜麦和燕麦、湖北蜂蜜等一大批产品，经过培育长期稳定进入北京市场销售；北京市消费帮扶双创中心对接河北阜平“河北醇油坊”生产的食用油，针对缺乏市场知名度销量低的短板，采取OEM合作方式冠名首农“首食惠”品牌，仅3个月在北京市场实现销售500万元。

>加强社会动员

组织全市4919家预算单位、43家市管企业，继续按照不低于30%的预留份额优先采购脱贫地区农副产品，全年完成采购额亿元。开展“主题\*\*\*日+消费帮扶”\*\*\*建活动，组织支援合作工作领导小组成员单位和十六区部分\*\*\*员赴北京市消费帮扶双创中心开展“学\*\*\*史、助帮扶”活动，已开展\*\*\*建活动350余场、\*\*\*员近万余人。举办“巩固脱贫攻坚成果、有效衔接乡村振兴暨国企+工会消费帮扶月”活动、内蒙古馆开业仪式暨锡林郭勒盟绿色优质农畜产品展销专场活动、中国国际服务贸易交易会“帮扶农副产品展销活动”、连锁超市“20\_年度帮扶促消费活动”、乌兰察布市绿色农畜产品推介会暨第十届马铃薯展洽会等促进帮扶产品与北京市场产销对接。在地铁、公交、电视等公共资源和媒体广泛宣传消费帮扶，动员市属媒体依托公益广告资源，助力脱贫地区农副产品宣传。深化创新“金融+消费帮扶”，持续推广建设银行“北京消费扶贫爱心卡”模式，动员市民办卡突破127万张；打造“消费帮扶+工会卡”新模式，持续为北京工会会员卡增加消费帮扶功能；动员广大市民、工会会员通过参与“满99减50”、“满199减50”优惠活动，激发消费帮扶潜力。

>加大扶持激励

组织支援合作地区前方指挥部、挂职干部团队结合“十四五”规划、20\_年项目计划安排专项资金，通过补贴各类消费帮扶市场主体的物流、仓储、生产环节等方式，降低脱贫地区农副产品价格，提升竞争力。组织相关部门、各区安排专项资金，扶持一批消费帮扶示范企业。对参与消费帮扶有突出贡献的企业、社会组织和个人，采取适当方式给予奖励激励。在20\_年全国消费帮扶助力乡村振兴典型案例视频推介会上，北京市总工会、丰台区、首发集团、美菜网被评为优秀典型案例单位，北京市\*\*\*、字节跳动被评为入围案例单位。在北京市扶贫协作总结表彰大会上，首采公司、物美集团、京东集团等一批参与消费帮扶的企业及个人受到表彰。

**消费帮扶重点推进工作总结13**

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。

**消费帮扶重点推进工作总结14**

20xx年，带领提蒙大队高质量完成837贫穷人口脱贫任务，完成县下达指标的。主持召开提蒙大队部例会39次，推进村级集体经济、爱心超市、\*\*\*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穷人口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，切实减轻贫穷人口医疗费用负担。

二是住房平安有保障。实行以农户自建、\*\*\*府补助为指导，将贫穷户、低保户、特困户和残疾户共236户列入危房改造方案，xxxx年完成危房改造任务236户，平安入住率100%。

三是义务教导有保障。全乡763名贫穷同学、35名低保家庭同学享受xxxx-xxxx年学年度扶贫教导助学金共计万元。xxxx年秋季扶贫教导助学金共发放万元，惠及贫穷学子730名；87名中高职贫穷学子领取雨露方案教导资助金万元，做到全笼罩。

五是就业帮扶有成效。组织农村富余劳动力600多人次参与县就业聘请会5次；开发了村级保洁员、耕地庇护协管员等就业岗位，汲取142名贫穷家庭劳动力上岗就业。经统计，在大队各单位的引导协助鼓舞下，已有贫穷户主动外出打工（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。乐观利用县扶贫集市平台，组织贫穷户乐观参加线下消费扶贫活动，近2个月来，扶贫产品线下消费万元，协助300余户贫穷户增收。

二是开展志智双扶活动激发动力。通过电视夜校、爱心超市，提蒙心希翼义工站等志智协助机制，贫穷户乐观进展产业、参与就业和村级活动。六个爱心超市共兑换了爱心积分商品24706分（每分1元），惠及贫穷户294户，其中符海春、黎秋明还获得县级十佳脱贫之星荣誉，激发其他贫穷群众的内生动力。

**消费帮扶重点推进工作总结15**

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，\*\*\*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\*\*\*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。

消费扶贫具有重要的深远意义：第一，消费扶贫有利于贫困户的稳定增收，特别是有利于实现“扶志”“扶智”，有利于贫困户未来的自我发展，其效果明显优于简单的给钱给物。第二，消费扶贫有利于贫困地区特色产业的长期培养，对未来贫困地区的经济社会发展更有意义，也让贫困地区的产业扶贫有了精准的方向，形成了密切的产销衔接。第三，消费扶贫有利于动员社会力量的便捷参与，特别是有了互联网载体和电商平台后，让扶贫变得人人可为、人人乐为，既满足了消费升级对绿色生态农产品的需求，也促进了贫困地区产业发展的供给侧结构性改革。

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。

**消费帮扶重点推进工作总结16**

20xx年我局“消费帮扶新春行动”抓的实做的好，集中开展大型消费帮扶活动3场次，累计采购脱贫地区农产品万元，帮销脱贫地区农产品844万元，取得了非常好的成果。具体总结如下：

>一、领导重视、组织有力。

明光市农业农村局成立了以主要领导为组长，分管领导为副组长，各乡镇街道分管领导为成员的工作专班，分工明确，责任到人，确保各项消费帮扶活动有序高效开展。

>二、宣传到位，活动热烈。

拓宽渠道，开展多样式宣传。活动前期，明光市充分利用城市主干道路灯灯杆，陆续安装富有活动特色标语道旗，营造活动氛围，还通过微信朋友圈、抖音、快手等深受群众喜爱的方式来播放富有明光市地理特色的活动宣传短视频，确保活动宣传更加形象生动。活动期间，抖音、快手平台账号直播观看率达到500万人次。

>三、活动丰富，成效显著。

一是举办农货节、美食节、骑游等三节，现场展示明光农特产品，吸引市民采购。首先在明光市体育馆举办为期五天的明光首届农货节，设立农特产品展位54个，17个乡镇街道、农产品电商、出列村组织130余种扶贫农产品参加农货节农展，累计帮助销售万元，订单844万元。

二是开展农产品进银行活动。在民丰村镇银行举办消费扶贫专场农展，吸引银行VIP客户采购扶贫农产品，3天时间销售万元。

三是组织工会会员在832平台采购脱贫县农产品6800元。

>四、下一步工作计划。

一是建立脱贫户、出列村、带贫主体生产的农特产品滞销监测帮销制度，确保脱贫户出列村带贫主体收入稳定。

二是加强农业特色产业保险工作，对脱贫户、出列村、带贫主体产业项目实现保险全覆盖。

三是积极推进脱贫地区农产品“八进”活动。

四是加大对832平台上脱贫地区农特产品的采购力度，在巩固我市产业脱贫成果的同时，积极帮扶其他脱贫地区巩固脱贫成果。

**消费帮扶重点推进工作总结17**

>一、工作目标

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\*\*\*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\*\*\*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。

3、电子商务营销。通过村级电商服务站，建立与贫困村、贫困户产品销售利益衔接机制，打通农产品上行销售渠道。提升农村电商网络节点的服务能力，建立健全农产品网销上下游服务链。让帮扶干部通过线上购买方式参与消费，提高电商物流服务站点农特产品销售规模。

>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。

**消费帮扶重点推进工作总结18**

1、认真安排部署

召开局党组会在总结我局去年率先推行实施消费扶贫工作经验的基础上，对今年消费扶贫工作进行研究部署。同时，扎实调研，从行业内筛选规上工业、限上贸易企业部分大型超市、宾馆酒店，积极引导参与实施消费扶贫工作，推动工贸企业同农业企业以及贫困村和贫困户农副产品产销信息互联互通。

2、大力宣传推动

深入企业认真组织开展形式多样的宣传推介活动。20xx年国庆期间，发动局企业包联组干部进企业，动员采购贫困村、贫困户农副特产品，好又多超市积极与栗子坝村专业合作社联系，提供场地及销售柜台，现场宰杀、展销土鸡，此项活动一直持续到年底，收到了宣传和促销双重良好效果。紧抓“全国扶贫日”契机，大力鼓励企业通过企业工会、食堂等采购帮扶村农副产品，一周内陕钢、汉钢、八一锌业、尧柏等规上企业采购金额xx余万元;年底前局机关工会组织采购农副产品金额达x万余元。另外，国企合力团向汉唐茶叶投资xxx万元，支持农户大力发展茶产业，提升品质和对外销售，xxx余户贫困户从中受益。

3、强化组织实施

今年x月中旬，积极协助筹备全县消费扶贫签约大会。会议当天，xx家企业现场签订消费扶贫采购意向或协议xx份，拟采购农副特品种有xx余种，金额达xxx万元。会后，积极跟进，逐家督促企业抓好协议或意向落实。

**消费帮扶重点推进工作总结19**

（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。

按照县发展和改革局关于报送20\_年消费扶贫工作完成情况的通知要求，结合工作实际，通过电商产业开展消费扶贫，具体工作汇报如下：

一、指导思想

二、工作进展

三、消费扶贫开展情况

四、消费扶贫典型经验

1、20\_年3月9日，通过开展“战役助农、县长来了”直播活动帮助县镇食品有限公司在疫情之间销售松子、榛子等农特产品400余万元，带动灵活就业20余人，固定就业7人。食品有限公司发展不忘贫苦百姓，在县工信局和镇政府的指导下，为镇20户贫困发放电商扶贫帮扶资金10000元，每户500元。

2、20\_年5月14日，通过“大美、县长直播”活动，累计实现销售保鲜参7万多棵，销售额突破40万元，通过直播营收，为县镇贫困户发放电商扶贫帮扶资金8万元。

3、20\_年8月5日，通过中国第四届线上蓝莓节直播直播活动，线上线下累计帮助农户和贫困户销售蓝莓20余万元。

4、计划20\_年10月17日，在县道地药材交易中心举办国家扶贫日暨县电商产业扶贫和科技致富帮扶大会，通过电商协会为全县56户贫苦户发放电商扶贫帮扶资金28000元，每户500元。

五、存在的困难和问题

1、电商人才匮乏，大多数年轻人缺少创业斗志，毅力不强。

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。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找