# 乌鲁木齐消费扶贫工作总结(合集14篇)

来源：网络 作者：花开彼岸 更新时间：2024-10-13

*乌鲁木齐消费扶贫工作总结1（一）强化领导，坚持高位推进我区高度重视商贸流通扶贫工作，连续三年将商贸流通扶贫纳入对乡镇的考核，发挥考核“指挥棒”作用，调动全区上下抓商贸扶贫的积极性和主动性。相继制定了区《商贸扶贫工作实施方案》、《关于深入推进...*

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结1**

（一）强化领导，坚持高位推进

我区高度重视商贸流通扶贫工作，连续三年将商贸流通扶贫纳入对乡镇的考核，发挥考核“指挥棒”作用，调动全区上下抓商贸扶贫的积极性和主动性。相继制定了区《商贸扶贫工作实施方案》、《关于深入推进电商扶贫工作实施方案》、《开展消费扶贫促进精准脱贫实施方案》、《农村电子商务发展专项资金管理暂行办法》等，对此项工作进行部署，为贫困村、贫困户发展电子商务进行倾斜，为贫困户上好“政策保险”。

（二）突出重点，电商扶贫兴农

突出电商扶贫这个重点，助力农产品出山进城，让贫困户农产品销售搭载“电商”快车。

在帮销平台搭建上：针对一般农产品SC认证困难的实际，由区电商中心打造“优品”平台，对48个村电商站点进行统一代运营服务。同步开通“扶贫专区”销售贫困村、贫困户农副产品。该平台20\_年建成，20\_年实现网络交易额63万元，今年1-8月实现75万元，辐射带动贫困户35户，户均增收2024余元。同时，今年疫情期间先后发布滞销农产品信息5期49条，涉及贫困村4个，贫困户3户，为贫困户搭起帮销桥梁。

在综合保障体系建设上：

一是健全物流网络。依托邮政覆盖面广的优势，建设四条配送线路，按照每天两次进行配送，所有货物均可实现当日达。对上行的物品，在村站点集中后由邮政车运回中心进行分拣、打包、派送，实现了公司与站点的合作共赢，邮政的业务量从20\_年的不到5万件猛增至年均60余万件。今年1-7月已收发件万件，超去年全年收发总量的7%。

二是培育电商人才。连续三年将电商人才培育纳入区人才培养计划。通过购买服务的方式，委托第三方举办系统性的免费电商技能培训，按照每周一课的方式，围绕电商实操进行讲解，对“三有”（有意向、有能力、有干劲）贫困户进行重点培训，三年来，共培训132期6000余人次，其中贫困户60余人次。

三是开展公益直播。今年以来，根据省政府“电商直播年”活动部署，组织电商中心开展公益直播服务，要求主播按照每月不少于2次、每次不少于2小时的要求，上门免费开展直播带货，辐射带动贫困户网销产品。今年来，累计开展直播12场，实现现场带货80余万元，帮助农户销售农副产品500余万元。

（三）拓宽渠道，商贸方式助农。

1、企业、站点功能齐发挥。鼓励电商龙头企业和站点积极发挥电商“输血”、“造血”功能，推动电商和精准扶贫深度融合。20\_年各村电商站点通过收购、代销等方式，直接带动238户贫困户增收万元，户均增收3000余元。今年以来，站点共收购农产品433万元，涉及贫困户99户万元。3年来，谢裕大、花之韵等38家电商龙头企业和5个电商站点优先吸纳贫困户务工285人，带动贫困户年均增收近2万元。

2、活动助农来引流。搭载各乡镇文旅体活动，先后主办了电商年货节、葡萄节、冬欢节等活动，线上线下齐发力，在开展产品线上营销的同时，带动线下消费引流。

3、开展农超对接。一是多次拜访台总部，促成蔬合作社与台总部合作，自今年6月3日双方签订合同以来，现该合作社每周均有生鲜蔬菜发往总部。二是拜访市天润发总部，促成我区7户15款产品与超市达成合作意向，目前第一批1300斤粉丝与2115斤小香蕃已入超市，后期合作正在持续开展中。

（四）带动消费扶贫。充分激发区内机关、企事业单位和个体的消费潜力，先后推出“浓情中秋扶贫大礼包”、“时令端午扶贫大礼包”等扶贫大礼包4款，办公用茶42款，举办线下消费扶贫乡村行活动3场。截至8月底，共帮销贫困户农产品吨，销售额万元.

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结2**

>一、工作开展情况

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。

4、产品展示，筑牢消费扶贫基础。一是发挥电商公共服务中心产品展示、培训、创业等多重电商服务功能，设立了5个消费扶贫产品展柜，共展示了30多种扶贫产品，其中10多家电商企业入驻产品实现了原产地可追溯管理。二是电商服务中心提供网店运营、直播、美工设计以及人才孵化等“一条龙”的电商业务指导服务。今年以来，通过网络直播、交流学习等展示产品20多次，为胜利现代农业、陕西宝枫园林、扶风农林中蜂养殖农民专业合作社、马勺脸谱马亚峰工作室、宝鸡康辉蜂产品有限公司、法门大酒店、非遗传承者刘雪侠等24家企业和个人提供了电商产品包装、网络销售和网店运营指导服务。三是组织民香果业、康辉蜂产品等企业参加了“20\_年全国农产品产销对接会（延安）”，展示了我县苹果、猕猴桃、蜂蜜等特色农产品，对扶贫产品进行了推介推销。会后，对参与企业给予每户1500元的会费补助。20\_年通过扶贫产品专柜销售贫困户农产品200多万元。

5、基地引领，拓展渠道助力消费。一是依托国家电子商务进农村综合示范县项目建成的61个镇村电商服务站点和绛帐镇凤鸣村电商助农示范基地，配套完善网络运营设备，强化电商服务功能，丰富增值服务功能。今年以来，电商站点交易活跃，销量可观，有效带动了消费扶贫和周边农村经济的发展。二是在凤鸣村村级电商公共服务基地，持续开展电商服务和培训，利用周边猕猴桃产业地理优势，长期培育电商营商土壤，培育、壮大电商企业，鼓励宝鸡民香果业有限责任公司、陕西天使芳菲电子商务有限公司以及电商致富带头人盘活田间地头，让凤鸣村及周边群众享受到看得见的增收。

6、宣传推介，提升品牌提升效益。一是为马勺脸谱马亚峰工作室、宝鸡康辉蜂产品有限责任公司、宝鸡轩宣青铜艺术品开发有限公司、秦绣民间手工艺品制作人等拍摄宣传小视频，通过抖音、淘宝店铺、微店等平台，将马勺脸谱、秦花蜂蜜系列产品、周原青铜器、秦绣进行线上推广，并立足打造为“网红”产品。二是5月中旬筹备举办了杨家沟樱桃采摘节活动，销售樱桃96万斤，为贫困户增收720万元。利用各级宣传媒体加强宣传，助推农民增收，助力农产品消费扶贫。

>二、存在困难问题

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。

二是我县产业基础比较薄弱，孵化电商商户，培育龙头企业和网销品牌的力度还不够大。镇村服务站点推进农产品上行，带动贫困户创业增收的能力和作用发挥有待提升。

>三、下一步工作打算

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。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结3**

>一、参与消费扶贫，助力脱贫决胜。

>二、总体思路

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。

>三、活动时间

20xx年9月1日至30日

>四、组织领导

县政府成立由分管领导同志任主任，县发改局、扶贫办主要负责同志任副主任，各有关部门分管负责同志参加的组委会，组织领导我县消费扶贫月活动(组委会组成人员名单附后)。

组委会下设办公室，负责组织指导协调有关部门、乡镇开展消费扶贫月活动。办公室主任由县扶贫办主要负责同志兼任。办公室日常工作由县消费扶贫活动月工作专班承担。

>五、活动内容及分工

统筹开展7项主要活动：

1.布放运营30台消费扶贫专柜。结合实际确定专柜布放规划，明确布放点位资源、规模等，通过落实优质点位、免除租金费用等方式，支持专柜布放运营。专柜重点布放在县、镇的学校、医疗机构、小区、交通站点、商业中心、机关、广场、社区等场所及中省直单位。按照省、市活动方案要求，20xx年全市布放运营专柜200台，其中县布放30台。(牵头部门：县扶贫办。配合部门：机关事务服务中心、交通运输局、发改局、宣传部、教育局、商务局、卫健局、工商联、网信部门等)

2.规范设立1-2家消费扶贫专馆。在县内选择1-2家具有一定规模的村级电商服务场所，规范完善为消费扶贫专馆。运用政府支持与市场运作相结合的办法，建设本地的消费扶贫专馆，集中展销推介我县扶贫产品。(牵头部门：商务局。配合部门：组织部、发改局、扶贫办、机关事务服务中心、供销部门等)

3.新开辟2个消费扶贫专区。在全县选择大型商超企业设立易于辨识的消费扶贫专区，精选运营代理商，集中宣传、展示和销售扶贫产品，全县开辟不少于2个商超扶贫专区。(牵头部门：商务局。配合部门：发改局、扶贫办、组织部、市监局、农业农村局、团县委、工商联等)

4.对接中国社会扶贫网。按照省里统一安排，配合做好全省消费扶贫网络平台与中国社会扶贫网有效对接，实现数据共享，丰富完善消费扶贫数据统计。组织符合条件的扶贫产品供应商登录中国社会扶贫网，开展企业宣传和扶贫展示，集中推介扶贫产品。(牵头部门：扶贫办。配合部门：抚发集团、发改局、宣传部、网信部门等)

5.用好“扶贫832”销售平台。发挥好“扶贫832”销售平台作用，推动扶贫产品及其供应商加快入驻。定期调度各级各类预算单位扶贫产品采购完成情况，动员鼓励加大采购力度。(牵头部门：扶贫办。配合部门：财政局、发改局、供销部门等)

6.开展扶贫产品认定。按照《省扶贫产品认定管理办法》要求，进行扶贫产品认定，切实扩大扶贫产品来源和认定范围，提升各地各方面参与消费扶贫能动性。把质量好、价格优、特色强、带贫多的扶贫产品，优选引进“三专”平台，推向更广阔市场。(牵头部门：发改局。配合部门：农业农村局、市监局、乡镇政府)

7.开展消费扶贫主题日、采购日活动。深化推进消费扶贫七项行动，以乡镇、部门为单位，于9月30日之前结合本乡镇、本部门实际，分类开展扶贫产品展、消费扶贫主题日、采购日等特色活动至少一次。切实采购和帮扶销售扶贫产品，在全县上下掀起消费扶贫热潮。(牵头部门：发改局。配合部门：扶贫办、组织部、宣传部、教育局、卫健局、商务局、市监局、农业农村局、机关事务服务中心、网信部门、工会、团委、妇联、工商联等)

>六、实施步骤

整体活动分3个阶段：

1.组织发动阶段(9月初)。按照省市活动方案要求，制定《县20xx年消费扶贫月活动方案》，并组织召开全县消费扶贫月活动部署协调会，明确分工，共同发力，确保消费扶贫活动顺利开展。

2.组织实施阶段(9月)。全县各乡镇、部门按照本方案组织开展各项活动，结合实际开展各具特色的区域性和行业性活动。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结4**

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。

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：

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结5**

一是认真贯彻中、省、市、县关于消费扶贫的工作要求，加大消费扶贫宣传力度，通过各类媒体、各种平台、各种会议和培训加大对我县消费扶贫产品的宣传和推介;二是以查检工会经费收支情况为抓手，促进全县各基层工会组织在采购职工节日福利、慰问品及“送清凉\_、“送温暖”活动所需物资时，优先采购帮扶村生产的农产品，同时鼓励和号召全县广大职工在购买日常生活用品中尽量选购贫困户农的副产品;三是动员各企业和爱心人士等社会力量采取“以购代捐”、“以买代帮”等方式采购贫困地区产品和服务参与消费扶贫。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结6**

一是积极号召局系统党员干部职工主动购买对口帮扶贫困村的农副产品。组织局系统党员干部职工开展“消费扶贫、你我同行”主题党日活动。由驻村工作队提前做好需求统计和产品对接，广大干部职工购买贫困户家中的茶叶、竹笋、猕猴桃、猪肉、土鸡、鸡蛋等农副产品，累计消费xxxxx元。在去年xx月xx扶贫日，组织局系统单位购买贫困户茶叶万元。

二是工会引导。号召局系统各单位采购工会会员节日福利物资时，优先选择帮扶村的农副产品。

三是食堂直供。倡导有自办食堂的下属单位，及有意愿的养老服务机构、社会组织与帮扶村建立稳定的农产品定向直供机制。

四是动员社会力量参与消费扶贫。印发《动员社会组织参与消费扶贫助推脱贫攻坚工作方案》，结合“共建促脱贫”、“百社百村”等帮扶活动，充分引导xx家社会组织采取“以购代捐”、“以买代帮”等方式采购贫困村农副产品，累计消费万元。去年x月，xx县青年志愿者协会共发动志愿者xx人次，在县城分五个售卖点，帮助朱家河村销售滞销香菇xxxx斤，抢收经济效益xxxx元。县社工协会、美容美发协会、慈善协会、福康老年公寓、汉水人家公益志愿者协会、博爱医院等社会组织充分发挥自身优势，提供产业扶持，技术指导，扶贫岗位、公益救助，教育讲座等服务，累计投入帮扶资金万元，受益万人次。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结7**

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。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结8**

多措并举发展枸杞产业，全力保障农牧民群众基础性收入。一方面加大政策扶持和财政投入力度，通过枸杞加工车间、杞鲜果晾晒棚等基础设施建设;与金融机构合作，给予产业信贷融资支持;构建并拓宽枸杞等农牧产品销售渠道等措施促进枸杞产业发展。今年格尔木市枸杞种植面积万亩，可采摘面积万亩，预计鲜果产量达万吨。今年累计帮助建档立卡群众销售枸杞及附属产品余万元。另一方面，结合枸杞采摘用工需求，积极同各枸杞采摘企业进行沟通，优先吸纳困难群众就业。格尔木市现已经到位枸杞采摘工14751人次，其中本地劳动力5135人次，人均日采摘量120斤，劳务收入180元。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结9**

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。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结10**

1、成立大河乡九年制学校消费扶贫工作领导组

组长：

副组长

2、积极宣传涉农产品购销活动。为推动农产品和畜产品参加我校师生食堂集中采购活动，学校总务处及时收集建档立卡贫困户和专业合作社农产品滞销信息，宣传动员参加学校食堂食材招标议标会，在保证质量和安全的条件下优先选购。

3、组织各部门助销。校工会、政教处等部门联合推进贫困村农产品的消费，利用为员工发放福利，教职工个人消费需求，组织展销辖区贫困户农产品展销活动等方式，解决贫困户的滞销农副产品。

4、积极对接县消费扶贫开发公司，签订消费扶贫供销协议。按照招标合同，大宗食材(米，面，粮油，蛋，奶)由羌州控股集团(县扶贫开发公司)统一集中供应。

5、落实扶贫产品线上线下采购工作，全体教师通过“扶贫832平台”积极采购线上扶贫产品，全面完成年度采购任务。

6、全体教师安装社会扶贫app，借助该平台帮助贫困户推介发布闲置物品信息和农产品信息，传递爱心与正能量，助力消费扶贫。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结11**

1、 辣椒特色种植方面， XX 镇西北部是重要的辣椒种植基地， 村民多发展辣椒种植， 镇党委、 政府的号召下， 确定以辣椒种植为主导产业， 大力发展辣椒种植， 在原来种植的基础上大力鼓励贫困户参与辣椒种植， 鼓励原来的种植户优先吸纳贫困户就业的同时， 帮助贫困户租赁土地、 技术指导等实现辣椒种植创业。

依托种植的发展， 辣椒的后续加工企业、 合作社也不断发展。

其中以 XX 有限公司和 XX 专业合作社为代表保护价收购椒农种植的辣椒， 深加工后销往全国各地， 椒农种植的辣椒不愁销路， 又卖得上好价钱， 椒农种植辣椒的积极性逐年增高， 有效的促进贫困户脱离致富。

2、 莲藕特色种植方面， XX 镇东南部水域广袤， 是重要的莲藕种植基地， XX 镇党委、 政府深入研究， 结合自身实际，将扶贫工作和土地流转、 莲藕种植有机结合， 落脚于产业带动， 借助产业优势， 以产业带动扶贫， 以扶贫扩大产业规模，提升产业发展， 进一步创新扶贫载体， 增强扶贫“造血” 功能， 通过为贫困户租赁土地、 培训技术、 免费提供良种、 帮助协调资金、 帮助寻找销路、 成立专业合作社等方式， 鼓励广大贫困户种植莲藕。

在镇党委、 政府的鼓励和带动下， 莲藕种植的从业人员已由原来的 xx 余人， 发展到目前的 xx余人。

党委、 政府积极动员规模较大的种植户成立专业合作社， 吸纳贫困户就业， 扩大销路， 大力发展产销一体模式。

3、 木制品加工方面， 经过多年的发展， XX 镇木材加工业逐步趋向集中， 形成了相对集聚、 特色鲜明的区域经济，主要分布在许单路两侧的 XX、 Xx、 XX 等镇驻地周边的村居，形成了木制品加工的产业带， 其中规模以上企业 XX 家。

一些优势龙头企业得到发展壮大， 涌现出 XX、 XX 等一批产品档次较高、 规模较大的龙头企业。

目前， 我镇现有市级木材加工龙头企业 X 家， 县级 XX 家。

木材产业已初具规模， 形成了以人造板、 特色家具和木竹工艺品等为主的木材制品加工体系， 产生了规模效应和辐射带动作用。

4、 旅游方面， XX 县省级湿地公园景区， 东距县城 XX 公里， 西自 XX 村， 东止 XX 村， 长约 XX 公里。

依托现有的 XX万亩水面， XX 万亩荷塘， XX 万亩的稻田、 XX 万亩的森林、XX 万亩的湿地芦苇， 太行大堤等， 以大堤、 森林、 水面、 湿地、 芦苇、 稻田、 荷塘、 村社农家为特色， 进行水体综合景观的设计， 开展赏荷、 划船、 钓鱼等水上休闲活动， 打造旅游品牌， XX 东南部湿地景观区， 主要依托大面积水稻田， 打造“万亩稻田” 景观、 利用大面积荷塘， 营造“万亩荷塘”景观。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结12**

为认真贯彻落实\_、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。

>一、消费扶贫进展情况

一是紧密结合援疆扶贫工作。1月初，由xx市发改委牵头，市商工局、人社局、教育局等多部门参与的xx援x工作座谈会召开，会上，xxxx工作队专门就20\_年援x扶贫工作专题作了报告，计划由xx市政府以财政预算采购采购农副产品的形式帮扶贫困户创业增收。随即，召开xx市电子商务进农村综合示范工程推进工作会议，借力援x资金发展农村电子商务网点3个，帮助贫困户销售农副产品增收xx万余元。

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xx万余元，捐助发展生产帮扶物资达xx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xx超市、x和xx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《xx市推进电子商务进农村综合示范工程工作方案》和《xx市电子商务进农村培训工作方案》，方案明确xx市电子商务进农村工作主要目标、主要任务、保障措施等，已经完成xx镇、xx乡、xx镇电子商务集中培训工作，累计培训xx人次，开展消费(电商)扶贫购买贫困户农产品累计金额达xx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

一是抓好电子商务进农村工作。加快xx镇电子商务服务中心建设，xxxx村电商服务站点建设，引导贫困农户创业型、能人大户引领型、等多种建设模式，完善电商扶贫示范网店与建档立卡贫困户利益联结机制，重点为建档立卡贫困户提供代购、代卖、代办等业务，形成“一店带多户”、“一店带一村”的网店扶贫模式。

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。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结13**

1、 特色种植缺乏龙头企业带动， 未能形成优势品牌。在发展中缺乏具有特别优势的龙头企业带动， 个人小型合作社较多， 不能合作开拓市场， 市场销路不能完全打开，莲藕销售多以直接销售为主， 出售价格较低， 没有形成深加工产业链。

2、 小农意识犹存。

尽管农户在特色产业发展中热情高涨， 几乎是在模仿中促进传统农业向现代农业转型， 但是农民的科技素质、 小农意识很难在短期内突破， 在土地流转、 组织化程度、 规模化经营、 科技应用、 品牌质量等方面认识还不到位， 眼前利益、自我利益等小农意识犹存。

3、 旅游业发展缺乏专门规划。

虽然 XX 镇万亩荷塘风景区被 XX 局批准为“XX 级湿地公园” ， 但是一直没有大规模的具体规划进行实施， 很多景点、设施没有开发， 不能被完全利用。

**乌鲁木齐消费扶贫工作总结14**

1、教育工会助销:认购贫困村、贫困户和带贫成效明显的经营主体的农副产品原则上不低于13600元(人均不低于200元)，作为工会福利予以发放。

2、食堂集中采购:采购来自贫困村、贫困户和带贫成效明显的经营主体的农副产品，积极参与消费扶贫。师生食堂由各校负责，一个扶贫年度内采购不少于50000元。其中九年制学校食堂一个扶贫年度内采购不少于30000元，苍社小学食堂一个扶贫年度内采购不少于20000元。

3、“结对帮扶”教师认购：全镇68名教师结对帮扶建档立卡贫困学生102人，除学习帮扶，生活关爱外。本着教师自愿原则，对所帮扶的贫困学生家庭在一个扶贫年度内直接购买来自该户的农副产品不得低于200元。

4、党员干部认购：学校党员干部带头参加消费扶贫,每名党员干部一个扶贫年度内原则上到帮扶贫困户直接购买或到带贫成效明显的经营主体购买农副产品不少于300元。

5、劳动工具采购:学校用于师生集体劳动使用的工具，如笤帚，扫把，筲箕等联系贫困村的贫困户购买。

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