# 消费帮扶工作总结范文十一篇

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2024-08-02

*百度百科是一部内容开放、自由的网络百科全书，旨在创造一个涵盖所有领域知识，服务所有互联网用户的中文知识性百科全书。在这里你可以参与词条编辑，分享贡献你的知识。下面是小编为大家整理的消费帮扶工作总结范文十一篇，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有...*

百度百科是一部内容开放、自由的网络百科全书，旨在创造一个涵盖所有领域知识，服务所有互联网用户的中文知识性百科全书。在这里你可以参与词条编辑，分享贡献你的知识。下面是小编为大家整理的消费帮扶工作总结范文十一篇，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。[\_TAG\_h2]【篇一】消费帮扶工作总结

>　　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“2024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。2024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。

**【篇二】消费帮扶工作总结**

　　20xx年以来，县应急管理局在县委、县政府的正确领导下，在镇党委、镇政府的大力支持下，结合村实际，脚踏实地搞服务，一心一意抓扶贫，团结和带领全村干部群众艰苦创业，攻坚克难，在帮扶过程中扎根基层、精诚团结，紧紧围绕工作目标，谋准村政、解决难题，受到了干部群众的一致好评。现就我局2024年消费扶贫工作情况总结如下：

　　应急管理局作为非贫困村镇村帮扶单位，年初来，我局认真贯彻县委、县政府的相关部署要求，扎实推进消费扶贫工作，高度重视消费扶贫宣传动员，为打好打赢脱贫攻坚战，营造了良好的工作氛围和舆论环境，同时创新服务方式，转变工作作风，切实履职尽责，为民办事，谋服务。

　>　一、对我村贫困户出资xxxx元安装住宅玻璃，协调水泥xx袋、沙子x立方米，帮助一户贫困户修缮了住宅。

>　　二、动员全局帮扶责任人购买农户农副产品，卖出村民自酿白酒xxxx余斤，价值xxxxx余元。

　　“十一”“中秋”期间购买贫困户鸡xx只，价值xxxx元；

　　购买月饼xxx斤，价值xxxx元；

　　购买豆油xxx斤，价值xxxx元；

　　购买嫩玉米xxx元。

　　通过消费扶贫工作的开展，拉近了帮扶干部和贫困户之间的情感距离，同时也引导贫困群众自力更生、勤劳致富，不断增强内生动力

　>　三、下一步工作打算

　　明年加大力度宣传和动员机关干部购买农副产品，带动贫困户增收，稳固脱贫成果。

**【篇三】消费帮扶工作总结**

　　为打赢决战决胜脱贫攻坚战，县教育局脱贫攻坚领导小组坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平总书记关于扶贫工作的重要论述，坚持精准扶贫精准脱贫基本方略，坚持问题导向，强化责任落实，夯实基层基础，不断激发贫困群众内生动力，持续巩固脱贫成果。根据中央、省、市、县脱贫攻坚相关指示精神，县教育局深入开展消费扶贫，大力倡导教育系统干部职工积极购买贫困群众农特产品，全力解决贫困群众农产品销售难题，不断促进贫困群众增收致富，为防止脱贫户返贫、边缘户新致贫和发展集体经济增添了一大助力。

>　　一、有效措施

　　（一）购买集体经济产品。xxxx年元旦、春节、端午、中秋走访慰问期间，教育系统购买家庭农场面粉xxx袋，消费金额x.xxxx万元，购买村集体油坊豆油xxxx公斤，消费金额x.xx万元；

　　夏季蓝靛果采摘季，购买珠子河村蓝靛果xxxx余公斤，消费金额x万余元；

　　秋季，一中购买“县依诺种植养殖专业合作社”（xx山村贫困户合作社）鲜花xxxx株用于校园绿化美化，消费金额x.xx万元。

　　（二）购买贫困群众农特产品。xxxx年秋季，购买珠子河村建档立卡贫困户张少利种植的大榛子xxx余斤，消费x.xx万元；

　　购买珠子河村贫困户家蜂蜜xxx.x公斤，消费x.xx万元；

　　购买珠子河村建档立卡贫困户刘德银家土鸡xx公斤，消费x.xx万元；

　　购买村建档立卡贫困户于新友家土豆xxxx公斤、白菜xxx公斤、芥菜xxx公斤，消费x.xxxx万元；

　　购买村建档立卡贫困户王玉兰家大白菜xxx公斤，消费x.xx万元。

　　截至目前，xxxx年县教育局消费扶贫金额共计xx.xxxx万元，有力促进了贫困人口稳定脱贫和集体产业的可持续发展。一是助推贫困户稳定增收，用实际行动贯彻落实习近平总书记“扶志”“扶智”重要论述，调动了贫困群众依靠自身努力实现脱贫致富的积极性，引领贫困群众进行自我规划与发展，提升了贫困人口脱贫致富的造血能力，生活水平更上一层楼；

　　二是让贫困村产业扶贫有了更精准的发展方向，拓宽了贫困地区农产品销售渠道，促进了贫困村产业发展的供给侧结构性改革，在帮助贫困村、贫困人口创造财富的同时，也在一定程度上培育了贫困群众的市场意识和发展思维，让脱贫有计可施，有章可循。

　　>二、典型经验

　　xxxx年，珠子河村蓝靛果大丰收，可农户们却高兴不起来。今年受“新冠肺炎”疫情影响，水果市场受到强大冲击，包括以往市场畅销的火龙果价格下跌了xx%、榴莲下跌了xx%、柑橘下跌xx%。蓝靛果也因订单陡减出现了大量成熟果滞销的困境。为解决包保村蓝靛果“养在深闺无人识”的实际困难，县教育局集中优势、用活资源，主动联系该村党支部，组织系统内人员“爱心助农”，自发以平均x元/斤高于市场价的价格购买。经过共同努力，共帮助销售蓝靛果xxxx公斤，金额达x万元。农户们终于乐起来了。在伟大的中国共产党建党xx周年之际，珠子河村党支部代表广大农户以微视频的方式送上了诚挚的谢意。感谢在疫情期间农户蓝靛果在滞销的情况下，帮扶部门提供了爱心销售和暖心帮助，解决了实际困难，增强了农户脱贫致富的信心，在平稳全县蓝靛果市场价格的同时，实现了以购促扶助增收的目标。

>　　三、存在困难

　　（一）消费群体对贫困户生产的非生活必需品需求量不大，销售困难系数大。

　　（二）因食堂采购必须经过严格的招标程序，蔬菜等食材直供食堂无法实现。

　　（三）贫困户生产的农产品同市场供应同类、同步，大众所需市场、超市基本可以满足，教育系统乃至全社会消费扶贫力度削弱。

>　　四、工作打算

　　（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。

　　（二）加强宣传推介。充分运用网络媒体加大推介力度，加大消费扶贫引导力度，引领教育系统全体帮扶责任人、全体教职工消费扶贫献爱心，尽最大努力打通生产、销售环节难点和堵点，全力以赴助力脱贫攻坚。

**【篇四】消费帮扶工作总结**

　　今年以来，我局严格按照市局工作要求，以服务全民创业、服务项目建设为主题，以服务重点龙头企业、重大农业项目为重点，以创优农业创业发展环境为目标，在全局领导干部中开展帮扶企业（农民专业合作社、种养大户）工作，并取得了一定成效，为全县经济发展作出了应有贡献。

>　　一、帮扶基本情况

　　我局领导干部共帮扶企业6家，其中粮食种植大户一家、蔬菜种植大户一家、甲鱼养殖一家、农民专业合作社三家。通过开展帮扶活动，进一步提高了种养大户的科学种养水平，提升了农民专业合作社带农增收能力，为全县经济社会发展作出了一定的贡献。

>　　二、主要开展工作

　　1、确定帮扶对象。局领导按照分工确定了帮扶对象，并通过联络员将上级精神传达给帮扶对象，使双方产生共鸣。

　　2、与企业召开对接座谈会。局各位领导通过不同方式与帮扶对象召开了多次对接座谈会，明确服务内容，与种养大户签定了技术服务协议，并广泛征求他们的意见和建议。

　　3、深入现场开展帮扶服务。在帮扶上，局领导能够带领有关技术人员深入服务现场，开展调查研究、良种推广、技术培训、政策咨询，并提供种养规划指导，帮助解决生产中遇到的实际问题。

　　4、开展电话回访服务。坚持与帮扶对象保持联系，及时掌握他们动态，对帮扶对象提出的问题和急需解决的事情，实行超前服务、预约服务、全程服务。

　　5、帮助解决实际困难。在帮扶付坊乡梅林村蔬菜种植大户上，帮助解决了资金、生产技术、品种搭配等问题；在帮扶南丰县京丰甲鱼有限公司上，一是聘请南昌大学洪一江教授指导进行中华鳖良种选育试验，二是“态河中华鳖”的商标注册，三是中华鳖选育试验的项目申报。在帮扶农民专业合作社上，帮助规范财务管理与利益分配建章立制、规范民主管理、增强产品质量安全意识和产品品牌观念。使他们合作意识、财务管理水平、管理合作社的能力均得到提高。

　　6、引导鼓励帮扶对象反映意见和建议。经局各位领导耐心细致的工作，使服务对象给农业部门提出了许多好的意见和建议。如加大物质扶持力度，提供技术资料和培训机会，参与产品销售平台、接洽，希望加强和其他种植户多交流，帮助规范建账等。

**【篇五】消费帮扶工作总结**

　　　自2024年上半年以来，市妇幼活动中心与尹都区南士旺村结对，坚持求真务实、开拓创新的原则，精心组织，精心安排配对工作，取得显著成效。本工作总结如下：

>　　　　一、提高认识，切实加强对结对帮扶工作的组织领导

　　　　开展配对援助活动是贯彻科学发展观、加强社会主义文明建设、建设社会主义和谐社会的重要措施和有效组织形式。中心高度重视，成立了以徐江红主任为领导的村级援助工作领导小组，明确了办公室的主要工作、具体分工和明确职责。

>　　　　二、制定计划，落实帮扶措施

　　　　制定切实可行的配对援助计划，援助工作理念，确保各项工作的实施，开展有针对性的援助活动。积极支持村图书馆的建设。向村100多本书，包括农业科技、儿童读物、百科全书知识等，购买乒乓球等体育用品，丰富群众精神文化生活，为新兴社区提供免费活动场所和家庭教育讲座 。

>　　　　三、精心组织，坚持精神文明帮扶

　　　　在工作中，坚持扶贫和志向。不仅从物质上给予帮助，思想上帮助他们改变思想，树立自强自立的意识。 抓好党员干部的学习教育，三是运用各种培训形式。如农村实用技术培训、农村政策法规培训、法律法规、科技文化培训、精神文明培训等。

　　　　今后，我们将以巩固和提高先进教育活动成果为动力，以改善配对帮助群众的生产生活条件为目标，进一步提高工作标准，改进工作方法，努力为村民做更多的实际和好事。使社会主义文明建设在农村地区开花结果。

**【篇六】消费帮扶工作总结**

>　　一、工作目标

　　以总书记关于扶贫工作的总要论述为指导，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，坚持政府引导、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个行政村和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。

**【篇七】消费帮扶工作总结**

　　今年来，长湖乡按照省市县消费扶贫会议要求，不断拓宽扶贫产品销售渠道，有效带动脱贫户增收，现将消费帮扶半年度工作总结如下：

>　　一、工作开展情况

　　一是鼓励春耕生产。为落实种植面积，从年初开始，长湖乡扶贫办工作人员前期便挨家入脱贫户宣传惠农政策及长湖乡早稻种植奖补政策，掌握春耕脱贫种植意向，通过鼓励发展抓大户、带动散户、帮助弱户和防治抛荒等举措，全乡203户脱贫户采取集中育秧亩，种植面积达亩，预计产值元。

　　二是落实消费扶贫。严格落实有关要求，我乡积极承担职责，主动作为，开展消费扶贫助力乡村振兴工作，截止目前，采购脱贫户农产品17229元，主要用于单位职工食堂食用。

　　三是造血脱贫农户。为帮助脱贫户持续增收，促进脱贫户的产业可持续发展，岳阳市唯本生态农业科技发展有限公司联合长湖乡扶贫办捐赠长湖村420羽鸡苗，覆盖22户脱贫户，通过养殖肉鸡提高产业收入，提高生活水平。

　　四是强化组织指导。组织各种新媒体平台和传统平台，通过公益广告、微信公众号、微信朋友圈等方式，宣传本地脱贫户产品，消费扶贫的好经验、好做法，营造消费扶贫的好氛围。在全乡动员鼓励在职职工在脱贫户中采购农产品，鼓励辖区内企业及居民购买脱贫户家的农产品，帮助脱贫户增收。

>　　二、存在的困难问题

　　一是抓消费扶贫的力度仍然不够，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。

　　二是脱贫户中没有形成特色农产品，没有树立自己的消费品牌，农产品价值低。

>　　三、下一步工作重点

　　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。

**【篇八】消费帮扶工作总结**

>　　一、参与消费扶贫，助力脱贫决胜。

>　　二、总体思路

　　深入贯彻习近平总书记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。

>　　三、活动时间

　　2024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，2024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2024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。

　　3.总结阶段(10月上旬)。全县各乡镇、部门对消费扶贫月活动开展情况进行总结，形成总结报告，电子版和纸质版(加盖公章)于10月12日前报送县扶贫办，邮箱：。联系电话。

>　　七、有关要求

　　1.高度重视，建立顺畅的联动机制。开展消费扶贫月活动是中央、省促进消费扶贫的一项重要举措，同时，消费扶贫成果是今年脱贫攻坚成效考核综合评价的重要依据。请各乡镇、部门高度重视消费扶贫月活动，加强统筹协调、情况调度和总结报告，为活动开展提供有力组织保障。

　　2.狠抓落实，加大活动的支持力度。要加大对消费扶贫月活动的支持力度，特别对专柜专馆专区，要落实优质点位，减免租金费用，把支持扶持措施落到实处。切实支持扶贫产品的生产、储存、运输、销售等，拓宽扶贫产品销售渠道。政府相关部门要对开展消费扶贫月活动，提供必要的政策、资金等支持。

　　3.强化监管，发挥全面的监督作用。坚持平等自愿原则，尊重市场规律，不搞行政摊派，不许强迫命令，严禁弄虚作假，切实加强监督管理，确保扶贫产品质量合格、价格公道。12317扶贫监督举报电话将接受群众投诉举报，加强社会监督。

　　4.加强宣传，营造良好的社会氛围。各主要媒体开设专版专栏持续跟踪宣传报道消费扶贫活动，在重点新闻网站、主要商业网站和两微一端等新媒体平台播放消费扶贫公益广告，发送消费扶贫公益短信，在全社会营造参与消费扶贫、购买扶贫产品的良好氛围。

　　5.确保帯贫，保存清晰的收支记录。购买单位(购买人)购买贫困村(户)农副产品，应向贫困户索要收据，一式两份，购买人和贫困户各留一份备查。收据应写清楚购买的品种、数量、单价、金额，帯贫户(人)数，收款贫困户签字按手印。通过生产商、经销商、村委会或者其他中间人购买贫困村(户)农副产品的，生产商、经销商、村委会或者其他中间人除向购买人开具收据之外，还需编制销售扶贫产品受益明细表，详细记载每个贫困户获得收益金额，以备日后检查。明年消费扶贫是纪检、审计等各类检查的重点，消费扶贫各方当事人要高度重视，保存清晰的收支记录。

**【篇九】消费帮扶工作总结**

　　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

　　国务院扶贫办2024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”。

**【篇十】消费帮扶工作总结**

　　为认真贯彻落实国务院、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《2024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2024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。

**【篇十一】消费帮扶工作总结**

>　　一、基本情况

　　云和县江滨实验小学教育集团由云和县江滨实验小学总校与石塘镇中心小学、朱村乡中心小学、紧水滩镇中心小学、安溪乡中心小学等四所分校组成。集团现有59个教学班，在校学生2200多人，在职教师160多人，其中省骨干教师培养对象4名、省教改之星1名、市学科带头人2名，县学科带头人11名，市、县教坛新秀11名。四所分校属于寄宿制学校，办学规模、师资队伍结构层次不均，城乡差距比较大，为了使集团各分校在办学条件、管理水平以及师资队伍结构上都能全面优化和提升，一年来在集团里开展了支教、诊断听课、集团主题相约教研、集团年级学科组(城乡结对)活动、集团联谊、集团会议、集团质量监控、集团国防军事夏令营、集团心理健康主题等活动。

>　　二、 主要措施与成效

　　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。

>　　三、存在的困难和问题

　　尽管我们在推进教育集团向前发展的各项工作中，经过集团全体教师的不懈努力，取得了一定成绩，但依然暴露出了一些困难和问题。

　　1、校际分散，教学研讨组织困难

　　由于各分校间地理位置比较分散，加上交通不便等因素，集团总部落实在分校的教研活动开展困难，从而造成集团总部教师“走下去”教学容易，分校教师参加难的局面。加上分校属于寄宿制学校，很多时候教师时间调配上会有许多冲突，一些活动教师的出勤率势必会受到影响。

　　2、集团教师队伍素质还有待加强

　　缺乏学科权威性教师。现有的师资水平与集团的发展还不相适应，特别是缺乏有权威性的学科领军人物，名师效应不足。

　　3、集团活动经费投资机制有待完善

　　每一次活动都要涉及到车旅费、食宿费，没有政府部门的经费保障，将对我们集团里开展的一切活动有着致命的影响。

>　　四、今后工作思路

　　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。

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