

工商联消费扶贫工作总结(实用10篇)

总结是把一定阶段内的有关情况分析研究，做出有指导性的经验方法以及结论的书面材料，它可以使我们更有效率，不妨坐下来好好写写总结吧。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

工商联消费扶贫工作总结篇一

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《20xx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20xx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，建设xx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。

工商联消费扶贫工作总结篇二

近年来，城关镇深入贯彻落实^v^^v^关于扶贫工作重要论述和省市县决战决胜脱贫攻坚会议精神，按照省市县消费扶

贫工作会议要求，以推动贫困户特色产品融入大市场为目标，不断拓宽扶贫产品销售渠道，着力打通扶贫产品在流通环节的难点和堵点，积极创新消费扶贫方式，有力促进了扶贫产品市场销售，有效带动了贫困户增收，助力了脱贫攻坚。

一是开展金秋特色农产品展销。我镇9月26日在秦厂村党建综合体开展“弘扬传统文化传承红色基因”主题活动，一是开展“不忘初心牢记使命”红色文化书法交流活动通过书法作品展览弘扬中华优秀传统文化和传承红色基因；二是活动现场专门设置城关镇农副产品观赏区、展销区、品尝区等三大区域，展销产品有：众德家庭农场的硒香豆、富硒石磨面粉；伟林粮食专业合作社云台养生蛋；侯庄村付记香油作坊；付记侯庄香油；绿科农场彩虹西瓜、水果玉米等。通过综合展示，将活动打造成集中展现乡村振兴成果、宣传惠农政策、助力脱贫攻坚、提升群众消费体验的特色服务平台。

二是进会节，搭建平台促消费。先后依托“乡村振兴论坛”、“国家扶贫日”等节会在西村乡、云台古镇、市龙源湖广场举行的农产品展销活动活动上，推介我镇云台养生蛋、富硒石磨面粉等农产品品牌。目前，已通过会节展销平台累计帮助帮扶销售富硒鸡蛋、富硒石磨面等合计2万余元。

三是开发消费扶贫专柜。根据上级精神我镇在8个村共开发扶贫产品销售专柜8个。拓宽我镇农特产品销售渠道。

四是开展爱心捐助，依托“爱心”主题，对口帮扶嵩县爱心捐赠扶贫资金一万元。

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。

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。

工商联消费扶贫工作总结篇三

到2020年底，充分发挥全市社会组织服务社会的作用，根据自身优势，投身决战决胜脱贫攻坚，积极参与消费扶贫，采购贫困村农副产品，帮助群众联系销路，解决贫困户卖货难和增产不增收问题；加强贫困群众技能提升培训，推动劳务服务与市场需求有效对接；增强贫困群众自力更生观念，形成持续稳定、互利共赢的消费扶贫长效机制。

二、实施范围

以今年全市建档立卡贫困村贫困户为重点支持对象，依托相关媒介，以购买贫困群众农特产品和服务为主要方式，动员全市社会组织积极参与消费扶贫带头示范，构建“产销对接、互利共赢”的消费扶贫新格局。

三、主要方式

消费扶贫是一种通过多元渠道购买贫困群众的农特产品和服务，将社会组织慈善行为与消费行为相结合，形成人人皆愿为、人人皆可为、人人皆能为的新型扶贫模式。市民政局积极号召社会组织参与消费扶贫，不断创新参与方式，把消费扶贫行动开展好，把消费扶贫品牌树立好，把消费扶贫平台搭建好。倡议社会组织积极履行社会责任，主动参与消费扶贫。全市社会组织要主动对接贫困村和贫困群众，依托各县村特色农产品资源丰富的基础，发挥自身优势，搭平台、架桥梁、建通道，为贫困群众送市场、送信息、送项目、送服务，大力推进贫困群众农产品商贸流通、精深加工和销售服务，积极为各村农产品打通销路，为贫困群众增收找准门路。积极购买扶贫农特产品，争心帮扶先锋，踊跃结对帮扶贫困

群众，争心扶贫代言人，传播消费扶贫正能量。

四、保障措施

工商联消费扶贫工作总结篇四

今年以来,我局严格遵照强调的“实事求是,因地制宜,分类指导,精准扶贫”的工作方针,一方面帮助联系村理清了发展思路,制定出了切实可行的改善贫困人口生产和生活条件的计划和措施。另一方面在充分对贫困家庭的调查摸底后进行分类,按照致贫原因不同,分别对待,对症下药,给结对帮扶对象指明发展方向;局党组四次召开专题报党组会,并形成常例,在每周一次的党组会会上作汇报,及时解决现有问题。

二、全员发动,真抓实干

今年以来,我局严格遵照强调的“实事求是,因地制宜,分类指导,精准扶贫”的工作方针,一方面帮助联系村理清了发展思路,制定出了切实可行的改善贫困人口生产和生活条件的计划和措施。另一方面在充分对贫困家庭的调查摸底后进行分类,按照致贫原因不同,分别对待,对症下药,给结对帮扶对象指明发展方向。

首先,我局组织班子成员和副科级以上干部与村内74名贫困户结成对子,通过走访调研和召开座谈会的形式,了解贫困户致贫原因和家庭情况,积极出谋划策,帮助制定脱贫计划、措施,通过提高思想认识、扩展视野、提供致富信息等多种形式进行帮扶,到目前为止已先后5次入户走访。

1、为确保对象精准,根据上级会议要求对2015年末未脱贫112户,319人在进行动态调整.,共删除8户,24人;未整户识别现核实增加23人,核减死亡1人;现实际贫困户105户,317人;其中城管局71户,191人;核减三户黄庭训、黄建勇(大堰)、黄建勇(黄湾)。(原74户,202人)。

2、在我局和镇党委政府共同努力下，积极配合帮扶干部入户走访，落实各项扶贫政策，做到措施精准，取得明显成效。本年度安排居家就业18户，产业扶贫12户(10户养猪21头，1户养牛3头，1户养鱼2亩);社会保障落实五保12户，13人;低保户39户，86人。本年度共脱贫39户，119人，其中我局27户，82人。

3、依据“两不愁、三保障”的精神，我局特别重视贫困户危房改造工作，本年度完成危房改造11户，新建4户，维修加固7户。现已完成新建3户(黄建牛、汪仲来、黄建松)，余下新建黄廷炉户地址已选，线样放了，正在协调移动线桩改动，维修加固户(洪业全、鲁和海、傅红梅、姚世宏、程直兰、方伍芝、余本根)现已全部完工，所有危改户均可在春节前搬入新家，该11户除政策性争取危房改造资金万元，贫困户自筹外，其与不足处由我局帮扶，本年度共帮扶资金12万元。

4、帮助完成四条路建设，长岭路为四级水泥路公里。主要建设内容为：路基加宽至米，路面结构层采用米宽20厘米厚砂砾石基层+4米宽18厘米厚c30水泥砼面层(贯通路)2、中家湾路，长450m,路面，路基工程6万元，金山路270m□路面宽，程湾路367m□路面宽米(后三条为通组路);四条路均已基本完成，年前可投入使用;另外新建公厕三座，当家塘一口。

4、村部建设，征地2亩，新建主房屋9间，附属房屋4间，建筑面积280平方米，总体造价70万元;主体工程已经完工，预计11月30日入驻办公，下一步拟准备解决桌椅、电脑、空调等办公用品缺口资金。

工商联消费扶贫工作总结篇五

一、单位包村、干部包户工作完成情况

(一) 交通局包保帮扶工作目标

紧紧围绕贫困区退后巩固提升为目标，并对剩余2%的贫困户，着力在精准识别、精准施策、精准帮扶、精准脱贫等方面下功夫，确保我局帮扶的所有贫困村与贫困家庭2020年底实现全部脱贫。同时做好脱贫后巩固提升工作，确保已脱贫户收入稳定不返贫。

（二）交通局包保帮扶工作任务

2020年根据区委部署安排，按照“单位包村、干部包户”工作要求，我局100位扶贫干部总共帮扶联系贫困户389户1045人。涉及我区5个乡镇13个行政村，分别是单王乡的王楼村、胡台村；西河口乡的锅棚店村、石湖村、红石岩村、江店村、郝集村、龙门冲村、河口居委会；新安镇的迎水村、洪河村；城南镇的黄小桥村、丁集镇的车贩村。牵头帮扶西河口乡石湖村、单王乡王楼村。分别给锅棚店村、石湖村、胡台村下派了驻村干部并制定了《区交通运输局选派干部管理制度》，根据制度要求不定期对驻村干部进行查岗、对选派干部驻村履职情况建立考核与奖惩制度；驻村干部每个季度汇报一次驻村工作开展情况，每个有帮扶任务贫困村都安排一名党组成员负责联系，同时安排一个局二级机构负责协助；局人事股协同局扶贫办负责驻村干部管理，严格按照规定按时发放驻村各项补助，及时掌握驻村干部工作生活情况，为驻村干部解决后顾之忧。同时为圆满完成帮扶工作任务，专门印制《扶贫宣传资料汇编》，确保帮扶干部按时走访，详细宣传扶贫政策，局扶贫办每月督查，为做好“双包”工作奠定基础。

（三）交通局包保帮扶工作完成情况

1、2020年我局对三个帮扶贫困村分别下派了三名驻村帮扶干部，制定了单位包村脱贫计划并按照节点圆满完成帮扶工作任务。

2、在当地党委政府正确领导、村两委密切配合下，通过局全

体帮扶干部共同努力，我局所有帮扶联系户都制定了切实可行的脱贫巩固计划，针对贫困户家庭情况，制定了帮扶措施，取得了帮扶成效，2020年度交通系统所有帮扶贫困户全部实现稳定脱贫。

二、交通基础设施实施建设完成情况

（一）交通局承担交通基础设施工作目标

紧紧围绕村出列、区退出后巩固提升为目标，继续推进“四好农村路”建设，进一步加大农村交通基础设施建设巩固提升力度。

（二）交通运输局承担交通基础设施工作任务

2020年扶贫项目总投资万元，完成村级道路建设（含3个加宽）项目141个公里万元；乡、村级道路大中修20个公里3180万元；村级桥梁23座万元。

交通基础设施建设完成情况

- 1、村级道路141个项目，已经全部完工。
- 2、村级道路大修项目8个，已经全部完工。
- 3、村级桥梁建设23个，已经全部完工。
- 4、村级安保项目59个，已经全部完工。

三、其他扶贫工作完成情况

（一）、扶贫消费工作：按照扶贫消费专班任务分解，我局积极落实相关工作。

- 1、先后制作消费扶贫公益广告宣传海报100余份、制作立体

宣传牌20块。分别在客运西站、六安火车站、快捷客运公司、车辆检测站、高速公路6个服务区，各个乡镇公交首末站、枢纽站进行张贴、摆放宣传。

2、积极争取市局支持，配合区商务局完成在高速公路服务区设立消费扶贫专区工作。

3、在六安火车站、车辆检测站、客运西站、乡镇公交首末站、枢纽站设置消费扶贫专柜投放点。

4、动员本单位职工购买消费扶贫农产品合计金额14万元左右，加上疫情期间购买农产品21万元左右，到目前为止今年我局完成农产品购买35万余元。

（二）、扶贫资产管理确权工作：我局积极落实区扶贫开发领导小组部署的扶贫资产管理确权工作，为尽快完成扶贫资产确权工作，我局专门购买第三方服务（会计审计事务所）对19个乡镇上报交通扶贫资产数据进行审核，在区财政局、区扶贫局大力支撑下，通过各乡镇配合，圆满完成此项工作。

（三）、省脱贫攻坚督查反馈问题整改工作：我局认领两个问题一是进一步加强公益性岗位管理，我局认领问题后及时召集路长办相关人员开会进行传达部署，要求路长办进一步加强交通公益性岗位常态化管理，强化日常管理和日常考勤，确保公益性岗位人员尽职尽责，按照“按需设岗，科学开发，岗需互选，人岗匹配”原则，对交通公益性岗位人员进行规范，对不符合岗位要求，人岗不匹配的予以清退，同时结合今年强降雨造成部分群众受灾情况，计划2021年交通公益性岗位动态调整时，优先安排受灾户与建档立卡贫困户。二是进一步加强交通基础设施建设均衡发展，我局认领问题后及时安排计划科结合全区交通扶贫项目库更新，认真梳理近年来交通扶贫项目安排偏低乡镇，在2021年项目安排时优先考虑，同时安排前期办积极与上级主管部门对接，争取上级交通主管部门支撑，补齐交通基础设施短板，确保全区交通

基础设施建设均衡发展。

（四）、交通局扶贫办、妇联、文化办与驻村工作队、村两委联合开展情暖童心 关爱留守儿童 共庆”六一”活动，并取得了圆满成功。

（五）、“七一”交通局党组对牵头帮扶村所有困难老党员进行慰问，在党的生日送去党的关怀。

（六）、针对今年强降雨影响，我局在原有帮扶贫困户基础上，又安排单位干部职工帮扶457户受灾群众，其中贫困家庭114户，协助属地政府部门做好灾后重建恢复工作。

（七）、完成中央脱贫攻坚专项巡视“回头看”和2019年国家成效考核反馈问题整改工作。

工商联消费扶贫工作总结篇六

大河乡九年制学校以^v^^v^关于扶贫工作的重要论述为指导,解决贫困户产品销路窄、组织化程度低、增产不增收等突出问题,促进农产品、畜产品、劳务服务与市场需求有效对接。促进产品变商品、收成变收入、服务变劳务,带动贫困人口增收脱贫。

学校高度重视,专门成立以校长为组长,政教处、总务处、教育工会等部门负责人组成的消费扶贫工作领导小组,全面负责学校消费扶贫工作。认真组织校工会、总务处、政教处等部门以发职工福利、食堂采购、个人消费等方式,切实落实我校教育消费扶贫任务,以消费促进贫困群众增收,提升精准扶贫成效。

1、成立大河乡九年制学校消费扶贫工作领导小组

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。

1、稳定了当地贫困户的长期增收，激发了贫困户“扶志、扶智”信心。

2、培育了贫困村特色产业，为脱贫户可持续发展奠定了基础。

3、有利于动员全体教职工参与社会扶贫，形成人人可为，人人乐为的消费扶贫氛围。

5、全镇学校教育工会68名会员购买专业合作社土蜂蜜、木耳共计232斤，金额15720元，用于职工福利予以发放。

6、党员教师认购帮扶贫困户学生家庭农副产品26173元。

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,笤箕等联系贫困村的贫困户购买。

工商联消费扶贫工作总结篇七

如何充分发挥全社会力量参与扶贫,是当前扶贫工作中一个迫切需要解决的难题。海南省以“坚持党政强力推动,做到全保障”“坚持各方积极联动,做到全覆盖”“坚持线上线下高效互动,做到全服务”“坚持贫困户自觉主动,做到全参与”这“四动四全”为抓手,大力实施消费扶贫,把消费扶贫作为破解这一难题的切入点和突破口,推动扶贫工作从输血式扶贫转为造血式扶贫、从单向受益扶贫转为双向受益扶贫、从不可持续扶贫转为可持续扶贫,努力形成“人人参

与消费扶贫，人人支持消费扶贫，人人宣传消费扶贫”的良好社会氛围。

消费扶贫具有多重价值

对消费者而言，消费扶贫是一举多得的好事。随着经济社会发展和居民收入水平提升，人们都愿意参与扶贫公益事业，为贫困户做一点事、献一份爱心。但很多人跟贫困户接触的机会不多，对贫困户的需求也不了解，不知从何帮起。消费扶贫就提供了一个很好的方式，让更多人有机会参与到扶贫事业中。消费者购买贫困户的产品，既能满足生活消费需求，又献了爱心、帮助了贫困户。可以说，消费扶贫给人们的日常消费行为赋予了良好的道德价值。

对贫困户而言，消费扶贫可以提供稳定的增收渠道、激发其脱贫致富的内生动力。消费扶贫最大的优势就是在贫困户和消费群体之间建立起一个便捷的交易渠道，把销售渠道打通，解决贫困户会种不会销的问题，让贫困户有稳定的收入来源。贫困户通过销售自己的农产品获得收入，实实在在感受到一分耕耘一分收获，从而投入更多的时间和精力到生产中来，其脱贫致富内生动力自然增强。可以说，消费扶贫作为一种造血式扶贫，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。

“种养加供销”更加紧密地联系在一起，推动农村一二三产业融合发展。

对扶贫事业而言，消费扶贫是一种持久稳定的可持续扶贫方式。脱贫攻坚既是攻坚战也是持久战，不仅要如期脱贫，更要防止返贫，让贫困户走上稳定的脱贫增收致富道路。当前，社会扶贫、定点帮扶工作中存在“一捐了之”“一送了之”“一派了之”“一问了之”的现象，难以实现持久稳定扶贫的效果。消费扶贫则探索了一条持续帮扶的路子，是对传统帮扶方式的有力提升。

坚持党政强力推动做到全保障

消费扶贫有自发的因素，更取决于有力地引导。迅速打开消费扶贫新局面，必须更好发挥党委政府的作用，为消费者和贫困户建立供需对接渠道。基于发展实际和现实考虑，海南省要求各级各部门把推动消费扶贫作为当前和今后一个时期打赢脱贫攻坚战的一项有力抓手，充分发挥体制和组织优势，力争尽快把消费扶贫活动有声有色地开展起来。

“共享农庄”、协助购销对接等模式参与消费扶贫。

工商联消费扶贫工作总结篇八

一、当好消费扶贫工作的宣传员，积极传播爱心消费扶贫理念，争做消费扶贫爱心行动代言人，将“消费扶贫”相关信息分享到朋友圈、微信群等媒体平台，发动身边人，广泛联系更多的团体和个人，激发更多的爱心人士参与到消费扶贫行动中来，共同推动并逐步形成良好的社会氛围，给全省贫困群众送去温暖和关爱。

二、进一步提高政治站位，在消费扶贫中走在前列、做出表率，发挥重要的引领带动作用，积极参与到消费扶贫的行动中来，根据自己的实际需求及所拥有的帮扶资源，通过“以购代捐，以买代帮”的方式，到农产品原产地搭建购销桥梁；采取私人订制、代种代养等方式，积极购买贫困地区产品和服务，签订长期购销合同，建立稳定购销机制；依托“百企帮百村联万户”精准扶贫行动，采取采购、代销等形式，帮助贫困地区农副产品对接外部市场，为脱贫攻坚贡献一份力量。

四、充分发挥自身特点和资源优势，加大贫困地区农产品公益宣传，搭建信息交流平台，加强合作对接，鼓励和引导各类企业充分发挥自身优势，利用自有平台渠道，积极推动扶贫产品进市场、进商超、进学校、进社区、进食堂等，促进扶贫产品销售，推动形成全社会关注、支持、消费贫困地区

农产品的良好氛围。

消费有情，爱心无价；涓涓细流，汇聚成海。我们呼吁省人大代表积极参与和支持消费扶贫行动，用我们的爱心在全社会凝聚起强大的抗疫助贫力量，为黑龙江全面振兴全方位振兴做出贡献！

真诚期待您的参与，并向您表示衷心感谢！

工商联消费扶贫工作总结篇九

自我厅驻点帮扶白沙县七坊镇_村及今年新增驻点帮扶_镇_村以来，高度重视产业扶贫工作，深入研究村庄基础条件，确定发展的优势产业，提供技术指导支持，对接政策性金融服务，引导贫困户发展特色产业取得积极成效。

1、_村红心橙。该红心橙产自_村尔信村小组，产地地土壤肥沃、水源充足、阳光充沛、生态优良，为当地优质农产品的代表。首批上市红心橙约1000斤，参考市场定价及一定的交通运输和人工成本，定价为10元每斤，一箱10斤共100元。

2、_村百花蜂蜜。百花蜜产于_镇_村，产地四面环山、生态良好，是海南生态重点保护的绿色宝地，为无污染的多种蜜源植物中采集的纯天然野生原蜜，总量约300斤。定价每斤80元，1斤1瓶。

我们倡议全厅上下积极行动起来，积极参与消费扶贫活动，为贫困群众解决实际困难，奉献一份真情，贡献一份力量，帮助贫困户早日脱贫致富！

驻_村第一书记

工商联消费扶贫工作总结篇十

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“^v^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。