

最新工地试验室工作总结和工作计划(优秀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？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

消费扶贫工作情况总结 裕安区消费扶贫工作总结篇一

xx村委共xx个自然村□xxxx户，xxxx人。乡、村、组三级联动，严格按照^v^三审两公示一公告^v^全部录入扶贫对象建档立卡信息采集系统。

二、工作措施

（一）健全组织，精心组织。

一是组建机构。乡政府高度重视，及时调整充实了以乡委书记xx任组长，班子成员、各相关部门为成员单位的xx乡精准扶贫建档立卡工作领导小组。领导小组下设办公室在扶贫办，由扶贫办主任负责贫困人口精准识别、建档立卡、动态管理及今后的精准扶贫精准管理的领导、组织、协调、检查、督查等工作，村（社区）党组织书记为第一责任人，驻村干部为具体责任人，切实做好入户调查，表册填报，结对帮扶、政策解释、矛盾化解，夯实基础，助推发展等工作。二是制定方案。按照上级要求，结合xx村本地实际，广泛征求党政机关，村组和社会各方面的意见建议，最后经乡领导小组认真研究制定了□xx乡精准扶贫建档立卡工作实施方案》。三是精心部署。乡领导、各村委支书、主任召开了精准扶贫工作

再动员再部署再落实会议，全乡上下达成了共识，统一了思想，理清了思路，明确了责任。四是认真培训。方案印发，规模控制后，我村支部书记与各村委支书、主任、扶贫办干部及各驻村工作组组长参加了精准扶贫建档立卡工作培训会，会上传达学习了中央和省、市、县对开展精准扶贫建档立卡工作的指示和要求，并对实施方案进行了认真的讲解和说明，统一了思想，明确了职责，细化了程序。对“三审两公示一公告”识别程序，对入户调查登记表的填写，特别是针对识别过程中需要注意的事项以及登记表名词解释进行了深入细致的培训，让每一名干部把政策吃准、吃透，吃深，提升了工作质量和水平。

（二）广泛动员，营造氛围。

为了扎实做好贫困户识别工作，宣传精准扶贫建档立卡的相关政策。宣传建档立卡政策规定，把政策讲清、把程序讲透，把要求讲明，做到“家喻户晓、人人皆知”，最大限度的满足了广大群众的知情权和参与权，调动了广大党员干部群众的参与热情，营造了良好的工作氛围。同时，在民主评议开始前，各村将申请表发放到每一户群众手中，重点告知申请条件 and 程序，通知召开群众会的时间和地点，召开群众会时，我村干部反复宣讲相关政策。

（三）试点先行，创新机制。

按照省办确定的“农户自愿申请——村民小组民主评议——村委会和驻村工作组审查公示——乡镇（街道）审核公示——县政府审定公告”5个步骤进行，我村干部与全乡各驻村干部、各村党组织书记和主任到现场观摩，并提出意见和建议，进一步完善了识别程序和步骤。民主评议会按照“宣传政策——解释评议办法——通过评议办法——贫困申请户发言（自诉贫困原因）——群众投票——监票、计票——当场公布票数”的程序进行，最后根据群众投票结

果，按得票多少的顺序，结合控制规模，确定建档立卡的贫困户。我村严格按照“三审两公示一公告”的要求，结合规模控制全面完成了贫困村识别和贫困户识别。

（四）严格程序、化解矛盾

我村严格按照省、市、县、乡要求，坚持公正、公开、公平的原则，严格工作流程，认真完成了精准扶贫建档立卡工作。同时，对因个别家族势力明显或其他原因选出的不符合条件的农户，驻村工作组深入群众，进行调查核实，坚决取缔；对民主评议结果持有异议的个别群众，负责做好调查核实和解释工作；对弄虚作假、优亲厚友等侵害群众利益的违纪违规行为，严肃查处并全县通报。由于政策宣传到位、程序执行严格、群众工作做细，杜绝了以权谋私、优亲厚友行为的发生。整个过程中，县领导小组办公室未收到一起精准扶贫建档立卡工作的上访或信访。

（五）抢抓时间，录入微机。

消费扶贫工作情况总结 裕安区消费扶贫工作总结篇二

一、积极参与，做消费扶贫助力者

扶贫济困是中华民族的传统美德，患难相扶是社会倡导的时代新风。全市各级工会组织要起到带头作用，发动工会会员积极参与消费扶贫行动。全市各级工会组织在食堂采购、节日慰问品采购时，优先购买贫困地区扶贫产品；组织开展劳模疗休养活动时，优先将目的地安排在受援地区；引导和鼓励会员采取“以购代捐”“以买代帮”等方式购买扶贫产品，助力贫困群众脱贫增收。

二、宣传动员，做消费扶贫传播者

各级工会组织要发挥工会优势，依托“832”平台、市区消费扶贫双创中心等消费扶贫平台积极开展采购，组织动员爱心企业、爱心人士等社会力量参与和支持消费扶贫行动。北京市扶贫办、北京市总工会联合北京银行、首农食品集团、京东商城等单位，开展北京银行工会会员互助服务卡“爱心扶贫?共享甜蜜”优惠活动，广大工会会员要将日常经济消费行为与爱心行为结合起来，踊跃参与活动，奉献一片真情、贡献一份力量。

消费扶贫工作情况总结 裕安区消费扶贫工作总结篇三

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[]xxxx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[]x 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_援 x 工作座谈会召开，会上[]xx 工作队专门就 xxxx 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 xxx 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。

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。

篇二

一、对消费扶贫知晓率低，存在强制消费现象 国务院扶贫办 xxxx 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、流通企业及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”。

篇三

一、“五位一体”产业精准扶贫格局全面构成 各县市区按照市委、市政府统一部署，加强政策引导，搞好办点示范，狠抓检查督办，深入推进“五位一体”产业精准扶贫，取得了初步成效。

一是精选了一批市场主体。目前全市参与精准扶贫的市场主体共4392个，涵盖特色种养、农副产品加工、旅游、电商、光伏等产业，经过联户带动、入股分工、托管代养等方式，意向带动130766户、363867名贫困人口增收脱贫。如黄梅县16个乡镇，围绕油茶、蓝莓、稻虾连作、苗木、蔬菜等

产业建立了 50 余个现代农业基地，带动 60%以上贫困户、98%以上贫困村增收脱贫。红安县八里湾镇金碧源生态农业科技园，计划投资 3.5 亿元，流转田地 7500 亩，打造生态休闲、养殖加工、科普观光为一体的生态农业科技园，已建成小龙虾精养池102 个，面积 1100 亩，投放虾苗 6 万斤，与 58 户贫困户 150 人签订合作协议，每户每年保底分红 3000 元。

二是探索了一批扶贫路径。各县市区因地制宜、因业施策，抓好产业扶贫路径设计，每一个产业都有一套精准“施工方案”和“作战路线图”。如罗田县实施黑山羊产业精准扶贫“33111”工程，利用3 年时间，向养羊贫困户供给 3 万元贴息贷款和 1 万元扶贫资金，支持 1 万个贫困户，户均年收入过 1 万元；罗田贺根农业科技有限公司与 270 个贫困户签订扶贫协议，政府按每户 2 万元标准给贺根公司540 万元贴息贷款，每户脱贫按 5000 元标准奖励贺根公司，贺根公司向每个贫困户无偿供给 3 头肉牛和兽医、技术服务，肉牛增重部分由公司、农户按 2: 8 的比例分成，据测算每户贫困户每年可稳定获得 5000 元左右的收益；麻城市按照产业、资金、区域、对象、时限“五个精准”，分别为养殖业、蔬菜产业、中药材产业、林特产业定制脱贫“1111”、“1151”、“1148”、“1138”工程。各地还经过光伏领航、园区辐射、合作带动、旅游联动、电商激活等办法，采取“龙头企业+贫困户”、“专业大户+贫困户”、“农民专业合作社+贫困户”、“家庭农场+贫困户”、“农村电商平台+贫困户”的帮扶联接模式，构成产业精准扶贫的大合唱。

抵押担保融资，同时设立产业发展担保基金，经过 1: 7 至 1: 10 的比例放大吸引金融资金□xxxx 年以来，全市农商行已为 4329 个贫困户发放 5.09 亿元扶贫小额信贷。

四是促进了贫困户稳定脱贫。贫困户经过入股、打工、租种、领养等多种途径在产业精准扶贫中增收，预计平均年收益在

6000 元左右。如发展光伏产业，建设 3—5 千瓦光伏电站，每年就能实现不低于 3000 元的稳定收益。黄梅县停前镇龙成生态农林综合开发有限公司，采取“流转土地得租金、农民务工得薪金、承包管理得酬金、超产分成得资金、订单预购得订金”的办法，调动了农民的进取性，已流转荒山 2.35 万亩，贫困户仅从土地流转和劳务薪金两项中就可增收 1160 元。

二、存在的问题(一)政府层面：一是资金整合难。尽管政府出台了关于贫困县资金整合的[xxxx]63 号文件，但缺乏具体操作办法，资金使用范围仍受多种因素制约，县级顾虑较多，资金整合的路径还不清晰、阻力仍然很大。以罗田县为例，初步测算，该县落实三年脱贫计划需整合资金 40 亿元□xxxx 年需整合 17.76 亿元，但可供统筹的资金规模仅有 4—5 亿元。二是政策落地难。有的地方政策设计“很丰满”，但具体操作“很骨感”。市场主体的逐利性和贫困户的脆弱性，决定双方均怕担风险，有的地方在政策设计上实际将风险全部交给贫困户一方。比如有的地方以贫困户名义贴息贷款，贴息贷款交给市场主体，市场主体再帮忙贫困户发展产业，这样导致贫困户怕担风险而无贷款意愿，金融机构怕担风险而不敢向贫困户直接融资。有的地方政策落实“雷声大、雨点小”，贴息贷款和具体操作办法还难以落地。三是市场主体与贫困户的对接难。一方面有的企业带着产业和市场，找不到土地和劳动力，另一方面贫困户拥有劳动力和土地资源，却找不到市场和适宜的产业门路，两者之间“窗户纸”没有捅破，“寻锅补的”与“要补锅”的无法链接。

(二)市场主体层面：一是一些市场主体带动本事不强。据初步统计，参与种养业精准扶贫的市场主体注册资金过千万元的不足 10%。以英山县为例，参与扶贫的市场主体 97 个，其中省、市级龙头企业仅有 33 个，大多是规模以下企业。各地扶贫产业存在同质化、低端化问题，带动本事较弱。二是少数市场主体动机不纯。少数市场主体在没有享受优惠政策的情景下，对贫困户大多开的是空头支票；有的套取了优惠

政策后，给农民的苗种以次充好；有的拿到贴息贷款，对贫困户的分红实际上是财政的贴息，没有真正让贫困户得利。三是一些市场主体投身扶贫的进取性不高。一些市场主体在扶贫的过程中怕麻烦，怕担职责，担心拿了贴息贷款后，要承担担保职责，贫困户不脱贫就脱不了干系。

障金不足，象蕲春按照 1：7 的比例供给扶贫贷款，浠水按照 1：10 的比例供给扶贫贷款，尽管放大系数已经很大，但由于风险保证金没有上级专项支持，全靠县本级财政筹措，远远满足不了产业扶贫的需求。在这种情景下，银行经过提高门槛来降低风险，比如要求贷款人年龄要在 60 岁以下等。以黄梅县为例，目前能够供给有效抵押物、真正享受小额扶贫贷款到位的市场主体不足 20%。麻城市扶贫小额贷款工作在全市名列前茅，但该市农商行授信金额 4.65 亿，目前已发放贷款 9648 万元，不到授信金额的 20%。

(四) 保险层面：保险机构对于“投入大，见效慢，利润薄”的三农保险工作进取性低，产品保障额度过低，保险职责过窄，经济补偿作用不明显，保险品种不多。如在特色种植业、种养殖业中，此刻仅有能繁母猪、能繁母牛、奶牛等少量有政策支持保险品种。保险理赔程序复杂，保险公司、农户对保险合同的解释各说各话，理赔困难。

户产生了“越穷越实惠、越穷越光荣”的扭曲心理，存在着一种比物质贫困更严重、更难治愈的“志气贫困”。

三、几点提议(一)进一步深化对产业精准扶贫的认识。产业精准扶贫是解决生存和发展的根本手段，也是拔掉“穷根”、实现稳定脱贫的必由之路，其带动贫困人口数量多，脱贫效果好，经济贡献大，在脱贫攻坚战中居于主导地位。各地要动员社会各界参与到产业精准扶贫中来，坚持市场导向、政府引导、因户择业、依法自愿、县级实施的思路，认真贯彻落实市委《关于推进产业精准扶贫的实施意见》，确保产业精准扶贫取得实实在在的效果。

与扶贫的龙头企业、家庭农场主和专业合作社进行信用评估和扶贫效益评估，建立黑红名单，加大失信成本，保障贫困户利益不受损害。对假借扶贫之名，行坑农害农之实的不良商家，一经发现，要严厉打击。

(三)大力突破金融保险瓶颈。金融机构要针对扶贫贷款的特点，改革完善相适应的管理体制和考核办法，降低贷款门槛，实行特事特办、快审快批，加大无担保、免抵押、全贴息贷款力度。建立风险基金补偿机制，灵活运用特许经营项目收益权、团体土地承包经营权、团体资产收益权等为担保设计信贷新产品。加强基层金融服务，整合网格、银行机构、保险公司、担保公司等多方资源，在全市所有贫困乡镇中建立金融服务工作室。要优化贴息贷款发放方式，提议将政府贴息贷款直接发放给参与精准扶贫的市场主体，改变农户无承担风险本事不愿贷、市场主体有必须承担风险本事而不能贷的状况。要加强对受灾的市场主体的金融扶持，增加授信额度，落实恢复重建资金，帮忙市场主体度过难关。要认真落实中国保监会与国务院扶贫办联合发布的《关于做好保险业助推脱贫攻坚工作的意见》，在普惠政策基础上，经过提高保障水平、降低保险费率、优化理赔条件和实施差异化监管等方式，突出对建档立卡贫困户的特惠政策和特惠措施，为建档立卡贫困人口供给优质便捷的保险服务，增强贫困人口抗风险本事，构筑贫困地区产业发展风险防范屏障。

(四)着力推进基础设施建设。认真贯彻落实市委四届十五次全会

精神，按照“一抗四保”要求，抢抓灾后重建机遇，加快策划一批水利项目和水毁设施修复项目。进一步加大资金整合力度，集中农业、水利、扶贫、农业、移民等项目资金，逐步完善道路交通、电力、农田水利等基础设施，提高农业抗御自然灾害的本事，降低农业生产成本。加大对贫困山区农产品电子商务平台和物流体系建设的支持力度，打通农产品销售体系“最终一公里”。

(五)加强对产业精准扶贫的组织领导。一是要加强对产业精准扶贫工作的检查督办。重点督办重点贫困乡镇、村产业发展规划、产业项目、市场主体落实情景，督办相关部门和帮扶单位履职尽责情景，确保产业精准扶贫政策措施精准落地。二是树立一批产业精准扶贫的好典型。大张旗鼓地表彰有突出贡献的精准扶贫市场主体，经过互联网、广播、电视、报纸等大力宣传产业精准扶贫典型，推广参与精准扶贫市场主体的成功模式。注重在精准扶贫企业家中产生人大代表和政协委员，发挥其参政议政作用。三是发挥基层组织在产业精准扶贫中的重要作用。基层组织要在市场主体与贫困户对接中当好桥梁纽带，既要帮忙贫困户选准产业，打消他们的顾虑，增强他们的信心，维护他们的权益，又要协助市场主体与贫困户签订协议，向上争取政策扶持，帮忙落实贷款，还要在发生利益纠纷时当好矛盾的调解员。针对部分贫困群众存在的认识偏差和思想疑虑，基层组织要加大政策宣讲力度，有针对性地将各级党委、政府精准扶贫政策宣传到千家万户，经过政策宣传，引导贫困人口树立自力更生，自主创业的意识，祛除政策误解和“等靠要”的懒惰思想。

一、村情概况

李口村位于华林山镇南部，下辖年尾、邹家、李源、坪上、李口、丁坊6个自然村，共11个村小组，现有农村人口1662人，全村共有党员47人，村“两委”班子共5人。该村共有贫困户20户，贫困总人口有43人，主要以单身老人、残疾、因病致贫和因病返贫者为主，目前脱贫户，有10户23人。全村耕地面积共有4343.12亩，以种植水稻、林木为主。

通过近期工作，根据贫困户认定识别标准，共入户识别20户43人，贫困户危房改造1户。

二、工作开展情况

精准扶贫建档立卡工作是确定贫困村和贫困户的基础，自成

立村级扶贫工作队以来，严格按照省市镇相关文件精神，通过不漏一户、不漏一人的方式入户登记，全面获取了贫困对象的各项信息资料，并按照省扶贫开发办公室规定要求，建立村级纸质档案以及电子档案，为下步精准扶贫工作打下了坚实的基础，我们主要从以下几方面开展工作。

（一）强化保障，夯实基础，健全脱贫攻坚支撑体系

为确保脱贫攻坚工作稳步推进，切实加强组织领导，强化组织保障，严格责任落实，规范工作程序，营造良好氛围，调动和凝聚各方力量共同打好脱贫攻坚战。

一是建立组织机构保障。成立由丁小明任组长，驻村第一书记周卫华任副组长，扶贫工作队队员彭煜荃、胡双良，村委干部童建平、黄兰香、陈小林、丁松林为成员的村级脱贫责任组，明确每位成员的工作职责和具体分工，切实做到人人肩上有担子、人人身上有压力，同时建立健全以村支部为主阵地、村小组为主战场、贫困户为主攻点的工作网络。

二是建立运作程序保障。脱贫责任组全体成员吃住在村，深入基层，深入困难群众，建立完善《李口村贫困户结对帮扶情况一览表》、制定了《李口村建档立卡贫困村贫困户脱贫攻坚工作计划》等各类工作计划、台账，确保扶贫工作有力有序推进。

三是建立动员宣传保障。村级脱贫责任组成立以来，多次组织全体成员召开学习系列指示精神会议，切实提高对脱贫攻坚工作重要性、紧迫性、艰巨性的认识，进一步明晰工作思路和工作办法，先后召开李口村脱贫攻坚动员会、脱贫坚推进会、明确责任落实会、建档立卡回头看工作会、第一书记及村干部碰头会共计5次，充分调动党员干部扶贫工作积极性，书写固定标语5条，营造全社会关注扶贫、支持扶贫、参与扶贫的浓厚氛围。

（二）坚持标准，强化落实，精准识别贫困人口 脱贫攻坚贵在精准，成败在于精准，为打赢脱贫攻坚战，我们以精准扶贫为突破口，坚持因地制宜、因户而异、因人而异，在精准识别上下功夫，在精准分析上动脑筋，在精准帮扶上求实效，真正做到一户一本台账、一户一套帮扶措施，确保脱贫攻坚工作取得阶段性成果。

户一档”底子清、“一人一策” “一户多策”措施清、村支部书记心里清、帮扶责任清和脱贫轨迹清。

二是精准分析贫困原因。在摸清底数的基础上，详细统计贫困对象基本情况，收入构成，对政府的诉求等情况，分门别类的归纳梳理因病致贫、因残致贫、缺劳力致贫、缺技术致贫等四类致因，强化数据支撑。

三是精准制定脱贫措施。在充分尊重群众意愿的基础上，针对贫困原因，充分结合实际，因户、因人制定帮扶计划与帮扶措施。截止目前已制定完成20户43人的脱贫帮扶计划。

（三）多措并举，全力促进，千方百计为贫困户办实事 一是着力解决政策落实问题，扶贫工作队着眼于“十大”扶贫政策，针对贫困户的实际情况，逐项对照政策抓好政策落实。如帮助谢菊根、谌回春落实危房改造政策，帮助幸茂德、胡小荣、甘志强等落实医疗救助政策。确保了贫困户能够享受到的政策全部落实到位。

二是着力解决剩余劳动力问题，深入开展就业援助，充分发挥建筑陶瓷基地帮扶优势，主动联系辖区企业筛选出适合贫困劳动力就业的工作岗位，帮助符合岗位条件并有意愿到企业就业的贫困家庭劳动力与企业取得联系，促其上岗就业。帮助贫困对象不离乡土、在本区企业就近实现就业。

三是着力强化产业扶贫。扶贫工作队把引导贫困户发展产业脱贫作为脱贫攻坚的主攻方向，积极推进油茶、茶叶合作社

产业扶贫工作的落实，目前已促成光伏产业公司与29户贫困户签订了光伏产业固定分红协议，为18户贫困户获得了每年2000元的固定分红收入。

下一步工作方向

根据扶贫工作要求，在完成前期精准识别、信息采集和档案资料完善工作后。下一步李口村扶贫工作队将把工作的重心转移到帮扶措施的落实上。

一是组建农业合作社。按照产业发展的要求成立一个产业发展专业合作社，将贫困人口纳入合作社产业发展的范畴，引导贫困户通过发展产业扶贫。

二是开展劳动就业服务。按照“解决一个就业、帮扶一户脱贫”的工作思路，对有劳动能力的贫困人口，通过介绍到园区企业务工就业。

三是推进政策兜底扶贫。对无劳动能力，自身脱贫能力弱的贫困人口，按照政策要求，帮助申请低保或五保待遇，通过政策保障方式解决基本生活问题。

乡镇消费扶贫工作总结

2020年教育局消费扶贫工作总结

文化和旅游局消费扶贫工作总结

2020年司法局消费扶贫工作总结

应急管理局消费扶贫工作总结

消费扶贫工作情况总结 裕安区消费扶贫工作总结篇四

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

消费扶贫工作情况总结 裕安区消费扶贫工作总结篇五

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