

最新三亚消费扶贫工作总结汇报(模板5篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

三亚消费扶贫工作总结汇报篇一

一、加强领导，提高扶贫工作的认识

结合工作实际，县总工会成立了以主席为组长，分管副主席为副组长的扶贫工作领导小组，负责日常工作的组织、协调。2018年以来县总工会把精准扶贫工作作为重点列入干部职工年度考核计划，并安排专人负责日常联络，制定实施方案、责任落实到人。县总工会干部职工在驻村帮扶工作队、村两委负责人的陪同下，深入村组农户调查了解村情民意，与镇党委政府、村两委班子、驻村帮扶工作队开展多次座谈了解具体情况，共商制定了精准扶贫年度工作计划。

二、深入村社，慰问困难群众

为做好精准扶贫工作，县总工会多次深入村社，了解村情民意，同时加强与其他帮联单位的沟通联系，制定工作计划、方案，将惠农、利民政策宣传到户，为文家咀村的发展做实事。

（一）坚持进村入户，了解民情。一是通过实地走访、召开座谈会等形式，与镇村干部、驻村工作队员开展深入交流，对村社道路、危旧房改造、养殖温棚建设等基础设施项目进行全面了解，掌握整体村情。二是对帮扶的7户贫困户及全村留守儿童、空巢老人、疾病致贫等特殊困难群体再次进行排

查、摸底，询问他们在生产、生活方面的实际困难，理清帮扶思路。在深入调研、统筹协调的基础上，制定了帮扶方案。自2018年以来县总工会干部职工每月都深入帮扶村进行走访调研，通过开展帮扶活动，进一步密切了党群、干群关系，确保了结对帮扶工作有序推进，加强了结对帮扶活动的有效落实。

（二）结合实际，开展帮扶。一是对帮扶联系的文家咀村会同村两委及驻村帮扶工作队深入开展入户调查，积极参与“一户一册”帮扶计划的制定；二是筹资万元为村活动室购置了篮球等文体活动用品；三是春节期间为7户贫困户送去价值万元的生活物品；四是春耕期间筹集资金万元，为7户贫困户送去化肥、籽种、农药等生产资料；五是“六·一”期间深入文家咀小学，开展了留守儿童关爱活动，为贫困儿童捐赠“爱心书包”、“爱心书籍”等价值2000多元的学习生活用具。六是今年夏季发生暴雨灾害后县总工会干部职工第一时间进村入户，查看灾情，配合村两委及帮扶工作队开展了力所能及的减灾救灾、帮扶救助活动；七是全县誓师动员大会后，县总工会组织全体帮扶干部深入文家咀村，进一步核实贫困户的产业、收入、劳务等情况，并配合驻村工作队及时修改完善“一户一策”帮扶措施；八是与其他帮扶单位联合对文家咀村硬化了村社道路公里；对千亩杏园进行了深翻、修整、剪枝。

（三）扎实开展精准摸底，帮助制定一户一策。县总工会干部利用一周时间，对帮扶的7户建档立卡贫困户逐家逐户完善落实帮扶方案，按照“谋细、求实、做精”的工作要求，通过和群众拉家常、心贴心交谈等方式全面掌握贫困户家庭信息数据，逐户调查家庭人员情况、劳动力、生产生活现状、生产技能特长、人均收入、致贫原因、产业增收愿望等情况，制定完善“一户一策”台账，精确列出帮扶计划及措施，进一步找准了帮扶脉搏，帮助农户树牢了脱贫及巩固提升的目标和信心。

三亚消费扶贫工作总结汇报篇二

建设社会主义新农村已真正成为国家发展战略，民族地区也都把农村脱贫致富作为重要战略任务来抓。正确认识及评价贫困村贫困的现状，量化各地村级精准扶贫绩效，可以具体针对各地村级精准扶贫开发中出现的不足和偏差进行分析，理清思路，找出差距，解决问题[1]。这对于今后制定并实施村级精准扶贫开发战略有着重要的现实意义。

一、民族地区村级精准扶贫绩效评价指标体系构建的基本原则

科学、合理的指标体系构建，要以科学的原则为前提。精准扶贫效果评价指标体系的构建要以民族地区贫困村扶贫的具体实际及发展规律为准绳，进行全方位、多视角的分析。必须从贫困的本质出发，强调以人为本，体现科学发展观的要求[2]。借鉴参考其他一些评价研究方法，可以确立以下四个效果评价的基本原则。

1. 综合性和针对性原则。建立的指标体系应既具有综合性又具有针对性。基于村域的精史罨妒且桓蜚酆闲缘母拍睿构建村级精准扶贫指标体系要求：一方面，所建立的指标体系要体现综合性，能以多维的角度构造出全面而综合的村级精准扶贫效果评价体系，即不仅包括经济发展、生活幸福，还应包括生态友好、资源持续；另一方面，所建立的指标体系还应具有针对性，应该针对村级精准扶贫面临的主要问题和实际，确定关键性、决定性要素[3]。

2. 代表性和独立性原则。建立的指标需既具有广泛的代表性，又彼此具有相对的独立性。民族地区村级精准扶贫事业涉及到精准扶贫村经济社会发展的方方面面，内容多而杂，可供选取的指标较多，但绩效评价工作的经验告诉我们只能选取最具代表性的指标，且选取的指标间独立性要强，以防止严重共线性情况的出现。

3. 可获取性和可量化原则。在构建民族地区村级精准扶贫绩效评价指标体系时应充分考虑所选取指标数据的获取难易程度及指标量化的可操作性。研究者往往从理论假设出发来研究指标体系的设计、指标的选取，但某些理论上非常好的评价指标，在实际工作中，往往难以量化衡量、其值不易获取，或是可操作性很差，难以在实践中发挥指导作用，甚至使人们茫然不知所措，产生混乱。设立评价指标体系的目的是以评促建，但这些对实践工作没有意义的指标，如果在时机不成熟时，不设为宜。

4. 可比性原则。精准扶贫是一项在全中国推行的创新型扶贫活动，这要求研究者在设立相关绩评指标时须考虑不同扶贫村进行横向比较的可能，以及扶贫村的纵向历史扶贫数据对比评价的要求。为此，这里都选择可以比较的指标统计口径，比如基本上采用人均、比重等相对数，不用绝对数；同时，在指标的选择和确定方面尽可能地考虑一些通用的，特别是普遍所认可的指标。

二、指标体系的设计思路和步骤

1. 评价对象分类设计。由于民族地区各地发展水平和村级精准扶贫主体对象的差异，指标体系可分设为点和面的两方面评价。一是针对行政村的发展评价，即行政村的点评价；二是针对村级精准扶贫水平的评价，即整体村级精准扶贫水平的评价，亦即行政村的面评价。

2. 评估视角的考量。对村级精准扶贫绩效的评估可以按^v^扶贫办提出的村级精准扶贫五个方面来设计，这种设计既体现出村级精准扶贫的实情，又与多个评价指标体系相似，具有参考性。村级精准扶贫的评价还可以根据人本发展理论，围绕农民主体及其面临的约束条件来评价。三农的核心是农民，农民是村级精准扶贫的主体，农民的全面发展是村级精准扶贫的主要目标。

3. 设计方法和步骤。由于我国民族地区农村幅员广阔，经济、社会环境差异较大，因此关于村级精准扶贫的评价指标设计也不能完全相同，需要采用灵活处理的方法。特别是在许多民族地区，很多统计指标难以获取的情况下，可以采取一些替代的指标从侧面反映发展实情[4]。首先，建立以行政村为评价对象的村级精准扶贫评价指标体系。该指标体系以^v^扶贫办关于村级精准扶贫的五个方面为基础，甄选具有典型意义的指标，客观反映村级精准扶贫工作实效。这些指标不是现在所有贫困村应达到的标准，而是今后这些行政村应该努力的方向。其次，在建立指标体系的过程中必须从以人为本出发，以人本发展理论构架为基础，建立以行政村为评价对象的村级精准扶贫评价指标体系。指标体系除了围绕人（农民）的发展方面设立的指标外，还将设立农村制度、要素、分工方面的指标，全面反映贫困村人的发展。

三、民族地区精准扶贫绩效评价指标体系的选择

第一，常用的这些指标一般都具有良好的可操作性，主要是便于统计和计算，也易被多数人接受，但是在科学性和理论上较大的缺陷。例如在指标选用上，局限在一些较为直观、便于测度的“有形指标”，而对于那些科学性和技术性较强、测量和计算难度较大的指标则较少采用。在聚合、选择指标的分析方法上也较粗糙，不够深入。

第二，指标体系不全面。由于基于微观地域的扶贫效果评价与监测理论与方法研究刚刚兴起，还不十分成熟，其思想观念尚未被多数人所理解。因此，对一些评价指标在选择上难免存在这样或那样的倾向，导致出现重经济效益、轻生态效益、忽视社会效益的现状。例如在指标频率表中，出现频率达80%以上的指标就有三个是反映经济效益的，一个反映生态效益，这显然是不够全面的。

2. 民族地区精准扶贫绩效评价指标体系表。根据微观地域可持续发展理论，并结合前人研究经验及民族地区的实际情况，

本文确定村级精准扶贫综合评价的指标体系（见下页表2）。

四、指标内涵说明

村级精准扶贫效果评价指标体系共涉及26项指标（复合指标只算一个），各指标的含义如下：（1）扶贫对象的选择方式：对扶贫对象确定方式的公开、公平、公正程度，由精准扶贫村村民打分，实行5分制：1分表示很不满意，2分表示不满意，3分表示一般，4分表示满意，5分表示很满意。（2）扶贫项目低保救济户所占比例：在精准扶贫项目中，低保救济户占总参与户数的比例。（3）扶贫项目贫困户比例：在特定的精准扶贫项目中，贫困户占总参与户数的比例。（4）帮扶资金使用时效：精准帮扶资金到位的及时性、资金使用的有效性，实行5分制，1分表示很不满意，2分表示不满意，3分表示一般，4分表示满意，5分表示很满意。（5）帮扶对象满意度：参与精准扶贫项目的贫困户的满意度调查结果打分，实行5分制，1分表示很不满意，2分表示不满意，3分表示一般，4分表示满意，5分表示很满意。（6）贫困发生率：指精准扶贫村村民人均纯收入在贫困线以下人数占全部村民人数的百分比率。（7）返贫率：指在精准扶贫村，上年度本已脱贫成功的人员由于某些原因再度返贫的人员总数与整个行政村贫困人员数的百分比率。（8）恩格尔系数：指在精准扶贫村中村民食物消费开支金额总数占其个人支出总金额的比例。它被用来反映村民生活水平的改变，这个系数越大生活越贫困，越小则生活越富裕。（9）农民人均纯收入：指在精准扶贫村村民家庭整个年度所有收入之和之中扣除转移性收入和各项经营性费用以及税收等项支出后，能用于生活生产消费的那部分资金。（10）人均农村经济总产值：它是本年全村的经济总收入与全村总人口之比，反映的是村民收入总量经济。（11）单位面积粮食产量：是全村主要农产品的总产量与播种面积之比。（12）年末人均家畜存栏数：年末家禽存栏总数比上全村人口总和。（13）人均经济林面积：全村经济林总面积与全村总人口之比。（14）农民人均固定资产原值：指农民建造、购置固定资产时实际发生的全部费用支出与全

村总人口数之比。（15）钢混结构及砖木结构房屋面积比重：当前贫困地区农户居住面积大多已基本达到要求，但居住质量普遍较差，因此，采用钢木结构（砖木结构和钢筋混凝土结构的合称）住房数比重更有助于评价贫困地区农居住条件的改善，且数据更易获取。（16）四通率：指贫困村通电、通话、通路、通水农户占总农户数的比率，是反映贫困村基础设施状况的重要参考指数。（17）农村剩余劳动力转移比率：指精准扶贫村整个村庄年外出务工人员数与该村具有劳动能力人员数的比值。该指标反映了该精准扶贫村经济发展的活跃程度。（18）享受社会保障人口比重：指该精准扶贫村享受社会保障村民人员数与该村总人数的比值。该指标是考评一个村庄贫困与否的重要标志之一。（19）适龄儿童入学率：指6~14周岁的适学儿童在校人数与该年龄段适学儿童总数的比值。采用此指标主要是因为民族地区贫困村适学儿童的失学比率较高，而该指标能在一定程度上测评精准扶贫村的教育改善情况。（20）人均组织培训次数：指该行政村村民参加的各种培训教学活动人次之和除以整个村庄村民人数的比率。（21）当年退耕还林（草）率：当年退耕还林（草）的耕地面积与全村总耕地面积的比率。（22）耕地受灾面积比例：受灾耕地面积占耕地总面积的比率。（23）有效灌溉面积比重：能进行有效灌溉的耕地面积占耕地总面积的比重。（24）农户沼气池普及率：该村已建成沼气池总个数与全村农户总数之比。（25）村中治安、刑事案件起数：一定时间内行政村中治安、刑事案件发生起数。（26）贫困户参与村级规划的比重：参与村级规划的贫困户数与该村总户数之比。

本研究依据民族地区精准扶贫的实际情况，同时考虑到数据的获取性，构建了一套具有鲜明时代特色的精准扶贫绩效评价指标体系。该指标体系设计科学合理、可操作性强，对今后的精准扶贫实践的精准考核具有一定的参考意义。但由于精准扶贫是一个动态变化的过程，该评价指标体系可能还有很多没有考虑到的因素，还有逐步完善的空间。

参考文献：

三亚消费扶贫工作总结汇报篇三

近几年来，随着旅游业的成长壮大，来xx旅游人数持续增多，越来越多的群众收获到了旅游带来的“红利”，为xx旅游扶贫效应初显。旅游业是朝阳产业，也是民生经济，我县充分发挥旅游业的综合带动作用，全力推进了旅游扶贫工作，在农民增收、带动就业及社会稳定等方面得到实实在在的成效。

xx县拥有丰富的农特资源，草莓、葡萄、苦笋、李子、枇杷、桃子、柑橘、柚子等。但长期以来，农民丰产总难以带来“丰收”，主要因为是产品附加值低。旅游业的发展带动了商业的发达，初级农副产品被研发为特色旅游商品，附加值增加，一大批旅游商品深受游客欢迎。通过各种乡村旅游节庆，如“xx苦笋节”“xx桃花节”等活动，来带动农特产品的销售。以苦笋为例，xx巨峰葡萄市场价为3-6元/斤，通过游客采摘的葡萄出售价为12-20元/斤，如果做成苦笋酒、泡苦笋等旅游商品，市场价更高。有市场、有销路，作为提供初级农产品的果农也得到了相应增收。

农村家庭的主要收入来源一般为外出打工，在本地能够提供的就业岗位少、收入低，旅游产业具有“离土不离乡”、就业方便的优势。目前xx县22个乡镇，分布90余家乡村农家乐，带动农民直接就业920余人，间接就业农民2300余人。一个普通农家乐能够直接解决5人就业，规模稍大的还需要增加厨师、服务员等，能够提供8-12人就业。提倡“吃农家饭、住农家屋”为主题的乡村体验式消费，利用农民自家院落以及依傍的田园风光、自然景点，以低廉的价格吸引市民走进农村，住农户房屋、吃农家饭菜、赏农村风情的休闲方式，进一步促进农家乐园的发展，缓解本地就业问题。

通过旅游业发展，带动农产品加工业、饮食业的发展，直接

促进农村产业结构调整，农村的增长增收，直接使城乡收入差距得到了缓解。同时有助于村容村貌的转变，为新农村建设增添了力量。强化规划引导，采取以奖代补、先建后补、财政贴息等方式扶持休闲农业和乡村旅游业发展，着力改善休闲旅游重点村进村道路、宽带、停车场、厕所、垃圾污水处理等基础设施服务。规范化管理体制下，开展环境保护，建设宜居村寨、宜居乡镇。

（一）基础设施建设尚不完善。很多拥有丰富旅游资源的乡镇，因为基础配套的不到位，迟迟难以得到快速发展。如xx乡以苦笋著称，但因为基本的交通条件问题，可进入性差，使得空有资源却难以发挥最大效应。

（二）扶贫政策力度有待提升。旅游业在产业扶贫中应占据着重要地位，但相关项目政策、土地政策、扶持政策缺乏足够有力的支撑，近年来国家旅游扶贫政策出台后，有针对性的、可落实的政策较少，项目配套跟进不及时。旅游项目支持相对较少，如在农家乐培训方面，没有专门的资金项目。

（三）旅游扶贫投入资金不足。我县投入旅游建设的资金十分有限，加之旅游扶贫项目偏少，导致一些旅游建设项目进展较慢。如当前□xx旅游正处于旅游发展的机遇期，特别是在倡导旅游连片发展的模式□xx旅游扶贫既有优势、又有前景。

认真做好项目策划，加强对乡村生态环境和文化遗存的保护，坚持地方性、坚守乡村味、筑牢田园梦，防止大拆大建和以旅游开发为名圈占土地搞房地产开发，防止破坏村庄原有机理和整体风貌的破坏性开发，使旅游扶贫开发始终按照“看得见山、望得见水、记得住乡愁”的要求进行，与社会主义新农村和美丽乡村建设相互促进。我局针对xx镇、xx镇、xx乡、xx乡、xx乡优异的乡村旅游资源，特邀自贡规划设计院的专业规划师进行实地考察调研，进行乡村旅游规划编制。

贫困地区面临的很重要的一个困难，就是其基础设施和公共

服务设施落后。实施旅游扶贫面临的重要挑战就是基础设施严重滞后，难以满足现代旅游需要。以认真贯彻落实《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》为契机，多方筹措资金，集中精力解决好旅游扶贫村的旅游基础设施和公共服务设施。

人力资源素质不高是制约贫困地区发展旅游的主要瓶颈。要把育才引智，加大人才培养作为旅游扶贫开发的重点抓手，按照“培训一人、就业一人、脱贫一家”的扶贫工作思路，按照现有乡村旅游经营点，分级分类开展培训。把加强旅游扶贫村村官、致富带头人、旅游经营户、从业人员培训，作为落实精准扶贫、到村到户要求的具体抓手，切实抓实抓好。

支持和鼓励我县本土的涉旅企业参与集中连片贫困地区的旅游开发，给予优惠配套政策，充分发挥其专业优势，大手笔打造核心旅游产品，形成品牌效应，使之成为重要的旅游发展引擎，带动贫困村民参与旅游发展，实现脱贫致富。积极推进各类旅游企事业单位和社会组织与旅游扶贫村“结对子”，在劳动用工、农副产品采购、产品开发、宣传推广等方面加强对口帮扶。

三亚消费扶贫工作总结汇报篇四

篇一

为认真贯彻落实国务院、自治区、自治州扶贫部门关于开展好消费扶贫的相关通知要求，我市扶贫办根据自身实际情况制定了《2018年我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□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“最后一公里”。

(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

有序有效推进。

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

三亚消费扶贫工作总结汇报篇五

围绕“带不走的干部人才”为主题，以“强党建、强融合、强培育、强基础”为抓手，突出智力帮扶的针对性和实效性。

(一)结对共建强党建。以“一家人一家亲”为主题，通过“一对一”“一对多”全面开展党建结对共建活动，深化“艰苦创业”“脱贫争先”“感恩奋进”三项教育。

二、“_”模式促进消费扶贫

依托“全域帮扶”理念，以某某特色“进会节、进商超、进社区、进机关”为模式，推动消费扶贫工作的扎实开展。

(一)进会节，搭建平台促消费。先后依托“中国_际名校赛艇挑战赛”、“_农业合作论坛”等在某某举行的大型会节，借力“_年货节”、“_都市博览会”等省市级农特产品展销活动，将某某元素与会节活动进行有效融入，全方位推介某某旅游品牌、农特产品和人文风情。目前，已通过会节平台促成某某农特产品销售150余万元，吸引社会各界关注咨询20余万人次，促成4家企业与某某企业达成合作意向。

(三)进社区，贴近群众促消费。通过“社区配合+零售商会搭台+企业参与”等方式，推进对口帮扶与惠民利民有效衔接、有机融合，在某某县五津街道抚江社区、平岗社区试点打

造“津金同心”爱心超市，方便群众就近采购某某农特产品。依托“爱心”主题，组织开展义仓义集等公益活动，共募集爱心捐款800余元、爱心物资60余件。近期，正筹备30万元的“爱心”特产展销，销售所得利润也将全部用于对某某的帮扶工作中。