# 乡镇消费促进工作总结(汇总37篇)

来源：网络 作者：流年似水 更新时间：2025-04-16

*乡镇消费促进工作总结120xx年至20xx年又是一个五年普法，五年来，悦来乡党委、乡政府在区委区政府的领导下，普法工作始终保持与时俱进的工作态势，紧紧围绕全乡工作大局，突出重点、兼顾全面、创新载体、注重实效，有力地促进了我乡经济社会的健康、...*

**乡镇消费促进工作总结1**

20xx年至20xx年又是一个五年普法，五年来，悦来乡党委、乡政府在区委区政府的领导下，普法工作始终保持与时俱进的工作态势，紧紧围绕全乡工作大局，突出重点、兼顾全面、创新载体、注重实效，有力地促进了我乡经济社会的健康、持续和快速发展。

五年来，我乡治安形势持续稳定，通过对乡、村、社和进行各类法律法规的学习宣传教育，广大农村干部、群众法律意识有所增强，依法办事的能力和守法、用法的自觉性进一步提高；基层民主政治建设扎实推进，村务财务制度进一步健全和规范，“民主法制村”创建面达80％以上；依法治乡工作成效明显，精神文明建设与法制建设进一步强化，各项工作基本纳入了法制轨道。

一、普法工作，党政重视、齐抓共管。

“六五”普法工作是社会主义精神文明建设与民主法制建设的重要组成部分，搞好普法工作对于提高我乡全民法律素质与乡村干部依法行政能力，大力推进依法治理进程，全面建设小康社会并率先实现农业农村现代化都具有十分重要的意义。为此，乡党委政府对普法工作高度重视，将“六五”普法列入党政重要议事日程，进行了专题研究，签定责任书，在人员、经费、措施、宣传上落实到位。

（1）人员到位。成立了由党委书记任组长，分管领导任副组长的“六五”普法工作领导小组，办公室有具体工作人员负责普法工作的实施。

（2）经费到位。落实专门普法经费，保障日常依普工作的顺利开展。

（3）措施到位。根据我乡的实际情况制订了“悦来乡六五普五年法规划”，并以文件形式下发到各村各单位；及时召开了由全体乡干部、村书记、主任与企事业单位负责人参加的“六五”普法动员大会，要求各村、各单位把法制教育工作纳入本村、本部门的工作责任制和领导责任制，周密计划、精心实施；将普法工作与单位的目标考核及领导的实绩挂钩，进一步强化组织网络，要求各村各单位确定一名普法骨干，负责普法工作的具体事项。

（4）宣传到位。层层发动，广泛宣传，积极号召广大党员、干部、群众参与到普法工作中来，使大家明白“六五”普法工作的意义与重要性，进一步增强干部参与普法的自觉性与责任心，营造了良好的普法氛围。

二、在普法对象上，重点突出、全面推进法律七进活动。

我乡“六五”普法的对象包括：工人、农民、干部、企事业经营管理人员、学生和个体劳动者及一切有接受能力的公民。其中重点普法对象既做到重点突出、有的放矢，同时又兼顾全面、整体推进。一是抓好乡、村两级干部的法制培训工作。主要学习和培训了《宪法》、《公务员纪律处分条例》、《治安管理处罚法》、《信访条例》、《农村土地承包法》、《计划生育法》等，通过法制学习和培训使干部依法行政和依法办事的能力得到了大幅提高。通过有针对性的法制培训，进一步增强了我乡村主要领导规范办事、依法办事的意识。对乡干部，我们通过“六五”普法考试的形式，大大激发了乡干部学法的积极性。二是抓好青少年学生的法制宣传教育，进一步健全法制副校长与法制教师的辅导制度，法制副校长与法制教师每学期都要为学生举办一次以上法制讲座与法制辅导。结合现实生活中的案例对学生进行教育，学习的主要内容是《治安管理处罚法》、《未成年人保护法》、《预防未成年人犯罪法》、开展反\_警示教育活动等相关法律法规。通过多种形式、多种载体的法制教育，进一步强化了学生的学法守法意识。三是抓好企业经营管理人员的法制宣传教育。主要开展了《劳动法》、《公司法》、《工会法》、食品安全等法规的宣传活动，以此提高企业经营管理人员的法律意识与信用意识。四是抓好农民群众的法制宣传。配合农办、团委、计生办等部门开展了“农、林、水利、计生、环保、等一系列法制宣传教育活动。通过办板报、专栏、小册子、发宣传单、标语等形式进行宣传，使一些实用的法律知识深入人心。对于“两劳”放回人员，以帮教为主，及时掌握其思想状况，并通过谈心等方法进行针对性的教育，防止重新犯罪的发生。

三、在普法内容上，围绕中心、注重热点。

在普法内容选择上，我们始终围绕党委政府的中心工作有针对性的开展工作，近几年来，国家重点工程建设不断进入我乡，一是城、绵、乐高铁经过我乡，全长公里，涉及6个村；二是天然气管道的安装、三是四号大桥的修建等。这些重点工程政策法律性强，老百姓又特别敏感，所以，我们就加大了对老百姓进行与土地和拆迁有关的法律进行宣传。将老百姓所关注的.热点、难点问题作为普法的主要切入点。通过普法教育帮助老百姓提高认识，从而为顺利开展各项工作奠定基础。又如，针对我乡的林权纠纷和土地经营纠纷较多和较难的问题，重点开展了《林业法》与《农村土地承包法》等法律的宣传教育，使广大群众增强了用法律来维护自身合法权益的自觉性。事实证明，围绕党委政府的工作中心和群众关注的热点问题开展普法工作，见效快、效果好，针对性强，对工作的促进作用十分明显。

四、在普法方法上，加强联系，注重结合。

“六五”普法工作是一项系统性的社会工程，为此，我们在工作中注重与其他部门、其他工作相结合，力争形成合力。在同上级部门的联系上，在同其他部门的联系上，我们同工办开展了安全生产法的宣传，同妇联开展了妇女权益保护法的宣传，同团委开展了预防青少年犯罪的法制教育工作，同老年协会开展了老年权益保护法的宣传教育等。在同其它工作的联系上，我们将六五普法工作与“平安建设”、“城乡环境综合治理”等工作有机结合起来，做到有机结合，互动促进。综治办、司法所、调委会等部门将日常调处工作与普法教育相结合，起到了调处一案，教育一片的效果。

总之五年来，我乡累计举办各类法制讲座50余场，张贴标语300余张，悬挂横幅200多条，图片展览10余次,举办法制橱窗100余块，受教育面达90%以上。

五年来的普法成效是明显的，通过“六五”普法，干部法制观念进一步增强，依法办事的能力有所提高，老百姓学法、用法的自觉性增强，依法自我保护意识增强，对促进我乡经济社会的全面发展起到了积极有益的作用。

但总体来看，离高标准、严要求还有距离，主要是普法范围还不够广泛，普法效果还不够明显，影响社会稳定的各类问题还较多存在，开展全民普法的任务还相当艰巨。如，我乡道华村有的干部就是因为不学法，把自己送进了\_；中心小学的领导干部因为贪婪，也把自己送进了\_。但这毕竟是少数，我们大多数的干部是懂法守法的。我们相信，只要我们不限努力，同心同德、真抓实干，这项工作一定能做得更好，普法工作一定能够取得更大的成绩。

**乡镇消费促进工作总结2**

驻村工作队按照市驻村办的要求，在x党委、政府的领导下，积极协调村支两委开展工作，自觉接受上级指导，按时参加召开的例会、座谈会等，及时提出意见和建议，牢固树立群众观念，做到了思想上尊重群众，感情上贴近群众，作风上深入群众，工作上依靠群众，经常与群众开展谈心活动，深入农户家中调查，认真听取群众的意见和建议，强化服务意识，帮助所驻村解决实际问题。严格遵守驻村纪律，自带行李，自起炉灶，集体食宿，吃住在村、不扰民、不增加群众负担。

虽然我们在驻村工作中取得了一些成绩，但也存在着一些问题，今后，我们将结合村情不断改进工作方法，努力为x群众办更多的实事、好事。

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20\_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。

**乡镇消费促进工作总结3**

浅析消费者权利及其保护

近年来，随着我国社会主义市场经济体制的逐步完善，我国陆续颁布了一系列与消费者有关的法律、法规，如《\_消费者权益保护法》、国内贸易部、国家工商行政管理局、中国消费者协会关于1994年上半年对市场商品质量进行抽样检测的通知，欺诈消费者行为处罚办法，工商行政管理机关受理消费者申诉暂行办法，工商行政管理所处理消费者申诉实施办法，国家工商行政管理局关于工商行政管理部门对消费者申诉能否作出赔偿决定问题的答复，工商行政管理机关受理消费者申诉暂行办法，国家工商行政管理局关于印发《开展创建“打假维权、消费者满意街（区）”活动工作的意见》的通知，国家工商管理局关于公布“12315”消费者申诉举报电话为工商行政管理机关开展联合“打假”行动举报电话的函，国家工商行政管理局关于对创建“打假维权消费者满意街”活动检查评比的通知等等，在完善维权机制、解决权益纠纷、打击违法行为、提高消费者维权意识、开展维权运动等方面发挥了极大作用。

《消法》的第2条规定：“消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受本法保护：本法未作规定的，受其他有关法律、法规保护。”具体来说，消费者的权益，是指消费者的权力和利益。权力是一个法学概念，利益是一个经济学概念。有现实生活中，消费者的权力和利益是紧密结合在一起的。所以对于消费者权益，我们可以这样定义： 消费者权益是指消费者依法享有的权利及该权利受到保护时而给消费者带来的应得的利益。 其核心是消费者的权利。

中国的体制改革，核心问题是转变政府职能，建立市场经济体制。涉及到消费者权益保护，政府职能的转变应该主要包括：一是重新界定政府规制的职能范围。既要理清政府与市场的界域，变无限政府为有限政府，又要理清政府机构之间的职能界限，实现政企真正意义上的分家，才能为提高政府规制效率打下坚实的基础。二是优化政府的`行为方式。政府应该在法律规定的范围内依法行使其监管职能、服务职能、仲裁职能等。只有政府职能转变得彻底，市场经济体制的发育才能顺利，从而才能为消费者权益的保护提供一个成熟的市场制度环境。

政府规制的关键是保证制度的落实到位。为了有效地跳出由于“自我摸索――经验不足”而导致的失败怪圈，政府应该在积极推进民主化改革的基础上，吸收国外政府规制经验，以“善治”理念来提高政府规制效率为此，政府应该在明确责任的基础上设立完善而严厉的监督与约束制度，包括政务信息公开制度、政绩考核制度、责任追究制度等等。具体来说，一要完善法律制度，明确政府职能部门的责任政府是执法者，而用法律管理执法者是重要的。因为法律制度服务目的之一就是规制执法者的行为从法律制度设计角度来讲，要注意三点：一是必须有完备、公正的程序法。二是必须界定法律的管辖范围，这一范围不能过宽。三是法律条文应尽可能明确、具体，而不应含糊、过分抽象。二要采取政务信息公开制度。政府应该将对市场的监管情况和依法对消费者权益保护的情况及时通过畅通的信息传播渠道公布于众，以便消费者能够及时了解和掌握，这样有助于使消费者形成对政府规制力量的良好认识和预期，为消费者实施退出与呼吁行为创造条件。可以这样说，政府越透明，政府在社会大众包括消费者的心目中的地位就越重要，政府规制力量也将越会有用武之地。

**乡镇消费促进工作总结4**

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。

**乡镇消费促进工作总结5**

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”。

自去年11月入驻x县老砦乡许楼村帮扶以来，我和两位队员紧紧围绕帮扶工作的“七项任务”，蹲得住、靠得上，积极主动、认真扎实地开展工作，取得了一定的成效，也收获了一些体会。

摸清实情，找准位置，是做好驻村工作的前提没有调查就没有发言权。因此，进村后，我们走家串户，调查研究，访贫问苦。通过调研，我们对村里的班子、党员队伍建设、农业开发、农民的种植养殖、外出务工经商、生活状况和民风民俗等一系列情况，都摸得一清二楚，并建立了档案资料。由于对村里的情况明、底子清，我们在指导村里制定发展规划、落实发展规划就心中有数了。驻村后，我们既在村党支部配合下开展工作，又根据工作组的职责独立实施自己的规划，工作组和村“两委”配合的非常默契。

关注民生，服务群众，是做好驻村工作的基础

新农村建设的主体是农民。如何把群众的积极性调动起来呢?我们采取了有力措施，做了几个方面的工作：一是关心群众疾苦。扎实开展了困难群众帮扶工作，局17个科室单位通过“结穷亲”，与困难户建立起“一对一”的帮扶关系，先后为帮扶户送去价值x余元的慰问品和8000元的慰问金。二是为群众排忧解难。街道硬化是村民急盼解决的问题，工作组积极协调市交通局、市公路局、市慈善总会等单位，多方筹措资金29万元，对1000米的主街道进行了硬化、绿化、亮化，栽植冬青和金叶女贞24000棵。利用村里空闲地段，为村民建设健身广场一处，现已投资7万元，购买了20件套健身器材运送到村。投资1万元改善许楼中心小学办学条件，为学校安装了篮球架1对，并提供部分苗木对校园进行绿化。三是帮助群众发展生产。生猪养殖是许楼村的重点产业，工作组依托村生猪养殖大户王军伟的“利得来种猪繁育有限公司”，成立生猪养殖经济合作组织，探索“公司+农户”的养殖模式。依托许楼村传统水稻种植优势，为该村引进优秀农业引智成果“稻鸭共作”项目，筹措资金3万元作为启动经费，组织村里有思路、有能力的3位村民，租赁农户土地60亩，成功创建了“稻鸭共作”示范基地。协调市、县种子公司，为村民提供“送良种到村”服务活动，为村民节省资金万元。同时，还开展了“送医下乡”、“科技下乡”活动，受到了许楼村群众的欢迎。

遵守纪律，专心驻点，是做好驻村工作的关键

蹲不住就不能及时了解老百姓的心声，不能有针对性的开展工作。一年来，我们全体队员坚持出勤，从未因个人问题请假，每天坚持记录工作日志，至今已经写了满满三大本。由于驻地离乡镇太远，村内又没有固定的蔬菜销售地点，买菜非常不方便。在工作之余，我们还利用业余时间，翻整荒废土地，开辟了半亩菜园，一方面可以解决自己的吃菜问题，另一方面可以将收获的蔬菜及时送到村里的五保户和困难户家中，解决他们雨天雪天的吃菜难题。在各项工作开展的时候，我们全体队员都不怕苦、不怕累，树立了帮扶队员良好的形象。

加强沟通，赢得支持，是做好驻村工作的保证

驻村帮扶工作政治性强、责任大、任务重，没有领导的支持、关心是无法开展工作的。我们驻村后，局党组从政治上、思想上、工作上、生活上给予关心和支持，局党组8名成员全部到村看望指导，帮助解决工作中存在的困难和问题，为工作组创造必要的工作条件。今年端午节期间，局主要领导深入许楼村蹲点调研，四天吃住在农户，并分别召开了村两委成员、党员、村民代表、“三支一扶”大学生及乡教育、xxx门负责人座谈会，认真了解社情民意，倾听群众心声，并撰写了专题调研报告。县工作团多次召开队长、组长会和现场观摩会，对帮扶工作进展情况进行调度总结，交流经验，查找不足，研究落实下步各项帮扶工作任务。这使我们全体队员进一步提高了思想认识，拓宽了工作思路，学习了兄弟单位的好做法好经验，提高了帮扶工作的紧迫感和压力感，督促我们群策群力，保质保量地完成各项帮扶任务。

**乡镇消费促进工作总结6**

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。

**乡镇消费促进工作总结7**

根据市商务局《关于印发20XX年铜川市“消费促进月”活动方案的通知》(铜商发[20XX]32号)文件精神，我局在全区开展了“消费促进月”活动，在活动中，我局组织了宣传活动，发放活动宣传单500份，组织辖区内好又多超市、利民公司、鹏大等企业参加了这次促销活动，现将活动总结如下:

>一、领导重视，组织到位

接到市局下发的通知后，我局领导非常重视这项工作，指定专人负责，制定了我区“消费促进月”活动方案，同时夯实了责任，明确了任务，确保这项工作落到实处，见到成效。

>二、检查指导，确保成效

活动期间，我局安排专人对促销企业进行检查，确保促销企业为广大消费者提供质优价廉的商品，同时指导促销企业采取多种促销手段，达到吸引消费者，提高消费额，拉动内需的活动宗旨。

>三、准备充分，宣传到位

为搞好这次“消费促进月”活动，我局在前期进行专门的宣传活动，为“消费促进月”活动积攒了人气。参加促销活动的企业利用传单等方式，为活动营造了浓厚的氛围，为确保活动开展好奠定了坚实的基础。

>四、成效显著，反响强烈

经过这次活动，让全区人民更加认识了我区企业，更加认同我区产品，不仅确保我区人民买到放心产品，得到百姓好评;更是为我区企业提供了展示自身的机会，提高了企业知名度，为企业发展创造了更好的条件。

**乡镇消费促进工作总结8**

深入贯彻xxxxxx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。

**乡镇消费促进工作总结9**

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。

为进一步巩固扩大格尔市脱贫攻坚成果，拓宽困难群众的农畜产品销售渠道，增加困难群众的致富增收的途径，格尔木市严格按照省州部署安排，扎实开展消费扶贫、产业扶贫工作，并已取得明显成效。

**乡镇消费促进工作总结10**

(一)政府引导、企业参与联动。本次活动以政府引导、商家参与、传媒推动的方式，开展消费促进月活动，充分发挥节会助推市场的作用，满足居民物质文化需求，挖掘消费潜力，提升消费文化，促进我县商业品牌的知名度和美誉度，企业按照政府规划时间进度表有序推进。

(二)借助媒体资源，进行全方位多角度宣传。为引导商家广泛参与消费促进月活动，活动前期商务中心通过各有关新闻媒体对活动时间、方式、内容、参与企业等进行了广泛宣传，各企业印发了统一设计制作促销月宣传标识、宣传海报，据调查统计本次活动社会知晓率达70%，企业知晓率达100%。

(三)活动开展形式灵活多样。根据各企业的活动开展方式来加强对参与商家的工作指导。企业采取打折、换购、抽奖、优选品会员放大“价”、凭当天销售小票即领取礼品等形式多样的促销活动，为消费者提供物美价廉的商品和服务。

**乡镇消费促进工作总结11**

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。

**乡镇消费促进工作总结12**

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。

**乡镇消费促进工作总结13**

作为一家商业银行，我行一贯重视金融消费者权益保护工作，现将我部门的金融消费者权益保护工作总结如下：

1、工作机制建设情况

针对此项工作我行成立了以行长为组长，综合管理部部、综合业务部部、会计结算部负责人为副组长，相关同志为组员的金融消费者权益保护工作小组，负责辖内营业网点的金融消费者权益保护工作的组织推动和监督检查。

同时我们支行营业部也建立了金融消费者权益保护工作机制，明确规定我部门的客户投诉处理工作受支行综合管理部跟踪、监督和考评，营业部负责人是客户投诉处理工作的第一责任人，大堂经理为指定的投诉处理人员、负责职责范围内的客户投诉处理工作。对客户投诉处理工作采取“统一管理、分级处理、专人负责、逐级上报”的管理模式。

2、保护范围与保护措施

我们支行营业部作为金融消费者的直接接触者，更是金融消费者权益保护的前沿阵地。我们始终坚持在金融消费者购买金融产品、接受金融服务时，对金融消费者的财产安全进行保护，个人隐私和消费信息充分保密，对金融消费者购买的金融产品、接受的金融服务进行如实告知，让金融消费者自主选择金融产品或金融服务，进行公平交易等，具体如下：

(1)购买理财产品的金融消费者在开展理财产品销售活动时，遵守法律、行政法规等相关规定，不损害国家利益、社会公共利益和客户合法权益，遵循诚实守信、勤勉尽责、如实告知原则，遵循公平、公开、公正原则，充分揭示风险，保护消费者合法权益，不对客户进行误导销售。我行设立了专职理财经理，对有意愿购买理财产品的金融消费者，遵循风险匹配原则，不误导客户购买与其风险承受能力不相符合的理财产品，只向客户销售风险评级等于或低于其风险承受能力评级的理财产品，加强客户风险提示和投资者教育。并对于销售文本中出现的收益率计算提供科学、合理的测算依据和测算方式，并以醒目文字提醒消费者，理财产品销售文本载明收取销售费、托管费、投资管理费等相关收费项目、收费条件、收费标准和收费方式，以上重点条款理财经理均会重点提示消费。

(2)办理信用卡的金融消费者在为消费者办理信用卡时，要求客户经理必须尽量亲核亲访消费者单位，并对其本人的情况进行充分调研，确保消费者资料的真实性，在源头上杜绝用虚假身份证明骗领信用卡行为以保护消费者权益。对于信用卡办理条款进行充分揭示并如实告知，告知消费者安全用卡注意事项。对持卡人进行必要的风险提示，告知“透支”与“恶意透支”、“取现”与“套现”等行为的本质区别并充分说明其不良后果。

此外，制作和分发宣传手册，通过宣传手册将信用卡产品的权益、服务、常识和收费等知识进行汇总，在日常的营销过程和柜面服务中传递给客户，使顾客有册可查，更好地维护自身利益。

(3)购买其他金融产品的金融消费者开展“金融知识进社区”、“送金融知识下乡”等活动，结合日常社区及农村地区金融服务与营销工作，积极在居住区、商务区等宣传金融知识，联合相关管理、服务机构，开展针对性的咨询服务，特别做好中老年客户、文化程度较低等人群的银行服务安全与风险宣传。

3、宣传推动情况

在厅堂宣传方面，我行在各营业厅醒目位置公布本行受理金融消费者投诉的专门机构、投诉方式、投诉处理流程等事项。并建立金融消费者投诉处理工作台帐，时刻跟踪处理结果并接受金融消费者的监督。对于金融消费者提出的.意见建议进行汇总整理，对于提出建议比较多的问题进行整改优化。

在业务宣传方面，我行借助各种业务宣传渠道，包括横幅、大屏幕、宣传折页手册、报刊杂志、电视、网络、广播等方面，采用广告、软文或新闻报道等多种形式，开展金融知识的宣传。

在金融知识推广普及活动方面，在营业厅张贴宣传海报，发放宣传折页，提高客户的安全意识。同时，我行还结合当前社会关注的“热点”问题，循序介绍本行的收费政策。在活动中，重点宣传、推广本行提供的便捷、多样化的金融服务、创新产品，在此基础上，对金融服务达到一定认知程度的消费群体，向其介绍收费政策(包括账户管理费的收取以及免收费、低收费政策)，引导客户理性选择银行服务，强化风险意识，规范零售业务的宣传与销售。

以上便是我行在金融消费者权益保护工作中的一些经验。总结经验的同时，我们也认识到随着业务的不断发展，金融产品类型的不断增多，这既刺激了个人金融消费，也同时带来了金融消费者权益保护问题的更多思考。我们将积极地拓宽金融消费者保护领域，不断加大消费者权益保护工作力度，在自身发展的同时，切实保障金融消费者的合法权益。

**乡镇消费促进工作总结14**

为全面贯彻落实科学发展观和“坚守耕地红线，节约集约用地，构建保障和促进科学发展的新机制”基本国策，进一步加强全乡耕地保护工作，根据国家有关法律法规要求，以xx——20xx年为规划期，制定了\*\*乡耕地保护目标责任书。

开展了目标责任管理争强进位活动，为强化目标责任制管理，组织全乡18个村委会支书召开了两次国土资源业务培训会，并签订了和，将共性目标和职能目标量化、细化，“权、责、利”落实到人，为今后国土资源管理工作的开展奠定了基础。

制定在xx年——20xx年的规划期内，全乡区域内的耕地保有量不得低于公顷，基本农田保护面积不得低于公顷。根据各村的实际情况，制定各村委会区域内的耕地保有量和基本农田保护面积。并要求各村委会负责将基本农田保护面积落实到地块和农户，逐级签订基本农田保护责任书，确保基本农田数量不减少，质量不降低，用途不改变。通过此项工作，让更多人民群众加入到保护耕地的活动中来，为保护我乡耕地做出了一定的贡献。

要求各村委会新增建设用地规模控制在乡——20xx年土地利用总体规划下达的20xx年期末指标内。严格控制农户新建住房数，全年落实上报新建住房61户，确实把指标安排在有困难和急需建房的\'农户手中。鼓励农户在原宅基地建房，全年共审批拆房建房110户，节约耕地25亩。各村委会区域内各类非农建设经依法批准占用耕地和基本农田后，及时补充耕地和基本农田的面积与质量不得低于已占用的面积和质量，有效地保证了我乡耕地资源。

全年耕地保护工作顺利完成，虽然取得了一定的成绩，但是与上级部署工作要求还有一定的差距，存在着不少问题和困难：\*\*人多地少，违法占地时有发生，但我们始终坚持“有法必依，违法必究”的原则，认真查处违法占地行为。全年共查处违法占地19起，对其当事人进行警告教育并发放，有效的遏制了乱占滥用耕地的势头。

保护我乡的每一寸基本农田，保证全乡人民的粮食供应，为创建“和谐\*\*”提供较好的资源保证。

**乡镇消费促进工作总结15**

统筹开展7项主要活动：

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)

近年来，我们商信系统干部职工深入贯彻落实xxxxxx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。

**乡镇消费促进工作总结16**

xxx扶贫办20\_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。

**乡镇消费促进工作总结17**

一是积极培育龙头企业，发展优势品牌。选择发展较好的企业进行重点扶持，引进较好的相关深加工企业，积极打造特色品牌，扩展销路。

二是加强宣传，提高贫困户思想。做好宣传工作，让贫困户对产业的发展有比较深入的理解，提高农户对产业转型的认识。

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：

**乡镇消费促进工作总结18**

20XX年，我公司消费者权益保护工作在公司领导的高度重视下，按照年初的安排部署，结合20XX年6月1日实施的《\_食品安全法》，尽力整顿规范生产流程和监管流程，竭力维护消费者合法权益。并配合有关部门相关工作，切实努力地为消费者生产合格商品。

一、制定一系列方针政策指导商品的质量监管。

今年我公司按照公司生产和管理流程，制定了一系列方针政策与制度来加强与指导商品的质量监管：如《关于正兴酒业成品酒质量控制和质量验收制度》、《包装物的不合格品处理流程》《生产现场不合格品处理流程》等，从源头上把握公司的质量监管，用流程来指导并处理生产与监管中发现的问题，维护消费者的权益。

二、强化员工管理制度，明确奖惩。

制定公司相关管理制度，并对公司员工进行相关的培训，明确奖惩原则，并根据相关要求进行定期考核。特别是与消费者息息相关的生产部门（生技部）、监管部门（质管部）更是加强了对员工的\'培训与管理，做到了“制度上墙，质量上心”。

同时我公司根据《\_食品安全法》，定期组织公司全体员工食品基本知识及相关应知应会知识的培训，对公司新进员工进行岗位相关知识的培训。

三、与有关部门配合，加强对商品质量的监管。

为保证我公司经营产品的质量，根据ISO9001：20XX国际质量体系及其他监管文件的要求，对企业品种进行严格的审核，建立企业产品品种的档案。同时对供应商的资质进行有效管理，及时完成对有业务往来客户证照的统计和催收工作，保证了公司购进产品的合法性。

同时我公司配合上级部门的监督抽查工作，对公司产品进行自查自纠，使其符合管理要求。定期对半成品、成品进行抽检工作，坚决杜绝不合格品流出生产线。

xxxx有限公司

20XX年11月15日

**乡镇消费促进工作总结19**

自脱贫攻坚工作启动以来，区商务局党组高度重视，坚持立足本职，积极履行“十大工程”牵头部门职责。结合“电商”建设，全面建成区电子商务公共服务中心、农村物流配送中心和48个村级电商站点，全面完成辐射48个行政村的农村物流配送体系建设。同时，紧紧围绕电商扶贫、消费扶贫、商贸扶贫等，不断为贫困户拓宽增收渠道，助力脱贫攻坚。20\_年，我区获兴农扶贫项目“兴农扶贫区服务站”标牌，全市仅此一家。20\_年，我区在全市率先开展了消费扶贫工作，在全区掀起“以购代捐、人人参与”的扶贫热潮。

**乡镇消费促进工作总结20**

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。

20xx年是全面建成小康社会收官之年，也是脱贫攻坚决战决胜之年。为深入贯彻xxx关于扶贫的重要论述和决战决胜脱贫攻坚座谈会重要讲话精神，按照区发展和改革委员会《市区20\_年消费扶贫工作实施方案》文件要求，助力打赢疫情防控和脱贫攻坚两场硬仗。现将工作开展情况总结如下：

**乡镇消费促进工作总结21**

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。

**乡镇消费促进工作总结22**

基于格尔木市特殊的地理区位，农畜产品销售渠道仍较为狭窄，难以建立较好的价格优势，农牧民群众实际产品销售收入还需进一步提高。故建议相关职能部门能够在物流运输政策上能够再给予倾斜，以降低物流运输成本，进一步提高格尔木市农牧民群众收入水平。同时，建议进一步丰富提高对口帮扶企业的种类和数量，更多的搭建交流合作平台，以更好的补齐格尔市在产业发展、消费扶贫、电子商务等方面的短板，高效激发格尔市农牧民群众自我发展的能力。

根据《区“消费扶贫月”活动实施方案》中的职责分工，结合单位工作职能，现将我单位今年以来的消费扶贫工作总结报告如下：

一、工作开展情况

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。

二、特色做法

1.做好宣传是关键。局党组坚持以新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习、宣传贯彻关于扶贫工作的重要论述和视察重要讲话精神特别是关于消费扶贫的重要指示批示精神。消费扶贫就是销售产品，销售的前提就是要做好宣传，故今年要求全体干部在做好帮助企业解决问题的同时，做好扶贫产品的宣传，请企业在购买生活用品时尽量采购我区的扶贫农产品，做到扶贫、效益双丰收。

2.思想激励是前提。3月份，联系帮扶村将“扶贫小金鸡”扶贫项目推出后，就积极与村两委谋划开展扶贫产品销售方案，给每个帮扶人下定额销售任务（每人每月销售额不少于350元），并且在每月月初通报上个月每个帮扶人的销售总额，对月销售额不足350元的，请帮扶人自己购买扶贫产品，以补足月任务额，销售越多越好，每月评出一位销售冠军等。方案实施后，我们每个帮扶人都在积极想方法，找外地亲戚朋友、同学销售，截止目前，我们每位帮扶人都能按时超额完成任务，虽然没有物质激励，但也收到很好的销售业绩。

20x年，x办事处结对帮扶工作在区委、区政府的正确领导下，以提高农民文明素质和生活质量为目标;以促进乡风文明、村容整洁为重点;坚持尽力而为，量力而行，充分发挥特点和优势;全年帮扶工作取得了良好成效。

**乡镇消费促进工作总结23**

(一)结合我县实际择机开展促销活动。消费促进月活动要逐渐脱离传统的提升消费功能，应结合德江旅游产业发展进一步推广，以增强其对旅游产业发展的服务功能，通过购物吸引游客，增强德江旅游业竞争力，打造德江城市形象品牌。

(二)吸取经验，形成传统，办出特色。德江消费促进月活动，如果需要提升影响力，就必须吸取以往活动的经验教训，固定举办时间，举办单位，带动更多有活力的企业参与进来，将消费促进月作为我县“守诚信、促消费、倡低碳、惠民生”工程建设的一个总抓手，形成传统。加大宣传力度，扩大宣传范围，改善消费环境，促进消费与旅游一体化，将消费促进月办成集旅游、消费、休闲一体化的特色发展模式。

(三)政府主导，培育更多商贸服务市场。消费促进月属于消费推广活动，政府作为引导部门，不仅需要商业企业的积极参与，特别是在店外促销活动的开展方面还需要政府部门之间的大力支持。我县城南商业步行街布局情况已经出炉，商贸服务业的发展空间正在以成倍的速度拓展，政府相关部门要加强主导，结合以上功能板块业态来培育更多新兴的商贸企业，进一步优化商贸服务市场环境。

我们要以坚持走科学发展道路，加快建设生态文明城市为指导，充分发挥德江县区域性中心城市的辐射作用,精心打造德江消费促进活动，以节造势、以市助节、以节促销，拉动消费增长，培育市场诚信体系建设，倡导低碳生活，惠及民生，推进我县商贸服务业加快发展，为我县建设生态文明城市做出更大贡献。

为进一步激活城乡居民消费需求，增强消费对县域经济增长的拉动作用，4月2日至5月4日，长武县组织开展了以“守诚信、促消费、倡低碳、惠民生”为主题的“长武县20XX年‘红四月’消费促进月”，取得了良好的经济效益和社会效益。

活动月期间，全县20多家规模大、信誉好、有影响力的大型宾馆、饭店、商场、超市、购物中心、专业门店围绕“品牌消费、信用消费、绿色消费、低碳消费”等四大内容，按照统一主题、统一标识，开展了形式多样的促消费活动。参与活动的企业涉及手机话费、家用电器、日用百货、服装鞋帽、针纺织品、化妆用品、水果蔬菜、餐饮美食等商品，极大地繁荣了消费品市场，促进了消费增长，呈现出“企业大促销，诚信齐让利”的促消费氛围。据不完全统计，活动月期间全县参与商家累计完成销售额202\_多万元(含餐饮)，比去年同期增长约。

一是主管部门积极发挥在扩大消费中的指导作用，精心组织开展此项活动，细化工作方案，结合季节实际和具体活动要求，对活动内容、组织方式、责任分工、监督检查和安全保卫等环节进行了细化和量化。搞好动员协调，及时组织参与企业负责人召开座谈会，动员商家积极参与“长武县20XX年‘红四月’消费促进月”活动，并举行了启动仪式。

二是商务部门牵头，工商、质监、卫生、城管、公安等部门组成联合工作组，根据各自职能协同做好活动现场的各项监督管理工作。工商部门负责做好各类商品的检查巡查，并在每个活动现场设立了消费者投诉服务台，维护消费者合法权益;质监部门负责做好参展商品的质量检查工作，防止“三无”等不合格产品损害消费者利益;公安、交警等部门负责做好现场安保和交通要道人群和车辆的疏通工作;城管部门负责做好户外广告、宣传资料的悬挂、摆放等管理工作;商务部门在牵头做好相关工作的同时，与有关部门共同强化了市场监管力度，严防活动期间哄抢、火灾、踩踏等恶性事故发生，积极倡导诚信消费理念，切实维护消费者合法权益，为“红四月消费促进月活动”营造良好的市场秩序，确保了活动的顺利开展。

三是充分发挥媒体宣传作用，加强新闻媒体报道。从4月初开始，组织长武县电视台、长武吧等主要媒体对活动进行全方位、多角度的报道，充分宣传“长武县20XX年‘红四月’消费促进月”活动，扩大影响力，营造氛围;组织所有参加活动的企业，在活动场所内统一制作悬挂“长武县20XX年‘红四月’消费促进月”活动标识、“扩大消费、改善民生、促进发展”等活动口号悬挂条幅进行宣传，加大企业宣传力度，大力宣传“文明、健康、绿色、低碳”的科学消费理念。在整个活动期间，向市民发放促销宣传资料10多万份，积极宣传各类促销信息，吸引广大市民消费。

四是各参与企业纷纷列出各种优惠办法吸引顾客，永德宏购物中心、全都购物广场、武商服装城等商场打折优惠，部分商品低至4至6折、换季品牌服装低折扣、清仓大减价。同时以优惠价推介新上市的时尚服饰鞋包等商品，深受市民青睐;黄河机电长武经销部、富元家电经销部、国英家电等商场和家电厂家联系，以让利、抽奖、店庆、迎节日、以旧换新、买一赠一等形式开展促销;部分商场联合银行推出让利活动，刷银联卡消费可享受一定额度补贴。通过打折、让利、发积分卡、消费卡、赠送礼品等方式吸引顾客，收到了良好的效果。

为进一步搞活流通行业，扩大消费规模，展示商业文化、促进消费升级，增强消费对经济增长的拉动作用。马关县以“守诚信、促消费、倡低碳、惠民生”为主题，以“品牌消费、信用消费、网络消费、绿色消费、餐饮消费”为重点全面部署消费促进月活动。

一是积极动员，统筹安排。充分利用全国消费促进活动营造的良好环境，选取县内规模大、信誉好、有影响力的超市、电器卖场、餐饮企业、家居建材等参与消费促进活动，并依据全县的市场结构和消费特点，组织企业制定活动方案，策划系列专题促销。

二是强化管理，突出安全。督促企业认真落实安全管理制度，全面排查安全隐患，确保消防、安全、疏散等设施完备畅通。督促各企业制定促销活动应急预案，严防发生哄抢、踩踏、火灾等安全事故，确保活动安全、有序开展。

三是加大宣传，营造氛围。充分利用报纸、电视、网络等新闻媒体，广泛宣传各类促销信息，并在公共场所粘贴指定口号和标识，吸引更多的消费者参与活动，扩大影响力和成效，营造促消费活动的良好氛围。

**乡镇消费促进工作总结24**

20XX年以来，全市消费者权益保护工作以新消法的贯彻实施为抓手，紧紧围绕流通领域商品质量监管、12315消费者投诉举报处理、各类专项行动和消费教育引导等重点，在提高消费者维权意识、完善社会维权机制、解决消费权益纠纷、加强市场监管、打击消费侵权违法行为等方面取得了明显成效，有效保护了消费者合法权益，提升了消费维权工作效能，营造了更加有利于消费者权益保护的消费环境，有力维护了消费安全和市场稳定。今年上半年主要抓了以下工作：

一、抓新《消法》的宣传培训普及和贯彻运用，营造依法保护消费者权益的浓厚氛围

一是在培训和运用新消法的维权实践中紧紧把握新消法的主要特点和新的规定，为有效维护消费者合法权益提供法律支撑。

二是开展了形式多样的新消法宣传普及活动。通过机关会前学法活动、活动、食品安全宣传周、现场咨询服务、设置宣传栏、发放宣传资料、召开座谈会、开设消费课堂等形式，普及新消法及消费维权知识，引导广大消费者依法维护自身权益，广大经营者的守法经营意识、消费者的依法维权意识显著提升。

三是在系统采取多种形式开展新消法学习培训，组织相关行政执法部门、经营者及消费者代表集中学习、讨论，收到明显效果。

四是通过“消费维权融入社区网格管理”和12315“五进”活动，让新消法走进社区、商场、市场、超市、企业和景区，通过消费维权服务站和消费教育示范基地进行“点对点、面对面”的宣传，受到消费者和企业的广泛好评。

五是利用电视、报刊、杂志、网络等媒体进行宣传，在眉山日报、中国消费网、四川消费网上对新消法特点及运用中的具体问题进行了宣传报道，收到了良好效果。通过一系列宣传教育活动，提高了全社会对新消法的知晓度，增强了经营者诚信守法经营的自觉性，提升了消费者的维权意识，在全市形成了依法维权的深厚氛围，进一步营造了科学、理性、放心、安全、可持续的消费环境。

二、抓流通领域商品质量监管，打造安全放心的消费环境

一是以市场巡查为基础，进一步健全和巩固商品质量监管长效机制，监督经营者认真落实商品质量管理责任，加强经营者诚信自律，实施进销货查验制度，索证索票制度及不合格商品退市等制度，把好商品质量源头关。

二是强化市场监管，组织开展商品质量抽检和查处不合格商品和其它各类消费侵权违法行为，维权力度进一步加大。结合实际，立足职能，在流通、消费等环节进一步加大监管力度，严厉打击侵害消费者合法权益的各类违章违法行为，切实维护消费者合法权益，营造安全放心消费环境。按照省、市工商局的统一部署，今年以来在全市范围内对钢材、抽油烟机、消防器材、汽车用品、黄金珠宝、电线电缆、手机等7类商品135个批次进行了抽查检验，4个批次消防器材和7个批次汽车用品不合格，各区县工商质监局正在对不合格商品进行查处，其余商品还在检测过程中。贯彻实施《侵害消费者权益行为处罚办法》，加大执法力度，依法维护消费者合法权益。今年以来，全市各级工商机关今年共立案查处销售不合格商品和各类消费侵权违法案件138件，罚没金额140万元。

三、抓专项整治行动，开展重点领域消费维权

一是按照省局“红盾春雷行动20XX”工作要求，扎实开展了查处侵害消费者合法权益专项行动。

二是开展儿童用品质量专项整治工作。以童装、童鞋、儿童玩具、童车、儿童安全座椅等儿童用品为重点品种，以城乡结合部和农村地区等为重点区域，以商场、超市、集贸市场、批发市场、学校周边小卖店等为重点场所，依据国家强制性标准加强对儿童用品质量的监管，重点检查标签、警示标识是否齐全，是否注明生产厂厂名和厂址，是否在商品包装上配有中文说明等。出动执法人员330人次，检查经营主体540户次，规范6家无照儿童用品经营户，现场责令整改2户，受理消费者对儿童用品质量的咨询10件，投诉24件，为消费者挽回经济损失万元。通过整治，儿童用品市场进一步得到规范和净化。

三是配合公安等部门开展电动自行车整治工作。

四是根据《眉山市工商行政管理局关于开展重点领域消费维权工作的`通知》要求，围绕“五个突出”开展重点领域消费维权专项整治。突出家用电子电器类商品，集中解决商品质量、售后服务和维修服务等方面存在的问题；突出服装鞋帽类商品，集中解决标识标注不规范、质量不达标、存在安全隐患等突出问题；突出装饰装修材料类商品，集中解决消费安全方面存在的问题；突出交通工具类商品，集中解决对道路交通安全和消费者人身安全存在隐患的突出问题；突出有关服务领域消费维权，集中解决虚假宣传、不公平合同格式条款等问题。通过商品抽查检验，查处销售不合格商品违法行为。加大日常巡查力度，加强对农村市场、城郊结合部、校园周边、社区的检查，认真进行清理排查，及时消除安全隐患；加强对集贸市场、商场、超市的检查，督促经营者严格落实进货查验、进销货台账、质量承若等制度，进一步规范了经营者的经营行为。

五是根据《眉山市工商局关于进一步加强有关服务领域消费维权工作的通知》要求，组织开展了有关服务领域消费维权。以查处服务领域违法行为为重点，切实加大服务领域消费维权力度，不断提高消费维权公共服务水平，促进服务业健康有序发展；突出重点，强化市场巡查，加大对违法行为的查处力度；结合消费者投诉举报，以有线电视、电信、供电、供气、供水、医疗、美容美发、旅游、中介等与消费者紧密相关的公共服务业为重点行业开展专项整治；以售后服务不到位、服务欺诈、不公平格式条款、强制消费、虚假广告、误导消费、利用特殊地位和管理优势限制和侵害消费者合法权益等行为为重点问题，切实加强维权和执法力度，收到明显成效。全系统受理服务领域消费投诉85件，为消费者挽回经济损失20万元。办理服务领域消费侵权案件10件，罚没金额12万元。

六是立足工商职能，配合市食安办、市食药局开展食品安全工作，配合检查食品生产单位50余户，检查食品经营户800余户，集贸市场60个，取缔无照经营30余户，责令整改20余户，立案查处商标、广告、不正当竞争等食品违法案件31件。七是按要求开展了消防产品质量安全专项整治工作，促进消防安全。

四、抓12315消费者投诉举报处理工作

一是认真贯彻执行工商行政管理部门处理消费者投诉办法和12315投诉举报中心工作规范，统一使用“消费者投诉举报记录本”和“消费者投诉举报工作手册”，开展业务培训。二是进一步建立健全12315维权网络，拓展投诉渠道，充分发挥12315消费者投诉举报网络的作用，提高了维权质量。“一会两站”、12315“五进”及12315平台数据信息录入工作扎实推进，为消费者权益保护各项工作的开展打下了良好基础。加强“一会两站”和12315“五进”建设，加强基础数据录入工作，夯基层打基础，将消费纠纷解决在基层。三是创新工作方式，制发了消费维权融入社区网格管理工作方案，在全市推进这项工作，按照“八有四统一”标准在社区规范设立12315联络站和消费者投诉站，聘请社区网格员为消费维权联络员，实现一般消费投诉不出社区，取得明显成效。四是开展“诉转案”工作，形成受理及时、流转通畅、处置快捷、查办有力的工作合力。洪雅县工商质监局通过“诉转案”办理侵权违法案1件，罚没金额3万元。全市维权工作人员想消费者所想，急消费者所急，办消费者所需，真心真情，依法维权，处理消费投诉，切实为消费者排忧解难。今年以来，全市共接受各类消费咨询3000余人次，处理各类消费者投诉举报416件，为消费者挽回经济损失60万元。

五、抓消费教育工作，引导科学理性消费

一是积极开展消费维权宣传、教育和引导。充分利用广播、电视、报刊、杂志等新闻平台进行宣传报道，大力倡导文明、健康、绿色、环保、低碳的消费方式，全市在各类媒体上宣传报道有关消费者权益保护内容40余次，形成了较大的宣传声势。二是以国际消费者权益日宣传纪念活动为契机，重点突破与广大消费者密切相关的消费领域的热点难点问题，努力营造消费维权的浓厚氛围。三是通过组织“消费教育讲堂”、法律进民企活动、建立和完善“消费教育示范基地”、12315“五进”等开展形式多样的消费教育。四是及时发布消费提示和警示，着力营造了科学、理性、安全、放心、可持续的消费环境。

下半年，全市消费者权益保护工作将重点围绕新消法及配套规章的宣传贯彻、流通领域商品质量监管、重点领域消费维权、12315消费者投诉举报处理、消费维权融入社区网格管理等工作来开展，提升维权效能，维护消费权益。

**乡镇消费促进工作总结25**

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xxx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。

**乡镇消费促进工作总结26**

1、积极协助村两委搞好班子建设，增强凝聚力和战斗力。帮助x新一届领导班子深入开展学习十八届X中全会和实践科学发展观活动，增强班子的凝聚力和战斗力。帮助健全完善村级组织建设的各项规章制度，实行政务公开。强化基层党员干部的教育培训和农村党员培训、发展和管理，组织x干部学习，举办党员培训班3X，参加党员X人次，发展入党积极分子X人,党员X人,党员的先锋模范作用得到了发挥，党员的先进性在群众中得到了很好的体现，使村两委班子的凝聚力和战斗力明显增强，受到了群众的称赞。

2、加强十八大X中全会精神、科学发展观等国家大政方针的宣传。充分利用宣传栏、板报、党员民主会、群众座谈会等形式，积极有效地开展党的方针、法律法规、十八大X中全会精神、科学发展观等宣传教育，使广大干群理解和执行党的政策。

3、开展扶贫救灾活动。我局领导班子带领驻村工作队员，筹资x元，开展“送温暖、献爱心”活动，为村里的贫困户送上了米面油，和他们促膝谈心，要求驻村工作队扎实工作，切实解决他们的困难。

4、协助村两委开展生产生活基础设施建设。继续加强农民公寓楼建设，通过与村两委共同努力，x年新启动在建农民公寓楼一栋，筹措资金修建垃圾池三座，安装路灯20盏,投资X万余元，新建标准化农村卫生所一座。

5、多渠道、多形式筹集资金，建立文化大院，提高全体村民的文化素质。协助村委筹资X元建设村委大门、健身器材活动场地、硬化地面X平米，修葺房顶X余平方。同时，召开局办公会研究，出资X元为文化大院购置了阅览桌、办公桌、棋牌桌、椅子等文化娱乐设备，丰富村民的文化娱乐生活。文化大院的建设，对丰富村民的文化娱乐生活，提高村民的文化素质，推进新农村建设将起到积极的促进作用。

6、搞好农村精神文明建设，维护农村社会稳定。协助村两委宣传秸杆禁烧、农村计划生育政策;配合镇党委、政府搞好社会治安综合治理，认真开展“打击两抢一盗”活动，使村民的法律意识得到提高。X年村里没有发生一起集访、个访现象。

**乡镇消费促进工作总结27**

\*\*银监分局：

根据监管部门有关要求，结合《河南银监局关于开展银行业金融机构消费者投诉受理情况快速调研的通知》(豫银监办【20XX】142号)精神，我行认真开展了统计和调研工作，深入梳理了消费者权益保护工作机制建设情况，根据本行实际，现将工作情况总结报告如下：

1、投诉情况

我行作为新设立的新型地方金融机构，成立以来，坚持服务营销的战略，一贯注重维护客户利益，切实为客户提供优质高效快捷的金融服务，提倡优质文明服务，切实解决客户疑难问题，坚决制止违法经营，得到了社会各界的广泛好评，

经过我行的认真梳理，未发现有客户投诉现象。一方面是业务单一，以基础的存、贷、汇为主，几乎免除了全部中间业务手续费，主动减费让利，得到了客户的赞扬。另一方面，我行不断加强优质文明服务，持续推进服务硬软件的提升，努力提高服务水平，坚持做到“急客户所急、让客户满意”。五年来，实现了“零投诉”的服务目标。

**乡镇消费促进工作总结28**

一、主要工作完成情况

（一）完善消费者权益保护工作制度体系。

一是对我行客户投诉管理机制及处理流程进行梳理，修订了全行《客户投诉管理办法》；二是制定并下发了《消费者权益保护行为规范》，明确了全行员工所必须遵循的经营行为指引和准则，为更好的维护消费者合法权益提供了制度保障；三是制定并下发了《消费者权益保护突发事件应急预案》，健全了我行消费者权益保护制度体系。

（二）细化消费者权益保护管理与考核工作，优化产品与服务管理及投诉处理工作机制。

一是制定下发了《关于加强消费者权益保护管理工作的通知》，明确了消保具体工作内容和要求；二是联合人力资源部，行文下发《关于在分行零售银行部增设消费者权益保护工作管理岗的通知》，确定了消费者权益保护工作总、分、支三级联动的组织的构架体系；三是将消保工作内容纳入全年分行目标责任制考核及条线考核中，制定专项考核措施，细化考核内容，按季对分行进行考核评价；四是与下半年零售业务检查相结合，开展消保工作检查，并按照监管要求开展全行范围消保工作自查，报送自查报告；五是积极与研究发展部沟通，将消保相关内容加入产品创新管理办法中；六是按季对全行客户投诉情况进行分析，并在办公平台上进行通报全行；七是自主开发了“\*\*银行客户投诉管理平台”系统，实现投诉处理的线上流转和系统化、流程化、规范化管理，该系统目前已正式上线，投产使用，进一步提高了客户投诉的处理效率。

（三）加强消费者权益保护宣传教育，强化全行员工消费者权益保护意识。

一是组织开展了一系列宣传教育活动。3月份开展了以“权利、责任、风险”为主题的“金融消费者权益日”专项宣传活动。6月至8月持续开展了分别以“货币金融知识宣传月”、“个人征信知识宣传月”、“防范电信网络诈骗宣传月”为月度主题的“金融知识万里行”专项宣传活动。9月份开展了“金融知识进万家”宣传服务月活动和“金融知识普及月”活动，活动期间，各分行持续以网点咨询、社区宣传、学校宣传、乡村宣传、媒体宣传等多种方式和渠道开展金融知识宣传，取得了良好的效果。此外还积极开展了特色化的宣传活动：将“金融知识进学校”落到实处，赴合肥八中进行金融知识授课；与安徽故事广播联合举办了20xx年“安徽市民公益文化节”活动，把消费者权益保护、“金融知识进万家”活动内容融合进来，开展公益宣传。 二是组织开展了消保相关培训。5月份邀请专业老师对全行大堂经理与理财经理开展消费者权益保护知识培训；12月份就新上线的“客户投诉管理平台系统”对全行投诉处理人员开展系统操作培训。通过培训，有效提升了员工的消保工作意识和业务技能水平。

二、主要工作亮点

（一）改进投诉管理，优化投诉处理机制，搭建“客户投诉管理平台”系统。在制度体系方面，通过制定《\*\*银行客户投诉管理办法》，进一步明确了客户投诉管理组织构架及其职责，优化了投诉处理流程及处理机制，重点完善了消费者投诉事项的处理及跟踪管理工作。在系统建设方面，为进一步提高处理客户投诉的效率，创新投诉处理方式，加强投诉的督办和跟踪管理，规范各环节处理投诉的标准，我行自主开发了“\*\*银行客户投诉管理平台系统”，能实现对客户投诉处理的系统化、流程化、规范化管理，该系统已正式投产使用。

（二）积极开展消费者权益保护宣传教育活动，受到监管部门高度评价。

在监管部门的正确领导下，我行于20xx年9月组织开展了“金融知识进万家”宣传服务月活动，通过集中宣传日宣传、网点宣传、社区宣传、学校宣传、企业宣传、乡村宣传、媒体宣传以及“公益文化节”特色宣传等，广泛开展公众金融知识宣传教育，有效提升了公众的金融知识水平，也提升了我行的社会服务形象，践行了我行社会责任。活动开展期间，银监会督导组前来我行进行了现场督导，并对我行的活动开展情况给予了充分肯定。

三、20xx年主要工作安排

20xx年，我部将以获得监管部门优良评价为目标，以监管部门的消费者权益保护工作考核评价办法为基准，继续做好消费者权益保护各项工作。

（一）加强产品与服务消费者权益保护工作管理。持续做好消费者权益保护工作制度体系完善工作，优化产品与服务准入管理机制，通过制度的\'修订完善在产品与服务准入审批阶段明确消费者权益保护内容，进一步丰富对产品与服务风险披露的内容和形式，落实产品销售透明性和分级管理原则。

（二）强化内部考核与监督管理工作。

强化消费者权益保护内部考核管理，严格执行考核标准，按季度对分行实施考核管理工作，并实时进行考核结果的通报；对分行消保工作的开展实施监督促进，充分将考核评价与监督检查相结合，推动消费者权益保护工作的有效开展。

（三）继续做好客户投诉处理工作。

根据投诉管理办法的相关规定继续抓好客户投诉处理工作，努力提升客户满意度。一是重视客户投诉：认真对待各种渠道反馈的客户意见和投诉，特别是针对客户投诉较为集中的问题，引起高度重视，从自身管理角度查找原因，采取有效措施进行整治，专门研究和制定相应措施，尽量减少客户不满和投诉。二是加强通报和考核机制：对客户投诉情况定期通报，加强提示、预警和警示；同时将回复客户满意率以及处理时效等切实纳入员工绩效考核体系，促进服务水平的持续提升。三是抓好教育培训：加强员工消费者权益保护意识教育，不断提高员工对消费者权益保护工作的重视程度，提升专业素质和服务水平。

（四）宣传教育

根据监管部门要求，持续组织开展好“金融知识进万家”、“金融知识进乡村、进社区、进学校”等宣传活动；同时立足本行，以推广公益、服务民生为重心，开展特色化的消费者权益保护宣传教育活动。

（五）业务协同

对内加强相关业务部门的协作配合，促进产品与服务的改进；对外加强同业学习交流、监管部门沟通，取长补短，开拓创新，落实“协调处置”的工作原则。

**乡镇消费促进工作总结29**

为促进德江县商贸流通业发展，积极搭建消费平台，切实拉动消费，我县20XX年4月2至20XX年5月4日开展了以守诚信、促消费、倡低碳、惠民生为主题消费促进月活动。在整个消费促进月期间，市场繁荣、购销两旺、亮点纷呈、特色突出，全方位展示了我县商业品牌，进一步促进了消费，实现了经济效益、社会效益双丰收。

>一、基本情况

德江县消费促进月活动于20XX年4月2日正式启动，5月4日持续了33天的消费促进月活动落下帷幕，本次活动共组织超市、家电、餐饮等行业的40余家企业近48个门店参与，实现了销售额和利润额同步增长。根据德江县商务中心监测统计数据显示，本次消费促进月参加企业共实现销售额3842万元，同比增长，其中超市1025万元，家电企业销售1681万元，餐饮业1136万元。

>二、开展方式

(一)政府引导、企业参与联动。本次活动以政府引导、商家参与、传媒推动的方式，开展消费促进月活动，充分发挥节会助推市场的作用，满足居民物质文化需求，挖掘消费潜力，提升消费文化，促进我县商业品牌的知名度和美誉度，企业按照政府规划时间进度表有序推进。

(二)借助媒体资源，进行全方位多角度宣传。为引导商家广泛参与消费促进月活动，活动前期商务中心通过各有关新闻媒体对活动时间、方式、内容、参与企业等进行了广泛宣传，各企业印发了统一设计制作促销月宣传标识、宣传海报，据调查统计本次活动社会知晓率达70%，企业知晓率达100%。

(三)活动开展形式灵活多样。根据各企业的活动开展方式来加强对参与商家的工作指导。企业采取打折、换购、抽奖、优选品会员放大“价”、凭当天销售小票即领取礼品等形式多样的促销活动，为消费者提供物美价廉的商品和服务。

>三、活动成效

(一)参与企业数量逐渐增多、活动范围广、积极性不断提升。除了沿袭往年参与单位外，今年还增加了乐之购超市、宏发超市等，消费活动领域惠及我县城区、邻近乡镇，企业各有特点的主题活动吸引了广大居民的热情参与。

(二)活动内容多样，满足各类消费人群需求。乐之购、宏发、佳惠等超市以及各大餐饮企业都相继开展了促销活动，以民生商品为亮点，日化生活品、百货优选品会员放大“价”，让消费者省更多!结合换购、刷卡抽奖等主题活动来刺激消费，丰富居民消费生活，营造浓厚的消费氛围，取得了较好的效果。精彩纷呈的促销活动让消费者应接不暇。如宏发超市凭当天销售小票即可领取礼品，德龙电器、顺风电器、华星电器等开展消费就参加抽奖活动，让居民快乐消费，其乐无穷。

(三)超市业绩大幅增长。截止5月4日，乐之购、佳惠超市、三和超市、宏发超市等4家超市共实现销售1025万元，同比增长，其中，日用品商品、平价蔬菜、生鲜水产品最为火爆。

(四)餐饮行业促销成效显著。我县餐饮行业积极参与此次活动，以美食美客、大家园酒楼、四海汇城、和谐园为代表的大型餐饮名店在消费促进月期间开展了美食推广、打折促销、绿色促销等各种形式的美食促销活动，内容丰富，精彩纷呈，取得了良好社会效应和经济效益。

(五)信用消费和绿色消费习惯渐入人心。消费促进月活动期间，在指定的商家消费可参加抽奖等活动。中国银联贵州公司在各银行发行的银联卡负责技术支持，各家银行金融机构密切配合，在活动期间对刷信用卡消费的消费者可获得免刷卡手续费等优惠活动，倡导居民信用消费。以“绿色消费、环保购物”为口号，活动期间我县各超市一次性塑料袋的使用量同比下降了30%，居民购物循环使用环保袋的人数和次数都在不断增加，可持续、绿色、低碳消费观念逐渐深入人心。同时也促使生产商和销售商树立环保产销的责任意识，在消费者中推广循环消费理念，引导绿色低碳消费，满足人民群众对健康生活的.期待。

>四、下一步工作建议

(一)结合我县实际择机开展促销活动。消费促进月活动要逐渐脱离传统的提升消费功能，应结合德江旅游产业发展进一步推广，以增强其对旅游产业发展的服务功能，通过购物吸引游客，增强德江旅游业竞争力，打造德江城市形象品牌。

(二)吸取经验，形成传统，办出特色。德江消费促进月活动，如果需要提升影响力，就必须吸取以往活动的经验教训，固定举办时间，举办单位，带动更多有活力的企业参与进来，将消费促进月作为我县“守诚信、促消费、倡低碳、惠民生”工程建设的一个总抓手，形成传统。加大宣传力度，扩大宣传范围，改善消费环境，促进消费与旅游一体化，将消费促进月办成集旅游、消费、休闲一体化的特色发展模式。

(三)政府主导，培育更多商贸服务市场。消费促进月属于消费推广活动，政府作为引导部门，不仅需要商业企业的积极参与，特别是在店外促销活动的开展方面还需要政府部门之间的大力支持。我县城南商业步行街布局情况已经出炉，商贸服务业的发展空间正在以成倍的速度拓展，政府相关部门要加强主导，结合以上功能板块业态来培育更多新兴的商贸企业，进一步优化商贸服务市场环境。

我们要以坚持走科学发展道路，加快建设生态文明城市为指导，充分发挥德江县区域性中心城市的辐射作用,精心打造德江消费促进活动，以节造势、以市助节、以节促销，拉动消费增长，培育市场诚信体系建设，倡导低碳生活，惠及民生，推进我县商贸服务业加快发展，为我县建设生态文明城市做出更大贡献。

为进一步激活城乡居民消费需求，增强消费对县域经济增长的拉动作用，4月2日至5月4日，长武县组织开展了以“守诚信、促消费、倡低碳、惠民生”为主题的“长武县20XX年‘红四月’消费促进月”，取得了良好的经济效益和社会效益。

活动月期间，全县20多家规模大、信誉好、有影响力的大型宾馆、饭店、商场、超市、购物中心、专业门店围绕“品牌消费、信用消费、绿色消费、低碳消费”等四大内容，按照统一主题、统一标识，开展了形式多样的促消费活动。参与活动的企业涉及手机话费、家用电器、日用百货、服装鞋帽、针纺织品、化妆用品、水果蔬菜、餐饮美食等商品，极大地繁荣了消费品市场，促进了消费增长，呈现出“企业大促销，诚信齐让利”的促消费氛围。据不完全统计，活动月期间全县参与商家累计完成销售额202\_多万元(含餐饮)，比去年同期增长约。

一是主管部门积极发挥在扩大消费中的指导作用，精心组织开展此项活动，细化工作方案，结合季节实际和具体活动要求，对活动内容、组织方式、责任分工、监督检查和安全保卫等环节进行了细化和量化。搞好动员协调，及时组织参与企业负责人召开座谈会，动员商家积极参与“长武县20XX年‘红四月’消费促进月”活动，并举行了启动仪式。

二是商务部门牵头，工商、质监、卫生、城管、公安等部门组成联合工作组，根据各自职能协同做好活动现场的各项监督管理工作。工商部门负责做好各类商品的检查巡查，并在每个活动现场设立了消费者投诉服务台，维护消费者合法权益;质监部门负责做好参展商品的质量检查工作，防止“三无”等不合格产品损害消费者利益;公安、交警等部门负责做好现场安保和交通要道人群和车辆的疏通工作;城管部门负责做好户外广告、宣传资料的悬挂、摆放等管理工作;商务部门在牵头做好相关工作的同时，与有关部门共同强化了市场监管力度，严防活动期间哄抢、火灾、踩踏等恶性事故发生，积极倡导诚信消费理念，切实维护消费者合法权益，为“红四月消费促进月活动”营造良好的市场秩序，确保了活动的顺利开展。

三是充分发挥媒体宣传作用，加强新闻媒体报道。从4月初开始，组织长武县电视台、长武吧等主要媒体对活动进行全方位、多角度的报道，充分宣传“长武县20XX年‘红四月’消费促进月”活动，扩大影响力，营造氛围;组织所有参加活动的企业，在活动场所内统一制作悬挂“长武县20XX年‘红四月’消费促进月”活动标识、“扩大消费、改善民生、促进发展”等活动口号悬挂条幅进行宣传，加大企业宣传力度，大力宣传“文明、健康、绿色、低碳”的科学消费理念。在整个活动期间，向市民发放促销宣传资料10多万份，积极宣传各类促销信息，吸引广大市民消费。

四是各参与企业纷纷列出各种优惠办法吸引顾客，永德宏购物中心、全都购物广场、武商服装城等商场打折优惠，部分商品低至4至6折、换季品牌服装低折扣、清仓大减价。同时以优惠价推介新上市的时尚服饰鞋包等商品，深受市民青睐;黄河机电长武经销部、富元家电经销部、国英家电等商场和家电厂家联系，以让利、抽奖、店庆、迎节日、以旧换新、买一赠一等形式开展促销;部分商场联合银行推出让利活动，刷银联卡消费可享受一定额度补贴。通过打折、让利、发积分卡、消费卡、赠送礼品等方式吸引顾客，收到了良好的效果。

为进一步搞活流通行业，扩大消费规模，展示商业文化、促进消费升级，增强消费对经济增长的拉动作用。马关县以“守诚信、促消费、倡低碳、惠民生”为主题，以“品牌消费、信用消费、网络消费、绿色消费、餐饮消费”为重点全面部署消费促进月活动。

一是积极动员，统筹安排。充分利用全国消费促进活动营造的良好环境，选取县内规模大、信誉好、有影响力的超市、电器卖场、餐饮企业、家居建材等参与消费促进活动，并依据全县的市场结构和消费特点，组织企业制定活动方案，策划系列专题促销。

二是强化管理，突出安全。督促企业认真落实安全管理制度，全面排查安全隐患，确保消防、安全、疏散等设施完备畅通。督促各企业制定促销活动应急预案，严防发生

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！