# 关于爱心超市扶贫工作总结(必备15篇)

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2025-05-30

*关于爱心超市扶贫工作总结1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...*

**关于爱心超市扶贫工作总结1**

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。

**关于爱心超市扶贫工作总结2**

>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“20XX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。20XX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。

**关于爱心超市扶贫工作总结3**

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。

**关于爱心超市扶贫工作总结4**

自20xx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。

**关于爱心超市扶贫工作总结5**

>一、工作目标

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。

**关于爱心超市扶贫工作总结6**

20xx年，带领提蒙大队高质量完成837贫困人口脱贫任务，完成县下达指标的。主持召开提蒙大队部例会39次，推动村级集体经济、爱心超市、党员群众心连心、减贫成效等工作任务完成。

>（一）多措并举确保脱贫稳定

一是基本医疗有保障。完成提蒙乡档立卡贫困人口4818人的农村医疗保险代缴工作，参合率100%，慢性病报销80%，住院报销90%以上，医疗报销金额共万元，切实减轻贫困人口医疗费用负担。

二是住房安全有保障。采取以农户自建、政府补助为指导，将贫困户、低保户、特困户和残疾户共236户列入危房改造计划，xxxx年完成危房改造任务236户，安全入住率100%。

三是义务教育有保障。全乡763名贫困学生、35名低保家庭学生享受xxxx-xxxx年学年度扶贫教育助学金共计万元。xxxx年秋季扶贫教育助学金共发放万元，惠及贫困学子730名；87名中高职贫困学子领取“雨露计划”教育资助金万元，做到全覆盖。

四是产业发展可持续。以“支部+合作社+贫困户”“党员致富带头人+贫困户”等发展模式，先后指导发展了远景下旺村生态休闲产业园区（愿景合作社）、老长村黑山羊、x黑猪、礼亭村小黄牛养殖基地、沟尾村小黄牛、黑山羊和山鸡养殖示范区等一批扶贫产业项目，全乡共吸纳443户贫困户入社，解决14人就业问题。发放分红款万元开办了远景村农家乐——鸭塘夜色，试营业第一个月营业额98268元。

五是就业帮扶有成效。组织农村富余劳动力600多人次参加县就业招聘会5次；开发了村级保洁员、耕地保护协管员等就业岗位，吸收142名贫困家庭劳动力上岗就业。经统计，在大队各单位的引导帮助鼓励下，已有贫困户主动外出打工（含打零工）1040人。

>（二）创新帮扶提升脱贫质量

一是开展消费扶贫活动促增收。积极利用县扶贫集市平台，组织贫困户积极参与线下消费扶贫活动，近2个月来，扶贫产品线下消费万元，帮助300余户贫困户增收。

二是开展“志智”双扶活动激发动力。通过电视夜校、爱心超市，提蒙心希望义工站等“志智”帮助机制，贫困户积极发展产业、参加就业和村级活动。六个爱心超市共兑换了“爱心积分”商品24706分（每分1元），惠及贫困户294户，其中符海春、黎秋明还获得县级“十佳脱贫之星”荣誉，激发其他贫困群众的内生动力。

二是开展党员群众心连心活动促进和谐。组织216名有帮扶能力的党员联系1561户非贫困户，宣传惠民政策，收集群众诉求，帮助解决群众困难，截止目前，共收集诉求341个，已解决115个，通过帮助解决实际问题，打通服务群众“最后一公里”，提升群众满意度，促进和谐社会发展。

**关于爱心超市扶贫工作总结7**

（一）广泛组织动员，巩固帮扶力量。县司法局高度重视消费扶贫工作，将此项工作作为局20\_年包保帮扶计划中的一项重要目标，明确了消费扶贫工作的任务与要求。同时，定期召开村三委班子成员会议，研究落实关于脱贫攻坚工作中消费扶贫工作任务及措施，为村消费扶贫工作的开展提供了有力保障。20\_年，局领导班子针对消费扶贫工作召开会议6次，就村消费扶贫工作制定年度任务目标，同时对帮扶责任人结对帮扶提出要求，必须重视消费扶贫工作，并抓好后期跟进和落实。

（二）瞄准突出短板，解决“瓶颈”问题。屯灵芝种植及榆树林子屯蔬菜大棚是村目前比较成熟的集体项目，但灵芝孢子粉缺乏销售渠道、蔬菜大棚种植技术不成熟阻碍了产业的发展。今年，县司法局全体帮扶干部通过微信公众号、新浪微博等自媒体平台对屯灵芝孢子粉进行宣传推广，驻村工作队还联系厂家为产品设计包装，使其焕然一新；同时，局领导请来专家为村民讲解蔬菜大棚支架、扣膜及选种、种植经验，解决了老百姓的难题，蔬菜成熟后，帮扶责任人还帮忙联系销售渠道，确保实现稳定增收。

（三）注重宣传引导，凝聚全社会消费扶贫合力。20\_年，县司法局在中国网、日报、平安、白山政法等各大平台上发表脱贫攻坚新闻信息共五十余篇，起到了良好的宣传作用。通过宣传脱贫攻坚优秀工作经验及典型事迹，积极弘扬脱贫攻坚正能量，激励全社会齐心协力、攻坚克难，进一步推进消费扶贫工作，坚决打赢打好脱贫攻坚战，正当其时。

**关于爱心超市扶贫工作总结8**

一、党建“为魂”做实智力帮扶

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。

(二)进商超，拓宽渠道促消费。聚焦某某农特产品销售难点，充分发挥“牵线搭桥”作用，组织10余个某某农产品生产基地、农业合作社、种养殖大户，与某某商协会和企业开展合作洽谈，促成20余种某某农特产品在某某本地商超设立销售专柜。同时，充分发挥某某电子商务优势，邀请全国知名电商专家赴某某进行针对性指导，促成某某农特产品供应商与某某零售商会、电商平台企业洽谈对接，拓宽某某农特产品网上销售渠道。

(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。

**关于爱心超市扶贫工作总结9**

一是开展消费扶贫活动促增收。积极利用县扶贫集市平台，组织贫困户积极参与线下消费扶贫活动，近2个月来，扶贫产品线下消费万元，帮助300余户贫困户增收。

二是开展“志智”双扶活动激发动力。通过电视夜校、爱心超市，提蒙心希望义工站等“志智”帮助机制，贫困户积极发展产业、参加就业和村级活动。六个爱心超市共兑换了“爱心积分”商品24706分(每分1元)，惠及贫困户294户，其中符海春、黎秋明还获得县级“十佳脱贫之星”荣誉，激发其他贫困群众的内生动力。

二是开展党员群众心连心活动促进和谐。组织216名有帮扶能力的党员联系1561户非贫困户，宣传惠民政策，收集群众诉求，帮助解决群众困难，截止目前，共收集诉求341个，已解决115个，通过帮助解决实际问题，打通服务群众“最后一公里”，提升群众满意度，促进和谐社会发展。

**关于爱心超市扶贫工作总结10**

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

\_扶贫办20XX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”。

**关于爱心超市扶贫工作总结11**

全县各党政机关、企事业单位、人民团体，广大党员干部、社会各界爱心人士:

是脱贫攻坚决战决胜之年，是全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年。为全面贯彻落实党的十九大精神及\_关于脱贫攻坚重大战略部署，促进贫困群众稳定增收脱贫和贫困村屯长远发展，为全县贫困群众搭建起消费扶贫供需对接的桥梁，凝聚起全社会力量共同参与消费扶贫的强大合力，我们谨向全社会发出以下倡议：

一、全县各党政机关、企事业单位、人民团体，广大党员干部、社会各界爱心人士，扶持产业是最大的民生，稳住产业就是保住农民的“钱袋子”，优先采购扶贫农产品，优先聘用贫困人员就业，就是巩固脱贫成果最有效最直接的方式。为让贫困群众的产品和服务走出农村、进入市场，希望大家积极参与消费扶贫，利用QQ、微信朋友圈等形式推介贫困群众的产品和服务，主动采购并积极发动、广泛联系更多的团体和个人多渠道采购扶贫农产品，营造消费助力脱贫的浓厚氛围，为脱贫攻坚贡献自己一份力量。

二、农业龙头企业、农民专业合作社、农业产业化示范园等要充分发挥自身优势，利用自有平台渠道，积极收购或帮助贫困群众销售农产品。利用粤桂扶贫契机积极推动广东省湛江市遂溪县与我县建立长期稳定的消费扶贫协作关系，畅通产品销路，促进劳务输出，为贫困群众脱贫致富注入强大动力。

三、各经营主体要深入开展与周边城市农贸企业、批发市场和大型超市的产销对接活动，建立长期稳定产销关系，拓宽贫困地区特色农产品展销渠道。同时大力发展“电商+龙头企业(合作社)+农户”等直采直销模式，打通线上线下产销对接渠道。

四、新闻媒体要加大贫困群众农产品和乡村旅游公益推广，开展多种形式的旅游扶贫公益宣传，助推全域休闲农业和乡村旅游发展，助力贫困群众农产品销售。

五、贫困群体应树立积极向上、自立自强、不甘落后的精神品质，用勤劳双手和辛勤汗水提供更多绿色天然、物美价廉的产品和服务，实现脱贫致富。

涓流共汇,足以涌成江河;绵力齐聚,定能众志成城。消费扶贫人人愿为、人人可为、人人能为，望各界爱心人士积极当好消费扶贫的宣传员,以实际行动参与消费扶贫。我们坚信,在县委、县政府的坚强领导下,在各级党员领导干部的带头下,在社会各界爱心组织和爱心人士的参与下,我县消费扶贫必将掀起热潮,贫困群众也一定能够增收致富实现高质量脱贫，与全县人民一道迈入小康社会!

**关于爱心超市扶贫工作总结12**

服务“三农” 始终是供销合作社的立身之本、生存之基，为农、务农、姓农是供销合作社的根本宗旨。为深入贯彻落实上级党委、政府关于开展巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接工作重大决策部署，县供销社积极服务“三农”不断提高为农服务水平。下面，将20xx年县供销社消费帮扶工作方案汇报如下。

>一、提高服务能力、助力乡村振兴

为全面推进我县供销合作社综合改革工作,进一步提升为农服务能力,更好地发挥供销合作社在扶贫攻坚及服务乡村振兴战略中的独特优势和重要作用，切实发挥为农服务的前沿阵地作用。并通过电子商务运营中心、日用品配送中心、农资配送中心、9个乡镇基层供销社、1个村级供销合作社和78个农村综合服务社（部分为电子商务服务站），互联互动、协同合作，积极推进城乡一体化建设，构建安全、有效、便利的农资、日用消费品、农副产品、再生资源的新型农村市场流通网络体系，不断将供销社由传统商品经营服务向为农服务方向转变，推动乡村振兴工作。

>二、目标任务

深入推进党建引领机制创新，利用京蒙对口帮扶有利时机，与\_北京门头沟区京门商业投资发展有限公司党委在“灵山绿产”“源味武川”区域品牌联盟引领示范作用的基础上，切实开展京蒙协作消费帮扶工作。

（一）加强品牌建设

立足“六新武川”发展定位，将品牌农业发展作为县域农业经济综合管理水平、科技实力、市场营销与竞争能力的集中体现，推动现代农牧业发展，整合我县农产品品牌，全力打响武川“土豆”、“羊（牛）肉”、“山林虫草鸡”、“食用菌”等特色产品，逐步开展“源味武川”区域公用品牌原产地保护和绿色、有机、无公害产品认证，培育更多驰名品牌和地理标志商标。与县商务局、市监局等部门同步实施农产品质量安全追溯体系建设，进一步提升农产品质量安全监管能力，落实生产经营主体责任，建设农产品质量安全追溯体系切实保护好特色农产品品牌，保障公众消费安全。

（二）新媒体直播带货常态化。

借助专业传媒公司技术力量，每月聘请网红（媒体主播）开展现场直播1-2场次，活动。持续开展“振兴武川春播计划、助力武川消费扶贫”活动，并在实践中有意识的培养武川县当地网红主播，通过领导站台、网红定期直播的方式提升武川县农特产品认知度，打造完备的线上销售渠道。

（三）多平台、多地区开展农产品销售活动。积极组织开展北京市、呼和浩特市、武川县及全国各地举办的系列展销活动，集中推介、展示、销售武川县特色农产品，设立专门的消费扶贫展区，支持企业参展参会，积极组织所属企业开展扶贫对接的专项行动，加强项目合作，帮助做好农产品加工和销售，打通线下销路。

（四）“三专一平台”建设。利用系统组织资源和网络优势，确保供销社社有企业、基层社经营门店设立消费扶贫专柜，对口销售贫困地区优质特色农产品，逐步建立长期稳定的产销对接关系。在北京市门头沟、新发地建设消费扶贫专馆2个，专区、专柜若干个；在呼和浩特市设立消费扶贫专馆、专区；在深圳、广州、沈阳等地尽可能设立消费扶贫专馆、专区、专柜，扩大销售网点。

（五）支持线上发展，继续做好电商平台。引进电商专业团队，坚持科学运营，完善淘宝“武川县农特产馆”、京东“武川县农特产馆”两大电商平台建设，进一步推动“源味武川”区域公用品牌及武川特色农产品向品牌农产品发展。完善县级电商运营中心，为农村电商经营提供产品开发、包装设计、网店运营、产品追溯、人才培训等专业服务，带动农村电商加快发展。挖掘和培育适合电商销售的特色农产品，大幅提高线上销售量，加大对电商培训力度。组织动员县内企业积极入驻\_扶贫办、财政部和全国供销总社共同打造的扶贫832平台，持续做好扶贫产品认定工作。

（六）积极参与“五进”工作。组织开展农产品进机关、进企业、进社区、进学校、进医院等活动，动员全县优先从贫困村聘用工勤及营销人员，引导干部职工自发购买贫困村产品，做好县内旅游区“扶贫产品”供应工作。按照有关规定组织开展“以购代捐”“以买代帮”等活动，同等条件下优先采购贫困村产品。大力发展面向机关、学校和企事业单位食堂的集采集配、直供直销业务。

（七）加大农村流通基础设施建设力度。新建或改建一批冷链仓储物流设施，加快现有设施的升级改造，提高覆盖仓储、分拣、包装、初加工、运输等环节的冷链物流服务能力，着力降低农产品流通成本。推动乡村基层供销社和便民超市与快递企业合作，整合农村物流资源，建设完善县乡村三级物流体系，努力破解产地“最后一公里”问题。

（八）大力提升贫困地区农产品供给质量。依托基层社、农民专业合作社、生产基地等，大力开展农业社会化服务，推进农产品标准化生产、规模化经营，开展有机、绿色、无公害农产品认证及“源味武川”区域公用品牌的使用，从源头提高农产品质量和安全水平。推动龙头企业、农产品批发市场、电商企业、连锁超市采取“农户+合作社+企业”等模式，发展订单农业，密切与贫困户的利益联结机制，提高农产品供给的组织化水平。进一步加强农产品品牌建设，重点抓好品牌设计和宣传推广，努力打造具有贫困地区特点和供销合作社特色的农产品品牌。

>三、保障措施

（一）加强组织领导。

推进消费扶贫，把消费扶贫工作纳入年度重点工作内容。在县政府的直接领导下，积极发挥扶贫、市场、农业、商务、供销等相关部门的作用，按照性和市场性的原则运用好消费扶贫的政策措施，努力营造全县上下积极参与消费扶贫、大力宣传消费扶贫、人人参与消费扶贫的良好氛围。

（二）抓好工作落实。

加强工作跟踪指导，掌握消费扶贫工作开展情况，协调解决工作推进中的困难和问题。认真总结提炼和宣传推广消费扶贫工作的典型经验做法，及时做好消费扶贫工作的总结报送工作。

**关于爱心超市扶贫工作总结13**

尊敬的各位领导、同事们：

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。

为积极响应省委、省政府消费扶贫活动倡议，解决优质农产品的供需矛盾，鼓励和支持贫困户自力更生勤劳致富，助力脱贫攻坚工作，拟于本周五下午三点在厅机关大院开展“以购代捐”消费扶贫活动，认购产品：

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

**关于爱心超市扶贫工作总结14**

全县广大妇女及各界爱心人士：

为全面贯彻落实党的十九大精神及\_关于脱贫攻坚重大战略部署，鼓励引导社会各界消费贫困村产品，以消费促进贫困群众增收，助力脱贫攻坚。在此，合阳县妇联向全县广大妇女及各界爱心人士发出消费扶贫爱心行动倡议：

做消费扶贫“采购员”。妇女是家庭日常消费的主导力量，是消费扶贫强大的群众基础。我们倡议全县广大妇女和家庭积极行动起来，参与到消费扶贫的行列中，在日常消费的同等条件下多选择购买贫困地区和贫困户的产品与服务，通过“以购代捐”“以买代帮”的形式，用自己的日常消费行为，奉献一片真情，贡献一份力量，送去一份关爱，为巩固脱贫成果作出实实在在的贡献。

做消费扶贫“宣传员”。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。我们倡议各级妇联执委、妇女代表和“三八红旗手”“巾帼文明岗”“五好家庭”等各类先进典型积极传播爱心消费扶贫理念，争做消费扶贫行动代言人，发动身边亲朋好友、同事邻里参与消费扶贫，共同推动并逐步形成“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。

做消费扶贫“销售员”。授人以鱼不如授人以渔，消费扶贫有利于调动贫困人口依靠自身努力实现脱贫致富的积极性，促进贫困人口稳定脱贫和贫困地区产业持续发展。我们倡议妇联团体会员和各类女性社会组织充分发挥自身特点和资源优势，多措并举、多管齐下，帮助贫困地区做大做强特色优势产业，为贫困地区的产品和服务走出农村、进入市场，搭建销售平台，打通消费关节，加强合作对接，推动消费扶贫在促进稳定脱贫中发挥更大作用。

**关于爱心超市扶贫工作总结15**

20\_年，县司法局于春节、端午、中秋组织大型走访慰问活动，为贫困户送去米、面、油等生活必需品，合计两万余元。村屯灵芝种植产业产出灵芝孢子粉1500余斤，在司法局全体干部的共同努力下，于两个月内全部售罄，合计收入20余万元；榆树林子屯经营蔬菜大棚十余户，通过局销售渠道共计售出11万余元；另外，县司法局还组织帮扶责任人购买包保贫困户产出农产品两万余元，其中包含蔬菜、鸡蛋、水果等等，圆满完成消费扶贫任务目标。

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！