

第四章 经 销

第一节 经销机构

名噪康藏、历经数百年而不衰的白玉民族工艺产品，除在 20 世纪 50 年代末至 70 年代初，由县商业局和县社企局组织过经销外，至今仍是各家经营，自负盈亏，无专门经销机构。到 2005 年，开始有统一的商标。

第二节 经销方式

一、以销定产

白玉一些有名气的工匠，大都有较固定的顾主，其产品数量、规格、价格一般都是先商定、再制作，就地交货，他们极顾及声誉，信守承诺，产品质好价廉。名师一般不带徒传艺。

二、长途贩运

1978 年以后，白玉开始出现一些专门从事民族工艺产品的长途贩运者。他们采取订货、现收、以原料换产品等方式，将本地工艺产品集中贩至青海、拉萨及邻近各县销售后，再从外地购回材料或半成品回县加工，这种生产者按销售者的需要生产，销售者按消费者的需求购货方式，避免粗制滥造，促进民族工艺品向高、精的方向发展，因而一般获利颇丰。

三、自产自销

由于历史的原因，大多数工匠还是习惯于自产自销。他们平时按习惯生产，能卖就卖，暂不能卖就堆积起来，待到农闲时外运销售。正因为这样，他们很容易抬高运费，也常被转手倒卖者故意压价。

第三节 收 入

由于白玉民族工艺制品集实用、装饰、工艺于一身，越来越为人们所喜爱，销路

也越来越广。1981年后，销售数量逐年增加。至1990年，年售量藏刀26809把、马鞍18035副、脚蹬461副、针线包1015个，耳环435对、火链1928个、佛具9123件、茶桶678个、灯12091、其他14756件（个）。总收入也由1981年的12万元增至114.98万元。与此同时，经销地区也不断扩大。白玉藏刀曾四次送“广交会”展出，曾获“全国首届民间工艺美术佳品”称号，引起国外一些商家关注。它不但在青海、云南、西藏、甘肃等省区极负盛名，还在印度、不丹、尼泊尔等邻国享有声誉。到2005年，收入增至543万元。

第八篇 交 通

第一章 交通设施

第一节 公 路

受地理环境、资金制约，1990年前，白玉县交通发展仍然缓慢，全县17个乡中有10个乡依托甘白、岗白公路通车。县出境干线有两条：白玉——甘孜，白玉——岗托，通车里程351公里。

为缓解“瓶颈”制约，历届县委、县政府对发展交通的思路作出一系列的调整，并在实践中不断充实完善，逐步出台一套适合白玉县交通发展的政策措施。转变“等、靠、要”的观念，自力更生，艰苦奋斗办交通。加大宣传动员力度，广大农牧民认识到：要想富、必修路，没有钱、自己干。1992年，县委、县政府在深入调查、立足县情的基础上，提出“先修、后养、再改造”的思路及“全民动员、民办公助、干群捐资、大办交通”的工作方针，规划出境道路和县乡道路的建设，由县委、县政府统一安排，县交通局负责具体实施，全县17个乡（镇）投工投劳共同修建。乡到村的公路，由各乡镇具体规划并向县交通局报告，县交通局负责无偿测设并根据实际补助火工产品，各乡镇自行组织劳力修建，掀起全民参与交通建设的第一个热潮。1992—1993年，白玉县先后修通河坡——热加——赠科公路43.5公里；盖玉——沙马——欧巴沟（与巴塘县交界）公路57公里，属于县内第三条出境线路；麻邛——辽西公路9公里。

1994年、1995年为白玉县“交通建设年”。在争取上级支持的同时，动员全社会力量，捐资、捐物，投工投劳，力争在三年内实现全县“乡乡通公路”的目标，并在新增出境线路的同时，增强现有出境道路的通过能力。由此，形成全民参与，大办交通的第二个高潮。贯通赠科——登龙——丁都桥资源开发扶贫公路45公里；1996年，国家投入74万元按四级公路标准修建昌根寺至纳塔乡13公里公路；1997