



产业化发展路子。凭着精益求精的匠人精神，公司打造的产品质量好，加上小中甸游客多，传统刀具和餐具等在藏区需求量很大，“卡萨刀”很快打响了名声，订单络绎不绝。

然而，七林邓主并未因此止步。他和父亲坚持手工打造每一件产品，并多次到西藏、青海、四川等地学习考察藏族相关手工艺，不断提升自身技艺，提高产品质量。同时，七林邓主还与基层供销合作社建立合作关系，在独克宗古城开设直销店，依托互联网开设线上专卖店。

此外，七林邓主每年还拿出一部分经营收益，在迪庆州民族文化节庆活动上举办吴公村文化展览，并积极参加上海、青海、昆明等地的旅交会、农副特产展销会，集中展示迪庆藏族文化和产品。通过多种营销手段，公司逐渐从单一铁器生产企业发展成集乡村旅游、铁器生产销售、民族文化展示于一体的旅游文化型企业，年产值达 700 万余元。

致富不忘带乡亲

由于技术精湛、产品质量过硬、经营得法，公司产品曾获“中国 3·15 诚信

品牌”等荣誉、“云南省著名商标”等称号。这让七林邓主一家逐渐富裕起来，家里建起两栋宽敞高大的藏式民居，全家六口人买了 4 辆汽车，成为远近闻名的富裕之家。

“虽然我家富了，但大多数村民依然过着贫困的生活。”七林邓主说，他和父亲扎西旺丹都是党员，父亲还是村民小组长，有义务带领乡亲们发展。因此，公司成立后，七林邓主先后将村里的近百名剩余劳动力和困难户吸纳进公司务工。

这些工人中，有的跟着扎西旺丹打铁，有的跟着七林邓主跑销售，有的经过培训后成为民族文化导游和表演艺人，每人每月有 2500 ~ 4000 元的固定收入，极大地改变了他们的生活状况，很多人家因此摆脱了祖祖辈辈半农半牧的贫苦生活。在当地群众中，提起“吴公噶达”家，没有人不竖起大拇指。

本刊记者 肖 宇 / 文
受访者供图