

## 略论西藏牧民传统观念变迁

### (A brief discussion on traditional modes of thought and modernization among Tibetan Nomads)

扎嘎

(L. Zhaka)

观念是人民对于个各活领域中不同社会现象的反映和看法，即客观存在的人的意识、意志等形式的反映。作为一种社会意识，观念是在社会实践中生产和发展起来的。马克思指出“那些发展着自己的物质生产的和物质交往的人们，在改变自己的这个现实的同时，也改变着自己的思维和思维的产物。”（马克思恩格斯全集3卷、30页）在西藏牧区推进市场经济和城市化进程的同时，牧民作为经济的主体，由于生产、生活方式的变迁，观念也随之不断更新。笔者现将对西藏牧民的传统观念的变迁作一讨论，并求教于广大同仁。

#### 一、西藏牧民传统观念特征

观念是在社会实践中生产和发展起来的。任何人都是在一定的观念支配下行动的。观念对社会经济发展会产生积极的促进作用或消极的抑制作用。当观念与社会经济发展的要求相一致时，就会促进社会经济发展。反之，则阻碍社会经济发展。观念随着社会经济、政治制度的变化而变化。它有四个方面的特点：

一是它的感知性。观念主要是经过一定的理论知识的传播和生活实践中自接取得的感性体验而形成的。

二是它的群众性。观念对于整个社会或某个阶段、阶层的人群的实践活动有直接的、普遍的指导意义。

三是它的潜在性。人们通过社会言论和文化教育接受了某种观念之后，这种观念便渗透在人们的头脑中，成为一种潜在意识，自然而然地制约着人们的行动。

。

四是它的稳定性。某种观念在个人头脑中成为定型意识结构之后，不会轻易发生变化，即使社会经济条件有了变化，它还会固定在人们的头脑中支配人的行动。只有经过教育工作和实践活动，它才会缓慢地发生变化。

在西藏传统牧场社区社会特征是社会生产力水平极低的条件下，是在孤立于社会之外的一家一户的范围内，以简单的工具为手段，以人畜力为动力，以草场和劳动力为基本生产资料来实现对自然力的开发和利用的生产方式。传统牧业规模不大，一家一户靠自己的劳动对少量的牲畜进行独立经营，采用传统技术、手工劳动，牧户与社会联系松弛，生产主要以传统经验为指导。传统牧场社区社会生活方式单一，牧民赖以生存的最主要手段是务牧业。各分散的牧场之间很少有联系，交往范围较小，交往对象以亲属、邻里为主，人际关系注重情感、伦理和氏族。在消费方式上，基本上是自给自足性的消费结构，只能维持简单生存。从总体来看，以牧业为基础的生活体系，以家庭为单元的生活格局，浓重的宗教色彩及传统性等，是传统牧场社区的基本特征。

这和传统牧场社区社会自然经济的生产方式相适应，传统牧民观念陈旧、单一、落后，具有明显的乡土性和保守性。

#### 1、“重牧轻商”的传统观念

在西藏传统牧业社会的风尚是“以牧为本”。封建农奴制社会制度从政治上、经济上、思想上都很重视牧业生产，并且通过地方政府职能采取重牧抑商、稳定草场和牲畜租佃制度等基本政策，直接支持牧业生产，避免牧区人口外流，从而引起稳定的牧区社会结构破坏。从思想界来看，占主流的是重牧业思想，它在经济上认定牧业是供领主消费和生产者及其家庭生活所需保证的根本。在政治上认定牧业是政治安定、长治久安的基础。在这样一政治制度的诱导和思想界的作用，使得自然经济条件下，牧民普遍认为财富的母体是草场、牲畜和体力，用体力劳动在草场和牲畜里刨食才是正统的劳动，经商则是歪门邪道，赚的是不义之财，“无商不奸”，“无商不坏”。“重牧轻商”的劳动观念，使牧民的劳

动产品得自与草场、畜牧的交换多于商人的交换，使牧业经济长期处于封闭、呆滞的自给自足的自然经济状态，严重地阻碍了社会分工和工商业的发展，使得资源的利用处于很低的水平上。

## 2、牧民“自给自足”的产生方式根深蒂固

西藏社会单一的自给自足的自然经济占主导地位。正如毛泽东曾经指出的那样：中国封建时代的经济制度和政治制度的特点之一，就是“自给自足的自然经济占主导地位。农民不但生产自己需要的大部分手工业品，地主和贵族对于从农民剥削来的地租、也主要地是自己享用，而不是用于交换，那时虽有交换的发展，但是在整个经济中不起决定的作用”（毛泽东选集合订本，人民出版社586—587）。不言而喻，这种封建制度的特点也同样符合西藏的封建农奴制度。例如，解放前西藏牧区普遍盛行自制木桶，从事捻线、织袜、织氍毹等，以及牧民为了自身对肉、奶、皮毛等畜产品的需要而进行的生产。牧主对牧民的剥削形式是从牧租开始，这种剥削仅仅是为了满足自己的需求，而不是有意进行交换扩大再生产。同时，由于西藏大小牧场都是一个个分散、蔽塞的自然经济单位，一切生产，都供领主消费和生产者及其家庭生活所需。只有自己生产不了的，才通过商人进行交换，由此决定了西藏牧民的商品经济观念淡薄。

## 3、牧民具有安土畜重乡的传统乡土观念

西藏传统牧业生产是由一家一户为单独的个体牧户为主体承担的，自我封闭，自我循环，子承祖业，代代相因，流动性很小。牧民的职业角色非常单一，约有百分之九十以上都是牧业生产劳动者。这种职业角色的单一性使牧民非常依赖土地和牲畜，形成“安土畜重迁”的社会风尚，大多数牧民蔽塞于牧乡村一隅，很少与外界联系，很多牧民甚至一辈子不曾离开过自己的居住地。对牧民来说，居住地既是他们的生产场所，又是一种社会生活的环境。那里有熟悉的同族人和乡亲，社会交往密切，一旦离开自己的居住地，面对一定陌生的世界和陌生的人群，牧民就找不到自己的社会位置。这又进一步强化了牧民传统的“故土难离”、“安土畜离乡”的乡土观念。所谓“金窝银窝不如自己的土窝”，便是这种心里的

集中体现。乡土观念使牧民传统接受外界的知识和新事物受到很大限制，阻碍了牧民个人和牧业地区的发展。

家乡乡土观念在今天牧民中，集中表现为依恋土地和牲畜。土地和牲畜仍然被牧民视为最

根本的生活来源，视土地牲畜为最基本的生活保险。少数从事二、三产业的牧民宁肯将土地和草原荒废也不愿意交出，使得牧业规模经营举步艰难。

#### 4、牧民有小富即安的传统观念

传统牧民是小生产者、小私有者，经受不起任何一点风险造成的损失。因此，传统牧民对于新的事物或生产中的技术改革往往抱着迟缓和观望的态度。怕走生路，习惯于走前人走过的路，继前人创下的业。劳作习惯都和前人一样，日出而作，日落而息。西藏牧业长期受自然经济和产品生产方式的影响，牧民中谨慎行事、怕担风险的心理普遍存在，宁肯在别人后面而不愿走在他人前头。不愿担风险出门经商，解决了温饱之后安于现状的问题十分突出。

#### 5、保持传统的老经验观念、排斥科技

西藏的传统牧业的封闭及有序性既造成了其稳定性，又形成了对新要素引入的排斥力，它受外界环境条件的影响较小，完全依靠自身所提供的条件运行。因此，西藏牧业多年来一直沿用几乎相同的生产要素～传统的生产要素，牧业生产技术也几乎处于停滞状态。传统牧民囿于他们的文化、科学知识，他们对于一切事物的评价，主要是出自亲身的观察和实践，凡是未经过亲身实践所证实者，他们往往都抱怀疑的态度，是天然的经念主义者。就现在而言，年轻牧民与老一代牧民之间往往就有很大的区别。多数年轻人乐于采用新的牧业技术，敢闯敢试，不在乎是否吃亏；老的一代则要见到别人成功之后，自己再搞。

#### 6、传统的佛教思想根深蒂固

西藏宗教对西藏的政治、经济和文化等方面都有深刻的影响，由于佛教已渗透和

扎根于西藏以及整个藏区，使广大藏族人民的社会生活和生产无时不受到宗教的影响。宗教紧紧地控制着人们的思想，使人们顺从于宗教的摆布。让人们寄希望于“来世”，涣散斗争意志，对先进的科学知识和技术持反对和抗拒态度，从而阻碍了生产力的发展。

总之，落后、停滞的传统牧民的顺从经营方式，伴随着保守、稳定、务实、安于现状的落后心理，进而形成一种根深蒂固的传统观念，它直接阻碍着社会主义市场经济的发展，束缚了人们的手脚，是改革开放和经济建设健康前进受到严重障碍，随着生产力的发展，牧民的传统观念必然要为现代观念所代替。

## 二、现代农牧民传统观念的变迁

以商品经济、专业化、社会化大生产为特征的现代生产方式，是开放、活跃、能动、先进的生产方式。由于商品经济的注入，生活分工的细化，使得人们之间的关系日益密切；由于机械化的生产引进，使得牧业生产率、社会的生产水平以前所未有的速度迅猛发展，人类征服自然的能力空前增强；由于现代科学技术、现代工业提供的生产资料和科学管理方法的大规模应用，使人的文化知识水平和素质大大提高，社会发展日新月异从而使人们的思想观念转变更新，一系列新思想、新观念不断产生和发展。在此，笔者主要结合当代西藏牧民观念现状来谈谈在改革发展的大潮中现代西藏牧民观念的变迁。

自西藏和平解放以后，特别是八十年代起，确定了改革开放的基本国策，西藏也和全国一样进入了改革开放的社会发展新阶段，国家根据西藏的实际情况制定了一系列政策，首先对占经济主导地位的农牧业进行了改革，在农区和牧区广泛实行了“两个长期不变”的家庭联产承包责任制，一举解决了西藏农牧区长期没有解决的生产关系与生产力不相适应的问题，改革不仅赋予了农牧民以财产权力和择业自由，也使农牧民从旧体制的束缚下解放出来，以独立的商品生产者的身份登

上了历史舞台。经过十几年的改革，西藏农牧区经济获得了巨大发展，传统的自然经济开始逐渐转向商品经济，商品化程度逐渐提高。随着商品经济的发展，牧区二、三产业有所发展，牧民收入水平逐年提高，牧区社会发生了显著变化。伴随着牧区社会结构、产业结构、劳动力结构、经济结构和收入结构的变化，牧民开始重视信息、科学、技术和文化，现代商品社会中的时间观念、经营观念、效益观念、价值观念、竞争观念、流通观念和人才观念等逐步为牧民所接受。

### 1、牧民的市场与从业观念增强

为交换而生产的商品经济不同于自给自足的自然经济，商品经济以市场为交换为直接目的，以市场需求为出发点，再生产的价值补偿和实物替换都必须经过市场交换来实现，如果不顾市场需求，盲目生产，或者个别劳动时间大大超过社会必要劳动时间，那么，经过交换必然损伤商品生产者，因此，商品经济的发展要求必须树立与“市”交融的市场观念。西藏牧区改革以来，广大牧民逐步改变传统观念，积极适应市场需要，调整产业结构，由单一农牧业转向多种经营，在满足自给性消费的基础上，更多的增加商品产出，牧民的商品意识明显增强，用于出售的产品种类和数量明显增多。大家都知道，过去在西藏商品率很低，是以物物交换形式，这种交换形式源于自给自足较强的社会，是商品交换的初级形式，特征就是用自己生产的物品换回自己不能生产的东西。随着时代的发展，西藏牧民家庭经济开始由封闭型向开放型转变，由自然型经济逐步向商品型经济转变，牧民家庭自己生产的土畜产品陆续进入市场，成为商品（见表1）的比重逐年增多。就笔者所调查的安多a mdo牧区为例：在历史上安多腰恰yga chgs牧民家庭经济长期处于自给自足的状态，商品

表1 腰恰乡畜产品商品率统计表

	斤	1986年	商品率	1990年	商品率	1994年	商品率
牛羊	斤	153405	57	177164	26·3	573005	47·7

肉							
绵羊毛	斤	42033	92·6	76290	87	93936	89·4
山羊毛	斤	1041	98	1210	7·2	447	27·5
山羊绒	斤	713	100	1772	84	1564	100
牛毛	斤	811	19	2848	29	848	54·2
牛绒	斤	722	100	1692	17	7137	75
牛皮	张	540	84	779	42	1149	47·2
羊皮	张	2914	62	1612	18·7	6031	37·6
羔皮	张	3067	97	224	3·2	831	14·5
酥油	斤	807	2·1	1535	3·4	—	—

资料来源：安多县腰恰乡统计报表。

观念可以说非常淡薄。民主改革后，牧民家庭虽然有了自己的牲畜，但一直为高度集中的计划经济所制约，生产基本为自产自用，只有少量商品进行盐粮交换或在供销社换取日用品，没有进入市场。加之交通不便、居住分散、信息不灵和重物质积累、惜杀、惜售等陈旧观念的束缚，牧民的市场行为和市场观念十分淡薄。自1984年改革开放后，贯彻“以市场为主导”和“两个长期不变”政策，安多牧民的商品观念开始提高。据表1

我们便可看出，那曲地区安多县腰恰乡1994年的统计，商品率为：牛羊毛47·7%

、绵羊毛89·4%、山羊毛27·5%、山羊绒100%、牛毛54·2%、牛绒75%、牛皮47·2%、羊皮37·6%、羔皮14·5%、酥油0·4%（详见表1），牧民交换的土畜产品的商品率有明显增长趋势。也说明牧民家庭的商品意识逐渐有了加强。商品经济的发展促进了安多牧民家庭经济收入的提高。据调查，1986年腰恰牧民家庭经济收入为49322·21元，人均收入526·8元，到1994年则达到3815743元，人均收入达到1490元。在8年时间增长幅度为963·92元，增长率为64·7%，年递增8·1%。牧民家庭的生活水平随之翻了几翻。

80年代中后期，随着腰恰牧民家庭收入水平的快速提高，其收入结构也发生了很大变化，有不少牧民家庭改变了祖辈们单一放牧的生产方式，他们走出家门，用更多的时间和精力涉猎牧业以外的其它产业。即主要包括家庭手工业、运输业、商业饮食和其它副业。牧民家庭经济中开始有了除牧业之外的各种副业收入（见表2）。在笔者调查的46户家庭中，就有3户家庭拥有5吨东风车，他们主要向拉萨 lha sa、格尔木、那曲ngs chu等地运输。

安多腰恰乡牧民家庭副业收入统计表

表2 单位:元

项目 年代	1986年	1987年	增减 %	1990 年	增减 %	1994年	增减 %
总计	25595. 2	29434	14.9	70561. 5	139.7	139089	41.4
运输业	14685. 2	20000	26.6	27064	35.3	78842	43.1
手工业	2478.2	1500	- 39.5	5610	274	30143	200
商业饮	---	584	---	5873	90.6	9628	11.5



食							
狩 业	8432	982	- 88.4	1749	78.1	----	---
其它副 业	---	6368	---	30265. 5	375.3	20476	14.7

## 从表2

的副业收入结构来看，牧区经济体制改革，以家庭承包经营为主的责任制全面实行和不断完善，牧民家庭经济收入的来源结构发生了很大变化。运输业、手工业、商业饮食业和其它副业收入明显有增涨的趋势，自1986年至1994年依次增长幅度为14.9%、139.7%、39.4%、41.4%。狩猎副业收入自1991年快速走向空白，其因素是1991年西藏自治区颁发了保护野生动物资源的文件。自此，牧区停止了狩猎行为。副业的发展增加了牧民家庭经济收入，活跃了牧区家庭经济。

经济发展与社会分工的相辅相成还有力地促使越来越多的牧民在牧业劳动效率提高情况下，不断地外出劳动打工。据笔者调查的46户家庭中，18户家庭有人在外打工、经商、跑运输等。综上所述，我们可以看出，在社会的商品经济活动中，乡土已不能把个人束缚住，牧民在日益广泛的社会交往中，与外界的联系越来越多，牧民的开放意识日益增强，牧业劳动力由牧区到牧区，由牧区到城镇的循环流动，带动了地区间的经济联合和要素流动，同时又促进了观念的更新，牧民对社会事物的鉴定和辨别能力越来越强，对客观世界的认识也越来越科学化，从而奠定了牧区经济走向繁荣和更加活跃的思想基础。

## 2、牧民的竞争与时间观念开始增强

商品经济的运行是以市场为轴心展开的。必须在市场和竞争的环境中取得发展，而作为商品经济的根本规律——价值规律也只有通过竞争才能发挥其作用。。

因此，伴随着商品经济的发展，竞争将是不可避免的。竞争是商品生产经营的一种经济行为，它直接调节着商品的供求。竞争的根源在于对经济利益的追求。商品经济完全不同于自然条件下的小农经济，每个商品生产者都要通过市场交换实现产品的价值，社会必要劳动时间决定着商品价值的大小，商品的价值量是生产过程中生产者竞争的结果。因此，只有积极参与竞争，才能使商品的竞争得以实现，商品生产者获得效益。

西藏自改革开放以来，商品生产的发展和冲击，使牧民的竞争意识明显增强。广大牧民改变传统的生产经营方式，牧民根据市场需要调整自己的生产方向。在市场竞争中，牧民逐步形成了一系列竞争观念，并以多种形式积极参与市场竞争。他们打破了过去单一的生产方式。据笔者调查的46户家庭中，18户家庭有人在外打工、经商、跑运输等。他们主要以拉萨为依托，因地制宜，发展运输业、加工业、采集、包工、商业、饮食业、服务业等多种行业。并以改进技术、降低消耗和价格、服务质量、信息等方面来取胜。通过竞争，增强了牧区商品经济的活力，培养了牧区商品生产经营者的进取心开拓精神，推动了牧区生产力的发展，加速了牧区自然经济、传统牧业的解体，从而使安于现状、不求进取、怕担风险的旧式牧民变成社会主义市场经济中勇于开拓前进的新式牧民。

时间是一种特殊的资源。牧民在参与市场经济竞争的过程中，逐步认识了时间的重要性和价值，初步确立起了现代的时间资源观、时间价值观、时间需求观、时间效率观、和时间管理管理，社会生活节奏明显加快。据笔者调查的46户家庭中拥有手表的家庭占76%，拥有座钟的家庭占39.13%，说明牧民的时间观念在增强。许多牧民在想方设法提高办事效率，节约时间，特别是离城镇较近的农牧区的农牧民在通讯手段上，电话、电报代替了过去的书信往返；在交通方式上，汽车、自行车代替了过去的步行和骑马；在时间运筹和时机把握上，合理安排，果断决策等等。提高了效率，节约了时间，增加了财富。

### 3、牧民的信息和科技观念增强

在改革开放的经济大潮中，信息资源已成为与能源、物质相并列的三大资源之一。信息作为连接生产与市场的纽带，是社会生产及需求的具体反映，与商品经济的发展密不可分的。西藏牧民从商品生产经营正反两方面的经验教训中，认识到信息是致富的重要“资源”，伴随着商品经济的发展，牧民逐步确立起了信息观念。很多牧民利用收音机、报纸等了解政策和信息。通过掌握信息，开发信息资源，取得了很好的效果。

科学技术作为一种生产力，是商品经济发展的强大推动力。

自改革开发以来，西藏农牧民科学技术观随着以商品经济为中心的从业观、市场观、竞争观等一系列观念的转变而开始有了发展，牧民改变了过去那种轻视科学知识，鄙视技术，依靠经验的习惯，对科学知识有了全新的认识。在西藏安多牧区牧民家庭提倡科学养畜，改变了过去单纯追求牲畜数量的错误作法，开始实行因地制宜控制发展，改善畜群结构，着重在畜产品生产和商品率上狠下功夫。同时作好四季草场划分，计划轮放。在草场建设上，国家、集体、牧民家庭联合投资进行草场围栏、人工种草、修畜暖棚等。据安多县计委提供的资料，自1991年安多县列为自治区畜牧业防抗灾基地重点建设县后，在四年时间畜牧业防抗灾基地建设总投资23717004万元，完成网围栏43.84米，种草园7307.99亩、暖棚36005平方米、畜圈581896平方米，兽防站11个。其中，笔者调查点腰恰乡四年完成了种草园1540.5亩，网围栏631个、暖棚7880平方米、畜圈72593平方米，在入户调查的46户家庭里96%的家庭都有不同程度的网围栏、暖棚、畜围栏等。100%的牧民家庭受到实惠。由于建成了上述牧业基础设施，围栏每亩可增加产草50公斤，计年增加产草量6165万公斤；人工种草每亩产草约150公斤，计年增加109.6万公斤。实行围栏和种草等措施，深受每亩家庭的拥护和参与。当地每亩家庭对此赞不绝口，他们说：“实行围栏和种草，一则保护了自然环境，维护了生态平衡，更主要缓解了目前草畜矛盾，增加了实行存栏数，使我们吃了‘定心丸’，不再象过去那样，到冬就慌、逢雪即惊”。这使牧民家庭的牲畜降低了死亡率，提高了成活率，得到了经济效益。由于，上述牧业的建设科学技术的推广，牧民受到了实惠，改变了传统的经营方式。

#### 4、牧民的消费观念增强

消费是社会再生产过程中的一个重要环节。消费引起需求，需求刺激生产，推动生产进入另一个循环周期。因此，没有消费就没有生产。消费分为生产消费和生活消费。生活消费，首先是衣、食、住、行以及使用日用品；其次，是满足人们精神文化需要的消费。

由于安多牧民家庭经济的不断提高，其衣、食、住、行、日用品等方面发生了翻天覆地的变化。

在衣方面，从1959年西藏民主改革快速，特别是党的十一届三中全会以来，牧民的生活和观念上发生了很大的变化，牧民们越来越追求服饰质地和花色品种，老人们虽然不穿整套的汉装，但衬衣、裤子、鞋子等是他们的日常衣。据问卷调查每户平均有10双胶鞋，而藏鞋平均每户只有8.2双，普遍藏装平均每户10.2件，汉装每户平均8件。贵重配饰的拥有量也大幅度增加。据问卷调查，医改前腰恰46户牧民家庭中只有5户有贵重衣物，6户有贵重饰品；而现在29户家中有贵重饰品，占总户数63.3%，27户家庭有贵重衣物，占总户数的58.7%，贵重饰品价值最高的约5万元左右。可见，现在牧民比过去拥有更多的配饰和高级藏装，表明牧民的经济收入水平的提高。

在饮食方面，牧民的消费主要是牛羊肉、奶及奶制品、糌粑、茶叶和盐巴。在民主改革前，安多牧民家庭年人均牛羊肉消费依次是2.13、10.23（头）；鲜奶和酥油为365斤、23斤，糌粑与茶叶为27.82斤、0.93斤；其它消费微乎其微。而现在，牧民的牛羊肉消费为31.20、25.38；分别增长率达到了92%和25%，几乎翻了一倍；鲜奶与酥油为225斤、33斤；增长率为-62%、%；糌粑与茶叶为87.69斤、17.19斤，增长4.8%、94.8%；茶叶的增长率最能反映牧民生活水平的变化。据牧民反映，在没有修通青藏公路前，靠牛马驮运内地茶叶，运输成本高，价格贵，一只羊才换一块茶叶。青藏公路建成通车之后，过去那种“茶马互市”的落后交换手段不复存在。现在，汽车可以源源不断地将内地优质价廉的茶叶运来。一块茶砖5元左右，一只羊（按300元计算）就可以换回60块茶砖。目前100%的牧民家都用

面粉和大米，百分之97.8%的家庭都有副食水果开支（详见表3）。

安多牧民家庭人均副食消费水平

表3 单位：元

时期	消费项目	人均水平	增长率	户数
改革开放	面粉大米	234.45	1376%	46
	副食水果	111.25	4416%	45
人民公社	面粉大米	98.68	---	4
	副食水果	20.54	---	6

两项的开支水平增长分别达到了10多倍和40多倍。而这些都是民改前只有富户偶尔吃点外，普通牧民从未吃过。如今已成为广大牧民家庭中常用消费品。说明牧民的食品消费结构正在发生着迅速的变化。牧民的传统食谱中，没有蔬菜，认为是“草”类。而现在很多牧民把以前归为“草”的蔬菜，在春夏季没有肉食时，当作副食食用，他们常喜爱的主要为土豆、萝卜、白菜、青椒、花菜等。牧民们的饮食结构上形成了多样化的营养性饮食结构。

在住方面，

安多牧民传统的居住方式是驮在牦牛背上频繁的游牧生活中，素有帐篷为家的居

住形式。1959年前，安多腰恰牧村中只有买玛smd ma部落的末代部落长家有一间较小的土坯房间外，无一住房。牧民们祖祖辈辈居住在牦牛帐篷或布帐篷里。从80年代开始，由于落实西藏第二次工作会议精神，放宽政策，促进了牧业生产的高速发展，牧民家庭的收入逐年提高，牧民家庭逐渐修建房屋，特别是实行承包制后，草场也基本划块经营，这样家庭有了相对独立的草场，不需要大的迁徙。所以到了1984年—1994年掀起一股建房热。安多全县80%现了从游牧到定居的历史性转变。根据调查，牧区安多县腰恰46户家庭的调查，家家都建了1000—15000元不等的房屋，百分之百的家庭实现了定居，结束了祖辈传统的游牧生活。

在行方面,过去牧民的家庭就在牛背上搬来搬去。所以，马匹、牦牛和驮羊在安多牧民家庭生活中，成为重要的交通运输工具。无论是正常的迁徙驮运，还是去盐湖驮盐和农区交换运粮，均靠牦牛和驮羊来完成。而如今，青藏公路的修通，给安多牧民的交通更加方便，牧民可走出家门，去县城购物探亲，还到拉萨等地朝佛。据笔者调查的46户家庭中，有28.26%的牧民家添置了自行车，牧民们说：“自行车骑起来快,不用草也不用水，挺方便”。有17.38%的家庭购买了机动车，其中包括卡车、手扶拖拉机、摩托车等。90%的人曾坐过汽车或摩托车。交通状况的改善，沟通了牧区与外界的联系，极大地影响着传统牧民的生活方式。

在生活耐用品方面，收音机、录音机、缝纫机、自行车、等耐用消费品也进入了寻常百姓家庭，有些牧民还拥有汽车、摩托车等大型交通运输工具。就笔者调查的46户家庭而言，有自行车13辆、摩托车3辆、收音机19台、录音机21台、手表35只、座钟18台、缝纫机20台、望远镜42个、煤气灯26个、高压锅46、照相机1部、汽车3辆、手扶拖拉机2辆。小小的收录机，一装上电池，就把牧民与外部世界联结起来了，许多牧民通过它而知晓国内外大事。望远镜则在地广人稀的安多牧区成为牧民放牧的好帮手。可见，牧区的耐用消费品都与其生活密切相关的用品，这是自然和人文环境影响的结果。

综上所述，牧民的消费从总体上摆脱了简单的低水平，正在向高层次化方向发展。牧区由自给自足的经济向商品经济转化的过程中，牧民的消费结构也由自给性消费为主转向以商品性消费为主。牧民的消费观念正在发生变化。

以上笔者围绕市场经济这个中心，结合西藏牧区商品经济发展的进程，阐述了现代西藏牧民的传统观念的变迁。就整体而言，西藏现阶段的牧民，既不是传统概念中的“旧牧民”，也不是同发展经济的要求相适应的那种“新型牧民”，而是正处于传统牧民向新型牧民演变、过渡过程中的牧民。他们受广泛深入发展的商品经济冲击，开始初步具备了现代市场经济发展所要求的一系列新观念。但由于西藏牧区市场经济还处于起步阶段，在牧民的思想认识上一般也不会形成明确的观念，因此，在牧民思想中，阻碍商品经济发展的旧观念仍然大量的存在，破除旧的传统观念，树立与发展商品经济相适应的商品经济观念和意识，仍然是摆在广大牧民面前的一个长期而艰巨的任务。