

看世界

减贫的奥秘

10月17日是国际消除贫困日。今年，联合国全球贫困指数自2010年设立以来首次上升。按照综合健康、教育、生活水平等指标测算出来的“多维贫困”口径计，全球多维贫困人口达12亿，其中超过一半（6.17亿人）是儿童，83%生活在农村地区；按照日均生活费低于3美元的“极端贫困”口径计，当前全球极端贫困人口数量较一年前增加了5150万人。

正是基于这串沉重的数字，同为2019年诺贝尔经济学奖得主、同样在美国麻省理工学院任教的阿比吉特·班纳吉和埃斯特·迪弗洛合著《贫穷的本质》，所采取的方法、形成的见解、提出的建议显现出一种独特的价值。

两位作者用15年时间，走访了五大洲、18个国家和地区的贫穷角落。他们没有做宏大的理论推演，也没有构建精致的数学模型，而是做了一件在经济学界看来很不“学院派”的事——坐下来，和穷人交谈：他们问那些卖水果的妇女为什么什么都不存钱，问那些种地的农民为什么不买化肥，问那些父母为什么让孩子三年级辍学。

这本书的英文原名直译过来是“激进地重新思考抗击全球贫困的方式”。但它的激进不在于提出了多么具有颠覆性的理论，而在于一种方法论：它把发展经济学从“宏大叙事”的殿堂拉回到“具体问题”中。

藏在

精准

里

要理解《贫穷的本质》在思想史上的地位，需要先理解它所颠覆的那个传统：

托马斯·马尔萨斯在1798年提出了那个著名的预言：人口以几何级数增长，食物以算术级数增长，因而“贫困是自然法则的必然结果”。这个悲观的论断在维多利亚时代的英国催生了噩梦般的救济院，在殖民时代的印度催生了“贫穷是懒惰的报应”的道德训诫，在20世纪的发展经济学中则演变成了一种结构主义的绝望：贫穷国家之所以贫穷，是因为它们被锁在了一个“低水平均衡陷阱”之中。

罗格纳·纳克斯在20世纪50年代提出的“贫穷恶性循环”理论，堪称这种结构主义思维的经典表述：“低收入→低储蓄→低资本形成→低生产率→低收

入”——一个自我强化的闭环。在这个框架里，贫穷不是个人的失败，而是系统的宿命。要打破这个循环，需要外部的、巨大的、非市场的力量。

到了世纪之交，关于贫困的争论分裂成了两个对立的阵营，书中将它们称为“萨克斯派”和“伊斯特利派”。

萨克斯派认为，贫穷国家之所以贫穷，是因为疾病、地理劣势和基础设施匮乏形成了“贫穷陷阱”；如果富国每年拿出1950亿美元援助，到2025年，贫困将彻底终结。萨克斯派的框架本质上是纳克斯理论的翻版——只不过将推动力从国内计划转向了国际援助。整个方案充满了道德感召力：给穷人蚊帐、化肥、电脑，他们自己就能走出陷阱。

伊斯特利派则代表了相反的立场。这派观点认为，过去几十年数万亿美元的援助并未带来相应增长，反而腐蚀了地方机构，削弱了当地的自立能力。伊斯特利派的观点理智到近乎冷酷：让市场和恰当的激励机制自然运转即可。

这场争论持续了10余年，双方各执一词、互不相让，构成了发展政策辩论的南北两极。

而班纳吉和迪弗洛的独特之处在于，他们拒绝“二选一”。他们指出，萨克斯派和伊斯特利派的争论，其实从问题提出的那一刻就走上了一条错误的道路：“援助是好是坏”并不是“正确的问题”。这种姿态，本身就是宣告：我们不关注“大理论”，我们要“小证据”。

《贫穷的本质》最核心的方法论贡献，是将随机对照实验系统地引入了发展政策的评估。其操作方式是：将贫困人口随机分成两组，一组接受特定干预，另一组不接受，通过长期数据收集 and 对比，精确测量每种干预的效应。这种方法排除了选择性偏差，因为两组人是随机分配的，他们之间任何统计上的显著差异，都只能归因于干预本身。诺贝尔奖委员会称，得益于获奖者的研究，“在研究减贫措施的效果时，田野实验已成为发展经济学的标准方法”。

二

《贫穷的本质》真正的力量不仅在于它的治学方法，更在于它通过这种方法所揭示的那些令人不安的事实。

第一个事实：穷人缺乏的不仅是信息。

在印度拉贾斯坦邦南部城市乌代布

尔的调查中，只有不到5%的儿童完成了基本疫苗接种。迪弗洛等人先是尝试强制免疫接种，然后又在于干预实验中把人们分成两组，一组只开展预防免疫课程教育，另一组在授课之外给参与者每人发1公斤小扁豆作为奖励。结果发现：强制推行的免疫接种率只有6.2%；单纯授课的那组上升到16.6%；而增加小奖励的那组则显著上升到了38.3%。一个看似微小的设计变化——1公斤扁豆，让接种率飙升。不是穷人拒绝健康，而是价格壁垒和信息壁垒共同构筑了一道穷人难以逾越的高墙。

第二个事实：穷人肩负着比富人更沉重的决策负担。

书中有一段话深刻地揭示了决策负担的不对称：“我们住在有自来水的房子里，不用想着每天早晨往水里加消毒剂。下水道自行运转，我们甚至不知道是怎样运转的……”但穷人需要决定今天买什么食物、要不要给孩子打疫苗、要不要借钱买化肥、要不要存一点钱以备不时之需——每一个决定都关乎生存，每一个错误都可能是灾难性的。

更严重的问题是，持续的决策压力会消耗“认知带宽”，那是一种比金钱更稀缺的资源。当你的大脑每天被“下一顿饭从哪里来”占据时，你几乎没有余力去做长期规划、学习新技术或作出复杂决策。这不是“短视”或“愚蠢”，而是在极端压力下的理性应对。

第三个事实：穷人也会“奢侈”，但他们的“奢侈”是大多数人无法理解的生存策略。

在摩洛哥的偏远山村，作者遇见了一个叫欧查·姆巴克的人。他家里有电视机、抛物面天线和DVD播放机，但一家人却常常吃不饱饭。作者问他为什么，他回答：“电视机比食物更重要！”作者解释道，在没有娱乐、没有希望的环境中，一点点让生活“不那么乏味”的消费，不是奢侈，而是对抗绝望的生存必需品。这种对未来的绝望感，恰恰是贫穷最深刻的心理后果。

这些事实指向同一个结论：贫穷不是一种道德缺陷，而是一种信息、认知和制度的复合困境。穷人不是“懒惰”或“短视”，他们只是在一个容错率极低的环境中，以极其有限的资源，作出极其困难的决策。在理解了他们的约束条件之后，他们的“非理性”行为，往往呈现出一种令人心酸的合理性。

两位作者研究成果的真正价值是，

它没有终结发展经济学，而是让它“降维”了——从宏观的、理论的维度，降到了微观的、实证的维度。它告诉我们，与其争论“援助有用还是有害”，不如去做一个实验：给村里的孩子免费发放药品，看看他们10年后收入会不会更高。

三

谈到消除贫困，必然要说到中国成功打赢脱贫攻坚战奇迹及其对世界减贫事业的巨大贡献。

当我们站在2026年的时间点上回望，中国摆脱贫困的壮举与《贫穷的本质》的洞察之间，存在着一种深刻的对话关系。

2021年2月25日，中国正式宣告脱贫攻坚战取得全面胜利。中国用40多年的时间，以人类历史上从未有过的速度与规模，让8亿人摆脱了极端贫困。

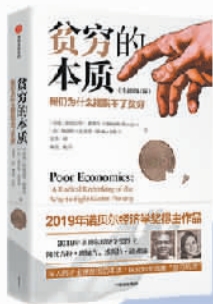
这个成就是如何实现的？

主流叙事强调的是制度优势、政策决心和巨大投入。这些无疑都是真实的。但《贫穷的本质》提醒我们注意另一个维度：精准扶贫。

“扶贫开发贵在精准，重在精准，成败之举在于精准”。而“精准”二字，首先意味着识别每一个贫困家庭的具体困境：是缺技术、缺资金、缺劳动力，还是因病、因灾、因学致贫？然后才是有针对性地配置资源：给这个家庭提供技能培训，给那个家庭提供小额信贷，给第三个家庭提供医疗保障……这种“一户一策”的思维方式，恰恰是《贫穷的本质》所倡导的方法论与中国实践的不谋而合。

当然，中国扶贫的规模和方法远远超出了随机对照实验所能覆盖的范围。这不是对班纳吉和迪弗洛的否定，而是对他们方法论的延伸：“小证据”服务于“大战略”，“大战略”也愿意倾听“小证据”。

中国的经验为全球减贫提供了一个独特的范本——本着滴水穿石、一张蓝图绘到底的韧性、恒心和奋斗精神，发展中国家的贫困问题是可以解决的。



国际

来稿邮箱 gjb@jirbs.cn



中国的

「十一」

世界的

「黄金周」

国庆假期，话题“全世界都知道中国人放假了”冲上热搜。

从悉尼环形码头的熙攘人流，到佛罗伦萨至罗马的火车上乡音交错，再到东非大草原上的一张张中国面孔……中国游客暂别繁忙的日常，奔赴异域和远方。对于众多海外目的地来说，中国火热的出境游既能带动当地文旅商贸发展，更是跨文化交流的宝贵契机。正如网友评论：“中国的‘十一’，世界的‘黄金周’。”

统计数据显示，国庆假期，内地居民出境444.4万人次，较去年同期增长9.3%。泰国旅游局估测，从9月25日至10月7日，约25万中国游客到访泰国，带来约115亿泰铢（约合3.4亿美元）旅游收入，与去年同期相比分别增长24%、37%。韩国《首尔经济日报》网站刊文说，为迎接中国游客，不少百货公司、免税店和便利店纷纷推出促销活动，预计销售额将比去年同期大幅增长。

中国游客深度文化体验需求在升级，不少国家作出快速响应。英国旅游局推出“英国舞台季”，向赴英中国游客发出邀请；韩国仁川则以富平风物大庆典等传统节日以及体育活动为卖点吸引中国游客。与此同时，行走海外的中国游客自发成为文化的传播者。在意大利威尼斯，贡多拉上的中国游客高唱《歌唱祖

国》，步行人们驻足鼓掌。走出国门的中国游客，既是异域文化的观察者，也是民间交流的使者，让海外民众透过一张张鲜活面孔，看到当代中国人的精神风貌。

出境游的火爆，深层逻辑在于中国以更大开放姿态拥抱世界。互免签证“朋友圈”的扩大，降低了出行门槛，也拉近了心理距离。值得注意的是，这种流动是双向的：在“中国人看世界”的同时，“外国人过中国年”也成为新时尚。数据显示，国庆假期，外国人入境68.2万人次，适用免签政策入境50.5万人次，较去年同期分别增长5.4%、9.2%。海外游客选择假期来华，既能体验“限时”推出的丰富文旅活动，在购物时享受“零关税”“真切感知一个传统魅力与时代活力交织的中国。

旅行如一把钥匙，为我们打开通向多元文化的大门，丰富我们观察世界、体悟人生的视角。这股热气腾腾的出入境旅游潮流，早已不止于山川之美、文化之韵，更在于生活之暖、人心之近，推动中国与世界各国走得更近。人潮往来，善意跨越山海，理解冲破隔阂，不同国度的人们读懂真实的彼此，这是旅行更大的意义。（据新华社电）

脑洞

动配方还是动广告？

最近，英国政府正在推进食品营养评分模型的更新工作。消息一出，广告圈先“炸锅”了，因为一大批食品饮料可能因此失去黄金时段的广告资格。

在英国，营养评分是食品饮料广告资格的关键影响因素，分数一过线，产品就可能被划入广告受限名单。因此，即便产品配方没有变化，只要评分办法一换，企业也需要重新权衡，是选择调整广告投放，还是改进配方以重新符合广告标准。

英国为什么要管食品广告？初衷很简单：儿童肥胖率不断攀升，高脂、高盐、高糖食品被普遍认为是重要诱因。因此，从2007年起，英国开始分阶段限制此类食品的广告在儿童节目中或周边播出。但这些限制无法覆盖儿童接触广告的所有场景。英国癌症研究机构指出，儿童也会观看晚间家庭节目，并通过平板电脑等设备接触网络广告。

2019年，英国政府就进一步限制电视和网络食品广告启动公众咨询。经过多轮咨询，新规最终于2026年1月5日在全英生效：可识别的受限食品饮料产品广告，不得在早5点半至晚9点的电视及受监管

点播节目服务中出现，付费网络广告则全天受限。符合条件的食品饮料中小企业及品牌广告等可获豁免。

如何确定哪些产品受限？营养评分模型是关键。英国采用两步判断：先看产品是否属于法规列出的13类指定食品饮料，再用营养模型评分。模型要综合考虑每100克产品的能量、饱和脂肪、总糖、钠，以及蛋白质、纤维和水果、蔬菜、坚果含量等。评分不达标，就会被归为“较不健康”食品饮料。

如今，英国政府又提出更新模型，以反映新的膳食建议。新版模型的一项核心变化，是将糖的评分依据从“总糖”改为“游离糖”，并调整评分阈值。以水果酸奶为例：奶中天然存在的乳糖通常不计入游离糖，完整果肉中的天然糖也不计入，但添加糖以及果汁、果泥中的糖则需要计入。如果新版模型顺利应用，部分原本未被纳入广告限制的酸奶、早餐谷物和甜点，可能会受到限制。

除了广告限制，提案还涉及英国的食品促销条件：包括产品能否摆在收银台、入口等显眼位置，能否

参加“买二赠一”优惠活动等。政策思路很明显：通过限制各种营销形式，促使企业调整产品，并减少购买诱导，进而影响消费者特别是儿童买什么、吃多少。

但企业也可以选择另一条路：不动配方，动广告。改配方有成本也有风险，相较之下，把预算转给符合标准的其他广告时段操作起来更容易。英国广告协会委托机构的研究指出，新模型可能把高达10亿英镑的食品饮料广告支出置于更严格的限制下，广告平台则可能永久损失约1亿英镑的定向品牌广告收入。

尽管广告圈意见不小，英国政府对新模型的政策效果期待依旧很高：按其估算，新模型投入使用25年内，可能带来约370亿英镑的健康与经济效益，包括健康改善的货币化价值、医疗和社会照护节省及经济产出等；若热量摄入下降目标实现，儿童肥胖病例则可能减少超11万例。

不过也有专家指出，这些数字只是“有条件的预测”，能否兑现，取决于政策能否完美实现引导目标。因此，英国人的食谱会发生怎样的变化，还需要时间观察。



本版编辑 韩叙 王一伊 美编 王子莹