



# 世界周刊



找记者 上壹点  
A07-10

齐鲁晚报

2020年9月12日  
星期六

读  
世  
界  
懂  
中  
国

□ 美编：陈华  
□ 编辑：赵恩霆  
□ 组版：洛菁



2020美国大选系列观察③

## 烧钱游戏

美国纽约证券交易所外景和华尔街路牌。

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 赵恩霆 整理

### 赔钱买卖

“这是我们国家历史上最重要的选举,我必须赢……无论花多少钱。”9月8日,在离开华盛顿前往佛罗里达州发表竞选演说时,特朗普对美国福克斯新闻表达了必胜决心。

当被记者问及打算花多少资金用于竞选时,特朗普说,“如果必须这样(自掏腰包)的话,我会这么做……无论付出什么代价,我都必须赢。”据美国彭博新闻社报道,知情人士透露,特朗普正考虑自掏1亿美元助选。

这些年来,特朗普一直标榜自己很有钱,而且竞选吸金能力也一向是他的强项。实际上,特朗普2017年1月20日宣誓就职的同时,就已表明将寻求竞选连任,堪称史无前例。这意味着他从上台第一天起,就已开始着手筹款备战2020年大选。

通过三年的不懈努力,到今年3月底新冠疫情在美国大规模暴发时,特朗普竞选团队和共和党方面已经手握超过2.4亿美元竞选资金。彼时,拜登刚在党内初选中打了几场漂亮的翻身仗,随着主要参选人陆续退出,逐渐确立了民主党提名候选人的地位。而且,拜登团队和民主党方面当时只有约5700万美元竞选经费。

政治捐款是一回事,用自家的钱是另一回事。自掏腰包搞竞选,对于特朗普来说,并非头一回。2016年大选时,他就曾自掏腰包近6000万美元。

去年11月,纽约前市长、彭博新闻社创始人布隆伯格参选时宣布,不要政治捐款,完全自己出钱开展竞选活动。作为一位超级富豪,当时布隆伯格的资产超过550亿美元,至少是特朗普的15倍。后来布隆伯格退选,但仍继续支持民主党阵营。

同样是“不惜代价”,特朗普自掏腰包多少还是得思量一番的。据《福布斯》杂志估算,2015年特朗普的资产规模约45亿美元,2017年上台后个人资产缩水了10亿美元。到了2018年,其个人资产进一步缩水至31亿美元,当了一年总统个人财富少了4亿美元。

《福布斯》杂志9月8日公布的数据显示,截至今年9月,特朗普的净资产已经降至25亿美元,较去年缩水了6亿美元。特朗普自己也曾竞选活动中抱怨,当了总统让他的资产大幅缩水。

自己腰包瘪了点不要紧,特朗普

“无论付出什么代价,我都必须赢。”当地时间9月8日,特朗普前往佛罗里达州出席竞选活动前撂下狠话。是不是听着有点耳熟?去年11月,纽约前市长、超级富豪布隆伯格宣布参选美国总统后,他的团队也曾放言:只要能击败特朗普,在所不惜。

布隆伯格有这个底气,但特朗普却有点霸王硬上弓的意思。日前,特朗普竞选团队被爆面临资金荒,以至于特朗普考虑自掏腰包1亿美元助选。而在刚过去的8月,拜登团队和民主党却创纪录地筹款3.645亿美元。大选临近,烧钱大战更趋白热化。

竞选团队和共和党方面到今年7月已累计筹到11亿美元资金,远高于拜登团队和民主党的6.94亿美元。特朗普阵营在“开源”方面做得不错,却没能处理好“节流”问题,截至7月已经花了超过8亿美元。在大选冲刺阶段,潜在的资金荒迫使特朗普不得不认真考虑再度自己掏钱。

### 换人换策

7月15日晚,特朗普突然撤换竞选团队经理帕斯凯尔,由原副经理斯特皮恩接替。促使特朗普临阵换将的,除了全国性民调大幅落后之外,另一个重要原因就是竞选开支过大。

帕斯凯尔2016年大选时就加入特朗普团队,负责数字广告事务,算是特朗普当选的功臣之一。但据《纽约时报》统计,帕斯凯尔此番担任竞选经理期间,特朗普团队仅在筹备筹款活动上就花了3.5亿美元,占总支出的近44%。

帕斯凯尔曾在个人社交媒体账户上发布了支持特朗普的宣传广告,特朗普团队还为此投入80多万美元,以期增加帕斯凯尔个人“脸书”和Instagram账户的流量,但收效甚微。

为了满足特朗普的个人喜好,竞选团队今年2月在“超级碗”花了1100万美元买下两个广告位。这笔支出比在威斯康星、密歇根、艾奥瓦和明尼苏达这4个“摇摆州”的广告投入总和还多。此外,特朗普团队还在华盛顿的一个电商企业投了100万美元广告费,只因特朗普是一位电视购物狂。

斯特皮恩也是特朗普竞选团队的“老人”,2016年大选时负责组织全国现场活动。特朗普上台的前两年,斯特皮恩还担任过白宫政治主管。他升任竞选团队经理后,迅速着手削减竞选开支。

从7月下旬开始,特朗普团队逐渐调整竞选宣传策略,包括暂停投放电视广告。美国媒体分析公司“广告分析”的数据显示,特朗普团队没有在7月29日和30日投放竞选广告,也没有预订8月的广告。而拜登团队则在那两天投放了390万美元的广告,为8月的广告投入了600万美元。

由于新冠疫情,拜登自3月底开始便将竞选活动全部转到线上,他本人长期在位于特拉华州的家中开展线上造势,只有5月在特拉华州和相邻的宾尼法尼亚州举办过两场小规模线下活动。而且,拜登团队也基本放弃了雇用员工上门拜票,这些调整节省了不少开销。

而特朗普团队依然在全美100个地区雇用了超过2000名员工,宣称每周会走访100万户家庭拉票,而这些人力和宣传的开支也是一笔不小的数目。而且,美国疫情仍在恶化的情况下,特朗普6月20日重启线下大规模竞选活动。相比之下,拜登直到9月才事实上重启了线下竞选活动。

截至7月,拜登团队的竞选活动开支超过4亿美元,是特朗普团队花销的一半。这意味着特朗普团队和共和党剩余3亿美元,拜登团队和民主党还有2.94亿美元,双方的竞选资金池差距仅剩大约600万美元。

### 砸钱听响

据统计,截至今年上半年,特朗普团队在竞选广告上已经花了8000万美元,远高于2016年同期的2100万美元。今年同期,拜登团队的广告投入也高达6500万美元。

8月中下旬先后举行的民主、共和两党全国代表大会,成为双方广告

大战的交锋时刻。民主党大会期间,特朗普团队仅在数字媒体上就砸钱超过1000万美元做广告“黑”拜登。而共和党大会期间,拜登团队更是投入2600万美元,在电视、广播和数字媒体上对特朗普发起全方位攻势。

“摇摆州”无疑是广告投放重点,特朗普此前分别在威斯康星、密歇根、艾奥瓦和明尼苏达这4个“摇摆州”花了390万美元、360万美元、200万美元和130万美元,拜登在佛罗里达、宾夕法尼亚、北卡罗来纳和威斯康星等“摇摆州”的投入也分别都超过百万美元。

7月,特朗普团队和共和党筹到1.65亿美元,创其阵营单月筹款最高纪录;拜登方面虽然只有1.4亿美元,但5月、6月的筹款额曾连续超过特朗普。到了8月,拜登团队猛然发力,当月共筹到3.645亿美元,一举超过奥巴马2008年创下的单月筹款1.93亿美元纪录,成为美国大选史上单月筹款最高纪录。

根据拜登团队公布的数据,所有款项的95%来自基层支持者,约150万美国人是首次捐款,57%来自在线小额捐款。在这3.645亿美元中,2.05亿美元来自在线捐款。8月11日拜登宣布亚非裔女参议员哈里斯为竞选搭档后48小时内,拜登团队就筹到4800万美元。

超高筹款纪录给了拜登底气,8月广告投入比特朗普多了一倍,在威斯康星、佛罗里达、宾夕法尼亚和密歇根等“摇摆州”投放了8000万美元广告。拜登团队还在8月表态,将在最后三个月斥资2.8亿美元做竞选广告,重点投放15个“摇摆州”。

特朗普这边则表示,9月7日至11月3日大选投票日期间,电视广告预算1.47亿美元。不过,曾在2016年大选向特朗普捐款的38位大金主中,截至8月只有6人投了钱,更多人选押宝共和党参议员,以确保大选后参议院不落民主党之手。

除了民众小额捐款,金主投钱以及候选人自费外,候选人还可通过“政治行动委员会”筹款,联邦政府和两党也会给予候选人一定的资金。根据美国联邦选举委员会统计,2000年大选总开支3.431亿美元,2004年为7.179亿美元,2008年达15.7亿美元。尽管2012年数据为13亿美元,但实际费用很可能突破20亿美元,而2016年大选据称总支出近60亿美元。

随着9月底决战辩论拉开序幕,特朗普和拜登之间的烧钱战将更趋白热化。能筹钱还得起把钱花在刀刃上,或许也是能否成功入主白宫的一个重要因素。