



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：赵恩霆
□组版：洛菁



2020美国大选系列观察③

烧钱游戏

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。特朗普自己也曾在竞选活动中抱怨，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夕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

美国纽约证券交易所外景和华尔街路牌。

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日拜登宣布亚裔女参议员哈里斯为竞选搭档后48个小时内，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，更多人选择押宝共和党参议员，以确保大选后参议院不落入民主党之手。

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。能筹钱还得能把钱花在刀刃上，或许也是能否成功入主白宫的一个重要因素。