Китайский лоббизм в США

© 2015

Д.Б. Графов

Статья посвящена анализу лоббирования американских интересов в КНР и встречному лоббированию китайских интересов в исполнительной и законодательной власти США. Особое внимание уделяется взаимной увязке этих интересов и механизмам, с помощью которых власти Китая стараются оказывать влияние на принятие политических решений в Конгрессе и президентской администрации. Приводятся конкретные примеры взаимодействия американских и китайских лоббистов.

Ключевые слова: США, КНР, китайское лобби, Конгресс, администрация президента США, лоббистская кампания, группы интересов.

Китайский лоббизм в США является, пожалуй, одним из наиболее эффективных на Капитолийском холме. С 70-х годов XX века выделялись две группы китайских лоббистов в США. К первым относились сторонники гоминьдановского режима, действовавшие в интересах Тайваня. Вторые были связаны с Пекином и работали на углубление сотрудничества США и КНР. Однако за последнее десятилетие именно лоббирование в интересах Пекина вышло по своим объемам и по геополитическому значению на первое место по сравнению «тайваньским» лоббизмом.

Последние четверть века китайский лоббизм развивался параллельно с углублением экономических и политических отношений между США и КНР. Первыми лоббистами в пользу Китая в США оказались американские компании, работавшие в сфере высоких технологий. Они были заинтересованы в снятии торговых барьеров и проникновении на необъятный китайский рынок. Именно они последовательно продавливали в конгрессе США закон нормализации торговых отношений с КНР, который президент США Билл Клинтон подписал 11 октября 2000 г. Введение режима нормальных торговых отношений фактически означало отказ от экономических санкций против Пекина, введенных в связи с тьяньаньмэнскими событиями 1989 г.

Аргументы руководителей крупнейших компаний «силиконовой долины», которые они пытались донести до законодателей, были достаточно откровенными: увеличение экспорта в Китай даст сотни миллионов дополнительного дохода и новые рабочие места в США. Корпорация «Интел» послала на Капитолий председателя правления Э. Грува и исполнительного директора К. Баретта. Законодатели получали сигналы не только от конкретных компаний, но и от всей так называемой группы специальных интересов. «Промышленность поддержит людей, которые поддерживают высокие технологии», — заявил, обращаясь к законодателям, президент Союза производителей электроники, бывший конгрессмен от Демократической партии Д. Маккерди¹. Это был недвусмысленный намек на помощь в избирательных компаниях тем конгрессменам, которые услышат голос корпораций, заинтересованных в китайском рынке. Лоббистская кампания

Графов Дмитрий Борисович, соискатель Дипломатической академии МИД РФ по специальности «Политология», журналист. E-mail: graftvc@mail.ru.

охватила СМИ, размещавшие материалы в поддержку разрушения торговых барьеров в торговле с КНР. Одновременно участниками непрямого лоббирования стали тысячи сотрудников высокотехнологичных компаний, отправляя в них свои письма законодателям. Фактически сформировался настоящий лоббистский фронт, успех которого объяснялся тем, что эти компании не имели определенной привязанности к демократам или республиканцам, и он был как бы «двухпартийным». Это облегчало контакты лоббистов со всеми ключевыми акторами конгресса. К лоббистской борьбе за снятие санкций с КНР была привлечена Торговая палата США, обслуживавшая интересы компаний, сталкивавшихся с проблемами в торговле с Китаем. К лоббированию присоединился и Американско-китайский деловой совет. Законодателям был предложен тезис о том, что продвижение в КНР американской продукции означает продвижение в эту страну демократии.

Встречное лоббирование

Спустя десять с лишним лет картина «китайского лоббирования» серьезно изменилась. Оно перестало быть «улицей с односторонним движением». Произошло взаимопроникновение лоббистских сил США в госаппарат КНР и лоббистов из Поднебесной в законодательную и исполнительную ветви американской власти. Так, компания «Дженерал электрик» 14 лет назад запустив программу «корпоративного лидерства», ежегодно приглашает 25 высших китайских менеджеров для стажировки в США. По признанию руководителей компании², цель этой программы — подготовить союзников в освоении большого и динамично растущего китайского рынка, на который «Дженерал электрик» поставляет авиадвигатели и ветряные электростанции. Стажировку через эту программу по договоренности с Организационным отделом ЦК КПК прошли уже более 200 китайских специалистов высшего управленческого звена, которых затем назначают в китайские компании.

Экономика Китая обогнала японскую и вышла на 2-е место в мире. В связи с этим растут не только возможности, но и проблемы. Те иностранные компании, которые не учитывают интересы китайских властей, могут столкнуться с «предвзятым» отношением с их стороны. В то же время при «правильном» подходе к китайским чиновникам их «правила игры» сулят большой конкурентный потенциал.

По мере того, как Китай продвигает собственные госкомпании, ограничивая свободный доступ на свой рынок, лоббирование интересов американских компаний в Поднебесной становится настоящей индустрией. Американские лоббистские и консалтинговые фирмы расширяют деятельность в КНР, чтобы помочь клиентам из США ориентироваться в коридорах китайской власти. Так, Albright Stonebridge Group, которую возглавляют бывшая госсекретарь США М. Олбрайт и бывший помощник президента по вопросам национальной безопасности С. Бергер, привлекают для работы в пекинском филиале 8–10 бывших китайских чиновников. У «Дженерал электрик» в пекинском офисе работают до 30 лоббистов. По словам С. Бергера, они помогают убедить китайских официальных лиц в том, что «все, что хорошо для бизнеса — хорошо для Китая»³. Таков один из принципов лоббирования — «упаковка» своего интереса в форму общественного или интереса того, кто этому лоббированию может помешать.

В частности, благодаря привлечению бывших влиятельных чиновников министерства торговли КНР Albright Stonebridge удалось обеспечить для своего клиента, американской компании First Solar, положительный результат переговоров о строительстве крупнейшего в мире завода по производству солнечных батарей во Внутренней Монголии. История вовлечения многих представителей американской политической элиты в процесс лоббирования в коридорах власти Поднебесной может считаться также и китайским «ноу-хау». Власти КНР фактически деидеологизировали этот процесс. Они делают вид, что исповедуют либеральный подход, думают в первую очередь не об идеологии, а об экономической выгоде, и с ними можно иметь дело. И американский бизнес в это по-

верил. Общее правило американских лоббистов в Пекине — представить свой проект так, чтобы цели (политические, экономические, личные) китайских чиновников тоже были учтены и достигнуты.

Китайские лоббисты на подступах к Капитолию

С середины 2000-х годов стал нарастать и обратный процесс: появился спрос на лоббистские услуги с китайской стороны для решения проблем в исполнительной и законодательной ветвях власти США. Лоббистские и консалтинговые фирмы в Вашингтоне стали нанимать бывших американских чиновников с опытом работы в Китае и связями в госаппарате США. Бывший торговый представитель США в Китае Т. Стрэтфорд стал работать в крупнейшей лоббистской фирме Covington & Burling, которая в 2008 г. открыла свой офис в Пекине. Одним из клиентов Covington & Burling является Фонд китайско-американских обменов и взаимодействия (China-US Exchange Foundation). С ним работал лоббист М. Голд, который начинал помощником в сенатском Комитете по разведке, в 1993–1995 гг. был руководителем кадровой службы Комитета по регламенту сената США, потом сменил две лоббистские фирмы и в 2002–2003 гг. возглавил аппарат лидера сенатского большинства Б. Фриста. Затем М. Голд работал в «Вашингтон пост», а в 2008 г. пришел в Covington & Burling. Всего с 2009 по 2015 г. Фонд китайско-американских обменов и взаимодействия израсходовал на лоббирование в США 2,569 млн долл.⁴ В отчетах, подаваемых в соответствии с американским законодательством, круг лоббируемых вопросов сформулирован максимально кратко: «китайско-американские отношения». Инстанции, в которых осуществляется лоббирование — Сенат и Палата представителей конгресса США. Фонд пользуется также лоббистскими услугами других фирм.

Еще одна лоббистская фирма, Wilson Global Communications, нанятая Фондом китайско-американских обменов и взаимодействия, наоборот, указывает весьма широкий круг лоббируемых вопросов: «Поиск новых возможностей в углублении международного торгового сотрудничества для взаимной финансовой выгоды, включая обмен студентами, взаимодействие с американским бизнесом, гражданскими организациями, контакты с избранными и назначенными чиновниками, а также лидерами местных общественных организаций»⁵.

О лоббировании экономических интересов можно судить по неудавшейся попытке China National Offshore Oil Corporation поглотить в 2005 г. американскую Unocal Corporation. На лоббирование она потратила 2,2 млн долл. Но палата представителей выразила мнение, что государственная китайская энергетическая компания, получив контроль над одним из важных элементов энергетической инфраструктуры США, может ослабить национальную безопасность⁶.

В списке китайских клиентов американских лоббистов присутствуют в основном бизнес-структуры: Американская торговая палата в Китае, Китайская национальная нефтегазовая корпорация, Китайская ассоциация железа и стали, Китайская национальная шельфовая нефтяная корпорация и др. До 2009 г. одной из лоббистских компаний, с которой работали китайские официальные заказчики, была фирма Hogan&Hartson⁷. В 2007–2008 гг. она получила за свои услуги от правительства КНР 664 тыс. долл. В отчете говорится о консультациях относительно того, насколько конгресс, правительственные и другие структуры политической системы США могут влиять или иметь отношение к интересам КНР⁸. Другая крупная американская лоббистская компания — Patton Boggs⁹ обслуживала Торговую палату Китая по экспорту и импорту металлов, минералов и химической продукции, обеспечив в 2010 г. 15 контактов в комитетах по налогам сената и палаты представителей¹⁰. Торговая палата Китая по экспорту и импорту машиностроительной и электронной продукции в том же 2010 г. благодаря Patton Boggs получила 23 контакта в тех же налоговых комитетах, а

также в сенатском комитете по финансам¹¹. Все это примеры того, насколько активно Китай использует инструментарий американской лоббистской системы.

Китайская диаспора

Качественное изменение в китайском лоббизме произошло 6–7 лет назад, когда власти Поднебесной осознали, что полагаться на американских лоббистов можно лишь до определенного предела. Некоторые проблемы требовали работы с конгрессом без этих посредников и через другие механизмы. Одной из главных проблем для Китая на Капитолии является постоянное муссирование тем «защиты свободы», преследования участников событий на площади Тяньаньмэнь и современных диссидентов. За 25 лет было принято 79 резолюций конгресса, осуждавших убийство мирных демонстрантов, призывающих освободить узников совести, признать и возместить им ущерб, включая тех, кто был арестован на площади Тяньаньмэнь в 1989 г. Американские законодатели осуждали также практику использования человеческих органов после казни, не ограниченное сроками содержание под следствием без суда, трудовые лагеря по перевоспитанию. Но резолюции не только осуждали, но и обязывали президента США использовать различные санкции — от торговых, включая оружейное эмбарго, до политических, например, призыва к Международному олимпийскому комитету перенести из Пекина столицу Олимпийских игр 2008 г.¹²

Одним из наиболее активных на Капитолии борцов с китайским тоталитаризмом была Н. Пелоси, выступавшая против принятия Китая в ВТО, автор поправки в законопроект от 18 октября 1990 г., лишившей КНР режима благоприятствования в торговле с США, а также ряда резолюций, осуждавших преследование участников событий на Тяньаньмэнь и прочих китайских инакомыслящих¹³.

Став спикером палаты представителей, Н. Пелоси продолжала поддерживать все антикитайские резолюции. Особенно болезненным для КНР был призыв конгресса к правительству США бойкотировать Олимпиаду в Пекине в качестве ответной меры за преследования китайскими властями правозащитников, а также представителей тибетского и уйгурского меньшинств. Н. Пелоси призвала президента Буша не приезжать на открытие Олимпиады¹⁴. Она демонстративно посетила в Индии духовного лидера буддистов далай-ламу, заявив, что у США нет морального права говорить о правах человека в мире, пока они не добьются прекращения притеснений в Тибете¹⁵.

Для посольства КНР Patton Boggs обеспечила в 2008 г. 16 встреч с влиятельными американскими конгрессменами, включая Н. Пэлоси, лидера демократического большинства в сенате Г. Рида, конгрессменов Дж. Клиберна, Г. Бермана, Э. Марки, С. Хойера, Дж. Кроули и др.¹⁶ Китайское лоббирование дало результат. Президент Буш приехал на открытие Олимпиады в Пекин, хотя и призвал китайские власти улучшить ситуацию с правами человека. Сама Н. Пелоси приехала в Поднебесную в мае 2009 г. и ни слова не сказала о нарушениях прав человека. Более того, на конференции по проблеме климатических изменений она заявила, что глобальное потепление «меняет правила игры» в отношениях США и Китая, чего от нее никто не ожидал.

Возможно, не в последнюю очередь смягчение ее позиции произошло потому, что в округе Сан-Франциско, откуда она была избрана в конгресс, китайская диаспора является одной из самых крупных и влиятельных в США¹⁷.

Влияние китайской диаспоры на выборные кампании в США является серьезным рычагом лоббирования Китаем своих интересов. По данным Бюро переписи населения за 2013 г. в США насчитывалось 4,3 млн китайцев¹⁸, т.е. 1,3% населения страны. Они проживают во многих штатах, однако основными районами их проживания являются Калифорния — 43%, Нью-Йорк — 13% и Техас — 7%. В Калифорнии проживает около 55% тайваньской диаспоры в США, а в Нью-Йорке — около 20% выходцев из КНР¹⁹. Значи-

тельная часть китайской диаспоры сосредоточена в Сан-Франциско, Лос-Анджелесе, Бостоне, Чикаго. Есть «чайна-тауны» и в других крупных городах страны. Китайская диаспора в США считается «старой», большинство китайцев оказались там после 1980 г., и этот процесс продолжается. Китайские власти активно работают со своей диаспорой. Последние 5–8 лет китайская партийная пропаганда уделяет огромное внимание теме возрождения и возвышения Поднебесной. На этой теме консолидируется и китайская диаспора. Культивируется лояльность к родине под лозунгом «консолидировать сердца, объединить умы, развивать возможности для возрождения великой китайской нации». Объединяющее начало чувства гордости за родину, готовность послужить ей за рубежом присущи в том числе и многим выходцам с Тайваня.

Для тех, кто родился за пределами Китая, Пекин активно осуществляет программы «возвращения к историческим корням», организуя поездки на родину. В 2008 г. в них участвовали более 5 тыс. человек²⁰. Тема свободного перемещения («культурных», учебных обменов) между Китаем и США упоминается китайской стороной всякий раз, когда речь идет об отношении между Пекином и Вашингтоном.

Второй рычаг влияния — скрытое финансирование Китаем избирательных кампаний в США. Впервые об этом стало известно в 1996 г. в связи с так называемым Чайнагейтом. Тогда подозрения пали на Билла Клинтона. Он противостоял давлению конгресса по вопросу предоставления визы для выступления в Корнельском университете тайваньскому президенту Ли Дэньхуэю, хотя потом был вынужден уступить. Затем вскрылось, однако, что на счета Демократической партии поступали значительные суммы пожертвований от компаний, связанных общими интересами с континентальным Китаем. В 1996 г. посредником выступил глава фирмы Loral Corporation, который сделал самое большое индивидуальное пожертвование на нужды Демократической партии США в размере 1,1 млн долл. Ключевой фигурой выступал американский предприниматель тайваньского происхождения Джон Чун, близкий к военным кругам Китая. Все это квалифицировалось как незаконное финансирование избирательной кампании со стороны иностранных агентов. Вторым эпизодом «Чайнагейта» было обвинение демократической администрации в том, что она «закрывает глаза» на продажу армии КНР американских спутниковых технологий²¹.

Характерно, что продолжающийся рост китайской диаспоры в США носит организованный характер. Она открывает для властей Поднебесной эффективный механизм влияния через пожертвования в избирательные фонды политиков. В США пожертвования от частных лиц тому или иному кандидату или в комитет его поддержки жестко ограничены суммой в 2,7 тыс. долл.²² Взносы до 100 долл. могут делаться наличными. С учетом этого дисциплинированная китайская диаспора является идеальным каналом поддержки на выборах нужных политиков.

Специальный отряд по работе с конгрессом

Всего 10 лет назад Китай игнорировал конгресс и не пытался лоббировать через законодателей. Китайские власти считали Сенат и Палату представителей «придатком» исполнительной власти. Однако затем китайское лоббирование охватило и конгрессменов. Пекин сохранил работу через лоббистскую фирму Patton Boggs, но стал активно действовать и через дипломатические каналы. В 2008 г. Китай открыл новое посольство в США, потратив на это 200 млн долл. Китайский посол объехал все штаты и навестил около сотни сенаторов в их избирательных округах. В новом посольстве КНР разместились группа из 12 человек по связям с конгрессом²³.

«Рукой», которая непосредственно оплачивала лоббирование, оставались китайские корпорации, формально выступавшие за хорошие отношения с США в своих собственных интересах и работавшие через американских лоббистов. В лоббистском отчете компании Homer Laughlin China²⁴ темой лоббирования указана «защита транстихоокеан-

ского партнерства». China Trust Financial Holding лоббировала «обеспечение стратегического взаимопонимания и облегчение коммуникаций с государственными учреждениями относительно коммерческих инвестиционных возможностей»²⁵. При этом на поверхности американо-китайских отношений на протяжении 10–12 лет одной из главных тем остаются претензии США в отношении заниженного курса юаня, установленного КНР. В 2010 г. через палату представителей прошел законопроект²⁶, в котором недооцененные валюты рассматривались как скрытая субсидия, что по американским торговым законам позволяет конкурирующим компаниям требовать наложения штрафа. Несмотря на то, что этот законопроект отражал интересы многих американских производителей, например, текстильных компаний, конкурирующих с Китаем на американском рынке, против него выступила коалиция из 45 американских организаций и компаний, включая Американскую торговую палату, деловой «круглый стол» и Национальный совет по внешней торговле²⁷.

Эти структуры обратились с письмом в Конгресс, призвав отказаться от давления на Китай в вопросе укрепления юаня. В нем говорилось: «Штрафные санкции по отдельным китайским товарам были бы контрпродуктивны не только в отношении курса юаня, но и с учетом наших более широких национальных интересов, которые сталкиваются с рядом трудностей в Китае. Они включают недостаточную защиту нашей интеллектуальной собственности, ограничения доступа на китайский рынок, нашу заинтересованность в либерализации финансовых услуг, возможные дискриминационные действия местных властей на уровне промышленной политики, а также ответные торговые ограничения»²⁸.

Лучший исход для китайских лоббистов трудно было предположить. И законопроект загадочно «умер» в сенате. Впрочем, сенатор Ч. Шумер и конгрессмен С. Левин, давние критики валютной политики КНР, пообещали реанимировать этот законопроект и были в этом не одиноки.

Несмотря на усилия части лоббировавших от имени Китая американских корпораций, в 2011 г. появился новый «валютный» законопроект Currency Reform for Fair Trade Act, выдвинутый в нижней палате С. Левиным, а в верхней — сенатором Ш. Брауном. Он предусматривал введение в отношении экспорта из любой страны с «существенно регулируемой» валютой штрафа или обязанности по компенсации убытка, нанесенного американским производителям. В борьбе с этим законопроектом Китай продемонстрировал новые подходы в лоббировании. По данным агентства Рейтер, «команда по связям китайского посольства с конгрессом» встречалась на уровне помощников конгрессменов, делала звонки высокопоставленным чиновниками конгресса, обсуждала последствия с Белым домом²⁹. Китайское посольство платило фирме Patton Boggs 35 тыс. долл. в месяц³⁰ за доступ на Капитолий и консультации по текущему политическому процессу в конгрессе. Работа с конгрессом не означала отказа от старых рычагов — «взятых в залогники китайским рынком» американских транснациональных корпораций.

По данным First Street Research Group, 68 организаций лоббировали против законопроекта. Среди них были Американо-китайский деловой совет, Boeing и Honeywell. Законопроект был принят в Сенате 63 голосами против 35. Но в палате представителей соотношение сил было почти равным. Законопроект не прошел благодаря выступлению спикера Дж. Бейнера, который настаивал, что принятие закона развяжет торговую войну с Китаем³¹. Это заявление слово в слово совпадает с заявлениями китайских дипломатов, сделанными агентству Рейтер. Не поддержала принятие закона и администрация Обамы, правда, в очередной раз обвинив Пекин в «играх с валютной системой»³².

Еще одним новым моментом в лоббировании против закона об обменном курсе юаня был приезд в конгресс делегации китайских законодателей — зримое подтверждение важности этого вопроса для Пекина и его готовности к ответным действиям. Сенатор-республиканец О. Хэч, который голосовал против законопроекта, отметил, что было важно слушать китайцев и чувствовать их поддержку. Он предложил поправку, обязывающую президента США подключиться к переговорам по валютной проблеме, но в де-

мократическом сенате поправка не прошла. Это свидетельствует также о том, что Пекин активно использует партийные разногласия в политической системе США.

Как видим, Китаю порою удается не допускать принятия не выгодных для него законопроектов и в целом успешно лоббировать нужные решения в американском Конгрессе.

Выводы

К факторам, которые определяют успехи лоббистской деятельности Пекина в политической системе США, можно отнести: сильную экономическую зависимость целых отраслей американской экономики от рынка КНР, организованную и управляемую Пекином китайскую диаспору, использование политической борьбы между республиканцами и демократами, ангажирование бывших американских чиновников и создание привлекательных условий для их бизнеса и бизнеса их родственников в Китае, а также постоянное представительство интересов в США в виде специальной «группы связи» с конгрессом.

Ключевым фактором в лоббировании несомненно являются число американских фирм, торгующих с Китаем или имеющих производство на территории Поднебесной, и их зависимость от властей КНР. По данным Американско-китайского делового совета, американский экспорт в КНР в 2014 г. превысил 120 млрд долл. и растет последнее десятилетие на 13% ежегодно. Китайский рынок является для США третьим по объему после Канады и Мексики³³. Однако для 39 штатов рынок КНР в 2014 г. по объему был первым. Главными бенефициариями от экспорта в Китай являются производители высокотехнологичного оборудования, транспортной техники, сельхозпродукции, электронных компонентов, химической продукции. Согласно данным Американско-китайского делового совета и Министерства торговли США, экспорт в КНР дает 11,7 млн рабочих мест³⁴. При этом он вступает в противостояние с интересами американских континентальных компаний, испытывающих проблемы от несправедливого курса юаня, главным образом, в металлургической и текстильной отраслях, однако число занятых в их производствах несравнимо меньше. Также надо учитывать американские прямые инвестиции в КНР, которые в 2014 г. оценивались в 65,77 млрд долл.³⁵ Соотношение «прокитайских» и «антикитайских» экономических акторов несоизмеримо. Поэтому о несправедливом обменном курсе юаня заявляют те конгрессмены, для которых не выдержавшие конкуренции американские компании означают уволенных работников и потерянные голоса избирателей.

Ежегодный прирост китайской диаспоры в США позволяет говорить о возрастающем давлении на законодателей в ходе избирательных кампаний. С ростом китайской диаспоры как организованной управляемой силы неизбежно приходится считаться.

Слабое место китайского механизма лоббирования состоит в том, что, в отличие от израильского, китайский лоббизм является внешним. То есть, интересы групп давления не совпадают с национальными американскими интересами. Актеры не являются укоренившимися в политической системе США. Все это позволяет рассматривать китайский лоббизм как модель, которую можно воспроизвести в адаптированном виде для отстаивания интересов других стран, в том числе России.

1. *Alvare L.* The China Trade Wrangle: The Silicon Lobby // N.Y. Times. 18.05. 2000.

2. *Forsythe. M.* "Businesses Look for an 'in' With Beijing" // N.Y. Times. 04.05. 2010.

3. Там же.

4. Веб-сайт организации «Центр за ответственную политику». URL:

<http://www.opensecrets.org/lobby/clientsum.php?id=D000048641&year=2015>.

5. Веб-сайт Сената США, база отчетов лоббистских фирм: Secretary of the Senate, Office of Public Records, Lobbying report. URL: <http://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=getFilingDetails&filingID=F7A9DDDD-2F35-4674-8333-0B5BC89B1BC1&filingTypeID=78>

6. Резолюции конгресса США H.R. 6 Energy Policy Act of 2005; H.R. 3058 Transportation, Treasury, Housing and Urban Development, the Judiciary, the District of Columbia, and Independent Agencies Appropriations Act, 2006; H. Res. 344; H.R. 3057 Foreign Operations, Export Financial and Related Programs Appropriations Act, 2006; S. 1042 Defense Department FY2006 Authorization bill.
7. Веб-сайт "Sunlight Foundation". URL: http://foreign.influenceexplorer.com/payment-table?client_id=129775.
8. Там же. URL: <http://foreign.influenceexplorer.com/form-profile/13091>.
9. В 2013 г. доход Patton Boggs от лоббистских услуг составил 38,9 млн дол. В 2014 г. компания была поглощена Squire Sanders и стала действовать под названием Squire Patton Boggs — 1500 юристов, 44 офиса в 21 стране.
10. Веб-сайт "Sunlight Foundation". URL: <http://foreign.influenceexplorer.com/form-profile/14529>.
11. Там же. URL: <http://foreign.influenceexplorer.com/form-profile/4120>.
12. Резолюция Палаты представителей Н. CON. RES. 141, April 28, 2005. H. RES. 610, August 3, 2007.
13. H.Res.178–106th Congress (1999–2000), H.R.4590, H.R.1890, H.R.1835–103rd Congress (1993–1994), H.R.2212–102nd Congress (199 —1992).
14. H.Res.608 от 02.08.2007.
15. Pelosi calls on Bush to boycott Olympic opening ceremonies, редакционная статья с веб-сайта CNN. URL: <http://edition.cnn.com/2008/WORLD/asiapcf/04/01/pelosi.olympics/>.
16. Веб-сайт Министерства юстиции США. URL: <http://www.fara.gov/docs/2165-Supplemental-Statement-20080206-6.pdf>.
17. *Thrush G.* "Pelosi still hammers China" // POLITICO, 18.03.2009.
18. Веб-сайт Бюро переписи населения США. URL: <http://www.census.gov/newsroom/facts-for-features/2015/cb15-fi07.html>.
19. Geguo huaren renkou zhuanji: [Китайское население стран мира]. Taiwan, 2005.
20. Nemu xiangyong hezuo gongying Guojian yige chongman holi de huaqiao huaren shehui: [Взаимная гармония и сотрудничество с выигрышем для всех, построим исполненное живой силы сообщество для зарубежных китайцев] // Zhongguo qiao wang. URL: <http://www.chinaqw.com/news/200707/03/78232.shtml>.
21. Congressional Record — House, 1998. May 19. P. 9739.
22. Веб-сайт Федеральной избирательной комиссии США. URL: http://www.fec.gov/ans/answers_general.shtml#How_much_can_I_contribute.
23. *Hutzler K.* Does America Need a Stronger China Lobby? // China Hands. 07.01.2013.
24. Веб-сайт Сената США. URL: <http://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=getFilingDetails&filingID=7BAAB9C4-5097-430E-8439-24BE5CF95722&filingTypeID=60>.
25. Веб-сайт Сената США. URL: <http://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=getFilingDetails&filingID=B358017E-2B72-45B5-BB37-7C4FE5B79E9A&filingTypeID=60>.
26. H.R.2378 — Currency Reform for Fair Trade Act.
27. Веб-сайт Сената США. URL: <http://soprweb.senate.gov/index.cfm?event=getFilingDetails&filingID=3ee18278-f19a-4307-8629-1d2aec666649&filingTypeID=60>.
28. "U.S. groups urge Congress reject China currency bill" // REUTERS. 24.06.2011.
29. *Reid T., Cornwell S.*, China launches lobbying push on currency bill // REUTERS. 12.10. 2011.
30. Там же.
31. *Lehene R.*, Government and Business: American Political Economy in Comparative Perspective, CQ Press, 2012.
32. *Reid T., Cornwell. S.* Op.cit.
33. Веб-сайт Американо-китайского делового Совета. URL: <https://www.uschina.org/reports/us-exports/national>.
34. Там же.
35. Веб-сайт американского бюро статистики. URL: <http://www.statista.com/statistics/188629/united-states-direct-investments-in-china-since-2000/>.