**Локальная дипломатия как инструмент экономической экспансии Китая в Латинской Америке**

***Подбуцкая Е.А.***

*Сотрудник*

*Институт Латинской Америки РАН, Москва, Россия*

[*catherine.podbutskaya@yandex.ru*](mailto:catherine.podbutskaya@yandex.ru)

В XXI в. Китай добился значительных результатов в продвижении отечественной продукции на латиноамериканские рынки. Для многих стран региона он в кратчайшие сроки стал ключевым поставщиком и важнейшим рынком сбыта [2]. Такой успех объясняется множеством факторов, среди которых выделяется проактивная государственная политика. Власти азиатской державы продемонстрировали способность адаптировать стратегию под индивидуальные особенности контрагентов, сочетая множество разнонаправленных методик. Одной из них является локальная дипломатия, суть которой заключается в переходе от межправительственного диалога к взаимодействию на уровне административных единиц – провинций, штатов, муниципалитетов.

Преимущество локальной дипломатии – ее медийная «неприметность». Местные проекты гораздо меньше освещаются СМИ по сравнению с инициативами общенационального масштаба. Это позволяет проводить «тихую» экспансию, не привлекая внимание широкой общественности и третьих стран. К тому же данный метод прекрасно подходит для «разведки»: разворачивая деятельность в отдельно взятом районе, КНР получает шанс ознакомиться с национальным законодательством, культурными особенностями, условиями рыночной конкуренции и т.д. Полученные знания затем могут быть применены на государственном уровне, что снизит вероятность репутационных и материальных потерь.

Использование такого подхода порой продиктовано самой спецификой административного устройства латиноамериканских стран. Для некоторых из них характерна высокая степень автономии территориальных единиц. В отдельных случаях регионы пользуются привилегией самостоятельно вести внешнеторговую политику и определять круг своих контрагентов. Вследствие этого они сами могут обращаться к Китаю с предложением о сотрудничестве, как это, например, сделали несколько бразильских штатов в годы пандемии (правительство в этот период было настроено в отношении Пекина крайне настороженно). Кроме того, ведение диалога по линии местных органов власти может быть более экономически целесообразным, поскольку провинции иногда находятся в лучшем финансовом положении, нежели «центр».

В практике локальной дипломатии КНР есть множество историй успеха. Благодаря заложенной государством базе удалось наладить сотрудничество между торговой платформой Alibaba и мексиканским штатом Гуанахуато: китайская сторона провела для местной молодежи тренинги в области электронной коммерции [1]. Компании Huawei удалось реализовать проект Safe City, в рамках которого в боливийский город Кочабамба были поставлены «умные» системы видеонаблюдения и техническое оснащение для полиции [4]. Поистине благодатной почвой для партнерства стали побратимские отношения между провинциями Гуйчжоу и Хухуй (Аргентина): они создали условия для успешной деятельности таких компаний, как ZTE, Shanghai Electric, Power China и Talesun [3].

Стоит, однако, заметить, что применение метода локальной дипломатии требует слаженных действий внушительного числа акторов. В случае Китая первым звеном выступают дипломатические представительства. Сотрудники посольств отвечают за выявление перспективных ниш для сотрудничества с последующим информированием заинтересованных лиц на родине. Далее в процесс включается Китайский совет по продвижению международной торговли (China Council for the Promotion of International Trade, CCPIT). В обязанности его провинциальных отделений входит организация встреч и мероприятий, а также учреждение совместных с латиноамериканской стороной локализованных представительств (в качестве примера можно привести Мексиканско-китайскую торгово-технологическую палату, начавшую функционировать в 2008 г.). Замыкают цепочку сами компании, которые в целях оперативного реагирования должны постоянно находиться в контакте с представителями власти. Таким образом, на государство ложится задача по координации всех участников алгоритма, для решения которой необходимо задействовать большой административный ресурс.

**Источники и литература**

1. Entrenarán guanajuatenses con Alibaba. URL: <https://oem.com.mx/elsoldeleon/local/entrenaran-guanajuatenses-con-alibaba-programa-global-digital-talent-de-alibaba-business-school-20214474>
2. <https://wits.worldbank.org/> (World Integrated Trade Solutions)
3. Myers, M. Going local. An Assessment of China’s Administrative-Level Activity in Latin America and the Caribbean. 2020. URL: <https://www.thedialogue.org/wp-content/uploads/2020/12/Going-Local-Chinas-Administrative-Level-Activity-in-LAC.pdf>
4. Seguridad pública visualizada para Cochabamba, ciudad inteligente. URL: <https://e.huawei.com/mx/case-studies/global/2018/201807051718>