

城市治理的共轭矛盾分析：以“淄博烧烤”为例



何斌¹, 李莉^{3,*}, 简浩¹, 倪钢², 刘玉冰³

¹广东工业大学管理学院, 广东广州 510006

²广东工业大学马克思主义学院, 广东广州 510006

³上海对外经贸大学统计与信息学院, 上海 201620

摘要: 从共轭资源及其变换视角, 提出共轭矛盾分析方法, 构建城市治理的共轭矛盾分析模型, 分析“淄博烧烤”火爆出圈的城市治理模式与治理路径。研究认为: 淄博城市治理的主要矛盾有两个, 一是情感治理与刚性治理的矛盾, 主要涉及城市软资源和虚资源如何配置、优化和利用的问题; 二是有为政府与有效市场的矛盾, 主要涉及城市硬资源和实资源如何配置、优化和利用的问题。研究揭示了“以情感治理为特色的有为政府与有效市场之间的协同治理模式”是淄博城市解决以上矛盾的主要思路, 具体的治理路径主要有四条, 分别是“以情济刚、刚柔相济”, “有为政府、有效市场”, “数字营销、线下变现”以及“内生驱动、外生推动”。研究表明, 共轭矛盾分析方法从(虚实)体用性分析事物的构成, 从(软硬)系统性分析事物的结构, 从(潜显)动态性分析事物的变化, 从(正负)对立性分析事物的价值, 它可以更全面地解决城市治理中治理资源如何配置、优化和利用的问题, 更深刻地揭示城市治理的本质和规律。研究结果为未来城市治理及高质量发展实践提供了有益的借鉴和启示。

关键词: 城市治理; 共轭矛盾分析; 共轭资源; 共轭变换; 治理路径

DOI: [10.57237/j.wjmst.2024.02.002](https://doi.org/10.57237/j.wjmst.2024.02.002)

Urban Governance Research Based on Conjugate Contradiction Analysis: Taking Zibo as an Example

Bin He¹, Li Li^{3,*}, Hao Jian¹, Gang Ni², Yubing Liu³

¹School of Management, Guangdong University of Technology, Guangzhou 510006, China

²School of Marxism, Guangdong University of Technology, Guangzhou 510006, China

³School of Statistics and Information, Shanghai University of International Business and Economics, Shanghai 201620, China

Abstract: From the perspectives of conjugate resources and their transformations, this paper proposes conjugate contradiction analysis method, and discusses the urban governance model and governance pathway of the popularity of "Zibo barbecue". The research suggests that there are two main contradictions in Zibo's urban governance. One is the contradiction between emotional governance and rigid governance, among which emotional governance involves mainly the allocation, optimization, and utilization of soft resources and non-material resources in the city. And the other is the

基金项目: 国家自然科学基金项目 (72071049); 广东省哲学社会科学规划基金项目 (GD23XGL021, GD23XGL024);
广东工业大学科学研究项目 (GXLX20210207).

*通信作者: 李莉, lilycb163@163.com

收稿日期: 2024-07-05; 接受日期: 2024-08-19; 在线出版日期: 2024-08-29

<http://www.wjmst.net>

contradiction between a proactive government and an effective market, involving mainly the allocation, optimization, and utilization of material and hard resources in the city. The study reveals that the "synergistic governance between an effective market and a proactive government with emotional governance as a core feature" is the main approach for Zibo to solve the above contradictions. Four governance pathways including "tempering hardness with emotion and coupling hardness with softness", "promising government and effective market", "online marketing, offline realization" and "endogenous drive, exogenous promotion" are refined. The research shows that the allocation, optimization, and utilization of governance resources in the urban governance process can be understood more comprehensively, and the essence and laws of urban governance can be revealed more profoundly with conjugate contradiction analysis method, which includes structure in terms of (soft part and hard part) systematicity, composition in terms of (real part and virtual part) solidity and function, value in terms of (negative part and positive part) oppositeness, and dynamics in terms of (latent part and apparent part) changeability. The research results provide useful references and insights for urban governance and high-quality development practices.

Keywords: Urban Governance; Conjugate Contradiction Analysis; Conjugate Resources; Conjugate Transformation; Governance Pathway

1 研究背景

城市治理是中国社会治理的重要组成部分和重要标志，其发展水平直接影响到中国社会治理及高质量发展的水平，对城市治理模式与治理路径展开深入研究是新时代中国城市治理及高质量发展的迫切需求。事实上，改革开发以来，尤其是21世纪以来，中国的城镇化发展和城市治理取得了举世瞩目的成就，截至2023年底中国的城市化率已超过66%。但由于中国城市公共治理中政府主导的特殊性、城市治理环境的复杂性以及中国现代城市发展历史比较短的原因，现有城市治理的研究成果和分析工具还非常有限，整体上仅处于起步阶段。2023年以来的三个黄金周里，火爆出圈的“淄博烧烤”实际上映射了中国城市治理的一个新风向。作为城市治理的一种新模式，贯穿于“淄博烧烤”中的以情感治理为特色的治理模式显然对培育淄博的城市心态秩序、增加城市向心力和凝聚力起到了重要的作用[1-3]。因此，本文以“淄博烧烤”为例，融合矛盾管理学的矛盾分析思想[4]和可拓学的共轭分析思想，提出共轭矛盾分析方法，构建城市治理的共轭矛盾分析模型，并在此基础上深入剖析“淄博烧烤”背后的城市治理模式与路径，探索中国未来城市治理及高质量发展问题。本研究既有理论意义也有现实价值，理论上期望拓展矛盾管理学的研究成果、丰富中国城市治理的研究成果；实践上期望为中国城市治理及高质量发展提供有益的实践借鉴和启示。

2 共轭矛盾分析方法

2.1 共轭矛盾分析原理

可拓学是由中国学者蔡文研究员1983年创立的新交叉学科，它用形式化的模型研究事物拓展与变换的规律与方法，并旨在实现创新及处理矛盾问题。经过40年的发展，可拓学已经形成了可拓论和可拓方法体系，在管理实践和工程领域中得到了广泛应用[5]。

共轭分析是可拓学中一种重要的分析方法，它为人们全面分析事物的构成或结构提供了新的视角，可根据这种结构分析视角进行可拓变换，帮助人们解决矛盾问题[6, 7]。共轭分析认为，事物具有体用性、系统性、对立性和动态性，可用虚实、软硬、负正和潜显四对共轭矛盾（也称共轭八部）来表示。四对共轭矛盾的分析价值和分析依据见表1，它们可以更全面地认识事物，更深刻地揭示事物发展变化的本质和规律[6-8]。以虚实为例，“实以为体”中的“体”通常指根本的、内在的、基础性的方面，而“虚以为用”中的“用”则指派生或表现出来的、外在的功能和作用等方面。有形为实，无形为虚；物质为实，精神为虚；实践为实，理论为虚；术器为实，道法为虚；基础为实，功用为虚；有据为实，假托为虚；客观为实，主观为虚；具体为实，抽象为虚；现象为实，意象为虚；近者为实，远者为虚；真诚为实，伪装为虚；现实为实，梦幻为虚。天下万物，虚虚实实，实实虚虚，虚实结合，方为一个整体。

表 1 共轭矛盾的分析价值、分析依据及示例说明

共轭矛盾	分析价值	分析依据	示例说明
虚实	从体用性视角, 分析事物的构成(或组成)	虚以为用 实以为体	城市的经济实力为实部, 城市的知名度为虚部; 城市的基础设施为实部, 城市空间布局为虚部。
软硬	从系统性视角, 分析事物的结构(或关系)	软以为重 硬以为核	城市系统中要素为硬部, 要素关系为软部; 城市政府职能部门为硬部, 政府职能部门之间的关系为软部。
潜显	从动态性视角, 分析事物的变化(或因果)	潜以为因 显以为果	城市当前的 GDP 为显部, 未来的 GDP 为潜部; 城市现有的 IP 为显部, 期望的 IP 为潜部。
负正	从对立性视角, 分析事物的价值(或得失)	负以为失 正以为得	城市政府中, 入不敷出的部门为负部, 有税收盈余的部门为正部; 城市的竞争优势为正部, 劣势为负部。

共轭矛盾及其对立面相互依存、相互传导以及相互转化的分析, 统称为共轭矛盾分析[8]。依据矛盾管理过程[9], 借鉴文[10-13]的分析框架和思路, 共轭矛盾分析旨在从共轭视角研究对立统一和矛盾转化规律的形式化表达。形式上, 可用阴阳符 \oplus 表示“对立统一”关系[8], 即对给定的对象 N , 其共轭八部的结构一般可表示为

$$\begin{aligned} N &= \text{im } N \oplus \text{re } N \\ &= \text{sf } N \oplus \text{hr } N \\ &= \text{ng}_c N \oplus \text{ps}_c N \\ &= \text{lt } N \oplus \text{ap } N \end{aligned}$$

其中, $\text{im } N$ 和 $\text{re } N$ 分别表示事物 N 的实部和虚部, $\text{sf } N$ 和 $\text{hr } N$ 为其软部和硬部, $\text{ng}_c N$ 和 $\text{ps}_c N$ 为事物 N 关于特征 c 的负部和正部, $\text{lt } N$ 和 $\text{ap } N$ 为其潜部和显部。 N ($\text{im } N \oplus \text{re } N$) 是事物 N 的另一种表示, 即事物 N 是其虚部和实部的对立统一体, N ($\text{sf } N \oplus \text{hr } N$), N ($\text{ng}_c N \oplus \text{ps}_c N$) 和 N ($\text{lt } N \oplus \text{ap } N$) 有类似的含义。

共轭矛盾分析包含以下一些基本原理:

- (1) 共轭存在性: 四对共轭矛盾是事物矛盾存在的基本形式[6, 14]。
- (2) 对立统一性: 任一对共轭矛盾中的两个共轭部是对立统一的, 既是相互对立的(即彼此排斥、彼此否定、彼此冲突和彼此斗争), 又是相互统一的(即互相制约、互相渗透和互相转化)[9]。
- (3) 共轭变换: 共轭变换有两种形式, 一是共轭部的传导变换, 二是共轭部的协同变换。前者是指共轭矛盾中某一共轭部的问题或矛盾可以通过另一共轭部的变换来处理, 即某一共轭部的变换会导致另一共轭部发生传导变换。后者是指共轭矛盾中两个共轭部先后或同时变换, 促成事物的发展变化[6, 14]。

根据共轭变换, 不仅要关注共轭矛盾中某一共轭

部的主动变换会导致该部发生变化, 更要关注另一共轭部带来的传导变换。也就是说, 某一共轭部的问题或矛盾可以用另一共轭部的变换(即共轭部的传导变换)来处理。因此, 通过共轭矛盾分析, 利用共轭变换, 可实现共轭矛盾及其对立面的转化, 可以较小的力量去创造解决矛盾的条件, 促成事物从变量到质变和“否定之否定”的发展变化, 从而形成解决矛盾问题的思路、策略或创意, 最终化矛盾为相容、化对立为共存、变不能为可能[14]。

2.2 共轭矛盾分析基本步骤



图 1 共轭矛盾分析基本步骤

借鉴矛盾管理学中矛盾分析法的四个环节[9], 矛盾共轭分析方法包括以下四个基本步骤(见图 1):

- (1) 结合领域情境, 确定矛盾共轭分析的视角。如资源的视角、需求的视角、产品的视角、服务的视角、输出结果的视角、交付物的视角等;
- (2) 根据各共轭部的具体领域含义, 建立共轭八部的共轭矛盾分析模型;

- (3) 结合实际领域问题的主要矛盾，分析共轭矛盾及其对立面的相互依存、相互传导、相互转化及其对事物整体变化与发展的影响；
- (4) 设计共轭变换，实现共轭矛盾及其对立面的变化或转化，并分析共轭变换对事物发展变化的整体效应。

3 淄博城市治理的共轭矛盾分析模型

在“淄博烧烤”中，城市治理本质上就是对城市资源的识别、配置、优化和利用，因此可以运用矛盾共轭分析[6, 7]，从共轭资源及其变换视角对城市治理展

开全面分析，探索城市治理的模式和路径。也就是说，城市治理的可用资源可从虚资源与实资源、软资源与硬资源、负资源与正资源、潜资源与显资源四对共轭资源来展开分析（见图 2），各共轭资源在“淄博烧烤”火爆出圈前后的具体情况见表 2。一般地，根据体用性，基础性的资源为实资源，功用性的资源或实资源的影响力（比如知名度、城市品牌等）为虚资源；根据系统性，事物的要素按照一定结构形成的整体就是系统，要素资源是硬资源，要素之间的结构或关系（比如人际关系等）则是软资源；根据动态性，显化的资源为显资源，未显化的资源为潜资源；根据对立性，关于某特征（比如对城市 GDP 增长率）有正量的资源为正资源，有负量的资源为负资源。



图 2 城市治理的共轭矛盾分析模型

从表 2 可以看到，“淄博烧烤”火爆出圈前后，淄博城市治理的一些共轭资源发生了根本性的变化。以虚资源为例，“淄博烧烤”火爆出圈后，淄博城市的知名度、旅游市场的知名度都大大提高。从根源来看，数字营销和网红引流是导致虚资源变化的虚变换，是引发虚资源变化的根本原因。从表 2 中共轭资源的内在矛盾

逻辑关系来看，各对共轭资源既是相互对立的，又是相互统一为一体的。“实资源为体，虚资源为用”，“实中有虚，虚中有实”；“硬资源为核，软资源为重”，“硬中有软，软中有硬”等，都反映了共轭资源之间的对立统一或矛盾辩证关系。某一共轭资源的变化，很可能通过传导效应或带动效应引起相应共轭资源的变换。

表 2“淄博烧烤”出圈前后淄博城市的共轭资源分析

序号	资源类别	火爆出圈前	火爆出圈后	出圈后变化情况
1	虚资源	烧烤市场的知名度：很低 旅游市场的知名度：低 城市知名度：一般 历史文化：齐国故都，文化悠久	城市的知名度：大幅提升 烧烤市场的知名度：火爆出圈 旅游市场的知名度：大幅提高	出圈前，淄博城市的虚资源和实资源都不足；出圈后，淄博城市的部分虚资源和实资源都有大幅提升。
	实资源	烧烤特色：小火炉、三件套 烧烤食材与调料：新鲜独特 烧烤市场：收益较少 旅游市场：GDP 占比较少 政府：财政收入不高，增长慢	当地政府：财政收入逆势上扬 烧烤市场：收益大幅提升 旅游市场：GDP 占比大幅提升	
2	软资源	人际情感联结：良好 政府与市民的关系：良好 城市认同感：没有外部知名度 跨部门协同合作：较强 市民素质：厚道淳朴，有人情味 旅游交通设施：一般 公众参与社会共治：良好 社会秩序：良好	人际情感联结：更有温度和人情味 政府与市民的关系：更密切与和谐 城市认同感：外部知名度大幅提高 跨部门协同合作：部门联动增强 市民素质：厚道淳朴，不变初心 旅游交通设施：大有改善，更人性化 公众参与社会共治：积极性增强 社会秩序：上下同欲，政通人和	除市民素质不变外，出圈后其他软资源和硬资源都有很大提升，比如城市的区域影响力和国际影响力大幅提升。
	硬资源	政府部门：服务能力良好 烧烤市场：活跃度低 外地游客：数量较少 商家与市民：收入一般	政府部门：服务水平大大提高 烧烤市场：火爆出圈 外地游客：数量火爆 商家与市民：收入大增	
3	潜资源	旅游产业：不温不火 历史文化：有底蕴，外部知名度低	旅游产业：带动相关旅游产业发展 历史文化：被显化，知名度大幅提升	出圈后，原来的的部分潜资源（会展产业、聊斋文化产业、陶瓷琉璃产业）得以挖掘和显化，成为显资源。
	显资源	烧烤市场：不温不火 文旅市场：缺乏品牌效应 办事效率：较高 治理手段：主要依靠刚性治理	烧烤市场：潜力被挖掘出来并显化 文旅市场：形成品牌效应 办事效率：形成淄博速度、淄博效率 治理手段：以情济刚，刚柔并用	
4	负资源	烧烤市场：没有知名度 旅游收益：较少 旅游体验：外地游客少，无体验 城市区位：老工业城市	城市环境：大量外来游客涌入，会引发城市生活拥挤、景区环境和治安环境恶化、食品住宿等物价水平上升等潜在负面问题。	出圈后原来的负资源变成了正资源，但也产生了新的潜在负资源；事件营销运用得当，使原来的正资源有很大提升。
	正资源	烧烤市场：有一定特色 旅游体验：一般 旅游收益：一般 城市品牌形象：一般	烧烤市场：火爆出圈 旅游体验：游客大增，体验感好 旅游收益：大幅增加 城市品牌形象：大幅提升	

4 淄博城市治理的主要矛盾分析

4.1 淄博城市治理的主要矛盾

从“淄博烧烤”的城市治理实践来看，淄博城市治理的主要矛盾有两个（见图 3）：一是治理方式中情感治理与刚性治理的矛盾，其中情感治理的应用涉及到城市软资源和虚资源的配置、优化和利用；二是治理主体中有为政府与有效市场的矛盾，主要涉及城市实资源和硬资源的配置、优化和利用[3]。

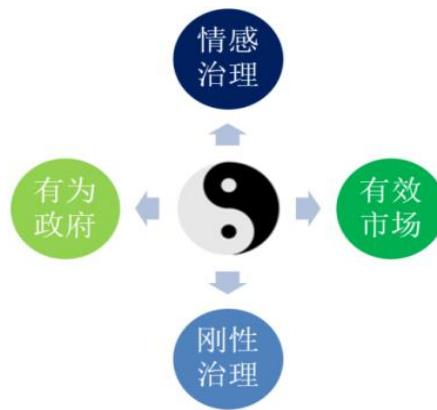


图 3 淄博城市治理的主要矛盾

4.2 情感治理与刚性治理的矛盾

从社会治理的历史上看，情感治理是内在于中国的治理传统的，在国家和社会的治理体系里，情感是基本的、不可或缺的、具有核心地位的元素。“送温暖”、“对口支援”、“精准扶贫”等民心工程就是最好的明证。作为管控模式或刚性治理的对立面，情感治理是以情绪安抚和心灵慰藉为目标的制度化的或非制度化的情感回应[15]，它是一种“有人情味、有温度”的柔性治理手段，其价值在于不仅能引导城市治理中积极的情感传递和情感共鸣，而且可以控制或缓解城市治理中负面或消极的情感因素。

从情感社会理论来看，情感治理具有降低现代城市治理成本的价值，是对司法、行政、制度等刚性治理手段的合理补充[3]（见表 3）。心理学和神经脑科学的研究证据也表明，情感治理有助于激发人们的脑内啡、血清素、多巴胺和催产素等快乐荷尔蒙，从而影响机体的心理能力与情感能力。具体地讲，它不仅能宣泄情绪，还能满足人们的情感诉求，让人有好心情（好情绪），从而增强沟通能力和群体合作，提高人们的自我激励能力和抗压能力（或心理韧性），最终提高创造力和生产力¹。

表 3 情感治理与刚性治理之间的矛盾分析

	情感治理	刚性治理
治理重点	以情感为基础，重在情感	以理性为基础，重在法、理
治理方式	提供情感服务和情感支持	司法、行政、制度等科层制治理
治理特点	柔性治理 治理效果慢 人情味浓，有温度	柔性不足 治理效果快 人情味不足，缺少温度
组织基础	网格制	科层制
文化根基	人情文化传统	法-理文化传统
治理价值	控制和引导城市中产生的情感因素，培育积极城市情感，增加城市团结和凝聚力	常态时，实现理性治理；灾难时，实现危机管理、应急管控

从城市治理的实践来看，受政治体制和计划经济模式的影响，建国以来中国城市基层社会的治理长期聚焦于以司法、行政、制度等管控模式为核心的刚性治理手段，在很大程度上淡化了或忽视了以情感为核心的城市柔性治理手段。一方面，既要承认刚性治理仍然是当前城市治理的主要依靠力量；另一方面，又不能简单地预

¹阿里·阿布达尔. 高效原力[M]. 台湾：三采出版，2024

设刚性治理手段可以全面回应民众的治理需求（尤其是情感诉求）。事实上，刚性治理并不能解决一切问题，而且刚性治理的“冰冷”特质容易让民众产生畏惧或反感；尤其当现行的刚性治理手段在面对商家、市民采取不合作行为时会表现失灵，甚至造成干群隔阂。对淄博而言，“淄博烧烤”火爆出圈之前，情感治理与刚性治理的矛盾主要表现为城市治理总体上“刚性有余，柔性不足”²。

总之，不管从情感治理的历史逻辑和理论逻辑还是从其现实逻辑来看，情感治理与刚性治理既是相互矛盾的，又是城市治理（尤其是城市高质量发展）无法忽视的重要维度[3]。情感治理作为城市治理的一种柔性模式，是对以科层制为基础的、缺乏人情味的刚性治理的一种重要补充[3, 16-20]，也是对传统情感管理在城市治理场景的深化。

4.3 有为政府与有效市场的矛盾

有为政府与有效市场的矛盾主要表现为城市治理总体上“看得见的手”与“看不见的手”之间的矛盾关系。有为政府的“有为”主要体现为“令行禁止”，即采用行政政策等刚性管理方式进行城市治理；有效市场的“有效”主要体现为“采用市场机制，实现政府资源配置的效益最大化和效率最优化”。

改革开放以来，尽管 1992 年在中国共产党第十四次全国代表大会就已经确立了中国社会主义市场经济的发展航向，但在城市治理中，三十多年来有为政府与有效市场的矛盾和博弈就从来没有停止过。在淄博城市治理中，一直在致力改变普遍存在的政府部门既当裁判员，又当运动员，“政企职责不分”的情况。具体的矛盾分析见表 4。

表 4 有为政府与有效市场之间的矛盾分析

	有为政府	有效市场
治理重点	以计划经济为基础，重在法、理，重在令行禁止	以市场经济规律为基础，重在资源配置效益最大化和效率最优化
治理方式	司法、行政、制度、政策等科层制治理	提供市场化的服务和支持
治理特点	看得见的手，治理效果快	看不见的手，治理效果慢

²对淄博市 2017-2024 年 8 份政府工作报告进行词频分析，建设（33）、提升（16）、加强（16）、实施（16）、推进（15）、高速（15）、发展（14）、改造（12）、改善（12）、交通（11）等涉及城市治理硬部和实部的词占比高。另外，2024 年政府工作报告出现了“...便民利民温情‘小事’，人文关怀和城市温度彰显。”

5 淄博城市治理的共轭治理路径

5.1 共轭治理路径模型

围绕“淄博烧烤”焦点事件，分析其持续火爆出圈的过程，图 4 总结了情感治理推动城市治理及高质量发展的四条治理路径[21]。该图表明，“以情济刚，刚柔

相济；有为政府，有效市场”是淄博城市治理的核心理念，在这个理念及其顶层设计的指导下，在“数字营销、线下变现”以及“内生驱动、外生推动”的协同努力下，淄博通过“淄博烧烤”实现产业破局，打造了富有活力的城市旅游产业和城市形象，并带动相关产业的治理及其高质量发展。

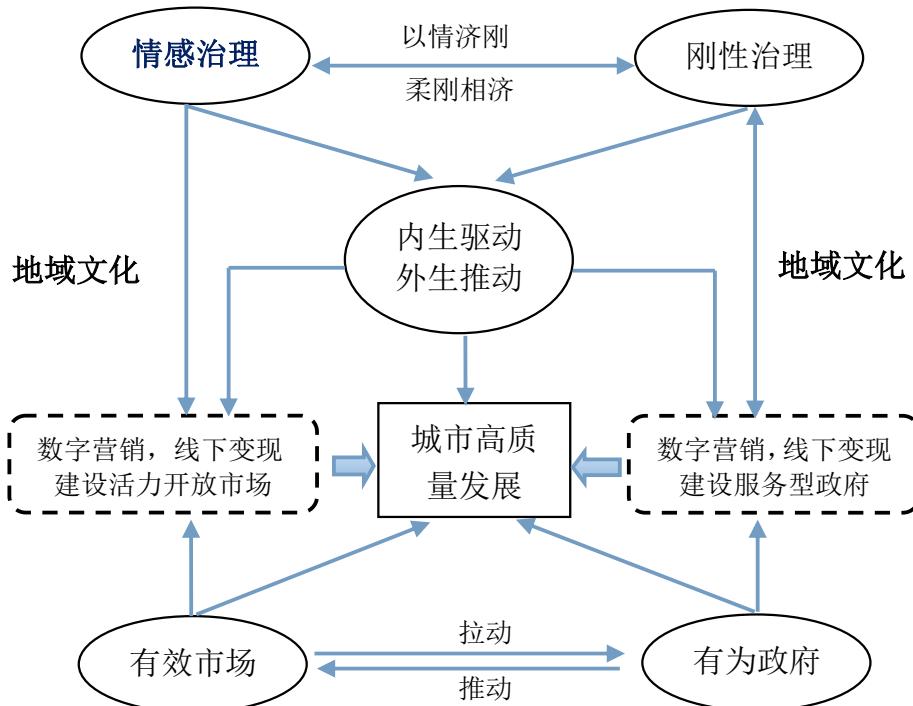


图 4 淄博城市的共轭治理路径模型

5.2 四条共轭治理路径具体分析

5.2.1 以情济刚，刚柔相济

从治理模式来看，城市治理是情感治理（记做变换 T_1 ）与刚性治理（记做变换 T_2 ）的对立统一体， T_1 与 T_2 既是对立的，同时又是统一的（见表 5），即 $T_1 \oplus T_2$ ，其中 T_1 与 T_2 分别是由一系列子策略（即子变换）组成的（见表 4）。通过政府（及政府各部门）、商家和市民的齐心协力，情感治理（ T_1 ）为游客提供了全面“暖心”、“用心体贴”的情感服务。通过政府搭台和部门联动，刚性治理（ T_2 ）出台的一系列扶持烧烤的配套政策

和措施不仅为淄博烧烤提供了各种基础设施条件（包括铁路客运和住宿），而且还为有效市场提供了管理保证和物资保障。作为一种软力量（或软力），情感治理（ T_1 ）能“以情济刚”，调节城市的情感能量或情感资源（这是一种软资源），具有降低现代城市治理成本的价值，是对司法、行政、制度等刚性治理（体现的是一种硬力）或刚性资源（这是一种硬资源）的合理补充，有助于弥合以科层制为基础的刚性治理中的干群隔阂，改善缺乏柔性的城市治理模式，实现现代城市的高质量发展。由于 T_1 与 T_2 分别对应软资源与硬资源，也可把 T_1 称为软变换，把 T_2 称为硬变换。

表 5 共轭变换 T_1 和 T_2 的内容

共轭变换	特征	量值
T_1 情感治理	治理目标	建立城市内部（政府、市民、商家等）的情感联结和情感认同，建立城市外部（学子、社交媒体、网民、游客等）的情感联结和情感认同。
	治理策略	<p>1)工商、消防、警察、文旅等部门联动，现场办公，合力开展“烧烤市场护航行动”，强化烧烤的市场化管理和规范化管理，严格质量监督和检查，及时响应商家和游客的需求、客户投诉并及时处理，努力为商家和游客提供“家”一样的服务。</p> <p>2)当地 200 多家党政机关事业单位主动把停车场和厕所腾出来，免费向游客开放；</p> <p>3)为当地小微企业、个体工商户提供“烧烤贷”等专项特色普惠金融产品；</p> <p>4)通过高校和研究机构，为烧烤店烟气处理和排放改造提供绿色环保技术支持；</p> <p>5)交警的职责是疏导交通而不是开罚单，城管的职责是帮助摆摊而不是追赶；</p> <p>6)在公厕，配备免费的肠炎宁片和卫生巾，方便游客；</p> <p>7)在周末烧烤旺季，当地市民自觉礼让外地游客先吃烧烤；</p> <p>8)定制“淄博烧烤地图”，为游客提供方便。</p>
	治理效果	实现了城市内外部的情感认同、心理认同和文化认同。
T_2 刚性治理	治理目标	打造优良的烧烤营商环境。
	治理策略	<p>1)政府主导成立了烧烤行业协会，并且规定“五一”是烧烤节；</p> <p>2)政府出面协调，开通从济南到淄博的“烧烤专列”；</p> <p>3)新增 21 条“淄博烧烤”公交专线，覆盖主城区热门烧烤店；</p> <p>4)出台规范烧烤市场的各种禁令，做到令行禁止：所有出租车司机在烧烤旅游期间不允许拒载乘客，不允许涨价多收费，否则予以取缔；所有商家绝对不允许缺斤少两，否则予以重罚；黄金周期间，酒店住宿严控房价涨幅，杜绝“逢节乱涨价”的宰客现象。</p> <p>5)在山东省率先建成全领域（包括各级行政机关、事业单位和公共服务行业）“无证明城市”，变“减证便民”为“无证利民”。</p>
	治理效果	促成了当地经济的快速恢复，形成了独具特色的城市旅游品牌和城市形象，获得了游客的忠诚度和美誉度。

在“淄博烧烤”中，正是疫情期间的情感联结让到淄博隔离的大学生知恩图报，履行了与淄博“双向奔赴”的承诺，然后引发了外界与“淄博烧烤”的情感共鸣，使淄博成为网红文旅城市，最终使“淄博烧烤”火爆出圈。也就是说，正是情感（力）或情感治理让淄博成为一座“有人情味、有温度”的城市，让当地百姓成为一群“有人情味、有温度”的人[3]，然后这种情感呈现外溢效应并通过网络媒体和自媒体进行传播，传递给外界以及慕名而来的游客，才引爆了“淄博烧烤”。因此，情感治理可望重构城市的情感结构，调节城市的情感能认，构建城市的和谐人际和社会良序，提升游客对旅游城市形象的认同，提高城市高质量治理的能力，甚至能长远地影响城市的地域文化（尤其是城市情感文化），这些构成了情感治理的价值理性意义。同时，通过共情或情感传染效应，外来游客的“情感开关”被打开，游客与淄博之间的情感联结被构建，游客与淄博之间的情感距离被拉近，情感治理成为吸引外地游客、引爆“淄博烧烤”以及修复外地游客疫情后情感创伤和心理创伤的有效工具[3]，因此情感治理又具有工具理性意

义。换句话说，正是情感治理建立了淄博城市五大主体（政府、商家、市民、社交媒体和游客）之间的情感联结和情感互动（见图 5），促进了政府与市民之间的情感互动，提升了政府与社交媒体的情感对话，加强了市民对商家的情感支持，提升了商家对游客的情感服务，促进了游客与社交媒体的情感传播从而推动了淄博城市五大主体（城市治理的硬部）的“多元共治、合作共创”[1, 22]，最终引爆了“淄博烧烤”。

图 5 还表明，从城市内部来看，情感治理不仅可提升城市基层政府的纠纷解决能力和应急管理能力，并通过政府和商家的情感服务影响城市服务，还会提升居民的利益表达能力，并通过政府、商家和市民的“上下同欲、诚信自律”影响城市的社会秩序和市场秩序；从长远来看，情感治理还能塑造城市的地域文化，促成“好客善良、厚道淳朴”的城市文化（尤其是城市情感文化）。从城市外部来看，情感治理会藉由情感事件通过情感传导影响到网络平台和网民对城市的情感和认知，藉由“网红引流”通过社交媒体（尤其短视频）助力城市的情感营销以及游客与城市的情感联结。

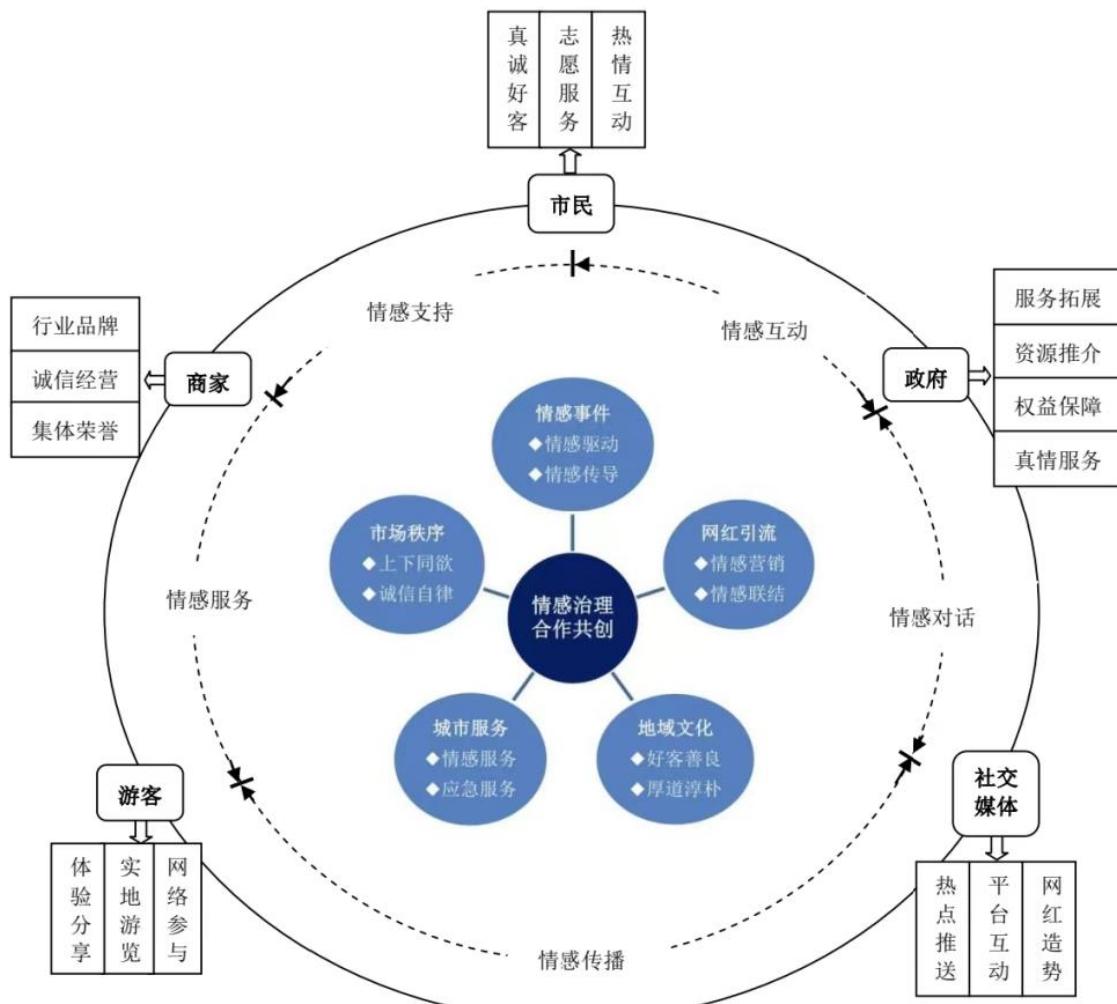


图 5 淄博城市治理中五大主体及其互作用

“淄博烧烤”火爆出圈之后，淄博政府在驾驭刚性治理与情感治理的矛盾方面可圈可点。首先，二者之间的协调性得到了加强。淄博政府意识到二者并不是相互排斥的，而是可以相互补充的。政府不仅通过情感治理积极与商家、游客和市民建立互信互动的关系，更好地了解商家和游客的需求和问题，提供更精准的服务和支持，而且通过刚性治理提供清晰、稳定、公正的政策和法律法规环境。其次，二者之间的边界逐渐模糊。淄博政府探索把二者有机地结合起来，形成一种综合性的治理方式。这种方式既制约和规范了政府的作用，又注重政府的服务和引导作用，能够更好地适应复杂多变的治理环境，提升治理的针对性和有效性。第三，情感治理得到城市政府各部门的关注和重视。“淄博烧烤”之后，淄博政府更加认识到情感治理的重要性，更加关注商家、市民和游客的情感需求，并通过个性化的情感服务，增强商家、市民和游客的

归属感和信任感，从而更好地实现城市治理的目标。

概言之，情感治理(T_1)并不是否定刚性治理(T_2)，不是排斥司法、行政、制度和技术治理的重要性，而是要综合考虑情与“法·理”的结合，从而“以情济刚”。特别是在后疫情时代，面对经济长周期下行趋势、企业现实的经营预期落差、社会结构加速内卷化以及城市更新转型期增长动力不足叠加的大背景，要实现城市治理及其高质量发展，更应重视情感治理。

因此，从治理模式上看，“淄博烧烤”之所以能火爆出圈，根本上归因于淄博以情感治理为核心的柔性治理手段。“以情济刚、刚柔相济”是淄博城市治理的显著特征，为其他城市的高质量发展提供了可供借鉴的样板。

5.2.2 有为政府，有效市场

从政府与市场的治理特点来看，城市治理又是“有为政府”的“有为措施”(记做变换 T_3)与“有效市场”的“有

效措施”（记做变换 T_4 ）的对立统一体（参考表 4）。显然 $T_3 \oplus T_4$ ，其中 T_3 和 T_4 就是大家熟知的“有形之手”与“无形之手”。城市治理虽然并不排斥行政等刚性治理方式，但它更强调政府与市场的良性互动和协同用力（即对立统一）。首先，城市治理要求以“有为政府”推动“有效市场”。但“有为政府”不是“冷酷无情”，更不是“胡作乱为”，而是应以民生为重、以人性化需求为导向，充分发挥政府部门的主观能动性，能顶住压力（甚至顶住权贵）、敢做敢为，通过因势利导的政策设计及相关布置，使不活跃（或无效）的市场变成有效市场，展现服务型政府的责任和担当[21-24]。换句话说，要通过“有为政府”，建设“高效规范、公平竞争、充分开放”的市场环境，发挥市场机制在资源配置中的效率，使市场在资源配置中起决定性作用，更好地激发城市的创新活力。其次，城市情感治理鼓励政府推行以情感为核心的柔性行政。所谓柔性行政，是指在城市行政管理过程中，要准确把握社会心态和市民情绪，充分考虑管理对象的切身感受，规范管理言行，推行“阳光行政”和“柔性执行”。比如，交警和城管的职责重新定位为：“交警的职责是疏导交通而不是开罚单，城管的职责是帮助摆摊而不是追赶”。从柔性治理理论来看，柔性行政能够增加行政管理行为的人情味和温情，提高公众对行政管理行为的认同[25-29]。但柔性行政也不是“不讲原则、无原则妥协”，而是要坚持“以情济刚、柔刚兼济”的原则。

“淄博烧烤”体现了有为政府与有效市场之间的对立统一关系。一方面，有为政府与有效市场之间存在一定的对立性。有为政府强调政府在经济发展中发挥主导作用，通过制定政策和规划来引导市场的发展方向，而有效市场则强调市场机制在资源配置中的决定性作用，要求政府减少对市场的干预。在烧烤市场中，如果政府过度干预，可能会抑制市场主体的创新活力；而如果完全放任市场自由发展，也可能会导致市场失序和无序竞争。另一方面，有为政府与有效市场又是相辅相成的。“政府的有为”可以提供更好的制度环境和公共服务，为市场的发展创造更好的条件（比如，制定食品安全标准和环保要求，加强对烧烤摊点的监督和管理），推动市场的有序发展。与此同时，市场的有效性可以促进资源的优化配置，唤醒企业的创业精神，发挥企业的创新活力（比如，根据市场需求和消费者偏好，推出更具特色和竞争力的烧烤产品和服务，及时推出各种配套措施和跟随策略等），提高经济效率，为政府的有为提供更好的物质基础和创新能力支持，推动产业的转型升级。

从治理动力来看，“淄博烧烤”之所以能火爆出圈，“有为政府”（推力）与“有效市场”（拉力）的默契协同是其力量源泉，为淄博城市治理及其高质量发展注入了源源不断的动力，也为地区经济发展和社会进步提供了有力支持。

5.2.3 数字营销，线下变现

在数字经济时代，不做营销，即使东西再好，也是“养在深山无人识”。从事件营销视角看，一个好的数字营销，不仅要有吸引眼球或注意力的数字营销事件（即营销事件质量），还需要有效的事件传统途径和传播效应（即营销事件有效性）[3, 22]。近年来，随着抖音、小红书、微博、微信视频号等自媒体的广泛传播，营销信息传播和网络社区交互的传播效果显著提升，“线上数字营销、媒体网红引流”（记作变换 T_5 ）日益成为事件营销不可或缺的重要手段。

“淄博烧烤”得以火爆出圈，无疑是变换 T_5 的一次成功实验，既离不开淄博与学子的双向奔赴（高质量的情感事件），也离不开社交媒体的“流量种草”（有效的事件传播），二者共同成就了这份“沉浸式”互动旅游新体验。为了打造“淄博烧烤”这一城市品牌，淄博政府精准地抓住了“学子报恩事件”这个契机，以情感营销为核心，通过整合口碑营销、裂变营销、社群营销等多种数字营销策略，让“淄博烧烤”在网络媒体和社交媒体上频频曝光，各路网红（包括淄博文旅局长）和大 V 也纷纷为“淄博烧烤”代言。这些营销策略在很大程度上唤醒和激发了人们对烧烤“烟火气”的强烈情感需求和心灵共鸣。正是借助变换 T_5 ，山东大学学子与淄博的情感联结，扩散成为全国学子乃至游客与淄博的情感联结，拉近了游客与淄博的情感距离，增强了游客与淄博的关系型心理契约，促进了游客对淄博城市的形象认同，提升了游客对“淄博烧烤”的消费意向，形成了源源不断的“流量”。

淄博成功的法宝在于，不仅能制造和生成“流量”，更能“接住流量”和“留住流量”，并通过诚信自律的烧烤营商环境、富于特色的产品品质（比如三件套和小火炉）以及无微不至的情感服务，使流量得以变现（记作变换 T_6 ），最终促使“淄博烧烤”火爆出圈。

5.2.4 内生驱动，外生推动

从经济发展方向来看，中国已经进入新的常态阶段，扩大内需和高质量发展已成为中国经济发展新的指导方针，增长模式已由高速增长阶段转向高质量发

发展阶段，内生动力亟待提升。从经济韧性方面来看，面对经济长周期下行趋势、企业现实的经营预期落差、社会结构加速内卷化以及城市更新转型增长动力不足叠加的大背景，中国经济发展的平衡性、协调性、可持续性有待迈上更高的台阶。在这样的社会经济环境下，城市治理更需要通过情感治理并结合城市的地域文化提升内生动力，提高以情感为核心的城市应急服务和应急管理能力[3, 22]，进而增强城市自身的抗风险力、抗压性以及可持续增长的韧性。

内生驱动（记作变换 T_7 ），这是城市治理的一种实力，一般可以从主观和客观两个方面来分析。在主观方面，内生驱动要求城市政府部门发挥主观能动性，做“有为政府”，锐意进取、守正创新，通过情感治理调动市民和商家的积极性、主动性和创新活力，全力把攻坚克难的改革举措与高质量发展相结合。在客观方面，内生驱动要求城市政府在尊重和引领市场规律的基础上挖掘自己的内生动力，通过情感治理与刚性治理的有效整合以及有为政府与有效市场的协同作用释放城市经济体自身内部所具有的经济增长能力和潜力。事实上，“淄博烧烤”中淄博烧烤市场展现出的诚信经营既来源于淄博政府的引导和推动，也来源于淄博（商家）的诚信待客文化，还来源于当地市民自发的荣誉

感和责任感，是多主体合作、长期共治的结果。诚信经济能够有效减少交易成本，提升消费动机，保障整个经济社会的发展稳定性。但诚信经济的产生绝非网红效应下的“一时之功”，而是需要长期的社会诚信文化氛围培育，不仅需要政府在行业奖惩机制建设中进行合理引导，还需要建立消费者监督机制，也需要经营者自觉增强道德意识。

外生推动（记作变换 T_8 ），也是淄博烧烤得以火爆出圈的必要条件。俗话说，内因是变化的根据，外因是变化的条件。没有交通运输部的支持，淄博是无法开通从济南到淄博的“烧烤专列”的；没有全国各地食品和食材供应商的支持，比如来自潍坊的面粉和小葱，来自天津、聊城和日照的甜面酱，来自临沂的牛、羊和猪肉，来自青岛的啤酒，淄博烧烤是无法持续支撑的；没有网红、传媒和外地游客的持续给力，淄博烧烤更不可能持续“长红”。

以上四条治理路径中四对共轭变换的信息可汇总如表 6，从共轭资源变换的视角并结合图 2 和表 2 来看，四对共轭变换都是综合性变换，不是单一的共轭变换，涉及多种不同的共轭资源，可能涉及的具体共轭资源类型见表 6 第三列。

表 6 四对共轭变换信息汇总

序号	共轭变换名称	涉及共轭资源类型	治理效果
1	T_1 （情感治理）	软资源 虚资源	情感及其治理是一剂良药，通过以情济刚，能补给人们匮乏的情感需求或诉求（即调节软资源），有利于实现淄博城市内外部的情感认同和文化认同，提升城市的 IP 形象（即增加虚资源）。
	T_2 （刚性治理）	硬资源 实资源 虚资源	能通过硬资源和实资源的调度，促成淄博当地经济的快速恢复，形成独具特色的城市旅游品牌和城市形象，获得游客的忠诚度和美誉度（虚资源）。
2	T_3 （有为政府措施）	实资源 硬资源	顶住压力、敢做敢为，有为政府通过因势利导的政策设计及相关实资源和硬资源的调度，使不活跃（或无效）的市场变成有效市场。
	T_4 （有效市场措施）	实资源 硬资源 虚资源	有效市场可以促进实资源和硬资源的优化配置，唤醒商家的创业精神（虚资源），发挥商家的创新活力，创造商业价值和商业利润，反过来能为“有为政府”提供经济支持。
3	T_5 （数字营销）	软资源 虚资源	数字营销和网红引流，拉近了游客与淄博的情感距离（软资源），增强了淄博与游客的关系型心理契约（软资源），形成了源源不断的“流量”（虚资源）。
	T_6 （线下变现）	硬资源 实资源 潜资源/显资源	通过硬资源和实资源的调度，重塑诚信自律的烧烤营商环境、提升富于特色的产品品质以及无微不至的情感服务，使流量（潜资源）线下变现，带来城市旅游收益（显资源）。
4	T_7 （内生驱动）	潜资源 虚资源	通过内生驱动，练好内功，建设诚信经济和公平营商环境，不断提升城市治理的能力和水平（潜资源），塑造城市旅游品牌和城市形象（虚资源）。
	T_8 （外生推动）	虚资源/实资源 软资源/硬资源 负资源/正资源	外生推动是城市治理的外部条件，可获取淄博烧烤所需的各种外部资源（尤其是实资源和硬资源）和外部支持（软资源），把劣势和不足（负资源）变为优势（正资源）。

在已有资源条件下，以上四对共轭变换协同作用，一起推动淄博城市治理及高质量发展，即

$$\{(T_1 \oplus T_2) \wedge (T_3 \oplus T_4) \wedge (T_5 \oplus T_6) \wedge (T_7 \oplus T_8)\} \Rightarrow \text{城市治理及高质量发展}$$

其中“ \Rightarrow ”是蕴含符。

5.3 治理成果

“诚信比黄金重要”、“情感比金钱重要”、“得人心者得市场”，是淄博城市治理取得成功的秘诀或法宝。其中，“诚信”是一种虚资源，“情感”和“人心”都是软资源。从“淄博烧烤”火爆出圈、一火再火的发展过程来看，正是通过将“情感与刚性”、“政府与市场”、“线上与线下”、“内生与外生”有机结合的四条治理路径，借助虚资源和软资源，把潜资源显化，并使负资源变成正资源，解决了淄博城市治理资源的困境和难题，形成了人们（包括商家、市民和游客等）对淄博的城市认同（包括情感认同、心理认同和价值认同），共同推动“淄博烧烤”火爆出圈，“硬生生地”把一个不具有旅游禀赋的三线老工业城市变成了全国家喻户晓的知名文旅城市，并带动了相关产业的发展，重塑并更新了淄博的城市形象，促成了淄博的城市高质量发展。具体而言，从文旅经济环境来看，淄博是疫情后率先恢复旅游经济、取得突破的典范城市，营造了宜商宜游的文旅产业环境；从旅游宜居环境来看，淄博通过“以情济刚、刚柔相济”和“有为政府、有效市场”的有机整合，推动了“淄博烧烤”及相关文旅产业的大发展；从生态环境来看，淄博塑造了“绿色健康、品质安全”的旅游生态；从社会环境来看，淄博形成了“包容公平、诚信质朴、政通人和”的社会环境。总之，通过“淄博烧烤”，人们看到了一个不一样的淄博，淄博也成为三年疫情后人们心中“期待的城市”的样子，淄博的城市治理无疑为未来城市的高质量发展探索了一条全新的发展模式。

6 结论与启示

从共轭资源及其变换视角出发，融合矛盾管理学的矛盾分析和可拓学的共轭分析思想，提出共轭矛盾分析方法，构建城市治理的共轭矛盾分析模型，并据此分析“淄博烧烤”火爆出圈的城市治理模式和治理路径。本文的贡献和创新之处主要有以下三点：

第一，拓展可拓学的共轭分析思想，创新性地提出了共轭矛盾分析方法。通过融合矛盾管理学的矛盾

分析和可拓学的共轭分析思想，建构了共轭矛盾分析原理和步骤，丰富了共轭矛盾及其对立面相互依存、相互传导和相互转化的分析方法，既发展了可拓学的共轭分析思想，也从共轭视角拓展了矛盾管理理论，为解决领域矛盾问题提供了一个新的分析工具。

第二，从共轭资源及其变换的视角，创新性地构建了城市治理的共轭矛盾分析模型，为城市治理提供了一个比较系统的共轭资源与变换分析模型，丰富了城市治理的理论分析模型。

第三，在共轭矛盾分析方法的基础上，围绕“淄博烧烤”火爆出圈这个焦点事件，分析淄博城市治理的治理模式及其特色，提出了城市治理及高质量发展的四条共轭治理路径。

本文对城市治理的主要启示如下：

第一，淄博城市治理的主要矛盾有两个，一是情感治理与刚性治理的矛盾，其中情感治理主要涉及情感资源（软资源）和城市品牌资源（虚资源）的配置、优化和利用；二是有为政府与有效市场的矛盾，主要涉及城市实资源和硬资源的配置、优化和利用。情感治理的运用以及有为政府与有效市场的协同作用是解决矛盾问题的主要思路，具体的（共轭）治理路径主要有四条，分别是“以情济刚、刚柔相济”，“有为政府、有效市场”，“数字营销、线下变现”以及“内生驱动、外生推动”。

第二，共轭矛盾分析从（虚实）体用性分析事物的构成，从（软硬）系统性分析事物的结构，从（潜显）动态性分析事物的变化，从（正负）对立性分析事物的价值，它可以更全面地认识城市治理过程中治理资源的配置、优化和利用，更深刻地揭示城市治理的本质和规律，期望有助于指导和推动中国未来城市治理及其高质量发展实践。

第三，面对具体的管理矛盾问题，运用共轭矛盾分析方法，要具体问题具体分析。不能为了进行共轭八部分析而简单、僵化地套用共轭矛盾分析。在“淄博烧烤”中，尽管共轭八部都有所涉及，但城市治理的主要矛盾主要反映在情感治理与刚性治理的矛盾（软硬矛盾）以及有为政府与有效市场之间的矛盾（虚实矛盾）。在管理实践中，要抓住主要矛盾来解决问题，带动次要矛盾的解决，这才是解决实际管理矛盾问题的真正出路。共轭矛盾分析中的共轭八部也不是涵盖万事万物的，要具体问题具体分析，甚至有待根据具体问题进行拓展。此外，在具体问题中，有时分析一对共轭矛盾就可以解决矛

盾冲突问题，并非一定要同时运用到四对共轭矛盾（或四对共轭资源）。

最后要补充说明的是，尽管“淄博烧烤”与各类城市爆红现象一样，总有逐渐消退和回归常态的时候，但其所形成的“以情感治理为特色的有为政府与有效市场之间的协同治理”经验已成为中国未来城市治理和高质量发展的宝贵财富。

参考文献

- [1] 陈伟. 地方政府推进中国式现代化建设的实践创新：基于“淄博烧烤”的分析 [J]. 中国软科学, 2023(10): 53-63.
- [2] Chaoyu Y. Opportunities and Strategies for Promoting Cultural Tourism Industry on Small Screens in the New Media Perspective—Take Zibo Barbecue out Circle as an Example [J]. Academic Journal of Humanities & Social Sciences, 2023, 6(18): 72-76.
- [3] 何斌, 简浩, 胡卫敏等. 城市情感治理的内在逻辑及其过程机制——以“淄博烧烤”为例 [J]. 北京交通大学学报(社会科学版), 2023, 22(3): 74-83.
- [4] 李占祥. 李占祥自选集 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2007.
- [5] 杨春燕, 李兴森. 可拓学 40 年发展历程及研究进展 [J]. 广东工业大学学报, 2023, 40(6): 1-11.
- [6] 杨春燕, 蔡文, 汤龙. 可拓学第 2 版 [M]. 北京: 科学出版社, 2024.
- [7] 蔡文, 杨春燕, 何斌. 可拓逻辑初步 [M]. 科学出版社, 2003.
- [8] Li Li, Bin He, Weiguo Tang, Xiaoxiao He and Guopei Lin. Extension conjugate contradiction analysis: a framework for enterprise management [C]. Proceedings of ITQM 2024 (Bucharest, Romania), August, 2024.
- [9] 李占祥. 矛盾管理学：企业可持续成长之路 [M]. 经济管理出版社, 2000: 50-56.
- [10] 王凤彬, 安百宇, 张雪. 系统思维下复工与防疫悖论解决的过程分析框架 [J]. 管理学报, 2021, 18(08): 1147-1157.
- [11] Lewis M W. Exploring paradox: toward a more comprehensive guide [J]. Academy of Management Review, 2000, 25(4): 760-776.
- [12] Li P P. The unique value of yin-yang balancing: a critical response [J]. Management and Organization Review, 2014, 10 (2): 321-332.
- [13] Schad J, Lewis M W, Raisch S, et al. Paradox research in management science: looking back to move forward [J]. The Academy of Management Annals, 2016, 10(1): 5-64.
- [14] 蔡文. 创意的革命今天你“可拓”了吗 [M]. 北京: 科学出版社, 2010.
- [15] 何雪松. 情感治理：新媒体时代的重要治理维度 [J]. 探索与争鸣, 2016(11): 40-42.
- [16] 何雪松. 城市文脉、市场化遭遇与情感治理 [J]. 探索与争鸣, 2017(9): 36-38.
- [17] 刘太刚, 向昉. “以规治情”与“以情治情”：社区情感治理的再认识 [J]. 中国行政管理, 2021(6): 11-18.
- [18] 吕小康. 怨气：情感社会学的阐释 [J]. 社会科学, 2017, (8): 79-84.
- [19] 王鹏. 基于情感社会学视角的社会秩序与社会控制 [J]. 天津社会科学, 2014(2): 75-79.
- [20] 朱志伟, 孙菲. 空间、结构与网络：社区情感治理的三重论域与实践路径 [J]. 贵州社会科学, 2020(5): 36-41.
- [21] 何斌, 简浩, 王若恩等. 情感治理赋能旅游城市高质量发展：以淄博为例 [J]. 西部旅游, 2024.
- [22] 孙平, 王德刚. 从“媒体出圈”到“价值共创”：非传统旅游城市目的地品牌生态圈塑造研究 [J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2024(1): 30-41.
- [23] 张耀军, 毛开元. 城市网红经济的形成与传导机制——兼论淄博烧烤走红的区域经济学意义 [J]. 开发研究, 2024(1): 1-15.
- [24] 张培. 地方政府应急管理能力与城市形象提升——基于“淄博烧烤”的案例研究 [J]. 四川行政学院学报, 2023(4): 82-89.
- [25] 刘智勇. 柔性组织网络建构：基于政府、企业、NPO、市民之间参与与合作的公共服务供给机制创新研究 [J]. 公共管理研究, 2008, (2): 170-187.
- [26] 谭英俊. 柔性治理：21 世纪政府治道变革的逻辑选择与发展趋向 [J]. 理论探讨, 2014, (3): 150-153.
- [27] Oliveira E. Editorial for virtual special issue: The emergence of new forms of flexible governance arrangements in and for urban regions: an European perspective [J]. Regional Studies, 2017, 4(1): 1-6.
- [28] 王加利. 城市柔性治理的内涵、价值及其实现路径 [J]. 中共郑州市委党校学报, 2022, (1): 63-67.
- [29] 何斌, 王若恩, 简浩等. 城市柔性治理的底层逻辑及其结构面向——基于“淄博烧烤”的分析 [J]. 管理科学与技术, 2024, 3(1): 1-9.

作者简介

何斌

1967 年生，教授，博士。研究方向为企业管理、社会治理、可拓逻辑。

E-mail: river2000@163.com

李莉

1972 年生，副教授，博士。研究方向为可拓学、信息管理。

E-mail: lilycb163@163.com

简浩

1994 年生，博士生。研究方向为企业管理、人力资源管理。

E-mail: rajonhao@163.com

倪钢

1965 年生，教授，博士。研究方向为科技哲学、公共管理、企业技术创新。

E-mail: nigongnigong@sina.com

刘玉冰

2000 年生，硕士研究生。研究方向为可拓智能、舆情传播

E-mail: 737845204@qq.com