

The Change of Supervision Policy of Chinese Taxi in the “Internet Plus” Era

—Based on the View of Advocacy Coalition Framework

Wen Liang

School of Public Administration, South China Normal University, Guangzhou Guangdong
Email: 461637782@qq.com

Received: Jun. 23rd, 2017; accepted: Jul. 7th, 2017; published: Jul. 14th, 2017

Abstract

In recent years, the rise of online car-hailing results in the abolition of the Regulation of Urban Taxi, which was promulgated in 1998, and replaced it with Provisions on the Management of Taxi Business Services that promulgated in 2014 and revised in 2016. This paper analyses the changes of series policy on taxi service based on the view of Advocacy Coalition Framework, and comes to the conclusion as follows—external events bring great pressure on the taxi market and push the policy belief system separate into two groups, which generates two different coalitions, namely the Government Incorporated Coalition and the Market Operation Coalition. They use their resources to develop policy-oriented learning and that causes the change of the policy.

Keywords

Online Car-Hailing, Supervision, Policy Change, Advocacy Coalition Framework

“互联网+”时代中国出租车监管政策的变迁

—基于倡导联盟框架视角

梁文

华南师范大学公共管理学院, 广东 广州
Email: 461637782@qq.com

收稿日期: 2017年6月23日; 录用日期: 2017年7月7日; 发布日期: 2017年7月14日

摘要

近年来, 网约车的出现使得政府废止了1998年出台的《城市出租汽车管理办法》, 并先后出台了交通运

输部令2014年第16号、交通运输部令2016年第64号，对出租汽车经营服务管理规定进行了多次修订。本文通过倡导联盟框架，对中国出租车监管政策变迁进行分析，得出的结论是：中国出租车政策的演变主要源于外部事件带来的巨大压力，推动了政策信念体系的分化，促进了倡导联盟的分化和形成，进而影响其资源，并开展政策取向的学习，最终导致政策变迁。

关键词

网约车，监管，政策变迁，倡导联盟框架

Copyright © 2017 by author and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2014年暑期，快的“一号专车”与“滴滴专车”先后上线，掀起国内“人人都打网约车”的热潮。所谓网约车，即网络预约出租车的简称，是指以互联网技术为依托构建服务平台，接入符合条件的车辆和驾驶员，通过整合供需信息，提供非巡游的预约出租车服务[1]。由于应用了移动互联网技术，网约车整合了交通市场中的供需信息，能实现“随处可叫车”、“随叫车随到”的个性化点对点服务，且充分利用了社会闲置资源，是“互联网+”时代下发挥共享经济优势的新型交通业态。

然而，作为市场转型期所产生的新型事物，网约车对传统的出租车行业造成了一定的市场冲击，在兴起的初期并没能被政府部门所承认。2014年10月~11月，沈阳市交通局和南京市相关管理部门分别表示，私家车、挂靠车等非汽车租赁企业所属车辆属于非法运营，将以“黑车”处理。2015年4月15日，济南市一“滴滴专车”司机陈某被控非法运营。与此同时，滴滴出行陆续推出“快车”、“拼车”等业务，网约车行业愈发精细化、专业化的发展态势以及庞大的市场需求倒逼着政府制定并出台一系列的政策和条例。2015年6月开始，交通运输部召集传统出租车和网约车领域各相关单位以及驾驶员、乘客开展专题研讨会。同年10月，国务院办公厅和交通部分别下发了《关于深化改革进一步推进出租汽车行业健康发展的指导意见(征求意见稿)》(以下简称《指导意见》)和《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法(征求意见稿)》(以下简称《暂行办法》)两个文件，上海市交通委也宣布向滴滴快的专车平台颁发网络约租车平台经营资格许可。这意味着国内网约车正式取得了运营合法性。

由于网约车的出现及市场转型需求，2014年，交通运输部出台了《出租汽车经营服务管理规定》(2014年第16号令，以下简称第16号令)，将“电召、网络等按约定时间地点提供出租汽车运营服务”正式纳入管理规定。在2015年《指导意见》和《暂行办法》的颁布后，交通部重新修订了第16号令，于2016年出台了《巡游出租汽车经营服务管理规定》(2016年第64号令，以下简称第64号令)。并废止了1998年的《城市出租汽车管理办法》(建设部、公安部令第63号，以下简称第63号令)。由此可见，网约车的出现牵涉到企业、市民、公共交通部门等多个利益主体，并触发了传统出租车的管理模式改革。那么，针对网约车的监管政策到底是经历怎样的利益博弈才得以出台？哪个利益联盟在政策制定中占主体地位？本文基于倡导联盟框架的视角对此进行分析。

2. 倡导联盟框架的概念及其理论适应性

2.1. 倡导联盟框架及其整体逻辑

美国学者保罗·A·萨巴蒂尔与詹金斯史密斯最早于1988年在《政治科学》一书中，提出了“倡导

联盟框架”(Advocacy Coalition Framework)的概念。倡导联盟框架关注的核心是政策变迁问题,研究者们致力于发展出一个能有效解释政策变迁原因、动力及路径的理论框架。该框架被视为当时主流的“阶段启发法”的替代理论[2],与其他理论相比,倡导联盟框架综合了政策执行中自上而下和自下而上两种方法的特征[3],更强调技术性信息的重要性[4]。

与管理学中的“经济人”、“社会人”不同,倡导联盟提出了“信念人”的概念——面对同一公共政策时,个体行动者寻找那些具有相同的政策信念的人并联合行动,形成倡导联盟。因此,因存在不同的政策信念而形成的若干个倡导联盟会依据自己所独有的资源结构与其他联盟进行互动、博弈。当博弈力量势均力敌时,即产生政策僵局,此时需要通过政策学习来影响对方的政策信念,而不同层次的政策信念改变则引起不同程度的政策变迁。此外,相对稳定的环境参数以及外部刺激事件都会对政策系统产生影响。

2.2. 倡导联盟框架的理论适用性

国内对于倡导联盟框架的研究主要围绕两方面,一是对其框架本身进行理论解析,这类文章数量较少,二是将倡导联盟框架作为理论工具进行政策个案研究,其中大部分研究集中在教育学领域,且研究程度已相对成熟。近年来,随着社会问题的集中涌现,聚焦于公共领域的政策研究逐渐增加,如环境项目选址(黄泰文,2013)[5]、住房政策(李秋烟,2013)[6]、房产税改革政策(张婉苏,2015)[7]、生育政策(彭爽,2015)[8]、大气污染防治政策(郝亮、王毅、苏利阳,2016)[9]等等。之所以出现这样的研究现状,一方面与该领域的政策成熟度有关。由于对短期决策的关注会“低估”政策分析的影响,因此,倡导联盟框架的前提假设之一即“政策变迁过程要求为10年或更长的一段观察时间”,才能“意识到行动者采用的不同策略的价值”[10]。可见,一个领域的政策发展历程越久远,其变迁的历程越丰富,对研究越有意义和价值。

另一方面与国情有关。要应用倡导联盟框架,必须要在某个具体的政策领域中存在两个或以上的相对立的核心意见。以环境领域的政策为例,美国、日本等国家在政策制定过程中必须参考公民意见,自下而上决策模式形成了公共部门和非政府组织两股势均力敌的力量;我国的相对集权政治体制形成了自上而下的决策模式,较难形成两股力量。然而近年来,随着自媒体时代的发展,倡导联盟间不同的利益表达更容易被关注,政府在政策制定过程中更注重公平。

因此,在应用倡导联盟时应注意选择具有以下特征的公共政策进行分析:一是该领域政策经历了较长时间的变迁;二是该政策体系中具有两种或以上的相抗衡的意见。本文正是基于这两个特征而选取倡导联盟框架为分析工具。

3. 从倡导联盟框架透视中国出租车政策变迁

3.1. 出租车政策变迁历程

从2010年至今,网约车的管理模式经历了三个阶段:灰色行业、合法地位、因地制宜。

1、阶段一:“互联网+专车”属于灰色行业

自1998年第63号令颁布以来,城市出租汽车一直由地方政府的城市建设行政部门实行统一管理,其经营权实行有偿出让和转让,也就是人们常说的“份子钱”,这无形中既提高了出租车的准入门槛,也为网约车这种个性化的租车服务提供了市场。2010年,致力于为城市商业人士提供中高档租车服务的“易到用车网”正式成立,成为中国第一家网约车服务平台。然而此时,由于国内相关政策空白,网约车处于交通运输行业的灰色地带,个别地方政府采取“法无允许即禁止”的态度,将网约车归为黑车处理。2014年8月,北京市交通委下发《关于严禁汽车租赁企业为非法营运提供便利的通知》;2015年4月,济南市一“滴滴专车”司机陈某被控非法运营,成为中国第一例对专车进行行政处罚的案例。

2、阶段二:“互联网+专车”取得合法地位

事实上，在2014年9月，交通部颁布了第16号令，其中对网约车的模式归为“出租汽车电召服务”，默许了其市场地位。2015年5月，滴滴快车平台上线，普通市民驾驶私家车即可成为快车司机，为市民提供专车服务，准入门槛的降低迅速打开了租车市场。与此同时，政府部门迅速做出回应——上海市交通部门宣布与滴滴公司合作，研究网约车试点方案；交通运输部召集传统出租车和网约车领域各相关单位以及驾驶员、乘客开展专题研讨会。2015年10月，国务院办公厅和交通部分别下发了《指导意见(征求意见稿)》，交通部发布《暂行办法(征求意见稿)》，对网约车的出租客运性质进行界定，标志着网约车行业具备合法性。上海市交通委也正式宣布向滴滴快的专车平台颁发网络约租车平台经营资格许可，经营期为1年。

3、阶段三：网约车管理模式因地制宜

经过一年多的探讨和各方意见交流，2016年7月，《指导意见》和《暂行办法》正式颁布，明确网络预约为主要的出租汽车服务方式之一，并由各地制定管理细则。截至2016年10月，北京、上海、天津、重庆、广州、杭州、深圳、成都、武汉、合肥、兰州、青岛等23个城市均发布了《网约车管理细则(征求意见稿)》。交通部随后再次修订第16号令，出台了第64号令。

在这三个阶段中，既体现了政府对转变经济发展方式的态度积极，也暗示了市场和政府间的存在两股博弈力量——在征求意见的过程中存在两派竞争性倡导联盟：一派是以地方交通运输管理部门、运输行业协会以及传统企业等为代表，构成“政府收编联盟”，主张网约车属性应为“出租客运”，按照出租车管理模式对网约车进行管理。另一派是以信息行业、新型行业以及部分专家为代表，构成“市场运营联盟”，主张网约车不应纳入“出租客运”范畴，其属性应为私家车和传统运营车辆之间的特殊存在。

3.2. 政策变迁中的倡导联盟理论透视

1、外部事件

(1) 社会经济条件变化

自20世纪90年代以来，随着市场化逐渐进入深水区，在投资、出口和消费这三大经济马车驱动下，中国经济总量排名从世界第七跃居为世界第二。社会经济环境的不断发展，生产结构逐渐转型升级，促使社会主流的交通、通讯以及消费方式都产生了变化。如表1所示，截至2015年底，每百户家庭拥有私家车31辆，每100人拥有移动电话92部。在短短的十余年里，国内互联网发展由一个点，迅速延伸普及到如今6.9亿的网民规模。而从2010年开始，中国正式开启移动互联网时代，从中国智能可穿戴市场规模比上年增长471.8%可知，移动互联网技术的成熟使得“互联网+医疗”、“互联网+出行”等个性化需求得到满足，电子支付方式日益普及，进一步刺激了国民消费。2015年前三季度，银行机构和非银行机构共处理电子支付业务1311亿笔，金额1953万亿元，同比分别增长174.7%和93.4% [11]。

种种的数据表明，随着经济结构的转变，国民消费层次从温饱型转为小康型，消费方式也逐渐从线下转为线上与线上结合，消费形态从物质型转为服务型，消费行为由从众模仿转为个性体验。因此，消费结构的升级深刻地影响着国民的消费偏好、行为及习惯，而高效、实惠、便捷的网约车正好顺应了时代潮流，迅速俘获市场。

(2) 舆论的变化

舆论对于出租车政策的改革，与其说是态度的变化，不如说是“发声”渠道的改变。20世纪90年代末，新闻资讯、公共政策、社会评论等“自上而下”的声音主要依靠传统的大众传媒来传播，如电视广播、报刊杂志等等。而群众的反馈主要通过电话、信访和媒体采访的方式表达。2000年以来，随着互联网的普及和成熟，博客、微博、微信的出现开启并加速了自媒体时代的发展，促进了资讯及舆论的广泛传播。所谓自媒体，即大众通过数字化、信息化技术，与全球信息及知识系统链接后所展示出来的大众如何提供、分享他们自身的信息、新闻的渠道和方式[12]。根据艾瑞调研数据显示，60.8%的新媒体

用户日益养成依赖微信、微博等社交媒体获取信息以及表达诉求的习惯。

因此，第 16 号令、《指导意见》、《暂行办法》以及第 64 号令等一系列网约车新政的出台迅速引发了广大网民的关注，而自媒体平台助长了这一关注热情，成为社会舆情发酵的一大助推力。具体见表 2、表 3。

Table 1. Part of the Chinese socio-economic indicators in 1998 and 2015

表 1. 1998 年和 2015 年国内部分指标数据

指标	1998 年	2015 年	增长幅度(倍数)
全国 GDP(万亿元)	8.49	68.55	8.07
全国人均 GDP(元)	6835	49992	7.31
民用载客汽车拥有量(万辆)	654	14095.90	21.55
私人载客汽车拥有量(万辆)	230.65	12737.23	55.22
移动电话用户(万户)	2386.30	127139.70	53.28
移动电话普及率(部/百人)	1.93	92.49	47.92
互联网普及率(%)*		50.30	

(*互联网普及率最早的数据记录为 2002 年的 4.6%，表格数据来自国家统计局。)

Table 2. Social top 10 hot issues in 2016

表 2. 2016 年社会热点舆情

序号	时间	舆情事件	地域	涉及话题	热度指数
1	1 月	国务院：除少数超大城市 全面放开落户限制	全国	户籍改革	★★★★★
2	2 月	哈尔滨“天价鱼”事件	黑龙江	旅游管理	★★★★★
3	3 月	山东问题疫苗事件	山东	医药安全	★★★★★
4	4 月	常州外国语学校毒地事件	江苏	环境污染	★★★★★
5	4 月	青年魏则西之死	多地	网络治理	★★★★★
6	5 月	雷洋事件	北京	涉法涉诉	★★★★★
7	7 月	河北大贤村洪灾事件	河北	突发事件	★★★★★
8	7 月	交通部发布网约车新规，网约车获合法地位	全国	交通管理	★★★★★
9	8 月	王宝强离婚事件	北京	社会公德	★★★★★
10	8 月	山东“徐玉玉电信诈骗案”	山东	网络治理	★★★★★

(摘自新华网《2016 年度社会热点事件网络舆情报告》。注：按照舆论效果排名，星级越高，该话题的正面舆论效果越好。)

Table 3. Top 10 topics of social policy in 2016

表 3. 2016 年社会领域十大政策话题

序号	地域	话题	舆论效果
1	全国	公安部：明确多项公安执法规范细则	★★★★★
2	全国	户籍改革话题	★★★★★
3	全国	国务院发文关爱保护农村留守儿童	★★★★★
4	全国	养老金并轨改革	★★★★☆
5	全国	教育部发文专项治理中小校园欺凌	★★★★☆
6	全国	职业资格认证奇葩证明乱象治理	★★★★☆
7	全国	延迟退休方案	★★★☆☆
8	全国	网约车细则以及出租车行业改革	★★★☆☆
9	广东	深圳新限外令，外地车有两次免罚机会	★★★☆☆
10	北京	以房养老试点两年仍陷困局	★★★☆☆

(摘自新华网《2016 年度社会热点事件网络舆情报告》。注：按照舆论效果排名，星级越高，该话题的正面舆论效果越好。)

由表 2、表 3 可知，2016 年《指导意见》和《暂行办法》的正式颁布引发了广大群众的关注和讨论。在短短几天内，公众舆论几乎是“一边倒”。舆论的主要观点可概括为以下三点：一是新政出台无非是“新瓶装旧酒”，将新兴的网约车纳入传统的巡游出租车管理模式中；二是懒政思维，政府并没有落实网约车和传统巡游车的资源最优化配置；三是一味的强调监管手段和作用显得政府对未来发展缺乏想象[13]。总体而言，公众舆论对政府承认网约车的合法地位起到一定的正面作用，但由于各地实施细则不同，对于监管方式则仍存在分歧。

(3) 政策环境的变化

在不同的领导集体下，我国的国家发展方针和执政理念都发生了变化。如第 63 号令的颁布处于中国“九五”规划时期，此时，我国以江泽民为总书记的领导集体，以 1992 年邓小平同志重要讲话和党的十四大为标志，以“抓住机遇、深化改革、扩大开放、促进发展、保持稳定”为发展方针，以“人均国民生产总值比 1980 年翻两番；基本消除贫困现象，人民生活达到小康水平；初步建立社会主义市场经济体制”为主要奋斗目标。届时，我国处于改革开放和社会主义现代化建设的新阶段。

而第 16 号令、《指导意见》、《暂行办法》、第 64 号令等一系列针对网约车的新政颁布则处于中国“十二五”和“十三五”规划的交替时期，此时，我国以习近平为总书记的领导集体，围绕习总书记系列重要讲话及十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，以“创新、协调、绿色、开放、共享”为发展理念。除了经济目标以外，还注重“普遍提高人民生活水平和质量，国民素质和社会文明程度，生态环境质量、完善司法及政治体制”的社会、生态、治理目标。此时，我国已进入全面建成小康社会决胜阶段。

(4) 来自其他子系统的决策及影响

汽车尾号限行政策和外地车牌限行政策在一定程度上扩大了网约车的市场。随着我国汽车保有量的不断增加，各城市的交通拥堵愈发严重，尾气排放的控制力弱，为了保证各地区的交通承载力，各城市相继退出了“限外令”、“限号令”，如北京、天津、上海、深圳、成都、武汉、杭州、济南、南昌、长春、石家庄、哈尔滨、贵阳、兰州等等。

2、政策信念方面

倡导联盟分力的根源在于其政策信念系统的冲突性，而政策信念系统分为三层，分别是深层核心信念、政策核心信念和次要方面信念。因此，网约车新政中倡导联盟的政策信念系统如表 4 所示。

由上述分析可知，政策核心信念的差异，是造成中国出租车政策子系统中划分为两个倡导联盟的主要原因。“政府收编联盟”将问题归结为网约车市场存在法制空白，难以保障乘客生命和财产安全，容易造成市场秩序混乱，认为“法无许可即禁止”，认为将传统的打车模式升级为网络预约模式即可满足需求；“市场运营联盟”将问题归结为政府过度管制，市场难以充分竞争，造成资源配置效率低下，甚至引发政府部门寻租和地方庇护行为，认为“法无禁止即许可”，需要转变政府传统的管理思维才能实现真正的行业结构改革。

3、倡导联盟资源

政府收编联盟和市场运营联盟的联盟资源从制定政策决策的正式法定权威、公共舆论(民意)、信息、可动员的力量、财力资源及技能精湛的领导这六方面进行对比分析。总体而言，政府收编联盟在联盟资源上略占优势，如表 5 所示。

4、政策学习

2015 年 6 月开始，交通运输部开始召集传统出租车和网约车领域各相关单位以及驾驶员、乘客开展专题研讨会，就出租汽车改革和发展以及网约车规范管等多方面问题，进行反复论证。在 2015 年 10 月《暂行办法(征求意见稿)》出台后，10 月 14 日，信息社会 50 人论坛组织召开“专车新政与共享经济发

Table 4. Policy belief system of advocacy coalition in the new rules of online ride-hailing services
表 4. 网约车新政中倡导联盟的政策信念系统

信念系统		政府收编联盟	市场运营联盟
深层核 心信念	人类本性	趋利避害，安全第一	
	各种主要价值的相对优先性	坚持稳中求进工作总基调，即稳定优先于发展	
	分配性正义的基本标准	坚持优先发展公共交通、适度发展出租汽车的基本思路	
政策核 心信念	问题的基本原因	网约车市场自由经营缺乏法制监管	政府对出租车市场设置行政许可，造成了寻租和垄断
	政府和市场之间的权威的合理配置	政府主导，强调政府监管责任	市场主导，强调资源配置效率
	不同政策工具的有限性	运用强制性政策：管制。 如《巡游出租汽车经营行政许可决定书》	运用自愿性工具：市场
次要方 面信念	对某一地区某一问题具体方面的严重性的看法	双方共识：推进出租汽车行业结构改革	
	对各种因果关系重要性的认识 (如对传统出租车改革原因的认识)	“招手即停”的服务方式 落后于网络预约功能	政府的管制思维顽固：数量管控、 价格指导、对车型、牌照进行限制

(表格来源：作者自制。)

Table 5. The comparison of the resources between two coalitions
表 5. 两个倡导联盟的资源及其策略比较

联盟资源 \ 倡导联盟	政府收编联盟	市场运营联盟
制定政策决策的正式法定权威	交通部牵头制定出租车新政。另交通部、国家工信部、公安部、 商务部、工商总局、质检总局、国家网信办共同制定网约车新政 +++	+
公共舆论(民意)	“专车新政与共享经济发展”研讨会上，多数专家学者倾向于市场运营， 上述的公众舆论变化也反对政府过度管控	
	+	+++
信息	主要掌握供给方的信息，同时更掌握仲裁信息	主要掌握需求方信息
	+++	++
可动员的力量	地方交通局、物价局、公安局、 工商局、税务局、旅游局等等	地方通信局、网信局、商务厅、 金融机构、部分专家学者、公众舆论等等
	++	+
财力资源	财政预算	企业风投
	+	++
技能精湛的领导	以交通运输部门为代表的政府管理人员	企业家
	++	+
总体资源	政府收编联盟占略微优势	

(表格来源：作者自制。注：+，++，+++分别代表弱、中、强三个层次。)

展”研讨会，围绕该征求意见稿引发争议的深层次原因、有关规定对中国经济社会整体和产业发展可能造成的影响以及如何推动中国网络预约出租汽车等新兴业态发展等问题进行探讨。这种专题论坛的形式，无疑促进了倡导联盟中政策信念的相互学习和影响。从第 63 号令到 64 号令，最大的变化是：1) 明确肯定了现有的网约车地位，并将其界定为出租汽车(包括巡游及非巡游)；2) 改革经营权的管理，实行经营权期限限制和无偿使用；3) 由交通部替代建设部、公安部，对出租汽车经营者实行指导，由地方交通部门实行属地管理；4) 鼓励巡游出租汽车实行规模化、集约化、公司化经营。

4. 结论

中国出租车政策变迁过程是一个很少被重视的政策研究领域，研究者大多关注政策的应然性问题，而不追问为什么，关注政策目标与政策产出却忽视政策过程的复杂性和重要性。本文通过倡导联盟框架得出的结论是：中国出租车政策的演变主要源于外部事件带来的巨大压力，推动了政策信念体系的分化，促进了倡导联盟的分化和形成——针对网约车的“政府收编联盟”和“市场运营联盟”，进而影响其资源，并开展政策取向的学习，最终导致政策变迁。

参考文献 (References)

- [1] 政策法规司. 网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法[EB/OL]. <http://www.miit.gov.cn/n1146295/n1146557/n1146624/c5218603/content.html>, 2016-08-25.
- [2] Charles, J. (1977) *An Introduction to the Study of Public Policy*. 2nd Edition, Wadsworth, Belmont, CA.
- [3] Sabatier, P. (1986) Top-Down and Bottom-Up Models of Policy Implementation: A Critical Analysis and Suggested Synthesis. *Journal of Public Policy*, 6, 21-48. <https://doi.org/10.1017/S0143814X00003846>
- [4] 萨巴蒂尔, 编. 政策过程理论[M]. 彭宗超, 等, 译. 北京: 三联书店, 2004.
- [5] 黄泰文. 我国环境项目选址政策调整时间变迁的内在逻辑——基于倡导联盟框架(ACF)的视角[J]. 福建行政学院学报, 2013(5): 22-29.
- [6] 李秋烟. 倡导联盟框架下中国住房政策变迁分析[J]. 佳木斯大学社会科学学报, 2013, 31(1): 64-66.
- [7] 张婉苏. 倡导联盟框架视野下的房产税法改革的政策过程评议[J]. 求索, 2015(10): 115-119.
- [8] 彭爽. 倡导联盟理论视角下我国生育政策变迁研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南师范大学, 2015.
- [9] 郝亮, 王毅, 苏利阳, 等. 基于倡导联盟视角的中国大气污染防治政策演变机理分析[J]. 中国地质大学学报(社会科学版), 2016(1): 34-43.
- [10] Mazmanian, D. and Sabatier, P. (1989) *Implementation and Public Policy*. University Press of Technical Controversy, Lanham, MD, Communications Press, Washington, D.C.
- [11] 宁吉喆. 以消费升级为导向, 加快推进供给侧结构性改革[J]. 中国经贸导刊, 2016(10): 14-16.
- [12] 肖恩·鲍曼, 克里斯·威尔斯. 自媒体: 大众如何塑造未来的新闻和信息[R]. 2003-07.
- [13] 信息社会 50 人论坛. 从“网约车新政”透视转型期政府治理理念转变之必要性——“专车新政与共享经济发展”研讨会纪实[J]. 电子政务, 2015(11): 32-42.

期刊投稿者将享受如下服务:

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: ass@hanspub.org