

经济全球化与企业合并的反垄断规制

王新生^①

(长沙理工大学 法学院, 长沙 410076)

摘要:在经济全球化条件下,激烈的国际竞争改变了国内竞争的格局,反垄断法对企业合并的规制应当充分考虑国际竞争因素。反垄断法执法机关应将国际竞争因素纳入到相关市场的界定过程中,正确运用反垄断法的一般原则与例外规则,准确把握企业合并的规制条件,以促进市场自由竞争,并提高中国企业国际竞争力。

关键词:反垄断法;企业合并;相关市场;国际竞争力

企业合并几乎是每一个大公司完成规模集聚、实现快速发展的必经手段。^{[1]16}“没有一个美国大公司不是通过某种程度、某种方式的兼并而成长起来的,几乎没有一家大公司主要是靠内部扩展成长起来的。”^[2]可以说,企业合并是企业扩展规模、增强市场竞争能力的必要手段。但是,企业合并既可能为合并当事方带来巨大好处,也可能会因此导致垄断。如果企业合并可能导致合并企业取得市场支配地位,进而限制或削弱自由竞争,那么,政府就应当对该企业合并进行反垄断规制,防止企业合并形成垄断结构。现代许多国家,特别是经济发达国家,大都制定实施了反垄断法,以法律手段规制企业合并。我国的反垄断法也于 2007 年正式出台并于 2008 年开始生效。

一 我国反垄断法对企业合并规定的解读

从经济学理论来分析,企业规模的扩大有其积极意义和消极意义两个方面。从积极方面来看,企业规模扩大具有规模经济的效益,其本身就是市场竞争的产物,也是竞争的必然结果。在市场竞争条件下,企业通过加大资金投入、开拓市场、革新技术、加强管理等诸多手段以取得竞争中的胜利。企业规模的扩大,有利于企业提高创新的能力,应对市场风险,有助于进一步提高经济效益。而企业合并是企业扩大规模最常用的手段之一。在一定意义上可以说,企业合并应当得到法律的保护。但是,当企业规模达到一定程度并取得市场垄断能力后,事物可能

会走向它的反面,企业从逐利的本性出发,有可能利用规模优势,采取限制竞争的手段,阻碍市场竞争,以获得垄断利润。这样就可能会破坏市场竞争作用的发挥,最终导致社会整体经济效益的降低。这就是企业规模扩大的消极方面。因此,各国在应对企业合并扩大规模之策大都着力于防止其限制竞争的消极方面,并对之予以规制。

为了适应我国社会主义市场经济建设的发展需要,应对中国加入世界贸易组织之后所面临的激烈的国际竞争,2007 年全国人大常委会正式通过《中华人民共和国反垄断法》该法将于 2008 年 8 月 1 日起正式实行。反垄断法的通过标志着我国的反垄断事业正式步入法制轨道。在反垄断法中,企业合并是当作经营者集中的一种情形来看待的。“经营者集中是指下列情形:(1)经营者合并;(2)经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权;(3)经营者通过合同等方式对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响。”(第 20 条)我国反垄断法所讲的经营者合并是指两个或两个以上的企业通过订立合并协议,根据相关法律合并为一家企业的法律行为。经营者合并是两个或两个以上的企业依法进行的共同行为,必须遵守法律、行政法规规定,有的还必须依法经有关部门批准,必须通过依法订立的合同来进行,并产生相应的法律后果。另外,通过证券交易所进行股票交易收购而形成的企业合并也是反垄断法所称的经营者

① 收稿日期:2008-02-26

基金项目:湖南省社会科学基金课题“经济全球化与中国竞争法律制度建设”的阶段性成果(03YB75)

作者简介:王新生,男,湖南祁阳人,长沙理工大学法学院教授,主要从事法理学与经济法学研究。

合并。^[3]对于企业合并,新的反垄断法根据不同情况,实际上规定了3种方式。第一种方式是允许。反垄断法第5条规定:“经营者可以通过公平竞争、自愿联合,依法实施集中,扩大经营规模,提高市场竞争能力。”第二种方式是特许。反垄断法第7条规定:“国有经济占控制地位的关系国民经济命脉和国家安全的行业以及依法实行专营专卖的行业,国家对其经营者的合法经营活动予以保护。”第三种方式是禁止。这种方式主要是针对可能产生排除或限制竞争效果的企业合并的情形。反垄断法第28条规定:“经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的,国务院反垄断执法机构应当作出禁止经营者集中的决定。但是,经营者能够证明该集中对竞争产生的有利影响明显大于不利影响,或者符合社会公共利益的,国务院反垄断执行机构可以作出经营者集中不予禁止的决定。”

从我国反垄断法的相关规定可以看出,对企业合并进行反垄断规制的基本原则是:如果企业合并具有或者可能具有排除、限制竞争效果的,就会受到国务院反垄断执法机构的禁止;如果不具有或不可能具有排除、限制竞争效果的,则不予禁止。简单地讲,反垄断法并不禁止或限制一般性的、规模不大的企业合并,而是规制大企业的合并,当然有特许情形的除外。在操作程序上看,如果达到国务院规定的申报标准的企业合并,必须向国务院反垄断执法机构申报。如果不申报,不得实施合并行为。国务院反垄断执法机构在接受申报后,在规定时间内应对申报企业合并行为进行审查,如果认定该项合并不具有或不可能具有排除、限制竞争效果的,即可允许合并;如果认定该项合并可能具有排除、限制竞争效果的,即可作出禁止合并的决定。被禁止的企业合并案即不得实施。

二 国际竞争背景下的相关市场的界定

国务院反垄断执法机构在对企业合并进行是否构成垄断限制的分析时,首先面临的问题就是如何界定相关市场。一般情况下,如何对市场进行界定,决定了特定的合并是否违反反垄断法的判断。^[4]我国反垄断法第27条规定:“审查经营者集中,应当考虑下列因素:(1)参与集中的经营者在相关市场的市场份额及其对市场的控制力;(2)相关市场的集中度;(3)占控制地位的关系国民经济命脉和国家安全的行业以及依法实行专营专卖的行业,国家对其经营者的合法经营活动予以保护”由此可见,国务院反垄断执法机构在审查企业合并时,经营者在相

关市场的市场份额对其对市场的控制力、相关市场的集中度都在考虑之列,而这些都与对相关市场的界定直接相关。

目前世界各国对企业合并的审查标准有两种,一种是以是否实质性减少市场竞争为判断的标准,如美国的克莱斯頓法规定,禁止实质上减少竞争或旨在形成垄断的合并。另一种是以企业的市场份额大小,或是否形成市场支配地位为判断标准,如德国反对限制竞争法规定,如能预见合并将产生或加强市场支配,联邦卡特尔局应禁止合并。我国采取的是两者兼顾的标准,与欧盟的相关制度较为类似。总的来看,不管是那种标准,相关市场的界定都是其判断基础。所谓市场份额、市场支配地位、企业控制力的判断,都依赖于对相关市场的认定,即所谓的市场界定。相关市场界定的范围发生变化,自然影响到反垄断执法机构对企业合并所带来的市场控制力和市场集中度的认定。相关市场界定范围大,则一定规模的企业的市场集中度的认定就会相对较低,反之亦然。从目前世界各国的认定来看,德国反限制竞争法规定的份额是占相关市场的三分之一,美国的相关市场份额没有明确规定,从司法实践可以看出,美国反托拉斯机构在认定市场支配地位时一般是50%~70%以上。^{[5]98}中国对占支配地位的市场份额比例目前也未作出明确的规定,有学者认为,取得35%以上市场份额的企业可以认定为占市场支配地位。^[6]

各国反垄断法在实践中对于相关市场的界定主要是围绕相关商品市场和相关地域市场这两个方面展开的。^[7]从企业的角度来看,其经营无非是在一定的地理范围内向它的客户提供一定品质的商品(产品)和服务,因而有关企业合并规制的市场界定也就存在着商品(服务)市场和地理市场两个维度。在实践中,如果市场界定得太小,则参与合并的当事方企业所拥有的市场份额很高,合并获得批准的可能性就大大减少;反之则增大。因而正确和合理地界定合并企业的经营所涉及的市场范围,对准确分析拟议中的合并的竞争效果具有十分重要的意义。^{[1]40}美国《合并指南》认为:“市场可以定义为一种产品或一组产品及生产和销售这种(些)产品的一个地理区域,对这种(些)产品和这个地理区域来说,在假设所有其他产品的销售条件不变的情况下,如果这个市场上现在和未来只存在惟一的厂商,而且假定该厂商的定价不受管制并以追求利润最大化为目标,那么这个厂商品流通很可能会采取‘小而显著非

短期'的提价方法获得。”也就是说,假定只有一个市场垄断者,它生产或销售 A 产品,现有 A、B、C、D 四种产品可供销售者选择,如果该市场垄断者提价,消费者纷纷转向其他产品如 B、C,那么 A、B、C 就属于一类产品市场;同样如果 A 地的企业调高产品价格,消费者转向 B 地购买,那么 A、B 两就属于同一地理市场。^{[1]42} 欧盟对市场界定的规定从文字到内容略有不同,但在市场界定的实际效果上几乎完全一样,差别细微。我国反垄断法的相关市场的界定亦应参考其他国家的通行做法,尽量做到符合市场实际。

在传统意义上,反垄断法所指的市场范围一般就是指国内市场。但是在经济全球化背景下,由于国际经济贸易与合作日益加强,各国国内市场的国际化程度越来越高,特别是加入世界贸易组织的成员方,由于关税的大幅削减,关税保护功能已大为削弱,各国已无法依靠关税等手段将国外产品拒之门外。由于国外商品大量涌入,或者外资大量进入,许多行业的国内竞争接近于国际竞争,国内市场几乎等同于国际市场,部分产品的国内市场实际上成为国际市场的组成部分。^{[5]96} 国内市场已经不再是一个独立的市场体系,它只不过是全球经济体系中的一个部分而已。反垄断法所涉及的市场范围完全可能就是整个世界市场或国际市场,也有可能是一个较大的区域市场。在这种情形下,反垄断法所指涉的这些行业的相关市场已不能简单地局限于国内市场,应当把它放到国际竞争大市场中去考虑。在某些行业,个别企业可能占据中国国内市场的较大份额,但因其在国际市场上占据的份额太少,不足以控制国际市场。所以,即使在国内市场占据较大份额,但因国际竞争因素的存在,外国的商品或服务随时可以进入参与竞争,该国内企业根本不可能控制国内市场,不具备市场控制能力。所以说,国务院反垄断执法机构在进行企业合并审查时,“不仅要根据国内市场占有率进行判断,还要考虑在全球市场范围内是否能够形成垄断。对全球性行业,需要对全球市场的条件、竞争现状、发展等因素进行综合分析,而不局限于本国范围。”^[8]

由于普遍面临国际竞争压力,各国经济学界和政府部门都希望本国企业能够在国际竞争中占据优势,毫无疑问,组建大规模公司是其中的一项重要措施。所以,目前欧盟、美国等发达国家的反垄断执法已悄然发生转变,相较于过去的严格控制企业合并也明显放松,特别值得关注的是,他们把某些产业认

定为全球性产业,将其相关市场设定为整个国际市场,从而避开了国内反垄断法的严格控制,放松对其进行合并规制。如在民用航空飞机制造领域,美国的波音公司、麦道公司面临欧盟空中客车公司的严峻挑战,美国反垄断机构断然允准波音公司与麦道公司的合并,成立超级的巨无霸企业——新的波音公司,与空中客车公司展开激烈竞争。在汽车制造领域,美国汽车制造业面临德国、日本等国的汽车制造企业的强有力的挑战,美国的反垄断执法机构也批准了美国的通用汽车公司与克莱斯勒汽车公司的合并,以取得国际市场的竞争优势。由此可见,正是由于美国的反垄断主管机关在界定相关市场时已不再局限于本国国内市场,而是根据国际竞争状况,将相关市场扩充到了国际市场,进而放松了对这些全球性产业的企业合并控制。美国的这一反垄断政策的变化应当引起我国的重视。美国的总体经济与科技实力目前远超世界其他国家,世界前 500 强企业美国占绝对多数,在国际竞争中优势极为明显。但当某些全球性产业面临国际竞争时,就会放松管制,以利美国企业通过合并提高国际竞争力。对于实力普遍弱小的中国企业来说,更应该组建超大型的企业应对跨国公司的竞争。所以,国务院反垄断机关应当充分考虑这些情形,充分运用反垄断法第 27 条第 6 款的规定所提供的操作空间,将中国企业参与国际竞争的因素列为“应当考虑的影响市场竞争的其他因素”,对于全球性产业,应当将相关市场界定为国际市场,放宽对企业合并的限制,以利中国企业组建“航空母舰”参与国际竞争。

三 例外规则与国内企业国际竞争力的培育

反垄断法的目的就是排除市场垄断,制止限制竞争的行为,以促进自由竞争,充分发挥市场竞争对经济发展的促进作用。在经济全球化背景下,反垄断法在应对国际竞争压力时,可以在 3 个方面起作用:一是为中国企业提供充分竞争的环境,促使国内企业培育自身的竞争力,以应对来自国外的竞争压力,或是到国际市场竞争中大显身手;二是对外国资本的并购实施有效规制。相对于普遍弱小的中国企业来说,那些跨国公司无疑是庞然大物,无论是在资本实力,还是在技术、管理、营销实力等方面,都要强大得多,因此,为了限制跨国大公司的恶意并购或旨在垄断中国市场的并购,可以运用反垄断法规范予以有效规制;三是通过一些例外规则,鼓励或允许特定的企业通过合并扩展规模,以应对激烈的国际竞争。如对于飞机制造、汽车制造等全球性行业,应当

鼓励国内企业在条件成熟的情况下实施合并,增强国际竞争能力和抗风险能力。

维护充分竞争的环境无疑是反垄断法最重要的使命,也是培育中国国内企业国际竞争力的最重要的因素。在改革开放前的近30年中,一些国有企业由于长期受到政府计划约束和行政权力保护,既无发展技术、工艺的动力,也无开拓进取的精神,因而毫无市场竞争的能力,一旦进入市场竞争状态,许多中小型企业面临倒闭或濒临破产,许多大型国企也纷纷陷入困境。事实教训了企业与企业人,于是一大批国有企业、集体企业纷纷与民营企业一道,不依靠政策保护和行政保护,而是以自身的实力参与市场竞争,反而在残酷的竞争中脱颀壮大,不仅称雄中国市场,也从中国走向了世界。如华为、海尔等大型企业的成功地发展壮大并开展跨国经营,与跨国企业展开了强有力的竞争。事实上,改革开放以来,最初国家保护最少的领域现在最具竞争力,如彩电、冰箱、洗衣机等家电领域,是中国最早开放的行业,经过从“死”到“生”的蜕变,中国企业的整体实力大大增强,并在国际市场竞争中取得决定性的胜利,中国生产的彩电、冰箱、洗衣机占据世界家电市场产品的三分之一以上,甚至占据发达国家一定市场份额,以至于让传统的家电强国惊呼中国的“狼”来了。所以说,在面对强大的国际竞争时,中国的最佳对策就是以反垄断法为武器,排除行政垄断和跨国公司的排除和限制竞争行为,为中国企业创造自由竞争的市场环境,以利中国企业在自由竞争中发展壮大,在市场竞争中增强国际竞争力。

有人认为反垄断法会束缚中国企业的手脚,从而失去发展壮大的机会,这实际上是个误解。如上分析所知,维护竞争的经济环境,对增强企业的国际竞争力至关重要,所以反垄断法必须得到充分的实施。对于那些全球性行业的企业合并,反垄断法实际上也作出了特殊的安排。一是对于占控制地位的关系国民经济命脉和国家安全行业以及依法实行专营专卖的行业,国家对其经营者的合法经营活动予以保护。也就是说除了烟、酒等专卖行业外,如军工、电网电力、石油石化、电信、民航等行业的国有企业可以得到特殊的保护,甚至可以占据市场控制地位而不会受到反垄断法的制裁。二是反垄断法确立了例外规则。反垄断法第27条、第28条的规定实际上考虑了国民经济发展因素、“效率抗辩”因素和社会公益因素,国务院反垄断执法机构可以具体情况具体分析,灵活运用这些规则。与西方国家对企

业合并控制普遍采取竞争政策导向有所不同,^[9]我国反垄断法将国民经济发展因素纳入到企业合并的反垄断审查之中。也就是说我国的反垄断政策在坚持竞争政策导向的同时,并没有完全放弃产业政策导向。因此,对于那些全球性行业,如汽车制造、民用航空器制造等,为了应对激烈的国际竞争,应当鼓励普遍弱小的中国企业实施合并,组建大型企业,以提高国际竞争力。“效率抗辩”也是企业合并免受反垄断法禁止的重要手段。因为,企业合并有助于经济结构的重组,规模经济有利于产品质量的改进,技术开发以及将其成果转化为生产力,从而有利于企业开拓新的市场……在为数繁多的行业领域,对市场结构的竞争法分析应该置于日益增长的世界一体化的大范畴内。当依据竞争规则对企业间合作行为进行评价时,企业间合作创造的效率与它们所处的实际竞争环境之间的平衡是应该加以考虑的一个主要因素。^[10]欧盟的竞争法考虑了效率抗辩因素,韩国的反垄断法律也有类似规定。如韩国的法律就规定,如果一项合并能够提高效率,且提高效率的益处比限制竞争的弊端大,这种合并便不受限制。另外,对于救济濒临破产的企业结合也可以不受限制。在美国,反垄断主管机关对于效率抗辩的态度,从最开始的例外情形,发展到后来明确规定可认可的效率,也存在着从“效率冒犯”到“效率抗辩”的变化。^[11]在我国,存在许多效益不佳、濒临破产但又因种种原因无法破产的企业,对其进行并购重组无疑是一种最好的选择。这种并购从理论上讲不会对竞争构成限制或损害,且让濒临破产的企业起死回生,重新加入到竞争行列中来,能起到促进有效竞争的作用。所以如对此类企业的并购,则可以按照反垄断法第28条的规定,不予禁止。社会公益因素的考虑,也为相关企业的合并提供了免于合并禁止的法定理由。

总之,反垄断法为规范企业合并、防止垄断提供了明确的法律依据,同时也为中国企业参与国际竞争提供了合适的通道。国务院反垄断执法机构在审查企业合并时,可以根据具体情况,对国内企业合并作出合适的决定,以提高中国企业的国际竞争能力,有效应对经济全球化的挑战。

参考文献:

- [1] 卫新江. 欧盟、美国企业合并反垄断规制比较研究[M]. 北京: 北京大学出版社, 2005.

(下转第33页)

超其值, 因而类似专列旅游在以后的开发中应改进。

(五)往返运行管理上, 应实施全方位管理

类似此次专列存在的“价廉”与“物美”不相匹配的问题在专列运行中是可以而且应该要逐步解决的。首先, 组团社应建立一个专列指挥中心; 其次, 在列车运行途中与列车组在车内固定的办公地点建立一个共同的指挥中心, 用以管理专列沿途需要解决的有关问题; 再次, 到达目的地后与地接社组成地面指挥中心。这三个中心都要让游客知晓, 并且容易辨识。指挥中心具体应做到和做好:

选择相应专列车型和配备设施。组团社与铁路有关部门以契约的形式备好相应层次中相同标准的专列车厢, 同时配备好车内内部设施设备, 并根据需要选定符合服务要求的工作人员。^[4]

做好沿途预报工作。内容应包括凡是与此次旅游专列有关的全方位信息, 诸如到站点及时间、各停靠点饮食风味特色、当地文化习俗等。

开辟一个车内活动中心。组织游客沿途各项娱乐活动, 调动车内气氛;^[3] 成立一个安全小组, 可以尝试在游客中招募青年志愿者与导游、列车工作人员共同为大家服务。

成立一个游客协调中心或游客维权中心。用于专门解决旅游途中游客的有关事项, 调动游客积极

参与各项车内活动, 起到既可充实其行程, 又可实现“游客之上”原则的作用。

成立一个联络中心。用于专列运行时车内指挥各旅行社导游和有关工作人员为游客提供及时服务工作, 成员包括各社导游、各团的领队、组团社和专列列车的有关负责人、用以联络组团社及各代理社、列车组、地接社之间的有关事项。通过一系列的全方位管理措施, 力争真正实现专列旅游的“价廉”与“物美”, 逐渐优化中小城市旅游市场的发展。

参考文献:

- [1] 刘 莉. 顺应市场需求 开好旅游列车 [J]. 中国铁路, 2004(3): 71-74
- [2] 刘赵平. 我国旅游专列产品发展规律初探 [J]. 北京第二外国语学院学报, 1999(4): 20-25
- [3] 刘睿文, 吴殿廷. 西北旅游落后现状的突破及列车旅游的新思路 [J]. 地域研究与开发, 2006(2): 31-34
- [4] 贾跃千. 旅游专列的市场优势及营销技巧 [J]. 旅客运输, 2005(4): 58-62
- [5] 陈启跃, 王志民. 论旅游专列的线路设计 [J]. 镇江市高等专科学校学报, 2000(6): 45-51

(责任编辑: 徐 蓓)

(上接第 28 页)

- [2] [美] 乔治·J·施蒂格勒. 产业组织和政府管制 [M]. 上海: 上海三联书店, 1989: 3
- [3] 全国人大常委会法制工作委员会经济法室. 中华人民共和国反垄断法条文说明、立法理由及相关规定 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2007: 116
- [4] 孔祥俊. 反垄断法原理 [M]. 北京: 中国法制出版社, 2001: 616
- [5] 朱宏文, 王 健. 反垄断法——转变中的法律 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2006
- [6] 王晓晔. 我国反垄断立法框架 [J]. 法学研究, 1996(4).
- [7] 王先林. 论反垄断法实施中的相关市场界定 [J]. 法律科学, 2008(1).
- [8] 张 穹. 反垄断理论研究 [M]. 北京: 中国法制出版社, 2007: 189
- [9] 王晓晔. 《中华人民共和国反垄断法》中经营者集中的评析 [J]. 法学杂志, 2008(1).
- [10] 孙 涛. 欧盟竞争法的政策基础及其对企业结合的反垄断控制 [C]. 史际春. 经济法学评论: 第一卷. 北京: 中国法制出版社, 2000: 118
- [11] 唐星芝, 李 廷. 浅析美国企业合并反垄断规制中效率抗辩的发展 [J]. 法制与社会, 2007(9).

(责任编辑: 徐 蓓)

(4) **Economic Globalization and Antimonopolization Restriction on Enterprise Amalgamation**

WANG Xin-sheng (025)

Law School, Changsha University of Science and Engineering, Changsha Hunan 410076, China

Abstract In the environment of economic globalization, intense international competition is changing the setup of domestic competition. The Antimonopolization Law should take the factor of international competition into account when placing restriction on enterprise amalgamation. Law-enforcing institutions should utilize the general rules and exceptions of the Antimonopolization Law in a proper way and master the restrictions on enterprise amalgamation so as to promote free market competition and improve Chinese enterprises' international competence.

Key words the Antimonopolization Law; enterprise amalgamation; the market concerned; international competence

(5) **Case Study: Special Train Tour Development in Medium and Small Cities**

ZHOU Meirfang¹, LUO Fen² (029)

1 Department of Social Sciences and Humanities, Zhuzhou Teachers College of Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China; 2 College of Tourism, Central South University of Forestry, Changsha Hunan 410004, China

Abstract Special train tour is popular with the public in medium and small cities because it is safe, convenient and comfortable and saves tourists money, time, effort and worry. Choosing the right time and itinerary, determining a reasonable price, implementing all-dimension management in the tour, and combining special train tour with social activities can promote the development of special train tour product and help the tourism market of medium and small cities to develop healthily.

Key words special train tour; tourist product; tourist itinerary; medium and small cities

(6) **A Comparison of Martin Heidegger's Ecological Thoughts and Those of Zhuangzi**

DENG Shao-qiu (041)

Library, Hunan First Normal College, Changsha Hunan 410205, China

Abstract Heidegger and Zhuangzi have similar ecological thoughts. First, both have respect for nature and share the same ecological values of all things being equal, "objects without the distinction between nobility and inferiority" and "non-human-centeredness"; Secondly, both criticize technological knowledge, "darkness of the world" and "denial of saints and knowledge"; Finally, both pursue a free existence, free traveling and poetic dwelling. But they achieve their ideals in different ways, "be quiet and nonaction" and "to rescue through art". The harmony of man and nature advocated by Heidegger and Zhuangzi in different times is still of great importance in the construction of a harmonious society and the development of human beings.

Key words Heidegger; Zhuangzi; ecological thought

(7) **On "Shi Shuo Style" in the Late Ming Dynasty**

JIA Zhan-lin (045)

School of Chinese Language and Literature, Guangxi Normal University, Guilin Guangxi 541004, China