

法律与法学

美国合并反垄断分析的 晚近发展*

——以美国2010年《横向合并指南》为中心的考察

胡甲庆

【摘要】为回应上世纪90年代以来合并反垄断执法司法实践和理论的重大发展,美国2010年《横向合并指南》进一步淡化了结构推定在合并反垄断分析中的地位和作用,更加强调对合并单边反竞争效果分析,首次确认临界损失分析、合并模拟等经济分析方法在合并反垄断分析中的应用。这标志着美国合并反垄断分析最终实现了从结构推定方法向多种方法的转变。

【关键词】反垄断 美国反垄断执法 反垄断分析

【中图分类号】D912.29 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1000-2952(2012)05-0062-06

引言

美国司法部和联邦贸易委员会于2010年8月联合发布了新《横向合并指南》。^①(以下称2010年指南)该指南是对1968年《合并指南》、^②1982年《合并指南》、^③1984年《合并指南》、^④1992年《横向合并指南》(该指南1997年曾修订)^⑤(以下均简称××年指南)及美国司法部和联邦贸易委员会2006年《关于横向合并指南之评论》^⑥的继承、批判和发展,也是对上世纪90年代以来反垄断法经济学理论和实践新成果的回应和吸纳。

总体上看,2010年指南的一个重要精神是强调统一执法主题下的多种分析方法。正是基于这一精神,除继续沿用92年指南的市场界定、效率、转产和市场进入、破产公司等竞争效果分析框架外,2010年指南进一步淡化了结构推定在合并反垄断分析中的地位和作用,更加强调对合并单边反竞争效果的分析,首次确认临界损失分析、合并模拟等经济分析方法在合并反垄断分析中的

应用。可以说,这使美国合并反垄断分析最终实现了从结构推定方法向多种方法的转变。

* 本文是笔者主持的国家社会科学基金项目“反垄断法实施中经济理论与方法的应用问题研究”(批准号09XFX018)的阶段性成果之一,谨此感谢。

① U. S. Dep't of Justice & FTC, Horizontal Merger Guidelines (2010), <http://www.ftc.gov/opa/2010/08/hmg.shtm>.

② U. S. Dep't of Justice Merger Guidelines (1968), <http://www.justice.gov/atr/hmerger/11247.htm>.

③ U. S. Dep't of Justice Merger Guidelines (1982), <http://www.justice.gov/atr/hmerger/11248.htm>.

④ U. S. Dep't of Justice, Merger Guidelines (1984), <http://www.justice.gov/atr/hmerger/11249.htm>.

⑤ U. S. Dep't of Justice & FTC, Horizontal Merger Guidelines (1992), <http://www.justice.gov/atr/hmerger/11251.htm>.

⑥ U. S. Dep't of Justice & Fed. Trade Comm'n, Commentary on the Horizontal Merger Guidelines (2006), <http://www.justice.gov/atr/public/guidelines/215247.htm>.

一、淡化结构分析

相对于以前各版本的指南，2010年指南进一步淡化了结构分析，这主要表现在两个方面：一是提高了市场集中度门槛；二是区别对待市场集中度及其变动幅度、市场份额在合并“协调效果”与“单边效果”分析中的作用。

（一）提高市场集中度门槛

市场集中度和市场份额门槛制度最先由68年指南确立。但是，由于68年指南坚持“《克莱顿法》第7条执法的基本功能是保护和促进有利于竞争的市场结构”和“增加市场集中度的横向合并内在地具有减少竞争的可能性”的理念，^①因此，它赋予市场集中度和市场份额在合并反垄断分析中极大的权重。比如，68年指南第5段规定，在一个市场上，如果4家最大企业的市场份额总和不低于75%，那么只要收购方企业的市场份额不低于15%，而被收购企业的市场份额不低于1%，美国司法部通常会起诉这样的合并。^②此外，该指南还采用“行业前几家企业”的市场集中度测度方法。可以说，68年指南集中体现了上世纪60年代至70年代中期美国合并反垄断执法司法实践的严格结构主义规制倾向。

相对于68年指南，82年指南更强调合并竞争效果的分析，并在一定程度上降低了市场集中度在合并反垄断分析中的作用。比如，该指南取消了68年指南中的“行业前几家企业”的市场集中度测度方法，首次将“赫芬达—赫希曼”指数（the Herfindahl-Hirschman Index，下文简称“HHI”）引入到合并反垄断分析中，并根据合并后的HHI以及合并所引起的HHI变化确立了是否起诉合并的门槛条件。这一做法为美国后来历次合并指南所沿袭。

2010年指南在92年指南的基础上进一步提高了市场集中度门槛。一方面，它将划分合并后的“非集中市场”、“中度集中市场”和“高度集中市场”的HHI标准从92年指南中的1000、1000~1800和1800分别提高到1500、1500~2500，2500。另一方面它将合并后的市场从92年指南的三种增加到四种，即合并后市场包括“集中度小幅变化的市场”、“非集中市场”、“中度集中市场”和“高度集中市场”。在此基础上根据合并引起的HHI变动情况分别予以处理，即对于“非集中市场”以及合并引起的HHI变动低于100的“集中度小幅变化的市场”都无需进一步分析就可终止反垄断调查；对

于“中度集中市场”上HHI变动高于100的合并及“高度集中市场”上HHI变动在100和200之间的合并都可启动反垄断调查；对于“高度集中市场”上HHI变动在200之上的合并，可推定其增强市场势力。显然，相对于92年指南，这大大提高了启动反垄断调查的HHI变动幅度门槛。

（二）区别对待市场集中度和市场份额的分析意义

2010年指南认识到市场集中度及其变动幅度、市场份额在涉及“协调效果”的合并案件中具有较大的证明价值，而在涉及“单边效果”的合并案件中，参与合并企业之间的转换率及其合并前的价格—成本边际则具有较大的证明价值。^③因此，2010年指南取消了92年指南对于单边效果分析中关于“市场集中度超出1.5节规定的安全区域，且参与合并企业的联合市场份额不低于35%就可推定参与合并企业彼此之间是重要的直接竞争者”的相关规定。

2010年指南之所以取消这样的推定，主要是基于以下四个原因：（1）92年指南没有对35%的门槛提供明确依据。显然，它直接取自于82年指南“领导企业但书条款”中35%的数据。但是这个“但书条款”是根据同质产品市场上具有市场支配地位企业或竞争性边缘企业模型等理论而提出的，因而不适合单边反竞争效果的分析。（2）在执法司法实践中，35%的推定通常被当作“安全港”来援引。在这种情况下，合并参与企业常常依据横向合并指南主张，如果它们在相关市场上的联合市场份额低于35%，那么合并不会产生显著的单边价格效应。但是，联合市场份额低于35%的、使那些彼此互为近似替代品的两种产品结合起来的合并事实上也可能产生显著的单边涨价效果。（3）正如下文所强调的，当代经济理论和合并反垄断实践将差异化产品的单边价格效应与转换率和价格—增量成本边际更直接地联系起来，而不是与参与合并企业的联合市场份额更直接地联系起来。

上述分析表明，2010年指南对市场集中度和市场份额在合并竞争效果分析中的作用更趋科学和理性，并对此秉持一种辩证的态度。这种态度集中体现在该指南第4节有关“市场份额和市场集中度的测度本身不是目的，但从它能说明合并的可能竞争效果的意义上讲是有益

^① 1968 Guidelines, ¶ 5.

^② Id.

^③ 2010 Guidelines, § 2.1.3, § 5.

的”规定上。这表明,2010年指南虽提出了“合并反垄断分析不适用单一方法”的观点,但这并不意味着,在起诉一项并购交易时要放弃市场界定,而是指预测合并竞争效果可以根据市场份额和市场集中度以外的证据来进行。因此,它一方面承认HHI门槛制度在识别那些不可能具有反竞争效果并无需进一步分析的合并方面起着“过滤器”的功能,从而保留了HHI门槛制度。这对于增强合并指南的可预见性和减少不必要的合并反垄断调查无疑具有重要意义。另一方面它又指出,市场份额和市场集中度的测度本身并无价值,只有它们在评估市场效果方面发挥作用时才有价值。因此,它提高了HHI门槛,而且还对其在合并“协调效果”与“单边效果”分析中的作用予以区别对待,从而让“市场份额和市场集中度”用得其所。

二、强化单边反竞争效果分析

(一) 单边反竞争效果分析的制度演进

1992年以前的合并指南几乎都将关注点集中在合并的“协调效果”上。比如,82年指南十分强调合并的“协调效果”即合并增加合谋(明示或默示)可能性的风险,并详细讨论了影响合谋便利性和有利可图性的各种因素。而对于产品的差异性则被作为影响合谋便利性和有利可图性的因素“仅在极个别情况下才予以考虑”。^①在84年指南中,仅有一小段规定了我们现在所称的“单边效果”,而且是通过“领导企业”这一“但书”条款来表述的,即“如果市场上领导企业的市场份额不低于35%,并且约为第二大企业市场份额的二倍,那么任何市场份额不低于1%的企业与领导企业的合并都有可能受到司法部的起诉”。这一但书条款的目的是为了预防“合并可能产生或增加单个的具有市场支配地位企业的市场势力”。^②这表明,1992年以前的指南都表现出对同质工业品集中度较高市场的绩效的担忧。随着20世纪80年代美国反垄断机构执法经验的积累和经济学理论的发展,92年指南首次引入了“单边效果”的概念及其分析框架。92年指南在84年指南“领导企业”但书条款的基础上有了新的发展,它提出了一个新的观念,即排除参与合并企业之间的竞争本身就构成实质性减少竞争,即使合并后的企业与市场上剩下的竞争企业之间不存在“协调效果”。^③“单边效果”概念及其分析框架的引入表明美国的合并反垄断执法重心开始从相对同质的工业品更多地向差异化产品转变,也表明美国合并反垄断执法从工业化时代向信息化时代转型迈出了重

要一步。

但是,92年指南在单边效果分析的制度设计上有两大大技术缺陷。一是92年指南只简单地讨论了差异化产品供应商之间的定价竞争、投标竞争、同质产品的产能和产出,而没有讨论导致垄断的单边反竞争效果以及由于创新和产品多样性减少而发生的单边反竞争效果,而且具体的分析模式不完善。二是92年指南有关“差异化产品合并可能导致单边涨价”的规定本来是建立在差异化产品定价理论、伯川德竞争模型和拍卖模型等理论基础之上的,因此应将“转换率”^④作为评价差异化产品供应商之间合并单边反竞争效果的指标,但为了与判例法及历次合并指南一贯坚持的重视市场份额的做法协调起来,它进而通过将“转换率”与市场份额联系起来并以市场份额作为差异化产品供应商之间合并单边反竞争效果的替代指标。92年指南第2.211节还对市场份额作为“转换率”替代指标的条件进行了规定,即“如果各产品的市场份额不仅体现了对于参与合并企业产品的消费者来说作为第一选择的相对吸引力,而且还体现了对于参与合并企业产品的消费者来说作为第二选择的相对吸引力,从而对第一选择产生竞争约束,那么市场集中度就可以作为测度合并竞争效果的指标。如果满足这一条件,而且市场集中度超出第1.51节规定的安全港区域以及参与合并企业的联合市场份额不低于35%,那么反垄断机构就应推定显著的市场销售额是那些视参与合并企业产品为其第一选择和第二选择的消费者所贡献的。”以这种方式将市场份额与单边价格效应联系起来实在是一个理论上的创举。但市场份额与单边价格效应之间的这种联系是被建立在一个通常不能被证实的“有关需求的强假定”(即市场份额是转换率的合理替代指标)之上的。正如92年指南的主要起草人罗伯特·威利格所指出的,这种联系需要获得有关差异化产品市场上市场份额之外的信息,特别是有关参与合并企业产品在显著特征方面的相对近似性信息。^⑤否则,即使在市场份额可提供丰

① 1982 Guidelines, § III (C) (1) (a) .

② 1984 Guidelines, § 3.12.

③ 1992 Guidelines, § 2.2.

④ 所谓“转换率”是指一种产品涨价时所损失的销售额为另一种产品所获得的比率。

⑤ Robert D. Willig, Merger Analysis, Industrial Organization Theory, and Merger Guidelines, 1991 BROOKINGS PAPERS ON ECONOMIC ACTIVITY: MICROECONOMICS 281, 305 (1991) .

富信息的条件下也无法将 HHI 与“转换率”联系起来。这样，92 年指南对差异化产品市场上单边价格效应的处理方式与差异化产品定价竞争的基本理论不一致，前者强调市场份额和 HHI，而后者强调转换率。这就使 92 年指南就处于一种非常尴尬的地位，即它如同一个“半人半马的怪物”，将差异化产品定价理论的头接在市场界定和市场集中度的身子上。

这一技术缺陷不仅造成 92 年指南有关单边反竞争效果分析的规定与理论的裂痕，而且还造成这一规定与实践的严重脱节。事实上，美国反垄断机构在执法中并没有完全按照 92 年指南中有关差异化产品供应商之间合并的单边反竞争效果分析方法将市场份额与“转换率”联系起来，而是尽量调取各种各样的证据审查认定参与合并企业销售的产品是不是近似替代品以及计算这些产品之间的“转换率”来分析差异化产品合并的单边效果。比如，在最近的一些合并反垄断诉讼中，美国联邦法院就反对美国联邦贸易委员会企图提出上文曾探讨的 35% 的安全港假定。^① 在这些案件中，法院要求提交更多支持单边反竞争效果的证据资料。这表明，92 年指南第 2.211 节所强调的市场份额无助于应用单边效果理论实现透明而准确地合并执法司法。

与此同时，自 92 年指南发布以来的近 20 年内，有关单边价格效应的经济学研究特别是有关如何评估差异化产品需求系统及预测合并单边价格效应的合并模拟模型的研究取得了重大进展。^② 这为借助于市场份额之外的合并竞争效果分析提供了经济学基础和具体的分析工具。

(二) 2010 年指南单边反竞争效果分析的制度创新

为了对 92 年指南发布以来经济理论的重大进步和美国反垄断机构执法实践的重大变化做出回应，2010 年指南从两个方面进行了单边反竞争效果分析的制度和机制创新。一是建立健全分类实施单边反竞争效果分析的制度和机制；二是纠正了 92 年指南中试图在差异化产品单边反竞争效果分析中将市场份额与“转换率”联系起来的错误做法，引入“转移销售值”概念和分析框架。

1. 分类实施单边反竞争效果分析

2010 年指南第 6 节对可导致相关市场垄断的合并的单边反竞争效果、差异化产品中的单边反竞争效果、卖方与买方讨价还价市场上发生的单边反竞争效果或通过拍卖确定价格的市场上发生的单边反竞争效果、与相对同质化产品市场上产出或产能降低有关的单边反竞争效

果以及因消除创新或减少产品多样性而产生的单边反竞争效果的分析模式进行了全面系统的阐述。这样，2010 年指南就建立健全了分类实施单边反竞争效果分析的制度和机制。

2. 引入“转移销售值”概念和分析框架

2010 年指南纠正了 92 年指南中试图在差异化产品单边反竞争效果分析中将市场份额与“转换率”联系起来的错误做法。首先，它指出差异化产品行业里不同产品之间的替代性是有差异的，彼此的竞争约束力也是有差异的，并特别强调“如果非合并企业提供的产品与参与合并企业各方所提供的产品是非常近似的替代品，^③ 那么合并就不可能产生显著的单边涨价效应”；其次，它沿用 92 年指南第 2.21 节有关“差异化产品合并可能导致单边涨价”的正确规定；最后，它突出强调参与合并企业所销售的产品之间相互转换的重要意义，并首次将“转移销售值”概念引入到差异化产品的单边价格效应分析之中。^④

该指南第 6.1 节规定：“如果合并使合并后企业产生提高参与合并企业一方在合并前所销售的产品价格的动力，进而使该产品的销售量部分转移到参与合并企业另一方在合并前所销售的产品上，并增加后一种产品的利润，那么单边反竞争效果也会发生。假定其他产品价格不变，那么这一利润增加额与被转移到合并后企业产品上的销售价值相等。被转移到一种产品上的销售价值等于被转移到这种产品上的销售单位数与该产品价格一增量成本边际的乘积。在某些情况下，如果能够获得充分的信息，那么反垄断机构评估转移销售值。而且转移销售值可以作为衡量合并对‘第一选择产品’产生的‘涨价压力’的指标。根据转移销售值评估单边价格效应不一定需要借助于市场界定或者计量市场份额和集中度。在差异化产品市场上，反垄断机构更多地借助于转

① FTC v. CCC Holdings, 605 F.Supp.2d 26, 67 - 72 (D. D. C. 2009) .

② Peter Davis and Eliana Garcés, Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis, Princeton, Princeton University Press (2010) .

③ 关于产品替代性的讨论，可参见拙文《反垄断相关市场界定中供给替代性的应用》，《贵州财经学院学报》2012 年第 3 期。

④ 2010 年指南还在脚注 11 特别说明了应如何计算“转移销售值”，即“‘转移销售值’应按照某一产品涨价引起的销售额减少所产生的销售收入损失的比例来计算。这种销售收入损失等于该产品减少的销售数量与该产品价格的乘积。”

转移销售值而不是 HHI 来评估单边价格效应。如果转移销售值所占比重不大,那么就不可能发生显著的单边价格效应。”这一规定表明,差异化产品企业之间的合并是否产生单边反竞争效果,取决于合并后企业涨价是否有利可图(这就是涨价动机),这又取决于“转移销售值”(也可理解为对参与合并企业之一种涨价的机会成本),而“转移销售值”等于参与合并企业产品之间的转换率(反映替代性程度或直接竞争程度)和合并前的价格一增量成本边际之乘积。因此,“如果‘转移销售值’所占比重不大,那么就不可能发生显著的单边价格效应。”反之,转换率越高,合并前的价格一增量成本边际越高,合并引起的涨价动机就越强。但不论是转换率还是价格一增量成本边际都不能单独产生“涨价压力”。这一规定还表明,分析单边反竞争效果无需借助于通过市场界定测量市场集中度和市场份额这一传统的结构推定方法。

以这种方式关注合并如何改变定价动机实现了两个重要目标。首先,它使 2010 年指南有关“差异化产品市场合并单边反竞争效果分析”的规定建立在差异化产品定价竞争理论、伯川德竞争模型、拍卖竞争模型等坚实的经济理论之上。从而使 92 年指南中差异化产品市场上单边价格效应的处理方式与差异化产品定价竞争理论之间的冲突得以化解。其次,这一分析进路还揭示应如何将合并的效率因素纳入合并单边竞争效果分析。比如,“合并特有的”使参与合并之产品 1 边际成本的下降将产生降低产品 1 价格的激励。特别是效率产生“降价压力”。这将削弱或抵消上文所分析的涨价动机。2010 年指南一个有吸引力的地方是它很容易自然地效率因素纳入合并单边效果分析。我们可以直接将“合并特有的”产品 1 的边际成本的下降程度与因“销量挤占”发生的机会成本进行比较。这样,如果机会成本高于该产品的效率,那么合并将产生净的涨价压力。在 2010 年指南中,“转移销售值”以“涨价压力总指数”测量。它表明在给定参与合并企业之产品 2 价格的情况下,产品 1 必须节约多大的边际成本(以产品 1 价格的一定比例计算)才不会对产品 1 产生“涨价压力”。

三、采用更多的经济学分析方法 和工具

美国历次合并指南都受到当时主流经济理论的影响和渗透。这种影响和渗透经过历次指南的修订而得以沉

淀、发展和创新。当 2010 年指南发布时,它已为我们呈现出一个逻辑清晰、结构合理和高水平的合并反垄断新经济学分析框架。这种分析框架就是统一执法主题下的一体化分析框架。这种框架中不同分析环节的背后都有相应的经济学理论支撑。比如,统一执法主题的实质不过就是福利经济学或新古典价格理论核心思想的法律表述;合并协调性反竞争效果分析的结构和方法都直接源自同质产品产量竞争理论、古诺竞争模型和寡占博弈理论;合并单边反竞争效果的分析结构和方法都直接源自差异化产品定价竞争理论、伯川德竞争模型和拍卖竞争模型;合并效率分析的结构和方法则是福利经济学、新制度经济学特别是交易成本经济学的综合应用等等,不一而足。

相对于以前各版本的指南,2010 年指南除了提供一个高水平的合并反垄断经济学分析框架之外,它还首次采用了许多复杂的经济学分析方法和工具。这些经济学分析方法和工具的应用反映了美国反垄断机构执法经验的积累和 20 世纪 90 年代以来经济学理论的发展。

(一) 首次采用临界损失分析方法

82 年指南所创立“假定垄断者测试”市场界定方法目前已成为美国的主流市场界定方法。但在应用该方法时,多大的买方替代性才适合于相关市场的界定?或者什么情况下涨价才有利可图?对此,2010 年指南以前的指南都未予以明确。为了对这一方法进行量化,反垄断实务界和理论界发展了一种称为临界损失分析的方法。^①临界损失分析方法从企业作为私利最大化的理性人的逻辑出发,认为只有当涨价所得大于因涨价而引起的产量或销量下降所受的损失时,它才会涨价,直到涨价所得等于涨价所失时止。盈亏平衡时的损失即为“临界损失”。然后,通过将假定垄断者小幅涨价所引起的销售损失即实际损失与临界损失进行比较,确定涨价是否有利可图。如果实际损失高于临界损失,表明涨价不利可图,因而企业没有市场势力,应扩大备选市场,将下一个替代品或替代地区纳入相关市场。相反,如果实际损失低于临界损失,表明涨价有利可图,因而合并企业具有市场势力,应将备选市场界定为相关市场。1986 年美国联邦贸易委员会诉西洋石油公司一案^②中,

^① 关于临界损失分析的详细讨论,参见拙文《合并反垄断审查中的临界损失分析》,《国际经贸探索》2010 年第 3 期。

^② FTC v. Occidental Petroleum Corp., 1996-1 Trade Cas. (CCH) 67071 (D. D. C. 1986)。

法院首次运用“临界损失分析”界定相关市场。三年后，美国著名学者哈里斯和西蒙对临界损失分析方法进行了系统阐发。^①此后美国法院又在多起案件中运用了“临界损失分析”界定相关市场。作为对上述理论和实践的回应，10年指南正式确认了在“假定垄断者测试”市场界定方法中的应用。

（二）首次采用合并模拟分析方法

上文已指出，2010年指南主要借助于“转移销售值”概念及其分析框架来分析单边反竞争效果。但是，仅仅依据“转移销售值”并不能量化合并后的涨价幅度。相反，正如2010年指南第6.1节所指出的，它“只能作为因合并对第一种产品所产生的‘涨价压力’的评价指标”，或者作为测度合并后企业在销售产品1时所遭受的额外成本（机会成本）的指标。较高的成本将使合并后企业产生提高产品1价格的动机。但这需要进一步分析确定增加的成本是怎样转化为价格上涨的。这取决于成本向价格传导的比率，即“成本价格传导率”。而“成本价格传导率”又取决于需求曲线的曲率。“成本价格传导率”越低，需求随着价格上升而下降得更为急剧。^②此外，对某一产品的“涨价压力”与合并后均衡价格提高之间的关系不仅取决于该产品的“成本价格传导率”而且还取决于其他产品由于价格和成本变化而产生的反馈效应。^③

因此，“转移销售值”虽是一个极简单的测度单边价格效应的指标，但它并不完全抓住现实产业中竞争的丰富多样性。完全的分析往往在计量合并如何改变定价动机之外还需要做许多工作。比如，为了将定价动机转

化为对合并后涨价的预测，需要进一步了解需求信息，并需要进一步分析。而合并模拟模型正是这种在估计需求函数形式、调整需求系统的基础上预测合并如何改变定价动机和涨价幅度的科学量化分析方法。因此，2010年指南第6.1节规定，如果能够获取充分的数据，那么反垄断机构可以建立合并模拟等经济学模型来量化合并引起的单边价格效应。

本文作者：贵州财经大学法学院副教授、法学博士，中国社会科学院法学所博士后
责任编辑：赵俊

① Barry C. Harris & Joseph J. Simons, Focusing Market Definition: How Much Substitution is Enough, *Research in Law and Economics*, Vol. 12, 1989, pp. 207-226.

② Jeremy I. Bulow & Paul Pfleiderer, A Note on the Effect of Cost Changes on Prices, 91 *J. POL. ECON.* 182 (1983); E. Glen Weyl & Michal Fabinger, Pass-Through as an Economic Tool, Harvard University, http://www.people.fas.harvard.edu/~weyl/Pass-through_10_09.pdf, October 2009.

③ Public comments on the 2010 Guidelines, <http://www.ftc.gov/os/comments/hmgrevisedguides/index.shtm>, doc. 548050-00034 at 17-24.

The New Developments in Analysis on Merger Antitrust in US

——Focus on US “Horizontal Merger Guidelines (2010)”

Hu Jiaqing

Abstract: In response to significant developments in practice and theory of merger antitrust enforcement since 1990, US Horizontal Merger Guidelines (2010) reduce further the position and the role of structural presumption approach in merger antitrust analysis, put more emphasis on the analysis of unilateral anti-competitive effects, approve for the first time the application of economics approach such as “Critical Loss Analysis” and “Simulation Analysis” in merger antitrust analysis, which indicates that merger antitrust analysis in US transfers from structure presumption approach to multi-approach.

Key words: antitrust; US antitrust enforcement; antitrust analysis