

# 跨国公司财务管理讲座 (九)

## 跨国公司的转让定价策略

厦门大学 张金良 胡奕明

### 一、无关联企业与企业

#### (一) 无关联企业 (nonrelated enterprises)

如果两个或两个以上的企业在管理、控制或资本等方面彼此无任何联系,或者相互参股的程度较低,这些企业就称为无关联企业。

#### (二) 关联企业 (related enterprises)

如果两个或两个以上企业在管理、控制或资本等方面存在直接或间接的联系,并达到一定程度。这些企业就称为关联企业。具体来说,关联企业是指具有以下关系之一的企业:

1. 在资金、经营和购销等方面,存在直接或间接的拥有或控制关系;
2. 直接或间接地同为第三者所拥有或控制;
3. 其他利益上相关联的关系。

根据上面的解释,在跨国公司内部,母公司与其子公司(或孙公司)之间、总公司与其分支机构之间、同属于一个母公司的各子公司(孙公司)之间以及同属于一个总公司的各个分支机构之间等,都存在直接或间接的联系,因而均属于关联企业。

### 二、两种不同的交易和价格

跨国公司在其日常经济活动中所进行的交易通常可分为以下两类,并相应的采取两种不同的交易价格:

(一) 跨国公司与无关联企业之间发生的交易往来

由于跨国公司与外部无关联企业在管理、控制或资本等方面是毫无关联的,所以它们各自的经济利益也是相互独立的。它们之间的交易往来,如商品购销、借贷款、无形资产的转让、劳务的提供或接受等,一般均会根据市场行情和标准进行计价或收费。这种由市场机制和供求关系所决定的交易价格,称为正常交易价格 (arm's length price), 又称独立竞争价格、独立企业价格等。

(二) 跨国公司内部各关联企业之间发生的交易往来

由于专业分工与协作的需要,在一个跨国公司

集团内部各关联企业之间必然发生大量的转让交易。由于这些关联企业有着共同的利益并处于统一控制之下,所以它们之间各种交易的计价往往不受市场机制和供求关系的影响,而是由总部管理当局根据跨国公司的全球战略目标人为确定的。这种基于共同利益的需要、经过有意安排的、可能会背离正常市场价格的各种内部交易价格或费用收取标准,就是“转让价格”。转让价格的制定过程则称为“转让定价”。

### 三、转让定价的主要动机和手段

总的来说,跨国公司利用转让定价机制的主要动机有两个,即税务动机和非税务动机。

#### (一) 税务动机

跨国转移定价的税务动机主要着眼于减轻跨国公司的整体税负。此处所谓的“税负”主要包括公司所得税和关税。

1. 减少公司总体的所得税。主要从以下几个方面着手:

(1) 通过有形产品(原材料、半成品、零部件)的转让定价,调整跨国集团内部各关联企业之间的利润分布,以利用各国所得税率之差异,减少公司总体的所得税额。具体方法是:使高税率国的关联企业高价转入或低价卖出,从而使利润的大部分甚至全部转至低税率国家。

(2) 通过无形资产(如专利权、商标权、版权和专有技术等)的转让定价,减少公司整体的所得税额。无形资产在跨国公司内部转让时,按惯例要由出让方授予受让方以特许使用权,并收取特许使用费,使用费通常以每单位产品支付一定金额或者以净销售收入的一定百分比计算。由于无形资产的转让不同于有形产品的交易,它具有独特、专有、一次性交易的特点,很少能找到可资比较的公平交易价格,所以无形资产的转让定价成为母公司用以调节资金流向的理想渠道。例如,在母公司向子公司转让无形资产时,它可以向高税国的子公司索取较高的特许权使用费,以减少其应税利润;而对于

低税国的子公司则可以采取相反的定价策略。

(3) 通过劳务费用的分摊,减少公司整体的所得税负。这里所说的劳务费用包括专业服务费和母公司管理费等。专业服务费是母公司向子公司提供修理、安装、人员培训和咨询等专业性服务而向子公司收取的补偿费;而母公司管理费则是母公司对跨国经营活动进行全面管理所发生的一般性费用,这种费用也要按一定标准分摊给子公司。跨国公司通常采用与有形产品转让定价相类似的原理和方法,以人为索取专业服务费和分摊管理费的形式将利润从高税率国转移到低税率国。

除以上几个方面外,跨国公司还可以通过其他方面的转让定价,如内部贷款利率的确定和租赁安排等,达到降低公司整体所得税负的目的。这些方面的转让定价所涉及的基本原理与上述几个方面基本相同,此处不再赘述。

2. 减少公司总体的进出口关税。目前,世界上大多数国家都对进口产品征收关税,少数一些国家对特定出口商品也征收关税。如果关税是从价计征的,那么采用低价进出口的方法会降低关税。但是,如果同时达到公司所得税最小化与关税最小化这两个目标,则可能会发生矛盾。例如,甲国所得税率很高,宜采用高价进口策略,但如果该国的关税税率也很高,那么高价进口会带来较大的关税支出。因此,对于关税和所得税率两者皆高的国家,跨国公司在确定转让价格时需要进行权衡,以便使所得税和关税的总额最小。

## (二) 非税务动机

合理地利用转让定价机制,不仅能使跨国公司的整体税负达到最低,而且还可以在公司生产经营的其他诸方面产生预期的积极效果。总的来说,跨国转让定价的非税务动机主要包括以下几个方面:

1. 避免或减轻通货膨胀的影响。通货膨胀会使企业货币性资产的购买力不断降低,进而侵蚀企业的财务能力。因此,设在高通货膨胀国家的子公司(或分支机构),应尽量保持最低限度的净货币性资产。国外子(分)公司的利润一般必须在年终结算后才能汇回母(总)公司,在此之前,如果预期某子(分)公司所在国货币将会大幅度贬值。那么母(总)公司就可以在平时对该子(分)公司实行“高进低出”的转让定价策略,提前将它的利润转移出来。

2. 避开外汇管制。如果东道国政府外汇管制过严,造成利润不能自由汇出,此时跨国公司就可能

会采用转让定价来对付这种管制。例如,公司总部让该东道国子公司提高来自母公司产品的进口价,可起到提高子公司产品名义成本、降低子公司帐面利润的作用,从而达到调出利润的目的。此外,跨国公司还可以利用向子公司提供高利贷款的方式,使子公司支付高额利息,从而将资金调出,达到避开东道国外汇管制的目的。

有一种现象值得我们注意:有些发展中国家的税率极低,但设在这些国家的外国公司都想设法将它们的资金和利润转移出境。从追求税负最低的观点来看,这种现象似乎有些反常。但从避开外汇管制的角度看,这种做法是合情合理的。因为大多数发展中国家都实行较为严格的外汇管制,有的跨国公司宁可把利润转移到高税国以避开发展中国家的外汇管制,也不愿为了降低税负而将资金或利润“冻结”在这些发展中国家。

3. 避免或减少投资的政治风险。当母(总)公司预计海外子(分)公司的资产面临着被东道国政府国有化或没收的风险时,就可能利用转让定价机制,对该子(分)公司实行“高价转入、低价转出”的策略,使该子(分)公司陷入财务赤字状况,达到逐渐耗空子(分)公司过去积蓄、从该东道国调回资本的目的。

4. 获取竞争优势。如果某一国外子(分)公司在市场上遇到了强大的竞争对手,跨国公司便可利用转让定价机制,以人为压低的价格向该子(分)公司供货,以使它能够进行低价竞销,最终击败竞争对手。此外,如果母(总)公司在海外建立了一个新公司,它可以向新设公司低价供应原材料、零部件和半成品,而以高价收购其制成品,这样就会使新设公司呈现出盈利可观的良好形象,从而有助于其迅速站稳脚跟、打开局面。

5. 调节子(分)公司的帐面利润。跨国公司可以通过转让价格的高低来影响(调低或调高)子公司的帐面利润水平,从而达到预期的目的和效果。例如,某一子公司需要在东道国筹集资金,因而希望表现出良好的获利能力和财务状况以便能在当地资本市场上取得有利的地位,这时母公司就可以对该子公司采取“低进高出”(即低价转入,高价转出)的定价策略,达到夸大该子公司盈利水平和改善其财务状况的目的。

但是,在某些情况下,母(总)公司需要隐蔽子(分)公司的获利能力。这是因为,如果子公司获利丰厚,那么东道国政府就可能要求子公司在当地承

# 加强进出口经营权的管理

## 提高专业外贸企业国有资产运营效益

西安市外经贸委财会处 龚 亮

1993年以来,通过清产核资以及专项调研分析,大量真实数据表明:专业外贸公司,特别是地方专业外贸公司的国有资产运营状况存在着严重问题,资产负债率已高达95%以上,造成外贸企业偿债能力低,超亏挂帐惊人,潜亏数额巨大,经济效益下滑,财务状况恶化。尤其是在国家宏观调控及对外贸企业政策改变的情况下,面对汇率、退税率、利率等不利因素,许多外贸企业显得束手无策,有的

专业外贸公司事实上已资不抵债,面临破产境地。

专业外贸公司自有资金非常少,一般不足5%,这是有历史原因的。专业外贸公司成立时国家投入的资金很少,不具备企业运营所需的最低资金量,而要承担国家出口创汇任务,就只能向银行借贷。而对银行来说,因为由国家承担外贸企业的盈亏,也就不必考虑外贸企业的偿债能力,为外贸企业提供足额的资金似乎成了专业银行的任务所在。所以,

担更多的社会义务,甚至可能对其过高的利润加以管制;劳工方面可能会提出改善劳动条件、增加工资和福利的要求;新的竞争者也可能受高利润的吸引而打入本行业从而加剧竞争,等等。在这种情况下,母(总)公司就可以通过对该子(分)公司实行“高进低出”的转让定价策略来降低子(分)公司的高盈利额,从而避免发生一些对跨国公司不利的问题。

6. 从合营企业中多捞好处。如果海外子公司是以合营企业的形式设立的,那么利润分配必然会涉及到东道国的当地合营者。显然,合营企业经营得再好,母公司充其量也只能从形成的税后利润中分得一部分,当地合营者有权按其股权份额分享合营企业的利润。为了能合营企业中多捞好处,母公司就可能在合营企业的最终利润形成之前,利用转让定价机制将合营企业的利润转移到其他独资子公司去。因此,在合营企业中,转让价格总是合资各方共同关注的敏感问题,许多矛盾也由此而生。

#### 四、转让定价的限制因素

从上面的叙述中可以看出,转让定价可以从多方面促进跨国公司总体目标的实现,它是跨国公司实施全球一体化战略的重要工具。但是,这并不意味着转让定价是点石成金的魔棒,跨国公司可以无所顾忌地利用这一手段实现诸种目的。相反,转让价格的制定要受到许多外部因素和内部因素的制约。

#### (一) 约束转让定价的外部因素

转让定价会引起国际间的利益冲突和矛盾,这些矛盾表现为跨国公司与母国政府的矛盾、跨国公司与东道国政府的矛盾、母国政府与东道国政府的矛盾等。例如,抬高或压低转让价格可能会损害某个国家的税收权益,而使另一些国家在税收上得益;偏离正常水平的转让价格会损害子公司与东道国政府的关系,甚至还会引起后者的报复。为了限制转让定价的随意使用,各国政府都对转让定价采取了相应的对策。控制转让价格运用的主要原则是“独立竞争交易原则”,即“局外价格”原则。根据这一原则,跨国公司内部两个成员单位之间的交易活动,应视为如同两个互无关系、处于相互竞争状态中的独立单位的交往,其内部交易价格应按两个独立单位讨价还价的局外价格确定。这些对策控制或缩小了跨国公司利用转让定价的范围。

#### (二) 约束转让定价的内部因素

转让定价机制可能会引发跨国公司内部各成员单位之间的利益冲突。因为人为制定的转让价格往往歪曲了各子(分)公司的经营成果,从而使跨国公司的业绩评价难以做到公平、合理。因此,转让价格的运用常常受到某些子公司经理人员和雇员的抵制。此外,如果子公司是以合营企业的形式存在的,转让价格的运用则很可能与当地合营者的利益相冲突,如果这种冲突难以调和,该子公司的持续经营就会受到威胁。 □