

# 中间产品无外部市场的 跨国公司转让定价策略

王金营(博士生导师) 刘红红

(河北大学经济学院 河北保定 071002)

**【摘要】**关于跨国公司转让定价的策略模型大多数是以税前利润最大化为选择,然后利用数学求导。数学求导的方法能够计算出理论上的最佳产量、价格等,但最佳产量、价格的实现要受到多方面的制约。考虑到现实情况,本文以税后利润最大化为标准,对跨国公司中间产品无外部市场情况下的转让定价策略进行探讨。

**【关键词】**税后利润 转让定价 所得税

大的跨国公司可以利用各公司所在国税制、产品市场等方面的差异和信息的不对称,利用转让定价实现诸如抢占市场、转移利润、规避风险和外汇管制等战略目的。有相当部分的跨国公司为了避税而制造人为的亏损,跨国公司每年避税给我国造成的税收损失在数百亿元以上。显然,研究中间产品无外部市场的跨国公司转让定价策略具有重要的现实意义。

## 一、转让定价产生的理论基础

1. 国际市场的不完善是转让定价产生的前提。跨国公司转让定价产生的立足点是国际市场的不完善,它造成价格扭曲和市场失灵,国际资源不能实现优化配置,跨国公司不得不借助市场替代和内部化来应对市场失灵。市场不完善有结

题的通知》(国税发[2002]109号)针对“品牌使用费”征税问题作了明确规定,即白酒生产企业向商业销售单位收取的“品牌使用费”是随着应税白酒的销售而向购货方收取的,属于应税白酒销售价款的组成部分,因此,不论企业采取何种方式或以何种名义收取价款,均应并入白酒的销售额中缴纳消费税。

例9:涛涛酒业公司2013年6月将自产的粮食白酒与药酒共2吨组成2000套礼品套装出售给某商场,每套280元(不含增值税),总价款560000元,同时向商场收取品牌使用费58500万元。

解析:应纳消费税为: $(560000+58500\div 1.17)\times 20\%+2\times 2000\times 0.5=124000$ (元)。此时增值税计税价格与消费税一致,增值税为: $(560000+58500\div 1.17)\times 17\%=103700$ (元)。

## 六、核定计税价格

《消费税暂行条例》规定,纳税人应税消费品的计税价格明显偏低并无正当理由的,由主管税务机关核定其计税价格。《关于加强白酒消费税征收管理的通知》(国税函[2009]380号)对白酒消费税进一步做出了具体规定,自2009年8月

起,白酒生产企业销售给销售单位(销售公司、购销公司以及委托境内其他单位或个人包销本企业生产白酒的商业机构)的白酒,生产企业消费税计税价格低于销售单位对外销售价格(不含增值税,下同)70%以下的,税务机关应核定消费税最低计税价格。

一是结构性市场不完善。企业拥有独特技术或者其他优势控制市场竞争造成寡头垄断局面出现,或者政府管制赋予某些企业垄断地位等是构成结构性市场不完善的主要原因。当企业向国外扩张时不可避免地增加了东道国的市场竞争程度,减少了跨国公司和当地垄断企业的利润,这是跨国公司扩张时的不利影响,即“可货币化的外部性”。跨国公司通过与东道国企业联合把外部性内部化,以获取最大的联合收入。

二是自然的市场不完善。自然的市场不完善是由信息不对称、有限理性和机会主义假设派生出来的。信息不对称和有限理性表明行为主体没有无限的思维能力,也无法获得完

1日起,白酒生产企业销售给销售单位(销售公司、购销公司以及委托境内其他单位或个人包销本企业生产白酒的商业机构)的白酒,生产企业消费税计税价格低于销售单位对外销售价格(不含增值税,下同)70%以下的,税务机关应核定消费税最低计税价格。

税务机关一般根据生产规模、白酒品牌、利润水平等情况,在销售单位对外销售价格50%~70%范围内自行核定。已核定最低计税价格的白酒,生产企业实际销售价格高于消费税最低计税价格的,按实际销售价格申报纳税。实际销售价格低于消费税最低计税价格的,按最低计税价格申报纳税。

《增值税暂行条例》也有同样的规定,纳税人销售货物或者应税劳务的价格明显偏低并无正当理由的,由主管税务机关核定其销售额。

## 主要参考文献

1. 吴晨光.白酒企业消费税筹划有章法.上海金融报,2013-05-14
2. 尹平达,廖永红.白酒消费税计算的几种特殊情形.中国税务报,2013-05-13

全信息,因此市场不能提供完善的价格信号,资源配置也不能实现社会福利最大化。机会主义则表示行为主体为获得个人效用最大化可能会做出损人利己的行为。由此产生了“非货币化外部性”,即中间产品由于自然失灵造成的外部性,这种自然失灵的外部性造成了交易成本的上升。

2. 内部化理论。拉格曼(1981)认为中间产品市场的不完全性促使了中间产品内部化,以避免市场不完全性带来的滞后、讨价还价、交易成本上升等不利因素,并有效降低政府的干预程度。同时由于企业内部各分部需要独立核算自身的营业绩,转让定价由此产生。

## 二、中间产品无外部市场的转让定价策略

本文以税后利润最大化为标准探讨最优转让定价策略。假设某跨国公司由母公司和一子公司构成,分属不同国家。母公司所在国所得税税率为 $T_1$ ,子公司所得税税率为 $T_2$ 。该集团公司的产品由母公司生产,生产后无本地市场销售,全部由子公司在当地销售。设最终产品价格为 $P$ ,中间产品转让价格为 $D$ ,母公司的生产成本函数为: $TC=\alpha+\beta Q$ ,而子公司无需对产品进行再加工,假设没有其他费用, $Q$ 为总产量,母子公司均无存货,产品全部实现销售。同时两国就利润的计算口径相同,且无其他纳税调整项目。此时利润等于应纳税所得额,为了统一算法,本文直接就利润来征税。 $\alpha$ 、 $\beta$ 、 $Q$ 、 $P$ 、 $D$ 均为大于零的正数,同时为了保证公司实现利润,最终产品价格 $P$ 大于产品成本 $\frac{\alpha}{Q}+\beta$ 。

1. 母子公司所在国税率相同。设 $T_1=T_2=T$ ,在上述条件下,母公司的利润 $\pi_1=DQ-(\alpha+\beta Q)$ ,子公司的利润 $\pi_2=PQ-DQ$ 。由于当利润小于零时不征收所得税,因此在讨论转让定价策略时应分为三种情况:①母公司利润小于零而子公司利润大于零;②母子公司利润均大于零;③母公司利润大于零而子公司利润小于零。因此,将转让定价 $D$ 分为三个区间:

(1)当 $0\leq D\leq \frac{\alpha}{Q}+\beta$ 时,母公司利润小于零,不征收所得税,而子公司利润大于零。跨国公司税后净利润之和为: $PQ(1-T)+DQT-(\alpha+\beta Q)$ 。

(2)当 $D\geq P$ 时,母公司利润大于零征收所得税,而子公司利润小于零。跨国公司税后净利润之和为: $PQ-DQT-(\alpha+\beta Q)(1-T)$ 。

(3)由于 $P>\frac{\alpha}{Q}+\beta$ ,所以,当 $\frac{\alpha}{Q}+\beta<D<P$ 时,母子公司均应征收所得税。跨国公司税后净利润之和为: $[PQ-(\alpha+\beta Q)](1-T)$ 。为计算方便,本部分所得税税率均为 $T$ 。

通过对三个结果比较大小后得出结论:当两国的所得税税率相同时,转让定价对集团的税后利润还有影响的。当转让定价 $D\in[\frac{\alpha}{Q}+\beta,P]$ 内的任意数字时,均可到达使集团税后净利润最大化,最大利润为: $[PQ-(\alpha+\beta Q)](1-T)$ 。

由此得出结论:当两国的所得税率相同时,转让定价对集团的税后利润还有影响的。当转让定价 $D\in[\frac{\alpha}{Q}+\beta,P]$ 内的任意数字时,均可到达使集团税后净利润最大化,最大利润为: $[PQ-(\alpha+\beta Q)](1-T)$ 。

2. 母公司所在国税率低于子公司所在国税率。设 $T_1<T_2$ ,如前所述,转让定价 $D$ 分为三个区间,每个区间内母子公司征税情况不同。

当 $0\leq D\leq \frac{\alpha}{Q}+\beta$ 时,跨国公司税后净利润之和为: $PQ(1-T_2)+DQT_2-(\alpha+\beta Q)$ ;当 $\frac{\alpha}{Q}+\beta<D<P$ 时,跨国公司税后净利润之和为: $PQ+DQ(T_2-T_1)-PQT_2-(\alpha+\beta Q)(1-T_1)$ ;当 $D\geq P$ 时,跨国公司税后净利润之和为: $PQ-DQT_1-(\alpha+\beta Q)(1-T_1)$ 。

通过比较三个税后利润得出结论,在母公司税率小于子公司税率的情况下,转让价格 $D$ 等于市场售价 $P$ 时,整个集团可以获得最大利润,其最大利润为: $PQ(1-T_1)-(\alpha+\beta Q)(1-T_1)$ 。这与理论分析的结果完全一致,因为在母公司税率较低的情况下,集团为了取得最大税后利润,必然要将利润转移至税率较低的地区,而将利润转移至税率较低的地区,可以通过提高转让定价来实现。但转让定价太高会导致子公司亏损,而亏损额又增加了母公司的盈利,这部分盈利是要在本国市场实现并缴纳所得税的,因此,只有 $D=P$ 时,子公司利润正好为零,可以实现税后利润最大化。

3. 母公司所在国税率大于子公司所在国税率。设 $T_2<T_1$ ,转让定价区间仍然不变。将上文三种区间下跨国公司税后利润中的所得税税率大小改变后,可以得出结论,在母公司税率大于子公司税率的情况下,跨国公司转让定价 $D$ 等于母公司成本 $\frac{\alpha}{Q}+\beta$ 时,集团可以获得最大税后利润,最大利润为: $PQ(1-T_2)-(\alpha+\beta Q)(1-T_2)$ 。同样,理论上来说,为了获得最大税后利润,跨国公司将会将利润转移给税率较低的子公司,只能通过降低转让定价来实现,而这个转让定价也绝不是越低越好,而是正好将母公司利润计算为零的转让定价。

## 三、结论

通过上述模型推导,可以得到以下结论:①即使跨国公司内各公司所在国所得税税率相同,转让定价也会影响税后利润。仍然存在一个最优转让定价使跨国公司税后利润最大化。②当跨国公司内各公司所在国所得税税率不同时,通过转让定价将利润转移至税率最低的地区取得整个集团的税后利润最大化是可以实现的,这个使集团税后利润最大化的转让定价为税率高地区的利润正好为零时的转让定价。

## 主要参考文献

林康.跨国公司于跨国经营.北京:对外经济贸易大学出版社,2000