

KUA GUO GONG SI ZHUAN RANG

DING JIA CE LUE YAN JIU

跨国公司转让定价策略研究

刘红红 田力 著

社
外
经
济

光明日报出版社

跨国公司转让定价策略研究

刘红红 田力 著

光明日报出版社

图书在版编目(C I P)数据

跨国公司转让定价策略研究 / 刘红红, 田力著. --
北京: 光明日报出版社, 2016.6

ISBN 978-7-5194-1096-4

I. ①跨… II. ①刘… ②田… III. ①跨国公司-转
让价格-研究-世界 IV. ①F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 141755 号

跨国公司转让定价策略研究

著 者: 刘红红 田 力

责任编辑: 李 娟 封面设计: 信利文化

责任校对: 邓 贝 责任印制: 曹 净

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市东城区珠市口东大街 5 号, 100062

电 话: 010-67022197(咨询), 67078870(发行), 67078235(邮购)

传 真: 010-67078227, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbs@gmw.cn lijuan@gmw.cn

法律顾问: 北京德恒律师事务所龚柳方律师

印 刷: 武汉市楚风印刷有限公司

装 订: 武汉市楚风印刷有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 889×1194 1/32

字 数: 100 千字 印 张: 5.25

版 次: 2017 年 6 月第 1 版 印 次: 2017 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5194-1096-4

定 价: 36.00 元

版权所有 翻印必究

摘要

在这全球经济一体化快速推进,企业集团追求大规模扩张的时代,跨国公司以其独特的跨地域优势,充分利用全球市场的不完美和不对称,获得更大的竞争优势,得以蓬勃发展。在跨国公司发展过程中,建立自己的内部市场,协调企业内部资源流动与配套,使资源配置趋向合理化是弥补外部市场缺陷的必要手段。与内部市场的建立不可分割的就是跨国公司转让定价策略的制定。而转让定价也成了跨国公司实现公司战略的有效工具,无论是在减轻整体税负还是在进入市场、调节利润等方面,转让定价都起到了关键作用。

发达国家,诸如日本、德国、加拿大、美国、英国等国,广泛存在着跨国公司利用转让定价实现公司自身目标的行为。在我国,跨国公司转让定价的存在及使用尤其明显。由于我国在改革开放初期,为了发展经济,出台了各种政策大量吸引外资,各种形式的外资企业如雨后春笋般兴起,带动了我国的经济的发展。但同时也要看到,很多外企处于一边连年亏损一边却加大投资的情况,明显与常理不符,研究表明,转让定价起到了关键性作用。因此,跨国公司转让定价受到了各国经济学家的关注与研究。从研究角度来看,可以分成两大类,一类是政府视角,研究如何完善各国税制,降低转让定价对本国税收的影响;一类是企业视角,研究如何利用转让定价更好的实现本公司战略。本书属于后者,从税务角度研究跨国公司如何制定转让定价策略获得最大税后利润。在此指引下,本书的主要内容如下:

首先,介绍本书的选题意义与背景,总结相关文献研究成果,分析本文的研究框架、研究方法和创新之处,对跨国公司转让定价相关理论进行阐述,并为跨国公司转让定价行为做出界定,认为转让定价属于企业“避税”行为,既不是合法的,也不是违法的,同时

对转让定价的相关内容做了介绍,为后文的模型建立与分析做好铺垫。

其次,在不同的市场条件下建立跨国公司转让定价的模型并予以分析,包括本文第三章、第四章和第五章的内容。第三章是假设跨国公司内部交易的中间产品无外部市场的转让定价策略研究,得出相关结论:跨国公司各公司所在国的所得税率相同时,转让定价也影响税后利润;当跨国公司各公司所在国的所得税率不同时,可以通过转让定价实现跨国公司税后利润最大化。第四章假设跨国公司内部交易中间产品存在外部竞争市场,分了两大类情况讨论,即中间产品不需要子公司再加工和中间产品需要子公司再加工。最终得出结论:当国内外市场产品价格不同时,要综合考虑所得税率、市场饱和情况、出口退税等因素的共同影响,同时在满足一定条件下,可以利用转让定价使母子公司的利润均为负数,不缴纳所得税,从而获得集团税后利润最大化。同时在满足另一些条件下时,转让定价使跨国公司避税的效应会较小甚至消失,此时跨国公司的转让定价策略无效。第五章是假设中间产品存在垄断市场和寡头竞争市场的转让定价策略。如果中间产品存在垄断市场和寡头垄断市场,由于其母公司强大的技术、资金等方面的支持,最终产品有可能处于垄断市场、寡头市场,也有可能处于竞争市场,本书分情况进行了讨论,分别得出了最佳转让定价的制定策略。

再次,对转让定价的一些不确定性影响因素和转让定价风险做了探讨,并讨论了转让定价与跨国公司绩效管理的关系。除了本书第三至第五章所列转让定价影响因素外,第六章讨论了企业存货、关税及出口退税对转让定价的影响,并针对转让定价风险提出了防范措施。利用转让定价实现了跨国公司整体利益的最大化,但同时也要兼顾内部管理的需求。绩效管理对于跨国公司至关重要,但由于转让定价的使用,各公司的账面利润与实际创造利润有了较大差异,对公司内部绩效评价带来不利影响。本书第七章对跨国公司绩效评价的相关内容作了简单介绍,并给出了存在转让定价

的情况下,跨国公司进行绩效评价的方法,并对前人研究的跨国公司绩效评价的指标体系进行了修订。

最后,通过对上市公司财务数据的整理和分析,整理相关案例,提出在实际中确实存在跨国公司使用转让定价的可能性,而且跨国公司由于地域差异所造成的税法差异、隐蔽性强等因素,为转让定价的使用提供了更有利的条件。

关键词 转让定价策略 市场模式 绩效评价

目 录

第 1 章 绪论.....	1
1.1 论文选题背景、目的和意义.....	1
1.1.1 跨国公司的发展.....	1
1.1.2 跨国公司的识别标准	2
1.1.3 国际跨国公司转让定价的使用.....	2
1.1.4 我国跨国公司转让定价的使用	3
1.2 国内外研究综述.....	4
1.3 论文主要内容、研究方法和研究意义.....	10
1.4 本文主要创新点和不足之处.....	11
第 2 章 跨国公司转让定价概述.....	13
2.1 跨国公司的基本理论.....	13
2.1.1 跨国公司环境分析.....	14
2.1.2 跨国公司新理论.....	16
2.2 跨国公司组织结构与转让定价的使用.....	17
2.3 跨国公司转让定价的发展及基本理论.....	21
2.3.1 转让定价的国际发展.....	21
2.3.2 转让定价的基本理论.....	22
2.4 转让定价行为的界定.....	29
2.4.1 避税的概念.....	29
2.4.2 避税与转让定价.....	31
2.4.3 避税行为产生的理论基础.....	31
2.4.4 国际反避税实践.....	32
2.5 跨国公司转让定价概述.....	34
2.5.1 跨国公司转让定价概念.....	34
2.5.2 转让定价产生的基础.....	37
2.5.3 跨国公司转让定价的动机.....	37

2.5.4 转让定价方法的影响因素	39
2.5.5 跨国公司转让定价功能的制约因素	42
2.5.6 转让定价方法研究	44
2.5.7 部分国家的转让定价税制	49
2.5.8 建立转让定价系统的标准	50
第3章 中间产品无外部市场的转让定价策略	52
3.1 子公司无需成本投入情况下的转让定价策略	52
3.1.1 母子公司所在国税率相同的转让定价策略	53
3.1.2 母公司所在国税率小于子公司所在国税率的转让定价策略	54
3.1.3 母公司所在国税率大于子公司所在国税率的转让定价策略	56
3.2 子公司需要成本投入的转让定价策略	57
3.2.1 当母子公司所得税率相等的转让定价策略	58
3.2.2 母公司所在国税率小于子公司所在国税率的转让定价策略	59
3.2.3 母公司所在国税率大于子公司所在国税率的转让定价策略	61
3.3 本章结论	61
第4章 存在中间产品竞争市场的转让定价策略	62
4.1 中间产品不需再加工的转让定价策略	62
4.1.1 国内外市场的产品价格相同的转让定价策略	63
4.1.2 国内外市场的产品价格不同的转让定价策略	66
4.1.3 结论	70
4.2 中间产品需要再加工时的转让定价策略	70
4.3 本章结论	71
第5章 中间产品存在垄断/寡头竞争市场的转让定价策略	72
5.1 中间产品存在垄断市场的转让定价策略	72
5.1.1 垄断市场产品存在转让定价的前提与可能性	72

5.1.2 中间产品存在垄断市场的转让定价决策.....	73
5.2 中间产品存在寡头垄断市场的转让定价策略.....	79
5.2.1 中间产品寡头竞争最终产品垄断竞争的转让定价策略.....	79
5.2.2 中间产品寡头竞争最终产品完全竞争市场的转让定价策略.....	79
5.2.3 中间产品寡头竞争最终产品寡头竞争的转让定价.....	82
5.3 本章结论.....	83
第6章 转让定价的不确定性影响因素及转让定价风险.....	84
6.1 存货对转让定价的影响.....	84
6.1.1 两市场产品价格相同的转让定价策略.....	84
6.1.2 国内市场的产品价格大于国外市场产品价格的转让定价策略.....	86
6.1.3 国内市场的产品价格小于国外市场产品价格的转让定价策略.....	86
6.2 关税及出口退税对转让定价策略的影响.....	87
6.2.1 关税对转让定价的影响.....	87
6.2.2 出口退税对转让定价的影响.....	89
6.3 税后利润的分回.....	90
6.3.1 税后利润分回的补税问题.....	90
6.3.2 离岸公司概述.....	92
6.3.3 离岸公司的监管.....	93
6.3.4 离岸公司与转让定价的应用.....	94
6.4 转让定价的风险.....	96
6.4.1 跨国公司转让定价风险.....	96
6.4.2 跨国公司风险控制策略.....	96
6.5 本章结论.....	99
第7章 转让定价下的跨国公司绩效评价研究.....	101

7.1 跨国公司绩效评价概述.....	102
7.1.1 绩效评价概念.....	102
7.1.2 跨国公司绩效评价环境分析.....	104
7.1.3 影响跨国公司绩效评价的因素.....	105
7.2 跨国公司绩效评价系统财务指标的建立.....	107
7.2.1 跨国公司绩效评价系统的发展历程.....	107
7.2.2 跨国公司绩效评价财务指标体系的建立.....	109
7.3 转让定价条件下跨国公司绩效评价研究.....	112
7.3.1 利用盈亏临界点进行绩效评价.....	112
7.3.2 采用双重转让定价方法进行绩效评价.....	114
7.3.3 考虑转让定价的子公司绩效评价指标体系的建立.....	117
7.4 本章结论.....	118
第8章 跨国公司转让定价案例研究.....	120
8.1 分析思路和主要指标介绍.....	120
8.2 中间产品为竞争市场的转让定价案例分析.....	122
8.3 中间产品存在寡头竞争的转让定价案例分析.....	130
8.3.1 有色金属冶炼及压延加工业上市公司转让 定价案例分析.....	130
8.3.2 橡胶制造业转让定价策略分析.....	135
8.3.3 其他几个行业转让定价案例分析.....	138
8.4 本章结论.....	142
结论.....	144
参考文献.....	146

第一章 绪论

1.1 选题背景、目的和意义

1.1.1 跨国公司的发展

跨国公司萌芽产生于 16 世纪,之后的 200 多年里,随着殖民主义的发展,出现了大型的贸易公司。19 世纪中叶,欧洲国家资本主义制度基本确立,为了寻求资源,谋取高额利润,鼓励本国资本进行扩张,外国投资开始兴起促成了跨国公司的诞生。企业集团在生存与发展过程中,无论是出于追逐企业利润最大化,还是为了实现社会价值,都会致力于规模扩张,增强影响力,以便最大限度的节约成本、创造利润。跨国企业是以全球战略为基础,从某种意义上说是企业发展的最高目标。从第一次世界大战开始到第二次世界大战结束这段期间,跨国公司发展缓慢,基本属于停滞阶段。20 世纪是跨国公司的发展成熟阶段,特别是第二次世界大战以后,跨国公司在世界上得到空前发展,跨国公司作为一个强有力的经济实体,活跃于世界经济舞台。据统计,跨国公司的产值占全球总产值的 1/3 以上,跨国直接投资占全球直接投资的 90%,跨国公司内部贸易和相互贸易占世界贸易的 60%以上,控制世界新技术和知识产权的 70%以上[1]。特别是一些巨型跨国公司的实力比中等国家还强。在世界每 100 个最大经济实体中,就有 51 个是跨国公司。就我国而言,跨国公司也飞速发展,美国《财富》评出的全球五百强跨国企业中,有四百多家进入中国。

这些跨国公司以全球市场为贸易场所,利用全球市场的不完美和不对称,有效地依据本企业集团优势开拓市场,获得更大的竞争优势。而且跨国公司规模庞大,管理严谨,有覆盖面广、功能完备、类型齐全的内部结构,从原材料供应到生产再到销售,提供了一整套产品价值链,实现更高的运作效率。在规避风险、协调内外部关系上,获得更大的调整余地,以有效的回避管制、汇率等各类

风险。跨国公司整体的经营战略是建立在全球基础之上的,各子公司取长补短,最大限度的实现公司的整体利益。

为了实现跨国公司整体利益,对东道国相关法律政策环境的研究和自身强大的管理是必不可少的,转让定价策略的制定在此过程中起到了不可忽视的作用。

1.1.2 跨国公司的识别标准

跨国公司有大型、中型和小型之分,也有跨少数国家,跨多数国家和全球性跨国程度之分。通常判别一个公司是否是跨国公司,可以用结构标准、业绩标准和行为标准。除母公司所在国外,其他国家里也拥有或控制子公司,在多国居民拥有其所有权。对于子公司的标准,不同国家有不同的规定,美国要求 50%,日本则要 25% 以上。业绩标准是通过研究一个公司在海外的资产额、生产额、销售额和利润额来识别跨国公司,如果一个跨国公司的海外销售额等占不可忽视的比重,那显然可以说明跨国经营的程度。行为标准是要研究一个公司是否有跨国的或全球的经营战略。1993 年联合国跨国公司在《世界发展中的跨国公司第三次调查》中认为跨国公司应包括设在两个或两个以上国家的实体,而这些实体都可以在一个决策体系下经营,通过股权或其他方式,实体中一个可以对其他的实体实施重大影响。

1.1.3 国际跨国公司转让定价的使用

转让定价问题由来已久,针对该问题的研究也方兴未艾。早在上个世界 40 年代,转让定价问题已逐步得到了人们的重视,特别是 Hirshleifer(1956)运用微观经济学理论,提出了当中间产品转让定价等于边际成本时总公司利润最大化的理论,该理论被认为是研究转让定价问题的经典文献之一。拉格曼(2008)在前人的基础上研究认为:由于知识信息、技术、零部件、原材料等市场的不完美,不能保证企业集团在传统市场上的交易都能获取利润,为了完善和补充外部市场,必须建立自己的内部市场,利用企业管理控制系统来协调企业内部资源流动与配套,使资源配置趋向合理化,协调各部门的合作关系,避免

外部市场不完美对企业经营效率的影响。

正是由于其在跨国企业管理中的种种优势,转让定价受到全世界跨国公司的广泛关注和使用。《福布斯》针对 500 强企业集团的调查和《财经周刊》1000 强企业的调查发现,美国跨国公司在日本、加拿大、德国的子公司至少有一个使用转让定价。日本、德国、加拿大和英国的跨国公司在美国的子公司也都使用转让定价。针对 601 个子公司设在美国其他国家的跨国公司,以及子公司设在其他国家的 687 个美国公司的问卷调查,只有 256 个跨国公司没有使用转让定价。以投资于我国的跨国公司为例,截至 2004 年 8 月底,累计批准设立外商投资企业 494025 家,全国累计实际使用外资金额 5450.29 亿美元,但在所有外企中,有一半以上都是处于亏损状态。有相当部分的跨国公司是为了避税而制造的人为亏损,跨国公司每年避税给中国造成的税收损失在 300 亿元以上。[2005.5.30《国际先驱导报》整理]转让定价已被跨国公司普遍使用,其中避税成为最直接的原因。我国跨国公司在向外投资过程中,必然也要涉及到是否使用转让定价,如何使用转让定价的问题。

1.1.4 我国跨国公司转让定价的使用

我国是全球最大的发展中国家,经济总量跃居第二,被世界各国寄予经济复苏的厚望,但我国拥有的跨国公司数量少、规模小、能力弱,与中国的全球经济地位很不相称。在全球 500 强企业中,中国大陆地区占总数的 5%,美国占 30.6%,日本、法国、德国、英国分别占 12.8%、7.8%、7.4%、6.6%。[根据 2010 年《财富》全球 500 强测算而来]这不仅是因为我国的经济水平,还与我国的经济体制密切相关。我国国有企业受计划经济的影响较深,很多企业还沿用老的定价模式,旧管理体制不适应当前市场竞争机制,制约着企业的发展。

我国加入 WTO 后,在国内企业向国际市场迈进过程中,研究各国的转让定价规章制度和法律,特别是借鉴跨国公司转让定价经验,是进一步完善我国转让定价法律法规及满足企业迈向世界

市场的重要举措。

1.2 国内外研究综述

通过对国内外转让定价相关文献的梳理,本文认为以前文献的研究可以分为以下几个方面:

一、跨国公司转让定价研究历程

美国经济学家 Hirsch Lifer(1956)根据公司利润最大化原则,用边际分析工具分析在无竞争性外部市场和有竞争性外部市场两种状况下的转让定价决策。该研究有较多的前提假设,如完全信息、无公司所得税、无交易成本、无关税等,其结论对实际经济业务指导性较差。之后,又有学者将交易成本、代理成本等理论运用到转让定价中去,放松了假设条件,对转让定价作了更深入的研究,并将研究领域扩展到管理学的领域。Horst(1971)假设转让定价受到当局的管制,以跨国公司利用转让定价获得最大利润或效用为目的研究了转让定价策略。Harris(1993)通过对美国 95 家以制造业为主的跨国集团调查研究表明,1984-1988 年期间,这些集团通过转让定价进行税前价格转移,减轻集团税收负担 3%-22%。Jenkins & Wright(1975)通过对美国的石油集团调查发现,处于低税率国家的子企业更具有盈利性。Hines & Rice(1994)研究发现,1%的税率变动会导致 2.3%的跨国集团税前上报利润发生相应的变动。

Elitzru & Mintz (1996) 提出非合作均衡和委托-代理理论。Bartelsman(2000)实证研究得出,政府税率增加 1%,导致税收减少 3%。Mansori & Weichenrieder(2001)发现,相互竞争的两国政府,一味追求自己的税收最大化,将会造成对跨国集团的双重征税,打击企业的贸易积极性,进而影响进出口贸易。廖进中(2002)建立了我国跨国集团在采用转让定价策略上与东道国税务机关的博弈模型,分析了在不同的转让定价规则、不同额所得税税率条件下,达到混合纳什均衡的转让定价模型。

二、转让定价策略的影响因素研究

Bond(1980)认为,转让定价决策的影响因素主要有市场条件、东道国及本国的税收规则等。Yunker(1982)认为市场条件、产品需求和政府法律法规是主要影响因素。而 Borkowski(1992)则认为影响因素是税率、运用转让定价的难以程度等。Tang(1993)认为,公司总利润、东道国税率及对资本的限制是转让定价的主要影响因素。除了上述影响因素外,Itagaki(1981)又考虑了汇率风险因素, Schjelderup & Sfrgard(1999)将竞争战略纳入的转让定价使用的影响因素范畴之内。Emanuel & Mehafidhi(1994)指出跨国公司转让定价策略的影响因素为:(1)公司经营战略;(2)集团的组织结构;(3)内部交易量;(4)个公司业绩衡量与评价以及报酬体系等。王顺林(2002)认为除了税务因素外,转让定价策略还与子公司的金融风险、组织形式相关。陈屹(2005)认为中国跨国公司的转让定价策略受所得税差异、关税差异、竞争策略及金融风险、组织形式的影响。Gerard & Godfroid (2001)研究了在司法部门政策不确定的条件下,跨国集团如何确定其转让定价策略。Kant Chander(1990,1995)研究了由于各国监控力度和惩罚措施的加强,跨国集团必须根据不同国家税务机关的惩罚程度和对转让定价检查概率的大小,在利润最大与风险最小之间进行,确定最优的转让定价策略。

通过对以上文献的梳理,转让定价策略主要从两大方面考虑,一个是企业自身的需要,诸如降低整体税负、为竞争战略服务等,但也要考虑到企业内部冲突以及转让定价财务效果的不确定性;另一个是受到客观条件的限制级影响,诸如东道国税率、汇率、组织形式、管制的程度、国际转让定价审计以及市场竞争等。

转让定价策略影响因素很多,这些因素相互影响并不断变化,没有固定的重要性排列。各种因素在制定策略时都要考虑,因此跨国公司转让定价是一个系统的工程,只有按总的财务战略抉择,才能获取尽可能大的收益。

三、转让定价效应研究

与上述转让定价策略影响因素相对应,跨国公司大量使用转

让定价的效用也可以从两大方面考虑,除了给自身带来规避税负之外,从宏观上说引起了税收在国际间的流动,产生了主权国的税收流失。夏友富、张杰(1993)通过对外商投资企业进出口价格与国内企业进出口价格进行实证研究,得出结论,外商投资企业存在着较为严重的转让定价,我国蒙受税收损失。而孙学文在《三资企业透视》(1999)一书中对外商投资企业利用转让定价避税作了大量例证。杨斌(2003)分析了跨国公司利用转让定价的避税效应。在国外,Hirshlerfer(1956)和 Copithorne(1971)都分析过转让定价的税收效应。Horst(1971),Vaysman(1996)研究了如何用转让定价使公司整体和各子公司利润或效用最大化。James(1997)研究了公司整体税负最小的应用会计方法。除了税收效应,还有对资源配置的扭曲效应及对生产的扭曲效应,Diewert(1985)曾做过此类研究。

四、使用转让定价的动机研究

国家外汇管理局江苏省分局课题组认为,跨国公司利用转让定价,可以使各个受控公司通过分工合作,达到降低交易成本的目的。王铁军(1989)将外商投资企业转让定价的动机分为减轻所得税、关税等税务动机和进入市场、调节利润等非税务动机。黄少安(1993)认为跨国公司利用转让定价可以分散公司整体风险,发挥代理经营的优越性。朱淑舫(2007)在《浅析我国关联方交易转让定价的税务调整与信息披露》中则认为随着全球经济一体化,并购、联营的大量出现直接促使了关联方利用转让定价的使用。Gordon(2004)认为弱化的公司治理环境会导致大量的关联交易金额。慕银平、唐小我、刘英(2004)认为,运用转让定价可以实现跨国集团各公司之间进行利润分配,摆脱东道国的价格管制,减少税负,使税后集团的利润达到最大化。王智(2004)认为,合理的使用转让定价,可以制定合理的绩效考核,使各部分从集团整体利益出发,避免整体目标与个别目标的不一致。Tang(1979)通过问卷的形式调查了加拿大大公司使用转让定价的目标,主要是两个:业绩评价和利润最大化。Hude(2001)认为,跨国公司转让定价既有税务目标也

有战略目标,而随着各国税制完善,企业被审查的风险的提高,利用转让定价实现战略目标则越来越突出。Choi(1997)认为当各集团公司边际税率相同时,确定转让定价应将重点放在各公司的激励和协调,当边际税率不同时,则将重点放在减少整体税负上。

除了上述跨国集团常见使用转让定价目的外,谢清喜、王瑞英(2004)研究认为,由于现代企业的多层委托代理关系,使大股东或经理人容易产生“掏空行为”,具体是指为了自身利益将公司财产和利润转移出去的行为,而转让定价是个很好的方法。饶育蕾(2007)通过实证,发现大股东侵占小股东利益的主要形式是非公平关联交易。

综上所述,可以将集团使用转让定价的原因分为两大类,一类是税务、管理、外部竞争等为了使集团发展更好的原因,一类是对内的大股东侵害小股东利益的原因。一般而言,更普遍的,也为学术界讨论的更多的是第一类。

五、转让定价方法研究

Hirsh Leifer(1956)得出结论当中间产品转让定价等于边际成本是整体利润最大,但由于假定条件与实际相差太远,所以缺乏实际的指导意义。之后有些学者在此基础上对模型进行了扩展。Gordon(1964)提出转让定价为标准变动成本加固定费用。Benke & Edwards(1980)提出实际总成本、标准总成本、标准总成本加成、实际总成本加成的定价方法。Kaplan & A Ghosh(1994)研究结果表面,协商式转让定价可以降低部门间冲突,提高业绩。Sansing(1997)将特定投资关系纳入考虑因素,从母子公司的上下游地位及资金投入方面,对可比非受控价格法、再销售价格法和成本加成法之间进行取舍。tkinson(1998)认为应该通过谈判确定其转让定价。这三种方法的使用不能公式化一概而论,应该由跨国集团自身的特点、转让定价的目的等共同决定。谢福全在《供应链环境中的转让定价、内部营销和价值管理》一文中,就集团的组织形式、特征对转让定价方法做了探讨。他认为,集中型的集团,集权化的管理