



转让定价税务管理丛书

TRANSFER PRICE TAX MANAGEMENT SERIES

企业转让定价 税务管理操作实务

● 朱青 汤坚 宋兴义 著

The Operation
Manual of Enterprises
Transfer Price Tax Management

中国税务出版社

转让定价税务管理丛书

Transfer Price Tax Management Series

● 朱青 汤坚 宋兴义 著

企业转让定价 税务管理操作实务

The Operation
Manual of Enterprises
Transfer Price Tax Management

 中国税务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业转让定价税务管理操作实务/朱青, 汤坚, 宋兴义著. —北京: 中国税务出版社, 2003.5

(转让定价税务管理丛书)

ISBN 7-80117-575-1

I. 企... II. ①朱...②汤...③宋... III. 企业—

转让—价格—税收管理 IV. F810.423

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 033520 号

版权所有·侵权必究

丛 书 名: 转让定价税务管理丛书

书 名: 企业转让定价税务管理操作实务

作 者: 朱 青 汤 坚 宋兴义 著

策 划: 孙丽梅

特邀编辑: 心 容

责任编辑: 黄 琳

责任校对: 于 玲

技术设计: 桑崇基 吴家凯

出版发行: **中国税务出版社**

北京市宣武区槐柏树后街 21 号 邮编: 100053

http: //www. taxph. com

E-mail: fxc@taxph. com

发行部电话: (010) 63182980/81/82/83

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京中科印刷有限公司

规 格: 787×1092 毫米 1/16

印 张: 16.25

字 数: 258 000 字

版 次: 2003 年 8 月第 1 版 2003 年 8 月北京第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80117-575-1/F·496

定 价: 22.00 元

如发现有印装错误 本社发行部负责调换

前 言

避税与反避税是当前我国税收领域中的焦点问题。企业从降低税收成本的角度考虑，总是希望能合理合法地尽量少纳税；而税务机关为了完成上级下达的税收任务，防止国家财政收入流失，对企业的避税行为又不得不加以制止。这样，纳税人与税务机关在征税问题上必然会形成两军对垒的局面。由于避税与偷税有本质的不同，所以税务部门不能像对待偷税那样对纳税人的避税行为也进行“严打”。但如果税务机关对纳税人的避税行为听之任之，疏于管理，则又会助长纳税人避税的行为，以至形成税收漏洞。要解决这个问题，首先国家要有健全的反避税立法，使税务部门和广大的税务干部在反避税工作中有法可依；同时，税务人员在反避税工作中不仅要熟练掌握反避税的技能，而且还要具备良好的政策水平，避免因执法不当给纳税人造成不应有的损失。

转让定价是纳税人进行避税的重要手段之一。其实，转让定价本身只是一种会计工具，它在企业尤其是跨国公司的经营管理中可以发挥重要的作用，但由于国与国之间的公司所得税税率不同，甚至一国之内各地区之间的税率也可能不同，因而企业就可以利用转让定价在关联企业之间转移利润，尽可能地让公司集团的利润在位于低税国（区）的关联企业的账上去实现，以减轻公司集团的全球（或全国）总税负。这样，在实践中，转让定价同时也就成了企业从事避税活动得心应手的工具。而另一方面，企业利用转让定价转移利润与做假账偷税毕竟不是一回事。因为，转让定价在企业的正常管理中也发挥着重要作用，而且在市场经济中，商品、劳务的交易价格又是捉摸不定的东西，为一件商品找到一个各方面都能接受的所谓合理价格并不是一

件容易的事。在这种情况下,税务部门面对企业内部交易的转让价格就很容易良莠难分,不知企业的定价政策是出于管理考虑还是出于避税的需要。这就使得税务部门在转让定价问题上左右为难:如果严加管理,对转让定价的调整力度过大,则会干扰跨国企业的经营管理战略,甚至还会影响其在本国的投资决策;而如果放松管理,对跨国纳税人利用转让定价转移利润视而不见,则又会使本国遭受税收利益上的损失。正是这种左右为难的状况,使各国税务部门对转让定价问题十分头痛,尽管实践和探索都没有终止,但目前世界各国还没有找到解决这个问题的方法。

我国改革开放以来已经吸引外国投资者来华投资办厂 42 万多家,加入世贸组织以后,这种吸引外资的势头还会发展下去。但另一方面,我国外资企业的亏损面却一直居高不下,目前仍高达 60% 左右。这种情况说明,我国在外资源源不断涌入的同时,并不能完全实现当初制定的“你赚钱,我收税”(这里当然是指企业所得税而不是增值税等间接税)的吸引外资的政策目标。据统计,目前外商投资企业和外国企业所得税收入只占全部税收收入的 3% 左右,与外资企业在我国国民经济中的地位很不相称。但外国投资者并没有因为其在我国设立的企业出现亏损而撤资或减少投资,相反,他们许多人还不断地大幅度追加投资。这种一反商业常规的举动提醒着我们的税务官员:外商是否在利用转让定价向境外转移利润?

从 20 世纪 90 年代开始,我国陆续出台了一些转让定价税务管理方面的法律法规,并不断加大对外资企业转让定价的管理力度,然而,由于这方面的立法还不是很完善,加上税务部门反避税人员在数量和素质上还不尽如人意,所以我国在转让定价税务管理方面取得的成效并不是很大,甚至还频频出现税务机关被企业告上法庭并败诉的被动局面。随着外资企业数量的增加,税务机关面临的反避税任务也越来越重,今后将有越来越多的税务人员投入到反避税工作中去。在这种形势下,广大的税务干部迫切希望了解转让定价税务管理方面的法律法规,掌握一些转让定价审计和调整方面的知识和技能。而与此同时,外资企业的财务人员也深深感到近年来税务机关对关联交易的关注程度在不断提高,对转让定价的审查和调整力度也在不断地加强,他们也希望了解应当如何与税务机关在这个问题上打交道,怎样做才能保护自己在转让定价方面

的合法权益。正是在这种巨大的“市场需求”之下，我们决定出版这部专著，目的是让税务机关手中的反避税“利剑”更锐利一些，让企业手中的合法避税“盾牌”更坚固一些。

人们常说，转让定价的审核和调整工作是一种“艺术”而不是一种科学，所以，为了使反避税的“艺术家”们具有深厚的反避税“文化底蕴”和“艺术修养”，我们在第一章至第四章中分析了转让定价的基本功能及其税务管理的手段，并介绍了国外应对转让定价避税的一些方法；在第五章至第八章中，结合我国的实际情况，分析了外商投资企业在我国利用转让定价避税的手段，并详细介绍了我国有关转让定价税务管理的法律法规、税务审计和调整的要领和技巧以及一些实际案例，这部分内容主要是为了帮助广大的税务人员提高反避税的“技艺”；在第九章中，我们站在纳税人的角度，告诉企业的相关人员应如何与税务机关在转让定价问题上打交道，怎样应对税务人员的审计调查才是恰当的；在最后一章，我们就如何完善我国转让定价税务管理的法律法规和实施办法发表了一些意见。

应当说，我们三位作者走到一起写这本书也是缘分。宋兴义博士原来是我的硕士研究生；汤坚是青岛国税局的干部，2001年来中国人民大学财金学院进修并和我一起合作搞研究。我们三人都从事转让定价方面的研究，共同的兴趣和研究领域让我们这次能携手合作出书。我从1992年起开始从事国际税收的教学和研究工作，从此对转让定价问题产生了兴趣。1996年我去美国纽约州立大学管理学院作访问学者，对转让定价等国际税收问题进行了一年的学习和研究。汤坚在青岛国税局长期从事反避税工作，担任过税收评估局反避税科的科长，在转让定价审计和调整方面具有丰富的实践经验。宋兴义在攻读硕士学位期间，就对公司财务管理和转让定价税务管理问题进行了较深入的研究，通过了注册会计师从业资格的五门考试，并就公司的转让定价问题写了硕士学位论文。我们三人中既有搞理论研究的，又有搞实际工作的，应当说这是一种不错的组合。

本书第七章和第九章的第三节至第五节由汤坚执笔，其余章节由我和宋兴义执笔；汤坚还为第六章和第八章的写作提供了大量资料；最后由我对全书进行修改和定稿。由于我们的水平有限，书中难免会有一些疏漏或不妥之处，希望读者给予批评指正。

本书之所以能够顺利出版，承蒙中国税务出版社的黄琳女士和中国税务杂志社的蔡宇先生鼎力帮助，在此一并鸣谢。

朱 青

2003年7月

目 录

1 章 转让定价的管理经济学分析	(1)
1.1 转让定价问题研究的理论背景	(1)
1.2 转让定价——跨国公司经营管理的必要手段	(6)
1.3 无税条件下的转让定价微观模型	(11)
1.4 有税条件下的转让定价微观模型	(16)
2 章 转让定价——一种重要的避税工具	(19)
2.1 避税的概念	(19)
2.2 跨国公司避税的主要手段	(27)
2.3 跨国公司的国际税务筹划与转让定价	(34)
3 章 转让定价税务管理总论	(41)
3.1 转让定价税务管理的发展过程	(41)
3.2 转让定价税务管理的原则及标准、方法	(46)
3.3 转让定价税务管理的特殊问题	(62)
3.4 转让定价税务管理的发展趋势	(76)
4 章 国外转让定价立法概况	(83)
4.1 管辖对象	(83)
4.2 税务当局接受的转让定价方法	(84)
4.3 转让定价的报告义务	(86)

4.4	转让定价报告的内容要求	(88)
4.5	转让定价罚则	(91)
4.6	预约定价协议	(96)
5	我国外资企业的转让定价避税问题	(106)
5.1	我国外资企业的发展及现状	(106)
5.2	中国外资企业避税的表现和主要方法	(111)
5.3	中国外资企业转让定价动机分析	(117)
6	我国的转让定价法律法规	(122)
6.1	我国转让定价法律法规分析	(122)
6.2	我国转让定价税务管理的现状与发展方向	(140)
7	我国转让定价审计、调整的一般技巧与方法	(145)
7.1	如何选择调查审计对象	(145)
7.2	如何进行案头审计和实地调查审计	(154)
7.3	如何进行举证分析	(160)
7.4	如何进行谈判	(161)
7.5	如何选择调整方法	(165)
8	转让定价调整的案例分析	(173)
8.1	传统价格法的实际应用	(173)
8.2	利润法的实际应用	(181)
8.3	其他转让定价相关案例	(189)
9	跨国公司的转让定价管理——如何应对税务 机关的转让定价调查	(213)
9.1	跨国企业转让定价管理综述	(213)

9.2 转让定价税务审计实施前的工作	(218)
9.3 转让定价税务审计过程中的应对措施	(220)
9.4 转让定价税务审计定案阶段的应对措施	(222)
9.5 其他需要注意的问题	(225)
10 章 我国转让定价税务管理目前存在的问题及其 改进建议	(228)
10.1 转让定价法律法规方面的问题及完善	(228)
10.2 转让定价税务管理操作方面的问题及改善	(240)
10.3 结语	(246)
参考书目	(249)

1 章

转让定价的管理经济学分析

1.1 转让定价问题研究的理论背景

1.1.1 转让定价的概念

所谓转让定价 (transfer pricing), 是指公司集团内部机构之间或关联企业之间相互提供产品、劳务或财产而进行的内部交易作价; 通过转让定价所确定的价格称为转让价格。转让定价问题既可以发生在一国内, 也可以发生在国与国之间。后一种情况是指跨国公司集团内部分设在两个国家但隶属同一法人企业的两个机构或同属一个公司集团的两家关联企业进行交易时的内部作价。这种发生在跨国公司集团内部交易方面的转让定价有时又被称为国际转让定价 (international transfer pricing)。本书所研究的正是这种与国家税收利益相关的国际转让定价, 出于叙述上的便利, 我们在本书中仍将其称为转让定价。由于转让定价发生在跨国公司集团的内部成员之间, 而这些成员由于法律或经济上的原因相互之间在经营管理和经济利益方面又存在着紧密的联系, 因此, 转让定价并不一定符合市场竞争的原则, 它可以根据公司集团的整体利益人为地加以确定。也就是说, 一项交易的转让价格既可以等于市场自由竞争所形成的价格, 也可以不等于这种竞争价格。转让定价的这种特殊性, 决定了它在跨国公司集团的内部管理和国际避税方面有着广泛的用途。需要指出的是, 跨国公司集团人为操纵转让定价, 使内部交易的转让价格明显高于或者低于市场竞争价格, 以达到在跨国公司集团内部关联企业之间转移利润的目的, 这种行为实际上是在滥用转让定价 (transfer pricing abuse), 但习惯上人们仍称其为转让定价。所以, 在研

究跨国公司的转让定价问题时，人们提到转让定价，有时是指跨国关联企业之间交易的正常作价，有时则是指滥用转让定价，即通过人为抬高或压低关联交易的价格达到转移利润的目的。

转让定价可以应用于跨国关联企业之间的各项交易，包括销售产品、提供劳务、发放贷款、转让技术等。在这些交易中，通过实施一定的转让定价策略，跨国公司就可以把公司集团的利润从一个国家的关联企业转移到另一个国家的关联企业的账上。例如，为了使海外某一国家的子公司获得较高的利润，跨国母公司可以向其低价销售产品或零部件，或由子公司向母公司高价出售产成品。又比如，为了减少海外子公司的利润，跨国母公司在向其提供劳务、贷款或专利使用权时可以收取较高的劳务费、利息或特许权使用费，把子公司的一部分利润转到母公司的账上。此外，在关联企业的运输费、保险费、管理费、佣金等项费用的支付上也可以采用上述转让定价策略。

跨国公司集团内部的转让定价制定方法主要有三大类。一是以成本为基础定价，其具体做法包括：（1）直接按企业的内部成本（实际可变成本、实际完全成本或标准完全成本）定价；（2）按企业的实际可变成本加上定额补贴定价；（3）按企业的实际或标准完全成本和一定的加成率采用成本加成法定价。二是以市场为基础定价，其具体做法包括：直接按市场价格定价；以市场价格减去销售费用（根据折扣率计算）定价。三是关联企业之间协商定价。应当看到，通过以上三种定价方法制定的转让价格都有一定的随意性。例如，在以成本为基础定价的情况下，是采用可变成本定价还是采用完全成本定价，在成本基础上附加的定额补贴或加成数额是多大，这些都可以影响转让价格的高低。又比如，在采用市场价格减销售费用定价时，折扣率定高还是定低同样也可以影响转让价格。转让定价的这种随意性显然为跨国关联企业操纵转让定价提供了巨大的活动空间。而在实践中，跨国关联企业如何制定转让定价则主要取决于跨国公司集团的总体经营目标和经营战略。也就是说，跨国关联企业的转让定价要为跨国公司集团一定的经营目标服务，如果没有一个具体的目标，转让定价手段就难以使用。另外，跨国公司集团的经营目标往往是多重的，而同一种转让定价手段并不能同时满足这些目标，这就决定了跨国关联企业在转让定价时必须根据具体情况，结合公司集团的决策意图灵活地选择转让定价的方式。

1.1.2 转让定价与跨国直接投资理论

转让定价问题与跨国公司对外直接投资理论具有密切的联系。可以说,转让定价理论是跨国公司对外直接投资理论的一个分支,后者为前者提供了基本假设、研究方向和分析起点。尽管本书主要探讨转让定价问题,但出于为读者提供一个完整的理论框架和研究背景的目的,这里有必要对跨国公司直接投资理论作一简要的介绍。

从19世纪中后期起,西方国家的一些大的公司就开始从事跨国直接投资业务,例如德国的拜尔公司和西门子公司、英国的考陶尔公司、意大利的菲亚特公司、瑞士的雀巢公司等在这一时期都先后到国外投资办厂。到第一次世界大战前夕,世界范围的国际直接投资活动已初具规模。例如,1914年美国的海外直接投资已达26.5亿美元;同年,外国公司在美国的直接投资也已达13亿美元。但当时的跨国公司在经营规模、地区和居住国的多样化、渗透的程度以及比较利益的类型上与今天的跨国公司都不可同日而语。跨国公司的迅速发展是从第二次世界大战结束后开始的。例如,从1951年到1964年,在全球私人跨国投资总额中大约有90%采取的是跨国直接投资形式,用于建立海外子公司^①。战后跨国公司为什么会有如此巨大的发展?对此国外许多学者进行了深入的研究。学者们基本上是沿着垄断优势和内部化这两条线索对跨国公司的发展展开分析的。海默(Hymer, 1976)和金德尔伯格(Kindleberger, 1969)对此做了奠基性的研究工作,他们的理论后来被综合到国际化理论中。巴克利和卡森(Buckley and Casson, 1976)、邓宁(Dunning, 1977、1979、1981)和鲁格曼(Rugman, 1980、1981)则对国际化理论作了清晰的阐述。

海默与金德尔伯格从跨国公司具有垄断优势出发解释跨国公司的对外投资。现实市场的不完全竞争特征使跨国公司拥有某种垄断优势,这些垄断优势主要来自于以下几个方面:一是来自于产品市场不完全的优势,如产品差异、商标、销售技术与操纵价格等;二是来自于生产要素市场不完全的优势,包括专利与工业秘诀、管理技能等;三是来自于较

^① [英] 尼尔·胡德等:《跨国企业经济学》,第15页,北京,经济科学出版社,1990年。

高的融资及清偿能力；四是来自于规模经济；五是来自于差异产品，即跨国公司生产的差异性产品能够同时适应不同国家和地区消费者的偏好。跨国公司凭借上述这些垄断优势，促成了高度集中的市场结构，并在此基础上快速发展。金德尔伯格指出，证券资本流动是利率差异作用的结果，而直接投资则是对利润差异的反应。金德尔伯格认为，美国企业在海外经营尽管会有信息、法律和成本等方面的不利因素，但是美国企业拥有的各种垄断优势可以抵消这些不利因素，从而可以比当地企业获得更高利润。

作为跨国公司对外投资理论的另一重要解释的内部化理论起源于科斯(R.H.Coase)对企业性质的研究。科斯在其1937年11月发表的《企业的性质》(The Nature of the Firm)一文中认为，由于市场交易是有成本的，企业组织存在的惟一理由就在于它能降低这种“交易成本”。1976年，英国学者巴克利和卡森(Peter J. Buchley and Mark.Casson)出版了《跨国公司的未来》(the Future of the Multinational Enterprise)一书，认为由市场不完全引起的企业活动“内部化”(internalization)并非仅仅是由于规模经济、垄断或各种进入壁垒等因素引起的，而且它还是某些市场失效以及产品差异或垄断力量的存在而导致企业市场交易的一种“内部转移”。巴克利和卡森认为，这种市场不完全体现在两个方面：一是技术、管理经验等知识产品市场不完全；二是零部件、原材料等中间产品市场不完全。前者产生了横向一体化的跨国公司，后者产生了纵向一体化的跨国公司。跨国公司对产品和技术创新等知识产品方面的长期投资保证了跨国公司的持续成长，而这种投资是以知识产品内部化作为保证的。可以说，知识产品内部化是战后跨国公司组织创新最基本的动因。卡森认为，所有权的交换是外部市场交易成功的主要原因，因为它涉及到交易双方的经济利益。知识产品的特殊性质使其在交易中只发生使用权的让渡，从而导致知识产品的市场交易成本相对较高。如果将交易纳入企业内部，以统一的行政管理取代市场，那么就可以节省交易成本。

现代生产组织大规模的生产和扩张，要求以世界市场来组织产品生产和销售，但生产和交易的扩张又导致世界市场上分工和交易活动中不确定因素的增加。现代工商企业提供的差异性产品提高了知识、技术和专利以及企业对它们的内部保护方式的资产专用性，而现有的分工和交

易机制不能适应变化了的国际分工与交易,所以必须建立某种组织协调机制来替代世界市场机制,从而在组织内部安排和协调这部分国际分工与交易。跨国公司正是在这种条件下应运而生的。因此,从这个意义上说,跨国公司是现代工商企业以企业机制替代世界市场的结果,这种替代是跨国公司产生的最直接也是最基本的原因。内部化理论的结论是:跨国公司市场行为的实质不是在于资本如何转移及转移的规模和方向,而是在于基于所有权之上的、由企业统一管理和控制的内部市场的创造,其结果是以企业机制来替代外部市场,借以协调各项经营活动和进行资源配置;跨国公司实行内部化的程度则是由市场交易成本与企业内部管理成本的大小及均衡与否来决定的。

英国经济学家邓宁 1976 年发表了一篇题为“在英国的美国产业”(US Industry in Britain)的论文,他在该文中综合了垄断优势理论、要素禀赋论和内部化理论,创立了国际生产折衷理论。其核心就是所谓的“三优势范式”,即:所有权优势+内部化优势+区位优势=对外直接投资。邓宁指出:企业可以根据自己所具备的不同优势,分别采取不同的国际经营方式;企业对外直接投资必须同时具有三种优势,如果企业只拥有所有权优势和内部化优势,则只能进行出口贸易;如果企业只拥有所有权优势,则只能考虑采用技术转移的方式;如果企业同时具有上述三种优势,却只采取技术转移的方式,则会丧失内部化优势与区位优势所能带来的收益。

鲁格曼比较了出口贸易生产方式、许可证合同生产方式和内部化贸易方式这三种跨国经营方式的成本后认为:国际生产成本包括两个组成部分,一是正常生产成本,二是追加成本;正常生产成本在上述三种生产方式之间并不存在很大的差异;出口生产方式的追加成本为出口销售成本,它会随关税和非关税壁垒的提高而提高;许可证合同生产方式的追加成本表现为母公司拥有的某种技术优势的流失,在国际技术竞争日益激烈的今天,这种成本无疑会越高昂;而内部化贸易方式下的追加成本主要是额外的通讯、管理等成本,通讯条件的不断改善以及先进的管理理论不断涌现,使得这一成本与上述两种成本相比不断下降。因此,鲁格曼认为,以内部化贸易方式进行跨国经营是一种国际生产方式的最好选择。

以上面的跨国公司行为理论为基础,我们制作了图 1.1,用该图简

单地概括出跨国公司行为和转让定价的关系。

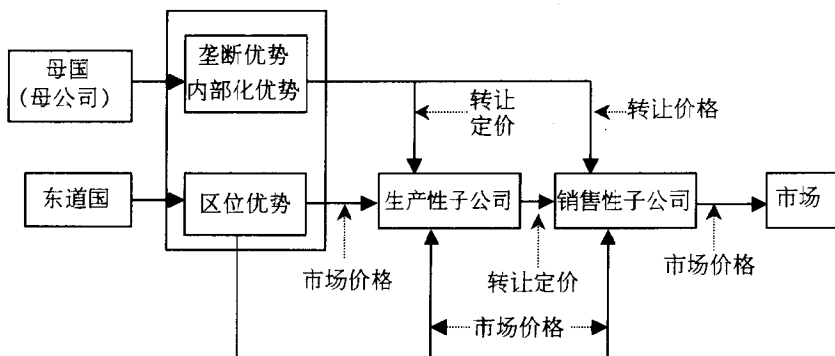


图 1.1

母公司把在居住国形成的垄断优势和内部化优势(技术、管理经验、品牌等)扩展到东道国,并结合东道国当地的区位优势(优越的地理位置、接近市场、劳动力和资源优势等),在东道国设立生产性子公司或销售性子公司。母公司与子公司之间以及各子公司之间发生的关联交易的内容和定价方式正是跨国公司“优势”的体现。当然,子公司也会按市场价格在东道国采购原材料和雇佣劳动力,制成产品后在市场上出售。

1.2 转让定价——跨国公司经营管理的必要手段

通过对跨国公司理论的简单回顾,我们可以看出,一个企业为什么要实行跨国的一体化经营,但是这些理论并没有说明跨国公司为什么离不开转让价格以及如何利用转让定价。现代大型企业集团的发展一般都伴随着分权化的趋势,企业集团内部出现了各种具有相对独立性的利益中心。当这些利益中心相互提供产品或劳务时,如何为这些产品或劳务定价,就成为企业集团经营中最为复杂和令人头疼的问题之一。按照一般的想法,跨国公司应该尽可能压低关联机构间交易的价格,这样既可以避免从价关税,又可以避免关联出口方的所得税。但实际上,很多跨国公司都在为选择一个适当的转让价格而苦恼,因为转让定价并不仅仅是一个简单的税收问题,在很多情况下它更是一个跨国公司的内部管理问题。安永国际会计师事务所 2001 年发布的全球转让定价调查报告就印证了这一点。在被调查的涉及 22 个国家和地区的 638 家跨国公司的

母公司和 176 家子公司中, 有 29% 的母公司和 35% 的子公司把制定转让定价作为其战略决策的一部分, 有 28% 的母公司和 20% 的子公司在战略决策制定后才考虑转让定价问题, 另有 39% 的母公司和 38% 的子公司把转让定价看作是纳税服从问题, 只有 4% 的母公司和 7% 的子公司在经营管理中不考虑转让定价问题。上述调查表明, 跨国公司的转让定价策略与其经营管理活动是密切相关的, 因此, 我们必须对转让定价在跨国公司经营管理中的作用有一个深刻的认识。

转让价格与市场价格最大的不同之处就在于转让价格在一定程度上不受市场供求的影响, 也不一定是买卖双方公平交易的结果。因此, 与市场价格相比, 这种并非市场均衡结果的转让价格是跨国公司全球经营管理战略在价格上的一种反映。由于它具有相当大的灵活性, 所以它在帮助跨国公司实现某种特定目标时可以发挥巨大的作用。下面我们就对转让定价在跨国公司经营管理中的主要作用进行概括的分析。

转让定价——资源配置的指示器

在经济理论中, 价格市场体系的核心。价格作为一面镜子, 提供了市场信息——消费者偏好的信息和生产者成本的信息, 从而“指导人们而且说服人们相信它的指导并依据它的指导采取行动”(斯蒂格勒, 1990)。价格还是一种激励机制, 促使人们以最有效的方式实现自身的目的。但是, 价格功能的实现需要一个公开的、充分竞争的市场环境, 而转让定价运用的领域——跨国公司的内部贸易, 恰恰存在着市场缺陷, 从而使得正常价格无法完全发挥作用。因此, 跨国公司在内部化进程中用内部市场替代外部市场, 这种替代尽管可以降低外部市场的不确定性, 减少交易成本和保持垄断优势, 但同样要面对如何最有效地进行资源配置的问题, 同样需要一个“指示器”以反映资源的最佳用途。转让价格实际上就是这样的一种“指示器”。可以这样理解, 跨国公司以内市场替代外部市场的同时, 内部的转让价格也就替代了外部的公开市场价格, 这样就弥补了外部市场和外部市场价格的缺陷。这说明, 转让定价内生于跨国公司的内部化进程之中。

转让定价——激励与约束机制

跨国公司组织形式向分权化方向发展是转让定价存在的又一个原