

# 转移定价策略研究

——基于企业目标优化视角

*The Research on Transfer  
Pricing Strategy:  
from the Perspective of  
Corporate Goal Optimization*

崔健波 著



立信会计出版社  
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

# 转移定价策略研究

——基于企业目标优化视角

*The Research on Transfer  
Pricing Strategy:  
from the Perspective of  
Corporate Goal Optimization*

崔健波 著



立信会计出版社  
LIAONING ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目(CIP)数据

转移定价策略研究:基于企业目标优化视角/崔健波  
著. —上海:立信会计出版社,2016.8  
ISBN 978-7-5429-5173-1

I. ①转… II. ①崔… III. ①企业定价—研究  
IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 208555 号

策划编辑 方士华  
责任编辑 方士华  
封面设计 南房间

## 转移定价策略研究 ——基于企业目标优化视角 Zhuan yi Ding jia Ce lue Yan jiu

---

|      |                   |      |                 |
|------|-------------------|------|-----------------|
| 出版发行 | 立信会计出版社           |      |                 |
| 地 址  | 上海市中山西路 2230 号    | 邮政编码 | 200235          |
| 电 话  | (021)64411389     | 传 真  | (021)64411325   |
| 网 址  | www.lixinaaph.com | 电子邮箱 | lxaph@sh163.net |
| 网上书店 | www.shlx.net      | 电 话  | (021)64411071   |
| 经 销  | 各地新华书店            |      |                 |

---

|     |                          |      |
|-----|--------------------------|------|
| 印 刷 | 虎彩印艺股份有限公司               |      |
| 开 本 | 890 毫米×1240 毫米           | 1/32 |
| 印 张 | 5.875                    |      |
| 字 数 | 161 千字                   |      |
| 版 次 | 2016 年 8 月第 1 版          |      |
| 印 次 | 2016 年 8 月第 1 次          |      |
| 书 号 | ISBN 978-7-5429-5173-1/F |      |
| 定 价 | 21.00 元                  |      |

---

如有印订差错,请与本社联系调换

# 前 言

管理会计,作为可以帮助企业创造价值的信息系统和管控系统,是我国这两年会计工作的重中之重。财政部楼继伟部长,在参加中国注册会计师协会第五次全国会员代表大会时强调:“打造中国会计工作‘升级版’的重点就在于大力培育和发展管理会计”。他还在北京国家会计学院举行的“中国管理会计系列讲座”第一讲中作报告——《加快发展中国特色管理会计促进我国经济转型升级》。2014年,被业界称为管理会计“元年”,同年10月发布《财政部关于全面推进管理会计体系建设的指导意见》。2015年12月,财政部推出《管理会计基本指引(征求意见稿)》。

转移定价,长期以来一直被视为分权公司中一个普遍的管理控制工具,吸引了不同背景研究者的关注,受到实务界和理论界热议。管理会计教科书中,通常将转移定价描绘成分权和多部门公司的协同工具,其作用是通过提供中间产品和服务等的估价,有效促进公司内部责任中心间的交易。跨国公司,在选择转移价格时,也强调税负优化和税收遵从的重要性。

始于2010年的东北财经大学会计学专业博士研究生阶段,我在万寿义教授的引领和教诲下,接触到转移定价领域并进行了较为深入的探索。毕业1年后的2014年,进入苏州大学应用经济学博士后流动站,在罗正英教授的帮助和指导下,对转移定价有了更进一步的理解和认知。

结合我攻读博士学位及从事博士后研究工作的知识积累,对相关成果整理融合后,写作而成此书,它是两个阶段研究心得的汇总。本书

全面梳理并分析了近 60 年的国内外转移定价研究文献,从工具所服务的企业目标维度,思考并试图回答其中存在的一些理论问题,以期为读者带来有益启示。

借助全国会计学术联盟这一平台,有机会结识立信会计出版社的方士华副编审。方先生对本书的出版给予了积极鼓励和大力支持,没有他的热忱和耐心,这本书无法和读者见面。在此,向他表示诚挚的感谢。

写书不易,要写好一本书就更难,在写作过程中,我虽然尽可能地努力避免错误,但由于学识和时间限制,书中难免存在不妥及疏漏之处,希望学界同仁、实务界朋友及读者不吝赐教。

崔健波

2016 年 8 月于苏州

# 目 录

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| <b>第 1 章 绪论</b> .....             | 1  |
| 1.1 研究背景 .....                    | 1  |
| 1.2 研究意义 .....                    | 4  |
| 1.3 研究方法 .....                    | 8  |
| 1.4 研究框架与结构安排 .....               | 9  |
| <b>第 2 章 文献综述</b> .....           | 11 |
| 2.1 文献回顾.....                     | 11 |
| 2.2 文献述评.....                     | 27 |
| <b>第 3 章 理论基础、基本理论及决策路径</b> ..... | 33 |
| 3.1 理论基础.....                     | 33 |
| 3.2 基本理论.....                     | 38 |
| 3.3 决策路径.....                     | 57 |
| <b>第 4 章 垄断势力视角下的转移定价策略</b> ..... | 65 |
| 4.1 垄断势力下定价研究设计.....              | 66 |
| 4.2 卖方垄断势力下的转移定价策略.....           | 68 |
| 4.3 买方垄断势力下的转移定价策略.....           | 73 |
| 4.4 结论与启示.....                    | 78 |

---

---

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| <b>第 5 章 基于机会成本的转移定价策略</b> ..... | 82  |
| 5.1 无外部市场定价策略 .....              | 82  |
| 5.2 机会成本定价策略 .....               | 86  |
| 5.3 基于机会成本的转移定价决策——事例应用 1 .....  | 91  |
| 5.4 基于机会成本的转移定价决策——事例应用 2 .....  | 98  |
| 5.5 结论与启示 .....                  | 101 |
| <br>                             |     |
| <b>第 6 章 基于市价折扣的转移定价策略</b> ..... | 105 |
| 6.1 市价基准转移定价策略 .....             | 105 |
| 6.2 市价折扣模型描述 .....               | 108 |
| 6.3 内部交易会否受折扣影响的分析 .....         | 111 |
| 6.4 折扣规则能否优化总体利润的分析 .....        | 114 |
| 6.5 研究拓展 .....                   | 122 |
| 6.6 结论与启示 .....                  | 130 |
| <br>                             |     |
| <b>第 7 章 基于目标规划的转移定价策略</b> ..... | 133 |
| 7.1 转移定价目标、要求、方法及影响因素 .....      | 134 |
| 7.2 基于目标规划的转移定价模型构建 .....        | 144 |
| 7.3 H 跨国公司概况、影响因素及经营目标 .....     | 149 |
| 7.4 结论与启示 .....                  | 158 |
| <br>                             |     |
| <b>第 8 章 结论与展望</b> .....         | 161 |
| 8.1 结论和创新 .....                  | 162 |
| 8.2 不足与展望 .....                  | 164 |
| <br>                             |     |
| <b>参考文献</b> .....                | 169 |
| <br>                             |     |
| <b>后记</b> .....                  | 181 |

# 第 1 章 绪 论

## 1.1 研究背景

众所周知,转移定价问题起源于分权,分权的直接起因是组织规模扩大和决策单位缩小,而这一直接起因又是受技术、市场和规制等经营环境影响。近年来,市场环境的迅猛发展,导致转移定价产生的分权的根本起因(大规模与小型化)、起因影响因素和达成企业目标时依据的转移定价影响因素变化迅速。

定价问题的产生始自企业内部分权,而分权的直接原因是企业规模的扩大。Bierman(1959)指出,第二次世界大战结束后,出现了两个有趣的商业现象,在许多方面相互矛盾。一个是大量的商业联合(合并和兼并),它导致企业组织复杂性增加;另一个是分权使用的传播或以分部门作为控制大公司的方法。许多公司是商业联合的结果,但运营时分权,试图兼具大规模和小型化的长处。

为同时发挥大规模和小型化的优势,现今的组织思想以分权制为导向。安东尼认为,运作分权制管理系统所面临的一个主要挑战是设计一个令人满意的方法。在有大量交易发生的公司内部,核算从一个利润中心到另一个利润中心的商品及劳务转让。这是因为分权部门和企业目标不一致,导致次优决策(suboptimal decision making),也叫缺乏一致性决策(incongruent decision making)或功能不良的决策(dysfunctional decision making)。不能达成目标一致性(goal congruence),出现激励相容问题,最有可能发生在子单元相互之间有高度依赖性时。



分权对许多公司加强管理都起到了重要作用,但是,与之同样重要的是,分权过程要确保不同的部门协调配合以实现公司的总体目标。Dean(1955)指出,缘于对目标不一致导致无法实现企业目标的重视,企业试图建立内部定价系统,激励、协调、控制经济资源和产品要素的分配,以使整个组织目标能达成,正是这个初始的、切合实际的重视,激发了转移定价方法的学术研究。

经营环境是企业作出分权安排这种组织架构的重要依据,随着时代发展一直处于不断变化和发展中,且呈现加快趋势。经营环境因素主要有三种:技术、市场条件以及管制。当下的经营环境相比过去变化加剧,对分权的要求自然更加迫切。同时,转移定价达成企业目标时所借助的影响因素,相比以前亦多有改变。集团公司的发展,尤其在跨国公司,各国(地)的语言、风俗、文化、价值观、商务习惯以及法规等都有着显著的差别,更需通过分权借助各国(地)分支管理者充分地运用自己对当地经济、政治、法律、文化等状况的了解,有效地处理各自环境中的不确定性;达成企业目标的定价影响因素,由于涉及税负及税收遵从等考虑,变得错综复杂。

需要指出的是,转移定价一方面是分权这个“因”的“果”,即由于分权而产生转移定价;另一方面将转移定价作为可以实现分权这个“果”的“因”,即为借助转移定价,有意分权,只为达成企业目标。

### 1.1.1 分权起因——组织规模扩大和决策单位缩小要求加速

企业有追求规模效益的动机、做大做强的心理,生产实践中呈现为经营规模扩大化。规模大,高层管理者通常难以对经营变化作出及时、快速反应。且人力资源特有的动态性、隐蔽性等特征,造成员工难以有效管理。但相较以往,现在的员工普遍更具自我意识和独立精神。这些因素使得通过分权以小型化大规模组织有了必要和可能。

因此,除了非常小的组织外,几乎所有组织都需授予管理责任,成立责任中心。于是,内部交易频繁发生,转移价格问题日渐增多,牵涉面广且处理难度较大。

## 1.1.2 起因影响因素(技术、市场和政府管制)变化迅速

### 1. 技术——计算机、电信、生产方法

技术支持了分权的发展,或对分权提出要求。20世纪后期,在电子电路集成化的基础上,实现了信息载体数字化和媒体传播网络化,人类开始走向信息技术为主导的高科技时代——信息时代。新的技术革命浪潮已经兴起,信息化在高速发展和迅速普及的同时,应用门槛也显著降低。布里克斯(2005)认为,计算机、电信等技术变革大幅加速,对企业有效应对市场条件和生产技术的快速变化提出了更高要求;技术为分权提供了可能和保障,总部的控制能力得到加强,有助于解决分散决策之间的协调问题,提升分散决策的水平,分权产生的转移定价问题也随之加速显现。此外,在技术等因素的影响下,生产方法、经营模式有了改变,甚至是颠覆性的剧变,变化要求授权以便及时应对。

随着信息技术及其导致的生产方式的变革,一个与农业文明和工业文明时代的技术体系特征大不相同的新的社会技术体系正在逐渐形成。信息技术在世界范围内经济领域的广泛应用,大大降低了交易成本,提高了效率,经济效益增幅明显,跨地区、跨国经营有利可图。

### 2. 市场——竞争者、顾客、供应商

过去20年,企业面对的市场日益扩大化、全球化。竞争在大多数行业都呈现激烈化态势,顾客需求、偏好多样化和差异化加剧,企业与供应商战略关系微妙。竞争要求企业开发多种产品,促进企业降低成本,提高产品质量,了解竞争者信息。只有各级管理者和团队员工的能力得到充分的发挥,迅速地回应顾客的需求,以更大的灵活性来应对变化,才能以及时有效的方式适应竞争。如此一来,对分权的要求更加迫切和广泛,进而由于分权导致的转移定价问题也越发普遍。

### 3. 政府管制——税收、国际关系

20世纪早期,大部分发达国家引入了收入或利润的直接税,并逐渐在全球大多数国家适用。一个税收管辖区域内的集团,由于内部不同类型企业可能存在税收优惠。例如,我国高新技术企业能够享受

15%的企业所得税优惠税率,研发费用加计50%扣除,或按照无形资产成本的150%摊销。更普遍的是,不同国家税率之间存在着差异,企业有了在低税率或能有效减少税收的国家(地区)设置分支机构的动机。政府通常限制涉密和高精尖技术在国内的生产,有最低工资等用工成本的要求,跨国公司意图将研发放在本国进行,生产或劳动密集型产业移至较低劳动力成本国家。对污染的管制程度不同,也会造成企业将相应部门设在污染防控较宽松的地域。这些政府管制行为,促使企业有针对性地设置或取消分权子单元。为规避风险,或者较易获得支持,企业更有意愿在与本国关系较友好的国家或地区设立分支机构。

### 1.1.3 转移定价达成企业目标之影响因素日益多样化

转移定价是经济发展的产物,伴随着经济活动复杂化而产生、发展和普遍,对企业以及相关国家的经济利益有着直接和重大的影响。转移定价起源于18世纪末,最初是为了辅助转移物品的实际控制。实施决策分权的公司试图对内部由不同部门使用的资源定价,通过定价决策提高资源利用效率,即优化资源配置这一影响因素,以实现利润最大化的企业目标。

现今的影响因素,早已不限于此。20世纪中期以后,随着企业集团,特别是跨国公司的发展,其利用税负优化、税收遵从、盈余管理、市场策略和调整方法等影响因素达成具体目标的方式,日益为相关各方关注。我国企业集团的大量涌现,上市公司的迅速增加,给定价工具提供了用武之地。我国也从早期的跨国公司投资地,逐渐发展为跨国公司总部所在地,转移定价作用从被动接受到主动利用,其在很好地成为企业用于管理、控制并实现企业目标的重要工具方面,大有文章可做。

## 1.2 研究意义

### 1.2.1 理论意义

转移定价问题成为会计理论研究领域中的一个极富意义的课题,

已有 60 年。作为开创, Hirshleifer(1956)首次以边际分析技术研究了转移定价问题,阐述了中间产品在完全竞争、不完全竞争以及无外部市场条件下,如何定价使得公司实现整体利润最大化的目标。随后的众多经典文献,都对此进行了拓展、创新和深化研究,但仍有若干理论问题亟待探讨,例如,不完全竞争时的定价决策,未对公司中间产品具有买方垄断的情况进行研究;无外部市场时的定价决策,如果多个最终产品对中间产品有竞争性使用时,机会成本如何考虑;市场不完全时的定价决策,以市价基准定价时,给予怎样的内部折扣可以实现有效产出并达成利润最大化;跨国公司或企业集团转移定价时,综合考虑多重具体目标以最终达成利润满意的企业目标。本书拟在现有研究的基础上,深入分析转移定价的上述理论问题,试图对现有转移定价文献进行完善和补充。

(1) 中间产品具备买方垄断势力时,转移定价及数量如何决策以达成企业目标。一个垂直一体化公司内,有上游和下游两个利润中心,中间产品外部市场是不完全竞争市场。下游购买部门具有买方垄断势力,既从上游转移,也从外部采购,研究此种情况下的最优定价决策。为达成公司整体收益最大化,以边际分析技术确定公司需使用的最优中间产品数量和该数量所对应的转移价格,以及最优内部转移数量和外部采购数量。最后,将买方垄断势力下的定价决策与卖方垄断势力下的定价决策进行对比分析。

(2) 中间产品无外部市场,基于机会成本确定转移定价。一企业内,中间产品无外部市场,应考虑两种情况下的稀缺资源机会成本的定价问题。一是利润中心以中间产品生产这种最终产品、而不是其他最终产品的机会成本,最终产品均有外部市场;二是利润中心以原材料等生产这种中间产品(无外部市场),而不是另一种中间产品(有外部市场)的机会成本。以数学规划技术计算出中间产品影子价格,转移价格以影子价格基础上确定的机会成本作为重要定价依据,并对影子价格进行灵敏度分析,以判断其保持不变时的收益系数和资源约束所允许的变化区间,了解转移价格的适用范围。

(3) 中间产品市场不完全时,基于市价折扣的转移定价决策。垂直一体化公司内,上游部门生产的中间产品在市场上具有卖方垄断势力。中间产品既转移给下游部门,又销售至外部市场。由于上游部门具有垄断势力,为避免双重边际化带来的无效产出,转移物内部定价按市价扣除适当的折扣,可避免边际定价方法的不足以及市场价格定价可能导致的双重边际化问题。分析内外部交易存在的成本差异,对实现资源有效配置的最优折扣的确定是否有影响,有着怎样的影响。

(4) 以目标规划方法进行转移定价决策,实现多个具体目标的折中。内部交易,特别是发生于企业集团或跨国公司的各子公司之间的内部交易,企业目标不是指下属某个公司的目标,也不局限于某一个目标,而是要根据公司的内外部环境,确定需实现的多重具体目标,分析其实现的优先顺序,构建转移定价目标规划模型。模型中下游单位数量不受限制,求得并存且可能冲突的多个目标的满意解,从而实现利润满意。

### 1.2.2 实践意义

转移定价决策研究不仅具有重要的理论意义,还有积极的现实意义。转移定价对公司是非常实际的,如何制定成为一个迫切的问题,众多业内人士致力于解决此问题。为获得或接近一个最优解决方案,有必要探讨如何构建转移定价系统,或通过激励、协调、控制经济资源和产品要素的分配,或利用税率差异等相关现状,实现企业目标。本书依据中间产品有无外部市场或不同的市场结构,将定价问题分解成多个问题,或从跨国公司管理实践出发,对相关的最优定价决策及其拟实现的企业目标进行了有实践意义的指导。

(1) 利于企业目标的实现。利用转移定价这种几乎没有成本的管理与控制工具,为达成企业目标服务。企业通常以利润最大化作为企业目标中的根本具体目标,它与多种其他目标妥协折中演绎成利润满意。目标的实现不但可借助资源优化,还有众多其他影响因素可以倚仗,本书试图统筹考虑这些目标和影响因素,进行转移定价决策。企业

通过资源优化配置影响因素,应用转移定价工具有效实现利润最大化,或者再加上税收最小化等影响因素,运用相关定价策略实现税收遵从和子单元利润计划,从而最终达成利润满意的企业目标。

(2) 利于资源节约型社会的构建。中共中央明确提出了建设资源节约型社会,就是要在社会生产、建设、流通、消费的各个领域,在经济和社会发展的多个方面,切实保护和合理利用各种资源,提高资源利用效率,以尽可能少的资源消耗获得最大的经济效益和社会效益。这是关系到我国经济社会发展和中华民族兴衰,具有全局性和战略性的重大决策。需激励和促进资源有效利用,以缓解资源与经济、社会、人口发展日益增长的矛盾。现实情况中,工业化、现代化需要消耗的资源极大,而人力、物力、财力等资源在一定的时间和空间内通常是有限和稀缺的,企业必定会遭遇如何有效使用这些资源,才能使得获益最大的问题。本书借助数学规划等方法,通过制定最优转移定价策略,为企业经营效率的提升提供了有力支持和帮助,为经济社会的科学发展、健康发展提供力所能及的保障,为构建资源节约型社会的国家战略作出贡献。

(3) 利于分权部门决策制定及绩效评价。中间产品无外部市场时,也就意味着没有市场价格存在,以影子价格为基础的定价方法确定了被现有最优方案接受的转移商品交易数量,揭示了被拒绝的产品们的机会成本金额,为各中心决策者提供了合适的多部门、多资源间内部交易转移定价方案的制定依据。产生的转移价格被最高管理层用于准确评估各中心对公司整体收益的真实贡献,随之而来的部门绩效评价也是公平合理和客观的。

(4) 利于国家“走出去”战略的实施。中共十六、十七大明确指出:实施“走出去”战略是对外开放新阶段的重大举措,要加快培育我国具有国际竞争力的大型跨国公司和国际知名品牌。十八大强调:坚持实施“走出去”战略,积极开拓国际市场。2013年,我国提出“一带一路”战略以引领企业“走出去”。根据国际经验,转移定价是跨国公司管理中最具战略意义的三大活动之一,其制定得当不仅能够保障企业目标的实现,而且有利于营销、生产和财务等多项运营职能的协调,还可以

协助全球税收筹划、最终产品和中间产品的市场营销,促进“走出去”战略的实施。

### 1.3 研究方法

本书综合采用定性分析与定量分析相结合、理论探讨与实践应用并用的方法,开展研究工作。本书在研究方法上以规范及定量分析为主,在全书的整体结构上注重逻辑的严密性;在经济模型的构建、推导和分析中,注意模型的适用性。

(1) 定性方法——文献分析法。通过对转移定价国内外相关文献的搜集、鉴别、整理,进行文献的系统性的分析、研究,形成了转移定价问题研究现状的正确认知。

(2) 定量方法——数学模型法——线性规划方法。中间产品在无外部市场情况下,运用线性规划方法,详细说明目标函数、约束函数的构建,参数的确定;通过对偶原理求解影子价格,计算机会成本,获取转移价格,实现利润优化;对参数进行灵敏度分析。

(3) 分析式研究。中间产品在不完全竞争情况下,借助分析式研究方法,建立假设,构建模型,提出命题,得出推论等。运用分析式研究,探讨如何在现行市场价格的基础上,给予一定的折扣,达成利润优化,实现有效产出。

(4) 定量方法——数学模型法——目标规划方法。中间产品在跨国公司内部转移时,应用目标规划方法,分析确定达成函数,目标约束,偏差变量,各种参数等,构建转移定价数学模型,求解转移价格,实现多重目标优化以达成利润满意。

(5) 实证研究——案例研究。构建目标规划转移定价模型,结合一个总部位于深圳的中国跨国公司进行具体的实际应用并作出分析。

## 1.4 研究框架与结构安排

### 1.4.1 研究框架

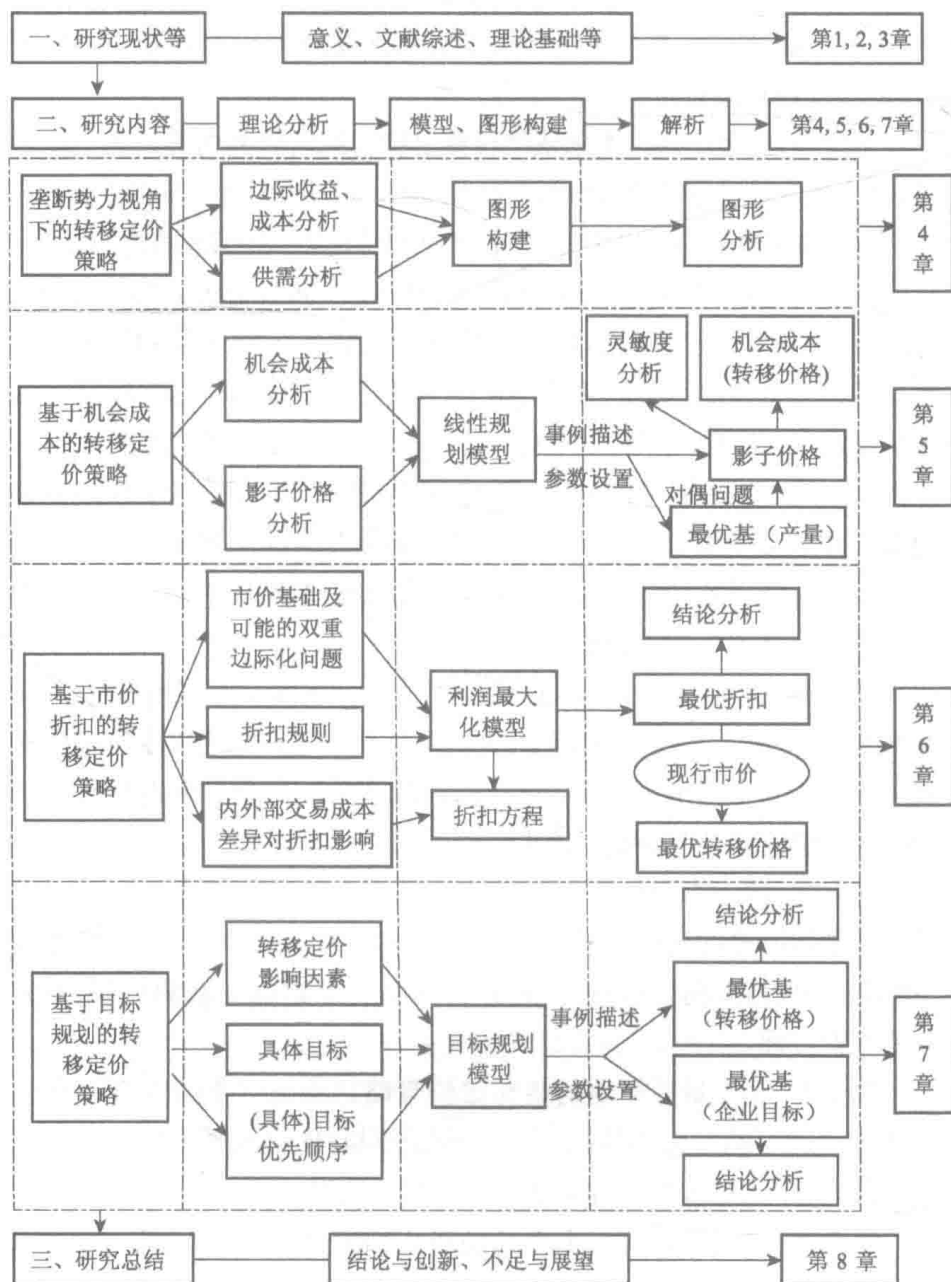


图 1-1 论文研究框架



## 1.4.2 结构安排

全书按照章节共分8章,内容如下:

第1章,绪论。本章主要介绍本书写作议题的研究背景、意义、方法、框架及结构安排等。

第2章,文献综述。本章依照转移定价文献所研究内容的类别及时序,对相关文献进行梳理、评述,明晰其变化、发展和演进。分析现有研究可能存在的缺失、不足或未涉猎之处,有针对性地提出完善和改进的意见。

第3章,理论基础、基本理论及决策路径。本章论述了转移定价研究所基于的经济学等理论,以及理论变迁对转移定价研究的影响。分析了转移定价概念、对象、目标、要求、原则、方法、影响因素、调整方法等基本理论,构建了转移定价决策路径。

第4章,垄断势力视角下的转移定价策略。本章探讨了在具有市场卖方和买方垄断势力时,确定中间产品的内部生产数量及其转移价格和从外部市场购买的数量及价格,讨论、分析并比较了垄断卖方势力和垄断买方势力下转移定价的特点。

第5章,基于机会成本的转移定价策略。本章主要研究中间产品无外部市场情况下,下游部门有多个最终产品竞争性使用上游部门的中间产品,资源被用于生产某种产品而放弃生产其他产品时导致的机会成本,转移定价决策时应如何考虑。

第6章,基于市价折扣的转移定价策略。本章研究中间产品在市场不完全情况下的转移定价决策。以卖方具有垄断势力为例,详细研究内部交易时,如何以市价为基准,为内部交易提供一定的内部折扣,有效配置资源。

第7章,基于目标规划的转移定价策略。本章主要研究在存在多重且相互冲突的目标的情况下,公司试图同时优化这些目标以达成利润满意,如何以目标规划方法进行转移定价决策。

第8章,结论与展望。本章总结研究结果,指出本书主要贡献;说明所存在的局限性,以及后续研究方向。