

跨国公司如何操纵转移价格

蒋登富

近几年来,随着我国改革开放不断向纵深发展,外商对华投资与日俱增。新技术、新工艺、新流程源源流入,无疑给我国的经济注入了新的活力。但是,“转移价格”失控现象颇为严重,应引起有关方面的注意。外商往往利用我方不熟悉国际市场行情和缺乏购销渠道的弱点,操纵转移价格和收费标准,采用高进低出的办法,侵吞合营企业利润,逃避税收。

跨国公司究竟如何运用转移价格来谋求利益?转移价格在跨国公司全球战略的经营配置体系中占有什么地位?对此,本文略作简单的定量剖析,以利读者清楚地了解跨国公司内部价格活动的内容与基本方法,使我们在利用国外跨国资金时,防止跨国公司利用这一特殊的价格转换机制进行牟取暴利的活动,以维护我国的合法权益。

转移价格是跨国公司内部贸易的一种价格。所谓公司内部贸易,指在一个母公司控制下的,处在不同主权国家中的子公司之间、或子公司与母公司之间的国际性商品与劳务交易。由于这一内部贸易涉及到商品与劳务交易这两方面,转移价格也包括这两方面,一是有形产品的转移价格,如母公司向子公司提供设备、零配件等的价格;二是无形产品的转移价格,如子公司付给母公司技术使用费、贷款利息、商标使用费、佣金与管理费等的价格。

一般情况下,转移价格并不受制于国际市场一般供求关系的影响,它只服从于跨国公司全球战略目标的需要。跨国公司可以在很大范围内随意给公司系统内部的商品与劳务定价。这种定价归根结蒂只是一种会计手段,买卖双方都在尽可能地提高共同的利润,追逐共同的目标。正由于转移价格的这种独特性质,使得跨国公司可以在以下几个方面操纵和运用转移价格。

一、资金配置

跨国公司进行对外直接投资总是希望能够尽快地收回其投资额和实现的利润,并实现其资金的自由调拨,使资源的配置达到最佳状态。但东道国往往出于国际收支的考虑,对资金的外流实行严格的控制。这些限制措施往往促使跨国公司利用转移机制来达到通过正常渠道所不能达到的目的。

跨国公司常用的方法是,如果一个母公司要从某国移出资金,母公司可以提高卖给该国子公司产品的价格;反之,母公司也可以通过压低价格的方式来为子公司提供经费。同理,资金的这种配置方式还可以通过调节姐妹公司之间的交易来进行。资金配置的这一效应可由表1表示,在这里,假设制造子公司与销售子公司所在国所得税率均为50%。

其结果是,如果制造子公司的目的在于为销售子公司提供经费,则可以采用低价策略,400美元的总净收入分配为:制造子公司150美元,销售子公司250美元。而如果制造子公司力图将资金调回本部门,则可以采用高价策略,在400美元的总净收入中,重新分配的结果是,制造子公司增为300美元,销售子公司为100美元。

表 1

转移价格高低对资金流动的影响

(单位: 美元)

	制 造 子公司	销 售 子公司	公 司 总计		制 造 子公司	销 售 子公司	公 司 总计
<u>低价策略</u>				<u>高价策略</u>			
销售额	1,400	2,000	2,000	销售额	1,700	2,000	2,000
减: 销货成本	1,000	1,400	1,000	减: 销货成本	1,000	1,700	1,000
毛利	400	600	1,000	毛利	700	300	1,000
减: 经营费用	100	100	200	减: 经营费用	100	100	200
应税收入	300	500	800	应税收入	600	200	800
减: 所得税(50%)	150	250	400	减: 所得税(50%)	300	100	400
净收入	150	250	400	净收入	300	100	400

在资金配置方面的一些方法还包括: 针对东道国的外汇管制; 针对汇回的利润在数量上的限制; 针对专利权使用费等无形资产的转让费课征较高的预扣税; 针对在国内销售产品价格的限制; 针对合资企业中中外资产的比例限制等。

二、逃避所得税

跨国公司组织庞大, 机构分散, 要想最大限度地赚取利润, 提高其整体利益, 除了扩大生产和销售外, 最大限度地减少其全球税负也是跨国公司对外投资要考虑的最重要条件之一。利用各国之间的税制等方面的差异, 通过利润的转移合法地逃税, 就成为跨国公司为达到税后利润最大化目的之最常用、最有效的武器。

常见的具体做法有二: 一是利用不同子公司或关联公司所在国之间或与母公司所在国之间的税率差异, 把高税国的公司利润, 通过高价策略转到低税国子公司帐上, 从而减少总税负的水平。这一过程从表 2 清楚地反映出来。

表 2

转移价格高低对应税后净收入的影响

(单位: 美元)

	制 造 子公司	销 售 子公司	公 司 总计		制 造 子公司	销 售 子公司	公 司 总计
<u>低价策略</u>				<u>高价策略</u>			
销售额	1,400	2,000	2,000	销售额	1,700	2,000	2,000
减: 销货成本	1,000	1,400	1,000	减: 销货成本	1,000	1,700	1,000
毛利	400	600	1,000	毛利	700	300	1,000
减: 经营费用	100	100	200	减: 经营费用	100	100	200
应税收入	300	500	800	应税收入	600	200	800
减: 所得税 (25%/50%)	75	250	325	减: 所得税 (25%/50%)	150	100	250
净收入	225	250	475	净收入	450	100	550

显然,运用低价出售策略,制造子公司交纳 75 美元的税,销售子公司交 250 美元的税,总税收达 325 美元,总净收入为 475 美元。而通过转移价格的制定,运用高价出售策略,制造子公司将价格提至 1,700 美元,同样,800 美元的应税收入中,制造子公司承担了较重的税负,即 150 美元的税,但却使纳税总额减至 250 美元。

二是利用避税港。一般而言,避税港的共同特征是:外国公司在此交纳的税率很低,或者根本不需纳税,当地主管当局对外国公司的法律管制也较为宽松,公司的资金调拨与利润分配有相当的自由。因此,跨国公司纷纷在避税港设立象征性的分支机构,有计划地利用转移价格,将各子公司的利润收入调拨至避税港,以逃避东道国的税收。

三、逃 避 关 税

转移价格与一国(进口国)的关税水平又有何种联系呢?这一问题在过去的研究中常常被忽视了,事实上这正是跨国公司为谋求最大利益经常要权衡的重要因素之一。

一般情况下,如果子公司须付进口税,并且是按发票金额,即按转移价格计算关税额,而且仅仅考虑关税税负问题,显然只有降低转移价格的策略才是上策。例如,某国对价值为 100 美元的进口商品征收 10% 的从价税,而跨国公司将此商品价格压至 70 美元,则可少付 3 美元的关税。但是,就跨国公司总体而言,如果把关税税负同所得税结合起来考虑,将是怎样一番情景呢?

不妨仍然沿用表 2 的示例,销售子公司须付 10% 的进口税,低价与高价两种策略所引起的不同净结果见表 3 所示。

表 3 转移价格高低对关税、所得税负的净影响 (单位:美元)

	制 造 子 公 司	销 售 子 公 司	公 司 总 计		制 造 子 公 司	销 售 子 公 司	公 司 总 计
低价策略				高价策略			
销售额	1,400	2,000	2,000	销售额	1,700	2,000	2,000
减: 销货成本	1,000	1,400	1,000	减: 销货成本	1,000	1,700	1,000
减: 进口税(10%)	—	140	140	减: 进口税(10%)	—	170	170
减: 经营费用	100	100	200	减: 经营费用	100	100	200
应税收入	300	360	660	应税收入	600	30	630
减: 所得税	75	180	255	减: 所得税	150	15	165
(25%/50%)				(25%/50%)			
净收入	225	180	405	净收入	450	15	465

显然,制造子公司以低价把产品卖给销售子公司,销售子公司须付 140 美元的进口税。由于进口税可从应税收入中扣除,所以所得税负减至 180 美元,总税负为 395 美元 (140 + 75 + 180 = 395),全部净收入为 405 美元。而以高价把产品卖给销售子公司,总税负却只为 335 美元 (170 + 150 + 15 = 335),全部净收入可达 465 美元。因此,高价策略仍然优于低价策略,但是两者之间的差别(即跨国公司利用转移价格所获得的净利益)相对缩小了。

结论是:一方面,对跨国公司而言,转移价格对进口税和所得税的影响方向一般正好相反;两国的所得税差异与关税差异的离差程度越大,使用转移价格对进出口货物价格进行调整得到的税收

上的好处就越大。但是,另一方面,更为重要的是,跨国公司所面临的所得税负通常要比进口税负重。因而,作为跨国公司权衡的结果,在制定转移价格时,所得税负因素通常优先得到考虑。当然,在一些情况下,进口税是根据国际定价而课征的,如果这样,则进口税因素并不受转移策略的影响。总而言之,跨国公司要通过对所得税和关税的权衡考虑,以尽可能达到逃避税收的总目的。

四、绩效评估

当跨国公司以其分权式的利润中心为基本单位时,各利润中心之间的转移价格则成为衡量其绩效的主要尺度,以及调动其积极性的有效手段(见表4)。假设两国的所得税均为50%,从而不能产生税收效应,无论运用高价或低价,全公司最后总计的收入(发放股息前)均为400美元,但从表下方所列的一些比率上则能反映出运用高低不同价格取得不同规模的经济效益。由低价转为高价,使得制造子公司的毛利率由40%增加到70%,利润净收益率从10.7%上升为17.6%。同时,销售子公司的毛利率则从42.9%降至17.6%,利润净收益率由12.5%跌至5%。此时,如果两家子公司的绩效好坏全凭这些比率数字来判断的话,或是当地银行贷款的条件依据也基于该比率数字的话,无疑,子公司的经理会竭力主张运用有利于本部门利益的转移价格。

此外,股利的汇回也是资金向母国转移的一个非常重要的途径。子公司在利用这一途径转移利润时需要考虑股利汇回对财务报表的影响。假设表4中,各子公司汇回母公司的股利均为100美元,那么,运用高低价格的结果是:制造子公司的股利发放率分别为66.7%和33.3%,销售子公司则为40%和100%。现假设各家子公司一致认为,占净利50%的股利汇回率才算“公平合理”时,显而易见,制造子公司乐意接受高价策略,而低价策略自然迎合了销售子公司的初衷。

表4 转移价格的高低对收益平衡表财务比率的影响 (单位: 美元)

	低价策略		高价策略		公司总计
	制 造 子公司	销 售 子公司	制 造 子公司	销 售 子公司	
销售额	1,400	2,000	1,700	2,000	2,000
减: 销货成本	1,000	1,400	1,000	1,700	1,000
毛利	400	600	700	300	1,000
减: 经营费用	100	100	100	100	200
应税收入	300	500	600	200	800
减: 所得税(50%)	150	250	300	100	400
净收入	150	250	300	100	400
减: 股息(给定)	100	100	100	100	200
加: 留存收益	50	150	200	—	200
毛利率(毛利 ÷ 销货成本)	40.0%	42.9%	70.0%	17.6%	
利润净收益率(净收入 ÷ 销售额)	10.7%	12.5%	17.6%	5.0%	
股息发放率(股息 ÷ 净收入)	66.7%	40.0%	33.3%	100.0%	

综上所述,转移价格是跨国公司为实现其全球战略目标,对付主权国家(主要是东道国)政府的一项重要策略手段,因而具有一定的隐蔽性,无固定公式可循。但是,有关制定国际性转移价格时

的一些参考因素,仍为我们了解其动因提供了有用的判别武器。杰·波恩教授调查了美国 62 家跨国公司后,发现有 14 个变量对制定转移价格至关重要,且折成平均数,按其相对重要性依次排列(见表 5)。

表 5

制定转移价格 14 项因素依次排列表

次序	变量	平均数排列次序	标准差
1	外国市场条件	2.15	.872
2	外国竞争状况	2.26	.964
3	国外子公司合理利润	2.31	.975
4	美国联邦所得税	2.57	1.190
5	外国经济状况	2.61	1.037
6	进口限制	2.62	.986
7	关税	2.70	.937
8	价格控制	2.80	.997
9	外国税收	2.84	1.143
10	外汇管制	2.92	.954
11	美国出口优惠	3.10	1.121
12	浮动汇率	3.16	.916
13	现金流动管理	3.20	.928
14	美国其他联邦税收	3.64	.876

资料来源:杰·波恩“美国跨国公司转移定价决策”《国际企业研究杂志》1980 秋季刊第 25 页

根据上表的调查结果,波恩教授又运用系数分析法,将上述不同变量分成 5 个系数小组。

1. 外国内部环境(外国的竞争以及市场状况)
2. 影响现金流动的因素(美国出口优惠政策、外汇管制、浮动汇率、现金流动管理)
3. 人为障碍(关税、外汇管制、价格控制以及进口限制)
4. 税收(美国联邦所得税、美国联邦其他税收、外国税收)
5. 经济结构(美国出口优惠以及外国经济状况)

另外一项由杰佛里·阿本教授主持的,对 60 家非美国跨国公司的研究项目所得出的结论表明:无论其国籍或对其他决策放权的程度如何,转移价格几乎均由母公司的最高总裁们所操纵。

在制定转移价格时,加拿大、法国、意大利和美国的母公司较偏重转移价格的税收效应;英国公司则强调其在美国的子公司财务报表的可观性;而处在斯堪的纳维亚半岛上的公司较注重与当地政府的融洽性,似乎并不象其他公司那样在乎通货膨胀;而德国公司看来是唯一不太讲究转移订价策略的。

