

CCPIT



许树新 编著

对加拿大出口 指南

中国经济出版社

CCPIT CCPIT CCPIT CCPIT CCPIT CCPIT CCPIT CCPIT CCPIT CCPIT

CCPIT

国别（地区）出口指南丛书·1

对加拿大出口指南

许树新 编

11013/07



中国经济出版社

0153433

(京) 新登字 079 号

责任编辑: 苏耀彬

电 话: 8319284

封面设计: 王 滨

对加拿大出口指南

许树新 编

*

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街3号)

各地新华书店经销

华燕印刷厂印刷

*

787×960 毫米 1/32 2.5 印张 48.7 千字

1993 年 9 月第 1 版 1993 年 9 月第 1 次印刷

印数: 0001—5000

ISBN 7—5017—2422—9/F·1665

定价: 2.80 元

目 录

一、概况	(1)
1. 国名	(1)
2. 地理位置	(1)
3. 面积	(1)
4. 人口	(1)
5. 首都	(4)
6. 时差	(4)
7. 语言	(4)
8. 民族	(4)
9. 宗教	(4)
10. 货币	(4)
11. 节日	(4)
12. 行政区划	(4)
13. 简史	(5)
二、市场概况	(6)
1. 人均收入、支出水平	(6)
2. 零售业发展情况	(9)
3. 市场发展的新趋势	(11)
三、经济概况	(14)
1. 国民生产总值及经济增长率	(14)
2. 农林渔业矿业	(15)
3. 制造业	(16)

4. 建筑业	(16)
5. 能源	(16)
6. 服务业	(16)
7. 投资与储蓄	(17)
8. 税收	(17)
9. 消费	(17)
10. 就业	(17)
11. 加拿大在世界经济中的地位	(20)
四、对外贸易	(20)
1. 概况	(20)
2. 出口	(22)
3. 进口	(23)
五、贸易法规及关税结构	(28)
1. 主要贸易法规	(28)
2. 关税结构及规定	(30)
3. 对特殊产品的进口管制	(40)
4. 《美加自由贸易协定》及《北美自由贸易协定》的影响	(46)
六、向加拿大出口实务	(51)
1. 影响产品在加拿大销售的基本要素	(53)
2. 加拿大对产品质量的要求	(53)
3. 产品市场规模及发展情况	(53)
4. 广告及促销行活动	(54)
5. 加拿大的产品进口及销售渠道	(55)
6. 对加拿大出口产品的订价方法	(57)
七、加中经贸关系	(59)

1. 两国经贸关系的发展概况	(59)
2. 双边贸易情况	(60)
3. 加中贸易发展前景	(61)
4. 加拿大驻华主要商务机构.....	(61)
八、加拿大主要商业机构及信息源	(63)
1. 主要商会.....	(63)
2. 主要协会.....	(65)
3. 主要展览会.....	(70)

一、概 况

1. 国名：加拿大

2. 地理位置：位于北美洲北半部（除阿拉斯加半岛及格陵兰岛外，整个北半部均为加拿大领土）。东濒大西洋，西临太平洋。西北同美国的阿拉斯加州接壤，南同美国沿圣劳伦斯航道上游和格雷特湖交界。

3. 面积

9, 970, 610 平方公里，为世界第二位。

土地利用——耕地占 5.03%，永久牧场占 2.59%，森林和林地占 35.37%，其它占 57.01%；人均耕地 4.77 英亩。

海岸线长 58, 798 公里，陆上边界线长 9, 009 公里。

4. 人口及其分布

2596.3 万人，密度为每平方公里 2.8 人，城市人口占 75.9%，人口年增长率为 1.01%，平均寿命为 75.7 岁。

加拿大的人口分布很不均匀。安大略及魁北克两省占加总人口的 60% 以上。气候、人口定居的历史格局及美国市场的吸引力使加拿大人口集中在该

国南部狭长地带，90%的加拿大人居住在加美边界25公里以内的地区。

在过去一个世纪中，加拿大的农村人口大量涌入城市，根据1986年的统计，大约75%以上的人口居住在有1,000人以上的中心地区，该国10个省2个地区的人口分布格局也一样，只有在新不伦瑞克、爱德华王子岛及西北地区，农村人口仍占大多数。

加拿大大城市的人口增长较快。1951年加拿大25个最大城市中人口为总人口的46%，1986年增至60%。多伦多、蒙特利尔、温哥华是该国三个最大的城市，人口占加总人口的30%。见表1—1。

表1—1 居住在大城市人口比重（占加总人口的百分比，%）

温哥华	5.5
埃德蒙顿	3.1
加尔加里	2.7
温尼伯	2.5
多伦多	13.5
渥太华	3.2
蒙特利尔	11.5

资料来源：加拿大统计局

加拿大10个省的人口、地理情况各异，因而应将加拿大看成是由不同规模、不同特点的地方市场组成的大市场。

安大略及魁北克两省占加拿大总人口的3/5，

是加拿大的两个工业中心。这两省的工业化程度很高，经济中的特点是高工资及高就业率。两个省零售额占加拿大总零售额的 62% 以上。

加拿大人口密度最高而且最富有的地区在安大略省的南部，加拿大的制造业主要集中在该地。

新布伦瑞克、新斯科舍、爱德华王子岛及纽芬兰岛的人口为 230 万，占加总人口的 9%，上述地区占加零售贸易总额的 8%。这些地区的经济支柱为渔业及农业，该地区的人均收入、平均工资及零售额均低于加拿大其它省份。

加拿大的三个大草原省份（阿尔伯塔、萨斯堪彻温、马尼托巴）人口为 450 万，占加总人口的 11%，这一地区曾是农业区，以种植谷物为主，但矿产的发现（特别是阿尔伯塔的石油）一定程度上改变了大草原经济，七十年代及八十年代初，这一地区出现快速城市化。人口也大幅度加。目前该地区占加拿大零售贸易的 17.5%，占加拿大国内生产总值的 20%。阿尔伯塔人口为 240 万，比其它两个大草原省份的人口总和还多。在八十年代中期以前，随着石油价格的下跌，阿尔伯塔的经济得到了快速发展。加尔加里已成为加拿大西部的主要商业及金融中心，也是石油工业的重要基地。

英属哥伦比亚省（简称 BC 省）是加拿大第三大省，人口为 300 万，占加总人口的 11.4%，该省占加零售总额的 12%，温哥华是该省最大的城市，也是通往太平洋地区的门户。BC 省占加拿大 GDP 的 11%，其经济的多样化程度越来越高，但传统的森

林仍然很重要。

5. 首都：渥太华（人口 76.9 万）

6. 时差：比格林尼治时间晚 5 小时。

7. 语言：英语和法语为官方语言

8. 民族：英裔居民占 45%，法裔居民占 29%，其它欧洲人后裔占 23%，土著印第安人及因纽特人占 1.5%，其它民族占 1.5%。

9. 宗教：罗马天主教占 46.5%，基督教新教占 41.2%，东正教占 1.5%，犹太教占 1.2%，伊斯兰教占 0.4%，其它占 1.8%。

10. 货币：1 加拿大元（简称：加元）= 100 分，1 美元 = 1.24 加元（1993. 2. 1）

11. 节日：

新年（1 月 1 日）、耶稣受难日（3 月 24 日）、复活节后的星期一（3 月底 4 月初）、维多利亚女王生日（5 月 24 日以前的星期一）、加拿大日（7 月 1 日）、感恩节（10 月第二个星期一）、纪念日（11 月 11 日）、圣诞节（12 月 25 日）

12. 行政区划

全国设 12 个省和 2 个地区

省（省府）：阿尔伯塔省（埃德蒙顿）、不列颠哥伦比亚省（维多利亚）、马尼托巴省（温尼伯）、新不伦瑞克省（弗雷德里克）、纽芬兰省（圣约翰斯）、新斯科舍省（哈利法克斯）、安大略省（多伦多）、爱德华王子岛省（夏洛特敦）、魁北克省（魁北克）、萨斯喀彻温省（里贾纳）。地区（首府）：西北地区（耶洛奈夫）、高空地区（怀特霍斯）

13. 简史

加拿大最早的居民是印第安人和因纽特人。16世纪起，法英殖民主义者先后入侵建立了殖民地。1756年至1763年期间，英法在加拿大爆发“七年战争”，法国战败，将殖民地割让给英国。

1848年英属北美殖民地成立了自治政府。1867年7月英国议会通过“不列颠北美法案”，将新斯科舍、新不伦瑞克和上下加拿大（现魁北克和安大略省）合并成一个联邦，称加拿大自治领地。1870年至1949年其他省陆续加入。1926年英国承认加拿大在国际谈判和国际事务上的主权，加获得了外交上的独立。1931年加拿大成为英联邦成员国，其议会也获得了同英议会平等的立法权。1982年3月英国上院和下院通过《加拿大宪法法案》，4月法案经女王批准生效，加拿大从此获得了立法和修宪的全部权力。

二、市场概况

1. 人均收入、消费水平

从 1987 年的年人均收入看,阿尔伯塔是加拿大最富裕的省份,从人均零售额看,阿尔伯塔也列在其它省之前,请参照下面两图。

表 2—1 1989 年加拿大各省的收入及零售情况

阿尔伯塔	年人均收入 14,500 加元	购物占 7,000 加元
英属哥伦比亚	年人均收入 14,500 加元左右	购物占 6,000 加元
安大略年人均收入	14,000 加元	购物占 6,500 加元
魁北克	年人均收入 13,000 加元	购物占 5,500 加元
马尼托巴	年人均收入 13,000 加元	购物占 5,500 加元

续表

萨斯堪彻温	年人均收入 11, 500 加元	购物占 6, 000 加元
新斯科舍	年人均收入 10, 000 加元	购物占 5, 500 加元
新不伦瑞克		
爱德华王子岛	年人均收入 9, 500 加元	购物占 5, 000 加元
新芬兰岛	年人均收入 8, 800 加元	购物占 4, 500 加元

资料来源：加拿大统计局

但从 1989 的情况看，安大略省的人均 GDP 及零售额均已超过了阿尔伯塔省，其次两个指数较高的省份为不列颠哥伦比亚及魁北克省。

表 2-2 加拿大各省的市场情况(1990 年)

省	人口 (千人)占 全国(%)		城市 (千人) 占城市 (%)		就业 千人	总资 水平	平均月 工资	零售贸 易额 (100 万 加元)
纽芬兰岛	573	2.2%	337	58.8%	201	4,346	465.80	3,509

爱德华 王子岛	130	0.5%	51	39.1%	55	957	400.82	800
新斯科舍	892	3.4%	472	52.9%	379	8,058	432.86	6,271
新不伦 瑞克	724	2.7%	349	48.2%	291	6,245	442.80	4,832
魁北克	6,762	25.4%	5,222	77.2%	3,055	73,199	472.80	4,832
安大略	9,731	36.6%	7,875	80.9%	4,937	140,584	509.08	73.125
马尼托巴	1,090	4.1%	788	72.3%	505	10,659	445.08	6,821
萨斯堪 彻温	1,000	3.8%	638	63.8%	449	8,232	425.99	6,193
阿尔伯塔	2,470	9.3%	1,953	79.1%	1,231	29,952	484.48	19,249
英属哥 伦比亚	3,132	11.8%	2,441	77.9%	1,469	36,799	491.63	23,438

资料来源：加拿大统计局

加拿大人有充足的收入来购买商品及服务。1987年的人均收入为13,000美元，1/3的家庭年收入在30,000至50,000美元之间，平均家庭年收入超过40,000美元。最近几年此数字又有增长。在七个发达国家中，在1980至1987年，只有美国及日本的家庭收入增长比加拿大快。1988年，大约30%的家庭年收入已达3万至5万加元，20%的家

庭已超过 6.5 万加元，1989 年家庭年收入达 5 万，预计 1991 年加拿大成年人均收入可达 1.8 万加元。

加拿大私人消费的最大一项是服务，该项目包括租金、押金及在饭店、旅馆方面的消费，1989 年，它占私人总消费的 45%。私人消费的第二大项为非耐用品，如食品、燃料等方面的消费，占私人总消费的 25%，过去三十年中，加拿大的食品消费量相对下降，这反映了人们实际收入的上升及人们喜欢在餐馆用餐的趋势，消费者逐渐将支出转向耐用品，如汽车、家具及家用电器方面，参见下图：

表 2—3 1989 年加拿大私人在商品及服务方面的支出情况

支出项目	所占百分比%
服 务	47. 8
食品及非酒类饮料	11. 4
非耐用品	26. 7
耐用品	15. 7
半耐用品	9. 8
服装及鞋	5. 6
汽车配件修理	7. 6
家俱及家电	3. 2

资料来源：加拿大统计局

2. 零售业发展情况

加拿大消费者的消费目的也有很大变化，零售贸易已逐渐远离一般的综合商店，百货商店、综合商店、杂货店在零售贸易中的比重不断下降。专营商店在零售业领域的地位却在上升，流动售货车、家

俱店已从可支配收入不断增加的消费者那里得到了利益，而体育用品商店也在人们的业余时间不断增多、人们的“健美”意识不断增强的情况下得到了发展。而男装、运动用品、健身用品及计算机专营店在零售贸易中正发挥着重要作用。参见表 2—4

表 2—4 1990 年各类商店的零售额

商店种类	零售额 (百万加元)	占总零售额 百分比 (%)
超级市场及糖果店	42096	21. 6
其它食品店	9677	5
医药店	2020	1. 0
男装店	2202	1. 1
鞋店	2020	1. 0
女装店	4143	2. 1
其它服装店	4483	2. 3
家俱行	9163	4. 7
内装修商店	2497	1. 3
汽车及运动性车辆商店	41935	21. 5
加油站	14591	7. 5
汽车零附件及服务	12062	6. 2
一般百货店	20826	10. 7
半耐用品商店	7701	4. 0
其它耐用品商店	5670	2. 9
其它零售店	12073	6. 2
所有商店	194740	100

资料来源：加拿大统计局

3. 市场发展新趋势

加拿大市场发展的重要趋势如下：到 2000 年估计加拿大人口的 30% 将为 50 岁以上的中、老年人，到那时，50 岁以上年龄组人数将比 20 岁以下的人数多。65 岁以上的加拿大人数会增加。老龄人的收入虽仍比年轻人的收入低，但最近几十年增长幅度较大，主要是由于政府及私人的养老金计划不断完善的结果，1986 年养老金占 65 岁以上的加拿大人收入的 64%，1971 年只为 55%。

老龄人的收入地位在高利率及普遍拥有住房的条件下得到了加强，由 65 岁以上的老人主持的 80% 的加拿大家庭有自己的住房，而其中不到 10% 的家庭有房屋抵押，所以正在出现快速发展的、专业化很强的老龄人市场。在旅游、送货到门、看家、卫生保健等领域的商业机会很多。在生育高峰期出生的人（生于四十年代末及五十年代的人）达到退休年龄时，这种趋势在今后将继续存在，目前商人们已将“成熟”的消费者做为主要的服务对象。

人口高峰期出生的一代人已进入主要的消费阶段，这些人已走出学校、离开家庭，加入劳动力大军，结果是加拿大的家庭数量不断增加，到 1987 年已达 920 万户，1990 年底已达 970 万户。同时，随着结婚率的不断下降及离婚情况的增加，单身及单亲家庭的数量不断增加，而且年轻人都趋向晚婚。

家庭的增多使对许多产品的消费支出已出现上升，从汽车到住房、家俱、家用电器、电子产品及装饰性产品的需求都会增加。