

优良品质
源自天然



加拿大

农业食品投资： 制胜北美



加拿大适合你 —
请查阅文中所提供资料。



Government
of Canada

Gouvernement
du Canada

Canada



《北美自由贸易协定》创造了一个统一的市场，使之成为 4.35 亿多加拿大人、美国人和墨西哥人的共同家园。对各公司而言，北美市场有着多种传统及创新的食物、饮料产品，从而提供了许多盈利的机会。

美加在食品、饮料行业的贸易一直保持对加拿大有利的势头。2005 年，加拿大在该行业中，与美国的贸易顺差达 25 亿美元。理解这种趋势背后的力量，无疑会令您的业务获得额外的收益。

变美味为厚利

食品饮料生产是个竞争极为激烈的行业。然而，加拿大生产商和经销商如何在北美市场取得竞争优势，已不是秘密。原因包括：

- 生产效率高、工作可靠的工人
- 制造成本方面的优势
- 安全、高质量的原材料来源
- 靠近高密度市场
- 先进的食品技术

这些公司因选择了加拿大而获益匪浅。考察一下原因

美国阿丹米公司 (Archer Daniels Midland)
陶氏益农公司 (Dow AgroSciences)
加拿大菲多利公司 (Frito-Lay Canada)
亨氏公司 (Heinz)
好时食品公司 (Hershey Food Corp.)
玛氏公司 (Mars, Inc.)
味好美公司 (McCormick & Company Inc.)
加拿大雀巢公司 (Nestle Canada Inc.)
培乐道 (Puratos)
联合利华 (Unilever)

关于成本和生产方面的优势，请打开折页。

投资加拿大：业务扩展乃平常之举

© 加拿大联合利华公司



像联合利华一样成长！

联合利华是一家顶级国际食品制造商，立顿 (Lipton) 和家乐 (Knorr) 为旗下两大名牌。它选择加拿大作为这两大名牌产品在北美的生产基地。2006 年，加拿大联合利华公司将扩大在安省 Bramalea 的生产设施，以满足新的需要。直到前不久，其生产的汤菜还仅在加拿大销售。但工厂证明自己完全有能力为整个北美生产立顿牌和家乐牌配菜。工厂的成功使公司确信有必要扩大经营，把汤菜生产推向美国市场。

© 加拿大海洋营养公司



像海洋营养公司一样成长！

加拿大海洋营养公司 (ONC) 是一家为膳食补充和健康食品市场生产 MEG-3[®] 品牌的 omega-3 EPA/DHA 营养素的全球供应商。它向北美、欧洲、亚洲和澳洲的客户 提供从海洋生物中提取的高质量营养素。加拿大海洋营养公司是从鱼油中提取浓缩长链 omega-3 脂肪酸的最大生产商，也是第一家有 11 项鱼油产品获得美国药典 (USP) 认证的公司。该公司目前有 19 个专利产品系列 (新颖的成分、程序和用途)，包括 68 个在世界 18 个国家已获得或将获得专利的产品。

© 日清制粉株式会社



像日清一样成长！

17 年前，因看好加拿大国内的高档市场以及比邻的美国市场潜力，日本的日清制粉株式会社进入加拿大。如今它的生产能力已翻了一番。1989 年，日清购买了 BC 省一家以生产优质面粉和天然全麦产品著称的面粉厂 - 阿姆斯特朗 (Armstrong) 的罗杰斯食品公司。起初，日清只是支持阿姆斯特朗面粉厂的扩大和现代化。但是，面对日益增长的产品需求，这样的支持显然不够。2005 年，罗杰斯在 BC 省的契利瓦克 (Chilliwack) 新建一家日 产 250 吨的面粉厂，生产的面粉在温哥华和美国西海岸的面包和食品加工市场销售。

「哈里法克斯有着雄厚的海洋科学基础，高素质的劳动力，研发方面的税收优惠，并靠近美国和欧洲市场，因而是我们发展业务的理想之地。我们成功的秘密在于，我们拥有极富有创造力的员工，他们在开发具有自主权的产品和技术的过程中得到极大的支持。」

罗伯特·奥尔 (Robert Orr)
海洋营养公司总裁、首席执行官



提高农业食品利润： 加拿大成本比美国低 4.0%



2006 年 3 月，毕马威公司公布了一项详尽的研究，分析全球九个国家的食品加工成本。这九国包括美国、加拿大、英国、法国、德国、意大利、荷兰、日本和新加坡。

加拿大在北美排名第一，成本比美国低 4.0%。

由于这样的成本优势，在加拿大的销售纯利润平均达 6.9%，相比之下，美国仅为 3.1%。加拿大的利润率是美国的两倍多！

研究表明有其他国家的成本低于美国农产品生产商，但在靠近美国市场方面，却望尘莫及。

《北美自由贸易协定》使得加拿大产品进入美国市场享有得天独厚的条件：加拿大 20 个最大的城市中，17 个离美国只有一个半小时的车程。

在北美，论及农业食品加工成本低的地方，谢尔布鲁克 (Sherbrook)、埃德蒙顿 (Edmonton) 和滑铁卢 (Waterloo) 分别位居第一、第三和第四。

毕马威采用的商业成本模型基于一个小型的独立食品加工商，生产中等价位、不易腐坏的产品，如甜食、包装或罐装食品、干品等。



令投资者兴奋的新工具！

作为研究的补充，毕马威开发出一个网上成本模型，另外建立了一个互动式网站。通过该网站，投资者可以估算在超过 128 个城市设立、运作企业十年内所需成本。

想了解加拿大和美国相比所拥有的税后成本优势吗？请参看网站上的数据。运用你自己的标准作出比较，然后挑选具有潜力的地点开展或扩大你的业务。



有关我们的业绩，请登陆：

www.CompetitiveAlternatives.com

年均成本比较—食品加工

成本，按主要成分计算，单位：千美元

	北美		欧洲				亚太		
	加拿大	美国	德国	意大利	英国	法国	荷兰	日本	新加坡
收入	29,400	29,400	29,400	29,400	29,400	29,400	29,400	29,400	29,400
成本									
薪酬、工资	4,169	4,403	5,097	3,654	4,244	3,649	4,294	6,451	2,544
法定福利	428	554	1,280	1,059	543	1,483	622	1,173	299
其它福利	880	1,376	1,245	913	1,576	677	1,470	742	401
劳工福利总额	5,477	6,332	7,622	5,625	6,363	5,808	6,385	8,366	3,244
交通	1,291	1,870	619	1,046	492	720	381	1,055	488
水电	761	859	1,024	854	662	709	630	1,251	824
利息、折旧	884	1,021	1,266	922	1,005	932	1,004	1,147	478
非所得税	240	260	122	132	242	207	22	241	38
对地点不敏感的成本	17,640	17,640	17,640	17,640	17,640	17,640	17,640	17,640	17,640
所得税前利润	3,107	1,417	1,106	3,182	2,996	3,383	3,337	(299)	6,689
所得税 ¹	1,067	505	543	1,393	907	1,125	995	63	1,312
实际税率	34.4%	35.6%	49.1%	43.8%	30.3%	33.3%	29.8%	n/a	19.6%
税后利润	2,040	912	563	1,788	2,089	2,258	2,341	(362)	5,377
加拿大销售净利润	6.9%	3.1%	1.9%	6.0%	7.1%	7.7%	7.9%	(1.2%)	18.3%
年均成本总额	27,361	28,487	28,837	27,612	27,311	27,141	27,058	29,762	24,024

1. 由于支出扣减的具体规定、最低税额及所得税退款等因素，无论缴纳所得税前的利润为正或为负，所得税均可能为正或为负。对于利润太低，因而利润微不足道的情况，实际税率没有显示。

资料来源：竞争选择：毕马威国际商业成本指南。2006年版。

毕马威2006年商业研究

『我们在加拿大的发展显示，这里有着一流的运作；对渴望在加拿大和美国市场获得成功的食品公司，这个国家确实真是个理想的基地。我们证明可以生产出成本低、质量高的食品。』

杰弗里·奥格罗弗 (Jeffrey Allgrove)
加拿大联合利华公司总裁

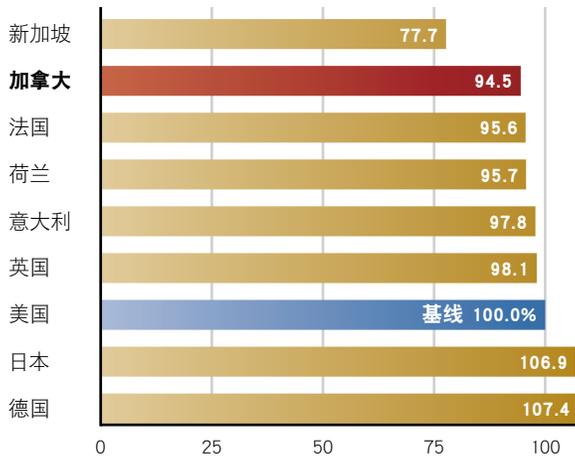
『通用面粉公司为加拿大的家庭带来了创新的食物产品，其中一些是市场上最有名的品牌。我们的品牌和当地高素质员工的结合，造就了我们在加拿大市场的繁荣。』

克里斯蒂·斯特劳斯 (Christi Strauss)
加拿大通用面粉公司总裁



年成本比较 - 12 产业平均值

12 产业商业运行总成本的平均值.*
与美国相对的成本百分比.

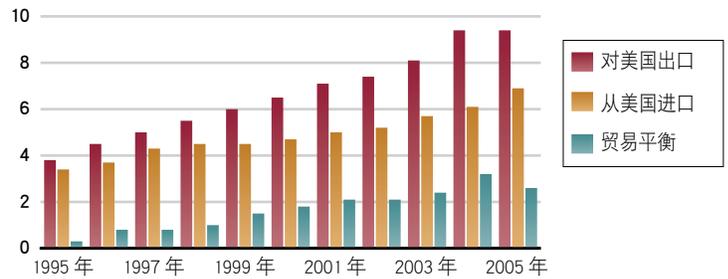


* 商业总成本包括与区域密切相关和与区域无关的成本总额。

资料来源：竞争选择：毕马威国际商业成本指南。2006年版。

加拿大 / 美国加工食品与饮料产品的贸易

以十亿美元为单位*

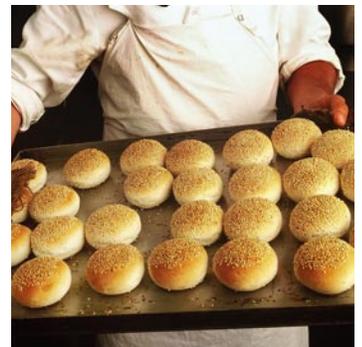


* 资料来源：加拿大统计局

全球 16 个国家，加拿大食品加工生产力排行第一

2005 年 11 月，英国的行业技能发展机构 (Sector Skills Development Agency) 发布一项国际行业技能和生产力研究报告。根据该报告，在食品饮料行业，加拿大排名第一，英国第二。

该机构比较了全要素生产力 (Total Factor Productivity, TFP)。TFP 被公认为衡量一个行业生产力的最全面的方法，包括教育、培训、技术优势、组织优势和管理优势等因素。



为何加拿大是发展商业的优选地？

强劲稳定的经济

所有七大工业国中，加拿大是唯一近年来一直实现财政预算盈余的国家。在 2005-2006 财政年度结束时，加拿大连续八年实现财政预算盈余。在 2000-2004 年间，加拿大年通货膨胀率处于中等水平，为 2.4%，2005 年降至 1.7%。

优秀的工人和管理人员

加拿大拥有大学或大专学历的公民比例居世界前列。在北美，加拿大还以工人工作稳定、对公司的忠诚度而令人注目。加拿大劳工队伍的多语言能力赋予雇主在全球获得商业成功的宝贵资源。



合理的工资和薪酬

毕马威 2006 年的商业成本研究表明，加拿大的平均劳动力成本在七大工业国中最低，尤其比美国低很多。研究显示，美国的平均劳动力成本（包括各种福利）总体上比加拿大大约高出 12%。

全民保健计划降低商业成本

加拿大的公共医疗系统使企业拥有健康的劳动力，从而大大降低了公司在员工福利方面的成本。

研发节省大量开支

在各工业国中，加拿大提供最优惠的研发税收政策。毕马威 2006 年《竞争选择》指出，在生物技术研发成本方面，加拿大比美国享有 10.9% 的优势。



接近北美市场

《北美自由贸易协定》的签订，使加拿大享有一个拥有超过 4.35 亿消费者，GDP 总额超过 12 万亿美元的庞大市场。加拿大和美国拥有世界最大的贸易伙伴关系。加拿大是美国最大的贸易伙伴，领先于中国、墨西哥和日本。

欢迎投资

在世界银行集团《2006 年全球企业经营环境报告》中，加拿大位居领先，原因之一是，在加拿大，开办一家企业只需三天时间和两项手续。

处于北美最佳位置

《经济学家情报组》(EIU) 预测，在 2005-2009 年间，加拿大将是世界上第二个最利于企业经营的国家（紧跟在丹麦后）。EIU 指出，这得益于加拿大对外贸易和外资的开放，优良的基础设施和置身北美市场所蕴藏的巨大商机。

『罗杰斯食品公司融合加拿大追求卓越的传统、激动人心的新技术及一流的运输服务，将优质谷物产品推向美国市场。我们在美国市场的成功日益扩大。』

维克·贝尔 (Vic Bell)
罗杰斯食品公司总裁



优良品质
源自天然

加拿大将帮助你 打造名牌产品

加拿大法律法规由加拿大政府强化实施，包括加拿大食品检验署。这些法律法规为农业和食品行业提供了世界级的生产标准。加拿大对食品安全和环境保护的承诺得到公认，有助于增强消费者信心，使加拿大农产品及食品打入国际市场。

加拿大农业及农业食品部通过各种计划和服务促进农产品和食品的出口，其中包括以专项预算和专人支持加拿大食品、农产品国际化的战略，及通过加拿大农业及食品国际计划提供相应资金支持，在国际市场建立和推行行业品牌。



想更多了解在加拿大的投资机会，请访问：
www.investincanada.gc.ca

北京加拿大驻华大使馆

(Canadian Embassy in Beijing)

中国北京市朝阳区东直门外大街 19 号
邮编：100600

电话：(86-10) 6532-3536

传真：(86-10) 6532-4072

电子邮件：beijing-td@international.gc.ca

想了解加拿大驻华使领馆提供的服务，
请访问：

www.china.gc.ca

加拿大国际贸易部

(International Trade Canada)

加拿大政府

111 Sussex Drive

Ottawa, Ontario, Canada K1A 0G2

电话：(613) 954-5031

传真：(613) 954-2340

电子邮件：

investincanada@international.gc.ca

想了解为什么投资加拿大是明智之举，
请访问：

www.investincanada.gc.ca

加拿大农业及农业食品部

(Agriculture and Agri-Food Canada)

Investment Secretariat

930 Carling Avenue

Ottawa, Ontario, Canada K1A 0C5

电话：(613) 759-7625

传真：(613) 759-1667

电子邮件：invest-investir@agr.gc.ca

想了解更多了解加拿大的农业、
食品和饮料行业，请访问：

www.ats-sea.agr.gc.ca