

美国和加拿大包装法规标准与合格评定程序的分析

王显云, 李建华

(中国出口商品包装研究所, 北京 100710)

摘要: 简要阐述美国和加拿大包装立法概况与市场准入制度及发展趋势, 分析和研究包装法律及其形式、标签和标记制度、标准化策略, 以利我国商品的对外出口。

关键词: 包装; 法律; 标准; 准入制度

中图分类号: TB488

文献标识码: A

文章编号: 1673-9833(2007)06-0005-03

Analysis on Packaging Standards of Laws & Regulations and Conformity Assessment Procedure for America and Canada

Wang Xianyun Li Jianhua

(China National Export Commodities Packaging Research Institute, Peking 100710, China)

Abstract: The packaging legislation, market access system and developing trend in America and Canada are mainly expounded. Making an analysis on packaging laws & regulations, studying its form, label & mark system, and standardization strategy are very useful to promoting the export of Chinese commodities.

Key words: packaging; laws and regulations; standards; access system

美国和加拿大是北美自由贸易协议签字国, 在有关包装法规和限制性贸易措施、标准、合格评定程序、标签与标记制度等方面, 既有其自身的特点, 也体现有其相互协调性原则。美国和加拿大于20世纪60年代末颁布旨在保护消费者利益的关于包装和标签的法令和与其配套的技术法规。

1 包装法律及其形式

仅就包装和关联包装的法律而论, 美国和加拿大的法律形式是相同的, 共分为2个层次, 法令(Act)和法规(Regulation)。法令提出旨在统一的概念术语, 并由此规定法律框架、目标、实施人、实施程序、免责、惩罚和量刑; 此外, 法令(Act)确立了法规(Regulation)应包含的技术内容。法规是依据法令和

为法令的实施制订的强制性技术文献, 在法令规定的框架内提出详细的技术性条款。

法令(Act)是以国家的名义颁布的, 其本质比法规更具有“法”的涵义; 而法规是受委任的专业委员会或某个政府部门制订, 由联邦政府颁布的, 其本质和内容多有“技术”的涵义。法规的效力和作用相当于我国的强制性国家标准。

美国颁布的与包装相关的重要法规包括:《销售包装和标签法令》、《销售包装和标签法规》、《环境保护局固态废弃物政策》、《Tylenol中毒事件引发防盗(TR/TE)包装》、《加利福尼亚第65号提案》、《纽约垃圾驳船》、《CONEG削减包装中的金属含量》、《营养标签教育法》、《营养补充剂卫生教育法》、《食品接触通告》、《规定门槛》、《生物恐怖法》、《食品药品监督管理局

收稿日期: 2007-09-05

作者简介: 王显云(1953-), 女, 河北大城人, 中国出口商品包装研究所经济师, 主要从事出口包装技术资料与情报的研究。

假冒药品特别工作组》等。^[1]大多数对包装有影响的法律、规定、限制和命令后面的主要推动力是公共安全、环境保护和经济发展。重要的包装标准包括: ASTM D 6198-2001《运输包装设计指南》、ASTM D 3951-1998(2004)《商业包装规程》、ASTM D 3892-1993(2003)《塑料包装和包装件规程》、ASTM F 1640-2003《选择和使用辐射食品包装材料指南》、ASTM F 963-1996《消费玩具安全规范》、ANSI UL 969-2001《标识和标签安全系统》等。

加拿大颁布的与包装相关的重要法规包括:《消费品包装和标签法》、《纺织品标签法》、《度量衡法》、《消费品包装和标签法规》、《纺织品标签和广告法规》、《新鲜水果和蔬菜法规》等。

2 包装标签和标记制度

为便于消费商品的价值比较,防止欺诈性包装和标签,美国、加拿大规定,只要有以下情况,均属于欺骗性包装:包装内有过多的空位;包装与内装物的高度、体积差异太大;无故夸大包装,非技术上所需要者。

美国在联邦法或州法、消费者保护、客户供应链需求、国际或地方标准、贸易限制、产品责任或诉讼、贸易限制或关税、反欺诈或反假冒等领域都对包装提出了严格的规定。对包装有影响的美国政府机构和部门包括:食品药品监督管理局、卫生部、食品安全检疫局、农业部、国家标准技术研究院、度量衡办公室、商务部、消费产品安全委员会、环境保护局、酒精、烟草和军火管理局、联邦贸易委员会、国土安全部、美国海关。

负责食品管理的主要机构是美国食品药品监督管理局(负责大部分食品)和美国农业部属下的食品安全检疫局(负责肉、禽、蛋生产的管理)。两部门分别对各自管辖范围内的标签内容进行检查、实施和控制。不过,用另外一种方法计算,有多达12个联邦机构共同负责食品供应安全。美国环境保护局负责对粮食生产杀虫剂的使用进行管理;疾病控制和预防中心通过对流行病的监控和防治协助疾病的预防与控制;食品药品监督管理局和美国农业部与美国海关合作检疫进口食品;商务部属下的国家海产渔业局对海产品进行检疫和发证;联邦贸易委员会负责防止对消费者的欺诈行为;酒精、烟草和军火管理局管理酒精饮料;其它美国农业部属下的相关部门,如动植物检疫局,通过对研究的协调,负责保障动物和植物的健康;粮食检验、包装和仓储管理局制订粮食质量和检验标准;农业营销局制订肉类、禽类、乳制品、蛋类、海产品、水果和蔬菜的标准;农业研究局负责食品安全的研究工作。

美国于1967年颁布《销售包装和标签法》。对识别商品、制造、包装或分销商的名称和营业地点、用重量、容积或数量计算的净成分数量(度量单位必须同时用公制和英寸、磅表示)等方面做出了规定。

美国食品药品监督管理局负责《销售包装和标签法》对食品、药品、化妆品和医疗器械的管辖。联邦贸易委员会管理其它大部分“消费者”商品,如工业、单位用产品;杀虫剂、杀菌剂和灭鼠剂归环境保护局或农业部管辖;肉禽产品(食品安全检疫局);烟草和酒精(酒精、烟草和军火管理局)。

以下产品和其它杂类不属《销售包装和标签法》管辖^[2]: 1) 联邦贸易委员会根据《销售包装和标签法》进行的管理不适用于工业用和单位用产品; 2) 环境保护局管辖的杀虫剂、杀菌剂和灭鼠剂产品; 3) 汽车产品、加热用或厨房用罐装气体、圣诞灯具、草坪和园艺用具、衣着和其它纺织品、文具和书写用品、油漆类产品、礼品包装纸、玩具、轻型武器、磁带、贺年卡、硬件、打火机、耐用品、照明灯、宠物用品、教学用具等26种产品,这些产品由各州的度量衡法管理。

3 包装市场准入制度

法律法规提出的一般商品的包装和标签的基本要求由该国家法定的监察员(Inspector)评判。

进入美国和加拿大的木质包装容器执行联合国粮食及农业组织颁布的国际植物检疫措施标准(第15号出版物)《国际贸易中木质包装材料管理准则》,通过企业所在地检验检疫部门办理必要的出境手续。

运输包装件的试验方法主要有ISO和ASTM一系列的标准,检测机构通常根据卖方提出的要求,协助编制试验大纲,提供相关的专业咨询,确定试验项目、强度、采用标准和判定准则,但最终由买方对可接受的成本和预期承担的风险进行评估,在合同书中规定。

产品标识和标签的安全性评价本身不属于强制性合格评定,但对于某些产品的警告标识和强制性认证标志或属于投保的产品是必须的。加拿大对某些农产品的运输包装件有单件最大允许重量的规定。

4 包装标准化策略

如果法规采纳了标准中的条款,则该条款就成为强制性条款。当法规指定采用一项或几项标准,则该标准既称为该法规的法定使用标准,但该标准自身的性质并不改变。例如:加拿大的《纺织品标签和广告法规》第28条规定的测试标准的采用^[3]“……这些组织包括美国材料试验学会、美国纺织化学家和颜色设计

师协会、英国标准学会、英国纺织学会和国际标准化组织。”

如果标准在引用文件的条款列出某项法规，涵义在于，该标准依从了该法规的旨意与其目标协调一致，而且标准的使用者应首先依照该法规的适用条款，如：《运输包装设计指南》^[4]。如果标准在条款的陈述中引用了法规的条款，则表明，该法规的条款是该标准的强制性条款。

如果标准在条款的陈述中引用了法规的条款，则表明，该法规的条款是该标准的强制性条款。

美国的企业对商品的包装和包装技术非常重视，包装和与包装相关的技术标准无论是技术水平还是数量都占有国际领先的地位。美国人视包装为一门综合性的技术，将大量的高新技术应用于包装。例如，20世纪60年代开发的铝质两片罐产品。美国的包装机械化程度高，设备也是世界一流的。

对于一般产品的包装，采用哪项技术标准是企业自愿的行为，国家不作具体规定，尤其是对出口商品。法规提出的基本要求的技术性指标是通过认可的相关机构或委任的专业人员管理，但只限于评价最终产品的质量指标，但这并不意味着企业就可以随意采用标准，实际上，企业为了自身利益必然会采用适用的标准。美国人普遍认同采用标准的自愿性原则是为了不阻碍技术的发展和创新的。

5 包装的重要性

在美国和加拿大，包装始终发挥着它的重要功

能：盛装、防护、分配、和营销，并越来越显其重要性。超级市场正在通过销售多种不同品质的加工好的食品来体验这一事实。包装的重要性在于对食品有适当的保护并且能引导消费者购买。良好的烹调或加工是必须的，此外在包装上还要有关于食品成分的明确说明，以及贮存要求和货架期(消费日期码)。绝大多数的消费者希望包装上的日期码能够对产品的使用 and 安全性做出更为明确的描述^[5]。例如，有些包装上标为“最好在……时间食用”，有些则写为“在……时间购买”。如何平衡价格和质量，争取消费者的注意和维护消费者的利益，无论对于包装商，超级市场，还是对于购物俱乐部，餐馆或快餐店，都是共同面临和需要解决的问题，而包装在沟通和传递消费者需求方面发挥了重要的作用。

参考文献：

- [1] 罗伯特 W 海茨曼. 美国包装要求[C]/2003 中国国际包装技术研讨会. 北京: [s.n.], 2003: 起止页码不详.
- [2] (美)美国联邦法典(16卷)——商业规则-2000, 销售包装和标签法[S].
- [3] (加拿大)国家法规 第C.R.C.c.1551章-2004, 纺织品标签和广告法[S].
- [4] 中国出口商品包装研究所. 出口北美地区商品包装技术指南[M]. 北京: 中国商务出版社, 2005.
- [5] 中国出口商品包装研究所, 商务部国家出口商品包装技术服务中心. 北美国家与欧盟包装法规和技术标准[M]. 北京: 中国商务出版社, 2007.



商品条码知识

商品条码是指印刷在商品包装或标签上的一组规则排列、不同宽窄的条和空及其对应字符组成的，表示一定信息的商品标识，是商品的信息代码。

商品条码代表了生产厂家、商品名称、规格及其他信息，被称为商品的身份证，是商品流通于市场的共同语言。

厂商识别代码前3位称前缀码，俗称“国家或地区代码”，由EAN组织分配给其成员，目前我国大陆地区已使用的前缀码是690-693，台湾地区和香港地区分别是471和489。前缀码只代表该商品条码注册地，并不代表商品的产地。商品项目代码由厂商按照产品的品种、商标、内装商品规格与数量及包装类型的不同分配不同的号码，一般按照流水号编制，没有特定的含义。商品条码相当于商品的“身份证”，具有国际通用性，大卖场里的几万种各个国家的商品只要用各自的商品条码就可以方便地区分开来。条码号码不包含商品的任何信息，人们见到超市收银员只要扫描条码，收银机屏幕上立即会显示商品的价格，这是因为后台电脑根据条码号码查到事先设定的该商品的名称、价格等信息显示在收银机屏幕上。厂商识别代码受我国法律保护，企业发现厂商识别代码被冒用，可到当地质量技术监督行政执法部门投诉。