

玻璃材质食品接触用产品厚生劳动省370号公告要求及认可实验室

产品名称	玻璃材质食品接触用产品厚生劳动省370号公告要求及认可实验室
公司名称	广东杰信检验认证有限公司
价格	.00/个
规格参数	检测对象:食品接触材料及制品 检测标准:日本标准(厚生劳动省370号公告) 用途:质量控制,出口日本通关使用
公司地址	广州市天河区中山大道建工路19号2楼
联系电话	13760668881 13760668881

产品详情

出口日本的食物接触材料制品产品需要在日本的外国检测实验室测试,以确保进口产品的安全。在向日本出口时,如果出示由日本的外国检测实验室出具的检测报告,则可以省略实验室检测并采用实验室提供的数据,缩短产品出口日本通关流程和时间。2021年12月24日,日本厚生劳动省(MHLW,以下简称“厚生省”)发布了食物接触材料(FCM)允许使用物质正清单的修订版。该正清单适用于合成树脂制成的食物接触的、容器和包装。此前,厚生省曾开放窗口向公众征求了对正清单的修改意见。综合考虑了截止到2020年10月30日所收集到的对正清单物质的意见之后,厚生省曾在今年8月18日发布过一版更新的正清单。本次的修订版体现了今年8月份到目前为止,讨论、整理完成的物质信息。

日本劳动厚生省(Ministry of Health, Labor and Welfare)负责食品及其相关产品的安全监管,并在1947年颁布了《日本食品卫生法》(Japanese Food Sanitation Law)在该法规中提到了对食物接触材料的要求,禁止生产、销售、使用可能含有有害健康物质的食物容器、包装材料等食物接触材料。在日本食品安全法中,FCM又简称UCP,根据与食物接触的时间和功能不同,主要分为食物容器/包装,和用于食品加工、烹饪用的两大类。是指餐具、厨具、以及用于食品加工、烹饪、传输、存放,且与食物/食物添加剂直接接触的设备/机械;容器和包装是指用于包装食物/食物添加剂的制品,在实际使用时保持原样。我们总部FCM实验室已获得了日本相关机构的认可,在食物和食物接触材料及制品检测方面,我们出具的检测报告可以用于日本口岸通关使用。我们也时刻关注日本相关法规动态,可以帮助企业更好的做好日本出口产品的质量安全管理。如您需帮助或沟通交流,请随时与我们联系。

以下介绍以下我们的检测申请流程(以食物接触材料及制品申请为例):

- 1、电话/邮件/微信确认产品(材质、与食物接触部件)
- 2、确认检测项目和价格
- 3、企业填写测试申请表
- 4、我方实验室出具报价单/缴费单给客户并收款
- 5、企业寄出样品和申请单
- 6、收样后安排检验
- 7、限期内出具报告,并将发票一起寄给客户

我们出的报告首页模板如下 我们总部FCM实验室是国家食物接触材料检测重点实验室,能为广大企业提供食物接触材料及制品检测服务,也是日本在食物、食物接触材料及制品方面认可的国内检测机构之一,出具的食物接触材料检测报告能用于日本通关。有检测需求的企业,可以与我们联系。联系人:邹工
相关资讯 食物接触材料检测范围包括:餐具:刀叉、碗、筷、勺、杯、碟等;
厨具:锅、铲、砧板、不锈钢厨房用具等;食物包装容器:各种食物包装袋、饮料食物盛装容器等;

厨房家电：咖啡机、榨汁机、搅拌机、电热水壶、电饭煲、烤箱、微波炉等。

婴幼儿产品：奶瓶、奶嘴、吸水杯等。注：包括食品生产、加工、包装、运输、贮存、销售和使用过程中用于食品的包装材料、容器、工具和设备，及可能直接或间接接触食品的油墨、粘合剂、润滑油等。不包括洗涤剂、消毒剂和公共输水设施。食品接触材料（Food Contact Material，以下简称FCM）是指与食品接触的包装、容器、以及加工器械等，在我们日常生活中随处可见。FCM制品通常是由不同种类的化学物质，经过工业加工而成，在实际使用时，残留其中的化学物质可能会向所接触的食品发生迁移，从而污染食品，因此，FCM制品的质量直接关系到食品的安全。在日本，食品安全法（日本1947年第233号法规）作为食品及与食品接触相关制品卫生安全的法律，对FCM的产品质量提出了一系列基本要求。此外，在日本食品安全法中，FCM又简称UCP，根据与食品接触的时间和功能不同，主要分为食品容器/包装，和用于食品加工、烹饪用的两大类。为了落实食品安全法对FCM提出的卫生安全要求，日本卫生和劳动福利部（简称MHLW）根据FCM用途和材质的不同，制定了通用、特定材料以及特定用途3大类监管要求。在日本，除了MHLW层面的法规要求，行业协会发布的自愿性标准在规范FCM制品安全，促进行业健康发展方面也起到了关键性作用。目前，FCM行业协会主要有日本卫生和苯塑料协会（JHOSP A）、日本卫生PVC协会（JHPA）、日本卫生氯卫生协会（JHDC）以及日本造纸协会（JPA），其主要职能、发布的自愿性标准等信息。物流资讯 探索个人物流时代属性与此同时，从时代的特征来看，物联网时代不只是技术领域的快速发展，更在于关注人性价值这一社会属性。甚至可以认为，物联网的本质即是人联网，其强调打造有温度的触点，而非冰冷的产品产出。对于日日顺物流而言，场景物流模式同样体现着时代属性，交付环节不是机械、冰冷的配送，而是围绕着用户需求，实现体验服务的迭代升级。事实上，场景物流恰好是个人物流这一第六次物流浪潮的直接体现。在经过物流管理、商业物流、供应链物流、化物流、消费者物流等五次物流浪潮后，物流的服务范围愈加扩大，与用户的距离愈加缩小。

。