

# 国家营养师坐镇、产品能防病治病？ 营养膳食公司“吹牛”被查

健康膳食，成为越来越多消费者关注的重点，也成为不少商家发力的新领域，但有个别商家为了销量，竟然不惜“花言巧语”误导消费者。近日，梁溪区市场监督管理局扬名分局就查办了一起营养膳食公司虚假宣传案。

## 治病防病，还能延缓衰老 “自主产品”真有这么神奇？

前段时间，扬名分局执法人员在工作中接到一条举报线索。举报人称，该辖区一家公司的网站上，对于产品的宣传比较夸张，给人的感觉几乎可以“包治百病”。

执法人员立即查看了该公司网站，网站中有大量对公司及其“自主产品”的宣传内容。其中，公司相关介绍中有“公司核心管理层及技术人员为食品营养学硕士7位，国家营养师10位，以及医学营养、心理学等专业人士5人”等宣传内容。

产品宣传板块，展示了该公司自主研发的沙棘汁、益生菌固体颗粒饮料等产品，其中配有“对心血管系统，能降低胆固醇，缓解心绞痛发作，有防治冠状动脉粥样硬化性心脏病的作用；对呼吸系统，有祛痰、止

咳、平喘的作用，可用于治疗慢性气管炎；对消化系统可用来治疗胃和十二指肠溃疡，以及消化不良等；还有抗辐射损伤和抗御肿瘤等作用”“抗炎和抗氧化、延缓衰老，防止便秘、下痢和胃肠障碍，抗菌防癌、降低胆固醇、防治高血压，改善乳糖不耐症，提高消化率，改善肝功能”等宣传内容。

此外，该网站的“成功案例”板块中，设有“降糖”“降压”“降脂”“降尿酸”“消除炎症”等子板块，共57篇宣传文章，主要是介绍客户使用了该公司提供的营养调理方案和产品后，尿酸、血糖、甘油三酯和胆固醇等指标有明显下降，从而疾病症状缓解甚至治愈的事例。

## 团队注水，功效张冠李戴 涉嫌虚假宣传被立案调查

该公司的产品真有如此强大的功效吗？执法人员随即赶至该公司，对其证照、进货来源及产品质量等情况进行综合检查。

执法人员发现，这是一家食品经营单位，主要业务为提供合理膳食方案及配套食品。从货源情况来看，其经营的产品主要有两类，一类是其自研

的沙棘汁等“自主产品”，另一类是从供货商处购进的产品。经检查，这两类食品原材料、产品均来源正规合法。但是，产品都属于普通预包装食品，并不具备其宣传的疾病预防和诊疗功效。

此外，执法人员通过调查还发现，该公司并不具有网站宣称的那么多专业人士。该公司负责人辩称，公司创立初期确实有宣称的专业团队人员，只不过后期出现人才流失；产品页面上，只是介绍沙棘和益生菌的功效，并不是自研产品的功效；“成功案例”中的客户是真实的。

“公司在宣传时应该真实、客观，不得含有虚假或者引人误解的内容，对内容的真实性负责。”执法人员表示，虽然公司方辩称是宣传沙棘和益生菌功效，但是上述宣传内容均醒目地放置在产品旁边，暗示意图明显，极易误导消费者。至于宣传案例，客户病情好转与公司提供的产品和服务之间并不能证明有必然的因果关系。

鉴于该公司的上述行为涉嫌虚假宣传，扬名分局依法责令该公司停止违法行为，并对其立案调查。

(晚报记者 刘娟)

# 婚介服务“套路”深—— 六万元要不回来

本报讯 随着多元化交友恋爱方式增多，因婚介服务引发的纠纷也成了个颇具代入感的社会性话题。日前，记者从无锡仲裁委员会获悉了这样一起婚介服务纠纷，一女子将婚介告上了仲裁庭。

此前，王女士在网络平台上认识了某婚介服务公司一加盟商的业务人员甲并添加了对方微信，此后又通过该公司发送的电子链接在手机上签署了《婚姻介绍服务合同》，甲方为王女士，乙方某公司，双方约定服务内容包括：“甲方购买的婚姻介绍服务中，匹配对象人数为6人，由乙方提供匹配约见服务，根据甲方自身情况，乙方可以为甲方提供增值服务（不增加收费），具体服务内容以双方约定为准。”这份合同的服务期限为半年，服务费用为39980元。合同签订后，业务员甲还提出可为王女士提供私人专属服务，并以增加个人魅力为由，另外向王女士收取了6万余元的VIP业务加盟服务费、服装费、发型费等。但在合同的服务期限内，王女士并未获得该公司提供的相应服务，因此王女士要求解除合同，同时返还自己已经支付的全部费用。

从无锡仲裁委员会了解到，案件审理过程中，该公司提供了单位账户对账单、《VIP业务加盟代理合同》及补充协议，说明公司并没有收到王女士主张的6万余元的私人专属服务费。合同是加盟商与王女士签订的，案发时该公司已经解除了与加盟商的加盟关系，因此王女士到底有没有享受到合同约定的婚介服务，该公司无法提供相关的服务记录。

仲裁庭审理后认为，王女士有权行使法定解除权，对其要求被申请人返还已支付的介绍服务费39980元，仲裁庭予以支持。但是，王女士主张的6万余元的私人专属服务费并不是合同中约定的款项，也无法证明这笔钱是由婚介服务公司收取的，所以对此请求不予支持。（甄洋）

# 《江苏省体育彩票2021年社会责任报告》正式发布

10月14日下午，2021年中国体育彩票(1+31)社会责任报告新闻发布会在北京举行，《江苏省体育彩票2021年社会责任报告》(以下简称《报告》)在会上正式发布。这是江苏体彩连续第五年向社会公开发布年度社会责任报告。

## 坚持责任为先，强化合规运营

《报告》开篇设置了“2021年大事记”，以图文并茂形式披露了江苏体彩2021年度主要履责举措。随后，以“强化党建引领 凝聚发展力量”和“构筑疫情防线 推动‘双战双赢’”这两个“责任聚焦”专题，展示江苏体彩在加强党的建设、强化疫情防控方面的履责实践。

报告主体部分包含“合规

运营 稳健前行铸底色”“匠心服务 笃力前行葆本色”“戮力同心 砥砺前行显成色”“汇聚光芒 筑梦前行添亮色”四大章节，详细披露了江苏体彩2021年履责实践，主动回应利益相关者关切。

《报告》显示，2021年，江苏体彩始终坚持责任为先原则，坚守底线思维，强化合规意识，将责任彩票理念贯彻到

彩票销售管理工作全领域、全流程、全方位。积极倡导理性购彩理念，强化对非理性购彩者的疏导和对非理性购彩行为的干预，切实维护购彩者权益；同时，开展形式多样、内容丰富的理性购彩宣传，进一步强化体彩公信力建设，让可信的国家彩票形象获得更多人的认可。

# 中国体育彩票第43周 筹集公益金10.48亿

10月17日至23日，体彩全国联销游戏(大乐透、7星彩、排列3、排列5、传统足彩、全国联网单场竞猜游戏)通过40.53亿元销量，筹集10.48亿元公益金。当周销量比上年同期增加8972万元，增长2.26%。当周共开出36注500万元及以上大奖，大乐透31注，7星彩5注。

当周大乐透开奖3期(第22118期至第22120期)，通过8.29亿元销量，筹集2.98亿元公益金。当周销量比上年同期减少5992万元，降低6.73%。

当周竞猜型游戏通过27.23亿元销量，筹集5.74亿元公益金。当周销量比上年同期增加673万元，增长0.24%。全国联网单场竞猜游戏(竞彩)销售24.81亿元，筹集公益金5.21亿元，其中竞彩足球销售22.98亿元，竞彩篮球销售1.82亿元。当周销量比上年同期减少1687万元，降

低0.67%。

当周7星彩开奖3期(第22119期至第22121期)，通过6154万元销量，筹集2277万元公益金。当周销量比上年同期减少273万元，降低4.24%。截至第22118期开奖结束，7星彩在2022年已开出85注一等奖，全部为500万元大奖，另外二等奖开出1注500万元，合计开出86注500万元大奖。

当周排列3开奖7期(第22276期至第22282期)，通过3.24亿元销量，筹集1.10亿元公益金。当周销量比上年同期增加1.32亿元，增长68.59%。当周共有5期返奖率超过52%，周返奖率达54%。

当周排列5开奖7期(第22276期至第22282期)，通过1.14亿元销量，筹集4219万元公益金。当周销量比上年同期增加1344万元，增长13.36%。

## 坚守公益初心，深耕公益实践

《报告》显示，2021年，江苏体彩全年共销售体育彩票183.17亿元，筹集公益金48.87亿元，上缴偶得税2.80亿元。截止到2021年底，江苏体彩累计筹集体彩公益金超过670亿元，助力奥运争光计划、全民健身活动深入开展，助推体育强省和健康江苏建设，也为社会保障、教育助学、医疗救助、扶贫助残等国家公益事业提供了有力支持。

《报告》显示，2021年，江苏体彩牢记国家公益彩票的定位，秉持体育彩票“公益为

本”的发行初心，厚植民生情怀，深耕公益实践。“江苏体彩公益行”“体彩爱行走”“爱心储蓄罐”等品牌公益项目汇聚点滴温暖之光，为更多人筑梦未来。

关于2021年江苏省级体彩公益金筹集、分配和支出的情况，以及江苏体彩在助学、助困、扶贫等方面的具体举措，《报告》中均有介绍。

目前，《报告》全文已在江苏体彩网、江苏体彩官方微信等渠道发布，购彩者、公众可以查看了解更多内容。

