编报室主办
责编/煊云 版面/文瑾 校对/柯心
新闻热线 8244111 广告热线 8230542
西宁晚报

躺进能量舱真的能治病养生吗

网络视频中的各种能量舱，宣称功能强大，结构外观相似，充满科技感。但使用方法却非常简单，只要人往里一躺，开启电源就能开始养生、治病。

这些能量舱的功能五花八门，有的可以排毒养颜，有的可以消除结节，有的甚至可以降血压、打通血液微循环……

躺进能量舱就能治顽疾、养细胞

记者来到河南郑州的荟生科技养生管理中心，店内就有视频中出现过的“ZFK-5D生物芯片能量舱”。工作人员讲起这款设备的工作原理，简直就是“大变活人”。

讲起使用过的顾客的神奇经历更是滔滔不绝，多年无法治愈的各种疾病，通过躺舱便奇迹般地恢复了。

在西安的荟生科技养生管理中心，工作人员也清楚地告诉记者，这个躺舱可以治高血压和痛风。

记者亲身体验了能量舱，除了能感觉到舱内的垫子有些发热，并没有任何其他感受。河南、西安的店内工作人员纷纷表示，这种治疗过程是人体感觉不到的。为了消除记者的疑虑，工作人员拿出一个装着金属块的透明小盒，放在能量舱中，盒子里面的金属块便快速地震动起来。工作人员告诉记者，金属块就是模拟人体细胞、血液，金属块快速震动就代表着细胞、血液的震动，正是因为这些震动才产生了对各种疾病的神奇疗效。

除了“ZFK-5D生物芯片能量舱”，这款“GBC基因生命能量芯片舱”也高频出现在短视频平台上。记者找到了多家名为“绿色生活科技养生”的门店，工作人员同样也在大肆宣传“GBC基因生命能量芯片舱”对各类疾病的神奇疗效。

尽管这类能量舱都在宣传对疾病的治疗效果，但店里的工作人员却都拿不出产品的任何医疗器械证明。通过进一步调查记者发现，荟生公司官网上显示，他们的这款“ZFK-5D生物芯片能量舱”执行的生产标准为GB4706.1-2005，也就是家用电器的国家标准。

几经辗转，记者在广东清远找到了荟生“ZFK-5D生物芯片能量舱”的生产厂家。

能量舱的机身上印有“托马斯诺奖科学家联合实验室联合出品”的字样，和荟生公司对外宣传的内容一模一样。但公司的工作人员告诉记者，这款能量舱完全是他们公司自主研发生产的，至于要刻意写上这些与诺贝尔奖相关的文字，这只是荟生公司自己推出的营销手段。

工作人员也告诉记者这款能量舱并没有什么治疗疾病的效果，只能发汗，其实就是个桑拿舱。

能量舱加盟局层层收钱

这家位于广东清远的能量舱生产厂家向记者介绍，这款能量舱的出厂价是6000元左右。记者同时了解到，荟生科技养生管理中心都是荟生（海南）健康产业有限公司发展的加盟店，“ZFK-5D生物芯片能量舱”正是加盟商在缴纳29991元加盟费之后，由荟生公司提供的产品，几乎是能量舱出厂价的5倍。在该公司官网上可以看到，目前全国已经有5000多家荟生科技养生管理中心加盟其中，仅加盟费一项荟生公司的营收就超过了1亿元。

而在门店能量舱使用一次的价格仅仅几十元，加盟后若要回本，需要很长的周期。

工作人员告诉记者，这科技感满满的能量舱只是他们吸引顾客的一个手段，拉人头加盟才是真正挣钱的门道。每发展一个29991元的下线加盟商，上线加盟商都能收入5500元左右，上线的上线收入500元，再往上一级收入1000元。

在“绿色生活科技养生”门店的工作人员口中，“躺赚”一词也同样常常出现。店主告诉记者，他们加盟的这个品牌是哈尔滨粮投粮食集团有限公司创办的。要想开一家有能量舱的加盟店，加盟费需要99800元，除了能量舱，还附赠一系列的产品。如果不需要能量舱，交22000元的加盟费就可以开店营业了。发展缴纳99800元加盟费的下级，可以收入43000元的分成，而发展一个缴纳22000元加盟费的下级，可以收入10800元。

用夸大虚假宣传的各种产品来诱惑人加盟组织，达到发展下线的目的，加盟的人以为能在这个上线下线的营销结构中“躺赚”，却不知不觉进入了“骗人同时被骗”的怪圈。

记者参加了粮投公司的内部培训会，公司负责人之一的莫总一直在鼓励加盟商往公司多投钱，购买公司的产品，甚至怂恿加盟商借钱、贷款进行投资。并承诺投的钱越多，加盟等级就越高，获得的期权也越高，未来公司上市后，加盟商获得的回报也就越高。

这家公司让加盟商购买的产品其实就是饼干、纳豆糖果、杂粮等普通食品，但在销售人员口中这些食品能治疗疾病，而且价格昂贵。

记者来到这款被宣传有降血脂功能的魅瘦饼干的生产工厂，工作人员表示，粮投公司的产品确实是由他们代工生产的，但是产品并没有治疗疾病的功效，出厂价也只有50多元。而在加盟店里，这款饼干竟售价598元。

纳豆复配凝胶糖果在加盟店的零售价同样是598元，是出厂价的20倍还多。走访了多个生产厂家后，记者得知，粮投公司把这些普通食品以出厂价10倍、20倍的价格卖给加盟商，加盟商又把这些普通食品进行包装，以治疗疾病的名义对外销售。

在这样的盈利模式下，很多加盟商表示，时至今日他们都还没有回本，更别提赚到钱了。

本报综合消息

假戏真做 求职陷阱营造入职假象

日前，记者从最高人民检察院获悉，2022年1月至2024年8月，全国检察机关共起诉各类求职诈骗犯罪4708人。最高检指出，该类犯罪中，不法分子利用有的求职人员渴望高薪、稳定就业的心理，设置“求职陷阱”，导致不少求职者徒费精力、财力，有的甚至身陷囹圄。

骗局1

虚假招聘 骗取40余人870余万元

一些求职诈骗犯罪已逐渐流程化、套路化：有的不法分子依托劳务中介机构、互联网平台发布虚假招聘广告，夸大薪酬待遇，吸引被害人报名，骗取定金；有的伪造应聘地点、组织虚假招聘考试、办理虚假入职手续，营造被害人成功入职假象，进而骗取介绍费、培训费、服装费。整个流程“完整”“规范”，与真实招聘并无明显区别，被害人难以识别真假。

在检察机关办理的李某某、姜某等5人诈骗、虚假诉讼案中，李某某成立一公司，以提供“高端就业、有偿服务”为名发布虚假招聘广告，约定先收取10%的定金，面试通过后再收取90%的尾款。姜某等人组织被害人参加“官方”笔试、面试，再向被害人谎称通过面试，骗取被害人补交尾款。该公司自成立至案发，共骗取40余人870余万元。

在王某某等18人“套路运”诈骗案中，被告人先后在北京、无锡、常州、宁波等多地成立22家空壳物流公司，在网络招聘平台发布招聘货车司机的虚假广告，吸引群众到上述物流公司应聘，再诱骗缴纳高额押金、加盟费或申请贷款购车“入职”。该案中，共有1000余人被骗2000余万元。

骗局2

“付费内推”88名应届生被骗1300万元

有不法分子利用求职者希望获得好工作的心理，在互联网平台发布广告，以“国企、央企工作内推”为噱头，暗示能以非正规渠道解决就业、落户事宜。

在郭某诈骗案中，郭某利用应届毕业生求职心切的心理，编造可“内部推荐”某机场、航运公司工作并“优先录取”等谎言，骗取88名应届毕业生1300余万元。

还有一些不法分子吹嘘或伪造自己“有身份”“有关系”的假象，谎称可以“走后门”帮助找工作，收取“办事费”“好处费”。

在朱某诈骗案中，朱某冒充某区服务中心工作人员，虚构自己系某区管委会主任的身份，以安排到政府部门、国企工作需打点关系、补缴社保等为由，诈骗500余万元。

骗局3

号称正规机构 招员工实施违法犯罪活动

有的犯罪团伙通过注册公司、入驻写字楼、在正规招聘平台招揽员工、缴纳医保社保等方式，将自己包装成为合法经营企业，再招聘人员暗中从事诈骗、赌博、传销、非法集资等违法犯罪活动。

在刘某某、张某某等12人诈骗案中，卢某某、梅某某（均另案处理）等人设立一生物科技公司，通过招聘网站、介绍入职等方式招募刘某某、张某某等高校毕业生担任网络客服，利用话术虚假宣传鹿茸类食品保健功效，共诈骗433万元。

值得关注的是，有的不法分子将犯罪活动拆分为若干步骤，招募兼职人员只参与其中一个步骤，个别求职心切的被害人通常在不知情的情况下沦为犯罪活动的业务员、“工具人”。

在罗某某诈骗案中，罗某某在QQ空间上浏览到不法分子发布的招聘信息并主动联系，对方要求罗某某冒充淘宝客服人员拨打被害人电话，以赠送小礼品的名义获取被害人真实地址等信息，按每条信息7元至8元的价格计算报酬。随后，罗某某发现上述信息被用于诈骗，但受高薪诱惑，仍按要求拨打电话。2023年4月至2023年6月，共获取被害人真实身份等信息3000余条。

检察机关提醒，广大群众在求职应聘过程中，不轻信“高薪”等招聘信息，不随意泄露个人信息，不轻易支付相关费用。

本报综合消息

“三高”等中老年常见病盯上了儿童

长得胖不等于长得好。据报道，高血压、高血糖、高血脂这些中老年常见病正在悄悄潜入校园，盯上了少年儿童。

慢性病正年轻化

辣条辣中带甜，却暗藏过量防腐剂和添加剂；果条看似诱人，实则色素与香精满满，还可能带来窒息风险；薯片香脆可口，但高油高钠加隐藏的重金属；碳酸饮料，不仅侵蚀孩子的牙齿，还影响钙质吸收，可能影响孩子长高。

“现在的零食花样繁多、口味丰富，孩子们很难抵挡诱惑。但这些高糖、高脂、高钠的零食给孩子的身体造成越来越大的负担，是导致孩子肥胖和慢性病的罪魁祸首。”上海市人大代表殷浩说。

过量摄入不健康零食会带来哪些危害？首先就是引发超重肥胖。儿童零食常含有高热量和高脂肪，其过量摄入可导致儿童能量过剩，进而引发肥胖，损害孩子的身体健康。殷浩发现，目前市售的儿童零食通常富含糖分和脂肪，但缺乏蛋白质、维生素和矿物质等必需营养素。这种不平衡的饮食习惯可能导致营养不良、免疫力下降等健康问题。

“大量摄入含糖零食会显著增加儿童患龋齿的风险。龋齿不仅损害口腔健康，还可能影响孩子的饮食习惯和心理状态。”

更不乐观的是，长期过量摄入不健康食品可能导致身体负担加重，增加慢性病，如糖尿病、心血管疾病等的发病风险。这一趋势在年轻人群中尤其显著。

“儿童食品”名不副实

“不吃、少吃零食是最好的保护，但完全禁止孩子吃零食并不现实。”在殷浩看来，如果能够提高儿童零食的市场准入门槛，同时给孩子和父母有关选购零食规范的知识科普，相信会带来较大帮助。

他发现，市场上对儿童零食存在一些混淆概念的问题。比如有些商家在食品上标注“儿童”字样，而这些商品实际成分却与宣传不符。所谓“儿童食品”，使用的是成人食物的标准和原辅料，最后却打着儿童食品的标签卖给消费者。

中国消费者协会曾发布消费警示指出：在我国除3周岁以下婴幼儿必需食品外，尚无有关儿童食品的概念和相关食品标准。即使标注“儿童”字样或印有儿童头像（卡通）的食品，也只能按普通食品标准进行管理。

中国营养学会曾经起草《中国儿童青少年零食消费指南》，“但只是从概念上进行了区分，没有给出具体的参考指标量，家长们苦于专业知识匮乏，很难以此为孩子选择合适的零食。”殷浩说，中国副食流通协会也曾联合发布过的《儿童零食通用要求》团体标准，对儿童零食营养健康和安全性等方面进行了规定。但是作为团队标准，对企业并没有约束力。

相比较之下，国外一些城市对“儿童零食”，美国农业部的“校园聪明零食”规定从2014年就开始生效，要求学校在上课期间出售的所有食品都必须符合营养标准。学校智能零食法规适用于学校商店、自动售货机以及其他任何向学生出售食品的场所点菜销售的食品。该规定的目标包括减少总能量摄入，减少固体脂肪和糖分的摄入以及钠的摄入量。

再比如，日本的儿童零食标准严格，厚生劳动省和日本婴儿食品协会等都对儿童食品有明确规定。其中包括品质、卫生、原料、营养成分、包装容器的材料和规格等，就连商品上标识成分的文字大小，都有明确的规定，不能过小而让购买者看不清。

新加坡从2022年12月起实施含糖预包装饮料的营养标签计划，将所有上架饮料按照所含有的糖分和饱和脂肪分为A、B、C、D的4个等级。被列为C级、D级的营养级饮料必须在包装正面贴上Nutri-Grade标签，D级饮料不得在所有媒体平台上做广告宣传。

“这些国家和城市的做法值得借鉴。”殷浩建议，上海率先出台儿童零食的地方标准。这些标准应涵盖原料要求、感官特性、营养成分、微生物指标及食品添加剂等方面，由地方卫生机构或专家团队制定并执行。同时，为家长提供健康零食的选择指南，以促进更为明智的消费决策。

他还建议，在制定相关标准的基础上，进一步实施针对儿童零食企业的引导措施。激励企业生产和销售更多营养均衡的儿童食品。同时，应对高糖、高热量零食的广告与销售加以限制，并逐步实行儿童零食分级标签和购买建议，以明确指导消费者。

另外，通过网络宣传、学校教育等多种渠道，全面推广营养知识，尤其是在孩子和家长中树立选择健康零食的意识。

本报综合消息