

成霖超标水龙头只卖国人：员工自曝检测漏洞

作者：胡周义 2013 年 7 月 18 日

一、事件回顾

7 月 14 日，上海电视台《七分之一》栏目通过对 13 个龙头样品的一项实验，称发现 9 个品牌的龙头浸泡水铅含量超过国家标准。深圳成霖洁具股份有限公司是此次上榜的唯一一家上市公司，上海质监局在报告中指出，该公司的高宝面盆龙头存在“严重质量问题”：一是存在铅析出量超标的问题，二是通过盐雾试验，质监部门发现，高宝的该款产品存在耐腐蚀性能不佳的问题。

上海质监局称，过量的铅会对使用者的神经、造血和生殖系统造成损害；而耐腐蚀性差则会影响产品的使用寿命。

7 月 18 日，《21 世纪经济报道》发文称，*ST 成霖在广州与深圳的 3 个部门的员工在接受采访时告诉本报记者，公司虽然有内部自检的品质管控环节，但实际中却存在纰漏，导致此次涉案产品把关不严。

7 月 18 日，《每日经济新闻》发文称，*ST 成霖董事会办公室主任曹国祥介绍，铅含量超标水龙头不销往国外，仅在国内销售。

二、舆情传播分析

（一） 舆情传播范围分析

据“新财富上市公司舆情中心”显示，截至 7 月 18 日 16 点，《超标水龙头只卖国人：*ST 成霖员工自曝检测漏洞》的新闻热度达 77.37，处于高热度红色区域，表明相关消息已经大范围扩散。

截至 7 月 18 日 16 点，相关事件相关新闻传播量统计如下：传统媒体 2 篇（《每日经济新闻》、和《21 世纪经济报道》等），网络 164 篇，微博 2483 篇，股吧 10 篇，博客 37 篇。新华网、新浪网和凤凰网等各大网站均有转载。

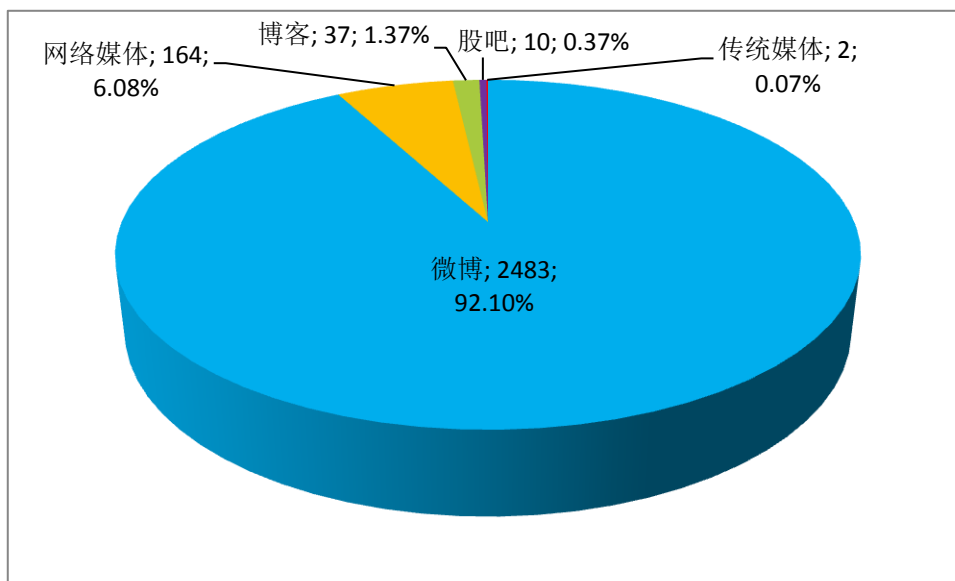


图1 媒体报道量统计图

(二) 舆情传播热点分析

7月17日，“多家品牌水龙头铅超标 生产商称仅销往国内”的消息上传网络之后，立即引起网友关注，截至7月18日16点，该微博被转发1442次，评论483次，网友对劣质水龙头的危害表示震惊。



新浪财经V：【多家品牌水龙头铅超标 生产商称仅销往国内】上海台曝光，摩恩、恒洁、得而达等9大品牌水龙头铅超标，其中九牧、高仪铅超标18倍，乐家高达34倍！铅过量会损害儿童智力。为很多海外品牌水龙头代工的*ST成霖董事会办公室主任曹国祥介绍，铅超标水龙头不销往国外，仅在国内销售。
。 <http://t.cn/zQbmV3d>



7月17日 12:01 来自新浪微博

👍 (46) | 转发(1442) | 收藏 | 评论(483)

🔥 热门微博

图2 微博截图

（三） 舆情指标分析

据“新财富上市公司舆情中心”显示，7月14日上海电视台《七分之一》栏目播报了水龙头铅超标事件，但当天消息并未有其他媒体关注。*ST成霖当日媒体关注度为0。7月15日，相关消息在网络传播，公众普遍对水龙头铅超标表示震惊，消息迅速扩散，*ST成霖媒体关注度和网民关注度均迅速上升。7月16日、17日，媒体继续跟踪采访，相关消息继续传播，*ST成霖三项舆情关注度指标继续上升，7月18日，《21世纪经济报道》发文称*ST成霖员工自曝检测漏洞，*ST成霖三项舆情关注度指标保持高位。

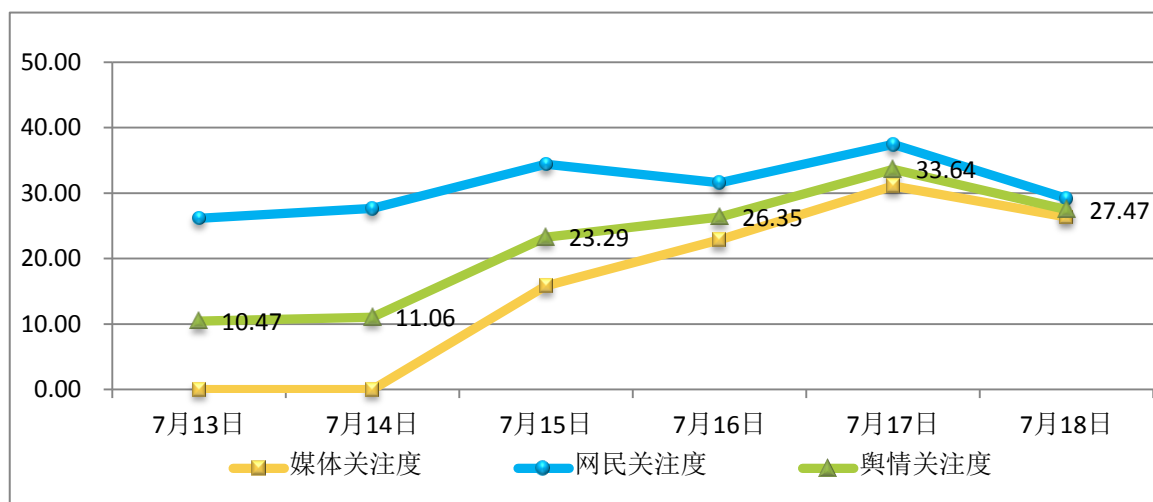


图3 *ST成霖舆情指标变化（数据来源：新财富上市公司舆情监控终端）

7月17日，*ST成霖媒体关注度达到近期最高值，其股价出现下跌，跌幅为3.10%。

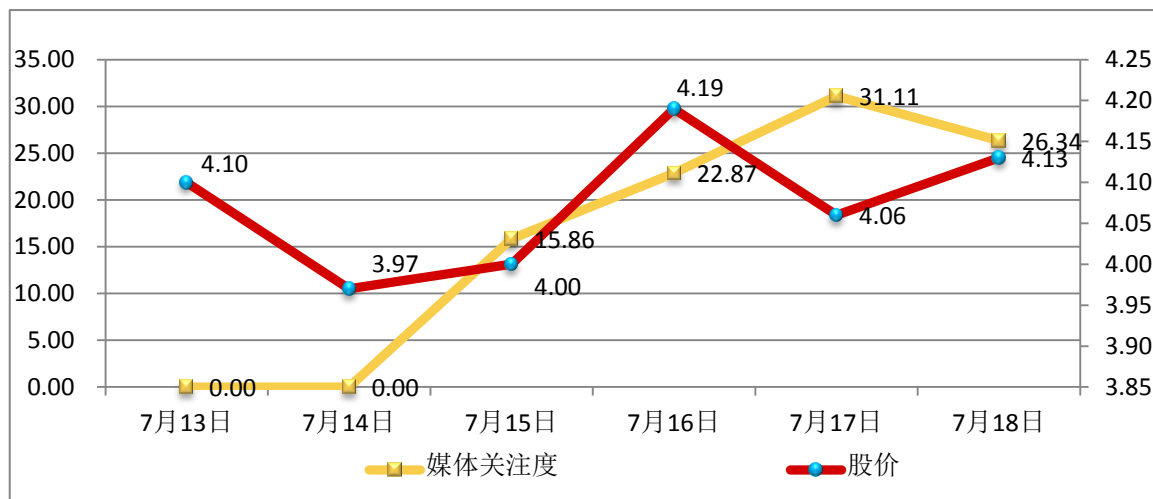


图4 *ST成霖股价与媒体关注度变化

注释：

舆情关注度：综合反应上市公司受媒体和网民的关注程度。通过对主体的报道、媒体重要性、网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。舆情关注度得分越高，说明该主体受关注程度越高。

媒体关注度：指事件或公司、人物受媒体的关注程度，通过计算网络中媒体对主体的报道、媒体重要性等综合得出。关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。关注度得分越高，说明网络中该主体受关注程度越高。

网民关注度：指事件或公司、人物受网民的关注程度，通过计算网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。关注度得分越高，说明网络中该主体受关注程度越高。

舆情预警度：反映上市公司在网络中的舆情警戒级别。通过计算网络中负面报道、负面讨论等综合得出。舆情预警度同时研究“量”与情感倾向。得分越高，说明该主体在网络中形象越偏向负面。

三、各方声音

（一）公司回应

*ST 成霖董事会办公室主任曹国祥指出，*ST 成霖为海外品牌代工并销往海外的龙头产品均无铅，但在国内销售的产品中既有无铅的，也有含铅的。而此番龙头铅含量超标，主要是对外采购的配件存在问题而造成的。

（二）内部员工回应

公司尚无应对方案

*ST 成霖内部员工告诉《21 世纪经济报道》记者，自上海质监局 7 月 8 日发出抽查报告那天，公司就已经获悉开始商量对策，不过是否对消费者进行退货赔偿，以及如何处理该产品存货，还有供应商的协商问题，公司尚没有拿出明确的公开方案。

涉事产品为代工产品

据内部人士介绍，此次涉事的“单柄单控，陶瓷片，GB-8710CP”型号的高宝面盆龙头是由外部 OEM 代加工厂生产主要零配件，然后由*ST 成霖完成后期贴牌加工，此次的产品质量事件主要是由于外部代加工厂的品质出现问题。

公司内部监测有疏漏

*ST 成霖深圳部门的一位人士向《21 世纪经济报道》记者表示，公司规章要求验收供应商的产品时需要有内部检测的，但实际有一些检测没有被执行到位。

该公司广州的一位经理解释说：“像铅析出量的检测我们内部也都会做，但不是全检，所以可能存在纰漏。我们还在做复查工作，不过目前还没有很具体的结论出来。”

*ST 成霖深圳方面的一位员工告诉《21 世纪经济报道》记者说：“我们正在对这批不合格产品的库存进行处理，看下是不是所有的剩余库存都是铅析出量超标的情况，如果是的话，可能企业会考虑把剩下的库存都进行封存。据悉公司的一些业务部门正在和代加工商进行沟通，未来可能会对供应商的原材料进行严格把关，先抽样，合格后再进行生产。”

（三）专家观点

国家建材五金水暖产品质量监督检验测试中心副主任史红卫指出，目前对于水龙头内铅含量的标准为推荐性标准，并未强制执行。因此，即便超过标准，依旧可以在市面上销售。而国外很早就对水龙头的含铅标准作了严格的规定。

（四）网友观点

“水龙头铅超标”事件在微博上传播之后，再次激起了公众的愤怒，一方面是因水龙头铅超标的危害震惊，对无良企业表示痛恨；另一方面，*ST 成霖董事会办公室主任再次曝出的内外有别的“双重标准”，让国人无比愤怒。

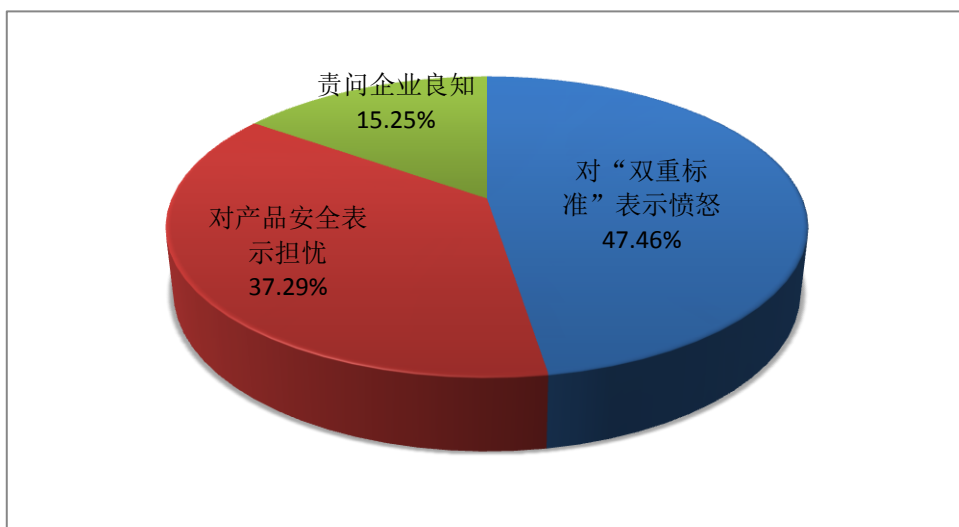


图 5 网友观点分析

对“双重标准”表示愤怒

@难得清醒---糊涂好：多么“冠冕堂皇”的内外有别啊！

@云映清：为什么国内对于水龙头内铅含量的标准为推荐性标准？为什么不强制执行？为什么超过国家标准的还能销售？

@苏华绝伦：日本只把好的东西自己留，次品销国外，中国却反着来，与卖国贼无异。

@kusolen：国人命贱？

对产品质量表示担忧

@redrum0831：都说给孩子喝纯净水不好，那就自己烧吧。自己烧水只知道水壶可能会有问题，于是换个贵的，谁会想到水龙头这儿也有问题，明天要是曝出地下铺的水管也有问题那可真是没办法了。

@opal007：作为曾经做过卫浴水龙头的一员，无言以对啊。

@什么馅儿包子：水龙头都要国外代购了吗？！

责问企业良知

@炉峰烟雨：我和我的小伙伴震惊了，中国有良心企业吗？

@young0921：去死吧，没国人抬举你们这些企业早就关门破产了，还矫情？！

@Aaron-Xiao：这企业还应当生存吗？

四、新财富舆情分析师观点

1.产品就是企业的名片

*ST 成霖生产的水龙头是家家户户都能接触到的产品，而这次曝出的铅超标的危害也十分惊人，对消费者信心打击十分巨大。不论一个企业的宣传做得多绚丽，企业的产品才是核心。特别是面对普通大众的消费产品，其受众越广泛，产品出问题后的恶劣影响越甚。因此上市公司应该格外注意自身产品的质量问题和安全问题。

2.舆情地雷不可踩

在*ST 成霖被曝产品存在不合格的问题之后，*ST 成霖董事会办公室主任曹国祥介绍称

铅含量超标水龙头不销往国外，仅在国内销售。随后，这段回应成为某些媒体的标题观点，将“双重标准”、“内外有别”的潜在意思进行放大传播，再次刺激公众的神经。此前，产品“双重标准”的舆论争端已经在网络引爆，公众已经对“双重标准”表现出了极大的愤怒。*ST 成霖的做此番回应其实将自己推向了舆论的风口，并不妥当，上市公司在回应危机时，应该避免“舆情地雷”，谨慎回应。

3.危机处理应及时

据媒体报道可知，*ST 成霖在媒体曝光之前就已经收到上海质监局的抽查报告，媒体曝光之后，*ST 成霖方面并未面对公众回应相关问题，相反，媒体方面报道了公司内部人士的观点，对公司的舆情处境可谓火上浇油，公司方面也陷入了更加被动的局面。建议上市在舆情出现之后，尽快通过公告和网站，与公众建立良好的沟通渠道，内外统一观点，掌握发言的主动权。