

汤臣倍健陷检测风波 胶原蛋白功效再起争议

作者：唐玉 2013 年 10 月 9 日

一、舆情概述

10 月 8 日,《消费者报道》刊发题为《胶原蛋白的“美丽”谎言一:汤臣倍健等三品牌产品未添加胶原蛋白》。报道指出,经第三方送检结果显示,包括汤臣倍健在内的数家保健品公司所生产的胶原蛋白产品并不含有羟脯氨酸,而羟脯氨酸正是机体胶原蛋白的主要成分之一。该文进而指出,这一检测结果意味着产品中并未含有胶原蛋白,涉事公司有欺骗消费者的嫌疑。此前,以央视为首的媒体刊文质疑胶原蛋白功效,在市场上掀起胶原蛋白涉嫌虚假宣传的高潮。8 日,消费者报道的消息刊发后,短时间内迅速传播,引发热议。据“新财富舆情中心”监测显示,8 日涉及此事的新闻热度高达 76.13。

8 日下午,汤臣倍健通过其官方微博公开回应媒体报道。公告贴出检测报告力证清白。汤臣倍健的快速反应,赢得了不少网友的赞赏。但因媒体与公司各执一词,双方检测结果大相径庭,多数媒体以及网友对此事处于一个观望状态。

9 日,《21 世纪经济报道》刊文报道此事,文章在对比公司与消费者报道引用的检测数据,指出胶原蛋白自身因其功效以及行业标准不清等问题,成为当今保健品市场的一大谜题。此前媒体多次发文质疑胶原蛋白功效,如今多家企业深陷检测风波,却闭口不提产品功效,胶原蛋白到底该含什么,成为市场一大谜题。文章刊发后,胶原蛋白产品功效再成舆论关注焦点,汤臣倍健胶原蛋白检测事件舆情推高。据“新财富舆情中心”监测显示,截至 9 日 15 点,涉及此事的新闻热度已高达 83.04。

同日,掀起此次检测风波的消费者报道刊发胶原蛋白系列报道二——《胶原蛋白的“美丽”谎言二:配料表里颠倒乾坤》。报道援引专家说法,称现有的打着美容旗号的胶原蛋白产品中或含有类雌激素的成分,过量服用含有雌激素的产品,或可引发多种疾病。报道刊发后,一时间胶原蛋白不仅不能美容,反而有可能诱发多种疾病的说法迅速传开,引发热议。

9 日,汤臣倍健低开,早盘震荡,尾盘趋稳,最终收于 70.23,涨幅 0.03%。

二、舆情传播分析

(一) 舆情传播范围分析

截至 10 月 9 日 15 点，汤臣倍健陷胶原蛋白检测风波一事传播量统计如下：传统媒体 12 篇（《消费者报道》、《第一财经日报》以及《京华时报》等），网络媒体 689 篇，股吧和论坛 100 篇，微博 1746 篇。

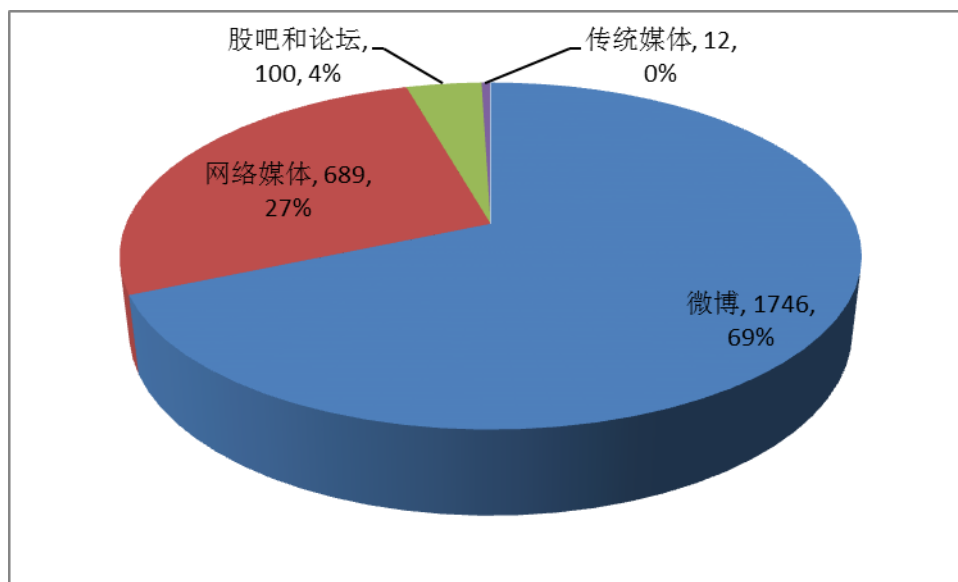


图 1 舆情传播类型分析

（统计时间：10 月 7 日 0:00 点至 10 月 8 日 15:00 点）

（二）舆情传播热点分析

1. 传统媒体报道热点

传统媒体方面，8 日消费者报道刊发的胶原蛋白“美丽”谎言系列报道一，是此次舆情爆发的源头，截至 9 日 15 点，该报道被转载 63 次，新浪、网易、搜狐以及腾讯等网络媒体均转载了该报道。9 日，消费者报道刊发胶原蛋白“美丽”谎言系列报道二，报道称当前打着美容旗号的胶原蛋白产品或含刺激素，过量服用或可诱发多种疾病。同日，21 世纪经济报道也发文指出，汤臣倍健等涉事公司虽出具检测结果力证清白，但对胶原蛋白功效绝口不提，胶原蛋白功效及其产品成分成市场一大疑问。两篇文章在网上的热传，使得此前引发热议的胶原蛋白功效话题再成舆论热点。

表 1 汤臣倍健胶原蛋白检测风波传统媒体报道列表

序号	标题	媒体	发表日期
1	胶原蛋白的“美丽”谎言二：配料表里乾坤颠倒	消费者报道	10 月 9 日
2	两份监测激辩胶原蛋白含量多寡：汤臣倍健“不提疗效”	21 世纪经济报道	10 月 9 日
3	汤臣倍健、无限极陷胶原蛋白“漩涡”	第一财经日报	10 月 9 日

4	汤臣倍健、无限极陷胶原蛋白“漩涡”	大众证券报	10月9日
5	汤臣倍健仍是药店“硬通货”	城市快报	10月9日
6	汤臣倍健回应质疑	深圳特区报	10月9日
7	标着“胶原蛋白”不含胶原蛋白？	厦门日报	10月9日
8	七品牌被指夸大胶原蛋白含量	京华时报	10月9日
9	胶原蛋白统一标准难产频酿危机	广州日报	10月9日
10	胶原蛋白粉疑不含“主料”	新晚报	10月9日
11	汤臣倍健胶原蛋白粉不含胶原蛋白 称符合国家标准	大众证券报	10月8日
12	胶原蛋白的“美丽”谎言一：汤臣倍健等三品牌产品未添加胶原蛋白	消费者报道	10月8日

2. 微博热点

8日，消费者报道刊发胶原蛋白系列报道一后，新浪财经官方微博转载了相关报道，截至9日15点，该微博被转载481次，评论203次。

@新浪财经V：【汤臣倍健等胶原蛋白粉被检出不含胶原蛋白】生产胶原蛋白产品的企业，无一不宣称其中的胶原蛋白能起到淡斑、去皱纹、皮肤细腻等效用。然而，《消费者报道》第三方送检结果显示，汤臣倍健、颜如玉、无极限的送检产品未检出羟脯氨酸，这意味着产品中并未含有胶原蛋白。<http://t.cn/zRUqWrl>



10月8日13:14 来自新浪微博

转发(481) | 评论(203)

9日，21世纪经济报道援引汤臣倍健以及消费者报道的检测结果，再议此事。谁对谁错，谁真谁假，报道并未给出结论，只在文章结尾处指出，公司虽称产品符合国标，但对胶原蛋白功效只字不提，胶原蛋白这个保健品市场的明星，如今成分为何功效如何已然成了一大谜题。该报道的热传，使得此前便争议颇多的胶原蛋白功效问题再成热点。9日早间，21世纪经济报道在其官方微博上转载了相关报道，截至9日15点，该微博被转载93次，评论51次。

21

21世纪经济报道V: #21报#【汤臣倍健不提疗效：两份检测差异引质疑】10月8日，有媒体报道称，经第三方检测，汤臣倍健、颜如玉、无限极的三款胶原蛋白产品未能检出胶原蛋白的特征物，汤臣倍健公共事务总监对记者称：“我不去评价别人的检测依据，我们是合乎国家标准的。”<http://t.cn/zR4vgHK>



今天09:12 来自新浪微博

👍 (10) | 转发(93) | 收藏 | 评论(51)

🔥 热门微博

（三）汤臣倍健近期关注度走势

8日，消费者报道刊发胶原蛋白“美丽”谎言系列报道一，汤臣倍健深陷胶原蛋白检测风波，受此影响，汤臣倍健媒体关注度、网民关注度以及舆情关注度三项舆情指标大幅上涨，舆情预警度也从7日的0飙升至65.30。9日，消费者报道刊发系列报道二，21世纪报道也针对汤臣倍健回应，再提胶原蛋白功效话题，汤臣倍健胶原蛋白检测风波舆情推高，受此影响，汤臣倍健三项舆情指标持续走高。

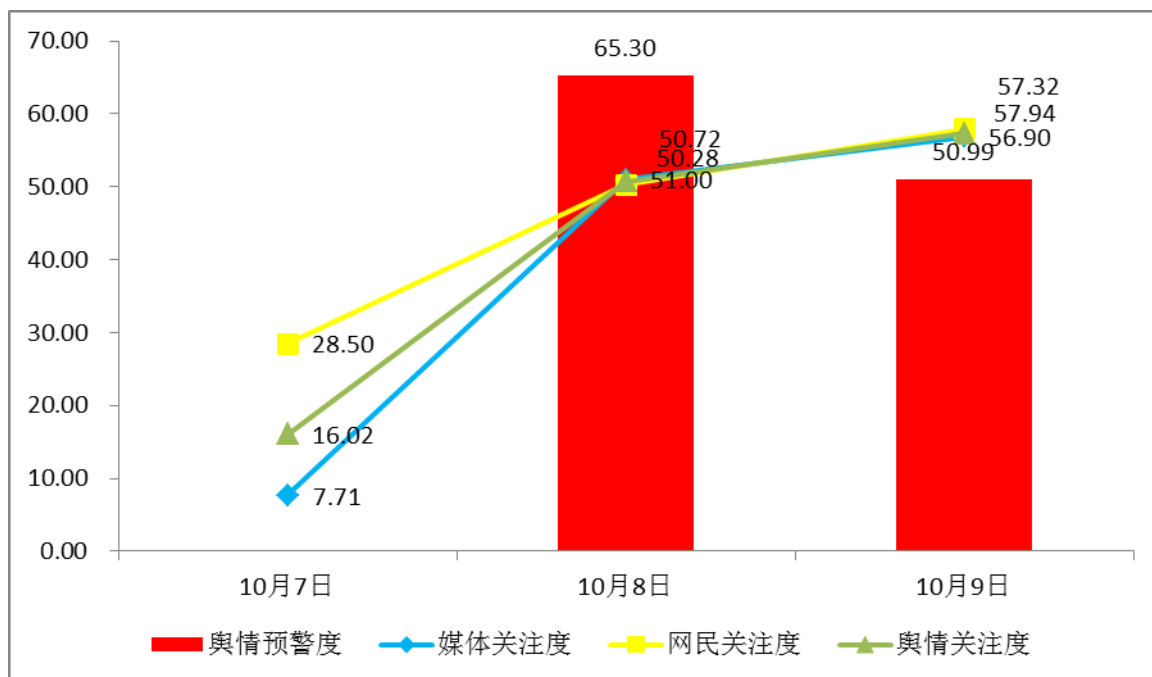


图2 汤臣倍健近期关注度走势图

（统计时间：10月6日0:00点至10月7日15:00点）

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。

三、各方观点

（一）公司回应

10月8日下午5点30分，汤臣倍健通过其官方微博回应媒体报道。公告贴出检测结果，力证清白。公司回应发出后，对于公司的快速反应，网友表示赞赏。但因胶原蛋白自身争议颇多，汤臣倍健的此番回应并未有效遏制舆论，负面舆情不落反涨。9日，新浪财经就汤臣倍健回应胶原蛋白检测风波发起网络调查，截至9日15点，七成参与网络调查的网友表示不满意汤臣倍健的回应。



（二）业内人士以及专家学者

汤臣倍健胶原蛋白产品检测风波发生后，胶原蛋白产品该如何检测以及其是否具有美容功效再成市场热点。8日起，各家媒体在报道此事时，援引了多位业内人士以及专家学者的说法：

1. 检测羟脯氨酸含量是检测胶原蛋白的手段之一

《消费者报道》记者业内人士处获知，在选择胶原蛋白原料时，检测羟脯氨酸含量是手段之一。对于检测结果，华南理工大学食品学院的何小维教授告诉记者：“没有检出羟脯氨酸，就是没有胶原蛋白的存在。即便检测出羟脯氨酸，也并不一定就是胶原蛋白。明胶中也含有羟脯氨酸，但它不是胶原蛋白。”广州某分析中心食品检测高级工程师则对记者表示：“目前检测胶原蛋白产品主要是检测羟脯氨酸和来源。”他向记者透露，根据过往检测情况来看，市面上的确有不少产品并未添加胶原蛋白。（10月8日《消费者报道》）

2. 羟脯氨酸并非检测胶原蛋白含量的唯一特征物

与此同时，颜如玉医药科技有限公司董事长王中振提出另一种观点。他认为随着胶原蛋白生产工艺成熟，羟脯氨酸并非检测胶原蛋白含量的唯一特征物，“低聚肽的形式不会被分解，当然也就测不出羟脯氨酸。”（10月9日《21世纪经济报道》）

3. 胶原蛋白产品多含有大豆异黄酮 该物质分子结构与雌激素相似 过量服用雌激素或可诱发多种疾病

“很多胶原蛋白产品做成了口服液（复合配方）。仔细观察这些胶原蛋白肽饮料的配方，你会发现很多款产品中添加了大豆异黄酮-SIF。当然，配方表中可能会表示为‘大豆精华’、‘大豆提取物’、‘大豆素’等商业概念名称，而不是大豆异黄酮。”一位不愿透露姓名的业内人士告诉《消费者报道》记者。

“大豆异黄酮在分子结构上与体内的雌激素相似，因此，它能与身体各系统，器官组织细胞表面的雌激素受体结合，发挥效应。”中国营养协会会长赵章栓解释。

大豆异黄酮的独特之处是它具有雌激素双向调节作用和作用温和两个特点。在胶原蛋白里面添加这种物质，会使胶原蛋白美白的效果更加明显。

但赵会长提醒：“任何事物都有两面性，含有雌激素的营养品服用多了，会出现小叶增生，月经不调就会增加乳腺癌等疾病的发病风险，因此，需要慎用。”（10月9日《消费者报道》）

4. 胶原蛋白并无美容功效

对于胶原蛋白美容功效，南方医科大学中西医结合学院韦丽萍教授提出表示：“口服胶原蛋白并不能改善皮肤状况，至于吃多少有效，这更是错上加错。”对于有些消费者服用了胶原蛋白产品后，面部皮肤等方面确实有了改善。韦丽萍教授认为：“（消费者）服用复合胶原蛋白产生了效果，我们并不能确定就是胶原蛋白起了作用，也可能是其他的物质发挥了作用。”华南理工大学食品学院教授何小维则认为，“心理暗示的效果比实际效果大。”（10月9日《消费者报道》）

（三）网友观点

8 日媒体报道刊发后，汤臣倍健胶原蛋白产品不含胶原蛋白的说法在网上盛传，对于这一说法，多数网友倾向于相信，并借机指责涉事公司汤臣倍健，要求监管部门严惩涉事企业。与此同时，该事件还引发了网友对于当下保健品市场的讨论，不少网友认为，保健品市场乱象丛生，假货居多。而这一切都源于监管部门监管不力。此外，也有不少网友指出，此次的胶原蛋白检测风波纯属媒体恶意做空企业。

股吧方面，也有不少网友将此看作重大利空，有网友甚至预言 9 日汤臣倍健将一字跌停。但因汤臣倍健 8 日股价不涨反跌，9 日虽然低开，早盘振幅较大，但最终翻红，股价小幅上涨。藉此，股吧网友对该事件的关注度下降，讨论渐少，更多地转向其三季度业绩大增的话题。

汤臣倍健造假 应严惩

新浪微博网友@少玄 1230：汤臣倍健就是一个忽悠公司。

新浪微博网友@asaasas_50251：要严厉处罚，掉消资质，保护消费者的权益！

新浪陕西网友：凡是商业欺诈都应追究刑事责任！

媒体说法不实

新浪微博网友@郭建江：专业人士一看就是检测方法问题，一帮不明就里的人在错误文章的错误转发下大发感慨。不是记者不明白，是他太明白当前看客们的需求了。

新浪微博网友@怨者如心的小艾：夸大其词方才深得人心，这是我么这个社会这个时代的一种写照吧。

新浪微博网友@源殇：人言可谓。相信科学，不人云亦云。希望媒体可以有社会责任感，别用你们的影响力搞垮任何一个有良心的品牌。

股吧网友“113.228.28.*”：每创新高，媒体必然出来造谣！

监管部门监管不力

新浪网友“面朝大海心自宽”：我们的主管部门早干嘛去了？

新浪微博网友@齐宇非凡：中国的企业管理与药品监管真好，老百姓们都吃好。失职人员成国宝！

新浪微博网友@高速路上狂奔一号：食品安全就是没人在把关，是谁没严格检测就给予核准字号，这些有核准字号的食品，老百姓能安心食用不被欺骗吗？我们该相信吗？喊了多年的食品安全咋还是如此不能信任？

保健品向来假货居多

新浪微博网友@半糖 668：其实好多保健品都假，要是查的话个个都有问题，我从来不吃保健品！

搜狐手机网友：保健品基本都是骗人的！

腾讯微博网友@周静 Joey：保健品，貌似高端，其实都是糊弄土鳖的。

代言明星需负连带责任

新浪广东网友：姚明根据那个啥规定，是不是要出来走两步？

腾讯微博网友@杨府曾颢：那些广告代言人也构成诈骗同伙！

腾讯微博网友@读书_体育_音乐：姚明摊上事了，摊上大事啦！

重大利空

股吧网友“58.211.218.*”：完蛋了，小汤产品质量不行啊！

股吧网友“124.227.27.*”：主力已拉升，我们快跑！尾盘直线下跌，这样的利空最致命！

四、新财富舆情分析师观点

8 日，消费者报道刊发胶原蛋白“美丽”谎言系列报道一，报道援引第三方检测机构出具的检测结果，指称汤臣倍健等三品牌的胶原蛋白产品事实上并不含胶原蛋白。胶原蛋白产品此前就曾因其美容功效而备受争议。以央视为首的媒体也多次发文质疑胶原蛋白产品。此次消费者报道的保健品市场明星厂商的胶原蛋白产品中居然不含胶原蛋白消息，无疑是一剂重磅炸弹。消息发布后，迅速在网络上热传，舆论哗然。媒体纷纷跟进质疑，网友则直呼上当。

8 日下午，汤臣倍健及时做出回应，微博公告回应媒体质疑。汤臣倍健的快速反应，值得称赞，其选用微博作为回应渠道的意识更是值得企业学习。但是由于胶原蛋白自身争议不断，此前更有东宝生物因涉嫌虚假宣传而遭受处罚，且媒体也在双方检测报告难分真假，胶原蛋白检测标准不明的情况下，再次将话题引向了此前便多次引发热议的胶原蛋白美容功效上，致使汤臣倍健的这一快速反应在功效上打了折扣。9 日，汤臣倍健深陷检测风波舆情持续高涨。

9 日，掀起此次胶原蛋白风波的消费者报道刊发了其系列报道的第二篇，打响了其质疑胶原蛋白美容功效的第二枪。报道在援引多方说法指称胶原蛋白不存在美容功效的同时，更是指出当前不少打着美容招牌的胶原蛋白产品中或含有类似雌激素的成分，过量服用雌性激素易诱发多种疾病。该报道刊发后，胶原蛋白美容功效话题再掀热潮。而据该报道所言，此后其还将发布胶原蛋白调查报告。为此，预计未来一段时间，胶原蛋白美容功

效话题将高热不断。除了此前被当作引子拉入其中的汤臣倍健等七家公司外，还将有其他相关公司被牵涉其中。为此，建议汤臣倍健等涉事企业，需密切注意该话题在网络上的发展情况，做好应对准备。

更多舆情，请关注新财富舆情中心微博 <http://weibo.com/xcfyqjk>

<http://weibo.com/xcfyqjk>

