

今年的“3·15”到来之际,一场发轫于网络媒体的负面危机,让农夫山泉深陷其中。农夫山泉先后经历了以“水中现黑色不明物”、“棕红色漂浮物”、“水源地垃圾遍布”为代表的“质量门”以及标准不如自来水的“标准门”,同时,农夫山泉在处置应对危机中表现失当等多重不利因素叠加,令其大伤元气。

农夫山泉错在哪

3月14日,消费者权益日到来的前夜,21世纪网以一篇《农夫山泉有点悬:水中现黑色不明物5年来屡被投诉》的调查报道,将农夫山泉质量问题推到公众面前,同时历数了农夫山泉5年来被投诉的情况。这篇报道成为农夫山泉此次“质量门”事件的发端。

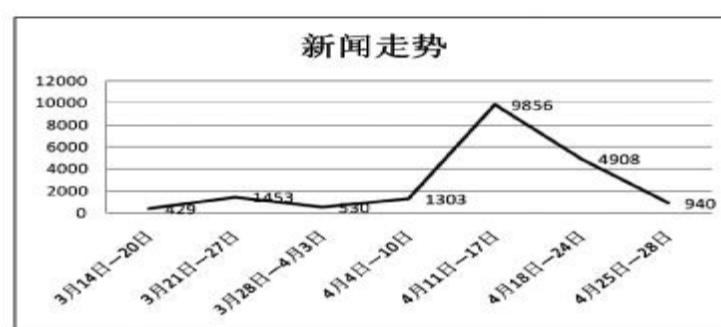
3月18日,21世纪网再发报道《农夫山泉回应公告撒谎 黑色不明物依旧是谜》,对3月15日晚农夫山泉做出的回应进行质疑,报道称,回应公告全篇仅195个字,存在明显敷衍,农夫山泉不仅撒谎,且其生产的水中含有的黑色不明悬浮物依旧是个谜。

3月22日世界水日当天,农夫山泉正在全国各大城市开展以“保护水资源,就是保护我们的生命”为主题的公益活动时,又一场危机迎面而来。当天,中央人民广播电台经济之声《天天315》的报道《农夫山泉现棕红色漂浮物 经销商称是矿物质析出》,经中国广播网发布后被其它网络媒体广泛转载传播。

3月25日,28日,21世纪网又分别发布了两篇调查报道《农夫山泉丹江口水源地上演“垃圾围城”水质堪忧》、《农夫山泉水源地调查二:藏污纳垢或因选址不佳》,此后事关农夫山泉产品安全的“质量门”开始持续发酵,并愈演愈烈,最终引发了各类媒体对此事的关注热情,一些探究事实真相的媒体不再局限于产品品质相关的报道,开始挖掘新的素材。

直到4月10日,《京华时报》一篇被网络媒体转载超800篇次的报道《农夫山泉被指标准不如自来水》,成为农夫山泉“质量门”向“标准门”过渡的标志性新闻。4月11日,该报再次发布报道《浙江质监局为瓶装水正名》,同时配发了特约评论员的文章《饮用水标准不是橡皮筋》,将“标准门”推向热潮。

舆情传播特点



舆情接连发生持续时间长

截止到目前,一场持续近一个半月的负面舆情危机始终笼罩着农夫山泉。之所以舆情长时间持续,不仅与连连曝出的产品质量安全事件有关,同时也与农夫山泉在处置危机中缺乏诚意、缺少担当有关,以至于媒体与网民以“扒粪”的决心和激情,将农夫山泉的“老底儿”赤裸裸地展现在公众面前,逼迫其知错纠错。

通过新闻走势图来看,在农夫山泉“标准门”出现之前,也就是“质量门”困扰下的农夫山泉并没有引起足够的舆论关注,媒体报道也比较有限,当时的舆情表现也仅限于事关企业产品质量安全的一般性舆情事件,若农夫山泉在当下及时、合理的予以处置,并有效化解了负面危机,相信后来的“标准门”有可能不会或者是延后发生,即使是最坏的结果,也不至于是“两重门”接连发生。

然而,当危机发生后,农夫山泉以“受害者”身份示人,并将精力放在了证明是某竞争对手制造了这一切的上面,最终导致顾此失彼,伤害了消费者的感情,进而造成了当下令其最不想看到的结果。

新闻走势图显示,4月11日至17日,有关农夫山泉“质量门”、“标准门”的报道达到峰值,总新闻量接近10000篇次,这一时间段的舆论在各类媒体上汇集,令农夫山泉遭遇了前所未有的打击。

全媒体联动形成传播规模

在关注、报道农夫山泉“两重门”的过程中,各类媒体都有参与。尤其是网络媒体的有关新闻量接近20000篇次,成为主要的传播平台。其中,多家网络媒体开设专题,全方位解读农夫山泉先后遭遇的各种门。

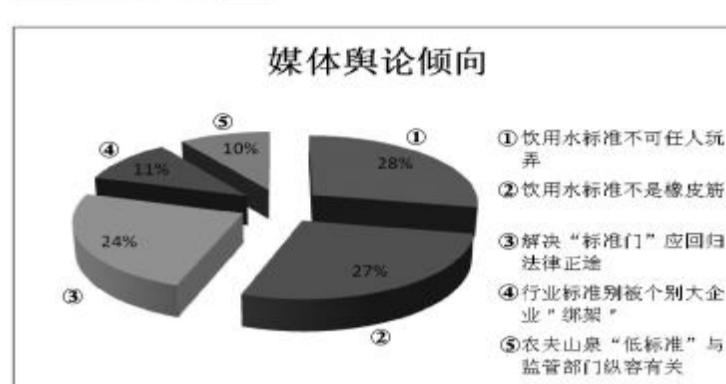
值得关注的是,电视媒体在事件的报道上也给予了大量时间,尤其中央电视台综合频道《晚间新闻》栏目、财经频道《第一时间》栏目、新闻频道《东方时空》栏目,三档栏目总计播报时长超过10分钟,在发挥媒体监督作用方面起到重要作用。同时,各地卫视也相继对此进行了播报。

报纸媒体在事件的发展上起到推波助澜作用,尤其《京华时报》有关农夫山泉执行标准的报道,更是将事件扩大升级,进一步拓宽了媒体报道视野和范围,让事关产品质量安全的事件,演变成全行业有关标准采用执行的大讨论。

其它类型媒体,如海外媒体、论坛/博客以及微博平台,都掀起了舆论热潮,尤其微博媒体用户参与者众多,有关信息更是层出不穷,亦成为承载此事件各类信息的最活跃平台。



舆论倾向分布



媒体观点倾向

28%媒体:饮用水标准不可任人玩弄

《京华时报》评论文章认为,“地标”与“国标”存在冲突,本应由“地标”的制定者来回应。农夫山泉的品质再好,也掩盖不了“标准”的冲突。从法律上理解,“国标”的意义在于,它在全国范围内适用的一种标准,是行业的最低准入标准。“国标”并不排斥地方另行制定“地标”,但前提是不得低于“国标”。如果“标准”冲突,不仅将损害“国家标准”的权威,更将损害消费者的合法权益。

27%媒体:饮用水标准不是橡皮筋

《京华时报》另一篇评论文章认为,产品标准,是市场经济的必备要素,正所谓有规矩才有方圆。但是产品标准,特别是饮用水这样的标准,绝不能像橡皮筋一样,忽紧忽松。像浙江的天然饮用水标准,竟然比自来水国标还宽松,就实在是松得太离谱了。事件暴露出我国产品标准从制定到执行,很是混乱。农夫山泉正是趁着这样的混乱,浑水摸鱼,自降品质。

24%媒体:解决“标准门”应回归法律正途

《京华时报》第三篇评论文章认为,农夫山泉“标准门”的理性发酵,不应变成媒体与企业的“单打独斗”,也不应发展为矿泉水公司的“对掐战”,更不能让真相被时间稀释。挽回公众对饮用水安全的信心,不能单靠企业的道德良知与社会责任,而必须回归到法律正途上来。

“标准门”折射出了当前我国瓶装水标准的混乱,但更凸显出该领域行政执法的式微。对于前者,清理工作正从标准审评的专业委员会到国家部委一步步推进;但对于后者,“标准之争”背后的行政失职或不作为,却未得到职能部门的回应。从根本上说,造成农夫山泉违反执行标准的危机,并非标准混乱或冲突所致,而是企业所在地执法部门对其执行标准缺乏基本监管和纠治。

11%媒体:行业标准别被个别大企业“绑架”

《中国青年报》评论文章认为,目前的行业标准制定,常常受限于行业中的企业,尤其是某些龙头企业。这种情况不仅存在于饮用天然水的标准制定中,在奶业标准的制定中也如此。要有效预防行业标准过低坑害消费者的行为,关键是要打破行业和企业在规则制定中的垄断权力。同时,政府监管部门必须负起责任,不能与行业巨头沆瀣一气。各行业尤其是食品行业的标准制定,关系到公众的生命健康,必须由政府部门、行业协会、企业、独立而专业的第三方机构和媒体、公众代表等共同参与,互相监督。

10%媒体:“低标准”与监管部门纵容有关

《长沙晚报》评论文章认为,我国现行的《生活饮用水卫生标准》是强制性国家标准,被称为“国标”,是最低的门槛。行业标准、地方标准和企业标准的要求都不能低于“国标”。然而,农夫山泉执行的浙江瓶装饮用水地方标准远远低于“国标”,监管部门为何视而不见?而浙江标准的起草仅有农夫山泉一家饮用水生产企业参与,这种自己出卷、自己考试、自己打分的“独角戏”,明显违规,监管部门为何不纠正?还不止这些,《食品安全地方标准管理办法》规定,食品生产经营者应当依照生产企业所在地的食品安全地方标准组织生产经营。农夫山泉在广东生产的水,明明来源于河源万绿湖,却要按照标准较低的浙江标准生产。对这种违规行为,有关部门为何不闻不问?

网民观点倾向

腾讯网有关的专题页面发起的调查显示,总计152506位参与者中,近96%的人曾购买过农夫山泉,而购买过华润怡宝的人占比不到48%。

对于是否认为是华润怡宝抹黑农夫山泉,仅有不到21%的人认为是,17.46%的人认为不是,超过62%的人认为不好判断。

对于以后是否还会购买这两种产品,超过32%的人选择会购买,仅有不到21%的人选择不会购买,而处在模棱两可状态的网友占比超过47%。从这项调查来看,农夫山泉所谓的被同行抹黑,似乎并未得到舆论认同。

网民观点摘要:

①朱毅:从各个角度讲我都支持消费者选择喝白开水,而不是喝矿泉水。因为矿泉水它有很多是广告用语,消费者不应该迷失在广告用语当中,没有必要去迷信矿泉水。

②孙锐:以后还是出门自带杯凉白开!

③赵黎:国家应出台饮用水和自来水等相关强制标准,不应由地方或企业来牵头制定。

④吾系村长:在农夫山泉低于自来水标准事件中,农夫一口咬定是怡宝抹黑,且只做自欺欺人的补救方式而没有有效的危机公关,相信农夫山泉的信誉下降不少。

⑤营养师学斌:站的角度不同了,现在农夫山泉拥有了大批忠实消费者,执行标准却还是当年的旧标准,典型的唯利是图。国家应严惩这些至人民健康于不顾的企业。

点评与启示

农夫山泉危机中结怨树敌

深陷“质量门”、“标准门”的农夫山泉,一边努力争取舆论理解、认可,想尽快摆脱舆情危机,一边却又陷入了与同行、媒体、行业协会的舆论战。

华润怡宝、《京华时报》、中国民族卫生协会健康饮水专业委员会等,相继被农夫山泉指责而卷入危机,成为农夫山泉要跨过的“坎”。

从舆情处置经验来说,应对、处置负面舆情过程中,不节外生枝,不画蛇添足,不朝三暮四,是负面舆情处置要遵循的原则。然而,危机中树下多个“敌人”,确实让这次危机的退场期延后数日。

危机中本能产生固化逻辑

每一次企业负面舆情危机发生背后,基本上都有着这样一种逻辑,即对于负面的发生,深陷危机中的企业最先想到的是竞争对手的栽赃陷害、嫁祸于人。此次事件中,这种逻辑显现无遗,怀疑华润怡宝制造了这场麻烦便是证明。

对此,首先,我们应该理解农夫山泉的这种想法,毕竟目前商业环境下,因为相关制度、法规的不健全,有关部门的监管不到位,行业协会的协调沟通作用欠缺,造成了无序竞争出现,使一些企业无良行为得以滋生,并对同行造成危害。因此,若要改变企业一遇负面就认为是竞争对手所为,不仅需要相关约束性的规章制度加以规范,更需要监管部门认真落实相关法规,加强监管,同时也需要行业协会发挥纽带作用和体现应有的担当以及行业标准建设、维护作用,为行业自净、健康运行积极鼓掌。

其次,需要警惕的是,这种怀疑对手抹黑的想法逐渐成为现象,值得反思和关注。“问题”企业遇到危机不认真自查本身的问题,反而怀疑同行别有用心,这种带有“不务正业”、本末倒置的应对手段,无助于问题的解决,更不利于企业形象的修复。

企业与人一样,不可能事事尽善尽美,出现差错在所难免,关键是以何种态度和方法去面对。媒体和广大网民乐见具有社会责任感和正义感的企业,更欣赏那些在犯了错误后敢于直面问责,敢于正视问题,敢于及时纠正错误的企业。

投诉渠道与反馈机制缺失

从此次遭遇的危机来看,农夫山泉之所以负面接连缠身,与其内部疏于对消费者的投诉、反馈进行管理有直接关系,进一步反映出农夫山泉本身缺乏有效的投诉渠道和反馈机制。

如果农夫山泉方面足够重视消费者的投诉和反馈,做到有诉求必回应,并真诚、及时地予以回应,不敷衍、不回避,以足够的诚意化解消费者的疑虑,当消费者得到合理合情的说法后,想必农夫山泉也不至于遭遇连番危机。

据中央广播电台《经济之声》的报道,针对农夫山泉现棕红色漂浮物一事,经销商给出了两种截然不同的解释。同一个问题却说法不一,经销商的做法令这场危机再生枝节。

经经销商前后不一的回应,同样被诟病和质疑的是经销商和厂家处理此事的具体做法和诚意。未对问题产品取样就草草的得出检测结果,也难怪消费者对此结果不认可。从上述事实来看,难免不让人觉得农夫山泉是在敷衍了事,同时也暴露了农夫山泉在售后反馈机制建设方面的缺失。

饮用水标准执行缺乏统一

农夫山泉“标准门”事件见诸媒体后,有关饮用水标准执行的质疑言论大量出现。此前,农夫山泉执行何种标准很少有人留意,然而,媒体报道称执行的是由农夫山泉参与制定的地方标准,且这一标准的某些方面比国家标准还宽松,甚至不及自来水标准,此报道一出令舆论哗然。受此影响,众多网友纷纷表示不敢再饮用。

在标准执行方面,我们要反思的是,为什么低于国标的地方标准被企业拿来长期使用,为什么国家标准不能在全行业有效统一执行。是地方罔顾国家标准,还是国家标准在推进方面缺少统一步骤和措施,还是企业方面缺乏执行力。

在标准执行面前,国家标准应是底线,企业要做的不仅是简单的符合国标,而是应该在标准建设与执行方面严于律己,不断追求高标准,对待标准任何时候都不放松。

地方保护主义隐现遭诟病

农夫山泉所采用的现行标准被质疑后,引发舆论震动。就在更多媒体和网民纷纷聚拢而来展开讨伐时,浙江省卫生厅与质检总局通过联合发文的形式介入此事,针对农夫山泉所执行的地方标准进行说明,称在某些方面并不比国标宽松。

这在舆论看来,两部门意在声援农夫山泉,同时亦在表明地方标准要优于国家标准。

从两部门带有明显倾向性的通稿看,难免有避重就轻之嫌,仅对农夫山泉微生物指标方面做了回应,却对于舆论担忧的镉、砷等危害物指标没有做详细说明,作为监管部门如此面对舆论,不得不让人对其目的性产生怀疑。也难怪,中国民族卫生协会健康饮水专业委员会称浙江省卫生厅及质监部门的举动涉嫌袒护和作假。