

“胶原蛋白”之争：莫让科学探讨沦为无意义口水战

（文稿转自新京报）

企业不应在舆论层面反复打口水仗，不妨走法律渠道，在法庭上摆事实、讲道理，以寻求公正的裁判。

5月24日以来，巨子生物旗下品牌可复美深陷“胶原蛋白争议”。据南方都市报报道，6月4日傍晚，可复美精华检测结果出炉，巨子生物表示，针对可复美 Human-like 重组胶原蛋白肌御修护次抛精华（可复美胶原棒 1.0），检测结果如下：确认产品中含有重组胶原蛋白，重组胶原蛋白含量均大于 0.1%。

之所以有此争议，主要是5月24日美妆博主“大嘴博士”（郝宇）发布视频称，巨子生物旗下的可复美重组胶原蛋白精华涉嫌严重造假，在这款可复美销量最大的产品中，重组胶原蛋白真实添加量仅为 0.0177%。

看似一场打假质疑，但从双方摆出的架势看，这里面的“故事”似乎没有这么简单。在“大嘴博士”打假之后，华熙生物官微发布《关于支持郝宇博士维护消费者权益的声明》，表示对打假的声援。至此，事件已经发生了变化。

如果对医美界有所了解就知道，华熙生物和巨子生物是医美界的两大巨头。二者不仅存在市场竞争关系，还被一些人解读为代表着某种技术路线之争：华熙生物代表的是玻尿酸，而巨子生物则是重组胶原蛋白。因此，华熙生物下场之

后，这场质疑就抹上了一层行业头部企业一决雌雄的色彩。

也因此，这段时间以来，双方之间的发言可谓“热闹”。一方指责对方是“水军运营”“拉踩测评”，另一方又回怼“颠倒黑白”“恶性竞争”，充满情绪化的口水仗，成为舆论关注的热点。

但在这个过程中，一个本该处于最重要位置的群体——消费者却被忽视了。消费者大概对于言辞激烈的指责兴趣不大，关心的问题只有一个：这些医美产品，到底是否合格？作为消费者，无心更没有义务卷入这种企业之间的口水意气之争。

更令人遗憾的是，在这场争议中，科学准则似乎也有被淹没的趋势。比如，巨子生物称，公司收到来自郝宇所用检测机构的道歉函，该机构表示对郝宇的做法“不予认同”，且“从未做出任何形式的授权”；而巨子生物新出具的检测报告，打假者郝宇也并不认同。

这当中的反反复复、各说各话，实在是让人迷惑。本该是以科学为准绳的纠纷判定，已经陷入了一团乱麻的状态。

然而，对于一个行业而言，这种状况显然不应该持续了。也即，对于医美企业之间的纠纷，需要有中立的仲裁出现。比如，相关监管部门应当适时介入，围绕双方争议点进行调査，查清是否涉及不正当竞争等问题，并出具有说服力的检测报告，从而平息争议、安抚消费者。

同时，涉事企业也不应当在舆论层面反复打口水仗，如果对自身举证有十足的信心，不妨走法律渠道，在法庭上摆事实、讲道理，以寻求公正的裁判。从维系商业信誉和市场伦理的角度来说，这才是更加负责任的态度。

某种层面上，企业的互相指责，对于医美行业的整体社会形象来说也是一种伤害。不可否认的是，近些年医美行业发展迅猛，但同时证照不全、虚假宣传、信息不透明等问题，也屡屡引发争议，社会信任度常面临考验。

鉴于此，2023年市场监管总局等部门联合印发《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》，要求强化医疗美容行业监管、保持对行业乱象高压严打态势。

而这场风波其实也和这种大背景有关，医美行业长期以来存在的深层问题，同样在争斗的背后若隐若现。比如，正是医美产品的标准不清、营销边界模糊等，才给了双方“大做文章”的空间，围绕技术规格等激烈论辩。

因此，这起公共事件，也不妨成为行业规范的一个契机。同时，厘清双方争议、进行专业检测、规范技术标准等，都应当进一步推进。也只有这样，这场“互撕”才能够提炼出更多正向价值，既有利于行业，也给消费者一个交代。