

海洋馆潜水遭鲨鱼袭击九处留伤

涉事景区表示已暂停潜水项目,受伤当事人称后续赔偿陷入僵局



紫牛头条
在这里遇见不同

最佳深度媒体 | 未经授权,不得转载摘编



6月15日,包先生向扬子晚报/紫牛新闻记者反映,一个月前,他在湖南长沙湘江海洋王国花费480元体验潜水,入水十几秒就被一条约3米长的沙虎鲨袭击,导致头皮撕脱,面部皮肤挫裂,鲜血直流。经过治疗,如今包先生的头、脸部位仍留有9处明显伤痕。包先生表示,对于后续赔偿,景区始终在推脱,反复沟通多次,至今双方未达成一致。

记者调查发现,国内不少海洋馆均设有潜水项目,而运营多外包给第三方公司,但人鲨共处一池并不多见。专业人士介绍,沙虎鲨价格不菲,不是所有海洋馆都有能力引进的,同时它也算是较为凶猛的鲨鱼品种,工作人员接近需要穿防鲨服。“狭小空间内圈养的鲨鱼更容易应激,风险高于野生个体。”

扬子晚报/紫牛新闻记者
刘梦雪



▲鲨鱼袭击包先生的画面(包先生家属拍摄视频截图)

▲包先生头部、面部都留下了伤疤

记者联系多地海洋馆,其中长隆海洋王国有客服表示,很久之前取消了潜水项目。另外,多地海洋馆也表示没有沙虎鲨的表演和互动。福建厦门某海洋馆工作人员表示,“一头3米长的沙虎鲨价格不菲,起码100多万元,不是所有场馆都可以引进的。”

业内人士:
所有鲨鱼攻击性都挺大,不要轻易去互动

“在我眼里,所有鲨鱼攻击性都挺大的。不要轻易去互动。”北京海洋馆一位从事潜水十多年的潜水员向记者承认自己“胆小”。这名潜水员表示,虽然自己作为专业人士曾经在马来西亚、澳大利亚海洋中潜过水,并与鲨鱼互动,但他并不建议游客去尝试。“即便是在场馆内也不建议。我们场馆主要是和海豚互动,没有鲨鱼。并且馆内潜水也只接待成年人,不接待儿童。”

南京海底世界水族馆饲养员介绍,该馆没有沙虎鲨,对任何一家海洋馆来说,沙虎鲨在馆内都算是较为凶猛的鲨鱼品种。“在海洋馆操作这类鲨鱼的时候,工作人员会穿防鲨服,就是类似钢丝做的外套。然后是双人操作,一人操作,另外一人持长的工具进行驱逐。”

专业人士介绍,圈养鲨鱼风险其实远高于野生个体。海洋馆水池空间狭小,沙虎鲨长期活动受限,胆子小,应激反应更强。

记者了解到,野生环境里沙虎鲨游动缓慢,外露尖牙只是捕食小鱼的生理结构,不会主动把人类当作猎物,远距离相遇时大多会主动避让潜水员。

下水遭鲨鱼袭击,家人隔着玻璃拍下过程

包先生向记者回忆了当天的潜水经过:“工作人员只教了氧气筒的使用方法、排气操作,以及上浮、下潜的手势,现场也没有配备防护头盔、脚蹼等相关装备。”

包先生告诉记者,现场工作人员没有讲解更多的安全注意事项。“没有告知有鲨鱼,更别说提及鲨鱼的习性了。”

包先生没有潜水经验,稀里糊涂就跟着教练下了水。没多久,就遭遇鲨鱼袭击。

包先生的爱人站在场馆内,隔着玻璃拍下了鲨鱼袭击的过程。

受伤后,包先生从长沙湘江海洋王国得知,袭击他的鲨鱼是沙虎鲨。包先生质疑,海洋馆是本次鲨鱼伤人事故的主要责任

方,海洋馆明知该物种近距离接触有咬伤风险,却不设置隔离、不发放防护装备,淡化风险提示,应该承担所有责任。

让包先生非常气愤的是,自己被鲨鱼袭击后,120急救电话还是他怀怀孕的爱人拨打的。

据悉,5月15日当天事发后一个多小时左右,收款方长沙欢乐海洋公园有限公司就将480元的潜水费用退回给包先生。景区派人陪同就医,支付了医疗费。

包先生认为:“5月15日住院,5月22日出院。此后还要遵医嘱全休3个月。我光误工费就不少。现在一个月过去了,园区方至今没有和我达成进一步的赔偿方案。”

园方答复函: 潜水项目与沙虎鲨行 进路线发生意外交集

记者拨打景区客服电话,客服表示:潜水项目在升级改造,已经关闭。景区正与当事人进行积极沟通。随后,记者又多次拨打客服电话,均无人接听。截至记者6月15日晚发稿,涉事景区未对记者提出的采访要求给予回应。

“这个项目位于长沙湘江海洋王国内部。我受伤之后才得知,该潜水项目是对外转包出去的。海洋王国的对外平台并不直接售卖该潜水项目,要在名为‘蓝洞猎奇’的板块里才能购买相关服务。”包先生6月15日下午向记者出示了一份长

沙欢乐海洋公园有限公司5月23日给出的答复函首页部分。上面写明:2026年5月15日,包先生在我司场所内体验第三方专业机构厦门艾汕体育发展有限公司运营的潜水项目时,因与沙虎鲨行进路线发生意外交集,导致包先生头面部受伤。

记者从多家海底世界了解到,景区将潜水项目外包给第三方运营,在行业内似乎比较常见。记者致电北京太平洋海底世界咨询,一位客服明确,景区内潜水项目外包给了俱乐部。该客服还表示,因为是外包的,不是公司内部部门,电话也无法转接给潜水项目运营方。这名客服回复记者,景区没有沙虎鲨,且潜水项目最深潜到3米深,也不会碰到鲨鱼。

百万粉丝博主就餐照片被商家私自挂墙宣传

律师:博主可主张商家停止侵权并公开致歉

紫牛热点

近日,四川的吴女士(化姓)向扬子晚报/紫牛新闻记者反映,自己于2023年10月在成都某连锁品牌火锅店用餐时,与朋友拍摄了合照,但商家未经她同意,便将合照中她的形象单独截取下来,还在旁边标注了她的网名和粉丝量,挂在了火锅店的照片墙上。吴女士表示,自己是一名在全网拥有近600万粉丝的博主,“我发现视频说了这件事以后,很多网友都说在他们当地的火锅店看到了我的照片,甚至国

外的网友也这么说。商家未经我同意大规模地使用我的照片,这侵犯了我的肖像权。”

吴女士称,自己之所以会去吃火锅,是因为当时有朋友来成都,“她说她和这家店的负责人熟,对方说要请我们吃火锅,我才跟着去的。”用餐过程中,她和负责人没有什么交流,“吃饭的时候没说几句话,没加联系方式,他也没说要跟我进行商业合作。”用餐结束后,吴女士的朋友将两人在店内拍的合影发到了朋友圈。

此后,有人在网上私信吴女士,说商家把她的照片挂在了墙上。起初她没太在意,“但后面我发现全国很多家门店都挂了,

这已经超出了我的预想。他们这样做可能会给消费者带来误解,消费者会认为‘这是我喜欢博主或者这是某个有名的博主推荐的’,如果店里出现任何问题,我不知道自己是否需要承担法律责任。”6月14日,吴女士在社媒上发视频讲述此事,评论区中也有其他省份的网友表示,曾在火锅店的墙上看到过她的照片。记者在点评软件上查看了该火锅品牌门店的照片,发现确有多家店铺的顾客实拍中出现了吴女士的照片。

6月15日凌晨,火锅店负责人联系了吴女士,“他说已经让门店把照片取下来了,跟我道

歉,还说要给我下个商单,让我给他们门店拍摄宣传视频,他给我付费。”对此吴女士并不接受,“他现在跟我说下商单,说明他知道我的账号、我的形象是有商业价值的,但在我曝光这个事情之后他才跟我说了这些。”

6月15日,记者联系该火锅品牌负责人,对方否认了此事。记者又联系了网友实拍中挂有吴女士照片的火锅店,工作人员表示“我们也管不了这件事,我们是员工。”记者向对方描述了吴女士照片的样子,询问现在是否还挂在墙上,店员回答“对,挂着呢”,随后以忙为由挂断了电话。

针对此事,南京仲裁委员会仲裁员、江苏润商律师事务所主任崔武律师告诉记者,若商家将吴女士的肖像挂上多家门店,其行为本质上是在利用其知名度进行商业宣传,吸引顾客,属于典型的以营利为目的使用肖像。根据《民法典》第179条、第1018条,吴女士可以主张商家停止侵权并公开致歉。同时,若侵权行为造成了吴女士的社会评价降低、精神困扰,可主张精神损害抚慰金;司法实践中,法院会结合博主的知名度、粉丝量、侵权范围、使用时长等因素,综合认定赔偿金额。

见习记者 甘嘉颖