

# 海景房“1元起拍”背后的商业套路

近日,在多个线上拍卖平台,出现了大批“1元起拍”的房产,其中有不少是山东乳山、广东惠州等地的海景房。这些被挂拍的房产,大多被碧海蓝天围绕,室内装修风格清新,有的出门便是滨海浴场、大海沙滩。

如此旅居房源,真的一元起拍?记者采访发现,这背后实际上套路重重。有业内人士提醒称,与法院主导的司法拍卖不同,上述房产拍卖属于商业行为,购房者可能面临房源情况难核实、交易税费及平台费等隐形成本高、拍卖公司主导交易可能悔拍等风险,建议评估风险谨慎参与。



## 海景房超低价起拍

海景房又火了!这次不是因“几万元买套房”,而是直接“1元起拍”。

近期,克而瑞发布了一份统计数据,显示2025年6月新增挂牌房源中,有278套房源的起拍价被设置为1元。这些“1元起拍”房产,大多数来自山东威海,共计216套,均为乳山的海景房,涉及超90个小区。记者检索多个拍卖平台发现,确实存在“1元起拍”的房产,甚至还设有专区。

比如,打开阿里拍卖APP,在房产频道有“1元起拍”栏目,涉及山东、广东、四川等多个省份,包含自称商铺、住宅等不同类型的房源,不管实际情况如何,起拍价都被设置为1元,保证金则从一万元到数万元不等。

其中,最引人瞩目的便是“特价海景房”,囊括了山东威海、广东惠州、海南三亚、广西北海等几个城市,其中尤以山东威海乳山的房源居多。

记者核实了几套房源发现,这些被挂拍的海景房,市场价多在数万元到十几万元不等。

比如,乳山某小区,有一套41平方米的一居室正

在被拍卖,起始价仅1元,保证金1万元,加价幅度100元,截至目前出价为201元。而在房产中介平台上,该房源也在被挂牌出售,价格为7.7万元。再如乳山另一小区的一套房源,52平方米的两室一厅,拍卖起始价同样为1元,保证金1.2万元,加价幅度100元,截至目前出价为101元。在房产中介平台上,该小区同户型的房源,挂牌价普遍在7万元左右。在大量“1元起拍”房源中,甚至还有“5毛起拍”的。

一直以来,乳山海景房因低价为人所知,但即便如此,当地二手房均价也超过2000元/平方米,单套房源从数万到十几万不等,还有总价近50万元的精装二手房。如今涌现的“1元起拍”房产,真的能让人“捡漏”吗?

## 拍卖背后套路重重

记者多方采访发现,这些超低价起拍的海景房,背后猫腻并不少。

首先需要厘清,目前批量出现的这些房源,并非司法拍卖的“法拍房”,大多是商业竞拍。商拍房

产来源比较多样,有的是个人或企业自愿拍卖,有的是商业机构募集而来,通常参与者多、规则灵活,属于商业行为。前述提及房源的竞拍公告便标明:本套房屋的竞卖为“资产处置”,不同于司法拍卖,公司不承担标的瑕疵保证,强烈建议有意向竞买人亲自实地看样。

对此有网友表示:就算是商拍房,但价格这么低,是不是也能捡漏?实际情况可能并不简单。近日记者观看了几场拍卖全过程,房源无一例外都是1元起拍,最后被拍到正常价格,甚至比市场价还高,几乎不存在超低价成交的房源。

记者查看了几个主要的拍卖公司账号,在主页已经拍出的房源中,基本没有超低价成交的海景房,价格最低也有三万元,高的有数套则超过20万元。

一名当地人士表示,那些拍到市场或较高价的房子,也并非都是网友出价。“这些房产拍卖背后有不少中介,如果房子出价一直很低,拍卖过程中会有托儿把价格加上去,通过制造热度引导网友出价,网罗可能上钩的人。”

在前述两场拍卖中,记者发现,这两套房源均是一天内无人问津,在竞拍结束前五分钟,突然开始疯狂加价,短短几分钟内价格从百元抬升到超十万元。

此外,这类拍卖的竞拍规则,一般都由拍卖公司决定,最终房源是否真正成交等具有不确定性。记者发现,有不少显示竞拍结束、有成交价的房源,目前仍然在房产中介平台挂牌,咨询后相关带看人士均称“房子还在”。

有网友便分享称,自己出于好奇参拍了一套房源,但过了几天便没了下文,保证金被退回来了。另一当地人士表示,这类房源在拍卖时会有一个“保护价”,委托人和拍卖公司早已定好,如果最终价低于该价格便不会成交。

一位在乳山做了多年房产中介的人士称,其实当地不少二手房都在中介手中,他们通过低价收房、加价转卖赚取收益,比如游说老业主5万元转手、自己再加2万元卖出去,这种低价拍卖活动有的也是噱头和引流手段。

## 律师:“捡漏”营销暗藏风险

如果消费者出于“捡漏”心态,参与低价房产商拍,可能存在哪些风险?北京金诉律师事务所创始合伙人王玉臣律师表示,“1元起拍”很多时候不只是试水,更是一种营销方式,目的是吸引更多人关注房源。在实务操作时,成交价往往并非1元或超低价,不会按所谓的“起拍价”成交。

他还表示,如果并非司法拍卖,通常无法享受司法拍卖中法院负责清场的保障,如果存在产权瑕疵时需自行诉讼解决,成本较高,还可能遭遇“长期租赁合同”等恶意对抗情形,以及存在未披露的税费、物业欠费、抵押债务等问题。

与此同时,非司法拍卖的方式,可能会缺乏保证金监管机制,或者存在卖家自抬价格、虚假竞拍的风险。即便最终成交价低于预期,普通卖家的违约成本,也远低于司法拍卖,成交后可能因市场价差拒绝配合过户。

在费用方面,记者查询发现,如果购房者通过商拍渠道买房,成交后还需支付软件服务费(成交价的0.5%—1%),以及支付给拍卖机构的佣金(成交价的5%);而在乳山,当地中介表示,正常买二手房的中介费是成交价的1%。

克而瑞近日文章也称,部分二手房东选择拍卖方式,属于市场行为,无可厚非。但对买家而言,即便是“法拍房”,司法机关或拍卖平台尚不能给到完全的披露和保障,那些并非司法拍卖的房源,保障度就更低了,需要买家具有专业知识。

现实交易中,这类非司法拍卖的房源,可能会遇到其他办理产权过户、无人入住使用、无法落户、卖家其他债权人提出异议等诸多情况。

克而瑞表示,近期多地出现“1元起拍”的特价房,背后也是受二手房交易流速下降所影响。建议各地进一步规范二手房进入拍卖的条款,在完善二手房支持政策的同时,也需处理好各方权责关系,避免不必要的纠纷和风险。

据《第一财经日报》作者:孙梦凡

# 沉浸式戏剧让观众成为共创者

当观众不再是被动接受剧情的观看者,而是成为剧情的参与者甚至是故事的推动者时,传统戏剧的“第四面墙”被击碎了。从上海麦金依酒店的《不眠之夜》到内蒙古草原上的《乌兰牧骑》,从南京荒诞喜剧《今夜谁将降临地球》到感官启蒙互动剧《大自然的声音》,一种以“互动性”“参与感”“多感官体验”为核心的沉浸式戏剧正在重新定义戏剧与观众的互动关系,同时也成为年轻群体追捧的文化消费新宠。

## 打破传统观演壁垒

传统戏剧中观众与舞台泾渭分明,观众作为旁观者只能静静欣赏舞台上演绎的故事。然而,沉浸式戏剧的出现为戏剧艺术注入了新的活力。近日,记者体验了热门剧目《不眠之夜》,深切感受其独特的魅力。

《不眠之夜》改编自莎士比亚的经典悲剧《麦克白》,演出场地选在了上海一座五层楼高的麦金依酒店。当记者踏入这座建筑,复古的装修风格仿佛瞬间将人拉回到中世纪的欧洲。每一位观众在入场时都会领取到一个面具,戴上它仿佛化身“幽灵”,以一种隐匿而独特的身份参与这场戏剧之中。

首先要穿过一个漆黑的迷宫。在这幽深的环境中行走时,观众的情绪逐渐酝酿。走出迷宫,可以看到90多个风格各异的房间,观众可以自由穿梭其间。在这里,观众没有固定的身份,可以完全自主地选择跟随不同的角色开启属于自己的独特剧情线。记者跟随麦克白来到了书房,当他那挣扎的目光扫过观众时,即便隔着面具,也能清晰地感受到他内心的纠结与痛苦。在热闹非凡的舞会上,记者更是被邀请共舞。观众与演员之间的互动十分自然流畅,毫无违和感。记者在不经意间阻挡了班柯鬼魂演员的行动路线,本以为会破坏这场表演,没想到演员立刻巧妙地调整了路线,并用一段即兴的哑剧表演,将观众的存在合理地融入剧情之中。

沉浸式戏剧还巧妙地运用了气味这一独特的元素,让观众仿佛身临其境。在《不眠之夜》中,邓肯国王被谋杀后的卧室弥漫着一股血腥气息,让人仿佛能真切地感受到那血腥的场景;而精神病院的场景则飘浮着消毒水与薰衣草的混合气味,营造出一种神秘而恐怖的氛围;在顶楼标本室,麦克白与女巫密会时,观众能闻到制作动物标本所用的防腐剂气味,进一步增强了场景的神秘感。

除了《不眠之夜》,国内目前还有许多优秀的沉浸式戏剧作品,它们以各自独特的方式展现着沉浸式戏剧的魅力。

据了解,在沉浸式戏剧《乌兰牧骑》中,观众可以手持“巡演地图”与少年额尔登一起加入巡演队伍。时空仿佛穿越回到了1965年,在暴雨倾盆的山路上,观众与演员共同面临着是否冒险前行继续踏上演出的道路的抉择。这种身临其境的体验,让观众更加深刻地感受到了那个时代的艰辛与坚韧。而荒诞喜剧《今夜谁将降临地球》则别出心裁,让观众化身“仿生人导师”,通过解谜任务来影响机械星球的命运轨迹。

## 互动体验创造回忆

记者搜索多部沉浸式戏剧的票价,发现相较于普通戏剧票价,沉浸式戏剧要略贵,多在200元以上。但在网络平台却有很多关于沉浸式戏剧的体验,种草笔记,且体验沉浸式戏剧的大都是年轻人。

记者看到,《不眠之夜》7月的票价有两款,分别是640元、710元;8月的早鸟票为605元,标准票710元。但高票价并没有挡住消费者的观看热情,一位观看了《不眠之夜》的观众对记者说:“今天是我四刷这个剧了,每次刷剧的感受都不一样。8月份我准备去北京看《偷心晚宴》,介绍说是一部沉浸式带餐喜剧。”据记者了解,《偷心晚宴》的票价在200元到400元不等。

沉浸式戏剧到底有着怎样的魅力,让年轻观众不惜跨越地域花钱体验?北京某影视公司负责人秦枫对记者说,年轻观众渴望在观剧过程中拥有更多的话语权和参与感,传统戏剧那种“单向输出”的表演方式,就像是一潭平静的湖水,难以激起年轻群体内心对个性化、互动性体验的渴望。而沉浸式戏剧凭借其独特的魅力精准地满足了他们的这一需求。

“沉浸式戏剧让我有一种感觉,虽然选择的是故事的走向,但似乎是在为自己做选择。”一位观众对记者说,“还有我不再是孤独的观看者。比如《疯狂理发店》这部剧中,观众需要化身聪明的侦探,通过推理指认凶手。而演员则会根据观众的选择调整表演。这种共同创作的模式,让观演过程变成了一个充满活力的社交场域。观众在交流、讨论和推理的过程中,共同创造了一段难忘的回忆。观剧也成为一种极具社交价值的体验。”

掌控感与参与感就像两块强大的磁石,深深地吸引着年轻观众。国家二级心理咨询师冯芹对记者说,在这个追求个性与互动的时代,沉浸式戏剧无疑为观众提供了一个释放自我、展现个性的舞台,让他们能够在戏剧的世界中找到属于自己的独特体验。这也是年轻观众愿意为沉浸式戏剧付费的原因。

## 探寻发展新机遇

沉浸式戏剧作为尚处于发展阶段的新兴表演形式,它既有广阔无垠的发展空间,也面临着亟待解决的问题。

据记者了解,随着AI、脑机接口技术的不断发展,未来沉浸式戏剧将突破更多限制,为观众带来更加深入和个性化的体验。尽管沉浸式戏剧的体验感在科技的助力下不断攀升,但高昂的剧场改造成本抬高了演出、观看的成本。据了解,将传统剧场改造为沉浸式演出空间,每平方米的成本约在500元到1000元之间。对于那些需要安装声、光、气味系统,配备VR/AR系统、传感器、动态灯光等先进设备的剧目而言,改造成本更是水涨船高。一次性投入动辄数百万元,单场技术维护费用有时甚至超过10万元。如此高昂的成本最终转嫁到了票价上,使得沉浸式戏剧的票价居高不下,这无疑在一定程度上阻碍了更多观众走进剧场,也限制了观众的二次观演意愿。

让人欣喜的是,沉浸式戏剧正积极与文旅、商业等领域展开深度融合,逐步构建起“演+游+购”的完整产业链,反哺演出费用。

另据了解,2024年《沉浸式演艺运营服务要求》团体标准发布,首次明确了“沉浸式演艺”“沉浸式演员”等关键术语,并对沉浸式演艺运营服务的相关资质要求、制度要求、场地要求、内容要求、知识产权要求、运营要求和观众服务要求等方面进行了详细规定。这填补了行业标准的空白,为沉浸式演艺的规范化发展奠定了基础。

据《中国消费者报》作者:李燕京

# “到此一游”有了新“写法” “出片游”成文旅新潮流

当下,越来越多游客追求出游即“出片”,在游玩的同时用镜头记录风景,并通过社交平台分享和传播,带动景区“出圈”。为了满足游客需求,一些景区主动打造网红景点、提供旅拍服务,不断完善“出片”体验。“出片游”进一步带火文旅消费。

暑期出游旺季来临,各大景区的网红打卡点正迎来络绎不绝的游客。妆容精致的游客们直奔最佳机位,举起手机或专业相机多角度取景拍摄,再经过精心构图和反复调试后,挑选出最喜欢的照片,将“出片”的喜悦分享至社交平台,带动景区“出圈”……

眼下,“出片”已然成为许多人旅行中不可或缺的一环,而“能出片”也成为招揽客流的重要“卖点”。为此,一些景区主动打造网红景点、提供旅拍服务。“出片游”正成为文旅新潮流。

## 开辟“出片”新视角

7月26日19时50分,随着夜幕降临,北京天坛祈年殿的灯光亮起。在位于北京红桥市场5层露台的观坛艺术空间,游客们纷纷举起手机、相机,定格下这一绝美的亮灯时刻。

“网上推荐的‘天坛拍摄最佳机位’果然名不虚传。”来自广西的摄影爱好者唐先生提前3个小时就来到观坛艺术空间的露台,架好三脚架和长焦镜头,等候捕捉祈年殿华灯初上的惊艳瞬间。记者在现场看到,不到19时,面向天坛一侧的露台座椅早已被等候拍照的游客坐满。

登上露台,檐角听风,西望天坛,东观中国尊……因为拥有绝佳观景位,观坛艺术空间的露台近来在社交媒体上迅速“出圈”,吸引了众多游客前来打卡拍照。

“除了‘观坛’,游客还可以在露台上品尝一份下午茶。”在红桥市场策划部负责人尹泽骁看来,一杯印有“观坛”拉花的咖啡,搭配祈年殿造型的创意甜点,不仅为游客提供了别具一格的拍照素材,也能为整个行程增添难忘的记忆点。

尹泽骁告诉记者,此前,红桥市场5层露台并未得到充分利用,但随着观坛艺术空间入驻,越来越多的游客专程来此饱览天坛周边美景。红桥市场这个北京的传统消费地标也因“观坛”焕发新的生机,成了网红打卡点,客流量明显提升。

据北京东城区文旅局相关负责人介绍,今年暑期到来前,北京市东城区启动了“微风露台计划”,统筹推进历史风貌保护与消费场景创新,精选故宫以东的多处露台景观,为游客设计了一份“露台图鉴打卡指南”。这些精选露台以不同的“出片”思路,吸引游客从不同视角欣赏北京。

## 打造“出片”新场景

作为曾经的“老工业区”,北京石景山区正在通过不断打造文旅消费新场景,逐渐化身“京西潮流新地标”,一系列新晋网红打卡点持续刷新游客对这里的印象。

7月上旬,在石景山区文化创意产业园区——郎园Park内举办的一场名为“给所有人的毕业祝福”的主题活动吸引不少市民游客前往。围绕毕业季主题,活动现场通过搭建毕业祝福长站台、毕业祝福小舞台装置、布置地贴装饰等形式,

为广大游客提供多种毕业主题拍照场景。

在打卡区内,游客可以趴在课桌上重温校园时光,也可以在职场站台的能量账单旁“充电”,还可以穿上主办方提供的学士服“重返”毕业典礼现场……在社交媒体平台上,这场主题活动被写进了许多博主的推荐打卡拍照攻略里。

“我们关注到‘出片’文化在年轻人中很流行,就在毕业季策划了这场主题活动,希望进一步丰富大家的游玩和消费体验。”活动主要策划方的石景山区文旅局相关负责人表示,主题活动还联动了国际雕塑公园、万达广场等周边30余家商户推出促消费内容。

今年以来,北京演出市场持续火爆。6月21日至8月31日,石景山区首钢园六工汇举行“夏日音乐会”品牌活动。据活动负责人陈晶介绍,歌迷们分享到社交媒体上的音乐会现场短视频和照片在网络上热度持续攀升,吸引了来自全国各地的游客前来打卡。

“截至目前,‘夏日音乐会’带动了周边商圈客流同比增长27%,销售额同比提升6%。下一步,石景山区还将推动六工汇沉淀池广场持续打造音乐演艺品牌,进一步丰富市民演艺体验。”石景山区文旅局相关负责人表示。

## 探索“出片”新方式

“没想到酒店还能提供免费旅拍服务,效果超出预期!”近日,上海游客张女士住浙江杭州九溪景区一家酒店时,意外获赠一项贴心服务——酒店为每位住客提供一次免费专业旅拍体验,并赠送3张精修照片。

据酒店工作人员介绍,该酒店毗邻龙井茶园,许多客人慕名前来感受茶山风光。为进一步提升游客体验,酒店特别联合专业摄影工作室推出旅拍服务,让客人不仅能沉浸于自然美景,还能带走高品质的旅行纪念照片。

除了开发“旅拍+住宿”服务,一些景区还通过设置“网红拍摄点”标识牌、提供服装租赁等方式为游客“出片”提供保障。而为进一步规范旅拍行业秩序,一些旅游城市也在积极采取措施。例如针对“低价揽客、高价结算”“套餐模糊、临时加价”等消费乱象,甘肃敦煌有关部门制定了统一标准,要求商家对核心服务项目以阶梯式形式明码标价,让消费明细一目了然。

“景区为游客提供专业旅拍服务,既能提升游客体验、增加二次消费,又能通过游客在社交媒体平台上的自发传播,形成免费宣传。”苏州大学社会学院旅游管理系教授、东吴智库副院长周永博表示,社交媒体促使旅游体验由传统的“到此一游”向分享与传播转变,而游客更倾向于为具备传播属性的体验买单。

周永博认为,“出片热”是文旅产业向“内容驱动”模式转型的缩影。要实现从短期流量到持久“留量”的转变,还需依托景区的文化基因构建差异化优势,运用科技提升体验深度,打造可持续模式。如开发季节限定产品以形成四季持续的消费热点;运用数字管理手段均衡客流分布,提升服务效率;实施文化反哺,将旅拍收入用于支持非物质文化遗产保护等。

据《工人日报》作者:曲欣悦