

能穩住市場 就是合理房價

張金鶚、花敬群

(中國時報 15 版, 88 年 1 月 7 日)

喧騰各界的「振興營建業方案」,引發了公平正義、護盤效果等議題論戰,在建築業界與蕭萬長院長公開呼籲降價後,「合理房價」或「房價該降幾成」的議題逐漸成為新的焦點。業者認為「今年預期有一成的房價調整空間,甚至可能再向下調整」,蕭院長說「建築業的價錢一定要降的」。在贊同這些說法之下,我們認為應該要把降價的問題與意義說清楚,希望能夠產生有效的降價結果,而非增加混淆社會的訊息。

住宅價格水準的形成主要有三種依據。一是從需求面以家庭平均年所得與房價比例關係計算,先進國家的經驗顯示,房價約為家庭年所得二至三倍,以國內情況而言,相關研究約以四至六倍做為合理房價的基準,倍數則視各地區生活水準與負擔能力而有所差異。第二是從供給面由業者擔負的土地、營建、管銷成本,加上依據市場環境而變動的利潤水準,而在市場環境變動中,可能產生高額利潤,但也可能是虧損。然而,前兩種原則在一個合理的市場環境下,應該都只是價格水準的參考點,因此,所謂合理價格應該是以健全市場機制下的價格水準為依據,但這裡的市場價格並不是指只要有人願意買或願意賣的價格,而是指在資訊充分且無不當干預下,多數市場供需雙方都願意接受的價格水準。但因為目前市場資訊十分欠缺,且受到補貼措施的干擾,因此市場價格並不是在合理的環境中形成,這也造成目前對所謂合理價格各說各話的結果。

然而,價格的降低是當前住宅市場供過於求的必然結果,而非是否該要求業者降價求售的問題。因此問題的核心應該是去了解當前市場環境下最直接的四個問題:一是降價幅度與增加銷售量的關係,二是消費者願意購屋的價格以及對預期跌價的疑慮,三是業者的預期以及資金周轉的成本負擔問題,最後則是如何讓地區性市場餘屋和緩地消化。前三個問題是短期的因應,而且是相互約制的,第四個問題則是長期解決之道。

基本上降價幅度與預期跌價心理的消除,以及購屋意願與能力都有直接關係,因此降價幅度與增加銷售戶數是遞增的關係。簡單的假設狀況如下:如果降價一成只可以增加一成銷售戶數,此時降價對業者的資金周轉是毫無貢獻的;如果降價一成五可以增加三成銷售戶數,那降價就有些許意義;如果降價三成可以增加一倍銷售戶數,此時降價對舒緩業者資金壓力便大有貢獻。但不可否認的,前述數據需要從市場的運作來測試,也表示著降價幅度不是誰能夠預設底線的,這就是市場機制的意義。必須進一步說明的是,降價幅度的認定,除了依據業者資金問題嚴重程度而不同,更應該依據各地區的餘屋多寡、區位條件、產品品質、建商信譽等情況有所差異,而非一視同仁地對待,如此方能去蕪存菁,讓優良建

商與社會大眾同時受益，並迫使不良建商加速淘汰。

在降價過程中最重要的工作，就是要尋求有效的降價方式，以讓住宅需求者願意進場購屋，同時也讓市場走向健全。因此我們建議業者可以將部分產品採取公開標售方式，以探求消費者的心中底價，做為其餘產品降價的參考依據；同時希望業者能夠表現降價的誠意，公開價格與交易資訊，並讓消費者真實感受到價格下跌，如此方能在消除預期心理下，促使消費者購屋；而政府部門應該儘速進行市場餘屋與相關資訊的調查與公開，以協助市場健全穩定發展。

最後我們要強調的是，消費者絕對不應該只針對價格高低進行購屋決策，而應該思考自己的負擔能力、實際的住宅需求，以及市場風險等因素，將住宅消費決策全然以自己與家庭的各種利害條件為依據，即使準備購屋，也應該慎選建商與住宅品質，而非為了補貼的蠅頭小利而倉促決定。