

我國不動產市場之現況與未來

--從三個研究調查成果談起

張金鶚教授(國立政治大學地政系)

壹、前言：一些基本觀念的釐清

一、房地產市場

房地產市場是屬於獨佔性競爭市場結構。獨佔性競爭市場的基本特徵為市場有眾多的消費者與生產者，進出容易，但每一產品具備異質性，因此個別生產者仍有部分的價格決定力量。將其運作模式套入房地產，可進一步歸納房地產市場之特徵：(1) 地區性市場 (2) 私下交易，資訊不易公開(3) 市場的供給調整緩慢 (4) 市場的需求調整亦緩慢(5) 市場有景氣循環的現象(6) 公共介入性強。

房地產市場是房地產的供給者與需求者交易金錢與房地產的環境。供需雙方參酌房地產的品質，協議價格，在協議一致時可以決定成交價及成交量。房地產的供給者會參考市場的需求，提供符合市場可接受條件的房地產，而需求者參考市場上房地產的品質以競價的方式取得房地產，最後依照市場供需與價格機制達成房地產市場均衡。

房地產市場的供給指的是超過基本價格水準以上的出租或出售行為，低於此價格水準則因為缺少產生利潤的供給誘因而無供給量。若將房地產市場依照類型特性區分為預售屋市場、新成屋市場以及中古屋市場，預售屋市場的供給者為開發業者，即所謂的建商；新成屋市場的供給者為開發業者，以及預售階段的投資者；中古屋市場的供給者為中古屋的所有權人等。而影響房地產市場供給的因素主要是投資者或開發業者的成本與利潤，歸納影響的因素主要有下列幾點：(1) 房地產的價格(2) 生產要素的價格(3) 生產要素生產力和技術(4) 房地產存量品質(5) 融資條件。

房地產的需求是在指在某一個時期，特定類型的房地產次市場中，不同的價格所對應的需求量。而因為房地產具有投資及消費雙重性，因此房地產的需求可分為兩類，即居住需求與非居住需求。居住需求又可分為第一次購屋需求與換屋的需求，第一次購屋需求是有一定的數量，這可由新家戶單位的出現或人口、所得方面來推估；而換屋需求亦可從家庭結構的改變、就業機會、人口數的成長或由所得來推求。非居住需求也可分為兩種，即短期的投機與長期的投資需求，前者是將所購買的不動產閒置，待價高轉售以謀利，也就是一般提到的空屋型態；後者則是對所投資的不動產以經營的方式獲取利潤，例如租賃便是其中的一種，這兩者都在投資市場占有相當固定的比例，特別是短期投機性需求在房地產市場景氣時，市場上佔有相當主要的比例，影響房地產價格的波動。將影響房地產需

求的因素歸納如下：長期影響因素 (1) 人口變動(2) 家庭結構變動(3) 所得變動(4) 就業機會改變(5) 房地產偏好改變；短期影響因素 (1) 貸款或金融條件變動(2) 通貨膨脹 (3) 預期景氣(房價)變動(4) 稅賦變動(5) 季節性影響。

價格與交易量是描述市場狀況最重要的兩項指標，價格含有成本或利潤的意義，對供需雙方均形成直接影響，所以「價格機能」便成為決定市場資源分配的基本原則。另一方面，市場交易量表現著市場活動力的強弱，以及價格被市場參與者接受的程度。由於房地產市之供給者有建商與一般售屋者，需求有投資需求與消費需求，因此房地產市場價格與交易量波動的探討，可針對不同供給者與需求者的特性加以分析，以分別了解其對價格與交易量產生的影響。

房地產需求者由於房地產的異質性以及市場資訊的不足，因此較屬於價格的接受者，故對市場交易量與價格波動的影響相對較低。房地產的供給者包括建商與一般售屋者，雖然建商的供給量僅佔市場交易量的少數，但由於其生產決策過程經過市場分析，且以整批的形式推出，故對價格有較強的指標性作用；一般售屋者因為個別握有的供給量有限，對價格較無影響力，但因為其供給量佔市場較大比例，故對交易量有較大的影響。以下將更進一步說明市場上量與價的特性。

由於房地產具有耐久性、投資與消費的雙重性，因此房地產的市場也可以區分為作為空間消費使用的存量市場與新建投資的資產市場(流量市場)。存量市場(空間市場)由使用需求所決定的租金，再延伸到流量市場價格的決定，可以討論兩個市場的價量關係。在數量方面，由流量市場對存量市場的供需落差進行調整，如果新建房地產的供給量等於存量市場的供需落差，則市場將達到均衡。因此市場租金會影響房地產價格，進而由價格影響新建供給量，存量市場與流量市場彼此有互相影響的關係。

存量與流量市場的第一個互動關係來自於房地產的投資者購買房地產後出租的行為。當存量市場的租金上漲，會使得流量市場(資產市場)擁有房地產的需求增加。其次，第二個互動是來自於房地產新建供給活動對價格及租金的影響。例如當資產市場的新建供給活動增加時，不僅使得資產市場的價格下降，同時也影響存量市場的租金。

台灣的房地產市場以購買為主，因此一般以成屋價格作為存量市場的分析對象。台灣的預售屋市場可以檢視在計畫中或興建中的房地產數量，預售屋是一種投資開發行為，其供給量也是新建房地產市場的增加量，以預售屋市場代表流量市場。在空間的存量市場，成屋的需求量受到成屋價格、需求傾向(家戶數量和所得水準)的影響。其中成屋價格對需求量為負向的影響，而需求傾向對需求量為正向的影響，且由於預售屋與成屋有替代性，因此預售屋價格也會影響成屋的價格。

雖然房地產價格乃由市場供需雙方決定，但面對房地產不完全競爭市場的本質，特別是資訊的不健全，房地產價格的本質亦受其影響。因此清楚認識此供需、品質與制度等三種房地產價格的本質內涵，對房地產價格的掌握有深一層的幫助。

房地產價格乃由前述最主要的供需雙方相互影響的市場客觀均衡價格形成，若單從需求者個人的主觀效用(投資與消費使用)分析，將有其價格的初步認定；若從供給者個人的成本加利潤估算，房地產價格亦可初步產生，然後再經市場供需雙方的協商交易過程，乃有最後房地產價格的形成。然而就買賣雙方所構成的市場價格而言，賣方期望售得的價格高出其「底價」愈多愈好，賣方最不願在底價時出售，因為此時利潤最少。當然買方也願在「上限」買到一定品質的房地產，因為買方所期望的價格愈低愈好。在這種互相對立的情況下，唯賴兩者在價格上達成協議才有成交的可能，否則交易價格就無法形成，此價格即為實際成交價格，與所謂的市價有所差別。但兩者間具有密切的關係。

一般所謂市價乃指正常合理價格買賣下的成交行情，根據美國房地產估價學會(AIREA)對市價的定義：一項資產在公開市場上出售，經過一段合理期間，找到一位對該資產有使用知識和使用能力的購買者，並提出最高的貨幣價格，而這個價格通常是買賣雙方在無任何壓力下所議定的。由於正常合理的買賣行為不易認定，一般市價亦不易獲得。另外市價為一範圍(Range)，不似成交價為一定點，一般在市價不易認定的情況下，均以成交價(去除異常點)替代市價的觀念，因此市價也隱含著最有可能售價(The Most Possible Selling Price)的概念，此即一般對「房地產價格」的認定。一般對房地產價格的種類可分為下列幾種：(1) 交易價格(房價)與使用價格(租金)(2) 表價(詢問價)與市價(成交價) (3) 單價與總價(4) 當期價格與固定價值。

一般產品的價格易受到「一分錢一分貨」的品質影響，因此認清房地產品質的差異，對房地產價格的釐清亦有幫助。由於房地產異質的特性，使得不同的房地產品質差異頗大，若要具體描述，可以將房地產的品質解構為房地產的各個屬性特徵，房地產是由各種屬性特徵所組合而成的財貨，因此不同屬性特徵的組合將造就不同品質的房地產，同時影響其價格的高低。易言之，房地產的特徵決定房地產的品質，房地產的品質決定房地產的價格。

影響房地產價格的屬性應從不同的觀察範圍來看，小自房地產本體，可分為戶的特徵、棟的特徵；大到鄰里環境，不同的鄰里環境所能提供的居住品質不同，也就是說對消費者所提供的房地產服務亦不同，自能反映房地產價格上的差異。如果將影響房地產品質的特徵分類，可分為以下四大類特徵：戶、棟、鄰里小環境及鄰里大環境的特徵等。戶的特徵如房間數、衛浴設備等一般為影響房價的重要因素；而停車位、建物使用型態、屋齡等棟的特徵也反映了建築物的價值。地理區位、到市中心、學校、公園的距離等鄰里小環境則反應了與公共設施可及程度等，影響房地產的價值。房地產所在地的行政區等鄰里大環境，由於反映了各行政區與市中心距離、居住品質、居民水準的不同，會影響房地產的價格。

二、 房地產景氣

房地產市場的價格與交易量是由供需雙方的行為所決定，而市場行為決策又明顯受到市場景氣狀況所影響，在市場景氣復甦、繁榮、衰退與蕭條等階段下，供需雙方將會採用不同的行為決策。然而何謂景氣？國內房地產業界對房地產景

循環的說法特別盛行，進而影響輿論大眾對房地產的投資行為，然而經過我們仔細的觀察，發現國內有關房地產景氣的各種說法多未有嚴謹的學術研究為依據，其中許多觀念也相當混淆，特別是對如何衡量房地產景氣並無詳細的討論，在此特別就房地產景氣的一些基本概念做說明。

景氣(Business Condition)一詞源自德文的 Konjunktur，日文用德文的字源譯為「景氣」。景氣為複雜現象，代表一定期間內綜合一切工商經濟活動量的多寡與頻率的高低，它的特徵主要表現在構成數列上的變異性(Volatility)、持續性(Persistence)及共同移動性(Comovements)，因此完整經濟循環的過程包括上升擺動的擴張期(Expansion)與下降擺動的收縮期(Contraction)。當某種個體或總體產業活動頻率或數量相對興盛時稱景氣現象(最高點稱高峰)，反之則稱不景氣現象(最低點稱谷底)。

當產業活動的興盛(景氣)與衰退(不景氣)現象彼此交替重複出現時，稱為「景氣循環」(Business Cycle)。而重複現象出現的期間稱為循環週期(Cycle)，一般而言，景氣循環週期時間較長，且期間未必是固定。當週期較短且固定期間的現象則稱為「季節性變動」(Seasonal Fluctuation)。通常季節性變動的幅度較週期變動幅要小，換言之，景氣循環因素對產業興衰的影響較大。除此之外，總體或個別產業的興衰也受「趨勢」(Trend)影響，所謂趨勢乃指當期(或未來)產業活動的興衰是受過去前期活動狀況的影響，一般而言，趨勢對景氣的影響較為穩定且能掌握。產業活動的景氣現象，除了受景氣循環、季節性變動及趨勢等三因素的影響外，其他一些無瞭解掌握的個別特殊因素，統稱為殘餘因素(Residual)。因此產業的景氣現象可以表示如下的函數關係：

$$\text{景氣} = f \{ \text{趨勢、季節、循環、殘餘} \}$$

其中循環性因素較不規則且波動幅度影響較大，受到較多的關注。

房地產景氣乃是綜合衡量房地產投資、生產、交易與使用等階段的活動興衰頻繁程度。此四個階段即為房地產的生命週期，要觀察房地產景氣則有必要先瞭解房地產生命週期的特性。

一般任何產品的生命週期可分成投資→生產→交易→使用等四個循序階段，由於台灣的房地產市場有預售制度存在，因此交易行為往往提前至產品尚未開工生產時，亦即建造執照核准後即刊登廣告銷售，造成交易領先生產或生產與交易階段有重複現象，但是產品如以成屋方式交易，則其生命週期即由投資、生產、交易並使用至該產品重建為止。

由於房地產之個案差異，故各階段之時程亦不同，一般而言：

- (1) 投資→生產：約需 1~2 年或 3~5 年，甚至 5 年以上，需視其土地取得及資金籌措情況而定。
- (2) 生產→交易：約需 1~2 年，視建築房屋之樓層與結構而定。
- (3) 交易→使用：通常為幾個月或幾天，視房地產市場景氣狀況而定。
- (4) 使用→投資：房屋的老舊到拆除重建，除受本身設備、結構等逐漸的衰敗老化影響外，其更新的速度亦深受土地價格或市場發展的影響，一般而言，建

物新建使用到重建的時程約為 30~50 年。

而各階段間的活動相互間亦有時差(Time-Lag)關係，彼此景氣狀況不會相同。換言之，當房地產投資景氣時，生產活動未必景氣；而生產活動景氣時，交易活動也未必景氣，故房地產景氣判斷應較為謹慎。也因此若僅以投資面的「住宅投資額」或生產面的「建造執照面積」、「房屋建築費用指費」或「房價」高低、「銷售率」的多寡等交易面資料，抑或「空屋率」多寡等使用強度指標等單一層面指標來推測代表房地產景氣，將會過於偏頗。

過去國內對於房地產景氣有關理論與實務現象的研究一直相當欠缺也不嚴謹，因此根本無法真正掌握未來房地產景氣狀況，遂由業者的主觀認知經驗主導，進而擴大傳播形成大起大落的扭曲現象。回顧國內房地產市場的發展，曾分別在民國六十二年、六十九年、七十六年左右歷經了三次景氣盛況，因此市場上流傳著「七年房地產景氣一循環」的說法。令吾人記憶猶新的是最近一次的房地產投機大風暴，我們目睹了國內房地產價格由飆漲而至疲軟，其數量由供不應求轉至供過於求，一波波景氣巨大的變化其所帶來的衝擊，讓建商極力籲請政府不應再打壓房地產市場了；讓消費者不禁要追問：現在真的是購屋良機嗎？然而，讓吾人更感興趣的是房地產景氣波動的根本原因是什麼？若能對房地產景氣波動做若干的澄清，並找出背後的代表性因子，不管是外在環境的因素或本身結構的問題，相信必能降低房地產波動對個人、整個社會面及經濟面的衝擊。

三、 房地產研究

經由上述房地產市場及房地產景氣的一些基本概念說明，我們可以了解，房地產市場最重要的組成者就是供給者與需求者，然而反過來說，國內房地產市場的不健全以至於弊端層出不窮，也是由供給者與需求者所造成。如同前面所述，房地產市場的需求者，其投身至房地產市場所憑據的並非是經由完整的市場資料搜集與分析後，評估自身的能力與意願，然後進入房地產市場交易，而是一旦「聽說」房地產要漲了、某某建設公司推出個案銷售一空等等真實性有待商榷的訊息，便一窩蜂的擠入房地產市場，怕進場晚了就沒有利益可圖，哪怕是借高利貸都要搶著購買房地產，深信其脫手利益之鉅可彌補支出的成本。而市場的供給者藉由房地產市場資訊不流通之特性，製造房市利多的現象，房價一日三漲，獲得高額的利潤，使得愈來愈多的建商及仲介業者多投入房地產市場想分一杯羹，供給者與需求者聯手將國內房地產價格拉上高峰，房價追漲不追跌，土地只漲不跌的神話由此而生。

然而市場之變瞬息萬變，短視近利的結果即是房價的大幅跌落、數不清的投資客被套牢在房市、貸款利息日日壓迫著生活，由供需雙方所創造的景氣七年一循環的說法到頭來也由供需雙方所打破，幾年的房市榮景換來的是十餘年的房市低迷，其間的影響對個人、社會全體乃至於國家經濟的發展不可謂不大，追根究底，過往慘痛的經驗告訴我們，決策者是人，所以有其非理性的一面，但經由資料的搜集、數據的分析、影響因素的討論等所得到的結果展現的是理性的一面，決策者可藉由這些具有不同意義的數據去輔助決策的進行，畢竟房地產是價格相

當昂貴的財貨，許多人窮其一生所追求的只為擁有一個安身立命的居所，有的人花費一生也不得其門而入，如何讓住者適其屋、物有所值，是產官學界所應共同努力的目標。對供給者而言，需要洞悉需求者的需求，清楚市場消費趨勢，而對需求者而言，則為找尋合適的房屋、合理的房價。

然而對一般的房地產市場參與者而言，如何去觀察市場的需求？市場的推案趨勢？何謂合理的房價？更進一步的來問，現在可以投資房地產嗎？凡此諸多問題並非只依靠單純的收集資料便可獲得解答，而是需要透過學術研究上的理論支持及技術執行，並結合政府機構及民間單位的配合，才能為這些問題做出較為中立客觀的解答。因此以下將分別說明三個研究調查成果，即國泰房地產指數、購屋需求動向調查及房地產景氣動向季報，以綜觀的說明房地產市場目前及未來可能的態勢。

貳、 國泰房地產指數

一、 背景

國泰建設公司於成立初期即開始針對全省主要都會區進行房地產市場調查，並於民國 78 年起開始使用電子建檔，公司內部每月都會針對市場調查結果進行基本統計分析，並撰寫該月的房地產市場調查報告，提供公司進行投資決策之用。國泰建設並於民國 91 年起與政治大學台灣房地產研究中心合作編製國泰房地產指數季報，並於每季定期召開記者會對外公佈房地產市場景氣狀況，目前已發佈至民國 92 年第 4 季。

每個月國泰建設公司都透過專職人員到各都會區，即台北市、台北縣、桃竹地區、台中都會區及台南高雄都會區，進行預售屋與新屋新推個案的市場調查。之後市調人員針對各項調查結果做基本的統計分析，撰寫綜合評估以供公司內部擬定市場定位與行銷策略之用。

描述市場趨勢與波動最直接的指標為價格與數量，以及供需雙方對價量之間的認知落差。因此，除了基礎的敘述統計分析外，政大台灣房地產研究中心依據市場調查的相關資料進一步編製個案標準單價趨勢、房價指數、議價空間指數、推案量指數、銷售率指數與成交量指數，以了解價格水準的長期趨勢與波動狀況，買賣雙方對市場價格之認知差距波動狀況、市場供給量之波動狀況、以及供需數量之間的落差狀況等價量關係。綜合此五項指數，將可提供國內房地產市場長期以來未能充分掌握的市場資訊。

根據國泰建設公司市場調查所得之項目與資料，我們可以運用景氣指標的方式建立預售市場與新成屋市場相關指標，以整合有關價格波動、議價空間、推案量、銷售率及成交量等資料，以反映不同區域次市場景氣的狀況，這對於產業界在評估市場推案時機或景氣狀況會有相當助益。

各項指數均以民國 90 年全年為基期(100) ，分別說明如下：

- (1) 房價指數：以二樓以上平均單價的屬性對房價之影響，建構房價指數。
- (2) 議價空間指數：當季個案之議價空間率乘以個案規模權重之總合。
- (3) 推案量指數：當季推案總金額除以民國 90 年平均每季推案金額。
- (4) 30 天銷售率指數：透過個案規模權重調整，以 30 天期之季平均銷售率除以民國 90 年全年平均銷售率。
- (5) 30 天成交量指數：以 30 天期之季平均銷售率乘以當季推案量總金額。

二、民國 92 年第 4 季之現況說明

(一) 摘要

92 年第 4 季全國新推個案市場呈現穩定中復甦的結構，各地區房價均呈現上漲趨勢，全國、台北市縣與台中都會區之房價指數均超越去年同季，顯示市場價格止跌回升的結構已經逐漸確立。台中都會區整體表現最佳，特別在房價與議價空間，但銷售率則最差。台北市在推案量與成交量的表現最佳，但房價漲幅則最低。高雄都會區與台北縣的表現位於中間，除台北縣議價空間擴大較嚴重外，並無特殊狀況。桃園新竹地區的整體表現最差，特別是推案量與成交量的表現為各區最低，但銷售率則為各地區最高。

(二) 新推個案狀況

1. 就數量而言，台中與桃竹地區較上季呈現大幅變動

92 年第 4 季全國新推個案數量為 268 處，較前一季增加 49 處，其中台北市有 57 處（佔 21%），台北縣 44 處（佔 16%），桃園新竹地區有 29 處（佔 11%），台中都會區 64 處（佔 24%），台南高雄都會區 74 處（佔 28%）。此外，全國新推個案戶數為 18570 戶，較前一季增加約 3000 戶，台北市有 4100 戶（佔 22%），台北縣 4465 戶（佔 24%），桃園新竹地區有 2013 戶（佔 11%），台中都會區 4140 戶（佔 22%），台南高雄都會區 3852 戶（佔 21%）。從推案總金額而言，全國共推出 1244 億元，較上一季增加 220 億元，其中台北市有 396 億元（佔 32%），台北縣 255 億元（佔 21%），桃園新竹地區有 104 億元（佔 8%），台中都會區 273 億元（佔 22%），台南高雄都會區 216 億元（佔 17%）。整體而言，台北市推案量回復過去水準，台中都會區與桃竹地區與上季比較，呈現大幅變動。

	個案數	比例	戶數	比例	金額(萬元)	比例
全國	268	100%	18,570	100%	12,437,277	100%
台北市	57	21%	4,100	22%	3,955,604	32%
台北縣	44	16%	4,465	24%	2,547,970	21%
桃竹地區	29	11%	2,013	11%	1,036,091	8%
台中都會區	64	24%	4,140	22%	2,733,000	22%
台南高雄都會區	74	28%	3,852	21%	2,164,612	17%

2.就產品而言，台北市主力總價縮減，其餘地區維持穩定

台北市在個案規模較上季與去年同季有明顯擴張的現象，本季主力坪數與主力總價則有明顯收縮現象，並吸引較低購屋預算者進入市場。台北縣在個案規模較上季與去年同季稍微收縮，總可售額與上季相當但較去年同季收縮較為明顯。整體推案特性並無較明顯的改變。桃竹地區個案基地規模有擴張趨勢，規劃戶數與總可售額則與去年同季相當，但較上一季有較明顯收縮，呈現擴大開發規模但減少銷售單元數的現象。

台中都會區基地面積雖較上季稍微收縮，較去年同季則持平，規劃戶數與總可售額則有擴張，主力坪數與主力總價與去年同季及上季差不多，高樓層案陸續推出。台南高雄地區個案規模雖較上季稍微收縮，但較去年同季仍明顯擴張，主力坪數與主力總價與去年同季及上季差不多，單元規劃顯示高樓層案陸續推出。

表一、民國 92 年第 4 季新推個案狀況

		全國	台北市	台北縣	桃竹地區	台中都會區	台南高雄都會區
市場條件	主力總價 (萬元)	650.00 (851.16)	877.50 (1446.15)	569.00 (375.86)	580.00 (513.57)	650.00 (587.85)	600.00 (358.98)
	二樓以上還原單價 (萬元)	12.80 (12.53)	36.00 (12.00)	16.50 (4.22)	11.00 (2.02)	11.90 (3.76)	10.52 (2.17)
	一樓店面還原單價 (萬元)	35.00 (24.63)	65.00 (22.74)	35.00 (17.17)	22.00 (14.58)	22.50 (5.06)	23.00 (8.41)
	每坪議價空間率 (%)	8.29 (3.82)	8.39 (3.58)	7.60 (3.38)	4.72 (1.88)	6.57 (1.77)	11.51 (3.76)
	車位售價 (萬元)	100.00 (61.28)	170.00 (58.46)	100.00 (26.38)	70.00 (14.69)	70.00 (22.06)	75.00 (33.31)
	初調銷售率 (%)	25.54 (17.77)	21.33 (18.65)	19.59 (19.28)	16.17 (10.00)	28.83 (28.00)	28.61 (17.87)
	貸款成數 (%)	74.98 (6.29)	74.30 (5.13)	77.84 (6.14)	79.14 (5.68)	71.64 (6.30)	75.07 (5.82)
建築設計	個案平均可售戶數 (個數)	69.29 (92.18)	71.93 (113.63)	101.48 (133.86)	69.41 (61.53)	64.69 (82.16)	52.05 (48.94)
	個案平均可售金額 (萬元)	46407.75 (51355.05)	69396.56 (77588.01)	57908.41 (54690.45)	35727.28 (26209.39)	42703.13 (37932.14)	29251.51 (29966.19)
	個案平均可售坪數 (萬元)	2637.05 (2602.20)	1755.11 (1810.38)	3261.07 (3507.39)	3112.03 (2334.67)	3120.69 (2706.44)	2028.33 (1910.44)
	個案平均主力坪數 (坪數)	52.90 (27.37)	37.49 (23.95)	40.90 (17.41)	56.21 (34.42)	62.45 (24.24)	62.34 (26.72)
	個案平均車位數 (個數)	80.35 (76.26)	63.51 (80.81)	91.16 (86.80)	70.50 (49.80)	110.68 (52.38)	85.88 (68.12)
	個案平均樓層數 (樓層)	8.30 (4.96)	10.26 (3.85)	11.06 (4.82)	7.33 (3.92)	6.84 (5.21)	6.80 (4.87)
	個案平均基地面積 (坪數)	778.86 (935.76)	456.09 (545.41)	653.57 (648.89)	1000.10 (1522.52)	975.31 (963.08)	846.29 (942.57)

註：價格性資料取中位數，其他屬性資料取平均數、()為標準差

(三) 國泰房地產指數

1. 房價水準明顯回升，各地區漲幅差異大：整體房價水準上升幅度為近年來最高，台中都會區與台北縣回升幅度最高，台北市與台南高雄都會區較為輕微。
2. 台北縣市議價空間明顯擴大，中南部則縮小：台北縣議價空間擴大最為顯著，台中都會區則明顯縮小，其餘地區的變化幅度均很輕微。
3. 桃園新竹以外地區之推案量明顯增加：除桃園新竹地區推案量減少近五成，其餘地區之增加幅度均很明顯，特別台北市較上一季增加一倍以上。
4. 各區成交量均呈現成長，北部地區漲幅較高：台北市成交量出現大幅上漲，台北縣與台南高雄都會區之成長幅度相當顯著，台中與桃竹地區之幅度較低。
5. 台中都會區銷售率減少，其餘地區則增加：台北縣市、桃竹地區與台南高雄都會區銷售率均增加，但桃竹地區則減少，整體銷售率仍有微幅改善。

(四) 各地區市場評估

1. 台南高雄都會區房地產指數相較上一季呈現價量俱增的結構，相較去年同季則呈現價跌量增的格局，數量面的表現相當穩定，有別前兩季的大幅震盪趨勢，各項指標均沒有明顯或大幅的波動，市場發展趨勢仍待後續觀察。
2. 台中都會區房地產指數相較上一季呈現價漲量穩的結構，相較去年同季亦呈現價量具增的格局。價格面一反上季的衰退，呈現相當大幅度的復甦，雖然銷售率大幅減少，但在推案量大增下，成交量亦有相當大幅的成長。
3. 桃園新竹地區房地產指數相較上一季呈現價量俱穩的結構，相較去年同季呈現價跌量穩的格局。整體市場呈現相對穩定的狀況，價格出現止跌回穩的現象，議價空間也略有縮減，且在銷售率大幅增加下，整體成交量仍略有增加。
4. 台北縣房地產指數相較上一季呈現價量具增的結構，相較去年同季則呈現價漲量穩的格局。市場呈現價格上漲與交易量穩定的趨勢，但議價空間的擴大則是較不利的現象，但在推案量保持穩定下，銷售率則有不錯的表現。
5. 台北市房地產指數相較上一季呈現價穩量增的結構，相較去年同季呈現價漲量增的格局。雖然價格上漲幅度很低，但仍明顯高於去年同期，且在推案量、銷售率與成交量明顯增加的情況下，市場在穩定中逐步發揮復甦的力道。

6. 全國房地產指數相較上一季呈現價漲量增的結構，相較去年同季亦呈現價漲量增的格局。整體市場價格大幅上漲趨勢最為特殊，推案量、銷售率與成交量亦同步出現供需微幅增加的狀況，而議價空間的微幅擴大則是唯一的缺憾。整體而言，本季的市場表現相當不錯。

(五) 市場價量表現綜合分數

就市場價量綜合表現而言，92 年第 4 季以台中都會區的表現最佳，台北市次之，桃園新竹地區的表現則較差。整體而言，全國新推個案市場表現較上一季明顯好轉，台中都會區與台北市的表現亦相當不錯，台南高雄都會區與台北縣亦有所改善，桃園新竹地區則持續衰退。

	房價分數	推案量分數	議價空間分數	銷售率分數	綜合分數	排序
全國	6	2	-1	1	8	
台北市	0	4	0	2	6	2
台北縣	4	0	-3	2	1	4
桃園新竹地區	0	-4	0	3	-1	5
台中都會區	6	4	1	-3	8	1
台南高雄都會區	2	2	0	2	4	3

說明：

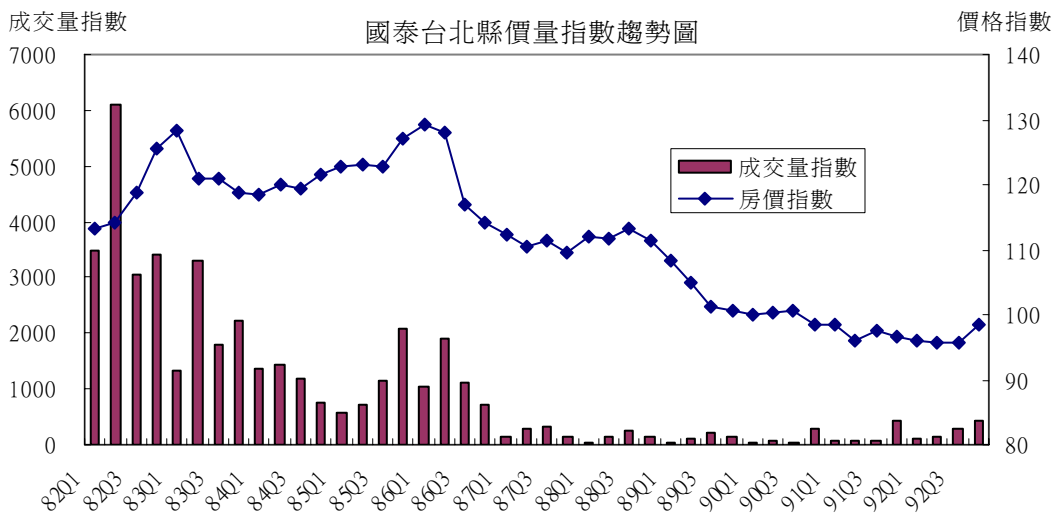
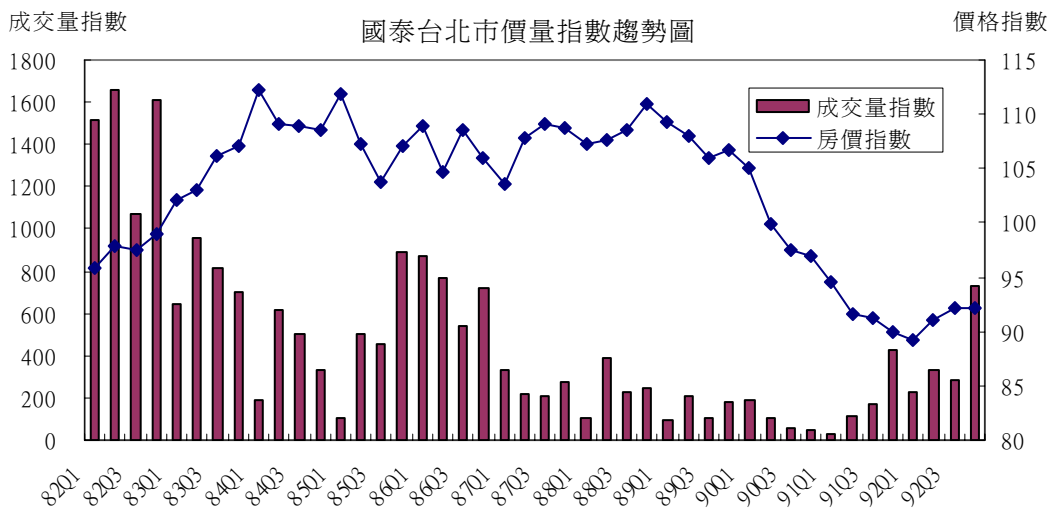
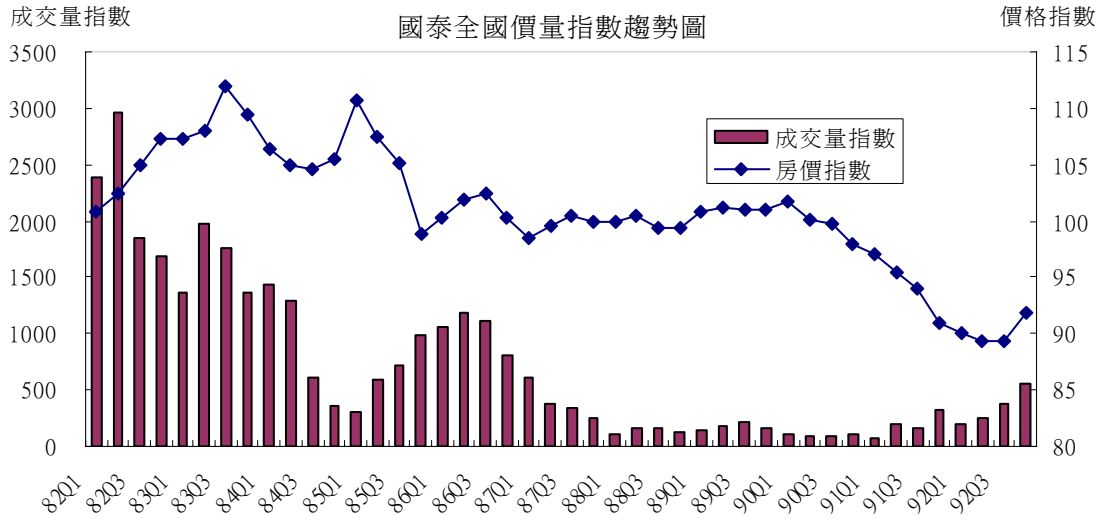
- 1.各指數分數與上季比較，其變動率相對於歷年各季變動率呈現穩定時(以歷年變動率之標準差衡量)，給予 0 分；其變動率屬微幅波動時，給予+/- 1 分；其變動率明顯時，給予+/- 2 分；其變動率強烈時，給予+/- 3 分。因此各地區市場表現綜合分數介於 18 分至-18 分之間。
- 2.房價及推案量指數為市場價/量表現的主要指標，其權重予以加倍計算。

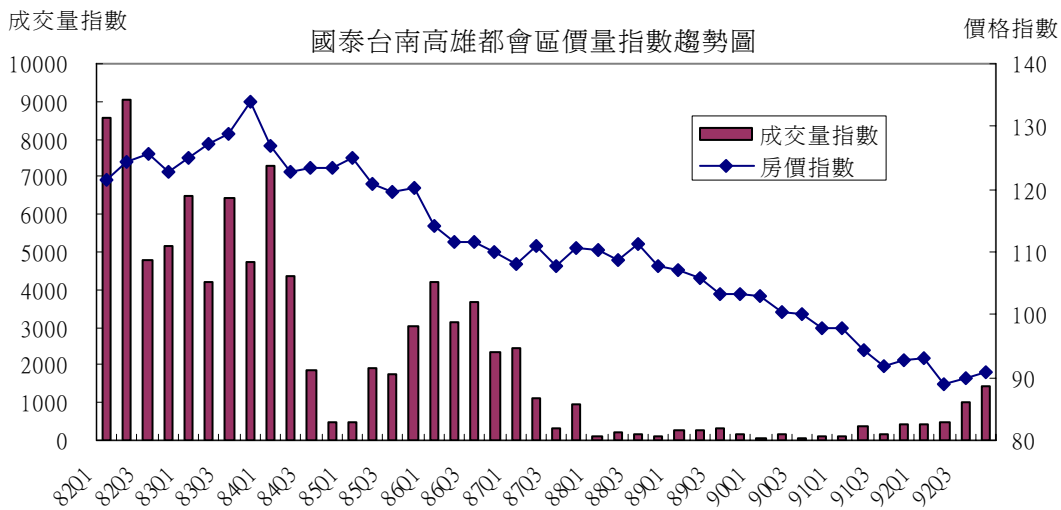
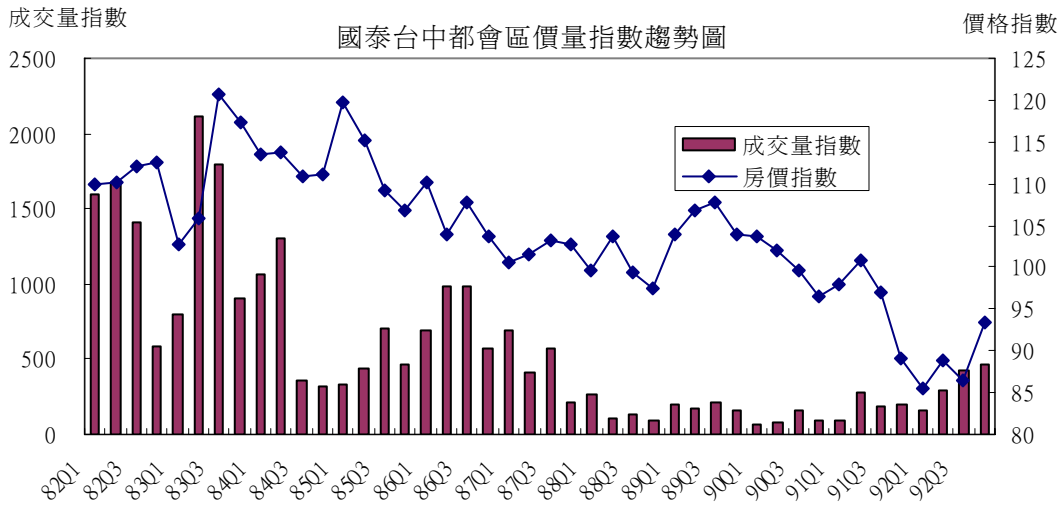
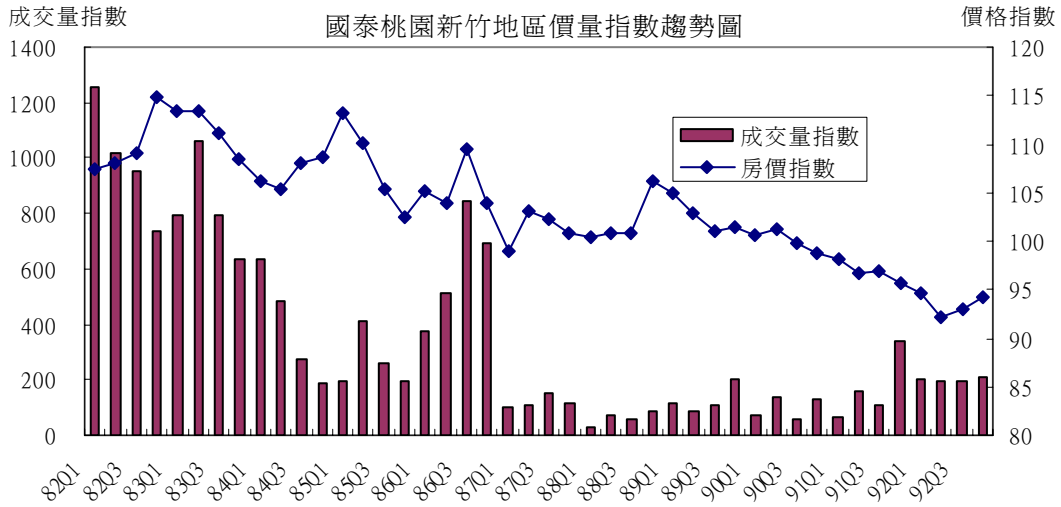
表二、國泰房價指數與個案標準單價

	全國		台北市		台北縣		桃園新竹地區		台中都會區		台南高雄都會區	
	單價	房價指數	單價	房價指數	單價	房價指數	單價	房價指數	單價	房價指數	單價	房價指數
82Q1	17.87	100.82	36.52	95.77	18.17	113.31	13.38	107.52	14.35	109.83	13.43	121.58
83Q1	19.00	107.22	38.97	102.18	20.57	128.25	14.11	113.38	13.42	102.69	13.82	125.11
84Q1	18.85	106.39	42.77	112.15	18.99	118.42	13.20	106.12	14.82	113.41	14.03	127.05
85Q1	19.60	110.61	42.16	111.78	19.63	122.79	14.02	113.21	15.66	119.84	13.81	124.99
85Q2	19.05	107.52	40.43	107.21	19.68	123.06	13.63	110.05	15.05	115.18	13.35	120.81
85Q3	18.61	105.04	39.12	103.73	19.62	122.70	13.06	105.44	14.28	109.29	13.22	119.67
85Q4	17.50	98.77	40.37	107.03	20.34	127.21	12.70	102.53	13.95	106.77	13.27	120.11
86Q1	17.76	100.21	41.05	108.84	20.67	129.24	13.02	105.17	14.38	110.05	12.61	114.17
86Q2	18.06	101.92	39.49	104.70	20.45	127.91	12.86	103.85	13.57	103.85	12.34	111.69
86Q3	18.14	102.38	40.95	108.56	18.70	116.93	13.56	109.48	14.09	107.86	12.33	111.60
86Q4	17.77	100.25	39.98	106.00	18.26	114.19	12.87	103.91	13.56	103.81	12.15	110.02
87Q1	17.45	98.46	39.08	103.62	17.94	112.19	12.25	98.93	13.15	100.63	11.95	108.20
87Q2	17.64	99.55	40.65	107.77	17.67	110.51	12.76	102.99	13.28	101.63	12.25	110.89
87Q3	17.80	100.47	41.14	109.09	17.81	111.36	12.67	102.27	13.48	103.15	11.91	107.80
87Q4	17.71	99.91	41.00	108.71	17.50	109.46	12.49	100.89	13.41	102.64	12.21	110.54
88Q1	17.70	99.87	40.45	107.26	17.93	112.14	12.44	100.46	13.03	99.69	12.18	110.24
88Q2	17.79	100.39	40.58	107.60	17.84	111.54	12.48	100.75	13.55	103.73	12.01	108.76
88Q3	17.61	99.37	40.91	108.47	18.11	113.27	12.50	100.92	13.00	99.47	12.28	111.21
88Q4	17.63	99.47	41.87	111.03	17.81	111.37	13.16	106.25	12.73	97.42	11.92	107.88
89Q1	17.88	100.91	41.21	109.27	17.33	108.36	13.01	105.05	13.58	103.96	11.82	106.99
89Q2	17.93	101.16	40.71	107.93	16.79	105.02	12.75	102.97	13.95	106.76	11.68	105.74
89Q3	17.90	101.03	39.97	105.97	16.18	101.18	12.51	100.99	14.08	107.78	11.40	103.17
89Q4	17.91	101.07	40.26	106.74	16.08	100.59	12.56	101.39	13.59	104.03	11.43	103.44
90Q1	18.02	101.71	39.65	105.14	15.98	99.95	12.45	100.57	13.56	103.76	11.37	102.93
90Q2	17.75	100.16	37.69	99.93	16.02	100.17	12.54	101.24	13.34	102.11	11.09	100.41
90Q3	17.68	99.77	36.74	97.42	16.10	100.71	12.36	99.82	13.02	99.68	11.04	99.98
90Q4	17.37	98.00	36.55	96.92	15.73	98.34	12.23	98.77	12.60	96.43	10.81	97.90
91Q1	17.20	97.08	35.70	94.64	15.72	98.33	12.15	98.10	12.79	97.91	10.81	97.90
91Q2	16.91	95.40	34.58	91.69	15.37	96.15	11.97	96.67	13.17	100.79	10.41	94.22
91Q3	16.66	94.02	34.41	91.24	15.61	97.62	12.00	96.90	12.67	96.98	10.13	91.74
91Q4	16.10	90.88	33.93	89.96	15.44	96.54	11.85	95.66	11.63	89.00	10.26	92.89
92Q1	15.97	90.11	33.63	89.18	15.33	95.86	11.73	94.73	11.17	85.47	10.29	93.13
92Q2	15.84	89.37	34.33	91.03	15.31	95.76	11.42	92.23	11.62	88.95	9.81	88.80
92Q3	15.82	89.26	34.74	92.10	15.28	95.55	11.53	93.09	11.29	86.40	9.94	90.02
92Q4	16.28	91.90	34.77	92.20	15.76	98.55	11.66	94.15	12.21	93.44	10.03	90.82

註：本表所稱之單價為以計量模型控制個案所在地區、樓層、資料來源：本研究整理
 坪數、戶數規模及議價空間後之標準化個案單價

各地區價量趨勢圖





三、 未來趨勢

整體房價水準有明顯的回升，上升幅度並且為近年來最高，顯示各地區房地產市場確已宣告回春，此一由谷底向上彈升的力道應仍在加速前進當中。在推案量方面，除桃竹地區外均有明顯增加，顯示建商對市場之信心回復，高推案量同時也呼應市場目前的回春現象。而議價空間則是呈現北部擴大而中南部縮減的現象，成交量及銷售率則是北部及南部地區成長較多，中部地區成長稍弱。整體來看，議價空間縮小對房價向來較北部地區為低的中南部地區而言是一件好事，顯示由於市場的景氣回復，中南部地區的賣方逐漸取回與買方同等的議價地位，且不影響市場的交易熱絡，在成交量及銷售率方面均有不錯表現，有助於房地產市場未來逐步達成均衡。而台北縣市議價空間的擴大則顯示其訂價策略與中南部地區的不同，且在這一季雖然各區的成交量與銷售率均有成長，北部地區的表現相當不錯，顯示其議價空間雖然有擴大的跡象，但綜合訂價的策略及市場景氣的看漲，仍產生正向的效果。未來如果北部地區議價空間能縮小維持穩定，在目前價格及推案量穩定且銷售率仍持續增加的狀況下，全國各區域的房地產市場應能順著此股供需雙方均看漲未來市場的力道，一步一步的重新建構房市榮景。

參、 購屋需求動向調查

一、 背景

要分析房地產市場，除了瞭解市場新推個案、產品狀況外，更要瞭解購屋消費者的想法與行為，此即一般購屋需求調查。一般購屋需求者較為分散，對象掌握不易，惟透過房屋仲介公司上門的客戶以及銀行金融機構房屋貸款客戶，大致可以瞭解正在進行購屋搜尋者以及剛完成購屋消費者的購屋行為與想法。

過去國內一直沒有對住宅需求進行定期廣泛的調查，相關仲介或建築業者或會自行進行住宅需求的相關調查，但在調查範圍、選樣及持續時間上一直未能有效且系統的反映國內對住宅需求方面的資訊；在反映市場景氣的訊息上，購屋者的需求意願及其對景氣的看法也有助於我們對未來景氣狀況的判斷；就仲介、建築或銀行業者來說，定期持續且廣泛的住宅需求調查，對物件的開發、購屋需求的掌握甚至未來景氣評估都有相當的幫助，也較單一廠商所進行的調查更具代表性。特別是這類調查更可整合為區域性的住宅需求資訊，對相關廠商在市場分析上的幫助更大。

因此，內政部建研所鑑於目前國內住宅需求資訊的缺乏，加以房地產景氣動向的調查與分析若能有需求面資訊的補充，應可發揮更充足、豐富的解釋與預測功能，因而與財團法人台灣不動產資訊中心及政大台灣房地產研究中心共同進行「台灣地區住宅需求調查制度建置與發佈」計畫。

調查的對象分為貸款購屋者及購屋搜尋者：

- (1)貸款購屋者：針對土地銀行、台灣銀行等 20 家本國銀行核准辦理購屋貸款的新貸款戶為主。為已經購屋者之問卷調查。

(2)購屋搜尋者：針對太平洋房屋、永慶房屋、力霸房屋、住商不動產、21 世紀房屋、中信房屋及永慶不動產等七家主要仲介公司各分店的「帶看」或「上店」顧客。為有意願購屋但尚未購屋者之問卷調查。

問卷回收後經由無效樣本或缺失資料的處理後，對於貸款購屋者及購屋搜尋者的購屋型態與需求作詳細的需求分析。其中貸款購屋者的需求分析著重在目前購屋者與所購房屋屬性的分析，包括購屋者基本資料分析、購屋目的與動機分析、購屋區位與購屋遷徙趨勢分析、購屋類型與屬性分析、購屋面積(及價格、貸款、負擔能力)分析、房價趨勢看法。而購屋搜尋者的分析大致與貸款購屋者之上述各項分析內容相同，惟兩者差異主要是搜尋者尚未完成購屋行為，問卷資料多為未來希望購屋之產品類型、區位、價格等訊息，在需求分析上較不確定，結果較複雜些。

二、 民國 92 年第 4 季之現況說明

(一) 調查說明

本調查對象為臺灣地區已貸款購屋者（銀行購屋貸款客戶）以及潛在購屋者（仲介看屋客戶），調查地區包括台北縣市、新竹縣市、桃園縣、台中縣市、高雄縣市等九縣市，從 20 家本國銀行及 8 家仲介公司，以分層抽樣法抽樣 318 家銀行分行及 199 家仲介分店。標準調查時間從 12 月 1 日至 12 月 15 日止，合計回收有效樣本計 2,533 份。已購屋者問卷在 95%的信心水準下，抽樣誤差為正負 3.35%；潛在購屋者問卷在 95%的信心水準下，抽樣誤差為正負 3.41%。

(二) 市場中已購屋者需求

1. 購屋目的以首購自住為主，換屋自住比重增加，投資性需求略減；購屋年齡層有下降趨勢，中低收入購屋者增加。購屋目的以首購自住者佔 54%；換屋自住者佔 31%，較上季增加；投資需求佔 14.8%較上季略減。購屋者之年齡層有下降趨勢，且中低收入購屋者較上季增加。
2. 購買房屋類型以中古屋比例最高，但新成屋及預售屋需求有增加趨勢。中大坪數住宅需求比例增加。購買房屋類型以中古屋佔 49%最高，購買新成屋者佔 34%，新成屋及預售屋需求比例增加。房屋面積方面以購買 31-40 坪住宅為主，而 51 坪以上需求達 27%較前季增加。
3. 房價佔家庭年所得之 5.5 倍，貸款支出佔家庭月收入之 23.1%。全體已購屋者房價佔購屋者家庭年所得比例為從上季之 5.0 倍增加為 5.5 倍；房貸支出佔家庭月收入比例為 23.1%較上季 21.6%較上季略增。
4. 平均議價空間為 8.3%，搜尋時間為 4.4 個月，看屋數為 6.7 屋，皆較上季下降，顯示購屋者決策時間縮短。本季購屋平均議價空間為 8.3%較上季之 8.7%略增，搜尋時間平均 4.4 個月較上季之 4.9 個月減少，平均看屋 6.7 屋較上季之 8 屋減少，顯示購屋決策時間已漸縮短。
5. 超過 1/4 購屋者預計 10 年內還清貸款，顯示中短期房貸市場有相當需

求。50.6%的購屋者希望於 15 年內還清貸款，其中 26.9%購屋者期望在 10 年內還清貸款，相較現有房貸產品之還款期限多為 20 年，顯示民眾之預期還款能力增加，且中短期房貸市場有相當需求。

6. 仲介公司在房屋交易市場之佔有率不到 5 成，顯示民眾委託專業經紀人作為交易房屋管道仍有發展空間。整體透過仲介公司購屋之比例約 46.9%，其中中古屋交易比例達 65.3%，顯示民眾委託專業經紀人作為交易房屋管道仍有發展空間。
7. 逾五成購屋民眾認為近期房價持平，且看漲房價者遠高於看跌者；近五成購屋民眾預期一年後房價將上漲。對近期房價看法方面，認為維持平穩者佔 52%，認為房價会上漲者佔 42%高於看跌房價者且大幅增加 10%。對一年後房價預期方面，認為將上漲者佔 49.6%。

(三) 市場潛在購屋者需求

1. 購屋目的以首購自住為主，換屋自住需求較上季增加，投資需求持平。購屋目的以首購自住者佔 53.7%較高，換屋自住者佔 25.5%較上季增加；投資需求佔 20.8%與上季持平。
2. 房屋面積以 31-40 坪數及 300-500 萬預算為需求主流。九成以上潛在購屋者將會貸款，且利率是選擇貸款銀行最重要誘因，其次是往來關係及貸款產品設計。預期購買房屋坪數以 31-40 坪住宅者佔 41.8%為最高，與上季相近。購屋預算以 300 至 500 萬佔 34.9%為最高。95.8%潛在購屋者將會貸款購屋，69.9%的購屋者將利率視為選擇銀行之主要誘因，其次是往來關係(14.2%)及貸款產品設計(9%)。
3. 逾五成潛在購屋者看漲近期房價，對未來房價看法則稍有保留。對近期房價看法方面，認為房價會維持穩定者佔 39%，與上季相近；看漲房價者為 51.5%遠高於高於看跌及持平者；對未來一年房價預期方面，認為房價會維持穩定者佔 46.8%，看漲房價者為 35%仍遠高於看跌者；整體顯示潛在購屋者對房價預期仍持續看漲，但對未來一年看漲比例低於對近期看漲之比例，故對未來房價預期較為保留。

(四) 購屋者對房價信心狀況

民眾對房價信心分數較上季持續上升，顯示第四季購屋者對房價信心仍強。92 年第 4 季購屋者對房價信心分數為 117.58 分，較上季增加 8.9 分，上升 8.1%；較去年同期增加 26.3 分，上升 28.8%。以 100 分為持平穩定信心水準來看，本季購屋者對房價的信心水準持續增加。

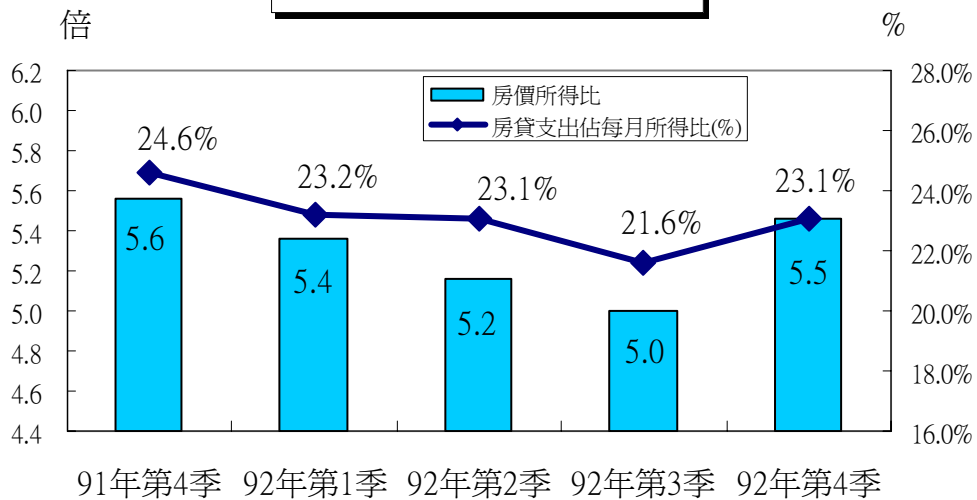
(五) 綜合結論

1. 民眾購屋目的以首購自住為主，換屋自住居次；換屋自住需求較上季增加。
2. 中古屋需求比例最高，新成屋及預售屋需求有增加趨勢；中大坪數住宅

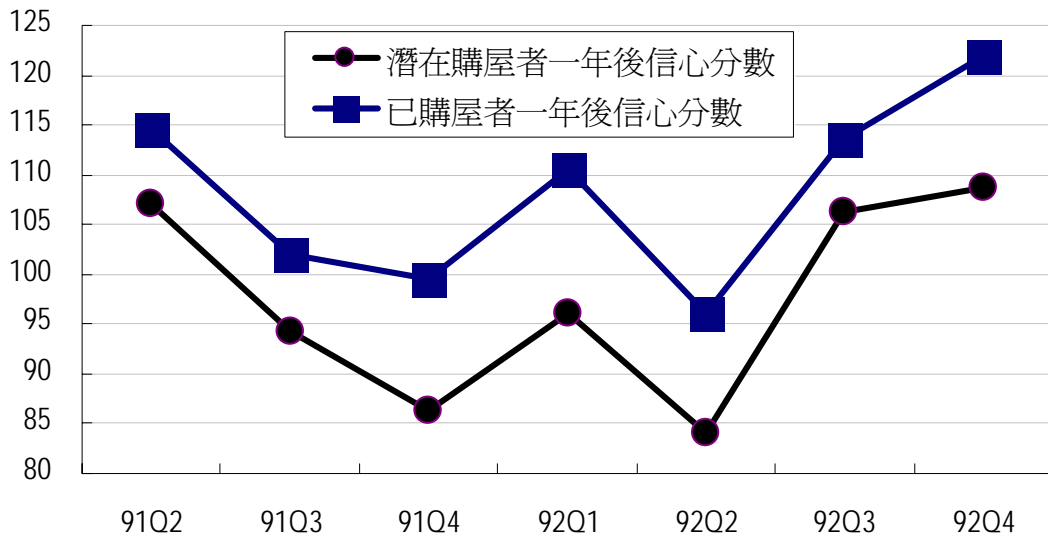
需求比例增加。

3. 平均議價空間 8.3%，搜尋時間 4.4 個月，看屋數 6.7 屋，皆較上季下降，顯示購屋決策時間縮短。未來應注意供需結構關係之改變可能對房價之影響。
4. 九成以上潛在購屋者將貸款購屋，利率則是選擇銀行時最重要考量；貸款產品設計，特別是中短期房貸產品應有相當需求。
5. 仲介公司在房屋交易市場之佔有率不到 5 成，顯示房屋買賣專業服務市場仍有拓展空間。
6. 房價年所得比為 5.5 倍，貸款支出佔家庭月收入之 23.1%。受訪民眾大致認為房價將持續上漲。購屋者對房價信心分數為 117.58 分，顯示需求面對房價信心增加。

台灣地區購屋負擔趨勢圖



台灣地區購屋者一年後房價信心分數(91Q2-92Q4)



三、 未來趨勢

整體而言，民國 92 年第 4 季市場表現對需求面是正向的影響。首購自住仍為購屋主流需求，換屋需求則有增加的趨勢，多數需求者對房價的信心大幅上升，顯示居住需求者在未來可望趁著房價由谷底回升但仍未升至高點時進場購屋，而低利率促使購屋門檻降低，購屋負擔也維持一個穩定的狀態。透過需求面的訊息我們可以得知，房地產市場的前景樂觀，配合前述國泰房地產指數的研究，推案量增加且銷售率增加，顯示供給者願意提供房屋，而需求者也願意購買房屋，買賣雙方正將長期以來不均衡的房地產市場導回正軌，並在市場價格機制下達到均衡的價格。

肆、 房地產景氣動向季報

一、 背景

房地產景氣指標建立之前，應先瞭解一般景氣指標的種類以及一般指標選取所考慮的標準，然後透過房地產投資、生產、交易與使用的活動流程，進行房地產景氣指標的選擇。台灣房地產景氣指標的建立是由內政部建築研究所與國立政治大學台灣房地產研究中心所共同合作。

一般景氣指標衡量方式有下列三種：

- (1) 景氣綜合指數(Composition Index)：美國國家經濟研究局(NBER)，早先以景氣擴散指數衡量經濟景氣變化，然而因景氣擴散指數不能明確地表示經濟活動之變動幅度，因而 NBER 的學者又發展了景氣綜合指數，此一指數不僅能

反映景氣變化方向，並可顯示變化的大小。其建立方式則為先建立房地產基準循環，透過基準循環再進一步分析各層面房地產景氣指標的狀況。

- (2) 景氣對策信號(Monitoring Indicators)：景氣對策信號係一組類似交通管制信號：紅、黃、綠燈所組成的標誌，提供政府採取因應措施之參考。當個別數列的變動率超過某一分界點時即給予某種燈號，然後再依據不同的燈號賦予不同的分數，最後合計每月景氣對策信號所包括數列之分數，綜合判斷該月的景氣對策信號。我國燈號共分爲五個，分別爲紅、黃紅、綠、黃藍、藍燈等五燈號。紅燈時表示景氣過熱，應採緊縮政策；黃紅燈表示景氣略微過熱，政府宜適時改變政策，避免景氣過熱；綠燈爲平穩狀態，政府不必有任何政策因應；黃藍燈時表示景氣略爲衰退，政府宜密切注意並適時提出因應政策，避免景氣惡化；藍燈表示景氣惡化衰退，此時政府應採寬鬆擴張政策，以提升景氣復甦。
- (3) 廠商經營調查(或稱營建氣候指標)：廠商意願調查係綜合企業家對目前市場情況及未來半年內之景氣判斷而成，用以反映企業家預期心理的指標。編製方式係透過問卷調查廣泛徵詢企業主管人士意見，詢問他們對其產品市場狀況本月與上月比較是好或是壞，並預期未來六個月之市場狀況將爲何？廠商意願調查可用來預測短期的景氣變動，是屬於質方面的指標。它與前面量化方式的景氣綜合指標全然不同。

房地產景氣指標將分別從投資、生產、交易與使用四個層面分別篩選適合之指標，來衡量房地產各個階段的景氣狀況。

- (1) 投資面的指標選取：平均每人國民生產毛額變率、前期住宅投資、證券價格指數(營建股)、貨幣供給額變動率、中期放款利率、貸款成數高低、土地減建築物買賣移轉登記件數。
- (2) 生產面的指標選取：建造執照面積、使用執照面積、房屋建築類指數、房屋建築從業人數、住宅投資實質水準、開工面積。
- (3) 交易面的指標選取：平均房價變動率、銷售率、契稅件數、建築物買賣移轉登記件數。
- (4) 使用面的指標選取：空屋率、用電量不足基本度數之戶數、每戶(每坪)租金水準(指數)、自有住宅的比例、每戶住宅面積。

二、 民國 92 年第 4 季之現況說明

(一) 房地產景氣指標分析

1. 房地產景氣對策訊號：較上一季下降 1 分，連續第二季出現綠燈。本季房地產景氣對策訊號綜合判斷分數爲 12 分，較上季下降 1 分，對應燈號仍爲綠燈，主要受到土地減建物買賣移轉登記件數指數分數與住宅使用率分數各減少 1 分，建造執照面積分數維持不變，新推個案平均房價分數增加 1 分的影

響。

2. 房地產景氣綜合指標：領先指標上升，同時指標略為下降。本季領先指標綜合指數為 106.09，較上季上升 0.66%，相關組成指標中除調整後的國內生產毛額小幅減少外，其他指標均呈現上揚，尤其以營建股股價指數與銀行對營造業放款的增加幅度 5.09%與 4.58%最為明顯。同時指標綜合指數為 96.13，較上季下降 0.65%，主要受到土地減建物買賣登記件數指數、房屋建築人數、以及住宅使用率呈現減少趨勢的影響，但建造執照面積、新推個案平均房價均較上季小幅上昇，基本放款利率為持平。整體來看，雖然本季同時指標略微下降，但領先指標仍維持上昇趨勢，顯示未來房地產市場景氣仍將看好。
3. 個別指標分析：生產面與交易面明顯上升，投資面與使用面略為下降。本季投資面指標下降 1.85%，主要受到調整後國內生產毛額、土地減建物買賣登記件數指數分別下降 1.74%、0.41%的影響。生產面指標上升 1.56%，主要受到銀行對營造業放款數明顯增加 4.58%的影響。交易面指標明顯上升 3.15%，主要受到買賣契數件數與土地增值稅額分別上升 36.48%、19.98%，而新推個案平均房價略為上升 3.56%的影響。至於使用面指標下降 1.05%，主要受到住宅使用率下降 1.57%的影響。

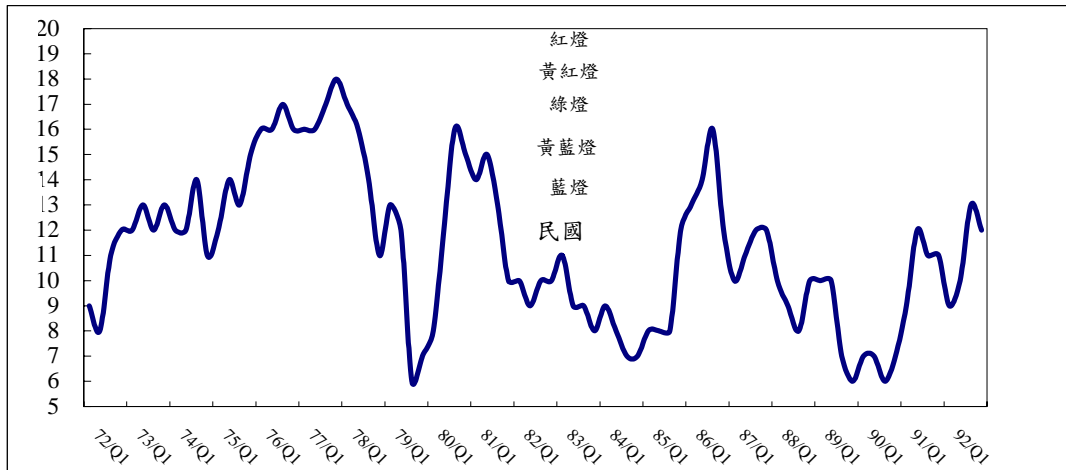
(二) 房地產廠商經營意願調查

廠商對於本季房地產景氣判斷明顯好轉，相較於上一季與去年同季之淨增加分別為 83.16%、93.62%，對於明年第一季與第二季的景氣判斷，淨增加則分別為 57.45%、68.09%，顯示在總體經濟明顯復甦下，廠商對於未來景氣的看法仍呈現樂觀。就廠商對於 93 年第二季房地產市場景氣預期來看，除營造廠以不變者均多外，其他各類型廠商均一致看好，淨增加均在 65%以上，尤其以建設公司最為樂觀，淨增加為 78.13%。然就繼續經營意願來看，則以仲介/代銷/廣告的淨增加 80%為最高，營造廠的 16.67%為最低。

就不同地區廠商來看，台北縣市與台中縣市廠商對景氣看法相近，兩者的淨增加均在 75%左右，明顯高於高雄縣市的 45.45%。此外，就廠商對市場景氣狀況判斷來看，市場資金週轉難易度、市場推案量、市場銷售狀況、市場房價變化等四項指標的淨增加分別為 60.0%、74.74%、68.09%、72.04%，亦呈現明顯樂觀預期。

(三) 專家諮詢座談

房地產市場景氣呈現溫和復甦趨勢，選後政治面影響應屬短期衝擊。惟市場投資面與使用面略為下降，產業界宜審慎調整應對，避免擴大市場供需失衡。國內總體經濟景氣已明顯復甦，確立房地產市場景氣之溫和復甦趨勢，近期政治面影響應屬短期衝擊。生產面與交易面對支撐市場景氣有正面助益，然而市場投資面與使用面略為下降，以及市場仍存有空餘屋之隱憂，產業界宜審慎調節投資步伐，避免擴大市場供需失衡。



編制指標對策訊號分數圖

三、 未來趨勢

房地產市場景氣呈現溫和復甦趨勢，房地產景氣對策訊號連續第二季出現綠燈，領先指標連續三季呈現上升，整體市場基本面朝向穩健發展。廠商對於未來兩季看法亦明顯樂觀，整體金融市場未來一年利率水準預期仍將維持低檔，以及國內民主政治成熟，短期政治紛擾應不會影響中長期房地產景氣復甦。惟產業界仍應關切市場供需狀況，審慎調節投資策略，以健全市場發展。

綜合上述資料，民國 92 年第 4 季房地產景氣屬溫和復甦趨勢，發展腳步仍為穩健。展望未來房地產市場發展，在國際經濟景氣普遍復甦，國內經濟景氣對策訊號已連續第二個月出現黃紅燈，預期此波總體經濟景氣復甦趨勢應可延續。就未來房地產市場景氣動向來看，選後政治面影響應屬短期衝擊，且鋼筋、砂石、水泥等原物料價格的上漲，增加營建成本對於房價影響尚屬有限。且整體金融市場未來一年利率水準預期仍將維持低檔，以及國內民主政治成熟，短期政治紛擾應不會影響中長期房地產景氣復甦。惟市場仍存有一定數量之空餘屋，業者宜採審慎理性經營策略，著重產品區位條件並兼顧品質及數量以提昇市場競爭力，避免擴大供需失衡，以健全市場發展。

伍、 結語：未來房地產市場的展望

經由上述三個研究調查的成果說明，房地產市場的供給面、需求面及整體環境的景氣面均顯示房地產市場在 92 年第 4 季開出亮麗的成績，長期低迷的房市終於透過市場機制力量由谷底發揮反彈的力道，開始向上攀升，對房地產市場裡眾多參與的角色而言，是值得高興的消息。

然而如同之前所述，雖然此三個研究成果相較坊間許多不確性極高的房市預測而言，具有一定程度的公信力及真實性，但有心參與房地產市場的供需雙方仍不能因為研究成果顯示房地產景氣剛剛開始回溫就貿然的大量投入房地產市場，又或著只作短期的投機決策而非長期的投資決策，這樣只會重蹈覆轍，長期努力的成果在一夕之間便會化為烏有。

數據結果是供決策者，亦即供給者或著是需求者、買方或著是賣方，做為決

策制定的參考，但並非絕對的正確，決策者本身的財務狀況、負擔能力、個人偏好等等因素均是左右決策的因素。因此未來房地產市場景氣如果持續正面的上揚，則市場上的參與者該做的並非積極的投入，而是要花時間好好的瞭解房地產市場的本質、觀察市場的走向、培養對市場趨勢的洞察力及價格的敏感度，才能在市場上做出正確的判斷，我們所追求的應是一個穩定的房地產市場，而非大起大落的房地產市場。如同上述的三個研究，產、官、學界三方的結合，目的也是為了更清楚的瞭解房地產市場，建立起秩序，打破傳統房地產市場的限制，透過資料的搜集分析與具真實性的訊息發佈，幫助供需雙方在市場達到正常的均衡價格與均衡數量，最終目標仍是使我國房地產市場能健全穩定的發展。