

98上半年住展風向球 一

房市已在穩定回溫

房市自去年十月以來，
連續五個月出現代表「谷底衰退」的藍燈，
然今年三月起，房市在股市反彈及陸資將來台投資房地產等利多刺激下，
燈號由藍燈轉為代表「衰退注意」的黃藍燈，
下半年在資金行情及消息面利多下，
房市將上演價穩量縮的走勢。

■ 文·倪子仁 ■ 攝影·邱添榮

房市自3月起溫和回溫，3至6月的住展風向球燈號亦從代表“谷底衰退”的藍燈，轉為代表“衰退注意”的黃藍燈，然而房市是否真的就此回溫回春了呢？從1月至6月的風向球六大指標，及各月價與量的關係中，可看出房市最壞的時刻確已過去，但仍起起伏伏時好時壞。

2009年1月住展房市風向球總分，因舊曆年九天長假因素盪到22分的低點，然而隨著3月份年度第一大推案檔期「329檔」的逼近，2月起的住展房市風向球分數，從1月的22分彈升為2月的25分，燈號雖仍為代表谷底衰退的藍燈，惟隨著谷底的反彈，房市已出現溫和回溫的現象。

推案量縮減 房市動能不足

風向球六大指標中，預售屋的推案量是個觀察的重點。數據顯示，3月份的預售屋推案為335.7億元，較2月的預售屋案量154.1億元，足足成長了1.2倍，新成屋的推案戶數則為2,241戶，雙雙創下今年以來的單月新高點，預售屋推案分數從4分增至6分，新成屋推案分數亦從5分增至7分，顯示329檔的推案熱度正持續加溫中。

今年329檔，台北市豪宅數量明顯減少，但包括信義計劃區的「台北信義」、博愛特區的「揚昇君臨」及士林天母的「天母一莊」三個豪宅建案，經過2月份的潛銷後，3月

2008年10~12月及2009年1~6月六大指標換算得分數與燈號對照表

時間	預售推案	成屋推案	廣告批數	議價率	來客組數	成交組數	房市風向	新燈號
97年10月	7	7	8	2	3	1	28	藍燈
97年11月	4	7	8	2	4	1	26	藍燈
97年12月	3	8	7	6	4	1	29	藍燈
98年1月	2	3	5	8	3	1	22	藍燈
98年2月	4	5	6	4	4	2	25	藍燈
98年3月	6	7	7	6	6	3	35	黃藍燈
98年4月	6	6	8	6	8	4	38	黃藍燈
98年5月	6	5	10	6	9	5	41	黃藍燈
98年6月	5	6	9	6	8	4	38	黃藍燈

說明：風向燈號判斷，藍燈(谷底衰退)：32分以下；黃藍燈(衰退注意)：33~42分；綠燈(復甦安全)：43~52分；黃紅燈(熱絡注意)：53~61分；紅燈(過熱煞車)：62分以上。

份一股衝出的買氣，使三個豪宅建案銷售走勢開低走高，「台北信義」一週賣出六戶的豪宅，成交價已從115萬元調高至130萬元一坪，震驚了沉悶已久的房市。

3月1日至4月30日的房市329檔，演出『開低走高』的戲劇性走勢，豪宅打先鋒的329檔，更將3月與4月的風向球分數衝高許多，使房市景氣從“谷底衰退”的藍燈，轉成“衰退注意”的黃藍燈，一掃連續5個月進入衰退期的陰霾。

根據住展雜誌初估今年第三季的推案量僅712.4億元來看，6月雖有陸資來台投資不動產消息面的利多，但股市與整體經濟面並未

見好轉下，6月的推案量出現『該熱不熱』的窘況，新推案量減少了，預售屋的供給量呈現縮減，北台灣缺乏大型新推建案的造勢，市場所推建案多半是延續第一、二季以來的已推舊案，使6月的預售推案分數較5月下跌了1分。

廣告量增 建商信心度增強

代表業界推案信心強度的報紙廣告量。從1月份風向球分析，廣告批數大幅萎縮，與去年舊曆年的23,000批左右相較，今年1月僅剩下13,000批左右，萎縮的幅度達43%。

2月打報廣的建案，除了甲山林廣告的建案仍持續強銷外，其它建案則是象徵性的打出引導廣告，北市新成屋建案「富春居」、昇陽建設位於北縣八里的「昇陽九樂」、北縣淡水的「台北灣」及「摩納哥」等案，是市場的焦點。

報廣量從3月份的17,000多批，4月來到20,000多批，5、6月更因為遠雄建設大量廣告的投入，使5月份的報廣量增至24,000多批，較4月的報廣量再增加了20%，使廣告批數的分數也同步增加了2分，達到今年以來的新高點10分，顯示建商作多的心態與信心度持續恢復中。

議價空間漲跌互見

風向球六大指標中，議價率是另一個值得觀察的重點，議價空間從2008年11月份的14.8%，縮減至12月份的12.6%，2009年1月的議價空間，再縮小至11.2%，出現連續3個月議價率縮小的現象。

2月的議價空間為13.4%，較1月的11.2%，增加了2.2個百分點。2月議價率會變大的原因，主要為新成屋建案，受惠於優惠房貸利率創新低的誘因，建商建案的表價雖沒有太大變動，但行情價已配合超低房貸做起促銷的動作，使行情價直接往下調降，因而加大了議價的空間。

3月的議價率則從2月的13.4%，下調至12.8%，減少了0.6個百分點，此舉與許多指標建案開價已愈來愈符合購屋者的預期有關，特別是以新成屋為主體的地區，包括北縣的林口、三峽、樹林與淡水地區，開價都相當平實，加上送裝潢及低利優惠房貸誘因，吸引了許多首購族群進場購買。

4月的議價率為12.3%，較3月12.8%的議價空間少了0.5百分點，使議價率的分數維持在6分，議價空間再度變小，主要與4月份大台北區的一些指標案『開低走高』的訂價策略，及新成屋建案的開價合於市場行情，使議價空間變小有直接的關係。

5月份的議價率為12.9%，較4月12.3%的議價空間多加了0.6個百分點，議價率的分數維持在6分，議價空間再度變大，主要與5月份大台北區有些建案出現房價調漲的動作，使購屋者再度出現觀望的氣氛有關，使議價空間小幅變大。6月份的議價率為13.0%，議價空間持平。

來人與成交 穩定成長

來人與成交組數方面，隨著股市大幅度反彈，房市頗有「春江水暖鴨先知」的意味。隨著房市進入329檔的強銷期，各熱門推案區域及指標建案的來人組數明顯增加，來人增加的幅度從三成至倍增不等，成交量也成

長了二至三成。

北市的信義區、文山區，北縣的淡水、林口、三峽、中和與三重，加上桃園市與中壢市，3月的來人組數較2月成長四成至一倍不等；4月份，以這些地區為主的來人再下一城，再成長了三成的來人，少數工地的週來人更突破百組以上。



6月以來，股市出現回檔盤整的格局，

加上主計處發佈5月最新的失業率達5.82%，而歐美的股市及各項景氣指標亦未見好轉，使購屋者的信心再現舉棋不定，6月的來人組數，隨著廣告量的小幅縮減，及舊案的新鮮度逐步褪去，購屋者的購屋意願出現下滑，6月的來人平均組數較5月減少了一至一成五不等，成交量亦同步萎縮了一成。

代表買方看法及行為的來人及成交組數，在來人組數持續增加下，成交狀況亦有所提升，來人成交比從3月的18比1，提升至4月的15比1，雖然增加的幅度不大，但只要想

6月的來人平均組數較5月減少了一至一成五不等，成交量亦同步萎縮了一成，但一些指標案來人仍很熱絡。

出來看房子買房子的消費者意願增加，成交率可望在穩定中回升。

5、6月隨著廣告的強銷，已有效吸引購屋者的注意，大台北區的建案，5月的成交量亦同步成長了一至二成不等。位於台北縣汐止的新成屋建案「長虹大鎮」，週來人組數超過200組，成交超過50戶，表現搶眼，另外位於林口的「大未來」、樹林的「遠雄翡冷翠」，亦出現大量回籠客回流的現象。

6月份燈號出現今年3月以來的第4個黃藍燈，房市確已脫離代表“谷底衰退”的低迷市況，但6月的分數卻較5月下跌了3分，顯



北縣正式升格後利多不斷，縣長（圖中）亦大力為區域發展促銷。（圖為遠雄邀縣長參加藝術大道嘉年華）。

示房市的回溫仍起起落落，處於“U”型谷底盤整的格局。

走出谷底 轉進復甦的新階段

在降價才是王道的現階段房市，隨者房價的軟著陸，豪宅建案接待中心的來人與成交狀況可以「開低走高」來形容，指標豪宅的降價風潮，也影響到一般的住宅市場，紛紛

開出吸引購屋者的相對合理價格面市。在這波『危機是轉機』的時空裡，多家建商的推案策略，除了價格更具吸引力外，地段與產品力的加強也是建案的重要賣點。

從政經面來看下半年房市，馬政府大三通的腳步正大步邁進，陸資採購團來台之聲更不絕於耳，在房地產方面，北市民生大樓以82億元再成功轉手、北市內湖區國有地標出177萬元一坪的高價，加上北市豪宅熱賣的市況，在在顯示房市最壞的時刻已過去。

此外，行政院正式通過四大都會區升格的利多，再加上兩岸交流頻繁熱絡，又有陸資來台和台資回流等利多，第三季來不及推案的建商，將在928檔加碼、加速推出新案。而最近連續3個月房市買賣移轉棟數增加，房地產價格再見攀揚，反映出國內整體景氣正逐步復甦，房市亦可望隨國內整體景氣的復甦，走出“U”形谷底，轉進溫和復甦的新階段。◆