

NO.256

2020.12

高雄建築

攜手 讓高雄有美好的明天

打炒房？政院諸公 你們抓錯人了

「智慧城市」打造高雄下一個100年
2020高雄房市新起飛 市況熱絡
鼓勵取代規定 隔音規範更見成效
「蔦屋書店」走進高雄文化日常



臺

高雄蓮池潭



高雄市不動產開發
商業同業公會

The Real Estate Development
Association of Kaohsiung

TOTO

享受，日系簡約純淨

在家中最私密的一隅，也不放棄對日系簡約的追尋

DH一體形全自動馬桶，擁有全方位「潔淨美技術」

使用前以噴霧濕潤形成水膜防護，髒污不留痕跡

並以業界首創電解除菌水技術，達到99%的除菌效果

日系純淨，不放過每一個縫隙



※ 商品圖僅供參考，商品外觀或規格因應台灣使用環境可能略有不同，歡迎至各經銷點參觀實品。 ※ 試驗數據來自(財)日本食品分析中心。

- 02 建築心聲 打炒房？政院諸公 你們抓錯人了 | 理事長 黃焜輝
- 07 市政建設 「智慧城市」領軍
為高雄市民 打造下一個更美好的100年
專訪 高雄市政府都市發展局局長 楊欽富 | 編輯部
- 15 聚焦高雄 穿越古今 走入日治時代的劍道學堂
高雄古蹟武德殿-日式武道館 | 編輯部
- 19 法規探討 分戶樓板衝擊音規定 110年1月1日起實施 | 編輯部
用鼓勵取代規定“樓板衝擊音”隔音規範才能更見成效 | 理事長 黃焜輝
- 25 市場行情 2020高雄房市新起飛年 市況熱絡買氣延續 | 曜群廣告總經理 邵泓
- 42 焦點話題 販售生活方式的「蔦屋書店」 走進高雄文化日常 | 編輯部
- 47 人物專訪 鼎宇建案 不賣「商品」只賣「作品」
專訪 鼎宇建設股份有限公司董事長 張 調 | 編輯部
- 51 新世代專訪 走在趨勢前端 以創新開創新機
專訪 居富開發股份有限公司副總經理 黃証彥 | 編輯部
- 55 會務活動 內外兼具 法理不缺席 9-11月活動彙整 | 編輯部
- 64 編輯手記 軟硬體同步注入 高雄新起飛 | 編輯部

廣告索引

封面裡 TOTO偉翔建材有限公司	21 偉盟系統股份有限公司	44 通航國際股份有限公司
06 舜聯建材事業有限公司	24 三洋磁磚雄洋有限公司	46 HCG和豐企業股份有限公司
11 亞洲水泥股份有限公司	29 虹牌油漆_永記造漆工業(股)公司	52 YKK台灣華可貴建材股份有限公司
頌新建材股份有限公司	35 良展興業有限公司	63 高豐衛浴有限公司
14 台灣日立江森自控空調	38 世磊實業股份有限公司	封底裡 合歡鋁門窗企業有限公司
設備販賣股份有限公司	41 凱撒衛浴股份有限公司	封底 德匠名廚股份有限公司
18 大亞電線電纜股份有限公司		

《高雄建築》雜誌

廣告價目表

		一般廠商		會員	
		(不予折扣)	(9折)	(9折)	(8.5折)
一期	封面裡	15,000/期	13,500/期	內 頁	10,000/期
	封底裡				
二期	封 底	13,500/期	12,750/期		10,000/期



建築心聲

打炒房？ 政院諸公 你們抓錯人了

理事長 黃焯輝

熱門演唱會的場外，有許多黃牛翻倍拉抬價格，叫賣兜售門票，獲取暴利。警察究竟是該抓黃牛？還是對主辦單位開罰？

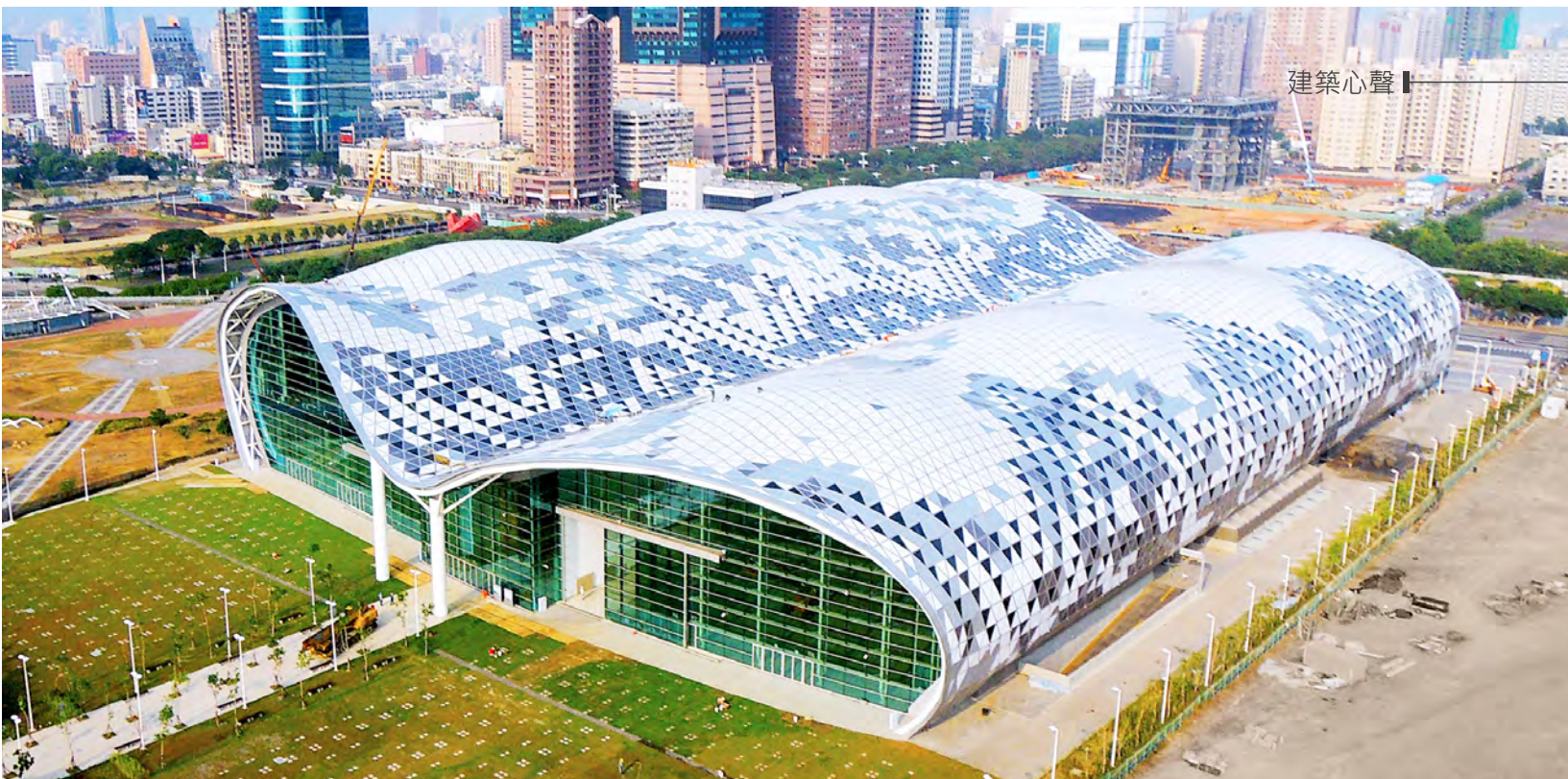
2020年的房地產市場，不同於前幾年平穩平靜、與世無爭的狀態，從第一季新冠疫情開始起了變化，疫情災難下，房地產業與其他產業一樣同步受挫；第二季台灣疫情受到控制，環境相對安全，民衆恐懼感漸平息，幾經調整後開始回歸正常生活；第三季無法出國的新生活興起，加上投資游資充裕，看屋買房愈趨活絡，預售屋紅單炒作愈演愈烈，12月初行政院聯手金管會推出各項打炒房政策，買氣頓減，更嚴重的是，房地產業受到資金壓力衝擊，業者無端受害陷入生存之戰。

「打炒房」是個正義的口號，因為房子是基本民生之一，不該拿來被炒作，所以打炒房出征的正義性不容被質疑。站在

不動產開發業者的立場，我們也是舉雙手贊成打炒房，一來是因為炒房行為嚴重破壞業者的形象，當建商和炒房、暴利等形容詞聯想在一起時，無論過往績效為何，所有的建築業者，瞬間都被貼上無良企業的標籤，對產業形象傷害很大，所以我們贊成打炒房。

二來是因為業者也都希望房價是溫和、平穩上漲，而不是暴漲的，經由炒作產生的房價暴漲，表面上看起來好像建商賺了很多錢，實際上，房價暴漲後，反應最快的是土地價格，那只能以「飆漲」來形容土地行情的快速飛升，土地是不動產開發最大的成本項目，一旦土地價格大漲，不但土地不易購買，更直接的就產生房價調漲的壓力，真正獲利最多最快的，其實是握有土地資源的地主，並非都是建商。

所以，房價被炒作對建商不一定都是有利的，對於政府「打炒房」的政策，業者



多數是支持贊成的。“打炒房”的方向無誤，重點在於，怎麼打？打擊炒房觀念很簡單，先找對目標，再選定對的工具，一發即中，讓那個被打的目標當場斃命，這樣市場上就再無炒房情事，房市就能回歸常軌。

遺憾的是，從政府宣示打炒房以來，執行策略卻一再偏離精準打擊的軌道，反而在途中步步錯殺，全台房地產業者無不憂心忡忡，對於突如其來公佈的金融緊縮政策措手不及，不少正在土地洽購中的業者亂了手腳，不知如何因應。

著因不動產開發業者的貸款從70%限縮到55%，保留一成開工款，對業者來說，等於是在開工前要多備15%的現金，才能順利動工，這對多數中小型不動產開發業來說，已經是影響到生計，這樣打下去根本不是打炒房，而是在打產業了。

舉例來說，總價10億的土地，原本可

向銀行貸款7億，自備3億；一道行政命令急下，2020年12月7日之後送件的案子，僅可向銀行貸款5.5億，另1億要等動工時才撥款，換句話說，自備款籌措從原先的3億激增到4.5億，才能買到土地，要一下子拿出原先1.5倍的資金才能買到土地，對中小型建商來說壓力大增，打擊土地市場正常交易。銀行等金融機構，在無預警下政策大變更是一片大亂。

這次政府用盡各種手段來宣示要杜絕預售屋紅單炒作，但從實際面來看，顯然不是從限制紅單著手，一連串的信用管制措施，只是限制了跟紅單炒作沒有直接關係的建商，打擊了不動產開發業，業者無端受累情何以堪！

「紅單」基本上是一種訂單，是由賣方(建商)和買方(客戶)簽立的意向合約，單據上載明交易物件的條件及總價，以及擬簽約的當事人等資訊，支付部分金額作為



訂金，待雙方對於所有內容及條件確認無誤後，再行簽立正式買賣契約。也就是說，最終賣方收取的總金額，就是買賣契約上的金額，也就是訂單上的價格。

當紅單被別有居心的投機者轉手轉賣時，與建商並無瓜葛，因為不管那張訂單被轉了幾手，建商最後收取的總金額，還是原來最初寫在紅單上的價格，並不會因為紅單被轉手，總金額就跟著增加，真正的罪魁禍首，其實是居中不斷轉賣的投機者，並非是建商。

但是翻開行政院雷厲風行的九大方案，以及金管會加上央行推出的選擇性信用管制與延長房地合一稅方案等等，幾乎每一項都是針對新成屋、預售屋、中古屋及建商，對於居中轉手買賣紅單的投機者，沒有絲毫約束力。獲利者逍遙法外，無辜者無端受累。

抑制紅單炒作並不難，雖然只是債權交易，但是可以規範紅單只能轉手給直系親屬，若非直系親屬則須報備當地縣市政府主管機關，紅單的合法轉手對象受到限制，轉手頻率勢必大降，炒作就會自然銷聲匿跡。

公會在此呼籲，政府的打炒房，不要演變成打產業，建議進一步釐清問題源頭，才能針對目標對症下藥，解除弊端；否則，錯殺了不動產開發業這個經濟龍頭產業，只會讓緊繃的台灣經濟更陷入絕惡之境，這就遠離了人民之福了。

演唱會再怎麼一票難求，主辦單位也只收到票面上的金額，其他超額都是黃牛吞了去；結果警察不抓黃牛，而是嚴厲苛責主辦單位。世道紊亂至此，傷害產業至深，當政者應慎之！

發行人 | 黃焯輝

社長 | 黃頌舜

編輯委員 | 陸焯廷 許國慶 郭俊毅 陳又齊 柯俊吉 陳添進 楊品輝 林中進 蔡崇禮 江子超
李昇達 蘇姿菁 曾土城 張雅婷 翁志賢 吳宗國 張家豪 黃証彥 徐國振 蔡政志
黃亮勳 劉勇廷 林貫敏 徐淑美 黃添銘 林俊良 邱淵郎 劉人豪 王志清 邱全弘
楊明展 朱金榮 黃湘允 楊美人 林清吉 林麗芬 林建輝 謝百剛 涂麗雅 李炆彥
洪嘉聰 任 勛 洪志正 方啓樟 陳宜霖 吳柏辰 蔡紹豪 黃鴻億 林峰旭 林哲鋒
戴育丞 陳信龍 鄭定凱 方冠凱 李沛樹 吳萬彩

會務顧問 | 張 調 郭敏能 陳武聰 張永義 陳其邁 黃昭順 管碧玲 李昆澤 趙天麟 賴瑞隆
劉世芳 許智傑 林岱樺 邱志偉 邱議瑩 許崑源 康裕成 林宛蓉 陳麗娜 吳益政
黃柏霖 曾俊傑 鄭光峰 李喬如 郭建盟 陳麗珍 陳玫娟 李柏毅 黃香菽 曾麗燕
蔡金晏 黃紹庭 蔡昌達 陳信瑜 周玲玟 黃石龍 林瑩蓉 張豐滕 黃啓川 李登木
侯彩鳳 余政憲 李偉山 黃英忠 黃海彬 蔡天贊 孫太山 林佩樺

建築顧問 | 鄭純茂 林子森 張文明 施邦興 李東樵 羅仲廷 許堅倚 楊欽富 麥仁華 張文智
張貴財 尤炯仁 蔡暎賢

財稅顧問 | 陳萬彬

法律顧問 | 吳玉豐 正邦聯合律師事務所 許清連 何曜男 陳樹村

水電顧問 | 蔣順田

地政顧問 | 陳安正 賴碧瑩 謝福來

建築美學顧問 | 陳陽春 林熺俊

執行編輯 | 網路地產王

執行秘書 | 張麗卿 鄭園蓉 李明瑄 葉思岑 李金鳳

美術設計 | 黃品森視覺設計

發行所 | 高雄建築會刊

封面照片提供 | 網路地產王

地址 | 高雄市前鎮區民權二路6號26樓之2

電話 | 07-3385691 傳真 | 07-3385812

網址 | www.kaoarch.org.tw

製版印刷 | 益成紙業合版印刷

- ◆ 中華民國109年12月出刊
- ◆ 中華民國69年元月創刊
- ◆ 行政院新聞局局版台誌字第7543號
- ◆ 台灣南區郵政管理局雜誌交寄執照南台字第277號

浴室情境 ·

由浴櫃開始改變



Since 1985

浴室櫃、鏡櫃
衛浴設備、櫥具



舜聯建材事業有限公司 高雄市鳳山區建國路一段398號
旭聯建材事業有限公司 TEL:07-7406858 FAX:07-7905718

市政建設

「智慧城市」領軍 為高雄市民 打造下一個更美好的100年

專訪 高雄市政府都市發展局 局長 楊欽富



今年是2020年，高雄市在百年前建城，今年恰滿100年，也就是說，高雄市在1920年正式擁有法律所賦予的城市定位；100年就這麼過去了，未來的100年，高雄市又會發展成何種樣貌？高雄市新政府上任僅短短百天有餘，都市發展局楊欽富局長，已經擘劃出一個智慧聯網環環相扣又充滿契機的新都會。

楊局長表示，「智慧」的理念就是透過新一代資訊科技的應用使人類能以更加精細和動態的方式管理生產和生活的狀態，通過把感測器嵌入和裝備到全球每個角落的供電系統、供水系統、交通系統、建築物 and 油氣管道等生產生活系統的各種物體中，使其形成的物聯網與網際網路相聯，透過超級電腦和雲端運算將物聯網整合起來，實現人類社會與物理系統的整合。有助於促進都市經濟、社會與環境、資源協調永續發展，提高城鎮化品質。

智慧城市為主軸

楊局長表示，高雄市百年來歷經了日據時代、國民政府時代、及戒嚴時期，回顧百年來，城市不斷成長擴張，要如何打造符合國際潮流的新都會，吸引更多人前來移居，給市民更美好、更便利的生活，為高雄市下一個100年奠定更好的基礎，是市府團隊目前傾全力積極努力的目標。

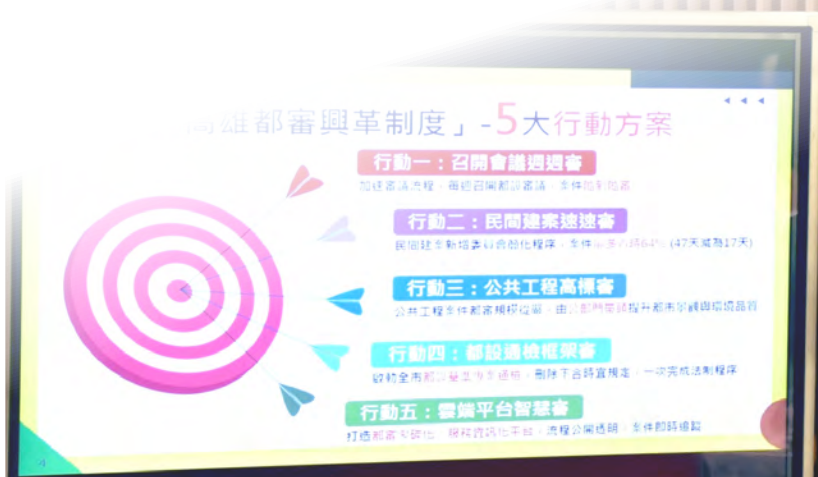
目前國際各大都市提升城市競爭力的策略，都是以建造「智慧城市」為主流，什麼是「智慧城市」？楊局長說，以方向性來看，安全、生態、綠城及永續為大前提；以執行面來說，創造產業聚落、城市分區規劃、縮短偏鄉數位落差、官方與民間連結、塑造高雄文化等等，一步步重塑都市個性，打造宜居與適居的生態都市，改善都市環境，改善都市體質，讓市民生活充滿幸福感。



高雄市「智慧城市」的主體為科技軸線，一路從台南科學園區、路竹科學園區、橋頭科學園區到亞洲新灣區，從北到南連成一氣，由形成的產業聚落提供就業機會，再發展到居住需求、生活服務等，每個面向都在落實科技化智慧城市的目標。

三城計畫圓滿生活

然而，科技軸線不僅僅是發展科技產業，分區計劃中必須滿足產業、文化藝術及休閒生活等需求，高雄市北、中、南的「三城計畫」，便是依分區發展計畫，將三城的計畫目標加以定義。





北城以楠梓及中油等原屬加工出口區及重工業區為主，以產業聚落的型態，發展產業與生活，左營高鐵站、捷運左營站及台鐵左營站也在北城範圍內，交通建設皆已完成，產業發展無後顧之憂。

中城以衛武營、台鐵機廠為核心，該區重劃約9-10公頃的商業區，兩廳院也已經完工啓用，未來中城將以發展設計及藝術為主軸，高雄市的另一個新的文創文化，將在此生根開花結果。

南城則以亞洲新灣區為主，愛河出口處的高雄展覽館、流行音樂中心及旅運中心皆陸續啓用，形成新的都市櫥窗；再加上1-12碼頭文化地景，又有5G中的AIOT強化軟體，提供市民嶄新的休閒服務設施。

亞灣區的腹地廣大，閒置20年的港務區用地、202兵工廠等等，整體面積將近有

600公頃，過去因為群聚效應不佳，發展遲緩，未來計劃將吸引200-300家廠商進駐，日後的發展潛力無窮，楊局長信心滿滿地說：只要亞灣區發展起來，整個高雄就起飛了！

連結政府資源與民間建築

楊局長說，將政府投注大量資金的智慧城市資源，結合到一般建築物，改變市民的生活形態，將是高雄市「智慧城市」的新亮點。

智慧城市的軟硬體中，其中有10%在戶外，由政府打造公共的智慧生活環境，像是無人駕駛車、搭配改建的人行道及自行車道、發展輕軌運輸，高雄市每年約有200-300人因交通意外喪命，若能提供市民更安全的用路環境，便能有效降低交通事故。



再者，智慧生活另有90%是屬於室內。政府公共系統中溫濕度及雨量控制，透過迅速的5G路網，將這些資訊傳遞到建築物中，就能達成節能減碳省水省電的愛地球工程。

以雨量為例，公共監控系統取得雨量即時資訊，當暴雨發生時，便能藉由5G連結，將暴雨訊息快速傳遞到建築物中，建築內的防水閘門便會自動升起，避免淹水

情事發生，有效保障市民生命及財產安全；或者當高溫熱浪來襲時，即時訊息藉由5G快速傳送到建築物中，室內空調就會自動開啓，避免熱傷害等等。

這類的科技生活，在高雄市政府的規劃執行下，未來都會成為你我的真實生活寫照。以亞洲新灣區為例，未來新建案都必須符合綠建築的八大系統，降低環境污





亞洲水泥
ASIA CEMENT CORPORATION



ASIA CEMENT ECOLOGICAL PARK

洋房牌袋裝水泥



社會責任



永續礦山



客戶服務



亞洲企業社會責任獎

CSR

2018-2020 連續三年榮獲亞洲企業社會責任獎(AREA)
連續五度獲得工業局產業溫室氣體自願減量績優廠商獎

全世界第一家同時取得三項認證的水泥公司

ISO 14067:2018 產品碳足跡標準

ISO 14046:2014 產品水足跡標準

BS 8001:2017 循環經濟最高成熟度等級認可

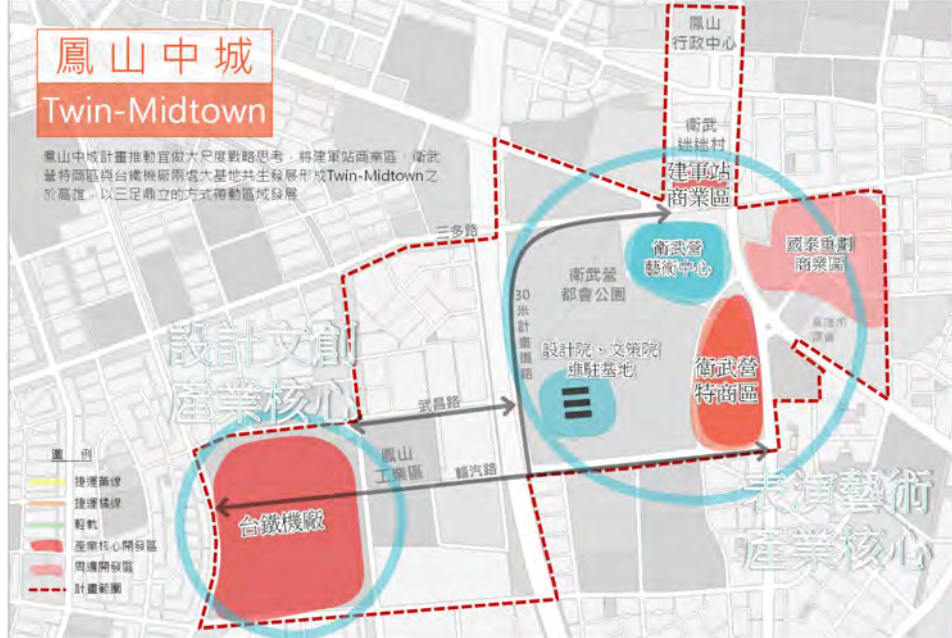
永續綠色家園的首選夥伴



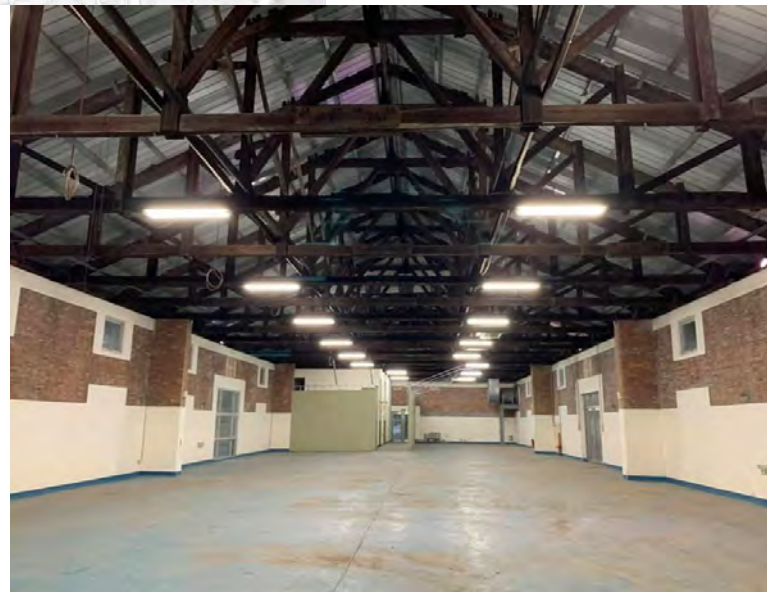
亞洲水泥股份有限公司
台北市大安區敦化南路二段207號30樓
TEL : +886-2-2733-8000
國內業務處 高雄營業所
高雄市前鎮區大華三路16-1號
TEL : +886-7-815-0968
www.acc.com.tw



頌新建材(股)公司
頌真砂石(股)公司
高雄市鼓山區中華一路479號
TEL : +886-7-552-5889
www.songshinbm.com.tw



衛武營三連棟規劃構想及現況示意圖



染，節能減碳，配備智慧電錶，溫度監控系統、省水省電裝置，與政府外部智慧系統連結。

市府自行興建的1,800多戶社會住宅，都將以這個智慧建築的標準來興建，預計在2021年底動工。換句話說，日後在亞灣區，第一排海港無價景觀，將不再是由豪宅所獨享，中產階級也能以平價入住亞灣區，享受美好生活。

而舊城區的蛻變，則要倚賴都市更新，畢竟舊建築要完成科技設備不易，因此必須加快都市更新及危老重建的腳步，舊建築更新完成後，就能擁有新設備，生活更安全、更健康。楊局長說，過去高雄建商對都更的意願低落，但近幾年在政府的宣導下，目前已經有20多家建商參與，都更市場的未來性十分看好。

縮短城鄉數位落差

高雄市的岡山、鳳山、旗山三大地區，涵蓋了原隸屬於高雄縣區的外圍鄉鎮，舊高雄縣的縣徽即象徵「三山一體」，高雄市政府也十分重視，未來將啟動不同階段的都市計劃。

第一階段以橋頭、崗山及路竹等地為主，這些地區將進行都市計劃通盤檢討，提高容積率建蔽率，提升土地使用強度，吸引民間資源投入；第二階段將以大社、大樹及仁武為主，納入國土計劃中，重新佈局鄉鎮定位，未來會有更多元的發展性。



楊局長說，這些外圍偏鄉有許多特殊文化，都是很珍貴且極具特色的文化資產，應該被保存並發揚光大，以六龜為例，六龜介於平地與山地的交界處，早期是山產跟平地貨物的交換地，為滿足往來商務的需求，六龜的交通運輸跟住宿旅社很發達。其他像是旗山的山產、大寮米倉等等，早期都是沿著高屏溪發展的重要集散地，這些地區都有很豐富的歷史文化資產，是高雄文化很重要的根源。

局長最後表示，英國都市設計學者曾為智慧城市下了一個很好的註解：所謂的智慧城市，就是要將城市的基礎設施，有

效利用並連結到人民的生活之中，建立真正永續發展的泉源。高雄將先整合各政府部門的資訊，建立智慧城市的基礎環境，並導入智慧分析預測工具，以大數據及資訊網絡的影響力，做為城市規劃的工具，藉由智慧城市的發展目標，滿足未來高雄市各區，亞洲新灣區、哈瑪星老城區等不同區域市民的生活所需，為市民打造下一個更美好的100年。



衛武營三連棟規劃構想及現況示意圖

日立變頻冷氣

HITACHI

完美的空間設計，
從空調開始。



頂級空調 日立變頻多聯式空調 SET FREE



4~96HP Max.1對64



榮獲採用


- 臺中國家歌劇院
- 內政部智慧化居住空間展示中心
- 內政部EAG House實驗屋
- 臺灣科技大學台灣建築科技中心

台灣日立江森自控空調
設備販賣股份有限公司

總公司：(02)2508-3311
www.jci-hitachi.tw

e服務中心：

台北29943131 / 基隆24586118 / 蘭陽9255366 / 花蓮8359288 / 台東350606 / 桃園3922661 / 新竹5356388
台中23825852 / 彰化7262021 / 雲林5335065 / 嘉義2333086 / 台南2592141 / 高雄2249520 / 屏東7553355



聚焦高雄

穿越古今 走入日治時代的劍道學堂 高雄古蹟武德殿-日式武道館

文 | 編輯部

高雄武德殿於大正13年(1924年)在湊町(今哈瑪星)四丁目完工，發源於日本的警察系統，為日治時期提供警察及青年學子修練柔道、劍道的場所，之後再擴展到城市與學校。

武德殿源起

警察肩負社會安定、人民安全之責，經常必須面對盜匪及不法之徒，因此必須習得防身的武藝以求自保及保護人民，因此武術對維護治安的警察就格外重要與必要。

因此在明治28年(1895)於日本京都成立的「大日本武德會」，其會員以警察為主，其所建的武道場建築，稱之為「武德殿」。

當日本統治臺灣時，日本警察系統就影響到臺灣。因此臺灣的武道文化就由當時的日本警界引入、主導及發展，在警察

系統的推動下，當時的臺灣州、廳、郡等都陸續興建起「武德殿」。

大正13年(1924)高雄武德殿於湊町四丁目完工，即由高雄警察署管理與使用，即今鼓山區登山街36號鼓山國小後面、中山大學西子灣山洞左側，為日式磚造建築。

1999年列入古蹟

日本在全台各地興建武道館，男生必須學習柔道、劍道或角力(相撲)，而女生則以射箭為主。並每年在台灣各地先舉辦武道大會或演武大會，選出優勝者，再集中至台灣地方本部武德會進行決賽，以發揚武士道的習武精神。

其建築內部主要分兩大部份，東邊為學習劍道區，西邊則是學習柔道區，約可容納一百人，屬當時的警察署管轄，(即今臨海二路與臨海一路交叉處的永光行)。



二戰後交由鼓山國民學校代管，並曾權充教職員宿舍，後無人進駐，因而呈現荒廢的狀態。

民國88年(1999)高市民政局審定為古蹟。民國92年(2003)文化局成立後，即積極進行整修規劃設計，歷經一年修復，於民國93年(2004)12月完工，民國94年(2005)4月委託社團法人高雄市劍道文化促進會經營管理，為本市第一座非營利古蹟委外案例，也是全台第一座以原始功能再利用之古蹟。民國105年(2016)3月起由高雄市政府文化局自行管理營運，目前開放免費參觀。

建築風格延續武道精神

武德殿建築兼具「佛寺」、「宮殿」、「神社」三類建築之空間元素，並加入武術活動之使用機能，形成特有之空間形態。高雄武德殿其屋頂為「入母屋」形式(同中國之「歇山」)，正面入口為「唐破風」形態；簷下有對稱立柱，前有三支一組的立柱，後有一支立柱與兩支附壁柱之組合，形態接近「托次坎柱式」





武德殿



(Tuscan order)，柱面上有箭形及靴形浮雕，也隱喻了武德殿之原始傳統武藝活動。

目前武德殿每年會舉行三大活動：農曆年間的祈願祭、5月中旬鳳凰花祭、7-8月中慶祝武德殿生日的武德祭，日本傳統文化與如：花見、茶道、花道、舞踊、太鼓、日本傳統樂器等表演，及日據時代傳承的武道精神，在歲月流轉後更富有韻味。

除了體驗武德殿的風采，鄰近國立中

山大學、哈瑪星、打狗英國領事館、壽山動物園等熱門景點，西子灣、壽山情人觀景台、駁二藝術特區更是打卡熱點，高雄深富底蘊的城市景館、自然景觀與人文采風都可輕鬆在此體驗。

武德殿經修復後重新活化，不再只是振興武德的演武館，化身為文化交流的新基地，快快一起來體驗，高雄歷史脈絡中的東洋風情！






決定離職，不代表他心裡毫無忐忑
看指甲就知道了，那是被焦慮啃噬的痕跡
要換跑道，還是專注自己所長？

下一份工作會更好嗎？
只要男人心裡滲出一絲不確定，他就會到這裡

修鬚、理髮、掏耳
理髮師每一個細膩動作
都讓他感覺自己已經有所不同
尤其熱毛巾從臉上被拿起那一刻
彷彿重獲新生

理所當然的日常，看似微不足道
卻讓人擁有面對不確定的力量



法規探討

分戶樓板衝擊音規定 110年1月1日起實施

文 | 編輯部

有不少國人辛苦買房，常碰到樓上噪音，也就是夢魘的開始！政府為推動「寧靜宅」理念，去(108)年內政部公告，分戶樓板衝擊音隔音法規，原訂7月1日正式施行，營建署並加強技術交流與推動計畫。

不過內政部6月18日宣布，原訂於今(109)年7月1日上路的分戶樓板隔音構造法令規定，考量預售屋消費者權益及協助材料業者儘速申請認可，以確保多元化選擇，政策決定再延後6個月實施，明(110)年1月1日才正式上路。

內政部表示，建築物分戶樓板隔音構造，原計畫於去(108)年7月1日上路，但鑑於施工者對於施作細節尚未全盤了解，不利政策推動，且由於相關人員準備不足等問題，為避免衍生日後消費糾紛，造成政策阻礙，因此延後至今年7月1日實施。延後1年期間，已通過試驗之材料達180種以上，為協助業界順利施工，降低施工界面疑慮，積

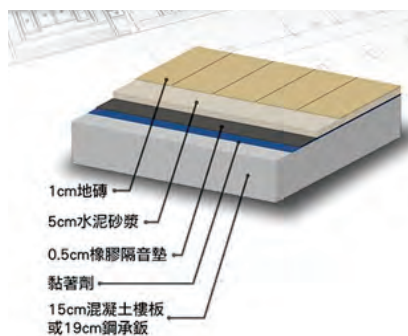
極辦理技術交流推廣活動，並率先從公部門優先示範。

台灣永續綠營建聯盟秘書長楊明俊表示，台灣近10年來，在法規實施前，已有不少優質建商，在民間建案，率先採用樓板隔音緩衝材，工程實績已累計50萬平方米(m²)以上，尤其經過台南大地震的建案，磁磚完好，見證了磁磚優化施工，因為以往磁磚常發生膨拱，問題在水泥砂漿強度不夠、未用背膠、未留標準縫隙等陋習，應依國際規範施工，改善傳統磁磚膨拱缺失。

不過如果將樓地板列為主結構的一部分，建商及廠商必須提供15年長期的保固，這對相關廠商而言，恐怕會增加許多成本，公部門建築或是社會住宅，因為都有政府財政補貼，因此成本支出負擔較不受影響；但一旦入法之後，業界都必須比照辦理，未來增加的成本，恐怕還是會發生轉價的情形。

隔音墊相關材質業者對於成本增加的估算較為樂觀。博宇德工程公司執行長詹德威表示，台灣樓板隔音系統成本約在2,000元／坪，施作區域約占建築面積一半，實際建築成本約增加1,000元／坪，占建築成本0.6%~1%（以台北市廣慈社會住宅為例，約占建築成本的6／1,000）。

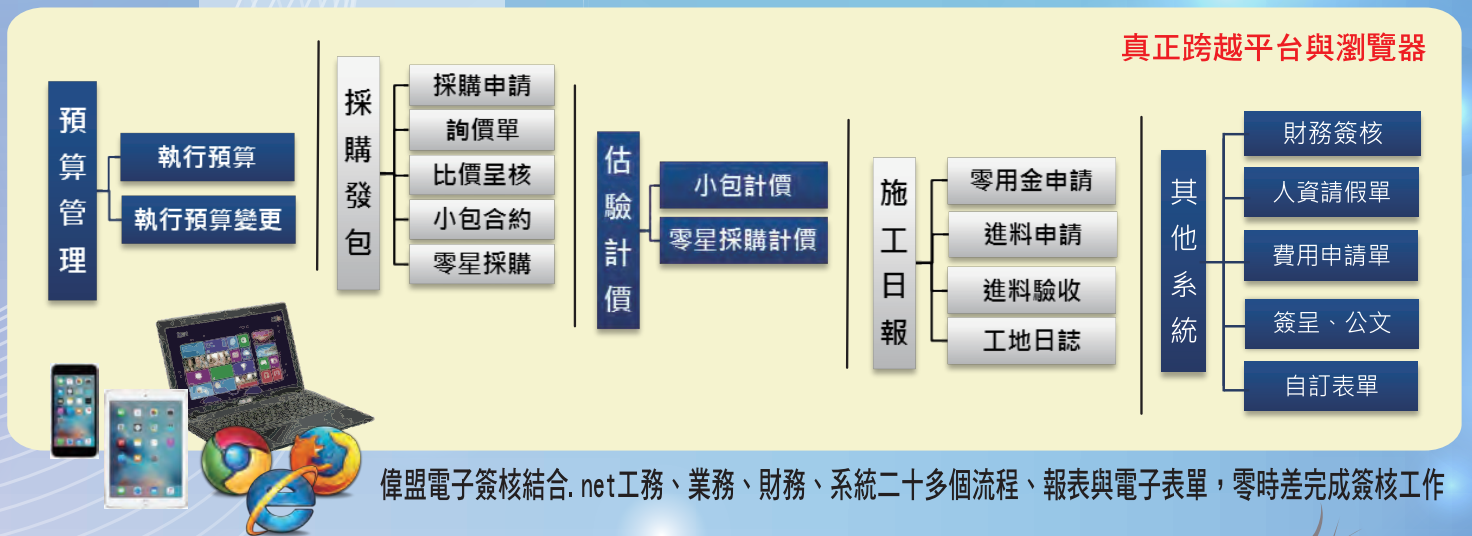
但實際上每戶增加5公分厚的水泥砂漿，對建築物來說，至少增加上千噸的載重，換句話說，用以支撐建物的樑柱結構會增加許多負擔，結構必須要強化，因此增加的成本恐怕不只是水泥砂漿相關成本而已，這也是業者為難之處。



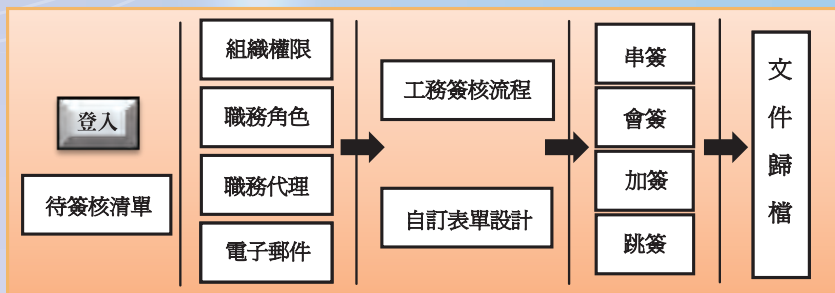
以提升居住品質為前提，制定樓板隔音法規，社會大眾及業者大多是贊成的，畢竟台灣晚了歐美日等先進國家20多年，包括中國大陸2019年也訂了樓板隔音基準。台灣自明年1月1日施行，國人的一般住宅、公宅，也可以與豪宅一樣，不用受樓板噪音之苦，寧靜不再只是富人的享受。法規立意良好，營建署若能與建築業者達成共識，提升可行性，普遍實施，就真的是全民福祉了。

品名/規格	△Lw	壓層(有無)	表面材	圖片參考
Standard 2mm	19dB	無	13mm壓層板	
Standard 2mm	20dB	無	8mm木地板	
Standard 2mm	29dB	無	地毯	
Standard 2mm	18dB	無	9mm磁磚	
black uni 2mm	19dB	無	10mm壓層板	
black uni 2mm	17dB	無	8mm木地板	
black uni 2mm	25dB	無	地毯	
black uni 3mm	20dB	無	塑膠地板	
ester 6mm	20dB	有至少55mm水泥砂漿	磁磚、大理石或其他材料	
ester 8mm	21dB	有至少55mm水泥砂漿	磁磚、大理石或其他材料	
system 6mm	21dB	有至少55mm水泥砂漿	磁磚、大理石或其他材料	
ester 3D 8/4mm	22dB	有至少50mm水泥砂漿	磁磚、大理石或其他材料	
3D 17/8mm	26dB	有至少55mm水泥砂漿	磁磚、大理石或其他材料	
wave 3d 8/4mm	25dB	有至少55mm 水泥砂漿	磁磚、大理石或其他材料	
wave 3d 17/4mm	32dB	有至少55mm 水泥砂漿	磁磚、大理石或其他材料	

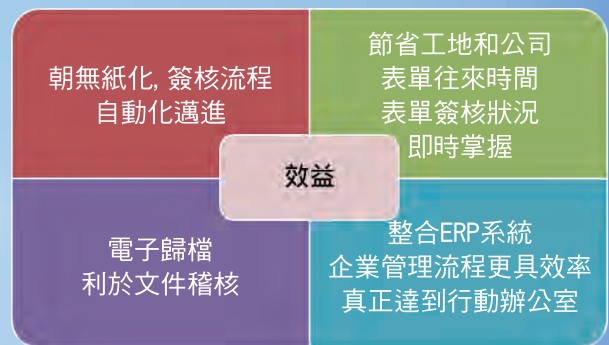
走到哪，辦公室就在哪！企業E化，不僅是網頁 Web ERP！ 全新感受，營建業唯一真正結合工務系統等電子簽核之雲端作業



自訂流程！自訂組織！淺顯易操作



-- 系統流程 --



營建工程業代表客戶

北部客戶：

互助營造、宏普建設、宏璟建設、工信工程、龍邦國際、厚生實業、怡華實業、三圓建設、海華建設、華旺營造、同豐營造、承業營造、明誠建設、蓮園建設、元邦建設、志榮建設、世國營造、觀淑營造、水美工程、天瀚建設、廣鎮建設、大增建設、名喬建設、亞鉅營造、介壽集團、珍寶事業、德春營造、湯臣開發、有富國際、永德國際、光禹國際、國記營造、榮利營造、鍍克營造、安倉營造、太隆興業、泰舍實業、中湖國際、技佳建設、久舜營造、三輝建設、三發地產、樺龍建設、鋒橋建設、及福建設、太平洋建設、太平洋房屋、邱永漢公司、富都新開發、大板根育樂、日商奧村組、達闊青原工程、日商日本國土、元景營造(元大)、欣陸(大陸工程/建設)、士林開發(仰德集團)、尚志資產(大同集團)、山發營造(正隆集團)、寶豐資產(廣豐實業)、凱森建設(新麗企業)、光世代建設(中華電信)、嘉泥建設(嘉新水泥)、群祥開發(豐林營造)、長昇建設(又廣營造)、桃園捷運GC03統包工程(互助/大林組/大陸工程).....。

中南部客戶：

聯上實業、京城建設、隆大營建、城揚建設、歐美建設、興總建設、泰郡建設、泰緯建設、榮欣建設、利富建設、名發建設、慶旺建設、鼎宇建設、尚鼎營造、春木建設、麗明營造、杉鴻營造、晉欣營造、崑庭建設、高永建設、友友建設、國城建設、達茂營造、玉鎮建設、竹風建設、大城建設、坤山建設、竹冠建設、泰嘉建設、義力營造、一功營造、高堅建設、威京建設、全誠建設、皇龍建設、協誠營造、悅陽建設、德旺建設、宗大建設、麗晶建設、龍騰建設、本業建設、碧根建設、瓏毅營造、三嘉開發、樺棋營造、榮利營造、上慶營造、鍍克營造、大郡建設、高堃營造、德鼎建設、國隆營造、寶睿地產、郡都建設、慈龍營造、澍陽建設、和通建設、寶登建設、億達工程、園泰營造、利宇營造、建埕營造、奕富建設、仰德建設、亞銳士、欣巴巴事業、華友聯建設、鑫龍騰建設、瀚光泰建設、新宏興營造、興連城建設.....。

偉盟系統股份有限公司
Wellan System Co.,Ltd

偉盟COgo-ERP系統是您營建業系統E化的最佳信任夥伴

台北總公司：(115)台北市南港區三重路19-11號13樓(南港軟體園區) 電話：(02)2655-1055 傳真：(02)2655-1040 營建e化分機8787-1094

台中分公司：(404)台中市北區臺灣大道二段340號6樓之一 電話：(04)2325-7700 傳真：(04)2322-3771 營建e化分機8067

高雄分公司：(807)高雄市三民區博愛一路391號5樓 電話：(07)311-8555 傳真：(07)311-9668 營建e化分機1040

偉盟系統網址：<http://www.wellan.com.tw> 偉盟營建e-mail信箱：cogo@wellan.com.tw



法規探討

用鼓勵取代規定 "樓板衝擊音"隔音規範 才能更見成效

理事長 黃焯輝

政府很多政策的動機都是很好的，可是很難理解，為何到了執行層面這一端，就會產生質變，讓原本的美意變成民怨，善意變成障礙，消耗大量的社會資源之後，成效卻可能大打折扣。

日前發放的三倍券就是一例，把原本簡單的事情搞得很複雜，應該開心的事卻讓大家都不開心。三倍券就是花錢罷了，耗費的行政資源及公帑你我可能都無感，大家討論個幾天也就過去了；但是政府三年前頒佈了一道有關營建的新政令，讓房地產業者無所適從，日後可能對於買方產生很大的影響。

電梯大樓新建築的集合住宅形態，動輒上百戶，居住者眾多，要維持良好的居住品質不容易，其中「樓板噪音」是形成住戶之間干擾的主要來源之一。簡單說，就是隔壁或樓上的日常生活吵到你，或是你會吵到鄰居。

吵的來源很多種，其中有一種是就透過樓地板傳導聲音，如果樓地板的厚度不夠，或是材質不對，可能樓上小朋友的跑動，或是移動一下傢俱或椅子，都會變成你日常生活的噩夢。

於是在學者的建議下，政府在2016年頒佈一項營建新政令，規定將樓地板納入建築物主結構，且必須在樓地板中間施做類似橡膠材質的隔音墊，以降低樓地板傳導噪音。根據政府提供的檢驗報告指出，樓地板加裝隔音墊之後，能降低樓板噪音17分貝。一個看似良善的政策，背後卻隱藏許多執行上窒礙難行的大問題。

第一個遇到的大問題便是施工。隔音墊多為橡膠材質，為避免鋪設使用後不平整，必須在隔音墊上覆蓋5公分左右的水泥，水泥若無包覆鋼筋，必定會產生龜裂，連撲在水泥地板上的地磚也會一起龜裂，樓地板如今又被列入主結構中，必須

保固15年，任何營造廠或是建商都難以負擔樓地板長達15年的保固。若加上鋼筋，整棟建築的重量將倍增，樑柱建築結構將無法負擔，首先在施工部分便引起諸多爭議。

再者，樓地板被列為主結構，完工後結構技師必須簽字驗收，但這部分目前並無驗收標準或規範，結構技師根本無從驗收，驗收流程形同虛設，施工品質難以保障。

第三，營建規範使用水泥覆蓋隔音墊，以3,000坪建坪的大樓估算，整棟建築的重量將大增2,000-3,000公噸，換句話說，整棟建築的樑柱必須更粗更大，才能負荷這些新增數千公噸的重量，在設計規劃上，與趨勢背道而馳，現在的設計趨勢，都傾向使用新建材，減輕建築物的重量，降低結構安全上的風險；而今卻為了降低樓板噪音大增結構風險，學者及政府的邏輯著實令人不解。

將樓地板列為主結構的一部分，政府真的應該要瞻前顧後慎重考量，因為這不單單是營造廠及建商的問題，買方日後若要變更室內格局，只要動到地板，就等同是更動主結構，必須要經過繁復的申請手續之後，才能動工及驗收，必須要經過這些繁雜程序才不算違法，看來是擾民又添一項。

降低樓板噪音以提升居住生活品質的大方向，相信大家都是肯定的；但是政府規範的做法卻很難認同。施工有難度，地板保固15年無人可承擔，驗收無規範，樑

柱更粗壯，成本更是大增，顯然就是弊多於利，政府應該多聽民間的聲音。

其實根據實驗室數據，加鋪隔音墊可將低17分貝，而鋪設地毯卻可降低25分貝，遠高於隔音墊的效果。重點是，降低樓板噪音的做法很多，政府應該以鼓勵取代規定，執行效果可能會更好。牽一髮而動全身，這樣的作法牽涉的範圍之大、影響之深，如果沒有縝密的考量，一旦實施，事後補強的成本，可能遠超過初期的評估。

這樣的政策，不單單是建設業者的問題，營造廠反對、瓷磚業者不贊成、建商窒礙難行、結構技師無所適從，連仲介業者也很困擾，因為樓地板列入結構後，日後要檢測的結構除了海砂屋、輻射屋之外，還要多一項樓地板（有無鋪設隔音墊），房仲業也是不認同的。

如果這些都先不論，試問，倘若鋪設之後經過一段時間地磚龜裂，必須重新鋪設，就要把地板挖起來再重鋪，施工的噪音更大聲，如果你是樓下住戶，還會給這政策掌聲嗎？政府接地氣，解民意，知疾苦，才是符合人民期望的政府。

賀

千葉岩系列 298×598

入選2021年精品獎殊榮



MCR3603512 MCR3603520 MCR3603522 MCR3603523A MCR3603526



三洋磁磚

STG



台灣精品
2021



榮獲環保標章認證



榮獲CNS正字標誌



ISO 9001 國際品質保證

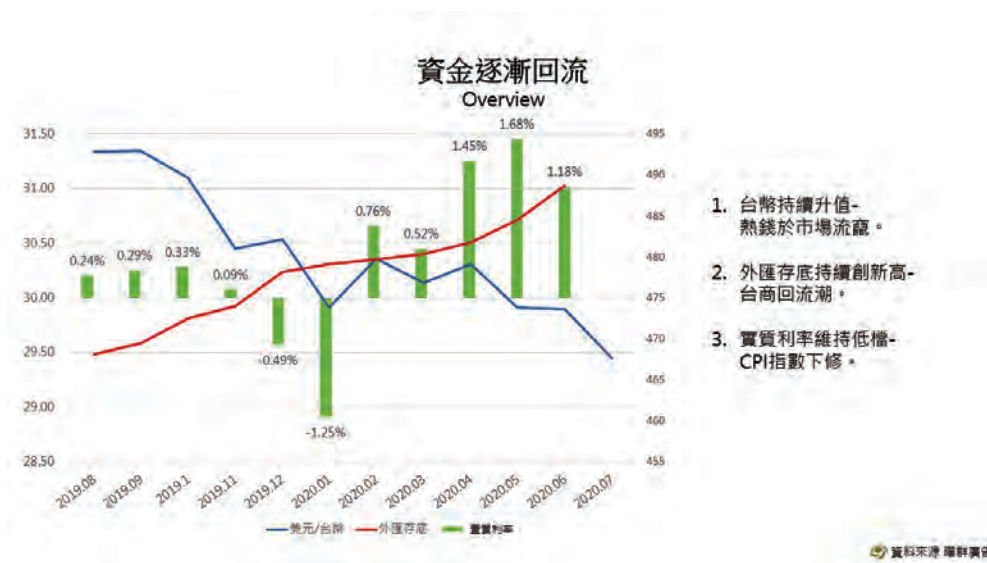


add | 高雄市仁武區鳳仁路10-4號 tel | 07-371-0607 fax | 07-371-0584

web | www.stg.com.tw

市場行情

文 | 曜群廣告事業有限公司 總經理 邵泓

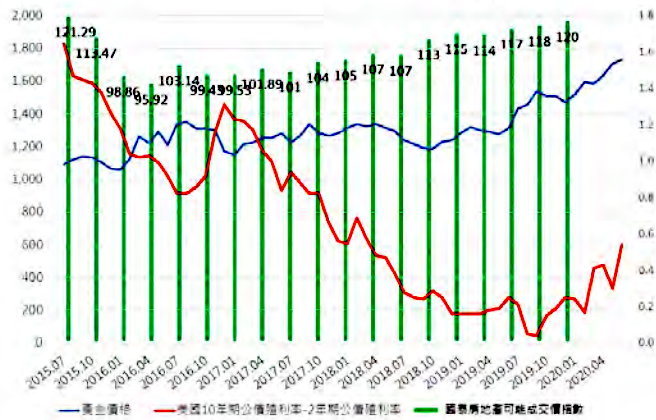


資金充斥市場

因中美貿易戰加上新冠肺炎疫情台灣防守有成，讓台商逐漸回流，使外匯存底於2019年底開始續創新高，造成台幣升值，多數熱錢於市場流竄，加上利率持續維持低檔，熱錢與低利就如火柴遇到汽油一樣，形成股市與房市雙漲的一波榮景！

近年經濟成長率雖萎靡不振，但M1B年增率平均多維持於4.5%-6.5%溫和成長，形成經濟成長率與M1B背道而馳的情況，由此顯示貨幣供給超量，熱錢充斥市場；房地產業與經濟成長率亦呈現相同狀況，雖經濟成長率呈現下跌之狀況，但買賣移轉棟數全台仍維持平均約七萬戶/季之水準。

財富倉庫 Overview



1. 黃金價格持續上漲-實體避險管道夯。
2. 美國10年期與2年期公債殖利率差額維持低檔。
3. 近期台灣加權股價指數超越1.2萬點。
4. 財富倉庫理論，資金流向實體保值管道。

資料來源：匯豐銀行

市場熱錢不減 Overview



1. M1B年增率維持4.5%~6.5%-溫和成長
2. 貨幣與經濟成長率近年背道而馳-貨幣供給超量，熱錢充斥
3. 整體經濟成長率萎靡不振，但房市交易量仍均維持約7萬戶/季

資料來源：匯豐銀行

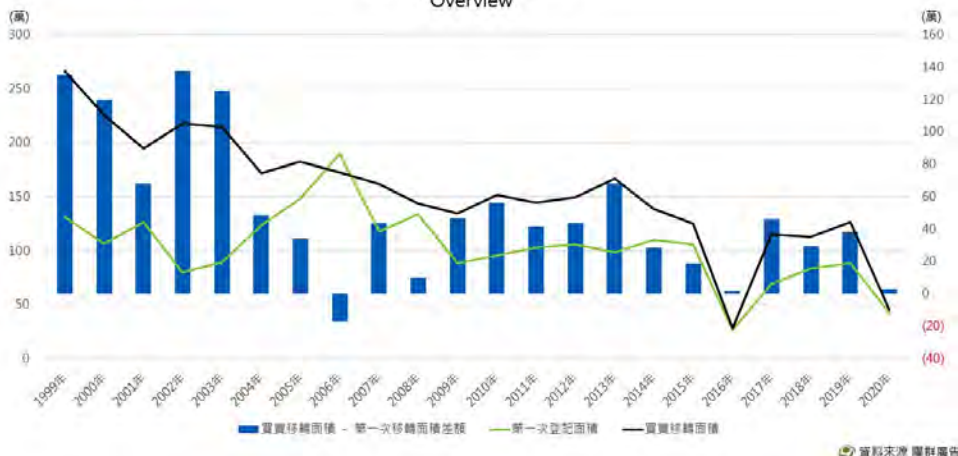
財富倉庫

資金充斥的市況，仍需尋找資金放置管道，即稱為「財富倉庫理論」；黃金、債市、股市、房地產等均為財富倉庫管道。觀察黃金價格，於2019年底自1,400餘美元上升到2020美元；美國公債殖利率十年期與二年期差距逐漸縮小，顯示投資人信心逐漸增強，離開債市而回到股市或其他管道，如納茲達克指數於2020年6月金價1.2萬點大關，為近十年高點；台灣為較淺碟之市場，與美國狀況相同，股市突破萬點，房市持續熱絡；資金需要儲存的倉庫，但股市、黃金等管道震盪幅度較大，而房地產震盪幅度較小，且長線觀察仍呈現上漲之趨勢，故房地產相對失利風險較低且保值。

房市動能-全台 Overview



房市動能-高雄市 Overview



房市動能

房市動能，本次以買賣移轉面積做為依據，買賣移轉面積與第一次登記面積之差做為計算，如差額大於零，則隱含成屋供不應求之訊息，反之則供過於求。由此全台統計長條圖觀察，房市動能均經歷約2-3年的復甦期、高原期、衰退期三大週期循環，至2015年開始進入衰退期至2018年，2019年開始呈現復甦動能，預計於2020年開始將進入新一波復甦期況；高雄市部分近年僅2016年動能較為不足，其餘年度動能均屬需求大於供給之狀況。

觀察房市歷年重大事件與供給需求端之變化，由代表建商信心面之建照申請與土地買賣筆數，代表買方的房屋買賣移轉棟數做分析；建商信心部分，作為房地產業最重要之原物料，土地買賣筆數二十年均值維持於63萬筆上下，但建照申請則經歷重大事件後隔年多下滑，除SARS期間，因持續時間較短，較不受影響。而買方信心面，歷年重大事件前後，均維持當時之動能水平，較不受影響，重大事件後因建照下滑，但動能持續維持，造成事件後約兩年大量申請建照之狀況發生；由此表可觀察，買方信心仍維持水準，建商推案信心較易受到經濟或外在因素影響。故嚴格來說，房地產市場買方較賣方來的更有信心！

歷年重大事件與房地產供需關係 Overview

年度		2000	2003	2008	2019-
事件		網路泡沫化	SARS	金融海嘯	貿易戰&新冠肺炎
建照申請	去年	5.7萬	3.9萬	10.6萬	12.2萬
	當年	4.4萬	6.4萬	7.0萬	14.9萬
	隔年	2.4萬(-46%)	11.1萬(+72%)	5.1萬(-27%)	7.2萬(上半年)
土地買賣(筆)	去年	68.0萬	65.5萬	71.3萬	51.3萬
	當年	61.1萬	64.0萬	64.3萬	55.3萬
	隔年	51.8萬(-16%)	72.8萬(+14%)	63.1萬(-2%)	27.0萬(上半年)
房屋買賣(棟)	去年	38.5萬	32.0萬	41.5萬	27.8萬
	當年	32.1萬	35.0萬	37.9萬	30.0萬
	隔年	25.9萬(-19%)	41.8萬(+20%)	38.8萬(+2%)	14.0萬(上半年)

資料來源：建研會

供給與需求

近三年高雄市新成屋過戶量體平均維持約7,500戶，小坪數產品加上自住買盤持續支撐房市動能，推案量近三年平均達到約1.1萬戶，因小坪數的大量供給所造成，年均推案量體超過年均過戶量體五成，未來個案競爭力與個案特色將越顯重要。

高雄全市房型供給比重變化分析-北市心歷年房型供給比重分析-

105年後房地產購屋觀念轉變，由夠用就好轉變為降級消費的時代，二房產品自106-108年躍升為該年度供給主力，108年供給超過半數為兩房型產品，造成供給量大幅增加。節至109上半年統計，二房佔比呈現下降趨勢，取而代之為三房型產品，佔比近五成，為106年來首次超越二房，而四房產品佔比也微幅上升，但仍屬市場少量供給產品，且坪數規劃出現轉變。

歷年推案戶數及過戶量體統計



資料來源：建研會

全市歷年房型供給比重變化分析-歷年



資料來源：建研會



N218-3
Parisian Postcard

B134-7
Blueberry Basket

空間攝影 / DO UP Stu
軟裝佈置 / DO UP Décor Planner
地 點 / 眺高景觀餐廳



自然無味 當然健康
獨家環保 DETEXMO 單體去味科技



永記造漆工業股份有限公司
<http://www.rainbowpaint.com.tw>

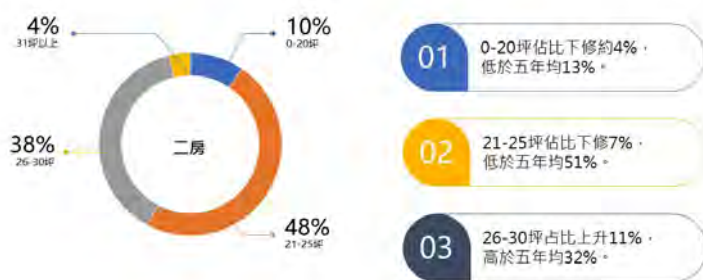
台灣·高雄市小港區沿海三路26號
TEL:886-7-8713181 FAX:886-7-8715443

109上半年全高雄市 坪數統計

二房部分，20坪以下佔比較108下修約4%，低於五年均值13%；21-25坪二房為近年二房主力供給坪數區間，近年佔比均

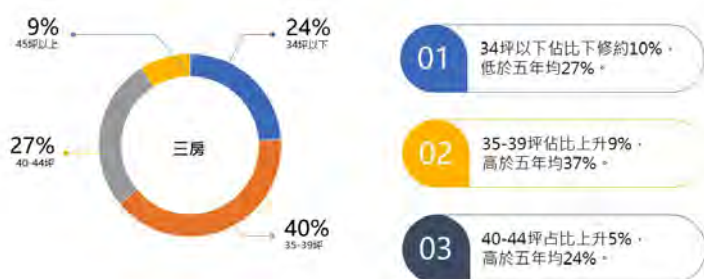
值超過50%，109上半年統計佔比較108年下修約7%，低於五年均值51%；26-30坪佔比較108年上升11%，高於五年均值32%；31坪以上仍屬少量供給，但與26-30坪二房產品多屬規劃雙衛浴或標準正二房產品，另外包含高雄厝的加入，使二房此兩區間佔比呈現上升趨勢。

109年全市坪數供給統計-二房
Marketing



資料來源：建發集團

109年全市坪數供給統計-三房
Marketing

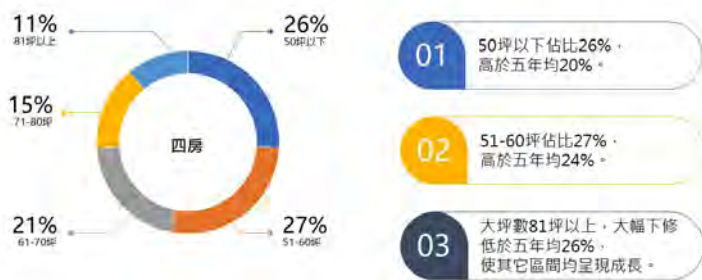


資料來源：建發集團

三房部分，106-108年三房產品為控制總價而下修的坪數，於109年逐漸回歸較為標準之坪數規劃，而首換型三房產品佔比也逐漸上升，故呈現；34坪以下總價型產品佔比較108年下修約10%，低於五年均值27%；35-39坪為近五年三房供給主要區間，佔比較108年上升9%，也高於五年均值37%；40-44坪佔比較108年上升5%，高於五年均24%；45坪以上三房產品仍屬少量供給。

四房部分，整體供給數量較少，供給佔比部分，因大坪數81坪以上佔比大幅下修，使其它供給區間均呈現成長趨勢，其中以首購型四房，50坪以下成長幅度最大，佔比高於五年均值20%，佔比達26%，而首換型51-60坪產品則高於五年均值24%，微幅成長，全市四房產品逐漸朝首購、首換型產品方面規劃。

109年全市坪數供給統計-四房
Marketing



資料來源：建發集團

北市心歷年房型供給比重變化分析-歷年
Marketing



北市心歷年房型供給比重分析

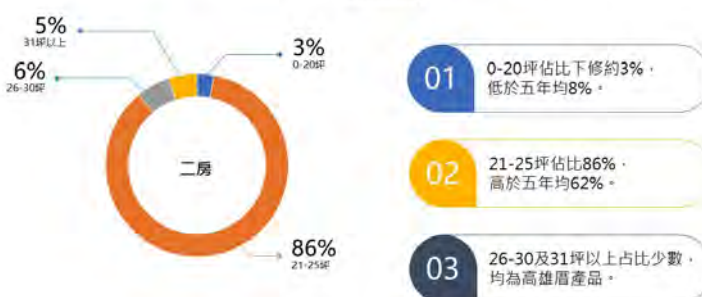
北市心108年主要供給區域較集中於三民區，提供大量首購型產品，而鼓山、左營區除部分量體較大之個案，供給相對三民區少；二房產品較108年佔比50%下修至35%；取而代之的是三房之供給，佔比超過50%，而其中超過70%為首購型之三房產品；四房產品在供給則較108年微幅上升，佔比約9%，仍屬少量供給，且產品型態轉變為首購型或首換型之規劃，與以往美術館區域多為豪宅型產品不同。

109上半年北市心坪數統計

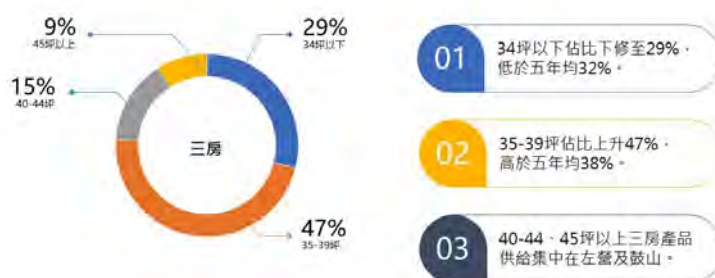
二房部分，20坪以下產比較108年下修3%，低於五年均8%，僅為少量供給；21-25坪佔比86%，高於五年均62%，可以說北市心二房供給均為21-25坪，而26-30及31坪以上較少，佔比分別為6%及5%，且均為高雄厝陽台之產品。

三房部分，回歸較正常之坪數，34坪以下佔比下修至29%，低於五年均32%，該區間為首購型三房產品，主要集中於三民區；35-39坪佔比達47%，高於五年均38%，大幅回升，主因部分大案單案量體大量供給所致；

109年北市心坪數供給統計-二房
Marketing



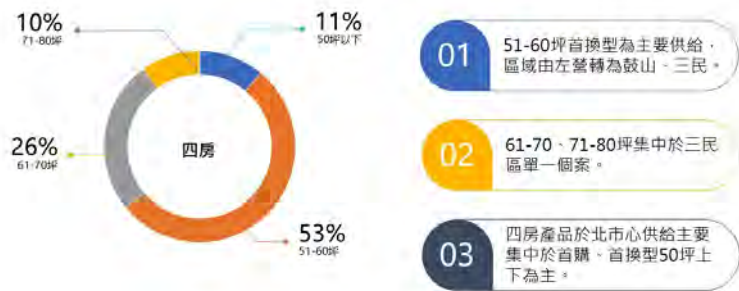
109年北市心坪數供給統計-三房
Marketing



40-44及45坪以上大三房產品，主要集中於鼓山及左營區。

四房部分，50坪以下首購型產品於北市心佔比僅11%，首換型51-60坪產品為最大供給，佔比53%，61坪以上四房產品，集中於三民區單一個案供給；故四房產品在北市心主要供給為首購型、首換型50坪上下產品為主。

109年北市心坪數供給統計-四房
Marketing



資料來源：建研機構

南市心歷年房型供給比重變化分析-歷年
Marketing



資料來源：建研機構

南市心歷年房型供給比重分析

南市心109年上半年供給量體較去年大，二房供給佔比雖較107-108年近50%的佔比下修至39%，但上半年供給二房戶數已超過108年全年度供給50%；三房部分為近五年首次超過二房供給，佔比達40%以上，產品型態以首購型三房為主要供給區間；四房產品供給維持與五年均相同，佔比18%，產品型態仍是以換屋型產品為主要供給，首購及首換型四房供給較少。

109上半年南市心坪數統計

二房部分，20坪以下產品佔比17%，實際均屬於套房型產品；21-25坪區間佔比30%，低於五年均41%；26-30坪佔比49%，高於五年均29%，26-30

109年南市心坪數供給統計-二房
Marketing



資料來源：建研機構

及31坪以上區間二房多規劃2+1房或者二房二衛或二房有更衣室之產品。

三房部分，34坪以下三房下修至6%，低於五年均12%，35-39坪上升至44%，高於五年均32%，該區為南市心近年供給主力；40-44坪與45坪以上，於南市心較少高雄厝比例規劃，實屬大三房之產品。

四房部分，50坪以下產品佔比約一成；51-70首換及換屋型產品與北市心相同均為109上半年主要供給區間，70坪以上大坪數產品於南市心均具備景觀、地段等優勢。

109年南市心坪數供給統計-三房



資料來源：建研報告

109年南市心坪數供給統計-四房



資料來源：建研報告

楠橋岡山區歷年房型供給比重變化分析-歷年



資料來源：建研報告

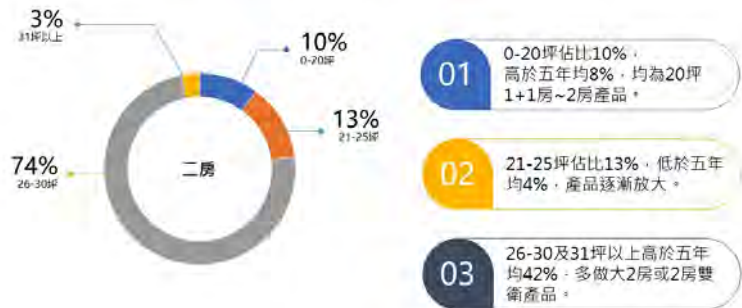
楠梓、橋頭、岡山區歷年房型供給比重分析

北外圍區域，受到橋科二期、捷運延伸線等重大建設話題影響，房市熱絡，二房供給部分較前兩年下修至32%，低於五年均43%；三房部分近兩年躍昇為主力，佔比於108年及109上半年均接近50%，首購型產品仍是該區域主力；四房產品佔比回升至20%，高於五年均8%，產品型態以首購型四房產品為主。

109上半年楠梓、橋頭、岡山區坪數統計

二房部分，20坪以下佔比10%，產品型態均為19-20坪規劃1+1房或小兩房之產品；21-25坪佔比13%，低於五年均17%；二房產品型態多規劃於26-30坪產品，佔比74%，規劃大二房或是二房二衛之產品。

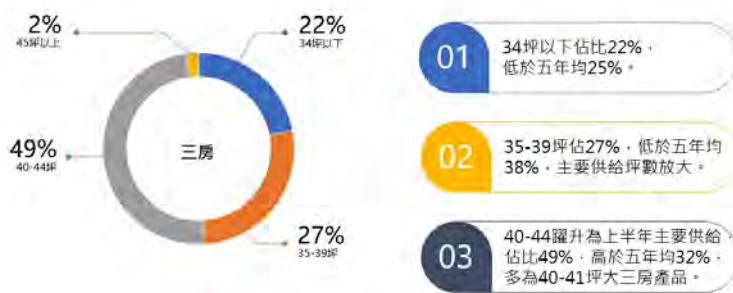
109年楠橋岡山區坪數供給統計-二房
Marketing



資料來源：房產廣告

三房部分，34坪以下佔比22%，低於五年均25%，微幅下降；35-39坪佔比27%，低於五年均38%，該區間為109年前該區主要供給區間；40-44坪成為上半年主要供給區間，佔比49%，高於年均32%，為40-41坪大三房之產品。

109年楠橋岡山區坪數供給統計-三房
Marketing



資料來源：房產廣告

四房部分於該區供給區間仍屬少數，50坪以下佔比38%、51-60坪佔比10%，供給產品集中於50坪上下總價型產品為主，71-80坪及81坪以上區間，上半年統計均集中於特殊單一個案。

109年楠橋岡山區坪數供給統計-四房
Marketing



資料來源：房產廣告

源自德國

以科技為您佈下綠網 讓呼吸不再奢侈

GREENWEB防霾網



歐盟危害物質檢測認證



歐盟抗過敏認證

台灣第一品牌，豪宅首選

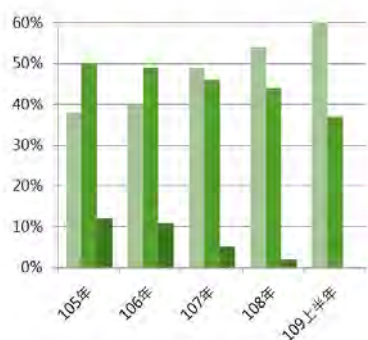


Onwell curtain & screen Co., Ltd.
良展興業有限公司

<http://www.onwellcurtain.com.tw> Tel:04-2296-6588

小港鳳山區歷年房型供給比重變化分析-歷年

Marketing



二房 佔比持續創新高，109上半年達63%，因總供給戶數不多，約200多戶。

三房 佔比跌至40%以下，供給約130戶。

四房 上半年尚無統計至四房產品。

資料來源：聯動廣告

小港、鳳山區歷年房型供給比重分析

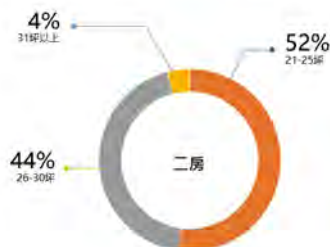
該區推案量體較少，加上109上半年小港區未有新案供給，故109上半年統計主要以鳳山區域為主。二房部分近五年持續上升，於109上半年統計達63%，三房佔比則持續下降，109上半年統計約37%。

109上半年小港、鳳山區坪數統計

二房部分，主要供給坪數為21-25坪總價型產品，佔比52%，其次為26-30坪，佔比為44%，31坪以上產品佔比僅4%，該區仍屬少數產品。

109年小港鳳山區坪數供給統計-二房

Marketing



01 21-25坪佔比52%，高於五年均50%。

02 26-30坪佔比44%，高於五年均34%。

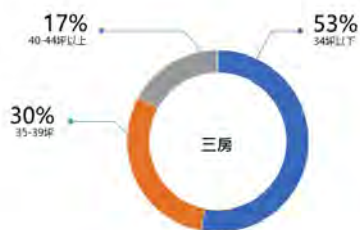
03 31坪以上佔比4%，該區仍屬少數。

資料來源：聯動廣告

三房部分，34坪以下佔比53%，高於五年均32%，35-39坪佔比30%，低於五年均40%，40-44坪佔比17%，低於五年均23%。因南外圍單價持續高漲，三房規劃逐漸依總價導向進行規劃。

109年小港鳳山區坪數供給統計-三房

Marketing



01 34坪以下佔比53%，高於五年均32%。

02 35-39坪佔比30%，低於五年均40%。

03 40-44坪佔比17%，低於五年均23%。

資料來源：聯動廣告

仁武、鳥松、大寮區歷年房型供給比重分析

北外圍區域近年大樓供給持續上升，但主要供給仍以仁武為主，大寮區則因工業區、分戶及換屋需求，近年逐漸出現華廈型產品。規劃部分，二房佔比43%，較108年微幅下修，三房部分佔比48%，仍為近三年仁武區域主要供給產品，四房佔比14%，較去年10%以下略為回升，產品型態以首購型四房為主。

仁武鳥松大寮區歷年房型供給比重變化分析-歷年

Marketing



- 二房** 佔比43%，較去年微幅下修。
- 三房** 佔比48%，仍為近三年仁武區域主要供給產品。
- 四房** 佔比14%，較去年略為回升，但產品型態以首購型四房產品為主。

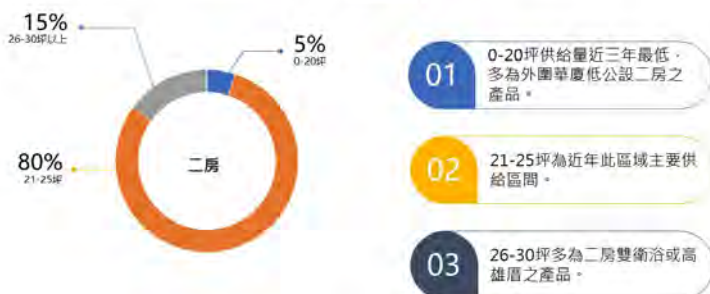
資料來源：建研機構

109上半年仁武、鳥松、大寮區坪數統計

二房部分，0-20坪以下產品主要集中於大寮華廈低公設之產品，佔比為近三年最低，僅5%；21-25坪為該區最主要二房供給區間，佔比達80%；26-30坪則為大樓二房二衛浴或高雄厝之產品。

109年仁武鳥松大寮區坪數供給統計-二房

Marketing



- 0-20坪供給量近三年最低，多為外圍華廈低公設二房之產品。
- 21-25坪為近年此區域主要供給區間。
- 26-30坪多為二房雙衛浴或高雄厝之產品。

資料來源：建研機構

三房部分，34坪以下三房佔比拉升至20%，主因大寮華廈低公設三房而成長，佔比為20%，35-39坪佔比55%，為近三年仁武區三房主要供給區間；40-44坪大三房佔比25%，均為仁武區供給。

109年仁武鳥松大寮區坪數供給統計-三房

Marketing



- 34坪以下三房，因外圍華廈產品拉升佔比。
- 35-39坪佔比55%，為仁武近三年三房主要供給區間。
- 40-44坪佔比25%均為仁武供給大三房之產品。

資料來源：建研機構



QUALITY
MADE IN
GERMANY

德國品牌
德國製造

社區淨水系統

GENO MXA 3"

社區用全自動反沖洗雜質過濾器

grünbeck
格溫拜克

社區軟水系統

Delta-P 2"

全電腦三罐循環軟水機

softliQ MC-38

雙罐軟水機

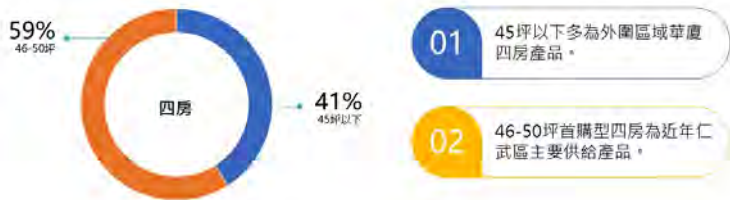


每個人都有使用純淨水的權利
在德國，每10戶就有5戶使用格溫拜克

grünbeck 希望將全面改善家中水質問題的觀念和技術介紹給追求健康、舒適生活的你，雜質過濾、智能軟水、防漏安全裝置等適合臺灣使用者的水處理設備，全面為您的用水把關！



109年仁武鳥松大寮區坪數供給統計-四房
Marketing



- 01 45坪以下多為外圍區域華廈四房產品。
- 02 46-50坪首購型四房為近年仁武區主要供給產品。

四房部分，109上半年供給僅兩種區間產品，45坪以下，佔比41%，主要為華廈產品，46-50坪佔比59%，首購型四房為近年仁武主要供給產品。整體北外圍四房供給仍以首購型產品為主，較大坪數產品近幾年供給相對較少。

資料來源：房產數據網

107-109年成功個案分析

成功個案標準為，成屋與預售個案，月銷售率達7%以上，統計107-109年，共計61個案，戶數8040戶。

區域分析，北市心佔比33%、南市心24%、北外圍23%、南外圍20%；北市心主要以三民區為主，近年市中心相對價位較親民，且多為首購型個案，表現亮眼，南市心則以苓雅區帶頭，小坪數加上生活機能較為便利之個案，中大坪數則是以品牌及地段等優勢取勝。南北外圍區域仍以剛性首購需求帶動買氣。

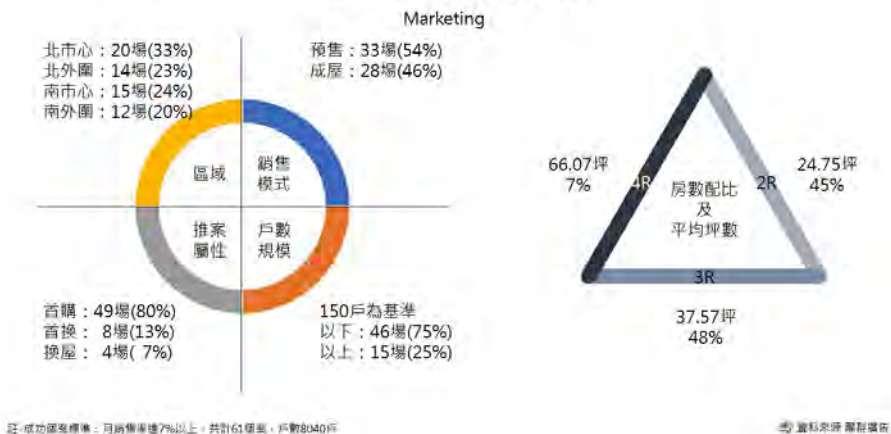
銷售模式分析，預售佔比54%、成屋佔比46%；預售佔比較成屋佔比高，主因除了目前線上個案多為預售個案外，其次原因為付款方式較為輕鬆，對於首購型客

戶為一大誘因，故預售模式接受度逐漸提高。

戶數規模分析，以150戶為基準，150戶以上歸類為大型個案，150戶以下歸類為標準型個案，大型個案佔比25%、標準型個案75%；大型個案佔比達1/4，其中首購型產品為大宗，主要為重劃區內之個案或市中心投資型產品為主，價位及生活機能相對親民；而換屋型產品，主要以品牌為號召，但仍為少數。

整體房數配比及平均坪數，統計成功個案8,040戶中，二房佔比45%，平均坪數為24.75坪、三房佔比48%，平均坪數為37.57坪，四房佔比7%，平均坪數為66.07坪；二、三房以首購型產品為主，四房佔比較少，坪數則以換屋型為主。

107-109年成功個案分析



成功個案六大項目指標

品牌知名度

佔比52%共32案，其中首購型個案佔比78%達25案，主因市場近期均以首購型產品為主，大型知名品牌建商也紛紛推出首購型產品所致。

推案空隙

佔比46%共28案，其中17案為成屋，成屋對客戶仍具備一定吸引力；預售多為鳳山區，區域內推案量體較少，生活機能完善及在地剛性需求。

未來發展

佔比33%共22案，主要集中於外圍重劃區，因近鄰市區，加上價格相對親民且生活機能逐漸形成，成為首購族選項之一。

車位配比

佔比51%共31案，其中首購型個案20案，首購族群對車位仍有需求，且可搭配銷售策略降低感受單價。

生活機能

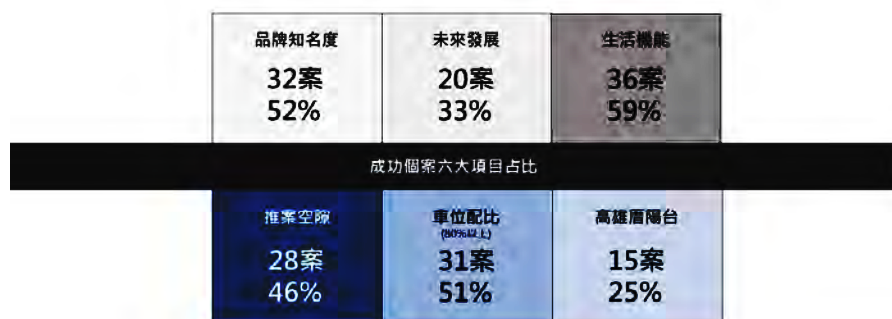
佔比59%共36案，主要集中於南北市中心區域，多為首購型小坪數之產品，其中部分為投資型產品。

高雄厝陽台

佔比25%，成功個案因素內，佔比相對較低，接受度仍有待觀察。

107-109年成功個案分析

Marketing



註：成功個案標準：可銷售率達7%以上，共計61個案，戶數2040戶

資料來源：產研報告

全新設計

810 SERIES



EXPRESS YOUR PERSONAL STYLE WITH
THE MOST BEAUTIFUL CURVE EVER DESIGN BY CAESAR

高雅的曲線，襯托出你對品味的追求
CAESAR 擁有最心動的金屬工藝，超出你的期待



caesar
凱撒衛浴

歡迎蒞臨鑑賞 高雄左營 瓷藝光廊 07-359-5378 高雄市左營區民族一路1188號



焦點話題

販售生活方式的「蔦屋書店」 走進高雄文化日常

文 | 編輯部

高雄市在近幾十年，隨著時代的變遷從重工業城市漸漸轉型成文創都會區，也出現不少文創景點，像是駁二特區、高雄總圖、棧貳庫、果貿新村等等，高雄的新風貌受到廣大民衆和觀光客的喜愛。再加上亞洲新灣區在年底即將落成啓用的流行音樂中心、旅運大樓等，高雄市多元文化的意象，愈來愈清晰。

在3C產品高度普遍化的現在，「書店」似乎逐漸成為一種屬於過去式的名詞。實體書店在數位化的衝擊下，一間間落幕，書店好像變成一種類型的懷舊，褪色在記憶裡。然而就在舊書店一片急流退場中，新式書店逆勢應運而生，台灣的誠品書店、日本的蔦屋書店系統，新式複合式的服務內容，為書店重新定義！

繼全台最大TSUTAYA BOOKSTORE(蔦屋書店)在台北南港開幕後，設於高雄大立百貨的全台第六間TSUTAYA BOOKSTORE在2020年4月開幕，用在地港都特色為裝潢，

打造出350坪的書香空間！

TSUTAYA BOOKSTORE (蔦屋書店)落腳在五福三路上的大立百貨，占地有350坪以上，同時享有百貨公司的1-2樓層。在台灣本土書店一家一家歇業的同時，TSUTAYA BOOKSTORE卻一間一間開，大力拓展市場，這次在高雄新開幕的店面，十分令人期待。

擁有「世界最美20間書店」之一稱號的日本代官山蔦屋書店，是許多觀光客到東京必定造訪的熱點；在日本，蔦屋書店以打造全方位生活提案為營運主軸，持續創造話題；2017年首度跨海進軍台灣，在信義區開設「TSUTAYA BOOKSTORE」海外一號店，以3年5家店的經營目標開拓海外版圖。

截至2019年，已陸續完成台北信義店、內湖店、松山店、以及台中市政店的計畫；TSUTAYA BOOKSTORE 專案企劃部經理大塚一馬表示，「TSUTAYA BOOKSTORE 期



WIRED
CHAYA
茶屋



待讓消費者體驗Book跟café創造出的氛圍，那是網購世界無法提供的感受，消費者在書店中，可親身體驗我們的生活提案。」

走進TSUTAYA BOOKSTORE，原木系空間設計，展現簡樸淡雅風格，搭配不張揚富有暖意的燈光，增添店內溫馨舒適感受，看似無邊際的雜誌牆，猶如一張張海報妝點牆面，少了書架隔閡的半通透空間展現穿透感，讓視覺不斷發現新的可能，來自日本的獨家選物錯落在不同空間，透過大面透明落地玻璃望向店外，一片綠意映入眼簾；再加上，來自東京澀谷WIRED TOKYO餐廳所飄散的香醇咖啡味，滿足視覺與嗅覺期待，TSUTAYA BOOKSTORE營造出神奇的空間魔力。

蔦屋書店創辦人增田昭宗曾說，蔦屋書店不僅只賣書，更是販售一種生活方式，如果書店就像是美術館，客人一定不會急著離開。無怪乎，陸續在台灣展店的幾間TSUTAYA BOOKSTORE，總能留住往來的人潮，滿

足現代人的生活步調。

蔦屋雖從影音出租店出發，但深知只堅守一種營運形式無法長久，於是嘗試從提升生活品質發想，經過不斷的討論與修正，才呈現大家看到日本蔦屋書店的樣貌，「在營運上的定位，我們不只是書店，而是把自己當成企劃公司，透過不同提案，引導消費者，朝更好的方向走去。」大塚一馬很堅定地說。

TSUTAYA BOOKSTORE所提倡的「生活提案」，概念就是以提案的視覺效果陳設主題；以烘焙為例，企劃人員會先規劃出空間，選擇烘焙相關書籍，再將有關相關主題像是咖啡或茶品等書籍納入展示，強化主題內容深度，書籍擺設可發揮創意，然後搭配烘焙工具或相關家電產品，猶如小型櫥窗展示，不僅提升主題內涵也能創造附加價值。

網路世代的來臨，許多產業紛紛轉型為以網路購買為主要銷售通路，但TSUTAYA BOOKSTORE仍堅守實體店面，而且一間

AIOT 智慧雲端 管理整合系統

—— 保全 · 監控 · 通訊 · 防災 ——

系統架構



系統特色

智慧雲平台

- 雲平台將社區內各系統連結雲端管理
- APP讓即時查閱及接收各項社區管理訊息
- APPQR Code掃描註冊，省卻繁瑣安裝程序

智慧物業平台

- 郵件包裹、訊息推撥通知
- 公共設施預約、瓦斯抄錶等社區管理
- 汽機車充電狀態及扣點服務

智慧求救系統

- 整合影像對講、攝影機、求救及門禁系統
- 緊急事件影像、聲音及事件紀錄，電子地圖呈現
- 警衛中控台及APP同步接收緊急求救訊息

BA中央監控

- 監控消防、電力、排水、排風、燈光、地震等
- 具有Web功能，遠端取得即時畫面監控
- LINE推撥通知，即時告警、跳圖、連動

智慧雲端對講

- 影像通話對講開門
- 社區、個人訊息通知
- 支援手機APP使用

遠距即時保全APP

- 推播通報住家警報狀況
- 監測住宅保全狀態
- APP遠距保全設定

成功案例

- 國泰建設
- 冠德建設
- 八德一公宅
- 尚陽建設
- 璞園建設
- 台中育賢公宅
- 昌益建設
- 國美建設
- 台北奇岩公宅

得獎認證





接一間；創辦人增田昭宗曾說，「實體店面必須完整傳遞品牌概念，提出能創造新的顧客價值的生活提案。」大塚一馬解釋，實體店的確在產業中艱辛經營，以日本為例，實體書店近5年整體業績下降20%，台灣也掉15%，經營情況嚴峻，但「實體店能提供消費者無法在網路上獲得的感受，以TSUTAYA BOOKSTORE的經營主軸Book and Café來說，只有在實體店才能同時閱讀書籍又品嚐咖啡，這是網購無法取代，既直接又即時的體驗感受」。

雖說是結合Book and Café，但其實在TSUTAYA BOOKSTORE中，餐飲的選擇卻不僅只是咖啡，WIRED TOKYO餐廳舉凡輕食、中西式餐點一應俱全，甚至連調酒也提供。大塚一馬說，讓書店跟餐飲結合的發想來自於日本六本木分店，當初也是基於出版業整體環境不佳，蔦屋從企劃角度出發，整合數據發展出的生活提案，延伸為結合書與咖啡的環境空間，消費者容易被好吃食物或好喝咖啡吸引而來，透過上傳照片所

發散的訊息，同時也會吸引有興趣的同好前來造訪。

從2018年6月來台推展業務迄今，最讓大塚一馬印象深刻的是，TSUTAYA BOOKSTORE台中市政店開幕日，吸引了大批人潮，因為店家規模不足以吸納所有消費者，因此很多人在外面排隊等著一窺書店風貌，「看到台灣朋友對我們的品牌有期待，當下覺得很感動。」另外，巡店時，看到很多人拍照打卡上傳，臉上洋溢滿足笑容，也讓他感到「空間設計與陳設氛圍，對消費者有一定魅力，這點我也覺得很感動」。

擴展海外版圖，TSUTAYA BOOKSTORE選擇文化相近的台灣作為首個據點，透過詳細市場調查，顯然並未遇到太多文化衝擊，從展店的速度看來，已站穩腳步，期待透過生活提案方式，讓消費者能夠在TSUTAYA BOOKSTORE中，感受充滿生活實驗的無限創意。

HCG

智慧生活

全面潔淨沖



1



造型精巧

縮小馬桶尺寸的設計，優化衛浴空間，無水箱保有尺寸便座，帶來舒適的使用體驗！

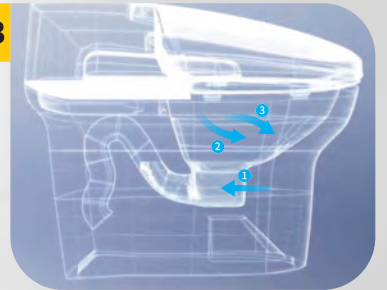
2



開放式瓷面

高壓下一體成形，無凹凸面的設計，更加容易清潔；看得乾淨，用的安心！

3



智能沖洗

智慧式水流系統，微電腦精準控制出水大小，達到節能環保高效能！

4



3D潔淨沖

新一代沖水技術，兩道環繞式洗淨+一道清水沖洗，輕鬆洗淨不留痕跡！



人物專訪

鼎宇建案 不賣「商品」只賣「作品」

專訪 鼎宇建設股份有限公司董事長 張 調

對建設公司而言，品牌形象的建立，是一條漫長而鉅細靡遺的過程，決策者高瞻遠矚的獨到眼光、對建築理念的長期堅持、勇於創新的逆勢而行、穩紮穩打面對景氣起伏、創造令買方感動的規劃設計等等，必須步步到位才能在景氣變化中屹立不搖，鼎宇建設即將邁向第30個年頭，仍持續在撰寫著高雄建設業的傳奇。

國泰建設歷練打下好基礎

鼎宇建設董事長張調，民國61年畢業於成功大學建築研究所，在60年代，建築系及建研所，是許多學子夢想中的明星系所，既難考又難讀，建築師執照更是一照難求，這些在一般人眼中所望塵莫及的，當年年輕的張董都能順利過關，一點都難不倒他。

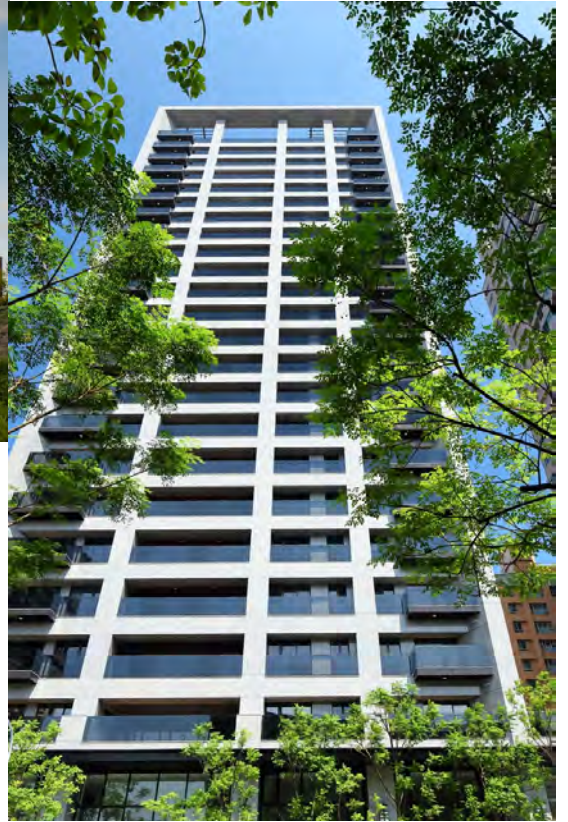
接續建築系所的好學歷，畢業後順利進入國泰建設服務，一待就是19年，不出5

年就能深獲國泰集團董事長蔡萬霖信任，陸續將高雄、台南及台中的建設業務交由張董處理，他在31歲便已經掌管國泰建設旗下3家建設公司，累積寶貴的看土地及買土地的經驗，養成選地的獨到眼光。

張董表示，在國泰建設的這19年，對他來說很重要，長期與蔡董的互動溝通，讓他瞭解到，品牌的經營，必須信守最基本的誠實、信用及忠實，才能獲得客戶的信任。民國81年自創鼎宇建設的品牌之後，對誠信的堅持更是有過之而無不及，鼎宇建案所使用的建材設備，都選用同級中最高級的品項，清楚地標載於契約中，絕不用“同等級”的產品，從細節中一點一滴累積客戶對品牌的認同。

大膽創新蔚成潮流

「創新」是張董很獨特的個人特質，在建築領域中發揮的淋漓盡致！民國70幾



年時期，都市中的新房子大多興建4樓公寓，當時他在國泰建設服務，便提出突破性的建議，一樣不需要開挖地下室，為何都只蓋4樓公寓？何不直接興建5樓公寓？對公司來說，可以多賣一層樓。

當他提出這個構想時，周邊的同事大大質疑，同事普遍認為，4樓公寓已經是極限，樓梯爬到5層，住戶會產生抗性，不會有人要買；但是張董卻不這麼認為，他認為樓高1層，視野會比周邊的4樓公寓更好，結果位在新北市（當時台北縣）永和市的5樓公寓，一下子很快就賣完了，跌破一堆同事眼鏡。後來許多台北建商群起效尤蔚成潮流，紛紛從4樓公寓改為5樓公寓，成為台灣5樓公寓的首創者。

創新還有另一例也很經典！

張董回憶，在剛創業之初，民衆對於鼎宇建設的品牌很陌生，不大敢下訂購買

推出的新案，百來戶的新案「羅丹」，預售時期竟然只售出2戶，但是他一點都不擔心，對自己的產品很有信心；當時一般建築案規劃並不重視庭園景觀，他則另闢蹊徑，大膽重金禮聘景觀大師規劃庭園植栽，就這樣讓鼎宇建設一炮而紅，120戶不到2個月就順利完銷，連地主都主動來找他合作，寫下令同業及客戶驚艷的佳績。

鼎宇產品堅持初衷

放眼台灣的房地產開發業界，具有建築師背景的開發建設公司並不多，這項特色讓鼎宇建設規劃的產品投射出張董的特質，形成市場區隔性。



鼎宇建設產品特點如下

■ 第一排土地

首先是第一排土地的堅持，第一排建築擁有的景觀，即便在原本非屬主流的区域提案，第一排建築都能創造稀有性的市場價值。

■ 量體規劃不超過200戶

戶數太少不易形塑社區、戶數過多不易維護品質，據鼎宇多年經驗，量體大約200戶左右是最適規模。

■ 3房以上規畫

張董張建築師認為，符合人性的居住空間，至少要有3房。3房以下使用空間過於侷促，鼎宇目前的建案都是3房以上規劃。

■ 4拼為上限

從人性面及使用面著手規劃產品，2梯4拼大概就是單層上限了，單層多拼會增加複雜性、影響居住品質。

■ 客廳面寬

客廳面寬影響進門視野的開闊性，像台北有很多新建案的客廳面寬都低於3米；鼎宇建設的新案，不僅客廳面寬大多超過4米，且設計檢討時規劃全戶面寬都是以15米以上為目標的。

■ 高檔建材設備

鼎宇建設給客戶的設備，用料好、給量足，戶戶贈送日本進口大金冷氣、進價10萬元的馬桶、每套20萬-30萬的頂級廚具。客戶每天使用這些高檔設備，生活質感及舒適度都提高了許多。

今日南科明日橋科

近30年來，張董歷經了4次的景氣大波動，面對景氣變動，他說，景氣好或壞，他都是以平常心看待，對於經營策略並沒有明顯影響，一樣是買土地、蓋房子、賣房子，重點反倒是在於，要能買到有開發潛力的土地、蓋出令買方感動的房子，以合理的價格賣出，以及一個建築師背景的建商，對於建築不違初衷的堅持。

張董表示，鼎宇建設的推案產量不算大，但是要做好，近年的重心放在橋頭科學園區，早期他買下約2.8萬坪的土地，現在開發時機逐漸成熟，鼎宇建設陸續推出3期新建案。

以他多年購地的獨到經驗，他十分看好橋頭區未來的發展，這裡有都會公園站、青埔站及橋頭糖廠站等三個捷運站，高速公路高科交流道，又有台鐵的橋頭火車站，距離左營高鐵站也不遠，交通條件很好，還有全國都市中面積最大的都會公園，未來很有機會成為竹科跟南科的翻版，成為翻轉高雄的關鍵區域。

高雄房價被低估 補漲有望

走過4次的景氣變動，總歸下來，張董深深覺得，一次又一次讓高雄市與雙北市、桃園市、台中市的房價愈拉愈遠，被

低估的幅度愈拉愈大。他說，民國67年時台北跟高雄的單價齊鼓相當，經過40多年後，高雄台北的房價落差至少3倍，顯失合理。

不過張董很樂觀地說，其實這也不見得是壞事，房價基期低，未來上漲空間就相對大，補漲的效果是可以期待的。

高雄市的未來繫於三大主題，一是橋頭科學園區、二是中油舊廠區、三為亞洲新灣區，分別代表高雄市未來5-20年間的發展規劃。橋科已經逐漸成型，2021年底就要進行土地分配，總面積達200公頃，二期開發面積甚至高達1,000公頃，腹地廣大潛力也大，約莫4-5年的時間就會進入成熟期；中油舊廠區是蛋黃區，面積約100公頃，未來5-10年的新焦點；亞洲新灣區一直有些零星的新建案，尚未成氣候，必須等到整條路都是國營事業的成功路進行土地變更及大改造，汙染產業陸續遷出，新灣區的整體開發才能更臻完整。

至於房價還有多少上漲空間？他認為，這波房價上漲主要是營建成本增加所帶動，2021年房價仍有5%-10%的穩定成長。張董最後表示，建築業畢竟不是製造業，新建案應該是在精不在多，實實在在穩紮穩打，不追求規模量大，每案都當作是作品，用心規畫設計，面對景氣變化就都能處之泰然，企業永續。





新世代專訪

走在趨勢前端 以創新開創新機

專訪 居富開發股份有限公司副總經理 黃証彥

順理成章，水到渠成，掌握機會，洞悉趨勢，開創新機，這是居富開發在高雄房地產市場一路走來的成功歷程。「居富開發」在高雄原本從事拆船鋼鐵業，因拆船鋼鐵產業擁有大片土地，進而參與自辦重劃，就這樣順理成章走進了營建業；不同的是，秉持著初期拆船鋼鐵產業務實的精神，推出的新建案以精緻細膩著稱，在高雄營建業中打下一片天地。

副總黃証彥是家族企業第二代，自國外學成歸國後，便投入到營建產業，自身所學雖非營建直接相關，但企業管理的專業，卻培養他對產業的敏銳度，得以擺脫高雄房地產業傳統思維，將市場變化及趨勢的觀察，融入到產品規劃及業務當中，轉化為行銷策略，成為高雄市積極運用網路科技輔助行銷的建設開發公司。

洞悉趨勢走前端

「創新」是二代投入傳統產業很關鍵



的新動能，要突破原來的觀念及作法，獲得父執輩的支持，並不容易，尤其要走在產業的前端，新一代要有膽識、老一輩要有信任，才能交織出創新的成果。

黃副總表示，父執輩很難得，十分支持創新，讓他有充裕的發揮空間，在規劃面及行銷面能夠大膽嘗試，打下新基礎，一步步走到今天。



窗戶的品質·決定住宅的價值



台北總公司 台北市民權東路二段40號 | 楊梅工廠 桃園市楊梅區楊新路三段3號 | 台中營業所 台中市西屯區台灣大道二段633號4樓之5 | 高雄營業所 高雄市苓雅區四維三路66號25樓
TEL: (02)2511-5156 / FAX: (02)2571-2213 | TEL: (03)478-6140 / FAX: (03)475-1031 | TEL: (04)2310-1750 / FAX: (04)2310-1733 | TEL: (07)335-1867 / FAX: (07)335-9022



灣見築 外觀



灣見築 大廳

舉例來說，在規畫面，居富開發在幾年前就已經推出「景觀陽台」的設計，以建築外觀上來說，景觀陽台讓建築物更加活潑有表情；以住戶使用面來說，將陽台變成花園，增添生活怡情空間。公司建案「植見築」獲高雄及全台業者競相參訪，蔚成新潮流。

綠建築標章也是居富開發很早就開始推行，節能減碳的概念很早就開始落實，之後綠建築成為每一棟居富開發新案的標準；建材設備也是領先業界，早在8年前，便已經洗碗機、電氣櫃等先進廚房設備列入基本配備，令客戶十分驚喜，獲得很好的評價。

行銷創新創績效

黃副總說，居富的網路行銷，更是開創新局的關鍵！

他們發現，過去長期倚賴的報紙廣告，傳遞訊息的速度是最慢的，電視廣告其次，因為年輕人對行動裝置的倚賴度大增，不大看報紙及電視，因此新建案行銷

預算分配上，不斷提高網路行銷的比例，目前都已經超過5成。

早期他就意識到，鍵盤行銷必定是主流趨勢，因此居富開發內部編製了專業小編，直接與35歲以下的購屋主流者，用相同頻率的語言溝通，可說是贏在第一線。像是售後客服系統，也是很早就發現鍵盤取代了電話，住戶詢問及報修都是使用網路，98%的訊息，都是透過手機及網路在傳達，讓他們更加確認網路行銷的重要性。

黃副總說，大約從5年前開始，居富開發便開始著手“精準行銷”，以新案「灣見築」為例，27坪-35坪的規劃，原本認為應該是首購族，後來發現竟是第二屋的購屋目的佔多數，很快將網路目標客戶年齡向上調整至35歲以上，甚至到40歲以上，透過網路迅速掌握精準客戶，建案銷售又快又準，更加獲得長輩的認同與支持。



植見築外觀

成本大增房價欲小不易

高雄房地產市場今年供需量大爆發，對於房價走勢有何看法？

黃副總表示，房價上漲有兩種因素，一是炒作上漲，二是成本上升。在高雄想要炒作房地產其實不易施展，2016年實施房地合一稅，更是杜絕房地產短期投機，這波房價上漲，主要還是來自於資金行情及成本上升。

黃副總對於成本上升十分有感，他表示，這波成本壓力是少見的“內外夾殺”，內部來說，工人薪資暴增，因疫情引發的台商回流潮，不僅是資金回流，更直接回台建廠設廠，再加上台積電在台南設廠，大型廠房興建大增，和建案工地大搶工，第一線工人薪資幾乎以倍數暴增，直接間接影響下，整體營建成本至少上升了20%。

外部來看，土地價格快速飛升，更是一大壓力。對建設業來說，希望景氣是緩漲而非暴漲，景氣暴漲下，土地價格迅速飆升，成本壓力更大，房價上漲的幅度與速度，遠不及土地這項原料的上漲。因此他認為，在成本條件下，高雄房價已經是欲小不易了。

對建商而言，要能案案有好績效，最重要的莫過於品牌形象的建立與維護，希望房子是賣給願意將房子維護的很好、真正愛房子的買方，他們蓋的每一棟房子，就是品牌形象，用房子為品牌說話，即便客戶買下之後要進行室內裝修，都要繳交保證金，首次裝修居富都會派工務部門來驗屋，以確保大樓結構安全無虞以及不影響外觀，十分重視整體形象及建築安全。

黃副總最後表示，高雄仍有無限潛力，未來的橋頭科學園區、市區內的205兵工廠，都還有許多開發契機；再加上亞洲新灣區成形後改頭換面，都有機會吸引更多產業及人口進駐，讓高雄再現南台灣第一大城的光芒。



植見築外觀

會務活動

內外兼具 法理不缺席 9-11月活動彙整

文 | 編輯部

近歲末年終，9月以來本會活動十分積極、頻繁忙碌，包括召開建築技術法規委員會及會刊編輯委員會，探討多項法規議題，以及討論第256期建築會刊內容；分別拜會都發局楊欽富局長、捷運局吳義隆局長、地政局陳冠福局長及建管處江俊昌處長，提出建言為同業發聲。

外部交流更是精采，包括高雄市議會「市政新格局、港都新治理」論壇、與日本大阪府建築士事務所協會簽訂意向書、參與「高雄厝3.0國際論壇」、地政局市地重劃竣工暨通車典禮，以及來自桃園市、苗栗縣、南投縣及彰化市不動產開發同業的歡宴交流等，提昇跨縣市合作交流機會。

會員服務內容也很充實，辦理「履約保證審查」及「新制實價登錄」、「財稅研討會」講座，每場出席約100-300人，十分踴躍；會員聯誼則以高爾夫球為主，包括本地球敘、外地球敘及召開「2021南高高屏建築聯盟第二屆高爾夫球賽」籌備會等等，有效增進會員情誼。

這一年很快過去了，期待2021年新冠疫情有轉機，解除目前人與人之間的互動限縮，我們將會舉辦更多活動，讓會員有更多參與。

理監事會

本會於109.10.22.假國賓飯店召開「第十四屆第八次理監事聯席會議」，會議由理事長黃焯輝主持，出席理監事47人，共同研討會務發展，會中研議通過多項決議案，會後並邀請貴賓於飯店共同餐敘。



委員會

建築技術法規委員會

109.9.30.召開「建築技術法規委員會」，會議由本會法規會主任委員陳添進主持，理事長黃焯輝、本會建築顧問鄭純茂（建築師公會理事長）、張貴財(都市計畫技師公會理事長)、林子森、張文智等建築師、蔡暎賢先生及建築師許毓哲、沈鈺峰列席指導、法規會副主委徐淑美、黃添銘、雷浩忠及委員楊昌盛、何金鳳、泓圍建設林佑達、晟揚建設陳姿蘭共同出席，會中討論「建築物有兩類以上用途，其交通影響評估送審門檻修正之結論案」、「配合高雄環狀輕軌捷運建設計畫申請增額容積建築使用，其捐贈增額容積之價金減額計算，或比照容積移轉規定半數金額以捐贈公設用地執行案」，為會員爭取權益。

109.10.19.再次召開「建築技術法規研討會」，會議由本會監事會召集人方啓樟主持，理事長黃焜輝、常務監事黃頌舜、本會建築顧問鄭純茂（建築師公會理事長）、張貴財（都市計畫技師公會理事長）、林子森及許毓哲、沈鈺峰、麥仁華建築師列席指導、法規會副主任委員黃添銘、雷浩忠、委員楊昌盛、何金鳳、李昆昌、福懋建設陳臆婷建築師共同出席，並邀請中華民國交通工程技師公會理事長劉信宏蒞會共同商議「交通影響評估檢核表之內容簡化案」。



會刊編輯委員會

109.9.9.假本會會議廳召開「會刊編輯委員會」，由主任委員黃頌舜主持，理事長黃焜輝、監事召集人方啓樟列席指導、委員鄭定凱、蘋果日報張雅雲共計5人出席，會中討論第256期高雄建築會刊編輯內容等。



局處拜會

拜會都發局楊欽富局長

109.9.16.黃焜輝理事長率領常務理事陳添進、監事會召集人方啓樟、常務監事黃頌舜、陳宜霖、理事李昇達、蘇姿菁、張雅婷、黃亮勳、黃添銘、林俊良、邱淵郎、邱全弘、監事蔡紹豪、林峰旭、陳信龍、候補理事楊美人、洪嘉聰、任勛、建築顧問李東樵、法規會副主委雷浩忠、副秘書長張麗卿等，共同拜會都發局楊欽富局長，針對危老作業要點再度向楊局長陳情，以加速高雄市政府行政作業程序。

拜會捷運局吳義隆局長

109.10.22.黃焯輝理事長率領常務理事陳添進、監事會召集人方啓樟、常務理事柯俊吉、楊品輝、理事徐淑美、建築顧問鄭純茂（建築師公會理事長）、林子森、李東樵、張文智、蔡暲賢、法規會副主委雷浩忠、委員楊昌盛、副秘書長張麗



卿等共同拜會捷運局吳局長，針對捐贈增額容積之價金，建議「比照容積移轉規定，一半捐贈公共設施用地，一半支付價金方式」以增加業者開發意願。

拜訪市府局處長官

109.11.9.黃焯輝理事長偕同監事會召集人方啓樟、副理事長陸焯廷並率領新世代委員會成員，主任委員陳又齊、副主任委員吳柏辰、涂麗雅、委員張家豪、劉人豪、邱全弘、陳信龍、黃湘允、洪嘉聰、歐洲豪、張峻祐、涂維真及副秘書長張麗卿等，分別拜會地政局陳冠福局長、建管處江俊昌處長，互相交流並提出建言為同業發聲。



外部交流

「市政新格局、港都新治理」論壇

109.9.28.高雄都會發展文教基金會、高雄市議會共同舉辦「市政新格局、港都新治理」論壇，本會副理事長陸焯廷親自出席。



推動高雄厝3.0 為高雄轉型智慧城市

高雄市政府力推智慧城市，邀請本會及高雄建築產業相關公會與「日本一般社團法人大阪府建築士事務所協會」共六方簽訂合作意向書，宣示六方將透過智慧建築、永續建築環境、社區公共安全、營建與防災技術、綠建築技術、綠色能源及全齡化通用建築等各項創新技術的交流。本會理事長黃焜輝及理事邱淵郎並於109.9.29.共同出席簽署MOU協議，進行一場跨國異地視訊會議。



109.10.5.高雄市政府工務局舉辦「高雄厝3.0國際論壇」邀請國際專家、學者與會，共同分享智慧、永續建築經驗，本會理事長黃焜輝親自出席共襄盛舉。

市地重劃 竣工典禮

高雄市政府地政局於109.9.30.舉辦「高雄市第93期市地重劃區工程竣工暨通車典禮」，本會理事長黃焜輝應邀與羅副市長共同見證重劃後的歷史意義。



友會來訪 設宴款待 互動良好

109.10.6.~10.8.苗栗、南投、彰化不動產開發公會由沈林傑、陳明賢、吳水富三位理事長聯袂率隊，與秘書長、會員一行約240人南下參觀優良建案，本會黃理事長賢伉儷、常務監事召集人方啓樟、常務理事蔡崇禮、常務監事黃頌舜、理事黃亮勳、監事蔡紹豪、陳信龍、林峰旭、後補理事楊美人、林麗芬、後補監事吳萬彩等共同接待歡迎，並與大高雄公會假寒軒和平店共同設宴招待，賓主盡歡。



109.11.2.~11.4.桃園不動產開發公會由李文科理事長、高國安、劉守禮二位副理事長聯袂率隊，與秘書長、會員一行約75人南下參觀優良建案，本會黃理事長賢伉儷、副理事長陸焯廷、常務監事召集人方啓樟、常務理事柯俊吉、蔡崇禮、常務監事黃頌舜、理事張家豪、黃亮勳、林貴敏、黃添銘、邱淵郎、監事蔡紹豪等共同接待歡迎，假晶綺盛宴設宴招待，賓主盡歡。



會員服務

辦理「履約保證審查」

本會分別於109.9.16.、9.25.、9.29.、10.14.召開「預售屋履約保證機制一同業連帶擔保公司審核委員會」，會議由主任委員許國慶主持，審核通過了高永、銳揚、明基、崑郡、廣上、德旺、泓岳、京成、清景麟、旺德福建設公司申請「預售屋履約保證機制一同業連帶擔保」之14個預售屋建築個案。



舉辦「新制實價登錄講座」 充實會員對新法規了解

109.10.20.邀請高雄市地政局曾俊傑股長蒞會專題演講「新制實價登錄」，會議由本會副理事長陸炤廷主持、理事長黃

焯輝列席指導，針對修法重點：「申報義務人改為買賣雙方」、「申報登錄提前至買賣移轉登記時一併辦理」、「依申報不實情節予以輕重不同裁罰」等以實例為會員說明，出席會員百餘人，均獲益良多。

舉辦「財稅研討會」 充實會員財稅專業知識

109.11.10.舉辦「109年財稅研討會」，邀請勤業眾信聯合會計事務所南區稅務部負責人賴永發會計師及稅務協理林秀真主講「房地合一稅新、舊制盈餘分配問題（個人、法人）舊制查核標準」、「個人與建商合建分屋及合建分售之稅務影響與分析」、「公司購置不動產如何節稅」、「面對政府『打房』腳步的新思維」、「一人公司常見稅務問題（營業稅、所得稅法）」、「隱名合夥及實價登錄未來要面臨的稅務問題」，會議由財稅研究委員會主任委員方啓樟主持、理事長黃焯輝及理事黃添銘列席指導，出席會員近300人，均受益無窮。



會員聯誼

高爾夫聯誼賽

高爾夫聯誼會分別於109.9.18.、109.11.27.假大崗山、山湖觀高爾夫球場球敘，會長吳順明、副會長林英俊、總幹事黃麟竣及會員多人參加，球賽後並在球場餐廳頒獎與餐敘，會員互動聯絡感情。



109.11.3.召開「2021南高高屏建築聯盟第二屆高爾夫球賽籌備會」，會議由本聯誼會會長吳順明主持、理事長黃焜輝、常務監事黃頌舜列席指導、副會長林英俊、前總幹事陳永河、郭敏貞、總幹事黃麟竣、會員

陳清喜共同出席，均在會議中提出建議與協力廠商協商，貢獻良多。

高爾夫聯誼會於109.10.15.~10.17.舉辦北臺灣外地賽，赴新北市臺灣(老淡水)及北海高爾夫球場舉行聯誼賽暨旅遊行程，夜宿「將捷鬱金香酒店」及「陽明山天籟溫泉酒店」，理事長黃焜輝、會長吳



順明、副會長林英俊、總幹事黃麟竣、會員及來賓共32人參加，三天兩夜行程充實愉快。

高豐衛浴 SINCE 1987



生活美學+

In-Wash® MERIDIAN
紐瑞一體式智能馬桶

可靠'堅固
GENUINE, RELIABLE
X
一體化設計
SEAMLESS INTEGRATION
X
抗菌座圈
ANTIBACTERIAL SEAT
X
混氣水流技術
AERATER WATER TECHNOLOGY
X
生活美學+ 可選APP操控
OPTIONAL CONTROL VIA APP

高豐衛浴

813高雄市左營區明華一路231號

Tel:07-557-0066
Fax:07-557-0607

www.kkaofeng.com
kf@kkaofeng.com

編輯手記

軟硬體同步注入 高雄新起飛

文 陳韻如

台灣房地產正上演著光怪陸離的打房記，明知兇手是誰，因為對他莫可奈何，就順手抓一個無辜的房地產業者替罪，似乎只要有人挨打，管理者就可以脫罪，而且出手又重又狠，以彰顯其權威，政府不知是否有想到，下重手時，元凶正逍遙法外。

外部喧鬧歸喧鬧，高雄的發展還是沒有停下腳步，繼續往前走。走在新舊交融的高雄市，嗅到一股濃濃的轉型味兒，日治時代留下的古蹟劍道學堂，用科技行銷講述歷史；文化產業蔦屋書店大舉進駐，深耕文化與生活的概念，讓高雄的氣質由內而外、內外兼具。

是的，依高雄市都發局楊局長的規畫，高雄市即將進入智慧城市的建設開發期，為高雄下一個100年奠定符合未來潮流的基礎，這是一項關鍵性的浩大工程，必須要有個明確的起點，都發局的宣誓意味濃厚，畢竟以高雄海、港、河、山等得天獨厚的條件，要與之評比的不是台灣的其他五都，而是世界級的海港城市，未來百年便要與紐約、雪梨、東京、上海等國際都市一較高下。

今年下半年南台灣的房市大爆發，著實跌破大家眼鏡，台積電設廠效應是個引爆點，不過也突顯了高雄房價長期基期偏低的問題；不過現在看來，過去的缺點反倒是現在的新機會，正因為過去的基期低，未來的補漲增值幅度，想像空間很大，房價要追上桃園、台中、新北市，甚至是台北市，指日可待。

品牌建商鼎宇建設張董說，這波高雄房價並不是炒作起來的，而是成本增加所帶動的；傑出的居富開發二代黃証彥副總也是有感而發，中美貿易大戰就像蝴蝶效應一般，飄洋過海來到台灣，影響到第一線的施工營造，造成人力成本大增，這些始料未及的因素，直接或間接地撐起高雄房價的上升。

新高雄蓄勢待發起飛中，從硬體到軟體、從文化到房地產業，從舊屋都更到智慧社宅，有著閃亮亮的斬新期待。黃理事長信心滿滿地說，待橋科人文商圈成型，預料房價水準很有機會擺脫桃園，直逼雙北市市區的價位。給高雄市一個5年，當2025年非核家園時代來臨時，期待高雄市將會以全新面貌，站上第一城的舞台！



合歡鋁門窗

Ho Huan Aluminum



台正字第 8199 號



Quality Management
QC001

CNS正字標記認證工場
ISO 9001認證工場



BOSSA | F 45-C

BOSSA in light oak is used for surfaces here from the entrance through the hall to the kitchen area. This wooden front offers the possibility of styling walls and elegantly hiding cupboards.

