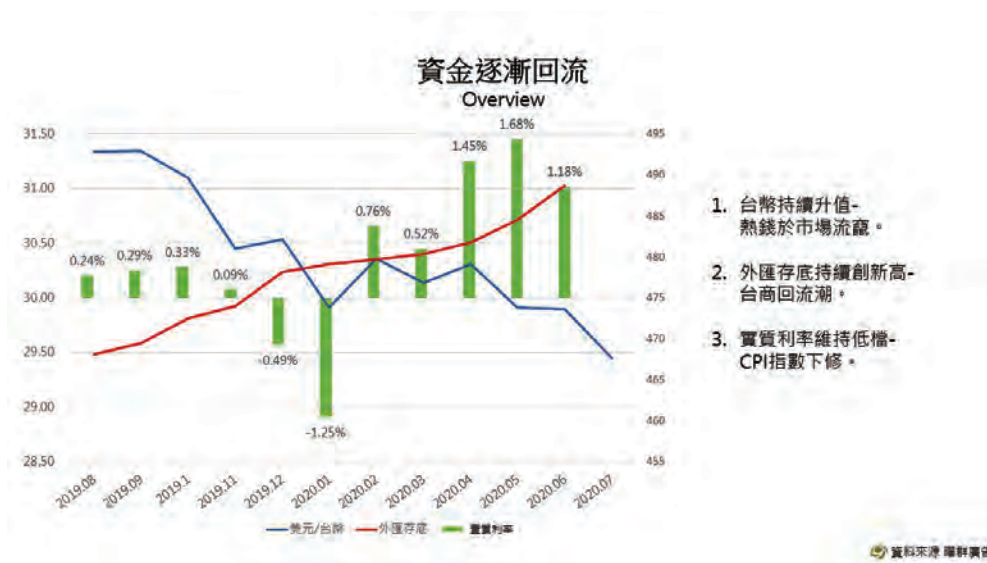


# 市場行情

文 | 曜群廣告事業有限公司 總經理 邵泓



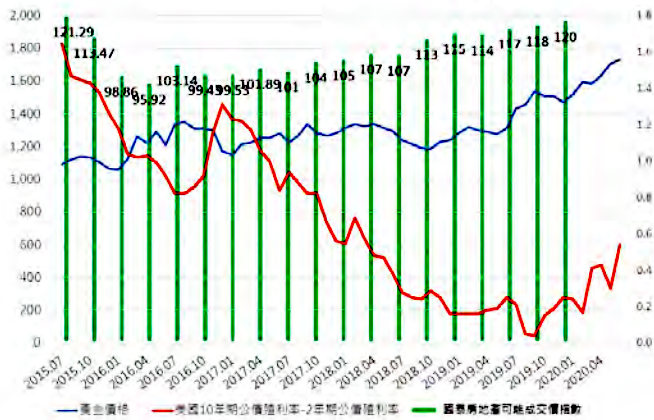
1. 台幣持續升值-熱錢於市場流竄。
2. 外匯存底持續創新高-台商回流潮。
3. 實質利率維持低檔-CPI指數下修。

## 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



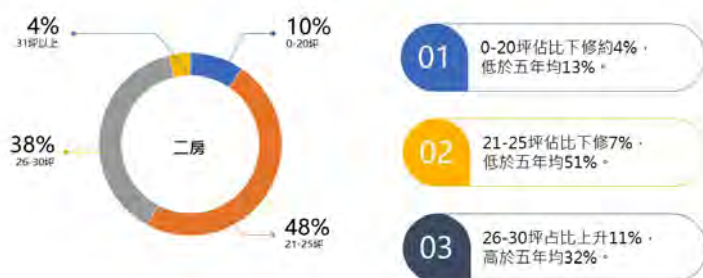
資料來源：建研會

## 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

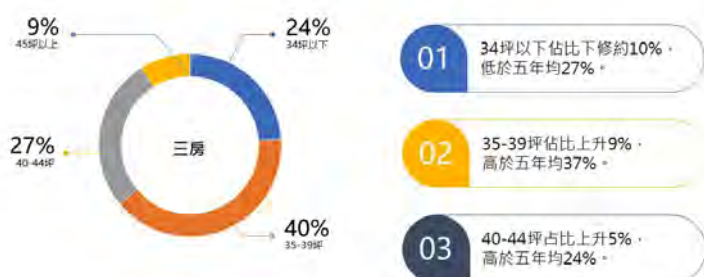
值超過50%，109上半年統計佔比較108年下修約7%，低於五年均值51%；26-30坪佔比較108年上升11%，高於五年均值32%；31坪以上仍屬少量供給，但與26-30坪二房產品多屬規劃雙衛浴或標準正二房產品，另外包含高雄厝的加入，使二房此兩區間佔比呈現上升趨勢。

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

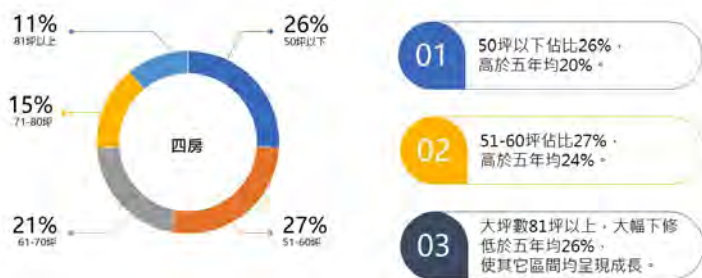


資料來源：建發集團

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

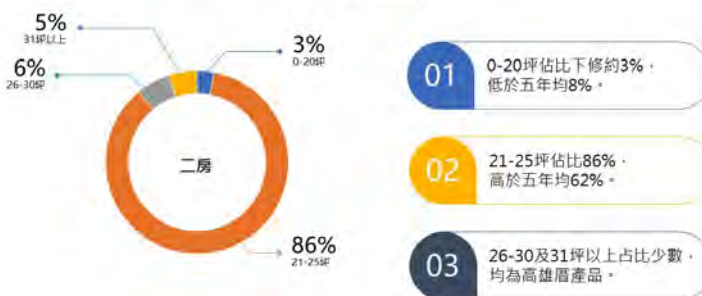
北市心108年主要供給區域較集中於三民區，提供大量首購型產品，而鼓山、左營區除部分量體較大之個案，供給相對三民區少；二房產品較108年佔比50%下修至35%；取而代之的是三房之供給，佔比超過50%，而其中超過70%為首購型之三房產品；四房產品在供給則較108年微幅上升，佔比約9%，仍屬少量供給，且產品型態轉變為首購型或首換型之規劃，與以往美術館區域多為豪宅型產品不同。

## 109上半年北市心坪數統計

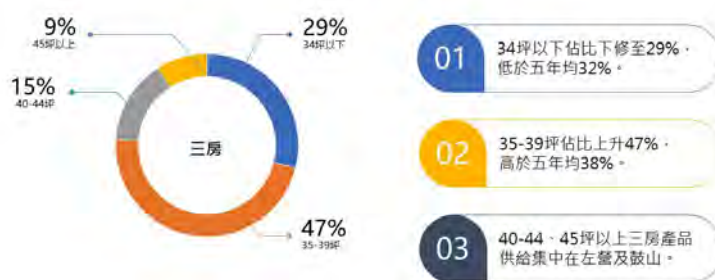
二房部分，20坪以下產比較108年下修3%，低於五年均8%，僅為少量供給；21-25坪佔比86%，高於五年均62%，可以說北市心二房供給均為21-25坪，而26-30及31坪以上較少，佔比分別為6%及5%，且均為高雄厝陽台之產品。

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

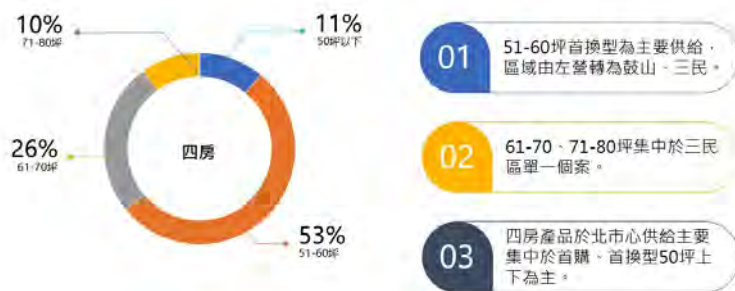




40-44及45坪以上大三房產品，主要集中於鼓山及左營區。

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 聯發廣告

南市心歷年房型供給比重變化分析-歷年  
Marketing



資料來源 聯發廣告

## 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 聯發廣告

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

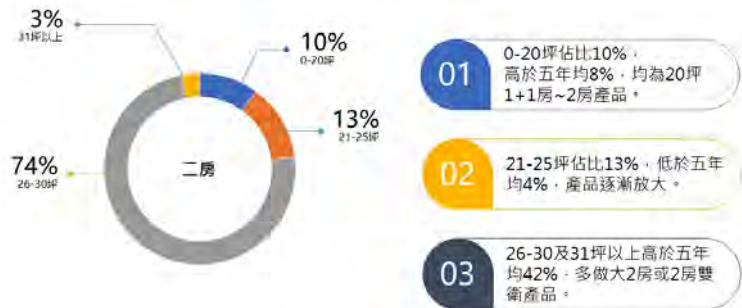
北外圍區域，受到橋科二期、捷運延伸線等重大建設話題影響，房市熱絡，二房供給部分較前兩年下修至32%，低於五年均43%；三房部分近兩年躍昇為主力，佔比於108年及109上半年均接近50%，首購型產品仍是該區域主力；四房產品佔比回升至20%，高於五年均8%，產品型態以首購型四房產品為主。



## 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。

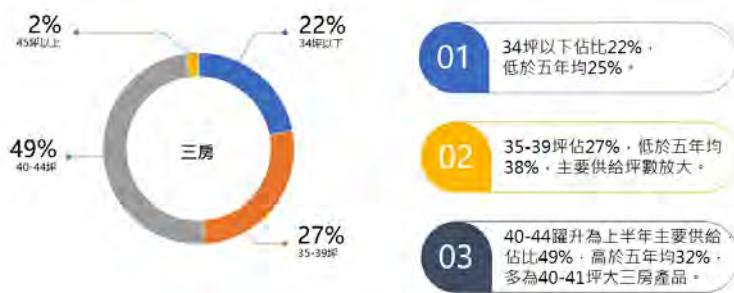
109年楠橋岡山區坪數供給統計-二房  
Marketing



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。

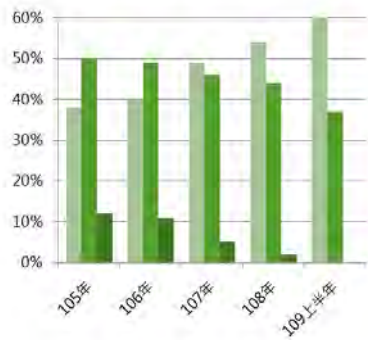
109年楠橋岡山區坪數供給統計-四房  
Marketing



資料來源：房產廣告

## 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：建商提供

## 小港、鳳山區歷年房型供給比重分析

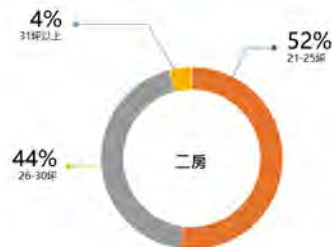
該區推案量體較少，加上109上半年小港區未有新案供給，故109上半年統計主要以鳳山區域為主。二房部分近五年持續上升，於109上半年統計達63%，三房佔比則持續下降，109上半年統計約37%。

## 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%。

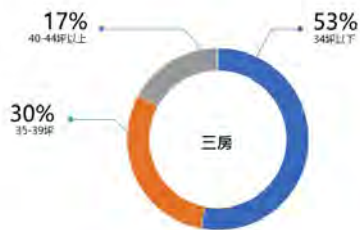
**03** 31坪以上佔比4%，該區仍屬少數。

資料來源：建商提供

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：建商提供

## 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。

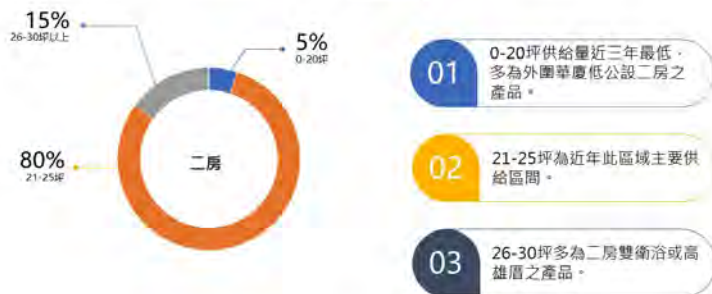
資料來源：建研機構

## 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



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

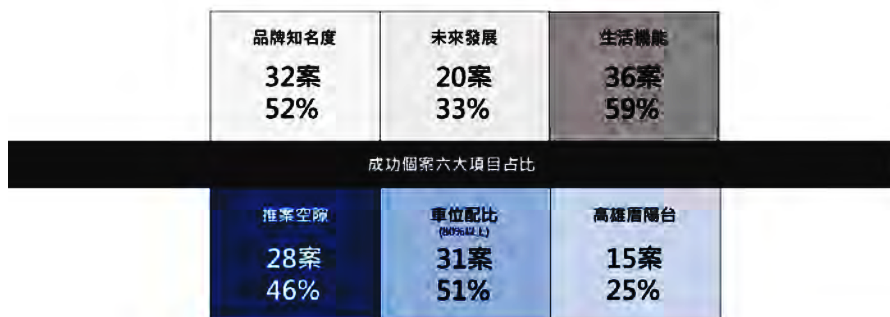
佔比59%共36案，主要集中於南北市中心區域，多為首購型小坪數之產品，其中部分為投資型產品。

## 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

地產資料來源：地產網