

VOL. **07**
2021
研展製作

信義代銷月報



S I N Y I G R O U P



品牌資源 / 通路整合 / 網路行銷 / 客戶大數據

1 + 1 > 2 代銷新商業模式

[市場導讀]



全球經濟摘要



國內財經訊息



大台北房市分析



信義全房產

SECTION ONE

全球經濟摘要

美 對勞動市場樂觀 美消費者信心創16個月新高

由於勞動市場前景看好，加上經濟復甦抵銷通膨升高的憂慮，美國6月份消費者信心指數創近1年半以來新高。美國經濟評議會今天公布的調查亦顯示，對於車輛、家電等耐久財的需求暢旺，可見第2季邁入尾聲之際經濟動能強健。消費者亦渴望購屋，顯示供不應求下房價將持續快速攀升。許多人打算未來半年內在美國國內度假，可望拉抬服務業需求並提高消費者支出。經濟評議會公布的本月消費者信心指數，從5月的120.0增至127.3，為去年2月以來新高。經濟學家先前預估指數僅為119.0。消費者對於未來12個月通膨的預期，從上個月的6.5%提高至6.7%。調查中所謂的本月勞動市場差異數據，即受訪者對於就業難易度的看法，由5月的36.9上升至43.5，為2000年以來最高。經濟學家預測本季消費者支出仍會達到2位數增加，預料可讓年化經濟成長率來到約10%。第1季經濟成長率可望達6.4%。

歐 元區6月通膨回落 估秋季走高

歐元區六月通膨有所和緩，在夏季幾個月裡將趨緩，隨後預計在大宗商品價格上漲之下，秋季將移向高於歐洲央行(ECB)的目標。歐元區六月通膨為1.9%，較五月的2.0%有所回落，也符合路透預測，並相符於歐洲央行的「低於但接近2%」的目標。今年消費者物價的快速增長，主要受一次性因素影響，例如油價彈升、德國加稅，以及新冠疫情的影響。據ECB估計，這些因素將繼續推高通膨，物價可能在年底達到2.5%以上的峰值。歐洲央行已經明確表示，這不是需要政策回應的那種通脹，因此不可能收緊貨幣政策，而借貸成本將在未來數年內保持在超低水準。

陸 世銀上修大陸今年GDP年增估8.5%

在大陸經濟持續復甦之下，財經組織和投資機構近期紛紛調升中國2021年經濟成長預測。世銀29日發表「中國經濟簡報」指出，受益消費釋放與出口成長強勁，將2021年GDP年增速預測從8.1%上調至8.5%。但世銀認為，大陸面臨生產率成長放緩、人口結構等問題，同時隨著低基期效應減弱，2022年GDP增速將放緩至5.4%。大陸2020年GDP年增2.3%，是全球在疫情陰影壟罩中，唯一實現經濟正成長的主要經濟體。但世銀也指出大陸面臨的多項中期挑戰，包括人口結構問題、生產率增長放緩、不平等程度高和尚存的社會脆弱性問題，以及碳強度高的生產結構等。

台 經濟亮眼 央行:GDP保5沒問題

疫情肆虐，台灣今年2021的經濟成長率是否受到衝擊？國內包括主計總處、央行以及各大金融機構，普遍認為保五沒有問題。不過日本最大的野村證券就示警說，因為多數國家保持寬鬆政策，如果失衡問題炸開，可能會導致信貸緊縮。受到疫情影響，國泰預測台灣2021年全球GDP，下修到5%，不過依然保5，央行預測5.1%，主計總處數字更是來到5.46%，而國外金融機構更是一片看好，最高甚至有5.9%的驚人數字，不過這樣的榮景也引起，投資機構擔憂，野村證券就示警，雖然全球經濟明顯上揚，但全球央行仍然保持寬鬆政策，如果不幸出現供需失衡，可能會導致信貸緊縮，從民間部門信用對GDP房價股價、償債能力以及實質有效匯率來看，台灣日本美國等6個經濟體可能在未來3年，就出現金融危機。

信義代銷銷售個案

■ 台北市銷售個案

大安區 永康麗莊
產品規劃：40-93坪
連絡電話：2396-9888

中正區 寶舖CARE
產品規劃：16-38坪
連絡電話：2366-1678

北投區 禾碩樹晴
產品規劃：27-45坪
連絡電話：2898-5678

萬華區 德謙驛
產品規劃：18-32坪
連絡電話：2336-1688

淡水區 宏盛新世界I
產品規劃：32-47坪
連絡電話：2622-6888

中和區 映象太和
產品規劃：28-72坪
連絡電話：2228-7888

永和區 恆詠
產品規劃：20-42坪
連絡電話：2928-1688

新莊區 陸江蒔莊
產品規劃：26-39坪
連絡電話：2993-1888

板橋區 信義嘉品
產品規劃：37-55坪
連絡電話：2954-8888

■ 新北市銷售個案

南港區 德杰羽森
產品規劃：27-68坪
連絡電話：2788-8899

中山區 揚昇松韻
產品規劃：24-60坪
連絡電話：2537-1688

萬華區 榮耀西門
產品規劃：16-53坪
連絡電話：2388-2288

萬華區 曉南門
產品規劃：22-35坪
連絡電話：2382-2288

淡水區 宏盛蒙德里安
產品規劃：32-72坪
連絡電話：2622-6888

中和區 悠秀賞
產品規劃：19-34坪
連絡電話：2928-8899

永和區 和峰
產品規劃：36-53坪
連絡電話：3233-2888

新莊區 永鼎帝京
產品規劃：51-108坪
連絡電話：8993-5588



SECTION TWO

國內財經訊息

利多-經濟

央行：
疫情對GDP影響有限
【2021-06-25 / 聯合新聞網】

中央銀行24日公布5月金融情況，央行經研處副處長蔡惠美分析，目前經濟機構預測，由於台灣出口暢旺，疫情對台灣今年經濟成長率的影響有限。央行24日公布，5月M2年增率飆高至9.21%，創下近22年新高，蔡惠美分析，除外資淨匯入及放款與投資年增率上升因素外，因應疫情，國內外均採取寬鬆貨幣政策，也是促使M2年增率大幅成長的主因。目前機構預期，由於台灣出口表現不錯，加上各國陸續解封、經濟明顯反彈，預料疫情對台灣全年GDP影響不大。

利空-經濟

野村證券預警台灣等六國有金融危機
央行回應
【2021-06-27 / 聯合新聞網】

針對野村證券預警台灣等六個經濟體可能發生金融危機，中央銀行27日發布新聞稿正式回應，台灣總體經濟及金融部門健全發展，應無發生金融危機之虞。央行表示，該預警模型對於金融危機的界定，除引用三篇文獻外，亦使用野村證券本身衡量模型，以銀行或金融業股價大跌來界定金融危機起點，此與一般認為金融危機是指金融機構系統性倒閉有所不同，值得再商榷；例如其定義我國在2009-2011年間出現金融危機，與事實不符，對一些經濟體金融危機界定亦有類似現象。

利多-政策

央行利率連五凍
房市管控維持
【2021-06-18 / 工商時報】

符合市場預期，中央銀行第二季理事會17日決議政策利率不做調整，重貼現率停留在1.125%的歷史最低點，累計已連續五季未調整。針對房市選擇性信用管制，央行總裁楊金龍表示，未來會密切關注房市發展及不動產授信風險控管，持續檢視選擇性信用管制措施的執行成效，適時檢討調整措施。台灣到目前為止維持寬鬆的貨幣政策，這將有助於物價與金融穩定，並支持經濟成長，楊金龍認為，台灣利率相對還是較高，升息指標除通膨因素外，並未提出相關的前瞻指引。

利空-政策

房地合一2.0
兩子法 7/1上路
【2021-07-01 / 工商時報】

財政部30日完成預告房地合一2.0申報作業要點、各類所得扣繳率標準等兩項子法規，7月1日即可生效，主要重點為訂定預售屋、特定未上櫃公司交易日分別為買賣簽約日、交割日，另設定不特定受益人的信託案件需列入房地合一2.0課稅範圍。課稅對象新增境內法人並調整短期持有年限，即日起不管是境內法人、境內個人持有不動產二年內出售均課徵45%房地合一稅，超過二年、未逾五年出售課35%。而我國針對外資在台出售不動產時需委託我國報稅代理人先行申報扣繳。

利多-房市

投資客將被逐出市場
建商：房價將變合理
【2021-07-01 / 今日新聞】

在疫情衝擊全台之時，政府所推出的房地合一稅2.0與實價登錄2.0於7月正式上路，除了對持有5年內出售並獲利的屋主課以35至45%的重稅，實價登錄也納入預售屋交易，禁止紅單轉售，外界預期對房市造成一定影響。不過，建商認為，各界對該政策多有了解，也調適了差不多，因此稅制對市場衝擊沒那麼深，反而是對靠短期投資獲利的投資客而言，影響較大，房價將回歸自住需求，會漸趨正常與合理。房地合一對市場衝擊不大，但對投資客而言，可能是一場災難。

利空-房市

房市急凍
2千億新案延推
【2021-06-21 / 中時新聞網】

疫情籠罩，房市推案動能急劇降溫，520檔期歷年最冷，根據市調機構調查，佔全台各地推案約有2,000億元案量受到影響而延後推出，這些原本部份計劃在329檔期至夏季前推出的建案，因應疫情，不少推案轉為觀望、或以潛銷模式銷售，等待疫情警戒解除。事實上，即使信用管制加碼、7月起房地合一稅2.0將上路，但在5月中旬前全台推案動能仍相當強勁，今年以來單月新推案量，5月前半個月仍有逾千億元公開銷售，但下半個月卻僅有不到零星小型個案、合計不到百億元推出，推案迅速冰凍。

SECTION THREE

大台北房市分析

台北市6月買賣移轉棟數				新北市6月買賣移轉棟數				新北市6月買賣移轉棟數			
行政區	2021.05	2021.06	較上月增減	行政區	2021.05	2021.06	較上月增減	行政區	2021.05	2021.06	較上月增減
松山區	177	168	-5.1%	板橋區	791	601	-24.0%	樹林區	173	239	38.2%
大安區	353	335	-5.1%	土城區	257	279	8.6%	三峽區	147	156	6.1%
中正區	203	168	-17.2%	中和區	657	537	-18.3%	鶯歌區	367	123	-66.5%
萬華區	165	194	17.6%	永和區	237	217	-8.4%	汐止區	616	489	-20.6%
大同區	218	149	-31.7%	新莊區	579	489	-15.5%	金山區	50	40	-20.0%
中山區	374	394	5.3%	泰山區	68	84	23.5%	萬里區	16	7	-56.3%
文山區	265	328	23.8%	五股區	242	336	38.8%	淡水區	639	418	-34.6%
南港區	113	141	24.8%	林口區	297	316	6.4%	三芝區	34	30	-11.8%
內湖區	454	476	4.8%	三重區	545	516	-5.3%	石門區	1	2	100.0%
士林區	213	211	-0.9%	蘆洲區	210	196	-6.7%	八里區	121	86	-28.9%
北投區	204	201	-1.5%	新店區	462	375	-18.8%	瑞芳區	21	30	42.9%
信義區	260	202	-22.3%	深坑區	15	32	113.3%	平溪區	-	-	-
總計	2,999	2,967	-1.1%	石碇區	-	1	-	雙溪區	1	2	100.0%
				坪林區	-	4	-	貢寮區	3	4	33.3%
				烏來區	-	-	-	總計	6,549	5,609	-14.4%

房市低氣壓 房仲量能大衰退

【經濟日報 2021/07/01】

據五大房仲內部統計，最新6月成交資料顯示，不論月比、年比均呈現兩位數衰退。從月比來看，與5月相較，各大房仲各自月減19%至39.6%不等；若與去年同期相比，年減幅度更來到29%至54.4%，顯示疫情黑天鵝持續干擾，房市買氣籠罩低氣壓。受到疫情影響，包括信義、永慶、住商、中信、台灣房屋等五大房仲6月各家店頭成交量均呈現衰退，整個6月均在疫情下三級警戒中，與5月疫情剛爆發相較，買氣呈現大幅度衰退。

信義房屋不動產企研室專案經理曾敬德分析，疫情黑天鵝持續干擾下，國內房市買氣籠罩低氣壓，不過從成交結構來看，疫情之下仍是首購族當道，尤其是低單價與低總價產品，成交占比較為穩定。曾敬德指出，尤其總價1,000萬元以內的產品，內部成交資料顯示6月成交比重略微增加，反映市場對低單價與低總價產品的需求穩定。反倒是總價1,500萬元至3,000萬元的換屋市場，占比下滑，認為可能是換屋族未有急迫性購屋需求。曾敬德指出，目前股市持續創高，市場資金行情動能仍未退燒，調查顯示民眾當前的購屋信心，也不若去年第一次疫情爆發時恐慌，認為等到疫情受控後，房市買氣可望逐漸回籠。

SECTION THREE

大台北房市分析

【台北市2021.Q3推案】

區域	個案名稱	建設開發/銷售	總銷(億)	坪數規劃(坪)	公開時間
中山	序東騰	東騰/甲桂林	30	32-78	Q3
中山	基泰大直	基泰建設/金鼎揚	12	16-39	
中山	忠泰旭美	忠泰建設/自售	15	26-45	
中山	嘉春麗苑	嘉春建設/自售	1.5	26-27	
內湖	家騰真	家騰建設/美學	-	26-32	
文山	元利森活莊園	元利建設/新聯陽	140	48-68	
文山	和暘W	和暘/璞熙	25	13-35	
文山	和暘樹語院	和暘建設/美學	15	25-43	
北投	旺德福	德旺開發/文樺	5	25-38	
北投	康寶日出印象	康寶建設/遠創力行銷	12	25-45	
北投	泊山妍	嘉源建設/大準	13	20-37	
松山	敦仰	璞永建設 豐泰/海悅	100	86-120	
松山	鐫萃	大陸建設 馥敦飯店/ 甲桂林	65	22-45	
松山	松耘樸石	金安年建設/自售	8	-	
信義	潤泰信義	潤泰/自售	20	14-40	
南港	國泰悠揚	國泰建設/新聯陽	75	63-80	
萬華	萬大境	峰禾 華峰/鴻慶	8	25-34	
萬華	首傳晴海	首傳建設/海揚廣告	4	10-21	
萬華	華造三世	華造/自售	3	19-26	
萬華	冠輝京品	冠輝建設/自售	4	16-22	
萬華	昇陽逸居	昇陽建設/傳真	13	18-28	

SECTION THREE

大台北房市分析

【台北市2021.Q3推案】

區域	個案名稱	建設開發/銷售	總銷(億)	坪數規劃(坪)	公開時間
萬華	西門H	吉峻建設/政安	13	20-25	Q3
士林	山隱曼曼	三穎建設/自售	-	20-24	
士林	原禾賦	原禾開發/賦盈	10	36	
士林	豐鈺12	品宣/馥鈺	-	16-21	
大同	永保安康	金騰建設/金鼎揚	4	22-37	
大同	大承	弘千建設 中鹿開發/ 甲桂林	65	65-138	
大同	合砌埕家	合砌建築/信義代銷	8	23-40	
大同	三豐雲極	三豐建設/巨將	40	25-50	
大同	宏國大道城AB區	冠宏開發/傳真	100	40-90	
大安	永康麗莊	富都新/信義代銷	45	40-93	
大安	真寔永沢	真寔建築/永真創新	5	35-38	
大安	附中仁	茂勝建設/海森廣告	-	10-13	
大安	朗朗台大	台灣川普/傳真	10	27-38	
大安	青田618	潤泰/自售	10	13-28	
大安	潤泰大安富陽	潤泰/自售	40	29-48	
大安	大安謙韵	興富謙建設/聯碩	15	43	

資料來源：住展雜誌、信義代銷 研展組

區域	2021第三季 推案量	加乘1.2 (市場已銷售但未計入之個案)
台北市	933.5	1120.2

SECTION THREE

大台北房市分析

【新北市2021.Q3推案】

區域	個案名稱	建設開發/銷售	總銷(億)	坪數規劃(坪)	公開時間
板橋	東瑩日光	東瑩建設/好德麥	10	23-43	Q3
板橋	嘉潤青翠	嘉潤建設/海悅	16	22-36	
板橋	雄鋒	僑蓮建設/三希堂	40	27-47	
板橋	新美齊畫世代	新美齊/新聯昌	110	22-50	
林口	新潤Double	新潤/君翊	-	16-36	
林口	長虹交響苑	長虹 泰祥/自售	50	20-40	
林口	群祥悅4	群祥開發/新悅	-	17-35	
泰山	知青	鴻承建設/新高智	20	22-38	
淡水	益翔樂多多	益翔建設/萬事通	15.5	19-36	
淡水	預見兆頡	兆頡建設/傳真	18	80	
淡水	合嘉建設淡水案	合嘉建設/翰昌	10	25-32	
新店	聯上瀟朗	聯上/海悅	120	29-65	
新店	江陵天碩-學府特區	天賀建設 江陵/日觀	30	32-46	
新店	名毅吾山	名毅建設/信義	45	24-58	
新莊	永恆之新	裕盛發 亦臣/自售	10	28-39	
新莊	長虹park32	長虹/新聯陽	35	25-50	
蘆洲	崇利中山	崇利建設/創意家	15	22-39	
蘆洲	九揚盧登堡	九揚建設/新富利	14	17-33	
鶯歌	森聯LIFE森耀	永聯建設 森聯/種籽	17	23-46	
鶯歌	森聯LIFE森睦	永聯建設 森聯/種籽	20	24-47	
鶯歌	定泰青松翫	定泰建設/新理想	7	20-27	
三重	上仁一品苑	上仁開發/巨將	8	16-25	
三重	順天淳美術	順鼎 順天建設/海悅	30	25-43	
三重	漢皇鼎真	鼎極 漢皇/甲山林	16	17-42	
三重	連美One+	連美建設/東日	25	24-37	

SECTION THREE

大台北房市分析

【新北市2021.Q3推案】

區域	個案名稱	建設開發/銷售	總銷(億)	坪數規劃(坪)	公開時間
三重	寶石心富町	金寶石建設/聯安房屋	12	27-43	Q3
三峽	三宅院子	家豪建設/自售	3.5	37-41	
三峽	女王萬歲	家信建設/自售	5	25-35	
土城	勝輝RICH	勝輝地產/商鼎	4.5	77-154	
土城	有富富玉	有富/自售	40	16-41	
土城	安和琉域	協和建設/新高創	30	-	
土城	中城一品	麗麒開發/華磐	7	15-36	
土城	天好運	福美/永傳新	3.6	20-28	
土城	佶田好好	佶田 東瑩/好德麥	2.5	16-18	
土城	風華藏峰	億德建設/揚鼎國際	0.6	31-40	
中和	蒲陽南山	昌慶 蒲陽/創意家	10	22-37	
中和	悠秀賞	華鉦企業/信義	4.2	18-34	
中和	千德晴靚	千德建設/新誠家	7	31-41	
中和	欽禾	漢吉/甲山林	-	24-38	
五股	春城愛	廣春城/御上	14	-	
永和	恆詠	恆悅建設/信義	13	20-42	
永和	家格綻綻	家格建設/子鞅開發	8	20-45	
汐止	優陞學	鉅陞建設/大美廣告	20	22-49	

資料來源：住展雜誌、信義代銷 研展組

區域	2021第三季 推案量	加乘1.2 (市場已銷售但未計入之個案)
新北市	866.4	1039.68

預估雙北市2021Q3推案量	2159.88億
----------------	----------

2021
玩轉新通路
ONLINE TO OFFLINE
全方位的解決方案！

市場展望

隨著疫情升溫，房地產熱度確實稍稍被迫降溫，許多個案被迫延推，等待疫情過後的契機。但台灣整體基本面並沒有太多變化，雖然三級警戒至今已將近2個月時間，但台灣並未封城，許多企業採取居家上班，產能依舊持續運轉，經濟體質仍佳。目前各大機構預測台灣今年GDP都能達到5%以上，保5絕對沒問題。

再從新案銷售狀況來看，5月中疫情爆發後，許多個案來人瞬間急凍，但近來案場的來人確實有稍稍回溫的現象，從5月中的0-2組，6月開始都有5-7組的回溫。這也代表台灣房地產目前仍是剛需市場，就算疫情干擾，仍舊無法抵擋剛需客戶的需求。也就是說，一旦疫情趨緩、疫苗施打率達到一定水準，報復性買盤將再次上演。

此外，外界在疫情發生前關注的實登2.0、房地合一2.0將會衝擊預售市場。但目前看來，疫情比政策的關注度更高，使得客戶在「疫情」下適應政策的改變。換言之，政策改變的陣痛期正被疫情所稀釋，疫情過後，報復性的買盤將會掩蓋過政策的干擾，房地產仍將回歸基本面、剛性需求的市場。

S
I
N
Y
I
全房產



品牌資源



通路整合



網路行銷



客戶大數據

B
C
2

1+1>2

信義全房產 + 傳統代銷模式

產品定位請找信義代銷

產品正確完銷就不遠了

成交才付費的行銷利器