

誌 謝

隨著論文的付梓，兩年的研究所生涯緩緩落幕，本論文得以順利完成，感謝師長、業界專家協助使本論文的理論得以與實務現況結合，增加了內容的豐富性，在此，我最要感謝的是恩師 林教授元興及師母的關心，感謝 林老師兩年來的栽培、協助、鼓勵及對羽翎的包容，羽翎才能擁有此學位，並在論文撰寫期間細心指導和觀念的啟發，在人生旅程給予智慧及解惑，師澤永霑羽翎也將銘記在心。

在論文計畫口試與書審期間，承蒙莊教授孟翰、李教授正庸、吳教授清輝與 陳所長錦賜的用心指正與建議增加論文的完整，尤其莊教授給予多方協助使得論文書審期間能順利進行、李教授正庸、吳教授功顯、何教授芳子、文大推廣客服部所有專員給予課業的協助使得兩年學程能順利完成，及同窗好友凌芳學長、莉媚學姊、朝輝、博軒、震星、俊源、庭嘉、日亮、晁玲、們在這段期間的鼓勵與知識分享，更感激 陳所長錦賜的寬宏大量，對羽翎的包容在此表達我誠摯的謝意。

最重要的，再選擇是否再繼續攻讀學位時，文大楊教授濱燦、東海大學林教授祥隆、師範大學的常順師父、雙和醫院楊志翔醫師、嘉南藥理科大呂教授明坤醫師及育達商業科大 唐校長彥博、天王廣告王肇華總經理給予鼓勵與關懷，以及百家岳建設、翎洋廣告團隊的全體同仁、股東對我的體諒與協助，尤其陳秘書小萍給予莫大的協助，使我得以順利完成學業，感謝父母及所有關心與照顧我的師長與朋友，願與您們共同分享此成果與喜悅。

謝羽翎 謹誌

中國文化大學建築及都市計劃研究所

中華民國九十八年七月

房屋代銷服務費率影響因素之探討

—以台北都會區為例—

摘 要

為什麼要有不動產代銷經紀業？Biglaiser(1993)認為中間人在市場中具有財貨與勞務品質良窳與比賣方更想向買方透露財貨與勞務的真正品質以建立其商譽等兩種功能，因為中間人具有這兩種功能，故可提升市場的效率。若很難判斷財貨與勞務的真正品質，中間人就有存在的必要，建商即興建房屋以供出售，建商的目的旨在追求利潤，而家庭購買房屋的目的，旨在滿足以上所述的各種欲望，需求與供給（買賣）雙方遂構成房屋市場各種房屋的區位與品質出入甚大，不動產代銷業對供需雙方提供正確的資訊，避免其決策的錯誤，在將代銷費用壓縮至合理水準前，須先瞭解對其有所影響的各項因素，方能對症下藥，故本文研究的預期成果就在探討影響代銷費用的各項構成因素，期能進一步在政策上提出合理建議，對不動產代銷業與社會有所貢獻。

本研究共分五個章節，其主要如下：

- 第一章 緒論 主要闡述研究動機、目的地、研究範圍與內容、研究方法、架構與流程
- 第二章 文獻回顧與理論架構 主要闡述金融代銷業與房屋代銷業之相關、台灣代銷業的興起及發展、美、日、菲不動產經紀人具備條件、發展與自律及收費功能，藉此建立理論基礎。
- 第三章 理論架構 主要說明因子分析為何。
- 第四章 實證分析 主要闡述各個因子「顯著性」與「適用性」，以便後續實證建議。
- 第五章 結論與建議。本研究得到以下結論為：(1) 協助建商進行產品的定位。(2) 協助建商進行產品的定價，房屋價值鏈所創造的價值，遠超過其累加的價值，不動產代銷業可根據市場的反應，協助建商依照真實價值進行產品的定價。(3) 負責房屋買賣雙方的仲介工作，購屋者在尋找的過程須負擔「搜尋成本」，例如收集資料、實地觀察等，所費不貲，不動產代銷業承擔房屋中間商的功能，可藉其專長，進行文宣、興建廣告屋，派人解說等，使得消費者對所擬出售的預售屋一目瞭然，節省其搜尋成本。(4) 對家庭提供正確的房價資訊，心中自有其保留價格，此與實際成交價格有所出入，若消費者的保留價格太高，雖然很快就可物色到適當的房屋，但在價格上未免吃虧，此時可藉不動產代銷業提供的正確房價向下修正，以獲得更大的消費者剩餘。

關鍵字:不動產代銷經紀業、中間人、因子分析、搜尋成本、保留價格、消費者剩餘。

A Study on the Contributing Factors to Real-estate Agency Fees

—An example of Taipei metropolis

Abstract

Why is there real-estate agency ? In order to build up reputation , a broker is more willing than a seller to show the buyer the true quality of merchandise and labor , which can enhance the market efficacy . In the real-estate market , real-estate agents are necessary to strike a balance and meet the needs of both the contractor and the family , since the contractor pursuits greater earnings but the consumer wants a greater deal. This study aimed to gain a comprehensive understanding of factors contributing to realtor fees . Three main contributing factors could be concluded . First , the business cycles . Second , location . Third , agents reputation .



**Key words : real estate agent 、 middleman 、 factor analysis 、 search cost 、
reservation price 、 consumer surplus**

目 錄

誌謝.....	I
中文摘要.....	II
英文摘要.....	III
目錄.....	IV
圖目錄.....	VII
表目錄.....	VIII

章 節 目 錄

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的.....	1
一、 不動產市場的特徵.....	1
二、 不動產市場的價值鏈.....	2
三、 研究動機與目的.....	4
第二節 研究範圍與內容.....	7
一、 研究範圍.....	7
二、 研究內容.....	7
第三節 研究方法、步驟與流程.....	8
一、 研究方法.....	8
二、 研究步驟.....	10
三、 研究流程.....	11
第四節 專有名詞.....	13

第二章 文獻回顧

第一節 台灣金融業代銷業與房屋代銷業之相關.....	19
一、 金融代銷業的功能.....	19
二、 金融代銷與房屋代銷業在經濟社會的重要性與差異.....	20
三、 金融代銷業的演進.....	21
四、 台、美、日三國代銷制度的比較.....	22

第二節	台灣不動產代銷業之發展沿革及興起.....	24
一、	台灣房地產代銷業之發展.....	24
二、	台灣房地產代銷業的興起.....	27
第三節	美、日、菲的不動產經紀事業與房地產管理人.....	30
一、	由美、日、菲觀察不動產經紀人應具備的條件.....	30
二、	美國的房地產經紀事業.....	31
三、	專業的房地產管理人.....	33
第四節	不動產代銷經紀業發展與自律.....	37
一、	不動產代銷經紀業的發展.....	37
二、	菲律賓不動產代銷經紀業的發展.....	38
三、	美國的不動產代銷經紀業.....	42
四、	美國不動產代銷業的社會形象與擴充業務方向.....	45
第五節	不動產代銷經紀業的功能與收費.....	50
一、	美國不動產代銷經紀業的功能.....	50
二、	美國不動產代銷經紀業的服務品質.....	54
三、	美國不動產代銷經紀業的收費.....	55
四、	我國不動產相關文獻.....	58
第三章	理論架構	
第一節	代銷業的功能與發展.....	60
一、	行紀人之功能.....	60
二、	房地產代銷與仲介的差異.....	63
三、	臺灣地區不動產代銷業近年來的發展.....	71
第二節	理論模式.....	74
一、	景氣循環.....	74
二、	地段.....	74
三、	房屋代銷業者的商譽.....	75
第四章	實證分析	
第一節	資料敘述.....	79
一、	景氣循環.....	82
二、	地段.....	83
三、	業者的商譽.....	84

第二節	資料整理.....	85
一、	本文擬藉「複迴歸分析」.....	87
二、	探討各自變數間的關係.....	89
第三節	統計推論.....	91
第五章	結論與建議	
第一節	結論.....	96
一、	協助建商進行產品的定位.....	96
二、	協助建商進行產品的定價.....	96
三、	負責房屋買賣雙方的仲介工作.....	97
四、	對家庭提供正確的房價資訊.....	97
第二節	建議.....	99
一、	充實不動產市場資訊.....	99
二、	代銷業者的權責須予釐清.....	100
三、	代銷業者須自我教育並提升專業訓練.....	102
四、	代銷業者須採用最新科技期能趕上時代並減少成本.....	103
參考文獻		
中文文獻.....		104
外國文獻.....		107

附錄目錄

附錄一、	內政部就非不動產經紀業而經營不動產仲介或代銷業務者之營業行為認定.....	111
附錄二、	評題論文審查意見回覆表.....	115
附錄三、	期初論文審查意見回覆表.....	116
附錄四、	期中論文審查意見回覆表.....	117
附錄五、	期末論文審查意見回覆表.....	118

圖目錄

【圖 1.1】	產品供應鏈體系	3
【圖 1.2】	一般價值鏈體系	3
【圖 1.3】	研究步驟圖	10
【圖 1.4】	研究流程圖	11
【圖 2.1】	臺灣房地產價值鏈系統圖	29
【圖 3.1】	房地產專業分工結構圖	62
【圖 3.2】	一般代銷公司的作業流程圖	64
【圖 3.3】	房地產行銷訊息系統圖	65
【圖 4.1】	陡坡圖	92



表目錄

【表 2.1】	台灣地區證券承銷之演進	21
【表 2.2】	台美日承銷制度比較	23
【表 2.3】	台灣地區房地產代銷方式	27
【表 2.4】	美國不動產代銷業擴充業務的方向.....	45
【表 2.5】	道德發展的三階六段	47
【表 3.1】	代銷業與仲介業比較	63
【表 3.2】	台北都會區男女客戶購屋比例	66
【表 3.3】	購屋者需要不動產代銷業服務的項目.....	69
【表 3.4】	95 年度台北市各行政區房價所得比	70
【表 3.5】	台灣地區 2007 年十大代銷公司	73
【表 3.6】	美國建商的房屋銷售管道(%)	74
【表 3.7】	近年來台灣地區不動產景氣循環.....	75
【表 4.1】	台北都會區屋代銷個案	80
【表 4.2】	調查項目與英文變數名稱.....	85
【表 4.3】	變數的敘述統計.....	86
【表 4.4】	各變數間的相關係數.....	88
【表 4.5】	所保留因子與因子負荷量	92
【表 4.6】	複迴歸計算結果	93
【表 4.7】	變異數分析	95