永慶房產集團

因為永慶　更加圓滿

2021年第四季
永慶房產趨勢前瞻報告
網路調查分析

永慶房產集團 業管部
協理　陳賜傑

房仲第1品牌

調查方式與問卷回收

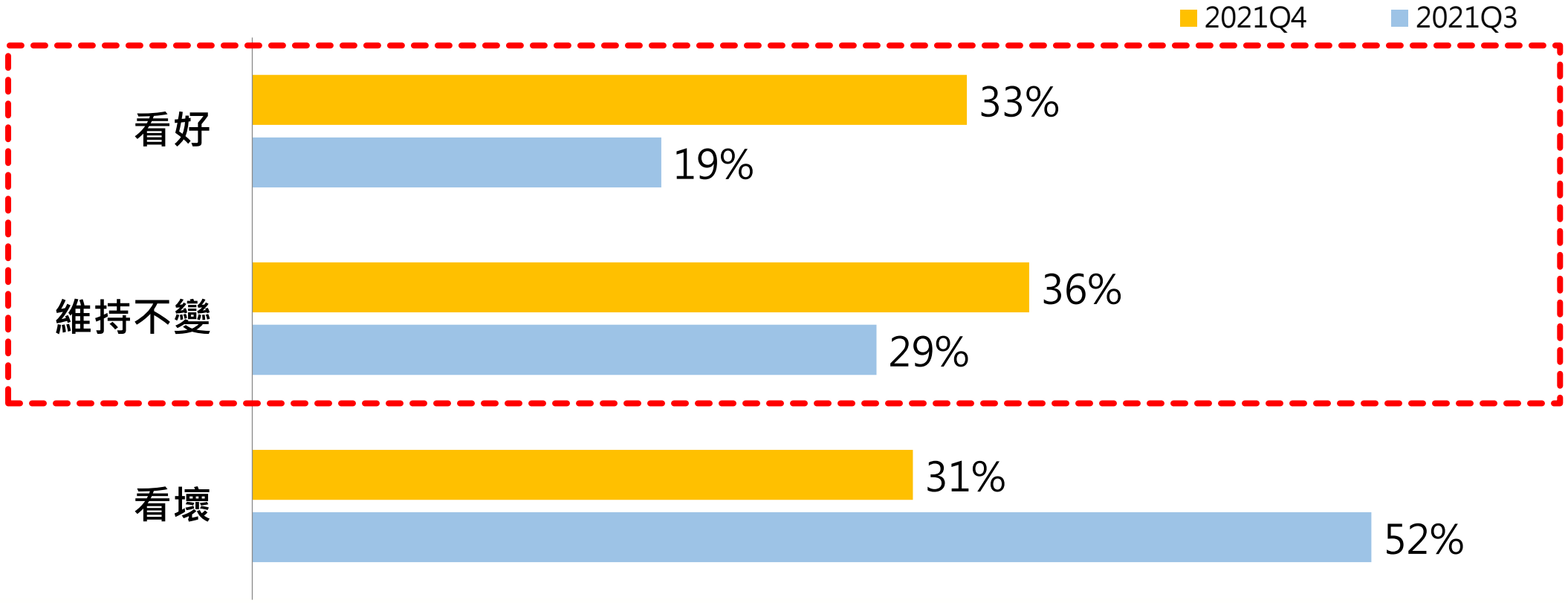
- 受訪對象：永慶房仲網網路會員與官網訪客
- 調查方式：E-mail寄發給網路會員與官網點入
- 調查時間：2021/8/10~8/24
  （疫情警戒降至二級後兩週開始發放）
- 回收問卷：1860份
- 有效問卷：1378份

✓消費者對**國內景氣**的看法

消費者認為2021年第四季景氣表現的看法?

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

國內疫情控制得宜 看好、維持不變比例增
消費者對第四季景氣看法呈正向樂觀



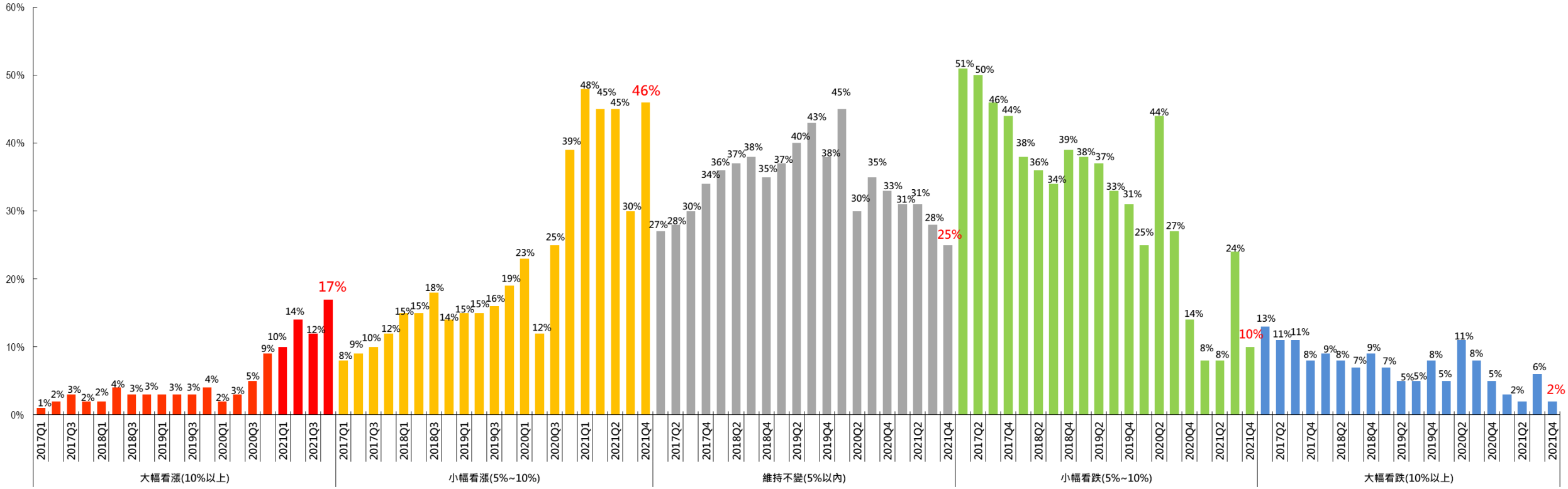
✓全台消費者對2021年**第四季房價趨勢**看法
✓七都會區消費者對**房價趨勢**看法

2021年第四季全台消費者對房價趨勢的看法

永慶房產集團
因為永慶　更加圓滿

國內防疫表現優異　低利率、資金潮環境持續
逾六成消費者看漲房價　較疫情爆發前成長

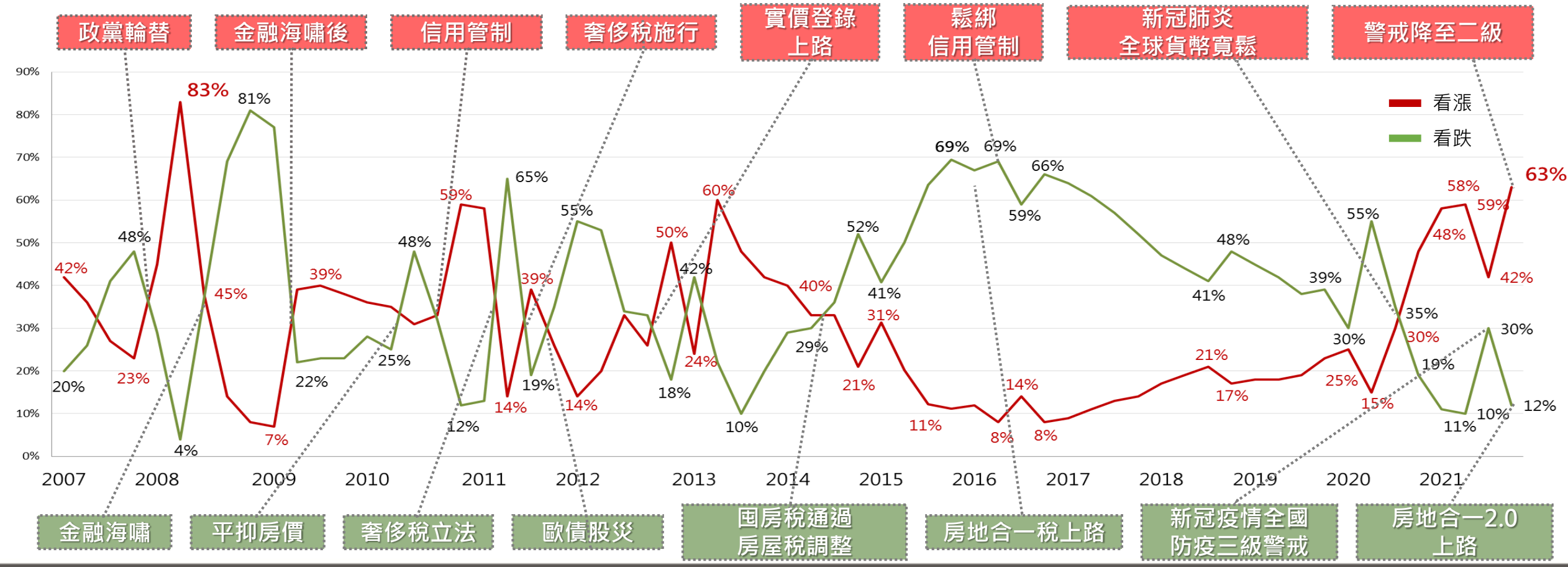
看漲：59%→42%→63%　持平：31%→28%→25%　看跌：10%→30%→12%



2021年第四季全台消費者對房價趨勢的看法

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

63%消費者看好房價　創2008Q2以來新高紀錄



七都會區消費者對2021年第四季房價趨勢看法

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

新竹、台南看漲比例逾七成最樂觀
新北、桃園、台中、高雄看漲比例皆超過六成

房價趨勢	台北市	新北市	桃園市	新竹縣市	台中市	台南市	高雄市
看漲	48%	60%	68%	72%	63%	73%	68%
持平盤整	36%	29%	18%	20%	26%	23%	22%
看跌	16%	11%	14%	8%	11%	4%	10%

✓消費者認為**居住地區近一年來房價漲跌幅**

消費者認為所居住的地區近一年來房價漲跌幅為?

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

全台70%消費者認為居住地區近一年房價上漲5%以上
新竹最有感 50%消費者認為房價上漲10%以上

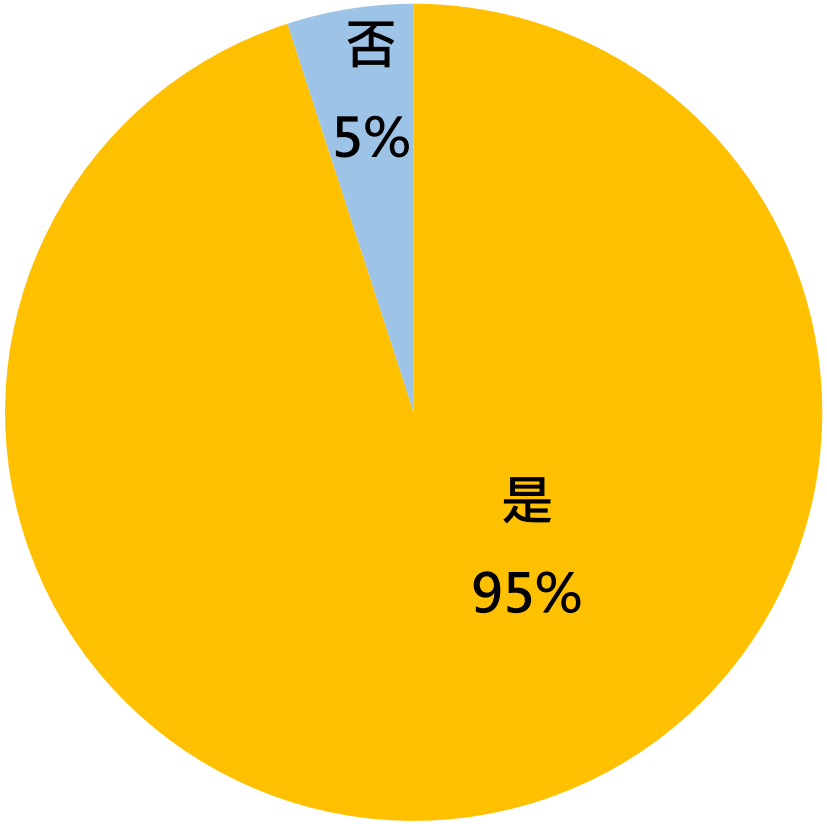
房價	台北市	新北市	桃園市	新竹縣市	台中市	台南市	高雄市	全台
上漲10%以上	13%	19%	24%	50%	34%	44%	27%	27%
上漲5%-10%	45%	45%	54%	27%	45%	36%	45%	43%
持平(-5%至5%)以內	35%	26%	19%	15%	14%	16%	16%	22%
下跌5%-10%	5%	6%	2%	8%	4%	4%	9%	5%
下跌10%以上	1%	4%	2%	0%	4%	0%	2%	3%

✓消費者對**通貨膨脹**的看法

消費者現在是否有感受到物價上漲?

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

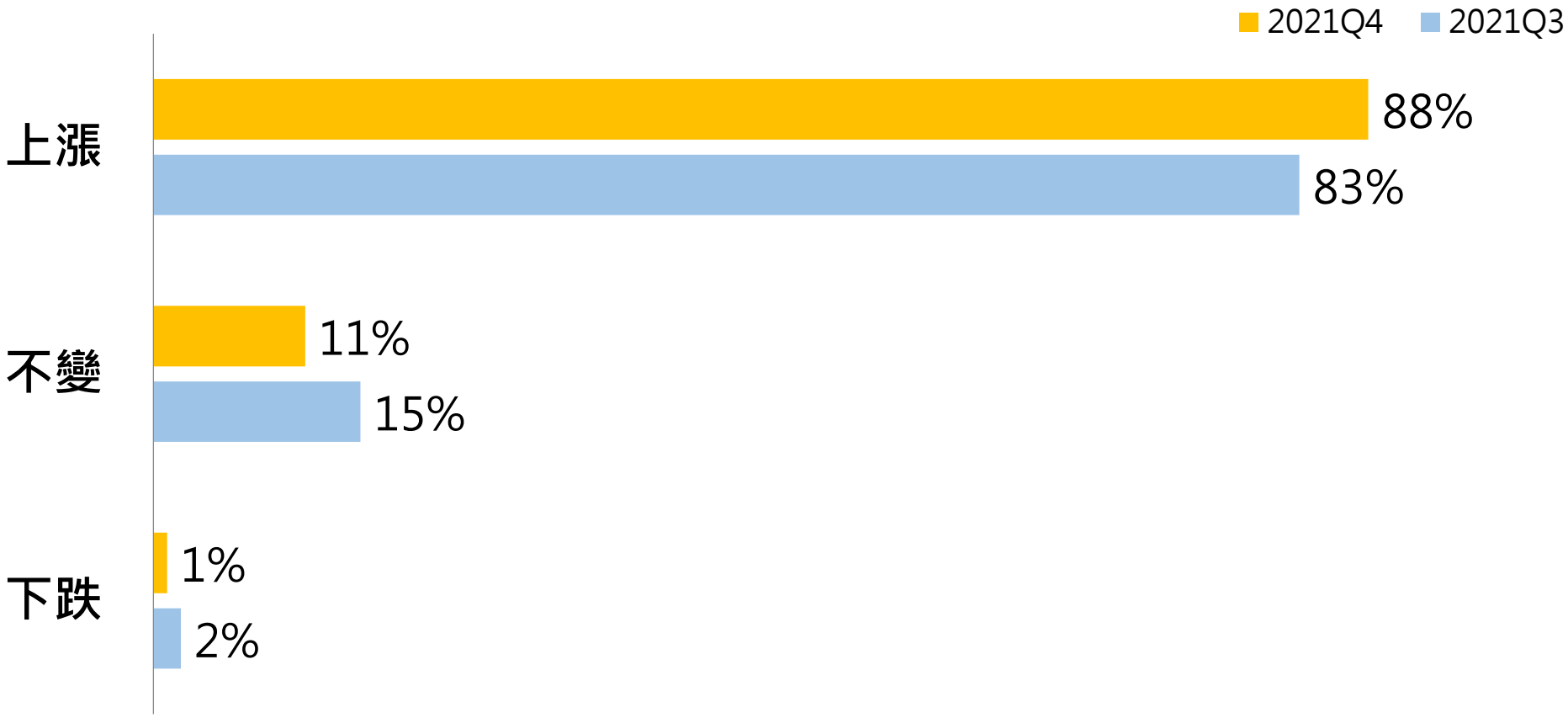
95%消費者現在有感受到物價上漲



消費者預期在未來一年，台灣的物價水準會如何?

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

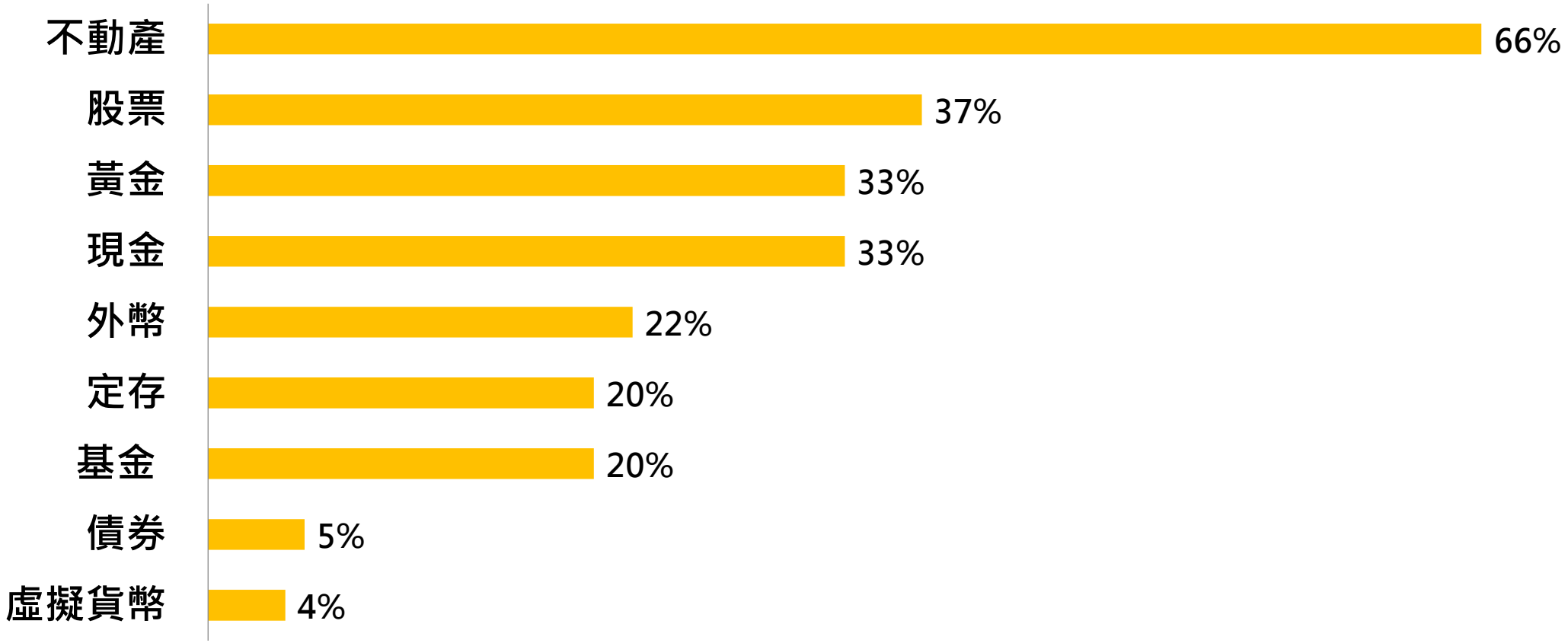
近九成消費者預期未來一年物價水準會上漲



若發生通膨，消費者會優先選擇哪些商品做為抗通膨標的？
（複選，至多三項）

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

若發生通膨，
66%消費者會優先選擇不動產做為抗通膨標的

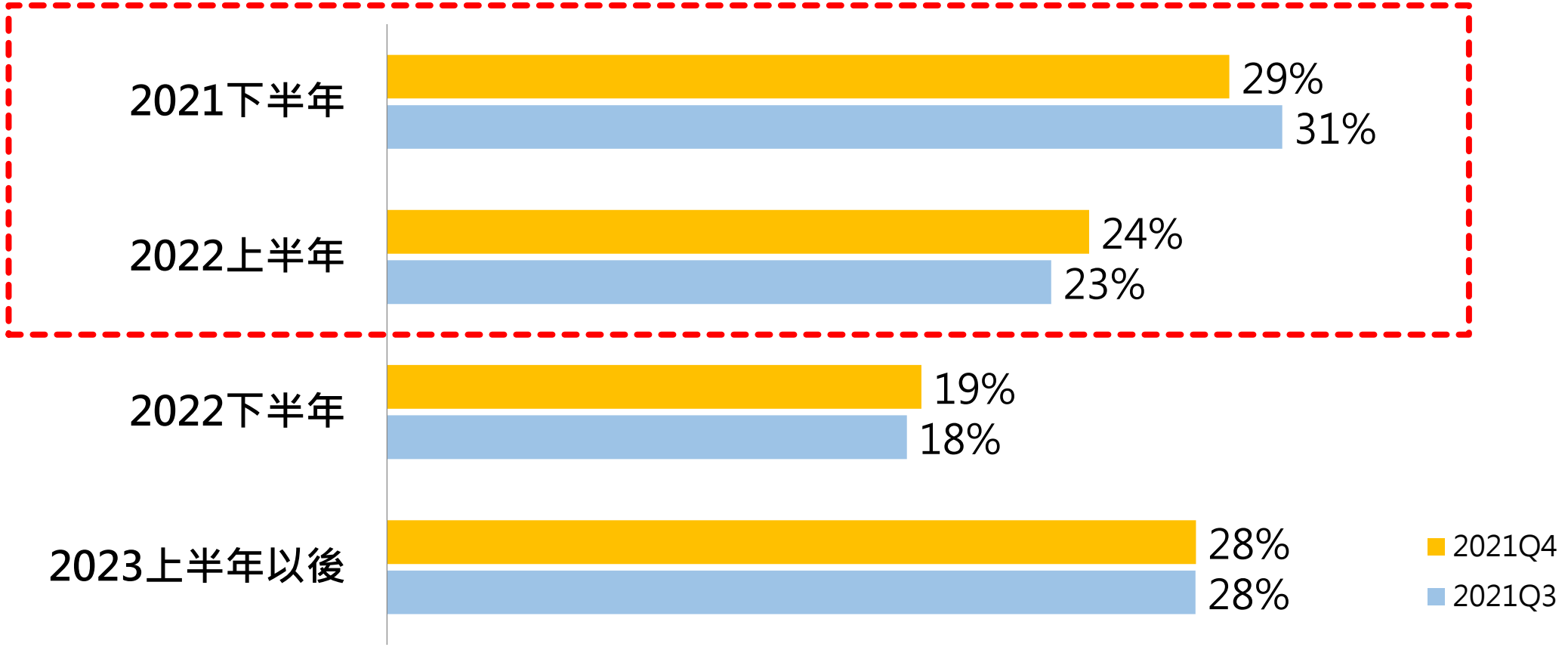


✓消費者認為何時為**最佳購屋時機**

消費者認為何時是最佳購屋時機?

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

53%消費者認為 2022上半年前 是最佳購屋時機



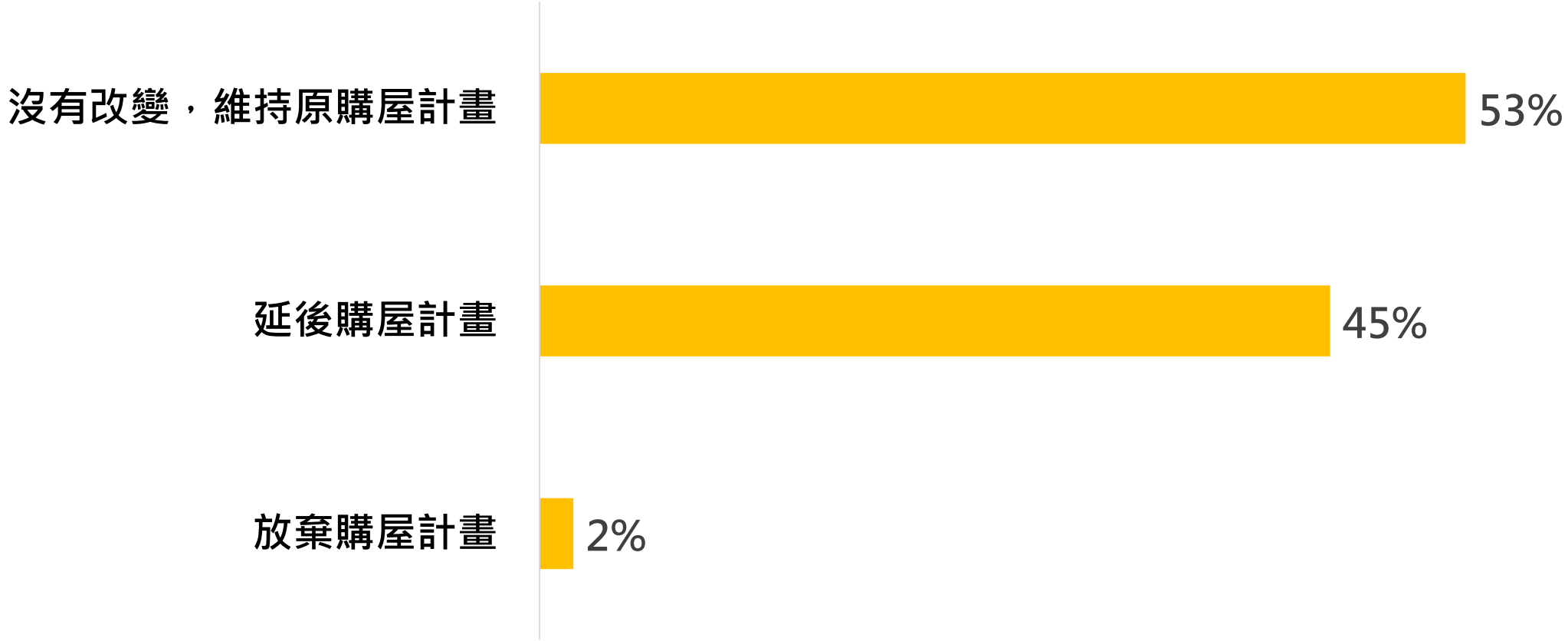
✓ 疫情對**民眾購屋預算之影響**

疫情是否對消費者的購屋計劃造成影響？

永慶房產集團
因為永慶　更加圓滿

53%消費者不受疫情影響　維持原購屋計劃

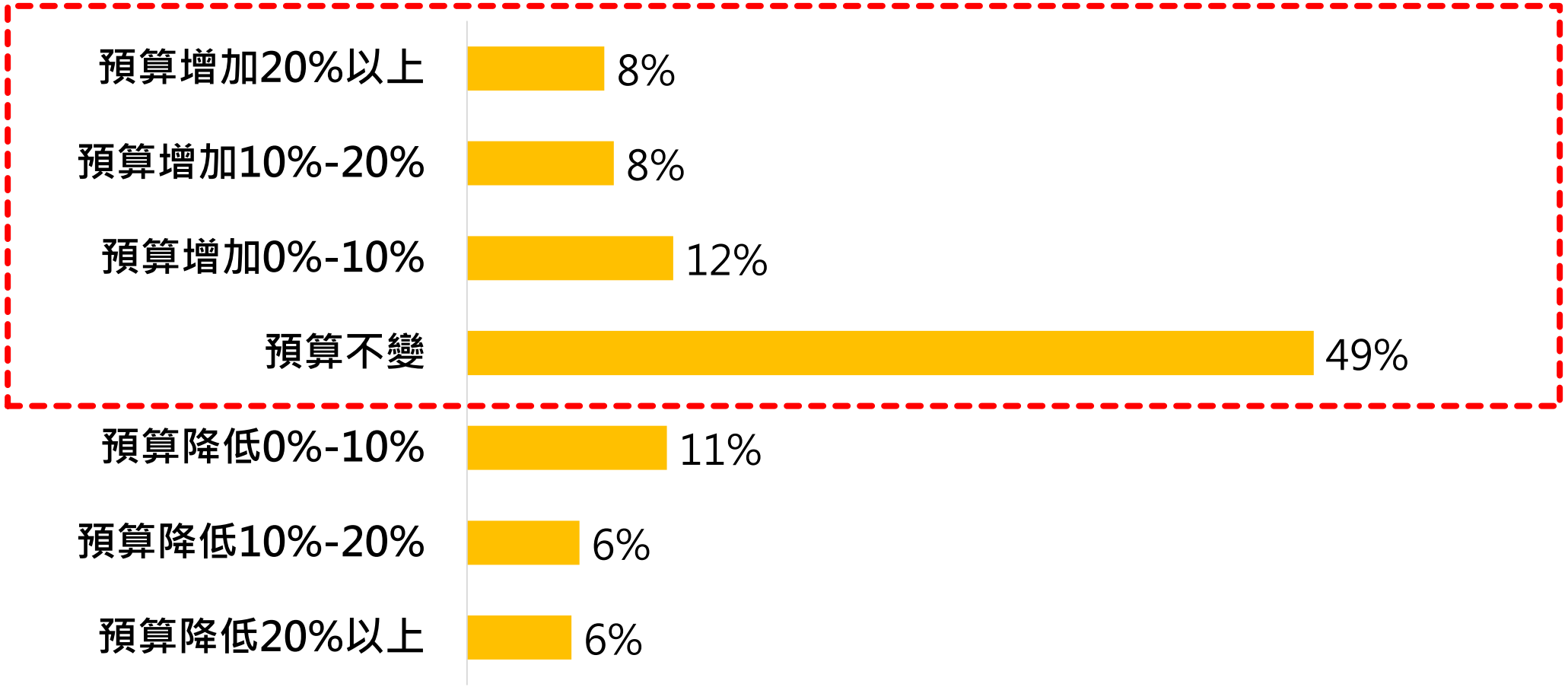
45%消費者受疫情影響　延後購屋計劃



疫情是否對消費者的購屋預算造成影響？

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

77%消費者的購屋預算不受疫情影響

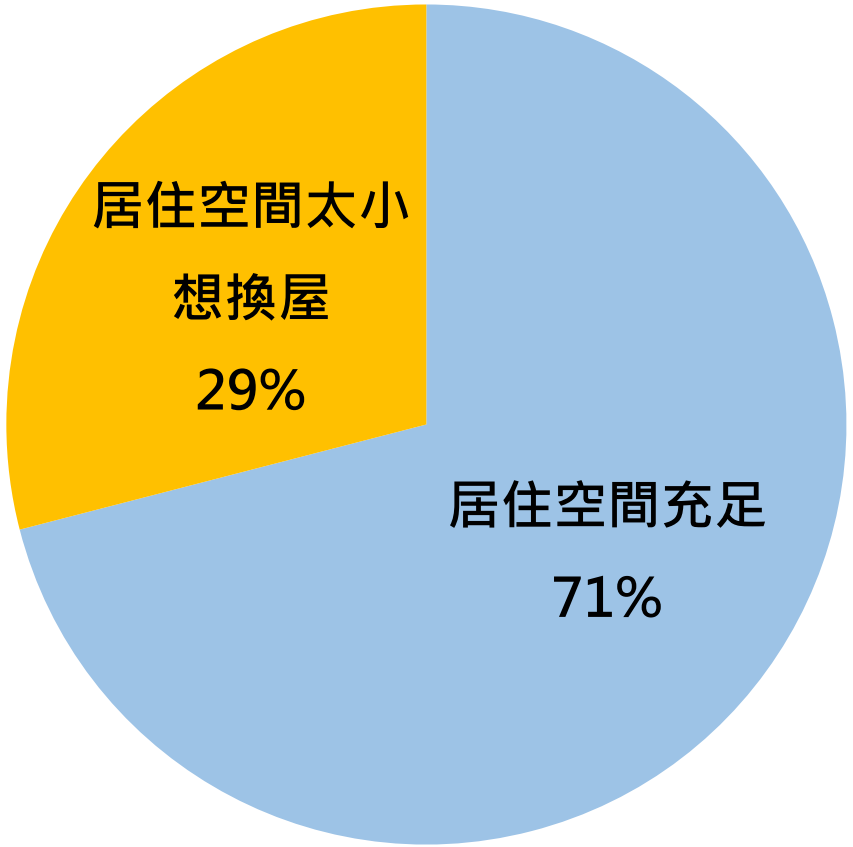


✓ 疫情對防疫生活下**居住空間需求的轉變**

防疫生活下，消費者對於目前居住空間大小的滿意度？

永慶房產集團
因為永慶　更加圓滿

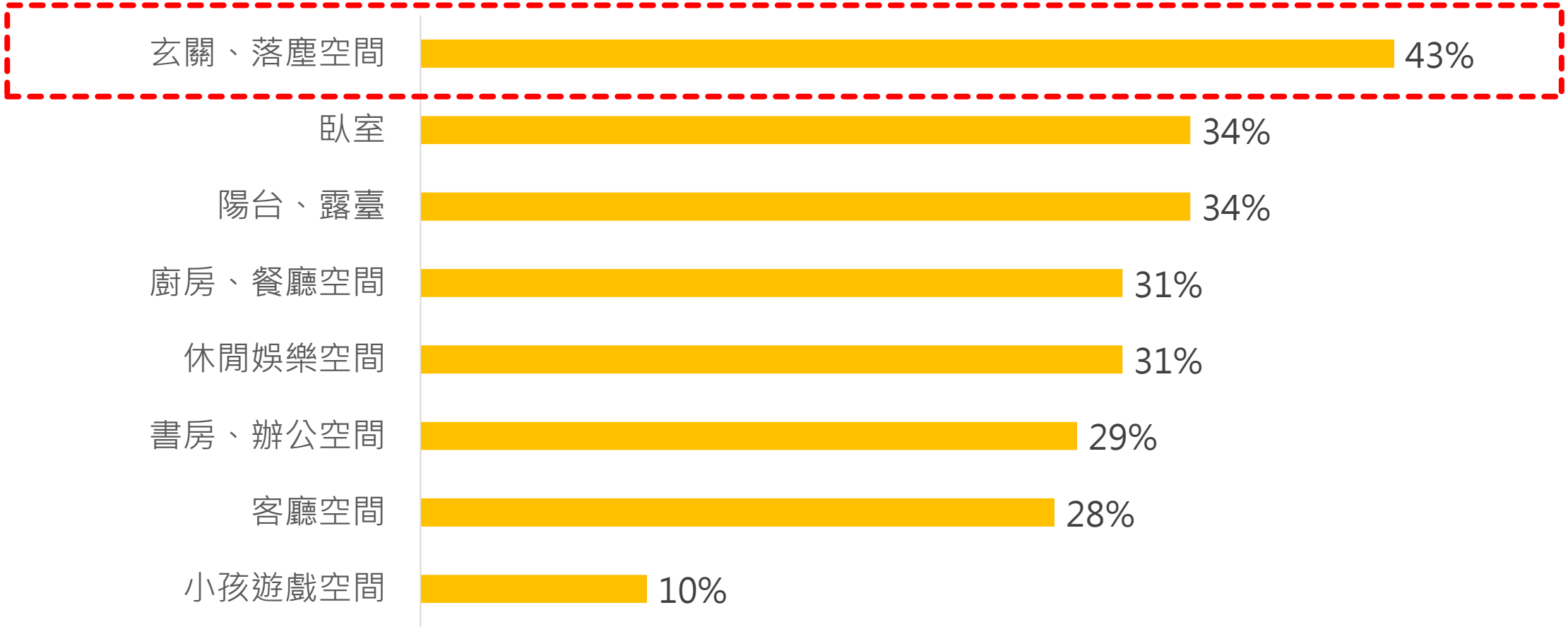
防疫生活下！　遠距教學與居家辦公需求增
消費者對居住空間重新定位　新增出29%換屋需求



若防疫生活成為常態，消費者希望增加哪些住宅空間？(複選3項)

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

逾四成消費者希望增加玄關、落塵空間



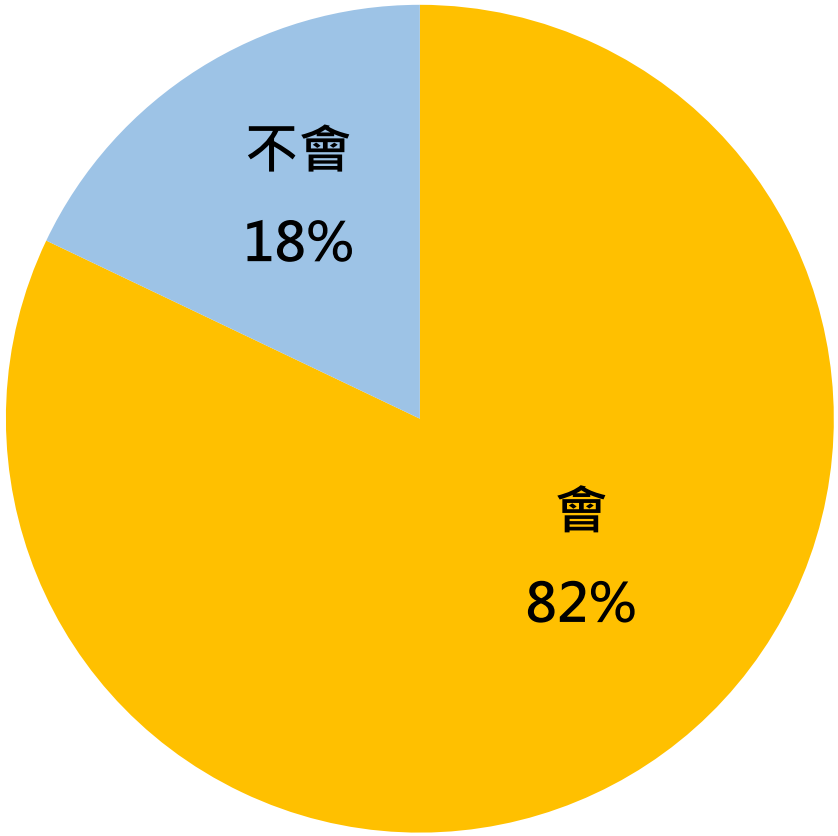
✓ 疫情對**民眾看屋模式之影響**

疫情警戒下，消費者是否會先使用「線上賞屋服務」篩選物件？

永慶房產集團
因為永慶　更加圓滿

疫情改變賞屋模式

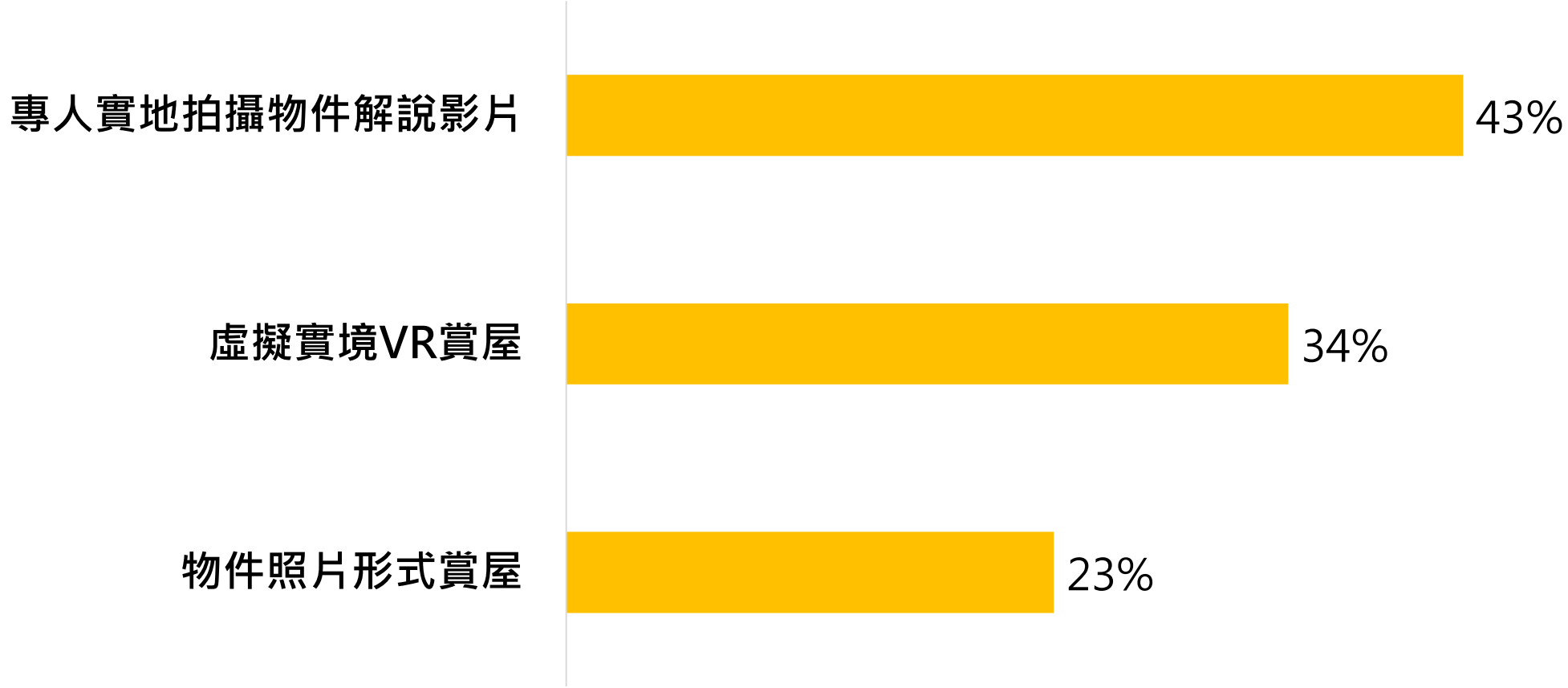
82%消費者會先使用「線上賞屋服務」篩選物件



消費者認為哪種線上賞屋服務較有幫助？

永慶房產集團
因為永慶　更加圓滿

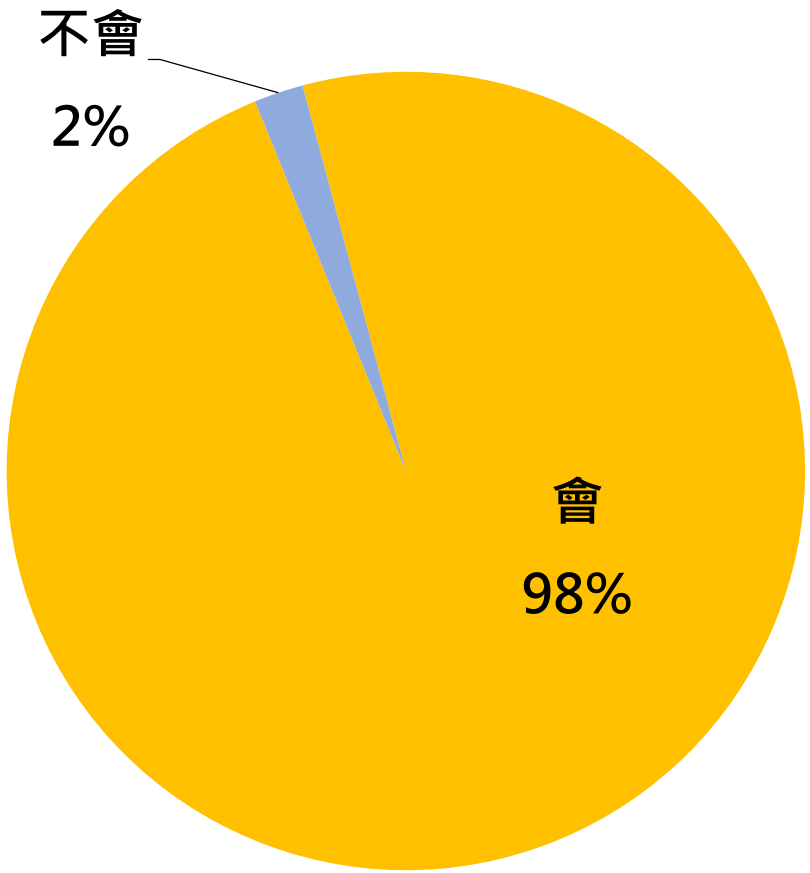
43%消費者認為專人實地拍攝物件解說影片較有幫助



消費者未來是否會繼續使用線上賞屋服務？

永慶房產集團
因為永慶　更加圓滿

線上賞屋服務成新常態　98%消費者未來仍會繼續使用

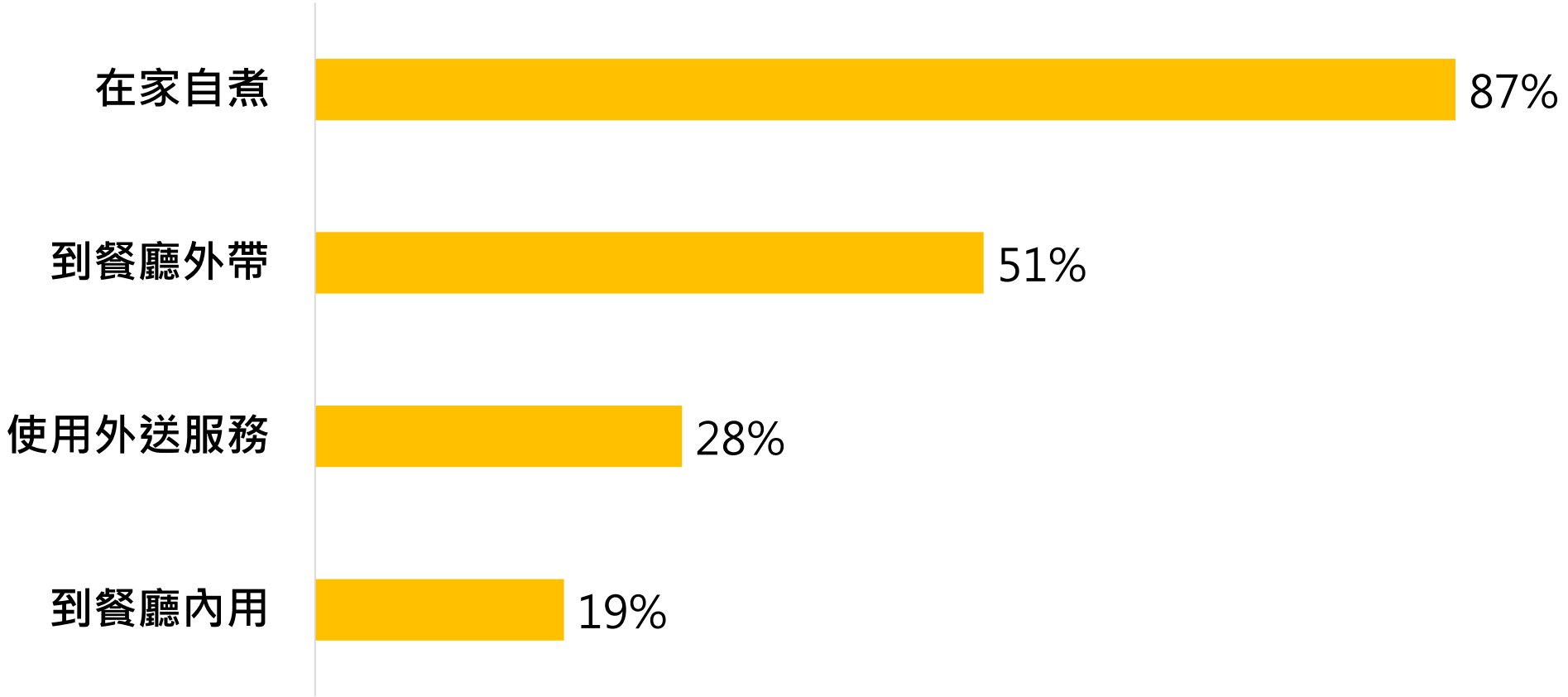


✓ 疫情對**實體店面的影響**

消費者目前偏好的用餐模式？（最多3項）

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

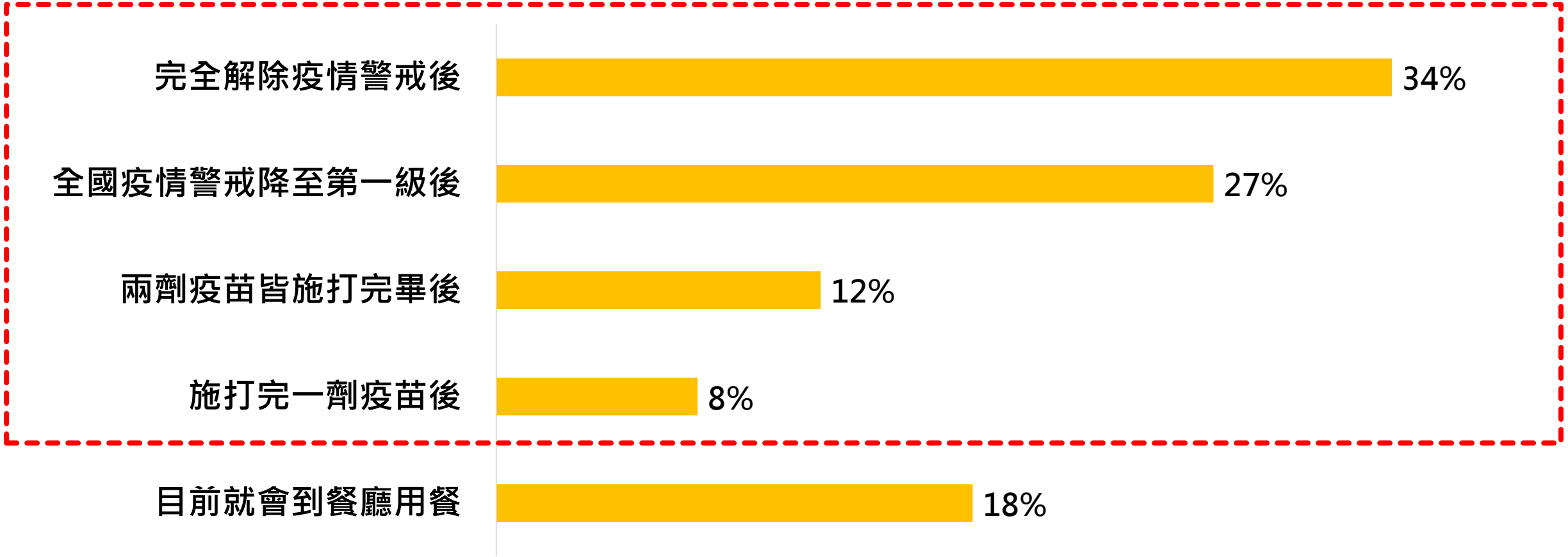
二級警戒下 仍有87%消費者以在家自煮為主要用餐模式
逾五成消費者也會選擇到餐廳外帶



消費者何時會願意到餐廳用餐？

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

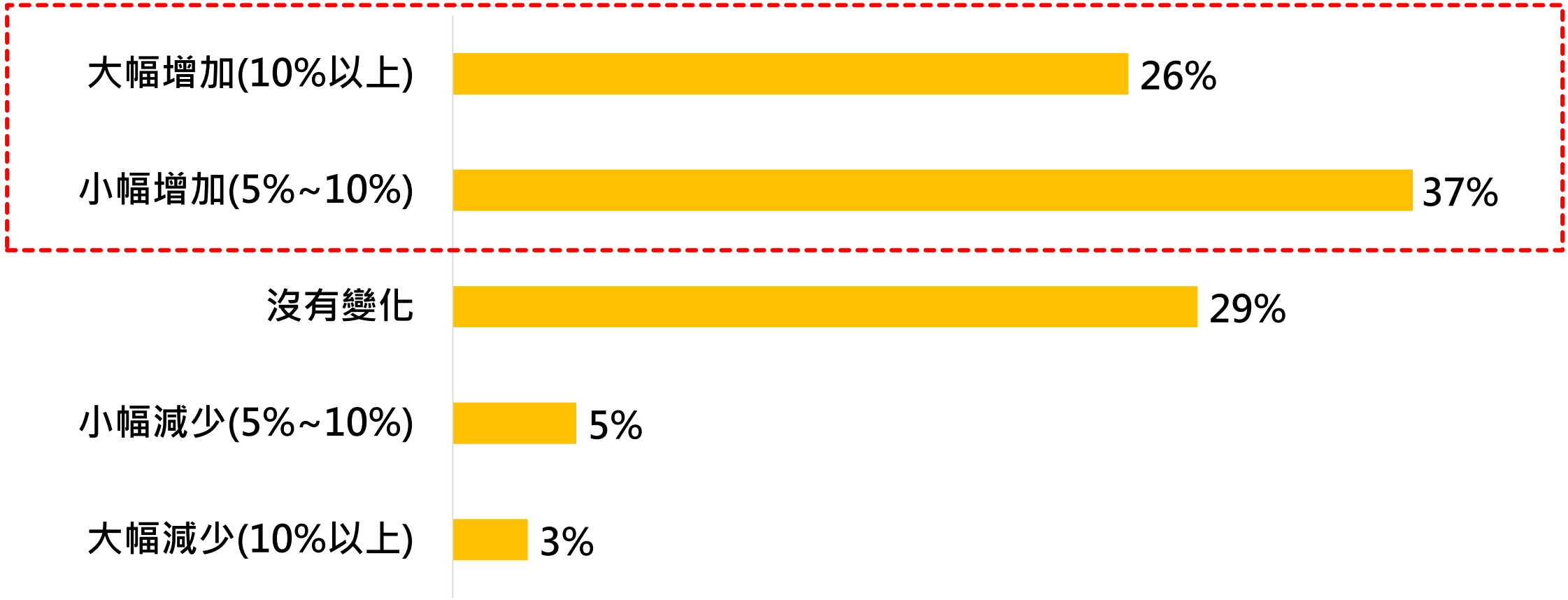
82%消費者目前仍無意願到餐廳用餐



疫情警戒期間，消費者網購消費金額的變化？

永慶房產集團
因為永慶　更加圓滿

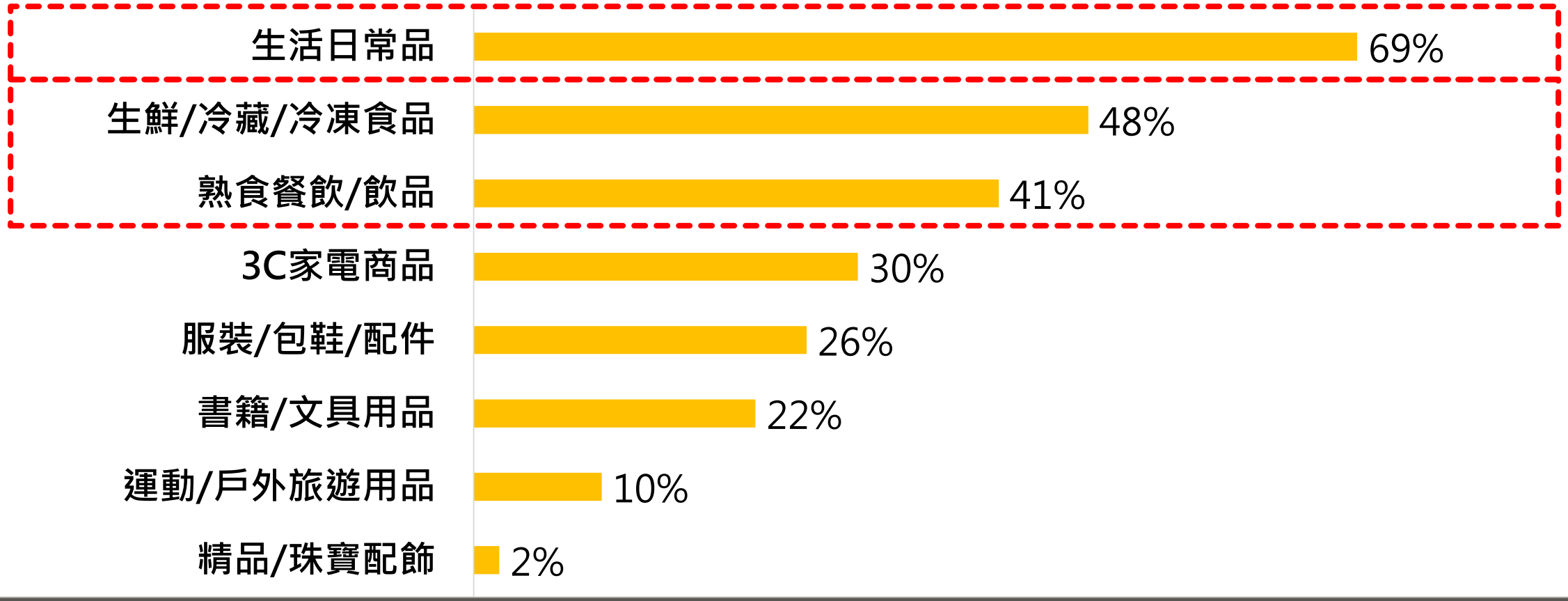
疫情警戒期間　63%消費者網購金額至少增加5%以上



疫情期間，消費者曾使用網購通路購買哪些商品？（複選）

永慶房產集團
因為永慶 更加圓滿

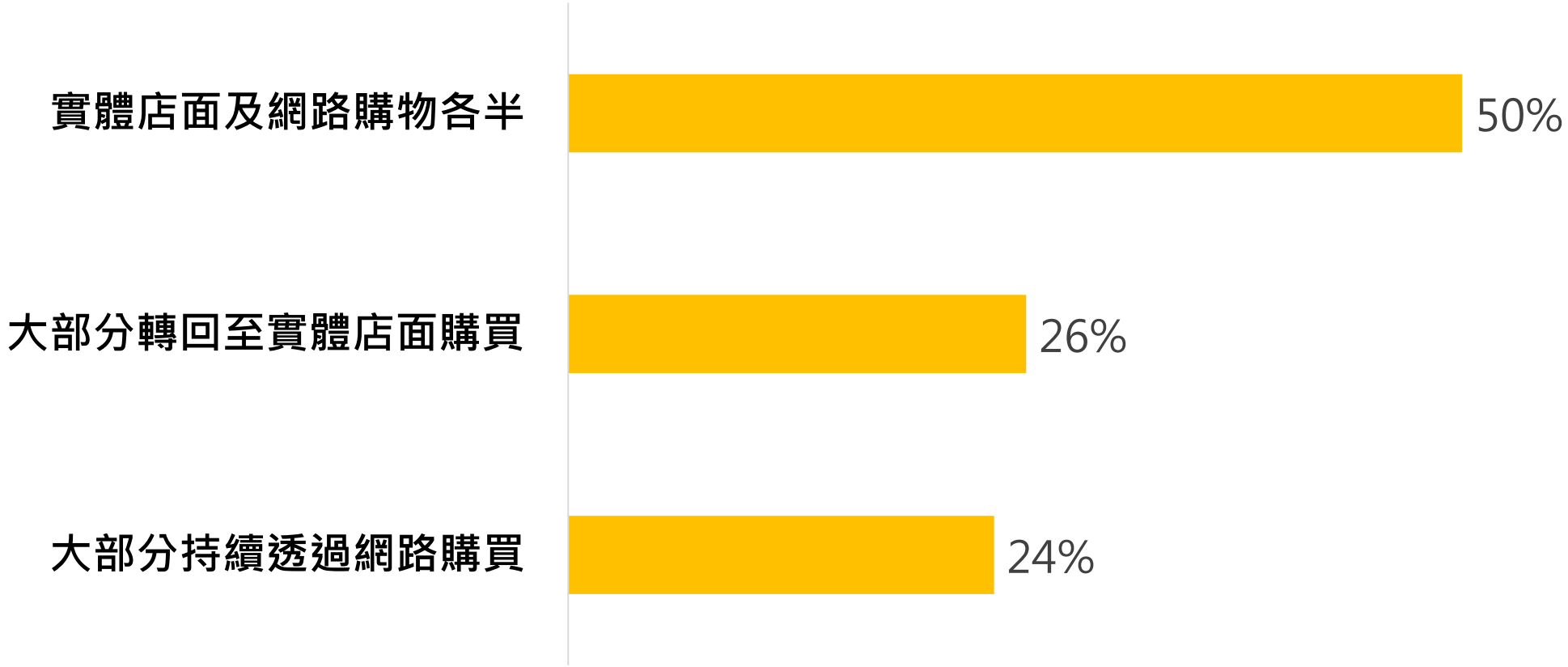
近七成消費者曾使用網購通路購買生活日常品
四成以上消費者曾購買生鮮/冷藏/冷凍食品、熟食餐飲/飲品



疫情降至二級後，消費者主要的購物通路為何？

永慶房產集團
因為永慶　更加圓滿

消費行為轉變！　消費者購物模式「虛實各半」



調 查 結 論

一	**63%**消費者**看好**房價　創**2008Q2**以來新高紀錄 **新竹、台南**看漲比例**逾七成**最樂觀　**新北、桃園、台中、高雄**看漲比例皆**超過六成**
二	全台**70%**消費者認為居住地區近一年房價**上漲5%以上** 新竹縣市**50%**消費者認為房價**上漲10%以上**
三	**53%**消費者認為 **現在到2022上半年** 為最佳購屋時機
四	**不受疫情影響!**　**53%**消費者**維持**原購屋計劃 **77%**消費者的購屋預算不變甚至增加
五	防疫生活下　遠距教學與居家辦公需求增　創造出**29%換屋需求** **逾四成**消費者希望增加**玄關**、**落塵空間**
六	**疫情永久性改變賞屋模式**　**82%**消費者會先使用**「線上賞屋服務」篩選物件** **98%**消費者**未來仍會繼續使用**
七	**82%**消費者目前**仍無意願到餐廳用餐** **消費行為轉變!**　消費者購物模式**「虛實各半」**

簡報結束