

摘要

台灣的不動產市場中，有高比率的建商屬於開發少案或僅開發一案的建設公司，而眾多一案建商存在的現象更是不動產新推個案市場中為大家所垢病。經初步的統計分析，在民國八十二年至九十一年間，一案建商的家數比率超過了六成，顯示在台灣的不動產市場中一案建商的存在，的確是很嚴重的問題。而缺乏過去推案表現及公司聲譽的累積，眾多的一案建商所推出之個案是如何能被市場所接受？一案建商是否會透過訂價行為的改變與其他類型建商從事競爭？這是本研究所要探討的問題。

由國內外相關文獻可以看出，商譽較差的建商可能透過降低價格的方式與其他建商競爭，或者是避免與其他建商在相同地區推案，以避免價格上的競爭。本研究依據建商過去的推案情形，將建商分為：一案建商、一般建商及穩健型建商，並依相關理論與文獻建立了三個研究假說。實證結果顯示在控制其他變數下，不同類型建商的產品訂價是具有差異的。其中一案建商的產品訂價相較一般建商，每坪價格會低約 5.56%，而穩健型建商在產品訂價上，每坪價格則會比一般建商高出約 6.79%。而實證結果也指出，不同類型建商的訂價差距會隨著區域市場特性的差異及房地產市場景氣的變化而有不同。

關鍵詞：商譽、產品訂價、一案建商、建商類型