後疫情時代台北市購房趨勢與偏好：K-means分析與市場動態

**研究背景與動機**

　　近年來，台北市作為台灣的經濟和文化中心，其房地產市場的發展一直受到廣泛關注。在人口集中、土地供應有限的情況下，房價長期居高不下，特別是在 COVID-19 疫情後，房地產市場的趨勢發生了新的變化。全球通貨膨脹的壓力、利率政策的調整，以及房地產稅制改革的影響，均為台北市房地產價格的變化帶來挑戰與機遇。此外，數位化時代的來臨，也為消費者行為分析提供了新的數據支持與技術可能性。

　　因此，本研究欲分析台北市後疫情時代的房市動態，**探索消費者對房屋條件需求和地段的偏好，利用集群分析（K-means）識別，為房市業著以及建商找到購屋族群的消費模式。**

此外，根據結果**，以Tabuleau展示並內建條件篩選的功能，建商可根據篩選的結果，在有限的資金下，找出可能會賣出的地段進行精準投資，有助於提升成交量**。

**研究流程**

**Tabuleau**

1、中位數總價元

購買價格來去

猜測各地區大

多購買的預算

2、客戶預算以及

空間需求，找

出適合建商

營造的地段

3、 客群結果

呈現在地段

上，可根據地

段篩選

**資料處理**

1、資料轉換、資

料、條件提取

2、異常值刪除

3、資料合併

4、資料標準化

**K-means**

1、使用群內變異

量、Silhouette

score 找出最佳

分群數

2、使用堆疊式長條

圖、散佈圖，瞭

解客群

3、歸納總結客群

\

**Tabuleau 表呈現結果**

**成果連結**

**說明**

**1、 儀表版內建房市購買地段，搜尋在該地區之下消費著購買偏好地段**

**客群分析結果**

**群體描述與特徵**

**高端住宅購買客群**

客群追求高單價以及高坪數的房屋，樓層的選擇特別高眺介於 5 ~ 12層 ，同時擁有最高的公占比在客群分析中，而且房屋年齡的購買選擇相對較低，在車位坪數的要求中相對較高。可以表示說明這類的客群會較願意花相對較多的錢去購買高品質且高樓層的住宅，會為了生活空間去購買較大坪數的房屋，因此希望說建設大樓底下可以建設較為完善的停車場，顯示出他們偏好較為完善公設的社區大樓

**注重生活細節精打細算族群**

客群擁有較高的主建物面積並且擁有較低單價坪數，也同時擁有較低的公占比，這類的購屋族群會希望擁有較高 CP 值得住宅。在購屋的同時會希望有較好的採光設備，因此在建物的挑選上，會選擇陽台占比較高的房屋來做為他們的首選。

**小而精，節省預算購屋族**

客群對於房屋面積坪數要求最低且房、廳、衛數量的要求是所有族群裡是最低的，單價購買選擇範圍極廣，陽台面積占比要求及低，住宅樓層的需求交高且屋齡的購買最低並且也可了解到總預算是這四類族群是最低的。推測這類的族群手頭上沒有多少的預算且又希望有較大的空間且希望房屋不能太夠於老舊，因此希望在有限的預算下能買到較為完善的住宅。

**大面積購屋族群**

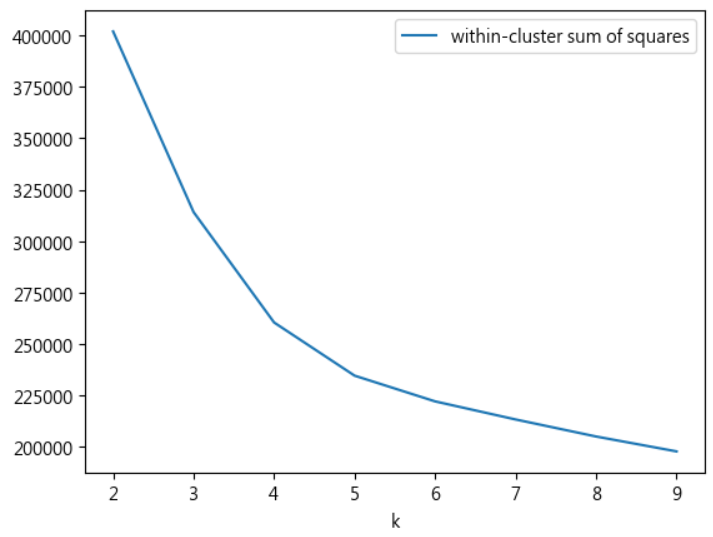
客群購買房屋坪數以及土地購買的選擇上是這四群中是最大的，且價格單價是較次低，而屋齡相對於其他族群來說是最高。因此認為這類型的購屋族群比較完全不在乎住屋品質，希望以大空間為主。因此可能推測為此購屋族擁有較大的家庭，並且需要大量的建物空間供他們居住。

**分析過程**

分群數 k 的選擇上，以 群內變異量以及silhouette score為主要最佳 k 的選擇，而最終的結果以 k 為 4 為主。

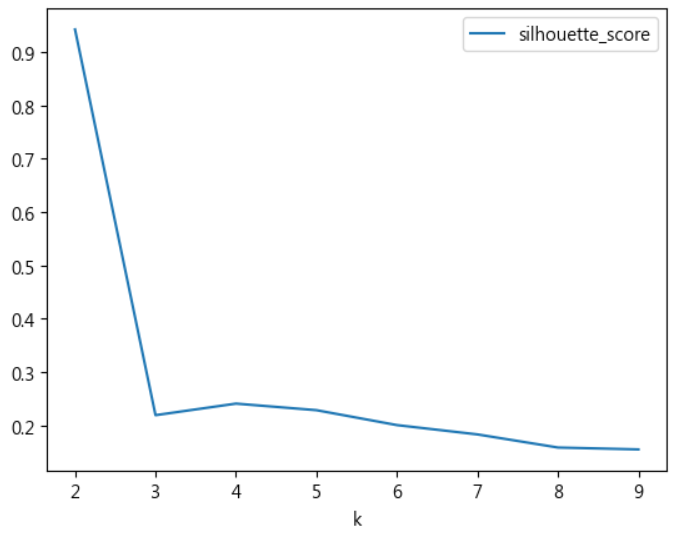
**手肘法**

k 過了 4、5 群 ，群內中心的變異量不會出現下滑，因此選擇上以 k 以 4、5為主



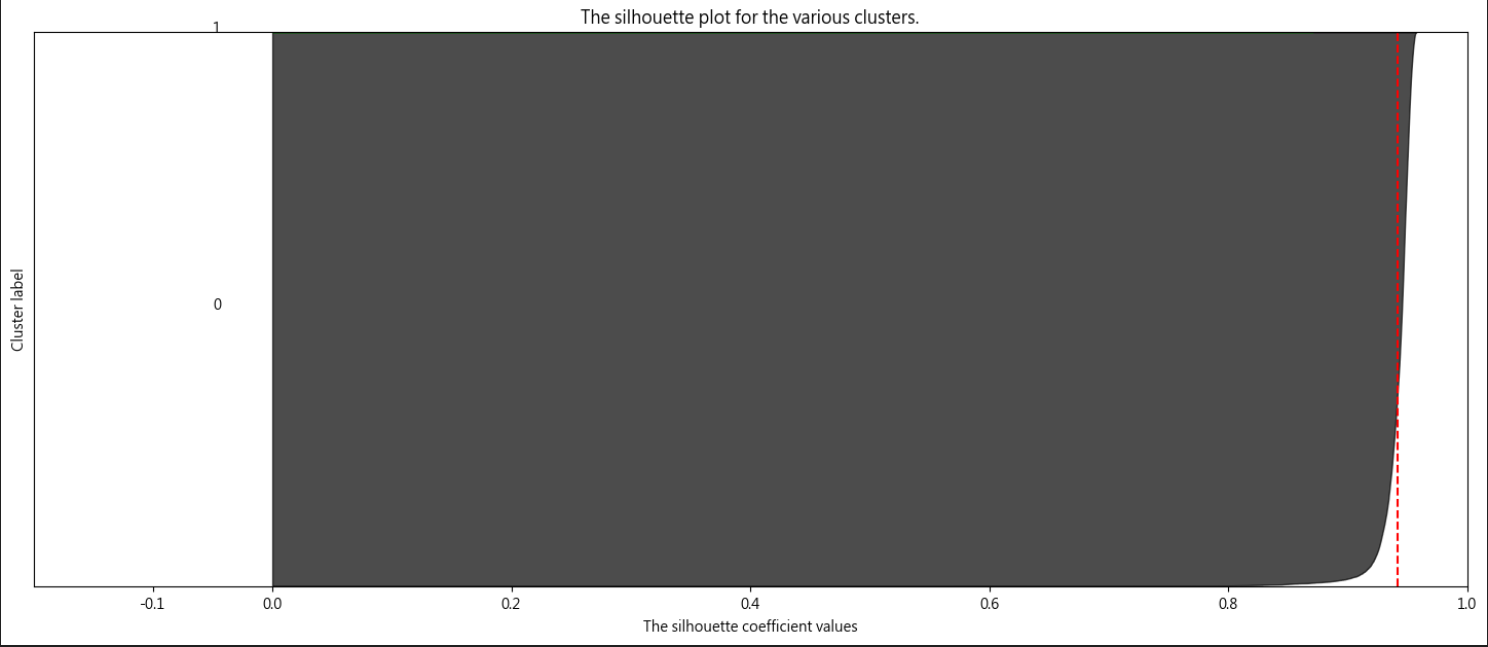
**Silhouette socre average**

Silhouette score 的平均數在 k 點之中是以 2最高、4 為次二，因此在選擇上會考慮第二群跟第四群為主要的分群首選



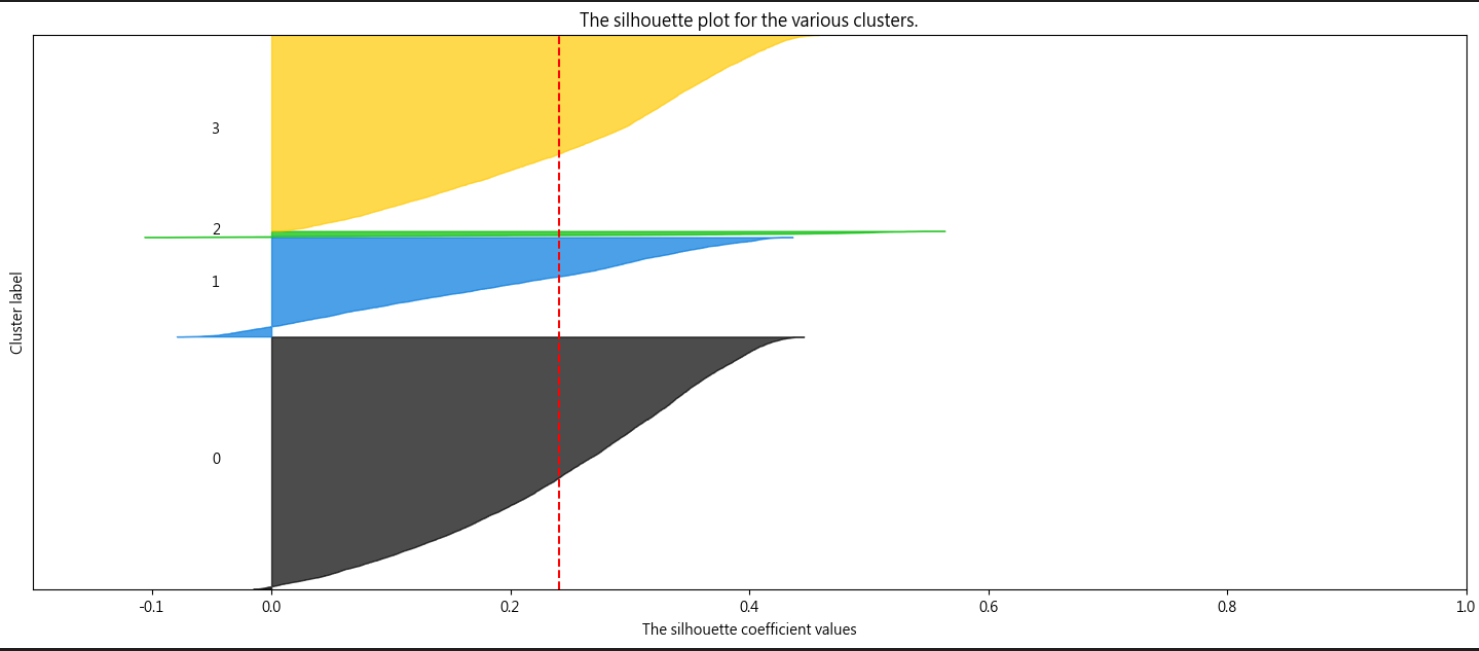
**K 為 2 時樣本的分群**

從圖上來看，第 k 為 2時樣本數不夠平均，因此不考慮是否要分第二群



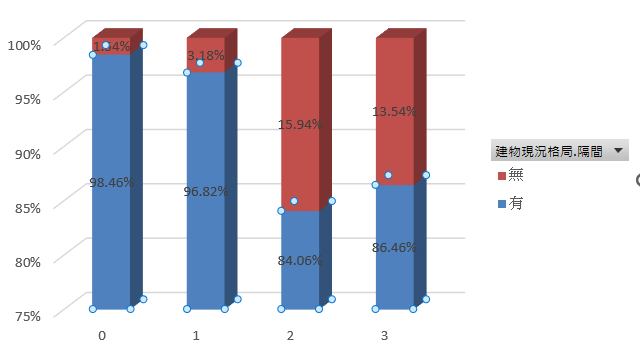
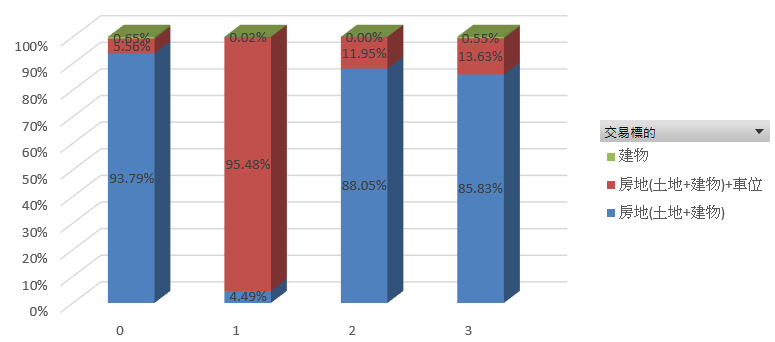
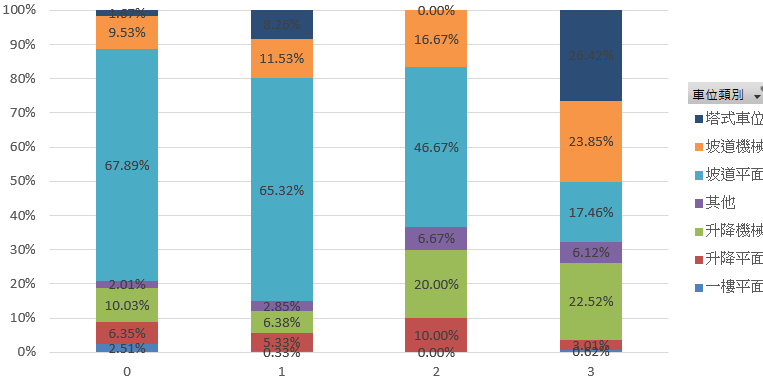
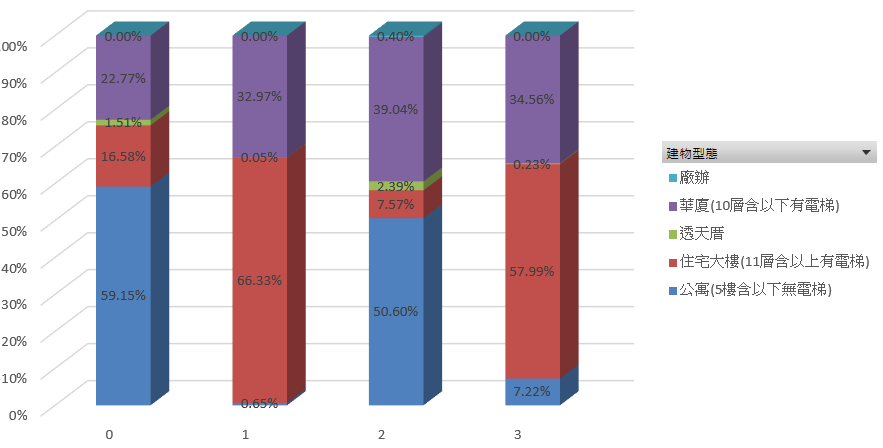
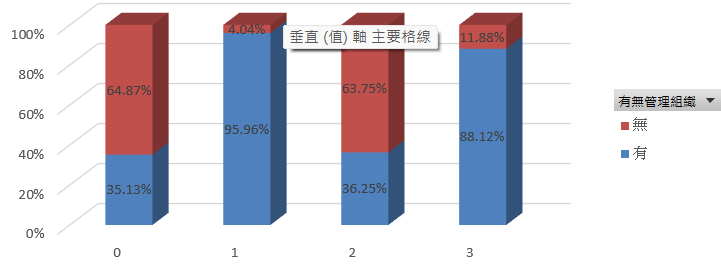
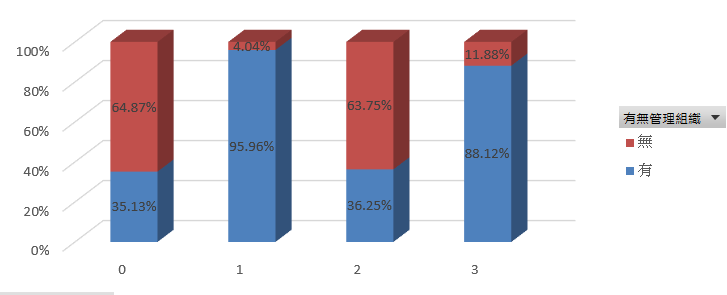
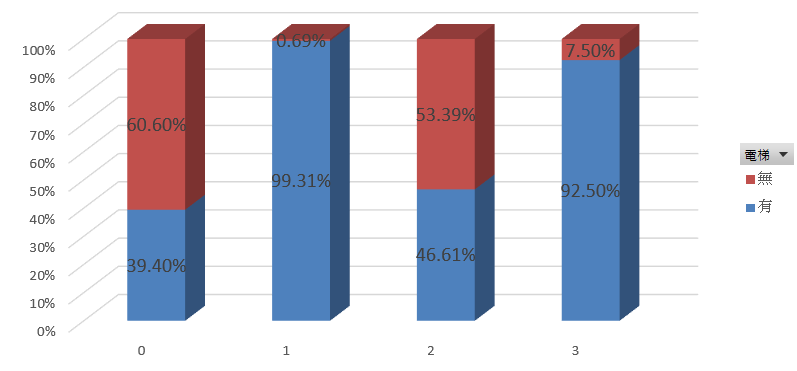
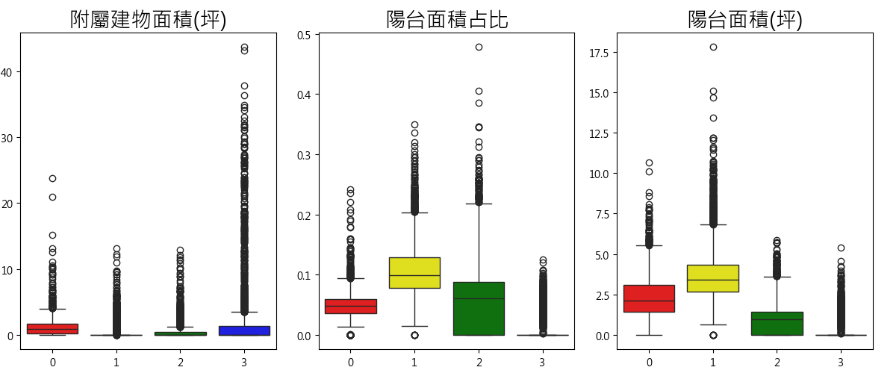
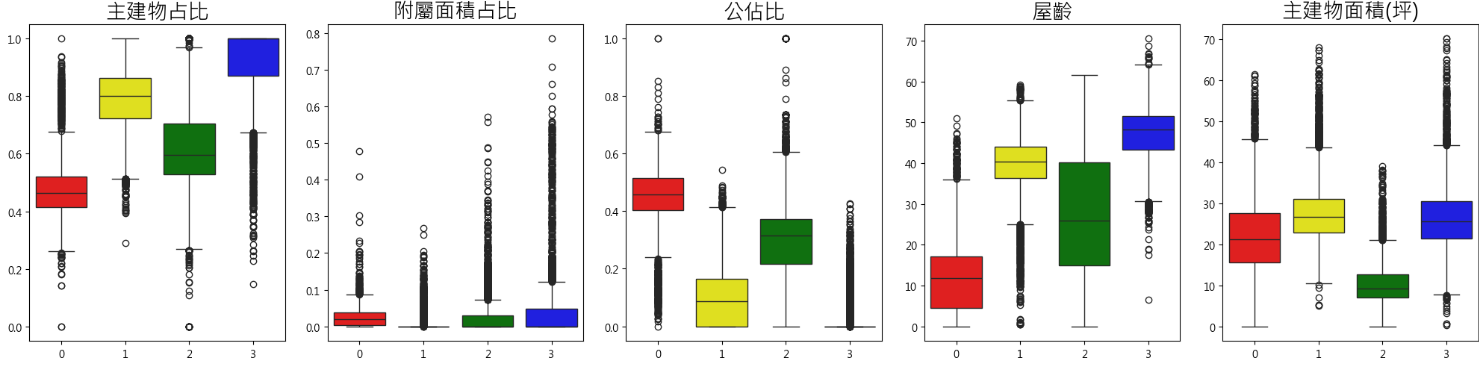
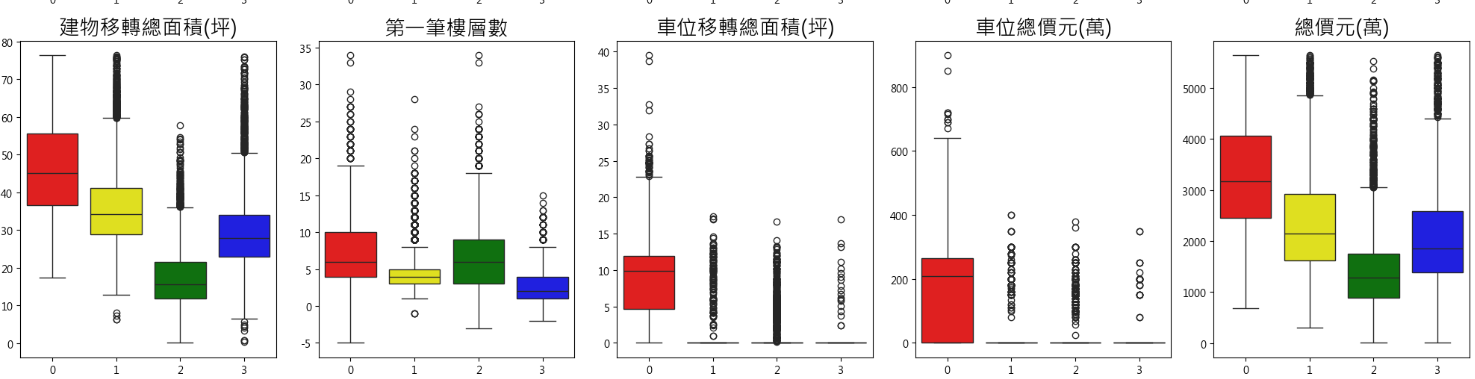
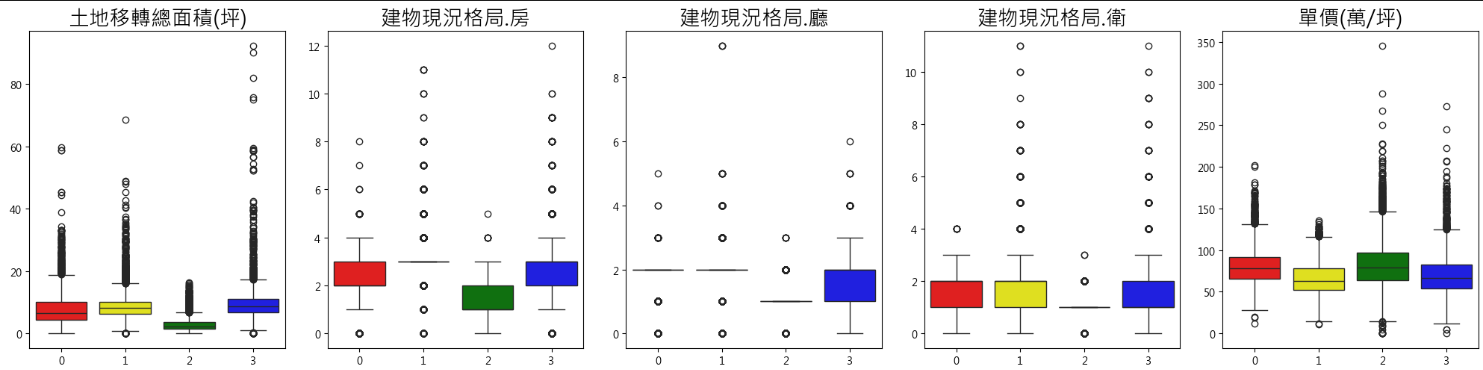
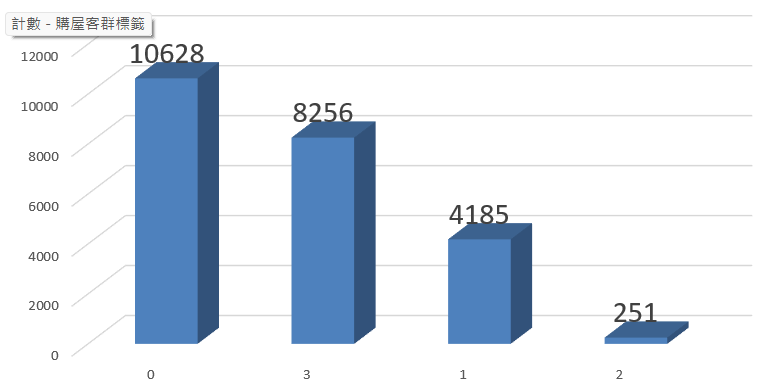
**K 為 4 時樣本的分群**

在每個樣本的 silhouette score 中，第 1 跟 2群的分群效果較差，而第 0 跟 3 群是最少負數，而第 2 群的樣本數是最少的



**K 為 4 群時的樣本數**

第 0 群客群最高，第二群樣本數為 251



**資料描述**

**資料來源**

本次研究的資料來自內政部不動產交易實價查詢服務網，取其中台北市在民國112年至113年的不動產買賣交易資料。

**資料結構**

房屋特徵：建物型態、主要建材、建物現況格局-房、建物現況格局-廳、建物現況

格局-衛、建物現況格局-隔間、主建物面積、附屬建物面積、陽台面積、電梯。

1. 交易資訊：交易標的、移轉層次、交易筆棟數、總樓層數、主要用途、建築完成年月、交易年月日、土地移轉總面積平方公尺、建物移轉總面積平方公尺、總價元、單價元平方公尺、車位類別、車位移轉總面積平方公尺、車位總價元、有無管理組織、備註、編號、移轉編號。
2. 區域特徵：鄉鎮市區、土地位置建物門牌、都市土地使用分區、非都市土地使用分區、非都市土地使用編定。

**資料敘述**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 變數名稱 | 總樣本數=37220 | 遺失值佔比 |
| 都市土地使用分區 | 類別變數；遺失值= 1090 | 2.9% |
| 非都市土地使用分區 | 類別變數；遺失值= 37219 | 99.9% |
| 非都市土地使用編定 | 數值變數；遺失值= 37220 | 100% |
| 移轉層次 | 類別變數；遺失值= 4959 | 13.3% |
| 總樓層數 | 類別變數；遺失值= 4990 | 13.4% |
| 主要用途 | 類別變數；遺失值= 5892 | 15.8% |
| 主要建材 | 類別變數；遺失值= 4960 | 13.3% |
| 建築完成年月 | 數值變數；遺失值=6101 | 16.4% |
| 單價元平方公尺 | 數值變數；遺失值=1770 | 4.8% |
| 車位類別 | 類別變數；遺失值= 27107 | 72.8% |
| 備註 | 類別變數；遺失值= 11352 | 30.5% |
| 移轉編號 | 數值變數；遺失值=22959 | 61.7% |

**資料處理**

**資料整合**

* **合併策略**：將112年與113年的資料合併。
* **刪除冗餘欄位**：如移轉編號、非都市土地欄位等。
* **篩選與分類**：保留包含建物的交易，刪除純土地與車位交易。
* **刪除不合理數據**：刪除建物移轉總面積小於1或房屋面積大於61.29的資料。

**資料檢查與清理**

**●** **重複值檢查**

確認無重複記錄

**● 遺失值處理策略**

**都市土地使用分區：**遺失值替換為「其他」

**建築完成年月：**因無法估計，故保留遺失值，但推測年代過於遙遠，

導致無法找實際的屋齡

**總樓層與移轉層次：**移轉樓層為

**單價元/平方：**車位交易標記為車位類別並移除分析。

**● 單價的離群值檢測與處理**

**檢測離群值**

繪製箱型圖檢測離群值。依據公式：

下限=Q1−1.5×IQR,上限=Q3+1.5×IQR

超出此範圍的值視為離群值。

**檢測影響**

使用 Wilcoxon rank sum test 比較去除離群值前後資料的中位數，檢

查離群值是否對數據分佈有顯著影響:

:去除離群值前資料的中位數等於去除後資料的中位數。

:去除離群值前資料的中位數不等於去除後資料的中位數。

**結果**  
 單價 : W=466,335,568 , p-value=2.097×10−11，顯示去除單價

離群值後對於中位數是有影響的，**因此去除**

房屋面積 : W = 436,258,973，p-value = 1.382×10⁻¹³，顯示去除

房屋面積的離群值後對於中位數是有影響的，**因此去除**

**日期轉換與屋齡計算**

根據交易日期新增變數 : ｍ＝民國年，ｎ＝月份。

日期格式轉換：將交易日期轉換為西元年。

屋齡計算公式：屋齡=交易日期−建築完成日期。

**面積比例計算**

**比例公式：**

主建物占比=

**房屋面積的計算方式**

在進行房屋交易數據分析時，發現建物移轉總面積與資料中主建物面積、附屬建

物面積及陽台面積的總和存在差異。因此，為確保數據一致性與準確性，我們重新

計算了房屋總面積，公式如下:

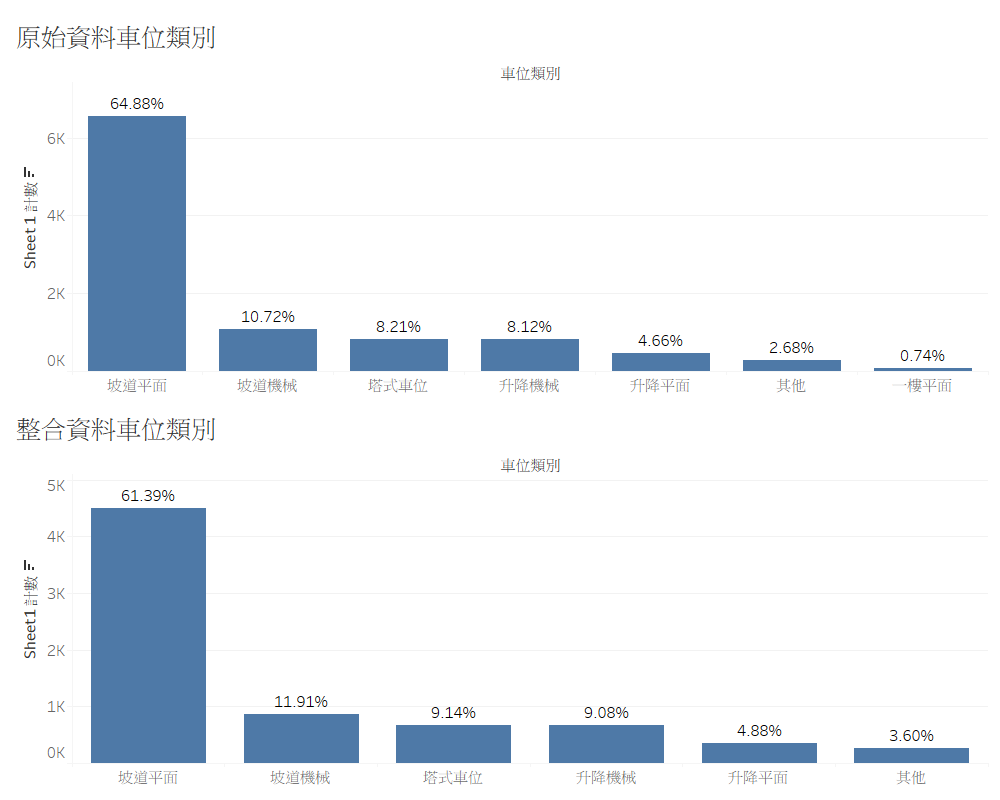
房屋面積=主建物面積+附屬建物面積+陽台面積

**實際坪數與價格關係分析**

**公式計算：** 每坪價格=

**車位類別分類**

合併樣本，保留「坡道平面」、「坡道機械」、「升降機械」、「塔式車位」、「升降平面」、「其他」



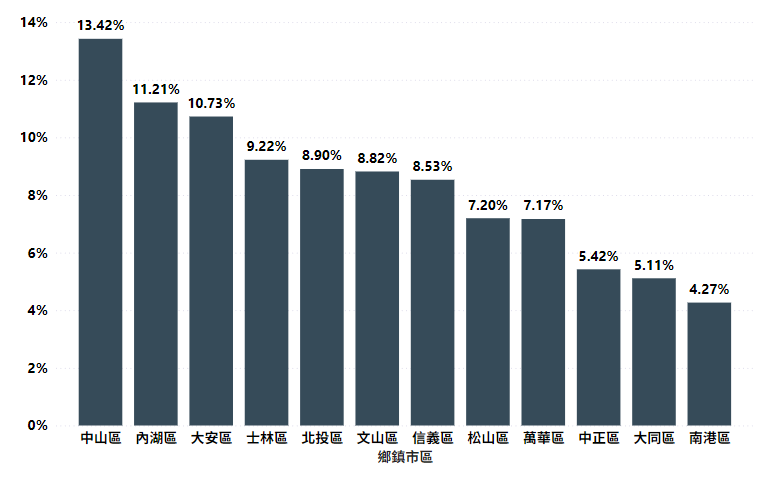
圖十五

**經過資料整理後的變數**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 整合資料 | Min. | 1st Qu. | Median | Mean | 3rd Qu. | Max. | NA's |
| 土地移轉總面積(坪) | 0 | 3.222 | 6.657 | 8.205 | 9.831 | 1419.38 | 0 |
| 總價元(萬) | 8.3 | 1205 | 1860 | 2520.8 | 2930 | 535000 | 0 |
| 單價(萬/坪) | 4.499 | 54.261 | 68.871 | 70.764 | 86.019 | 138.546 | 0 |
| 車位移轉總面積(坪) | 0 | 0 | 0 | 2.424 | 0 | 951.958 | 0 |
| 車位總價元(萬) | 0 | 0 | 0 | 49.98 | 0 | 13530 | 0 |
| 主建物占比 | 0 | 0.5401 | 0.7259 | 0.7079 | 0.8681 | 1.0012 | 0 |
| 房屋面積 | 0 | 13.79 | 24.19 | 24.2 | 32.01 | 61.29 | 0 |

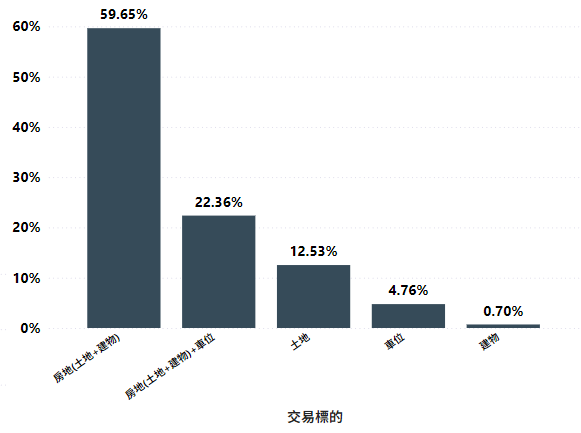
原始資料

#### 根據圖一顯示，中山區為主要購房地點，其次為內湖區。這顯示這些區域在市場上具有較高的吸引力，可能因為其地理位置、交通便利性或生活機能的優勢。



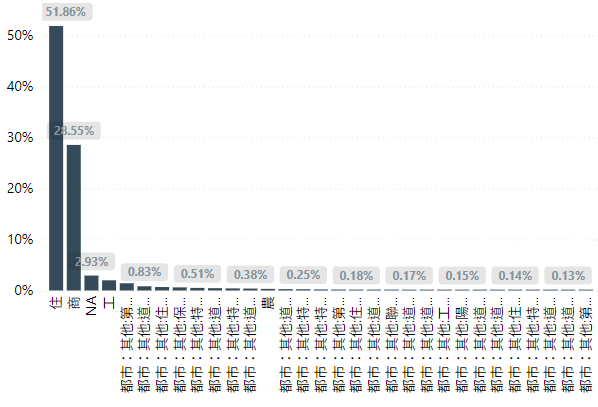
圖二

在交易標的類型中(圖二)，以“房地（土地+建物）”為主要交易對象，其次為“房地（土地+建物）+車位”。這表明買家多數選擇包含土地和建築物的完整不動產，而附帶車位的交易也占有一定比例。



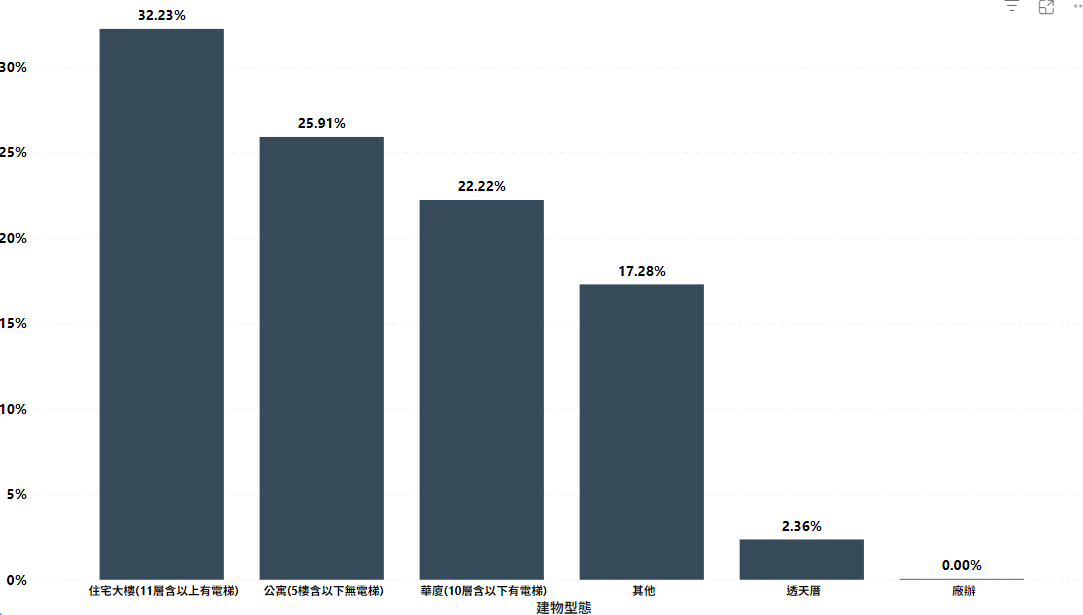
圖三

　　在都市土地使用分區中(圖三)，以“住宅區”的比例最高，其次為“商業區”。這顯示大部分交易目的是滿足住宅需求，少數交易涉及商業用途。



圖四

在建物型態方面(圖四)，“住宅大樓”為主要交易對象，其次為“公寓”。這反映出現代購房者對多層住宅的偏好，可能因為這類型建築物提供較好的設施和管理服務。



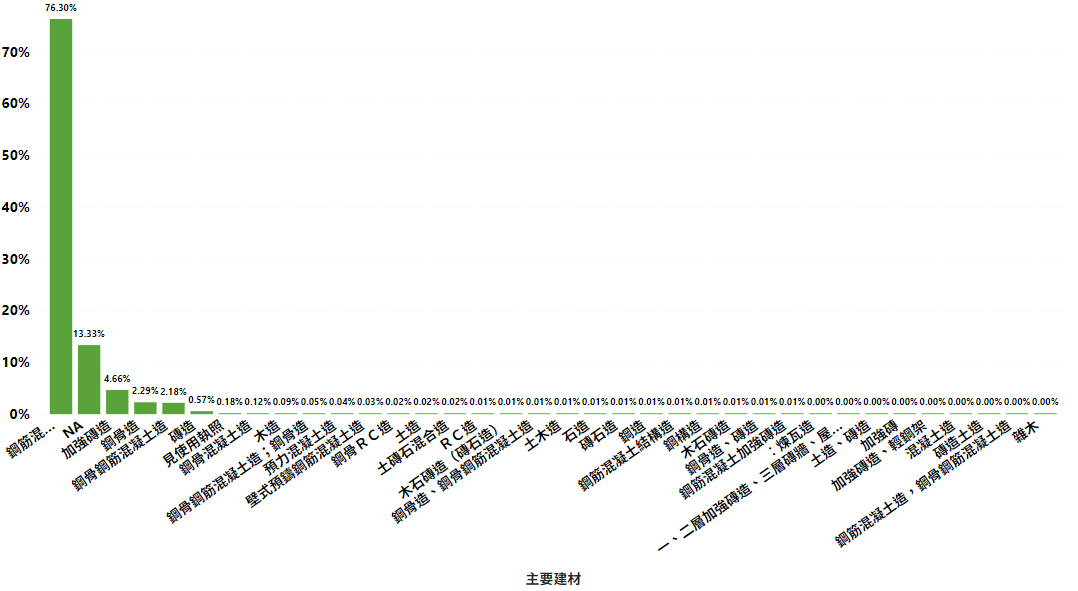
圖五

在主要用途中(圖五)，以“住家用”的比例最高，顯示住宅需求仍然是房地產市場的主要驅動力。

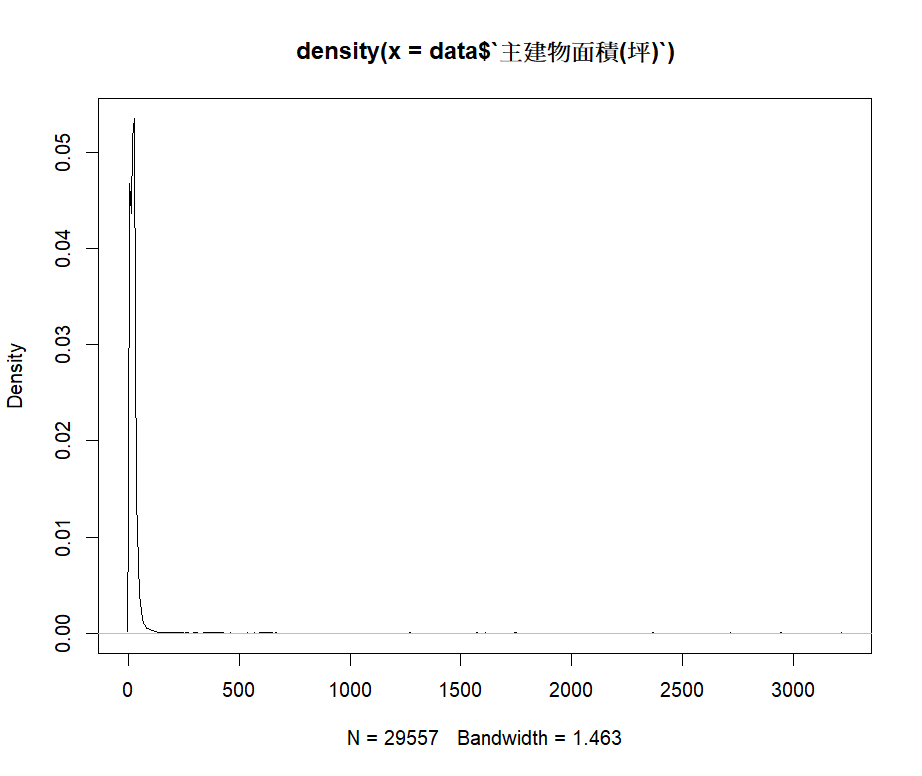
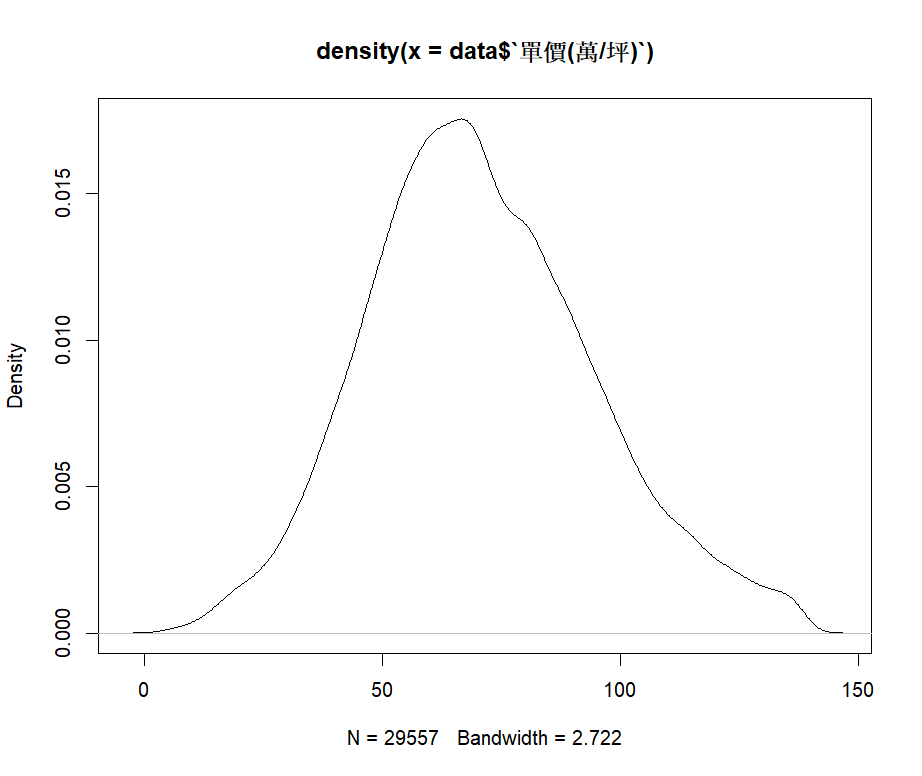
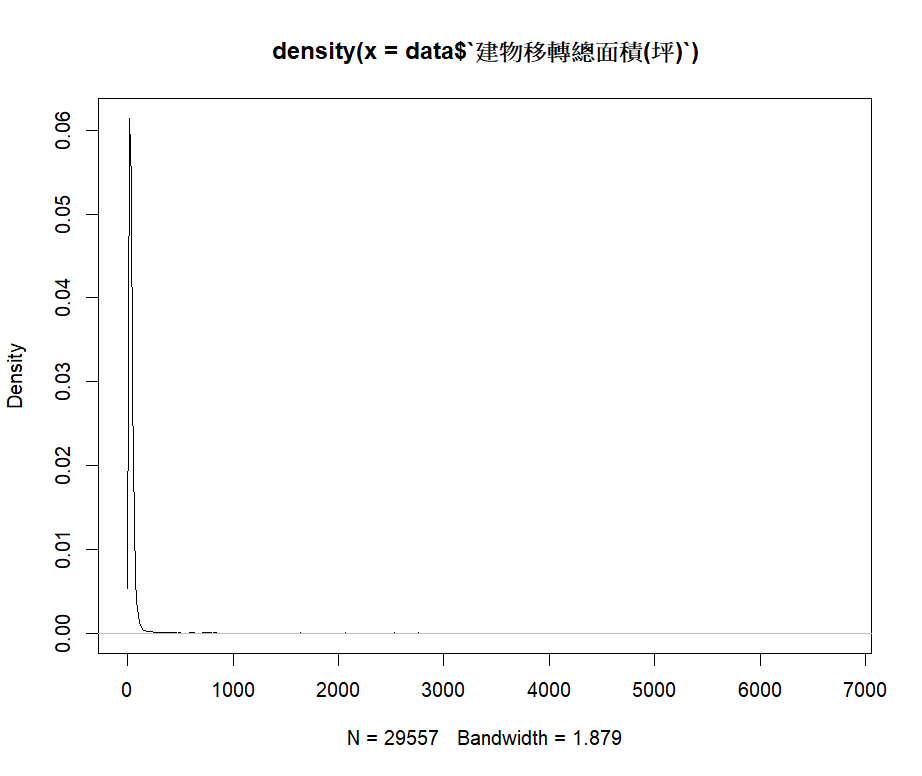


圖六

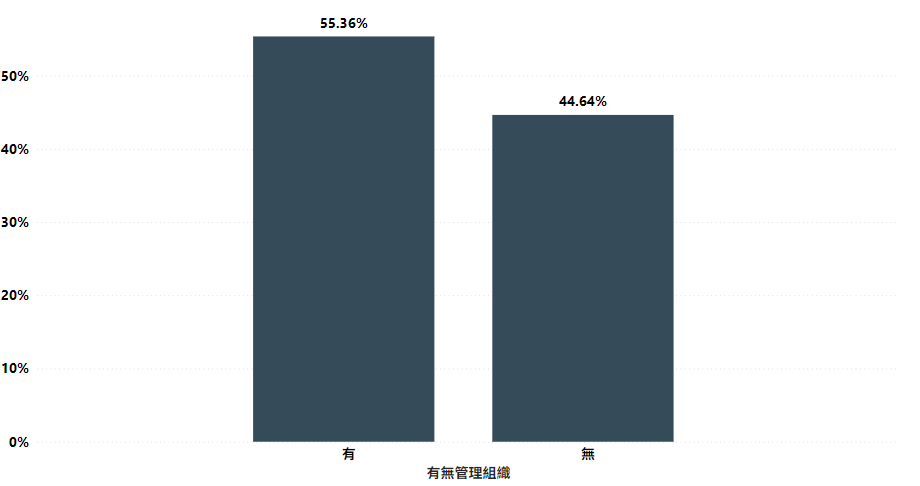
在建物建材方面(圖六)，以“鋼筋混凝土”為主要材料。這表明市場上的建築物多為耐久性高的現代化結構。



圖七

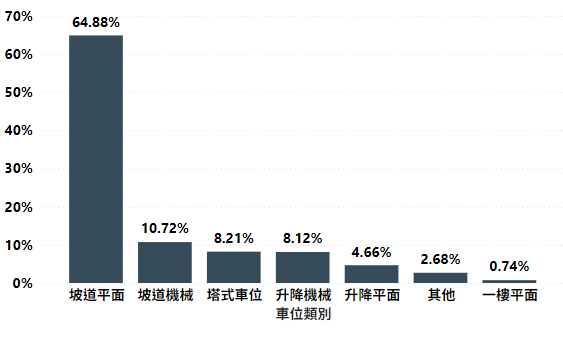


在是否設有管理組織中(圖七)，大部分建築物都有管理組織。這可能是因為有管理的建築物能提供更好的安全性和便利性。



圖八

在車位類別中(圖八)，以“坡道平面車位”的比例最高，其次為“坡道機械車位”。這表明大部分購房者更傾向於選擇使用方便的車位類型。



圖九

**交易量增長原因與市場特徵分析**

　　在了解原始資料變數的分佈後，我們進一步分析了112年與113年的交易量，根據圖九、十我們發現在112年與113年的3月以及5月時交易量有明顯的增長，造成這兩段時間交易量顯著成長的背後，可能涉及幾項重要的市場現象與政策影響。以下我們針對主要原因進行說明：

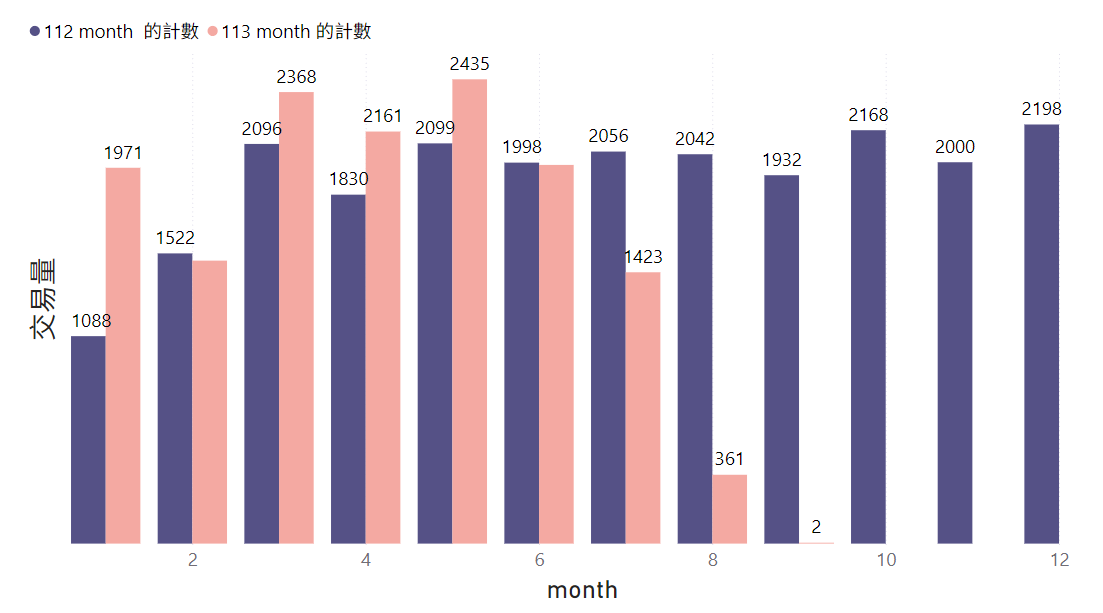
**政策刺激效應**

　　政府在這段時間推出了多項有利於房地產市場的政策。例如，112年實施的「青年安心成家貸款」，該政策專門針對首次購房者提供較低的貸款利率，有效提高了年輕族群的購房能力，進而促使這些群體在該時段進行購房交易。此外，對於多房持有者來說，政府推動的「囤房稅」和「平均地權條例」等政策也促使其在政策正式生效前加速拋售房產，以避免未來的稅務負擔。因此，這一波政策效應引發了市場上較多的交易行為。

**季節性需求**

　　台灣房地產市場具有明顯的季節性波動，其中3月、5月和9月為交易旺季。3月的329檔期，結合春節後和清明、兒童節連假，是市場試水溫的關鍵時機。5月的520檔期則受到經濟政策利多和促銷活動的影響，進一步提升了購房需求。9月的928檔期在經過較冷淡的鬼月後迎來市場回溫，交易熱度常會延續至年底的各大節慶。因此，這些季節性因素對台灣房地產市場的交易量具有重要影響。

圖十



**經過資料整理後的變數**

表二

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 整合資料 | Min. | 1st Qu. | Median | Mean | 3rd Qu. | Max. | NA's |
| 土地移轉總面積(坪) | 0 | 3.222 | 6.657 | 8.205 | 9.831 | 1419.38 | 0 |
| 總價元(萬) | 8.3 | 1205 | 1860 | 2520.8 | 2930 | 535000 | 0 |
| 單價(萬/坪) | 4.499 | 54.261 | 68.871 | 70.764 | 86.019 | 138.546 | 0 |
| 車位移轉總面積(坪) | 0 | 0 | 0 | 2.424 | 0 | 951.958 | 0 |
| 車位總價元(萬) | 0 | 0 | 0 | 49.98 | 0 | 13530 | 0 |
| 主建物占比 | 0 | 0.5401 | 0.7259 | 0.7079 | 0.8681 | 1.0012 | 0 |
| 房屋面積 | 0 | 13.79 | 24.19 | 24.2 | 32.01 | 61.29 | 0 |

**敘述統計量**

**一、資料整合後的變化**

1. **都市使用分區與交易特性**：  
   整合後的資料顯示，以「住」的交易次數最多，交易地區集中於中山區，主要交易標的為「房地(建物+土地)」。住宅大樓（11 層以上含電梯）交易量最大，住家用途為主流，建材以鋼筋混凝土造占多數。
2. **室內格局與設施偏好**：  
   房數以「3 房」交易最多，廳數與衛數分別為「2 廳」與「1 衛」為主。有隔間、有管理的建物，以及坡道平面車位的交易占比較高，顯示現代化與便利性為市場偏好。

**二、原始資料與整合資料的比較**

以下統計量顯示整合資料在單位轉換與欄位清理後的變化：

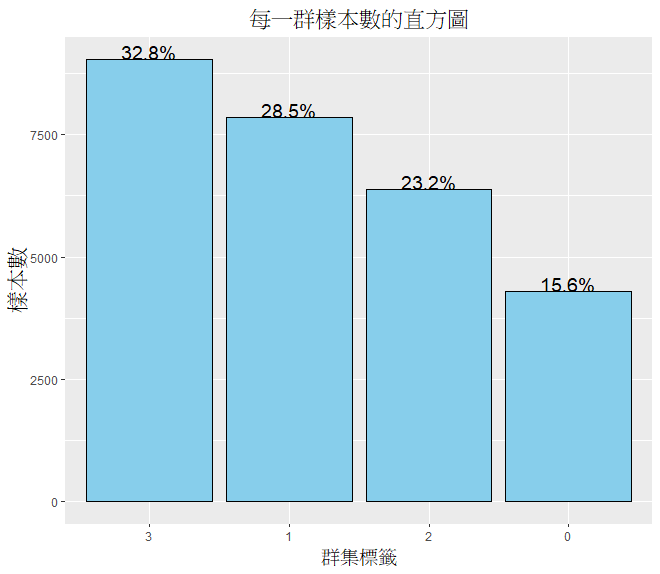
表三

|  |  |
| --- | --- |
| **指標** | **原始資料範圍(單位:元；平方公尺)** |
| **土地移轉總面積** | Min: 0 / Max: 61,415.16 |
| **總價** | Min: 35 / Max: 5.35E+09 |
| **單價(元/坪)** | Min: 0 / Max: 6,544,205 |
| **車位總價** | Min: 0 / Max: 2.64E+08 |
| **車位移轉總面積** | Min: 0 / Max: 3,146.22 |
| **主建物面積** | Min: 0 / Max: 10,629.73 |
| **附屬建物面積** | Min: 0 / Max: 590.61 |
| **陽台面積** | Min: 0 / Max: 911.84 |

**三、整合後的數據特性：**

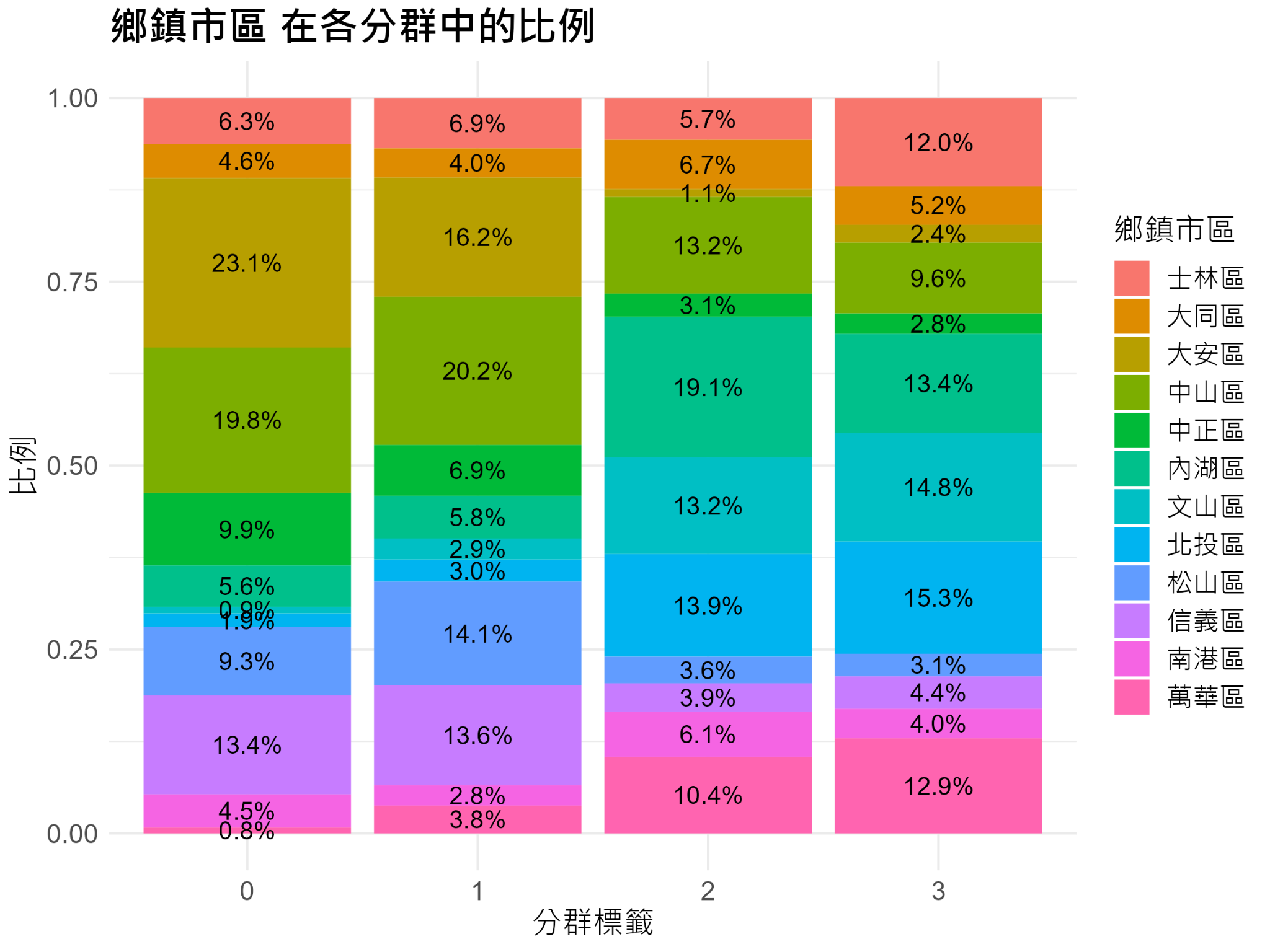
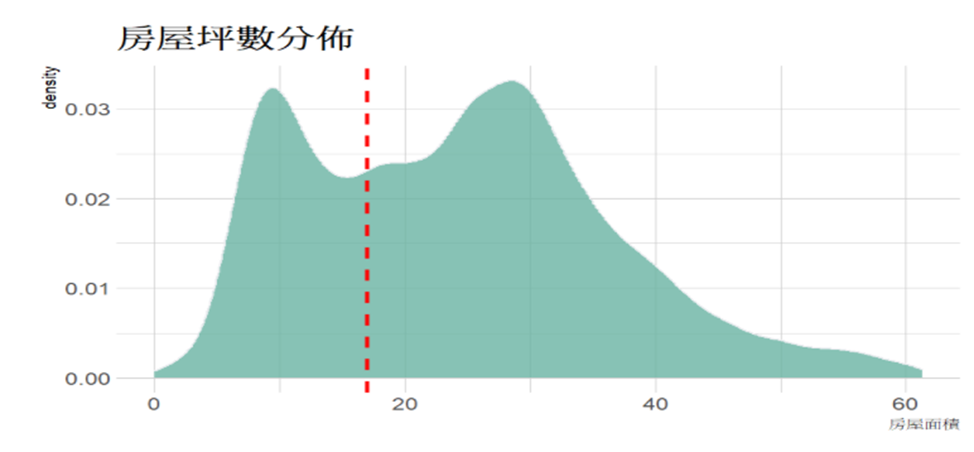
* 總價與單價的中位數分別為 1,860 萬元與 68.871 萬/坪，反映整體房市價位偏高。
* 主建物占比中位數達 72.59%，陽台及附屬建物占比較低，多集中於住宅功能需求。
* 車位價格與面積占比較低，部分交易不包含車位。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 單價 | 屋齡 |
| 標籤為0的客群 | (88,138) | (0,62) |
| 標籤為1的客群 | (60,114) | (26,107) |
| 標籤為2的客群 | (32,92) | (0,30) |
| 標籤為3的客群 | (4.5,62) | (0.42,111.57) |

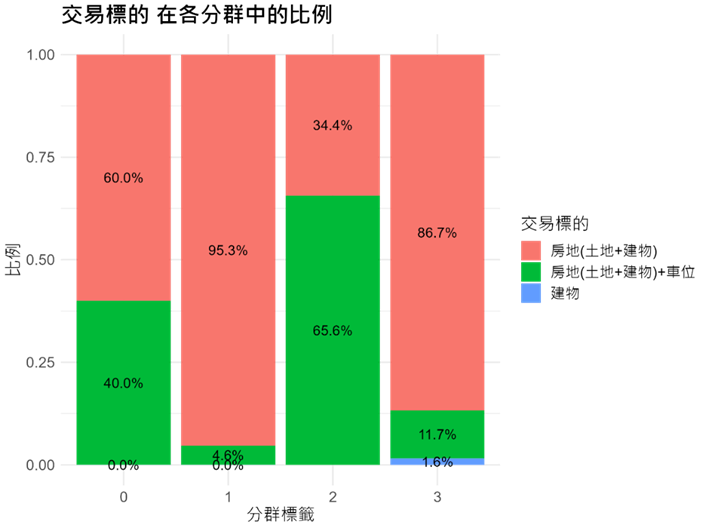


圖二十三

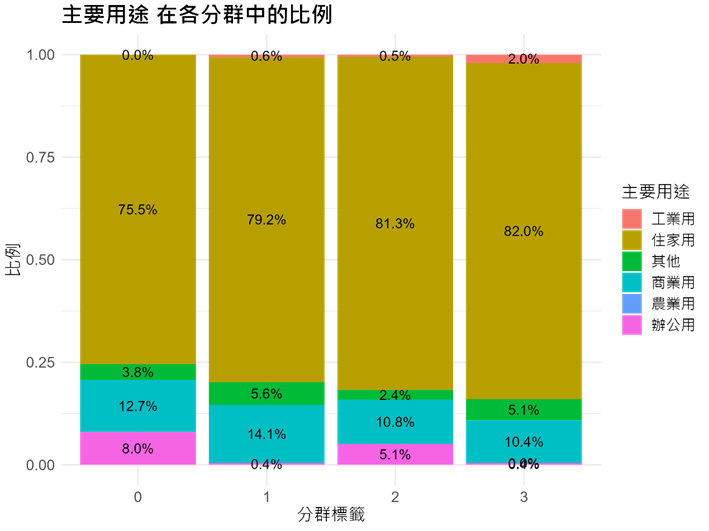
　　根據圖十三，從房屋坪數的分佈來看，對於購房者的坪數需求可分為兩大群，分別為偏好大於等於17坪的客群與小於17坪的客群。



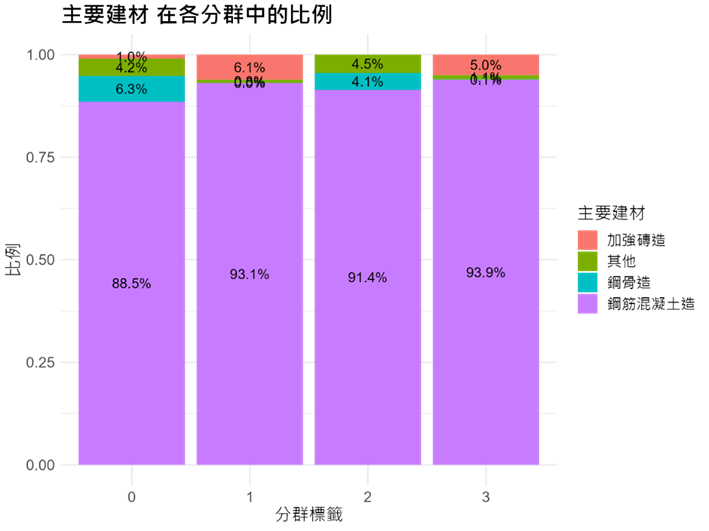
圖二十五



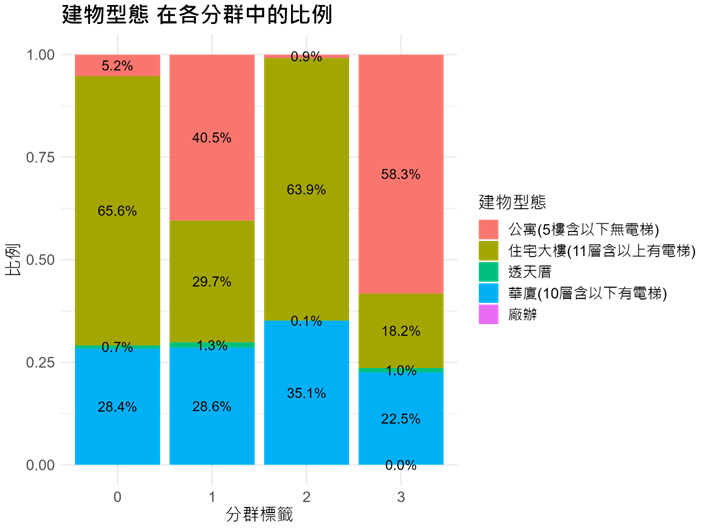
圖二十六



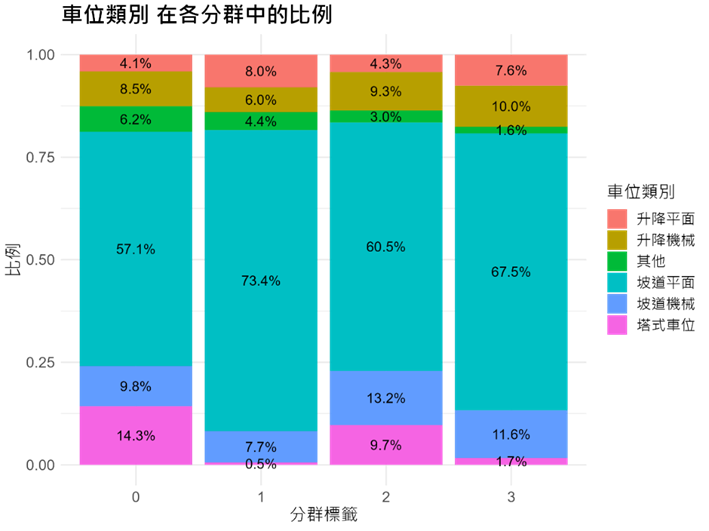
圖二十八



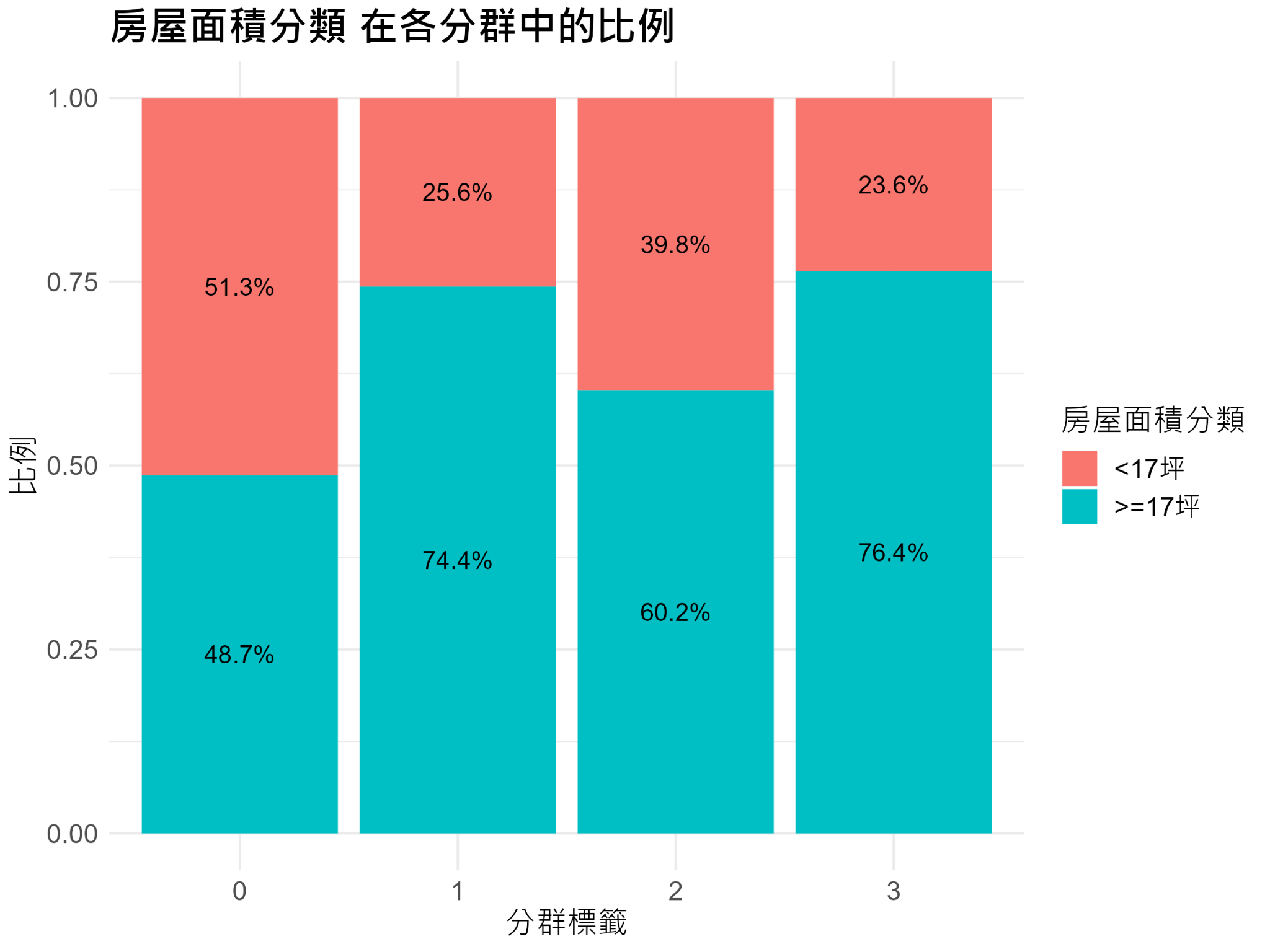
圖二十九



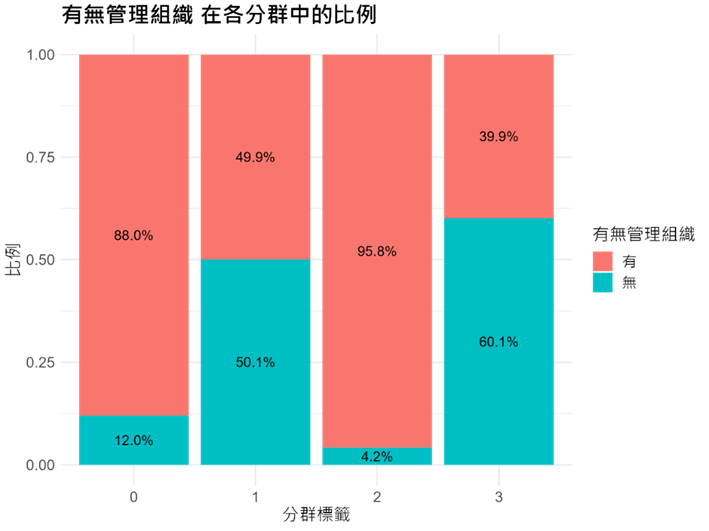
圖三十



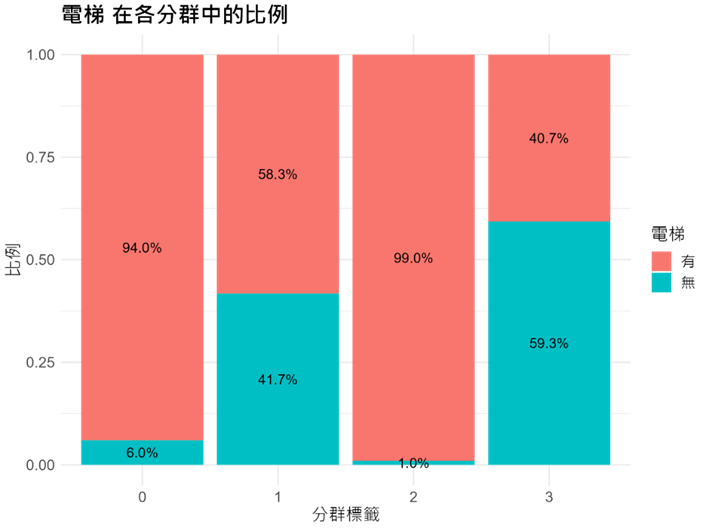
圖三十一



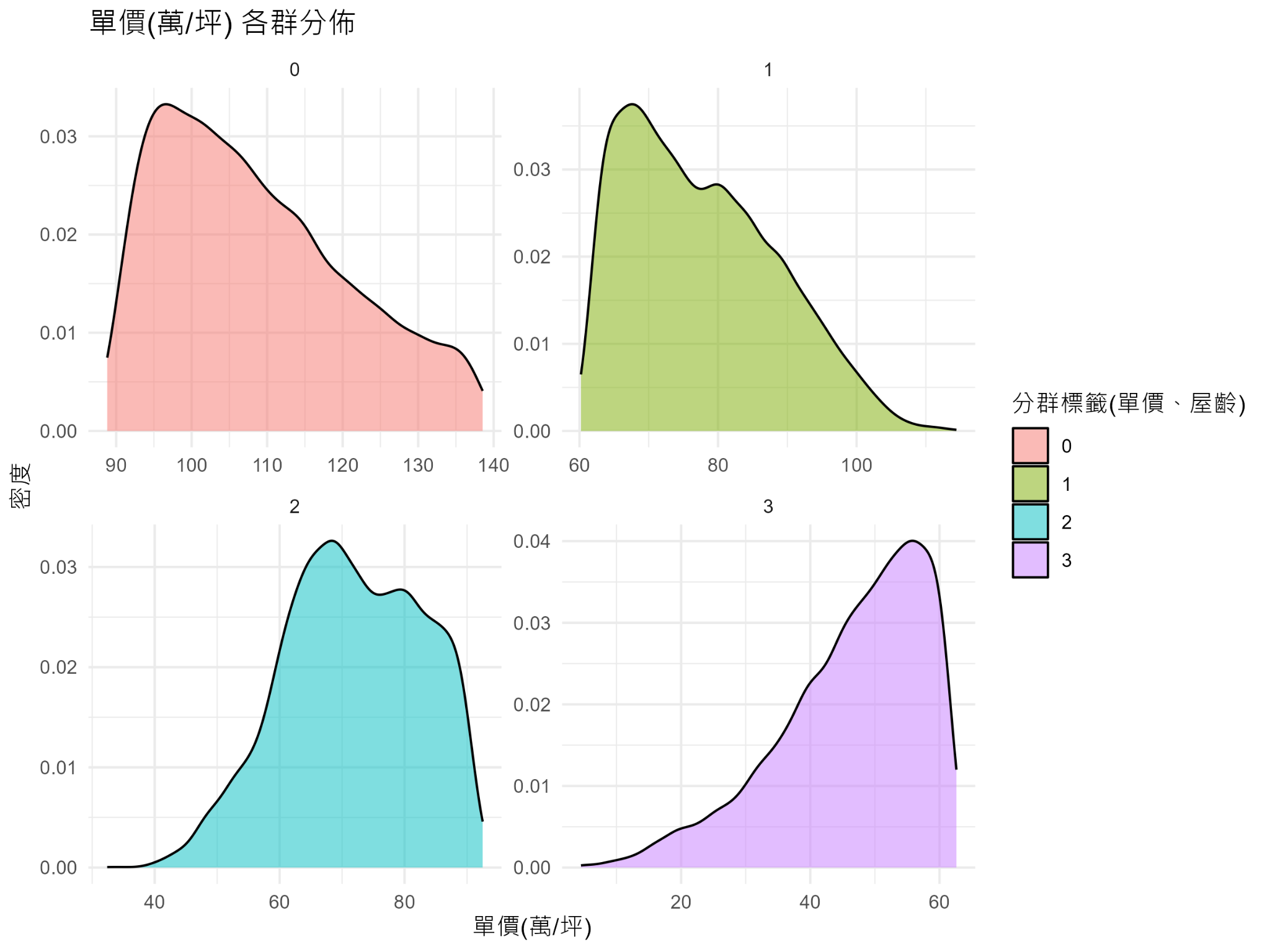
圖三十二



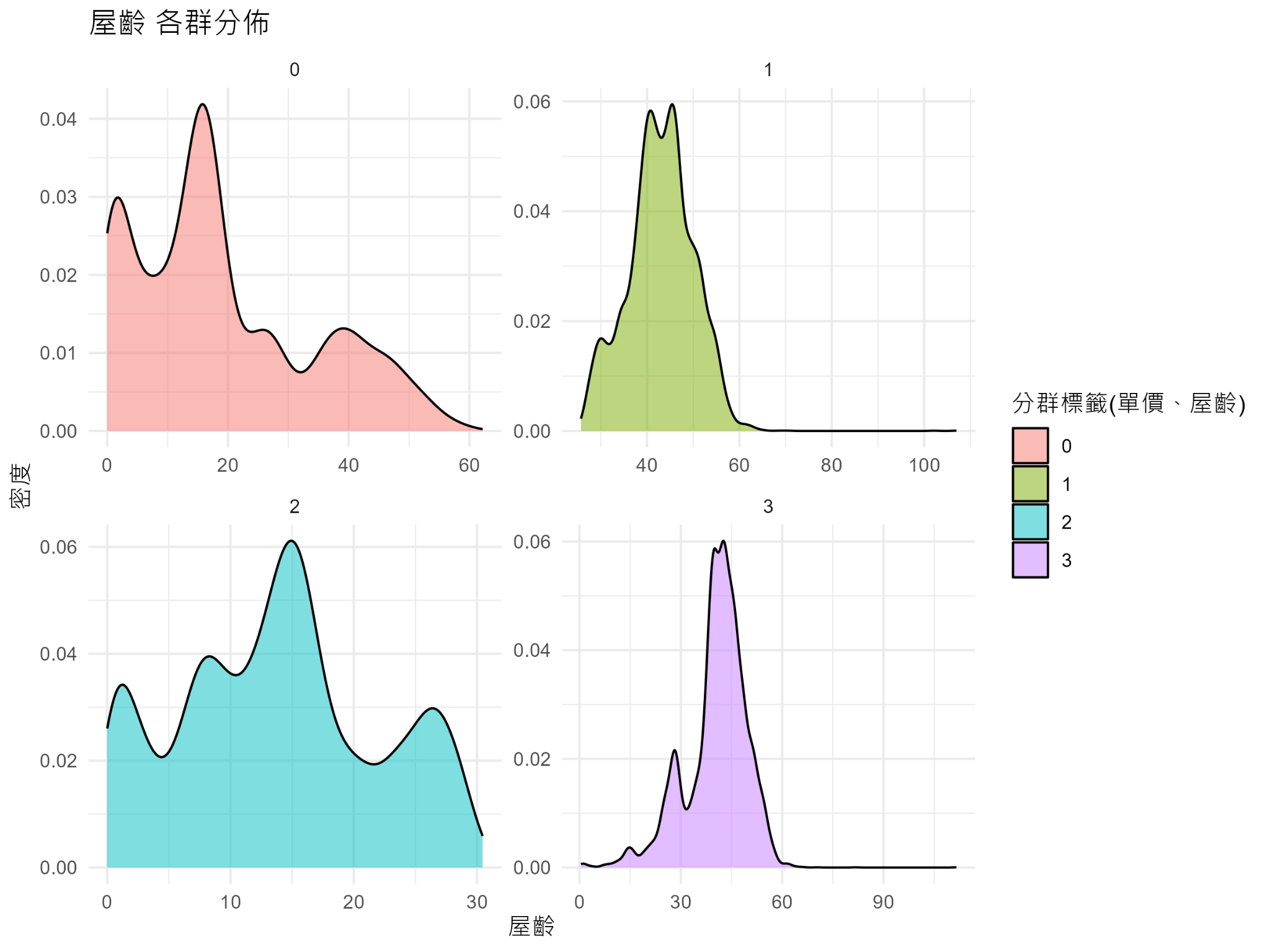
圖三十三



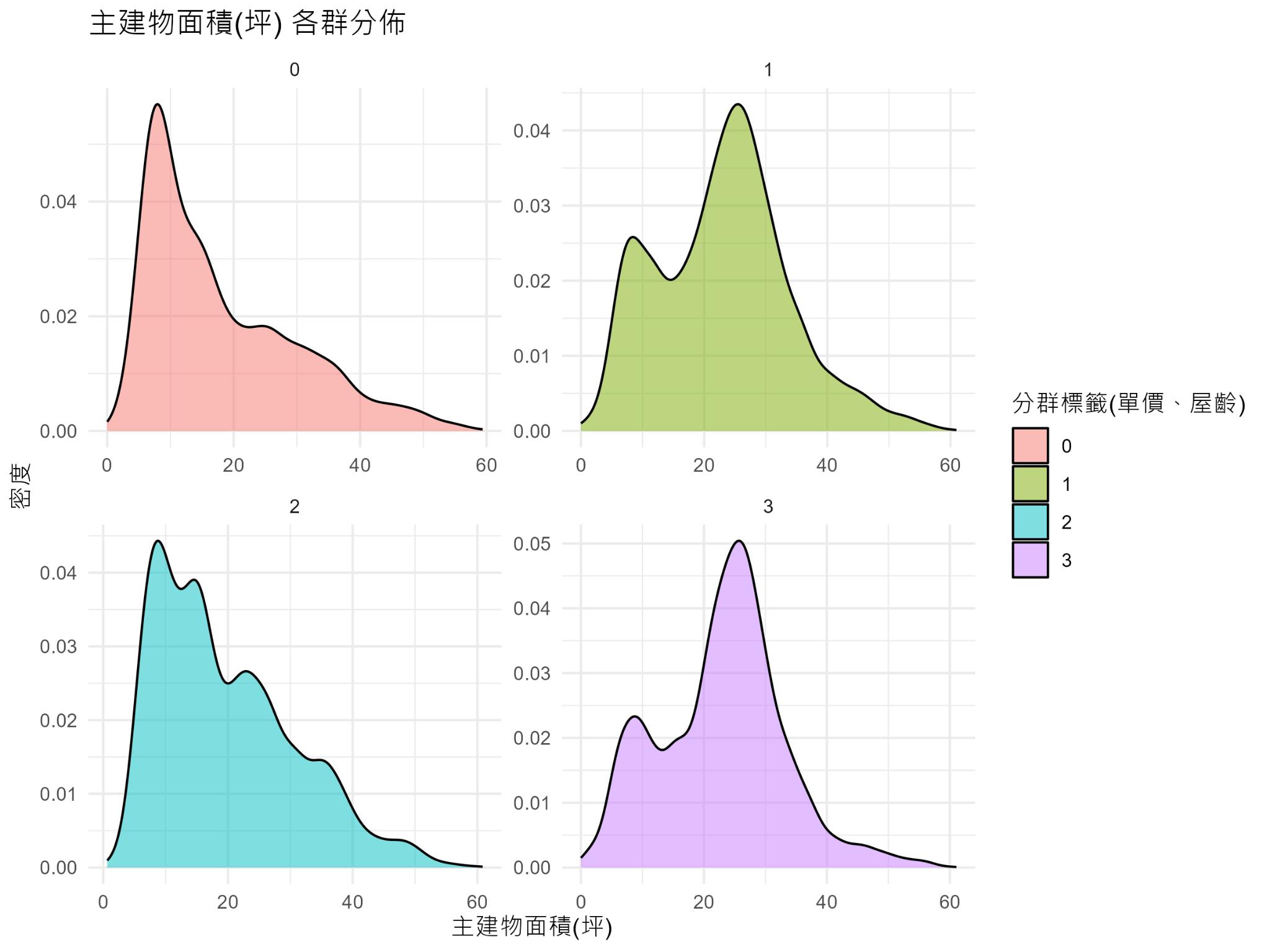
圖三十四



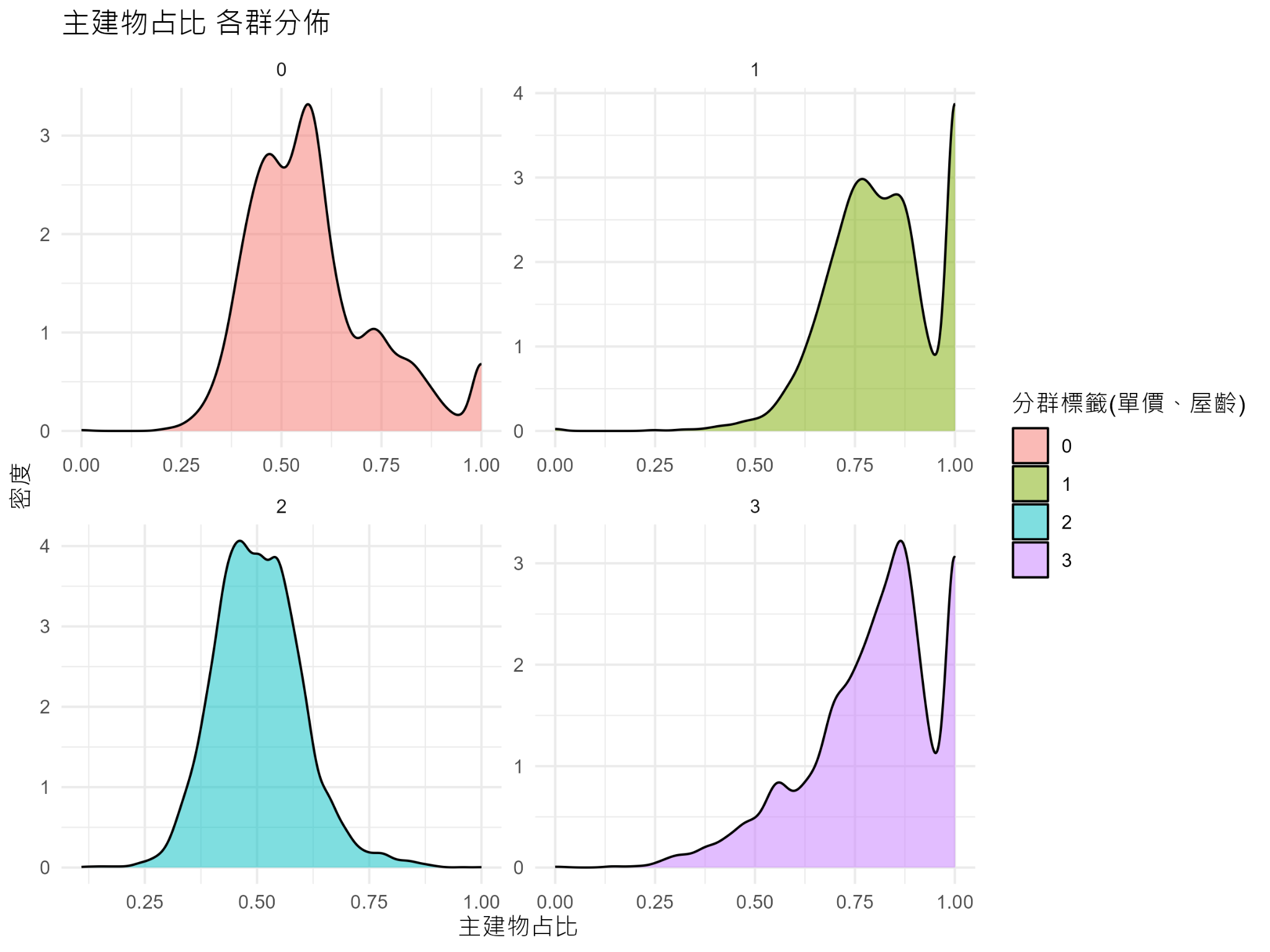
圖三十六



圖三十七



圖三十八



圖三十九

結論

　　本研究將深入探討台北市後疫情時代購屋族群對房屋特徵及地區的偏好，分析不同房屋特性，以提供購屋族群參考依據。透過集群分析（K-means），我們將購屋族群劃分為四個主要群體，並深入了解各群體對房屋特徵的需求。

　　研究結果顯示，台北市購屋需求在後疫情時代呈現出明顯的多樣性，且每個群體的房屋特徵需求有顯著差異。都市核心區的高價位住宅偏好現代化設施，通常為新建鋼筋混凝土結構高層住宅，且具備管理組織與電梯，車位需求多為坡道平面車位，強調便利性與生活品質。傳統經濟型住宅則偏向實惠、傳統型的屋齡較長住宅，對車位需求集中於升降平面車位，並較少要求管理組織或電梯，顯示對價格敏感且偏好低密度區域的需求。高端豪宅群體則注重隱私性與高端設施，偏好大坪數的高層住宅，並同時需求車位，這些住宅多具現代化設施與高端的生活環境。郊區的經濟型住宅則集中於低價位市場，需求多為較低屋齡且無管理組織和電梯的傳統住宅，且偏好較大居住空間，適合尋求安靜生活環境的家庭或退休人士。

基於這些發現，本研究命名並區分每一群的特徵，以便提供更清晰的市場分析。此外，本研究結果對購房者的決策提供了參考依據，幫助他們根據自身需求選擇最合適的房產類型和區域，進而作出更加理性的購房選擇。

建議

若是偏好：高層鋼骨結構住宅、要求新建房屋、具有管理組織和電梯、位於都市核心區域（如大安區）、坡道平面車位

* 建議選擇：第0群（都市核心高價住宅需求群體）
* 如果您的需求側重於高價位的現代住宅，並希望擁有優質設施與便利的生活環境，這些特徵顯示您更適合選擇都市核心區域的高層住宅，並滿足對新房、高單價及完善設施的需求。

若是偏好：寓型住宅、屋齡30~60年、升降平面車位、低密度區域（如中山區）、無管

附錄

各地區交易量(Tabuleau):

<https://public.tableau.com/views/_17350963058970/1_1?:language=zh-TW&publish=yes&:sid=&:redirect=auth&:display_count=n&:origin=viz_share_link>

[2023 年 2 月信義房價指數（大台北指數）歷年房價走勢圖 - 果仁家 - 買房賣房 / 居家生活知識家](https://applealmondrealty.com/posts/16827)(台北房價走勢圖)  
[房市檔期是什麼？329檔期？520檔期？928檔期？ - HouseFeel 房感](https://www.housefeel.com.tw/article/%e4%bd%a0%e7%9f%a5%e9%81%93%e6%88%bf%e5%b8%82%e6%ba%ab%e5%ba%a6%e8%a8%88%ef%bc%8c329%e3%80%81520%e3%80%81928%e6%aa%94%e6%9c%9f%e5%97%8e%ef%bc%9f/)

[329、520、928房市檔期是什麼？推薦透過3大檔期掌握購屋時機！ - 大家房屋網](https://www.great-home.com.tw/News/Detail.aspx?Num=4246)

<https://buy.u-trust.com.tw/>

各房仲網網址:

|  |
| --- |
| 信義房屋: |

<https://www.sinyi.com.tw/buy/list?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAmrS7BhBJEiwAei59i2HM50e_wpi8tTmeqS2iXM2UtIZ5orRcU7GyTQ_P9CvRE6ronroWuxoC3iUQAvD_BwE>

|  |
| --- |
| 永慶房屋: |

<https://buy.yungching.com.tw/list/%E5%8F%B0%E5%8C%97%E5%B8%82-_c/pricereduction_filter?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=dr_brand&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAmrS7BhBJEiwAei59i-uytFpLdvkeOAM1oeswUmM82gH30xFfL8E4-dzTAWWNO3SZXueRFhoCLjIQAvD_BwE>

|  |
| --- |
| 台灣房仲網: |

<https://www.houseol.com.tw/>

|  |
| --- |
| 有巢氏: |

<https://buy.u-trust.com.tw/>

中信房屋:

<https://buy.cthouse.com.tw/area/%E8%87%BA%E5%8C%97%E5%B8%82-city/>

|  |
| --- |
| 住商不動產: |

<https://www.hbhousing.com.tw/>

|  |
| --- |
| 太平洋房仲網: |

<https://www.pacific.com.tw/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAmrS7BhBJEiwAei59i5W6Wlb3eOXBvIIwQzcTdtpVA90ykfvYGdOvm0WCoDK0sxFawgNj8hoCSrYQAvD_BwE>

|  |
| --- |
| 好房網: |

<https://buy.housefun.com.tw/>

|  |
| --- |
| 樂屋網: |

<https://www.rakuya.com.tw/sell/result>

|  |
| --- |
| 台慶不動產: |

<https://buy.taiching.com.tw/>