

成屋履約保證與不動產仲介市場—訊號顯示 理論的解說與應用

李春長*

論文接受日期：八十八年六月二十八日

摘 要

本文從訊息經濟學中訊號顯示理論(signalling)的概念來分析成屋履約保證的經濟意義。由於不動產仲介市場為一訊息不完全市場，為了減低市場訊息不對稱的問題，業者可透過保證(warranties)的方式，告知買方有關產品或勞務的品質，提供在交易之後某段時間內之品質瑕疵的擔保，買方或許較能確信業者不太可能對有問題的產品(勞務努力的結果)還提出保證，如此較願確信它是一品質佳的產品(勞務)。這種長期所建立的商業信用(credible)，亦就是所謂訊息顯示的作用。實際上，成屋履約保證可能就具有這種功能，成屋履約保證不見得真能夠“保證”交易沒有問題，但是其可能傳達給消費者“選擇具有推出成屋履約保證的業者其糾紛將較少”這項訊息，以吸引消費者。應用訊號模型分析，我們可以得到，在分離均衡(separating equilibrium)之下，在買方有一主觀機率認為提出成屋履約保證的公司為好的公司之機率為一的情況下，如果仲介業為類型g(提出保證之成本較低)則此仲介業將會選擇採用成屋履約保證，如果他是為類型b仲介業(提出保證之成本較高)，則將會選擇不採用成屋履約保證。在混合均衡(pooling equilibrium)之下，如果仲介業不管其為何種類型都傳遞相同的訊號，及得到相同的佣金，則這信號必定是不提供任何保證。

關鍵詞：訊號顯示、成屋履約保證、不動產仲介市場、分離均衡、混合均衡

* 國立屏東商業技術學院不動產經營系助理教授

聯絡方式：屏東市民生東路51號，(08)723-8700轉502，(02)2933-5204，FAX:(08)722-2236

E-MAIL：lcc@sun1.npic.edu.tw

Signaling Theory, Existing-Housing Contract Warranties and Real Estate Brokerage Market

Lee, Chun-Chang

Abstract

This paper applied signaling concept to analyze the economic meaning of existing-housing contract warranties. In order to decrease the problem of asymmetric information, brokerage firm can offer the method of warranties to inform the buyers the quality of product or service. The buyer may believe that brokerage firm cannot possibly offer the warranties to the defects in product(outcomes of effort), so he would believe certainly the quality of product(service) to be better. This is credible in a long run, so called signaling. Perhaps, the existing-housing contract warranties existed the function of the signaling to transmit information to consumers.

The existing-housing contract warranties can't guarantee no problems to the transaction process, but it may inform to the consumers" that brokerage firm offering the warranties will possibly reduce the problems in the transaction process."

Applying the signaling theory, we can get lots of conclusions. In separating equilibrium, if brokerage firm is lower to the cost of warranties, then he will offer the warranties. If brokerage firm is higher to the cost of warranties, then he will not do. In pooling equilibrium, the brokerage firms , any types or costs of warranties, all transmit the same signal and attain the same commissions, then this signal must be no any warranties.

keywords: Signaling Theory, Existing-Housing Contract Warranties, Real Estate Brokerage Market, Separating equilibrium, Pooling Equilibrium.

一、前言

由於房地產交易面臨許多不確定的風險，賣方擔心房屋產權過戶後拿不到尾款，買方憂慮自備款付給賣方後取不到房屋產權。此外，在交易過程當中亦常遭遇到法院查封、假扣押等問題^{註1}，所以在不動產交易過程中充滿著極大的風險。因此部分仲介業與建築經理公司、銀行業者推出「成屋

註1. 依據經驗，一般消費者在購買成屋時，擔心的是標的物產權和購屋價金能否取得的問題。而購買預售屋時則較擔心的問題是建商會不會倒閉、房屋能否如期蓋好、已繳納的自備款會不會被騙走等。

履約保證」、「不動產交易簽證」等交易安全制度^{註2}。這種制度為國內房屋仲介業者於民國八十五年間引進美國鑑證付款中間人制度(escrow)，但卻改名為「成屋履約保證」、「中間付款保證」、「產權交易保證」等名詞。而最近產險業也開始針對不動產交易過程中的各種糾紛，開辦「房地產仲介業責任保險」業務，以仲介業為投保對象，歸因於仲介公司的疏忽或過失而導致消費者權益受損，皆可向保險公司申請理賠。

目前國內有關於成屋履約保證制度的探討都著眼於法規與制度層面的分析，且散見於一般報章雜誌，鮮有從學術角度做一嚴謹的分析。最近學術研究方面的文獻可參考廖義男(1992)的研究。本文擬從訊息經濟學中訊號理論(signalling)的概念來分析成屋履約保證的經濟意義，此種迥異於以往的分析方式，將是一種有趣的嘗試。

在不動產仲介市場中摻雜著各種優劣的業者，在訊息不對等的情况之下，買方並無法分辨仲介業者的好壞，故在交易過程當中潛藏著許多糾紛。究竟買方或賣方要如何來選擇仲介業，以避免糾紛，仲介業要如何在這麼多「雞兔同籠」的同業中脫穎而出，以搏得消費者的青睞，亦就是說如何來減低訊息不對等的問題。

由於不動產仲介市場為一訊息不完全市場，為了減低市場訊息不對稱的問題，業者可建立商譽(reputation)，提供品質佳的勞務，以取信於顧客，縱使商譽有可能是造假的，不具有直接的生產力(productive)，但常具有傳遞訊息的作用。還有，透過法律的保護買方免於被業者所欺騙，亦可減輕訊息不對稱的問題。再者，透過管制，提供標準的勞務品質，或許可消除這方面的問題。此外，業者亦可透過保證(warranties)的方式，告知買方有關產品或勞務的品質，業者可以提供在交易之後某段時間內之品質瑕疵的擔保，買方或許較能確信業者不太可能對有問題的產品(勞務努力的結果)還提出保證，如此較願確信它是一品質佳的產品(勞務)。賣品質不佳產品(勞務)所累積的保固或商譽成本比銷售好的產品的損失還高^{註3}，這種長期所建立的商業信用(credible)，亦就是所謂訊號顯示的作用。而訊號顯示的實例很多，比方說生產者透過廣告來傳遞訊息；準備就業的人投資在教育以文憑來顯示他們的工作能力；汽車保險時，駕駛者會提供其意外事故發生的低機率以獲得保費的減免等，公司可藉著獨立的查帳員來傳達計劃的品質，這些皆具有減輕訊息不對稱的功能^{註4}。

實際上，成屋履約保證可能就具有這種功能，成屋履約保證不見得真能夠“保證”交易沒有問題，但是其可能傳達給消費者“選擇具有推出成屋履約保證的業者其糾紛將較少”這項訊息，以吸引消費者。是故，成屋履約保證或許可從訊號顯示來加以詮釋。

本文除首節前言外；第二節為介紹成屋履約保證實施的概況，並說明其優劣與所存在的問題；

註2. 成屋履約保證與不動產交易簽證有些差異，如不動產交易簽證不一定有銀行開具保證書，法院判決確定後才可進行解約。而成屋履約保證須有銀行開具保證書，完成催告程序後，違約方無正當異議即可解約。

註3. 漏水保固制度係指凡透過仲介公司成交而簽訂不動產買賣契約之買方，在交屋後若發現所購得之房屋有漏水、滲水現象時，可依漏水保固之規定而獲得仲介公司之保固修護，目前，大型仲介公司皆有此項服務。此外，成屋履約保證制度與付款保證制度在交易過程之中亦具有某種程度的勞務品質的“保證”作用。

註4. 有關訊號顯示理論之應用的文獻可參見 Spence(1973,1974)、Riely(1975)、Rothschild and Stiglitz(1976)、Ross(1977)、Wilson(1977)、Titman and Trueman(1986)等。

第三節將成屋履約保證視為一種訊號顯示，並應用訊號模型的概念來建構模型解釋成屋履約保證的作用；最後一節為本文的結論。

二、成屋履約保證制度之實施概況

有關交易安全的成屋履約保證制度，民國七十四年左右中信房屋曾推出過，但由於當時正逢房市高峰期，因而實行不久之後即宣告中止。一直到八十五年成屋履約保證制度才逐漸受到各方的重視，國內各大型仲介公司，如信義房屋、太平洋房屋、ERA不動產、永慶房屋、力霸房屋和崇實房屋等相繼推出成屋履約保證這項制度。

成屋履約保證主要是透過銀行專戶控管買賣價金的流向、具有法定地位的公正第三人建築經理公司擔任付款中間人及管控交易流程的居間管理，藉以達成標的物產權移轉和購屋價金交付的目標，促進買賣交易的順利完成。若是交易過程出現問題，由於價金是經由銀行保管，故不必經過冗長的法律程序，即可還給買賣雙方。時下所推行之成屋履約保證，因處於初步發展階段，各家仲介公司所行之制度名稱、保證內容、運作過程程序等不盡相同^{註5}。（請參見表一）

表一 各家仲介公司施行成屋履約保證情形

公司名稱	制度名稱	合作銀行	合作建經	實施日期	消費者 付費否	承作選擇
太平洋房屋	成屋履約保證	聯邦		85.8	否	全面承作
信義 住商	成屋履約保證	大安、玉山	安信	85.6	否	全面承作
	買賣價金履約 保證制度	華僑	僑馥	85.6	否	自由選擇
永慶	成屋履約保證	中國信託		85.11	否	全面承作
力霸	交易價金履約保證	中華		86.2	否	全面承作
ERA不動產		大安、中國 國際商銀	國際	85.1	否	全面承作
中信	房屋交易安全制度	中國信託商銀		85.6	否	全面承作
管家婆網路		大安	國際	86.3	是*	全面承作

資料來源：建築經理季刊，1997，第二期。

*客戶必須自行支付千分之三的費用，由買賣雙方各付一半。

*信義房屋硬性要求所有客戶必須簽定同意使用履約保證委託書。

*力霸房屋未透過建經公司代辦審核，以仲介公司接受買賣一方的委託角色辦理。

註5. 如太平洋房屋、中信、力霸、永慶，在整個交易過程中，參與之銀行僅是提供依交易專戶，以利交易過程中資金流動之存放，銀行並未於交易過程中提供任何保證或公證第三者的角色。還有，如信義、住商、ERA不動產，在交易過程中同時有銀行及建築經理的介入，但銀行與建築經理公司在不同仲介公司之下，所扮演的角色與功能皆不相同。例如，華僑銀行在住商不動產所提出之買賣價金履約保證制度下，主要是負責買賣價金專戶管理、提供買賣總價七成之貸款，根本無法落實「履約保證」。

一般皆認為成屋履約保證之優點為減少交易過程中的部分風險。對銀行，履約保證所保證的事情牽涉到銀行授信問題，因此銀行會相當謹慎。承作此項業務，對銀行屬低風險附加價值，可增加手續費收入，購屋貸款的業績，創造利息收入。此外，每個月專戶存款的金額，增加存款餘額，提高活存資金佔存款金額比例；對仲介公司而言，除了付手續費給銀行外，增加消費者購屋意願，創造業績與提高知名度的好處；對買方，主要是買方在過戶之前的三成款項已付給賣方，可以減少賣方攜錢跑掉或房屋被查封所帶來的風險^{註6}；對賣方，由銀行專戶保管，可以降低買方反悔不買的動機，並且過戶後不怕過戶拿不到尾款，可減少在完稅收到三成款項過戶給買方後卻收不到貸款款項的風險^{註7}。因此，成屋履約保證具體保證內容，主要是價金的保障。

自成屋履約保證推出以來其保證效果的爭議不斷。實際上，物的瑕疵及權利的瑕疵都不保證，物的瑕疵是指建物本身有問題如海砂屋、屋況不良。權利的瑕疵如賣方為債務人，開立本票給債權人，不擔保有人拿本票執行，房子被查封^{註8}；不含交屋後物的瑕疵保證，在安信建經公司買方履約保證書中所謂不含物的瑕疵保證所指的是不含交屋後瑕疵保證。交屋前物的瑕疵保證是否包含應視其買賣契約書的規定，每個買賣契約書的內容不盡相同。總之，成屋履約保證極易誤導消費者，以為只要參與「履約保證」即可保證履約契約之約定，買屋、賣屋從此高枕無憂，因而反倒忽略條件與契約文字和事先防患、事後處理之危機心理準備。因此，可知成屋履約保證具體的保證內容只有「價金」而已，故其具有行銷與廣告的作用。而廣告在實際的效果上則具有訊號顯示的作用。Nelson (1974、1975)提出高品質產品之賣方想要傳達給消費者知道，當然，任何賣方即使並非高品質產品的生產者，亦有可能傳達給消費者某些訊號。

成屋履約保證的施行亦常為許多人所詬病。賣方需等到交屋後才能拿到價款，對於需要用錢的賣方有不便之處。亦因此非強制執行此條款的仲介業，成效並不好；一般小型仲介業及代書會有壓力，一方面是少有建經公司會為他們設計成屋履約保證的契約，一方面需要手續費，對業者又多了一項支出。代書業者還認為仲介業以「成屋履約保證」為廣告訴求有違公平交易法之嫌疑。

三、訊號模型的應用：成屋履約保證視為一訊號顯示

在房屋交易過程當中，交易糾紛不斷，對一購屋者而言損傷極大。而且因為不動產市場屬於不

註6. 而之前繳交存放在銀行的三成款項，信義房屋的做法是履約保證銀行仍付利息給賣方，不必擔心有利息上的損失。

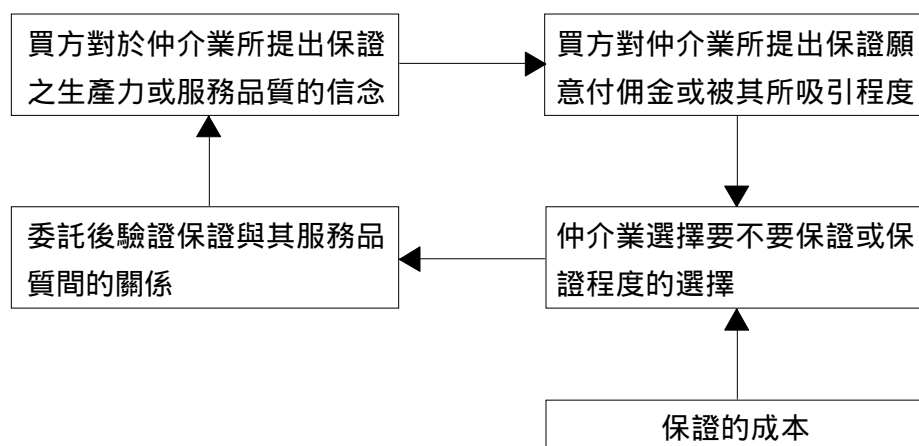
註7. 銀行替買方履約，在安信建築經理公司賣方的履約保證書第二條中規定「買賣標的物產權移轉且貸款核撥完畢後，若經合法程序催告，買方仍未能給付尾款時，台端得請求第一款之款項連同尾款一併給付。」，貸款下來後，賣方拿不到錢，銀行須賠償賣方，產權則要移轉給銀行。

註8. 就以預售屋履約保證而言，對消費者權益之實質保障，亦僅及於「日後無法交屋，就甲方(即買受人)已繳之自備款部份加計存款利息，應予返還」，以免消費者血本無歸之消極救濟而已，並非如「不動產交易法草案」所特別明定「由承作履約保險或履約保證之保險或金融業者予以清理或處分」，且「以繼續興建至完工交屋」為積極救濟原則，唯若實無法再繼續興建至完工交屋時，始以「買受人已繳付之自備款連同所生利息償還原買受人」為最後救濟手段。

完全訊息市場，買方常無法分辨找哪一家仲介公司較無問題。當然有經驗的買方，對仲介市場了解較多，較能夠了解哪些品牌的仲介公司聲譽卓著，公信力佳，這一方面亦是靠仲介公司本身的努力，諸如電視廣告、契約型態的改進、漏水保固的實施、付款保證制度的施行，及最近成屋履約保證制度的採行，一步步的建立起企業經營責任的概念。在這麼多的仲介公司中，買方如何來評判其“好或壞”，無疑的履約保證是一訊號指標。

對買方而言，要知道哪些公司是好或壞，若全部搜尋其成本過高，不太可能如此做，因此可透過仲介業之是否提出保證來研判其類型。生產力較佳的仲介業者可能為搏得買方的信賴，賺取較多的佣金，因此較願意提供保證。而買方可能正確的猜測那些提供保證的業者為較具有生產力者，所以較願意委託他們和付較多的佣金。在實際市場的觀察中，並非每一家仲介公司皆提供成屋履約保證，此是否涉及效率差的仲介業者其所提供的信號成本較高所致，因此不同服務品質的業者其訊號成本的差異性，使得成屋履約保證的訊號顯示具有某種程度上的可信度。

本文採用訊號顯示的概念來分析仲介業所提供的成屋履約保證的經濟意義。此訊號顯示的傳遞過程為：仲介業者決定要不要提出成屋履約保證，傳遞此項訊號給予買方，與付出提供成屋履約保證所需的訊號成本(signaling cost)；買方無法觀察每一仲介業的生產力(或可理解為仲介業所提供的服務品質)，但是他們可以觀察到訊號顯示一成屋履約保證^{註9}。關於可觀察的訊號與無法觀察到的生產力之間的關係，買方形成一機率信念(probabilistic beliefs)和做出一願意給予多少佣金的決定；在買方委託任一仲介業之後，買方可實際的觀察仲介業的生產力。整個訊號顯示的流程請參見圖一。



圖一 訊號顯示模式流程圖

假定仲介業在與買賣雙方接觸之前，將決定要投入多少資源 y 來作“保證”。此 y 是可被買方觀察得到的。對一較具有效率類型 g 的仲介業，其投入保證的成本，或稱為訊號顯示成本為 $v^g(y)$ 。如果是較不具有效率類型 b 的仲介業，其投入保證的成本為 $v^b(y)$ 。為了簡化分析，假定 y 為兩個不同的

註9. 對仲介業者而言，生產力為其私下的訊息 (private information)，成屋履約保證為公開的訊息。

值， $y \in \{0, y\}$ ，且 $v^g(y) > v^g(0)$ ， $v^b(y) > v^b(0)$ ， $v^g(0) = v^b(0) = 0$ 。

買方主觀相信(beliefs)仲介業為類型g的機率為 π ，但當其觀察仲介業的 y 之後，其修正為 $\pi(y)$ 。在實際上，如果 $\pi(y)=\pi$ 不論何種類型的仲介業，都選擇投入相同的 y 值，觀察 y 並無法分辨究竟仲介業是否具有效率。亦即由仲介業有否提供成屋履約保證並無法判別仲介業的類型。在這種情況之下訊號顯示不具有訊息的意義。此一般稱之為混合均衡 (pooling equilibrium)。然而，當類型g選擇 $y=y'$ ，類型b的仲介業選擇 $y=0$ ，則當買方觀察到 y' ，即仲介業提供成屋履約保證，買方確信此訊號顯示不會來自於類型b的仲介業，所以， $\pi(y')=1$ 。相對的，如果買方觀察到仲介業沒有提供成屋履約保證，則相信此仲介業必定不是類型g， $\pi(0)=0$ 。在這種情況之下訊號顯示是具有訊息的意義。此一般稱之為分離均衡(separating equilibrium)。以下我們成分離均衡和混合均衡兩種情況來分析。

(一) 分離均衡(separating equilibria)

根據Spence(1973)對於工作訊號顯示所得到的結論，我們假定如果買方觀察到 $y=y'$ ，則買方認為此仲介業為類型g較具有生產效率。如果觀察到 $y=0$ ，則認定仲介業為類型b較不具有效率。可以下式表示：

$$\pi(y')=1, \pi(0)=0 \dots\dots\dots (1)$$

我們設定對於保證的投資數額並不會影響生產力，如此的假設只是方便說明成屋履約保證的傳遞訊號的角色註10。如果買方觀察一仲介業者提供有成屋履約保證，他們寧願相信其為具有效率的，願意給予 C^{g*} 的佣金。如果買方觀察一仲介業者並無提供有成屋履約保證，他們寧願相信其為不具有效率的，只願意給予 C^{b*} 的佣金。如下式所表示：

$$c(y) = \begin{cases} C^{g*} & \text{如果 } y=y', \text{ 仲介業有提供履約保證} \\ C^{b*} & \text{如果 } y=0, \text{ 仲介業沒有提供履約保證} \end{cases} \dots\dots\dots (2)$$

如此，不同類型仲介業之效用水準可表示為：

$$u = \begin{cases} u^{g*} & \text{如果 } y=y' \\ u^{b*} & \text{如果 } y=0 \end{cases} \dots\dots\dots (3)$$

我們現在要決定在何種環境之下，類型g仲介業將提供成屋履約保證， $y=y'$ 。何種環境之下，類型b仲介業將不會提供成屋履約保證， $y=0$ 。以下兩個自我選擇(self-selection)的限制式將提供此條件：

$$\begin{matrix} u^{g*} - v^g(y) & u^{b*} & \text{對類型g} \\ u^{b*} & u^{g*} - v^b(y) & \text{對類型b} \end{matrix} \dots\dots\dots (4)$$

註10. Spence(1974)和Kreps(1990)有關於勞動市場之教育的訊號，其將模式一般化，設定教育的多寡將會影響勞動的生產力。

(4)式中第一式表示，類型g仲介業提出成屋履約保證後被買方視為有效率者或能力高者，其淨收益為 $u^{g^*} - v^g(y)$ ，如果類型g仲介業不提出成屋履約保證，被買方視為低能力者，則其淨收益為 u^{b^*} ，因為 $u^{g^*} - v^g(y) > u^{b^*}$ ，故我們可以斷定類型 g 仲介業將會推出成屋履約保證。(4)式中第二式表示，類型b仲介業不推出成屋履約保證，被買方視為低能力者其淨收益為 u^{b^*} ，若提出成屋履約保證其淨收益為 $u^{g^*} - v^b(y)$ ，因為 $u^{b^*} > u^{g^*} - v^b(y)$ ，故我們可以斷言類型b仲介業不會提出成屋履約保證。由以上兩個條件可以使得類型 b 的仲介業不會提出成屋履約保證的服務，此兩式可以表示為：

$$\frac{u^{g^*} - u^{b^*}}{u^{g^*} - u^{b^*}} \frac{v^g}{v^b} \dots\dots\dots (5)$$

得到 $\{\pi(y)=1, \pi(0)=0\}$ 成立的必要條件為 $v^g(y) > v^b(y)$ 。文獻上稱此條件為 single crossing property，為訊號顯示要具有訊息意義的前提條件。此條件亦是訊號顯示達成均衡的條件。

因此，如果訊號 y 滿足前面兩式，則可以得到：如果仲介業為類型 g 則此仲介業將會選擇 $y=y$ ，如果他是為類型b則此仲介業將會選擇 $y=0$ ；買方有一主觀機率信念， $\pi(y)=1, \pi(0)=0$ ；仲介佣金是 $c(y) = c^{g^*}$ ，和 $c(0) = c^{b^*}$ 。

從以上的探討可以得到，因為訊息傳遞所帶來的效益大於訊號顯示的成本，類型 g 的仲介業將會傳遞訊號，提出成屋履約保證^{註11}。又提供保證可能導致負的外部性(externalities)，雖然私人邊際利益可能是正的，亦就是何以類型g的仲介業會提供保證，但是社會的邊際利益可能總是為零，因為其實際上可能並不影響仲介業的總服務水準。所以，保證有時是過度的。

(二) 混合均衡(pooling equilibria)

當兩類型的仲介業傳遞相同的訊號和得到相同的佣金，此時訊號已不具有訊息的 (informative) 意義，這種情況稱之為混合均衡。此時 $\pi(y)=\pi$ 。所以在混合均衡之下，買方將會提出一契約，給予不同類型仲介業不同的效用。

如果仲介業不管其為何種類型都傳遞相同的訊號，及得到相同的佣金。這訊號必定是不提供任何保證， $y=0$ 。以下我們探討兩種情況的混合均衡：

1. 仲介業選擇與其類型無關係；買方主觀的信念為 $\pi(y)=\pi, \pi(0)=\pi$ ；仲介佣金為：如果 $y=y$ 則佣金為 c^{b^*} ，如果 $y=0$ 則佣金為 $\pi c^{g^*} + (1-\pi)c^{b^*}$ 。

因為仲介業選擇不要提供成屋履約保證($y=0$)與其類型無關係，如果其提供成屋履約保證($y=y$)，則買方相信其為類型g仲介業的機率為零，所以只願意付給 c^{b^*} 的佣金。如果仲介業不提供成屋履約保證，買方相信仲介業為類型g的機率為 π ，為類型b的機率為 $(1-\pi)$ ，是故買方願意付的佣金為 $\pi c^{g^*} + (1-\pi)c^{b^*}$ 。

2. 仲介業不管其類型都選擇 $y=y$ ；買方主觀的信念為 $\pi(y)=\pi$ ；仲介佣金為 $\pi c^{g^*} + (1-\pi)c^{b^*}$ 。

註11. 類型g的仲介業付出成本提出保證，可減低仲介業與消費者之間訊息的不對等，可使原本存在著逆向選擇(adverse selection)的狀態轉換到訊息對稱的狀態。

如果其提供成屋履約保證，則其為類型g的機率為 $\frac{c^g}{c^g + (1-p)c^b}$ ，為類型b的機率為 $(1-p)$ ，是以可以得到一混合均衡，每一仲介業者傳遞相同的訊號， $y=y$ 和獲得同樣的佣金， $c^g + (1-p)c^b$ 。成屋履約保證並沒有對買方傳達一有用的訊息。因此，如兩類型的仲介業傳遞訊號 $y=y$ ，即皆提出成屋履約保證，這對類型b的仲介業而言並非是最適的狀況。如果 $(y)=0$ ，“保證”並不能影響買方的信念，則類型b仲介業將不願投入保證($y=0$)，由於其作此一決定至少可以得到 u^b ，且省下 $v^b(y)$ 的成本。

經由以上的分析可以得知，在混合均衡之下，仲介業提供成屋履約保證並不具有傳達訊號的作用。

四、結 論

本文從訊號顯示模型來分析不動產仲介市場成屋履約保證的意義。買方或賣方透過仲介公司有否提出成屋履約保證的訊號來過濾仲介公司。買方為仲介公司所採行成屋履約保證所吸引^{註12}。因為買方或賣方相信提出成屋履約保證的公司其服務品質較佳、糾紛較少，所以較能夠引起賣方或買方委託的動機。換一個角度說明，仲介業為獲得潛在的顧客，脫穎而出，若其提出保證的成本較低為一生產力較高與服務品質較佳的仲介公司，將會提出較多的保證以證明自己是“好的”。無論如何，服務品質較佳的公司，如果其傳遞訊號的成本較低，則將會提出保證以彰顯自己的能力。證諸目前市場上提出成屋履約保證者，率屬大型連鎖仲介公司，小型或個人營業者皆無力提出成屋履約保證，可茲說明。

應用訊號模型分析，我們可以得到，在分離均衡之下，在買方有一主觀機率認為提出成屋履約保證的公司為好的公司之機率為一的情況下，如果仲介業為類型g(提出保證之成本較低)則此仲介業將會選擇採用成屋履約保證，如果他是為類型b仲介業，則將會選擇不採用成屋履約保證。在混合均衡之下，如果仲介業不管其為何種類型都傳遞相同的訊號，及得到相同的佣金。這訊號必定是不提供任何保證。

仲介業藉著訊號顯示一成屋履約保證，來吸引消費者，縱然，此項訊號對於降低所有交易風險上，有可能並不具有實質的訊息意義。但是會推出成屋履約保證，表示其有降低某些交易糾紛的企圖(價金之保障)。對於交易糾紛仍然頻繁的仲介業與服務品質差的仲介業，在相關法規的訂定、媒體的監督和消費者意識覺醒之下，其推出成屋履約保證是沒有多大的利益。

此外，有關成屋履約保證的經濟分析，我們可能可以嘗試從產品保證 (product warranties) 的角度分析。這亦是有興趣的研究者未來研究的一個方向。

註12. 理論上指的是依據保證程度的不同，諸如有漏水保固措施、付款保證制度與成屋履約保證等，消費者願意付的佣金或被其所吸引的程度不同。而實務上成屋履約保證之實質內容各家公司間仍有許多差異。消費者或許亦可根據此來選擇仲介公司。

參考文獻

- 廖義男主持研究，(1992)，〈不動產交易法制之研究〉，內政部委託研究。
- 台北市建築經理商業同業公會(1997)，《建築經理季刊》，第二期。
- Kreps, D. (1990), *A Course in Microeconomic Theory* (New York: Harvester Wheatsheaf).
- Nelson, P. (1974), "Advertising as Information", *Journal of Political Economy*, **82**:729-54.
- Nelson, P. (1975), "The Economic Consequences of Advertising", *Journal of Business*, **48**:213-41.
- Riely, J. G. (1975), "Competitive Signalling", *Journal of Economic Theory*, **10**:174-86.
- Ross, S. (1977), "The Determinants of Financial Structure: The Incentive Signalling Approach", *Bell Journal of Economics*, **8**:23-40.
- Rothschild, M. and J.E., Stiglitz (1976), "Equilibrium in Competitive Insurance Market", An Essay on the Economics of Imperfect Information", *Quarterly Journal of Economics*, **80**:629-49.
- Spence, M. (1973), "Job Market Signalling", *Quarterly Journal of Economics*, **87**:355-74.
- Spence, M. (1974), "Competitive and Optimal Responses to Signaling: An Analysis of Efficiency and Distribution", *Journal of Economic Theory*, **8**:296-332.
- Titman, S. and B., Trueman (1986), "Information Quality and the Value of New Issues", *Journal of Accounting and Economics*, **8**.
- Wilson, C.A. (1977), "A Model of Insurance Markets with Incomplete Information", *Journal of Economics Theory*, **16**:167-297.