

## 摘要

相同商品在不同的市場有不同的價格時，投機者必定會至低價的市場買進該商品、至高價的市場賣出該商品，套利的結果將使得價格在不同的市場中趨於一致。

相同內容不同字體的書籍有著不同的價格，例如簡體書籍的價格通常較繁體書籍便宜，消費者是否就直接選擇購買低價的簡體書籍，捨棄高價的繁體書籍，需求一增一減的結果讓兩種字體的書籍價格趨於一致？

實證的結果發現簡體書籍與繁體書籍間的價格差異隨時間的增加而有逐漸縮小的趨勢，然而細分成不同類別時，卻不一定有價格差異縮小的趨勢。推測原因可歸納成四項：(1)銷售管道：實體的簡體書店以北部居多，限制了一般民眾可接觸簡體書籍的機會。博客來簡體字館的成立，雖能打破此限制，然而過長的調貨時間，會使得消費者對簡體書籍興趣缺缺。(2)法令限制：政府對簡體書籍採「漸近式」開放，目前僅開放「大專學術用」書籍得合法進口銷售，以致市場無法反應真實的供需狀況。(3)識字能力：簡體書籍與繁體書籍能否互為同質商品與識字能力有關，與價格無關。對識簡、繁兩種字體的人而言，簡體書籍與繁體書籍為同一商品，會選擇低價的簡體書籍做購買；對不識簡體字體的人而言，不會將低價的簡體書籍列入購買考量。(4)文化差異：因著所處背景的不同，用字遣詞也會不同，這樣的差異帶來消費者的交易成本，讓簡體書籍與繁體書籍的市場區隔開來。