

《心理学报》审稿意见与作者回应

题目：评论效价、新产品类型与调节定向对在线评论有用性的影响

作者：杜晓梦，赵占波，崔晓

第一轮

审稿人 1 意见：本研究有理论价值，研究的过程总体上是比较规范的。

意见 1：研究的主旨需要进一步清晰。没有一个统一贯穿的理论体系，这使本研究看起来比较杂乱。作者试图研究评论效价、新产品类型与调节定向等三个变量的影响，但研究的目标偏多，一项研究能够说清楚两个影响因素已经相当不容易，而且作者为什么选择这三个变量而不是其他变量，其选择的内在逻辑和理论基础是什么需要更加明确。也许可以考虑选择其中一个或两个变量作为文章的主线。

回应：非常感谢评审老师的指正。我们研究的主变量是评论效价，同时不同类型新产品也是我们十分关注的。在研究过程中，我们发现调节定向与评论效价以及新产品类型有非常紧密的联系：Avnet & Higgins (2003) 发现调节定向对劝说和消费者购买方面的行为有明显的影 响；与防御定向的消费者相比，促进定向的消费者更有可能购买新产品 (Herzenstein, Posavac, & Brakus, 2007)。因此，放弃任何一个都可能影响我们的研究结果。另外，这三个变量两两之间的关系已经都有研究，而三者之间综合的研究却还没有。

意见 2：假设开发。假设开发总体上是比较完整的，不过也存在一些不足。例如为什么调节定向与新产品类型的交互影响没有研究，从逻辑上看两个变量之间是可能存在交互影响的；一些假设的描述很难让人看懂，例如“产品类型对评论效价对评论有用性的影响具有调节作用……”；假设三中，正面评论的影响在两类新产品中没有差异，该假设的开发存在不足，没有很好地阐述其内在逻辑。

回应：非常感谢评审老师的指正。调节定向与新产品类型的交互作用已有不少学者进行研究，比如 Herzenstein, Posavac, & Brakus (2007) 探讨了调节定向类型和风险明确对不同类型新产品购买决策的影响。结果发现，当革新性新产品的所伴随的风险不明确时，促进定向的被试的购买意愿明显高于防御定向的被试；当风险明确时，不管是促进定向的被试还是防御定向的被试，购买意愿都降低，并且差异不大。另外，由于我们研究的主变量是评论效价，因此调节定向与新产品类型的交互作用没有专门进行研究。我们会在未来的其他研究中进行探讨。

已经按照评审老师的意见对假设的描述进行了修改，将假设 3 “产品类型对评论效价对评论有用性的影响具有调节作用”，改为了“产品类型影响评论效价对评论有用性的作用”；将假设 5 “调节定向对评论效价对新产品评论有用性的影响具有调节作用”，改为了“调节定向会影响评论效价对新产品评论有用性的作用”。

已将假设 3 改为“产品类型影响评论效价对评论有用性的作用，具体表现为：负面评论对革新性新产品的有用性更高；而正面评论对渐进性新产品的有用性更高”，并且在实验结果讨论部分也进行了修改。

意见 3：实验设计。实验一的产品选择存在问题，耳机-隐形眼镜、音箱-头箍不可以配对成为一组，因为两个产品的功能和属性是完全不同的，由于没有控制住功能和属性的差异，研究结论是功能和属性差异带来的还是实验刺激带来的很难说清楚。实验二中调节定向的操控

及控制检查仍然应当在正式实验中实施，但在文中没有看到相关的控制检查内容。在实验中测量了“是否会看评论”以及“评论对决策的影响”，作者是用的哪个问项来测量评论有用性？如果使用的是两个问项的平均值，那么需要报告信度，如果只选取了一个问项，那么另外一个问项的研究结果是什么。

回应：非常感谢评审老师的建议。在我们的研究中，耳机和隐形眼镜是实验一的产品刺激物，音箱和头箍是实验二的产品刺激物。如评审老师所说，如果能对功能和属性进行控制，会使得研究更加有说服力。我们会在后续研究中对此进行控制，我们可以通过控制实验场景的方式进行改进，比如说都是用于糖尿病人监测血糖指数的耳机和眼镜。我们也在文章的研究限制中，增加了这一项。

已在实验二中补上调节定向的操控及控制检查。

实验用的“1.在真实的网购环境中，如果您要买此产品并看这条评论，您有多大的可能性会阅读此评论？”和“2.假设您正在决定要不要购买此产品，那么这条评论有多大的可能性会影响到您的决策？”这两道题目的平均值。这两道题目出自 Sen, S., & Lerman, D. (2007) 的研究，该文已进行信度验证，因此文本略去了此部分的讨论。

意见 4：其他。引言的前面三段与文章主题关联较小，应当直接进入主题，探讨相关概念及研究问题的重要性。理论意义中重点说明了本研究的变量是以往没有做过的，但这应当是引言中的内容（既要说明未做过，还应说明研究的重要性），本部分应当探讨的是研究得到哪些理论贡献。

回应：非常感谢评审老师的建议。已在文中对引言进行修改，使之更加切进主题，并说明了相关概念，突出了研究的重要性。已在文章的理论贡献部分，加强了研究重要性和具体的理论贡献的部分。

审稿人 2 意见：本论文通过实验室实验方法对评论效价、新产品类型和被试调节定向类型对新产品在线评论有用性的影响进行了较为系统的研究。研究符合目前互联网购物快速发展的时代背景，具有一定的现实意义。总体上，本研究思路较为清楚，逻辑性较强，研究方法科学合理。

意见 1：在研究设计上，实验首先通过预实验对评论效价、产品类型进行了筛选，由于作者没有说明预实验和正式实验中样本抽样的方式，因此对于预实验中确定的评论效价、产品类型是否对于正式实验被试也同样有效，实验中缺乏验证。

回应：感谢评审老师的指正。我们采用的样本抽样方式是一样的，都是同一所大学，都是发布公告，邀请实验被试招到的试验样本。已在正式实验部分，补充说明了这一点。

意见 2：论文讨论部分过于简单，只是罗列了前人的研究内容和本研究内容上的创新，没有将本研究结果与前人研究进行结合，深入分析本研究结果对于相关理论的创新价值和意义，比如，是支持了前人研究结果，还是提出了新的思想和观点？

回应：感谢评审老师的指正。我们已在文中丰富总结部分和理论贡献部分，加强了与前人研究结果的对比。并且在行文上，将理论贡献分成两部分，一是“与现有研究结果相比”，即本文的研究那些支持了前人的何种研究结果；二是“在现有研究基础上，本文提出了新的观点”，即本文提出了何种新的思想和观点。

意见 3：总体上，本论文格式上的规范性还需提高，比如整篇论文的结构类似一篇研究生论文，中文摘要部分应该简要说明两个实验的内容和变量。另外，从参考文献比例上看，近 5 年论文比例也并不算高。

回应：非常感谢评审老师的细心指正。我们重新审视了行文的格式和文章结构，缩减了引言，增加了论文结论和文献的讨论。按照老师的建议，我们在中文摘要部分补充了两个实验的内容和变量。并且，我们删除了与核心内容关系不密切的陈旧文献和其它文献，使得 2010 年以后的文献占比为 15/51：

Cierpicki, S., Malcolm, W., & Byron, S. (2000). Managers' knowledge of marketing principles: the case of new product development. *Journal of Empirical Generalizations in Marketing Science*, 5, 771-790.

Rozin, P., & Royzman, E. B. (2001). Negativity bias, negativity dominance, and contagion. *Personality and social psychology review*, 5, 296-320.

Epley, N., Keysar, B., Van Boven, L., & Gilovich, T. (2004). Perspective taking as egocentric anchoring and adjustment. *Journal of personality and social psychology*, 87, 327.

Skowronski, J. J., & Carlston, D. E. (1989). Negativity and extremity biases in impression formation: A review of explanations. *Psychological bulletin*, 105, 131.

Herr, P. M., Kardes, F. R., & Kim, J. (1991). Effects of word-of-mouth and product-attribute information on persuasion: An accessibility-diagnosticsity perspective. *Journal of consumer research*, 17, 454.

Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: developing relationship theory in consumer research. *Journal of consumer research*, 24, 343-353.

意见 4：个别小问题还需要作者认真检查，比如第 15 页中“ $p = 0.006$ ，达到边缘显著”不知道是否是笔误；前言中，“预防定向”“防御定向”两个词如果是指同一种调节定向类型，应该文字统一。

回应：非常感谢评审老师的细心指正。已将“边缘显著”改为“显著”；已统一使用“防御定向”。并且，也通篇检查了其他可能的笔误和措辞问题。

第二轮

审稿人意见：文章中仍然有小的笔误，比如 19 页 13 行的 M 操控前应为 M 操控后。另外论文中一般不需要把方差分析表放在论文中。

回应：非常感谢评审老师的细心指出，已修改，并通篇检查了笔误，进行了修改。对于方差分析表的展示，我们主要是考虑这样能更清晰地显示出不同的实验变量对因变量的影响，以及实验变量之间的交互作用。尤其是实验二中包括了一个三项的交互作用，用方差分析表的方式显示比较直观，有助于读者对结果分析的解读，望评审老师理解。