

# 《心理科学进展》审稿意见与作者回应

题目：他人与自身着装风格对消费者行为的影响：基于调节定向理论的阐释

作者：严燕 柳武妹 王雪枫

---

## 第一轮

### 审稿人 1 意见：

文章选题富有趣味，讨论详实，文中所提出的整体性研究框架有新意，分析视角新颖，值得深究。但整体写作逻辑性还需加强，重要观点理论支撑需做补充，对相关概念界定有不明之处。

**意见 1：**文题“营销领域中着装对消费者行为的影响：基于调节定向理论的阐释”，既然强调营销领域，在文中如何突显出营销领域，该领域中消费者着装与其他领域中消费者着装的的不同之处是否作必要比较和说明？

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。通过将营销领域关注的消费者着装与其他领域关注的消费者着装进行比较，我们没有发现二者存在不同。因此，参考您的意见，我们将修改稿的标题、摘要和全文含有“营销领域”的字眼都已经去掉。请您查看修改稿标题和全文。

**意见 2：**“与此同时，消费者穿着视角下的着装影响研究也存在实证研究相对缺乏以及在内在机制探讨不足的问题（Chung et al., 2012）。”引证观点为 2012 年的观点，根据作者自检报告，2013 年后的实证研究比例超过 95%，存在矛盾。

**回应：**感谢审稿人细致的意见。这一点确实存在矛盾，我们没思考到位，已将这一比例数字从修改稿正文删除。

**意见 3：**“综上，本文拟引入调节定向理论（Regulatory Focus Theory）从动机理论的视角系统梳理营销领域中着装的观察者效应和穿着者效应……”上下文衔接唐突，在并未清晰说明调节定向理论适用性前提下，以“综上”带出本文研究视角与立论基础，缺乏严谨性。“接下来，本研究将引入调节定向理论……”同样存在文章论述前后脱节，在对过往机制性研究进行观点罗列后，突然转到调节定向理论。

**回应：**感谢审稿人的意见。我们认同您说的“原稿引言部分调节定向理论出现的太突然”这一观点。参考您的意见，我们做了如下修改：

（1）在引言部分阐述了调节定向理论为何和本文存在关联，目的是为读者了解文章打下铺垫。请您查看修改稿第 2 页引言部分第 2 段标注褐色文字的部分。

（2）在文章第二部分的 2.1 和 2.2 梳理前人着装研究时，我们先介绍了前人研究结论。随后，我们从促进型反应和预防型反应这两个视角对前人研究结论进行了归纳，以便为第三部分出现的调节定向理论进一步打下铺垫。请您查看修改稿第 4、5 页第二部分标注褐色文字的 2.1 和 2.2 部分。

（3）在文章第三部分新增了“3.2 调节定向理论阐释着装风格研究的适用性和独特性”这一部分。3.2 部分对调节定向理论对本文的适用性和独特性进行了论述。请您查看修改稿第 7 页第三部分 3.2 标注褐色文字的部分。

**意见 4:** 作者勿混淆服装和着装概念，全文用词需统一，对概念界定清楚、明确使用。在文中对学者观点进行梳理时，也存在研究主题为着装，梳理内容却为服装等概念不一的问题。“而目前营销领域中绝大部分着装相关研究只涉及了衣服（包括上衣、裤子和鞋子）的影响，因此本文中的着装限定为穿着的衣服不涉及配饰等其他身体覆盖物。”这一关键性立论观点未见引证。

**回应:** 感谢审稿人的宝贵意见。在原稿中确实存在概念混用问题。根据您的意见，我们在修改稿中统一使用“着装”这一概念。

另外，“而目前营销领域中……身体覆盖物。”这一立论观点在修改过程中已经被删除。感谢您指出这一点。

**意见 5:** 作者在文中将着装定义为“人们将服装（衣服）作为身体补充物覆盖躯体并对穿着状态的一种整体感知”。既是整体感知，为何仅讨论衣服，而不考虑作为着装整体的配饰等其他部分？如仅考虑衣服，需作出必要阐释，说明衣服的代表性和重要性。

**回应:** 感谢审稿人的宝贵意见。根据您的意见，我们在修改稿中对“着装”的定义进行了修正，并强调了探讨主体着装（衣服）的代表性和重要性。

着装概念的界定，请您查看“1 引言”第一段绿色文字。主体着装（衣服）的代表性和重要性，请您查看“1 引言”第一段褐色文字。

**意见 6:**“在着装类型方面，营销领域的相关研究主要关注了服装的风格与颜色两个方面……”该部分引证观点不系统全面，服装风格（正式、休闲）和服装颜色（红色、绿色）所梳理文献结果是否全面？服装风格分类是否穷尽，服装分类标准众多（如性别、职业、机制手工等），何以选择正式与休闲的分类标准？需作出解释说明；服装颜色仅选择红色和绿色进行比较是否有欠妥当？深色、浅色，亮色、暗色或许更准确，根据前人研究中普遍的实验设计与样本选择范式，以红色、绿色为例的表述或许更贴切。且服装多不是单一颜色，而是多颜色的组合产品。仅考虑正式、休闲，红色、绿色的分类条件，也很大程度降低了本主题研究的现实价值。“他人和自身着装（既涵盖衣服，也包括眼镜、手表等配饰，以及纹身等身体改变）对个体心理与行为的影响的综述。而本文聚焦于营销领域，关注他人（销售、服务人员及其他顾客）和消费者自身着装（只包括衣服）对其消费行为的影响”。着装理应涵盖服饰等不同类别，本文将着装局限于衣服，如何确保研究结论的普适价值，或如何说明衣服的典型性？

**回应:** 感谢审稿人的宝贵意见。我们非常赞同您的观点，着装分类的研究很多。的确，我们关注的着装风格和着装颜色的研究不能穷尽所有的着装研究。

根据您在本条意见中提出的指导思想，我们在再次系统梳理和回顾着装影响相关研究的基础上，将文章的标题、内容和主题都聚焦到着装风格（正式 vs. 休闲）上。仅聚焦于着装风格是出于下述依据：

（1）相比延伸着装（如，配饰），主体着装（如，衣服）覆盖了人体的更大部分对他人印象形成以及自我概念启动有更大的贡献（Sotak et al., 2023）。而当前主体着装的研究基本上都聚焦于正式 vs.(休闲) 着装对消费者心理和行为的影响上。

（2）前人基于其他维度的着装类型（如，颜色）的探讨较少（Sotak et al., 2023），文献量不足以支撑我们用调节定向理论来阐释着装色彩对消费者行为的影响。

（3）色彩自身分类很多，前人的着装色彩研究也仅关注了少量色彩，这给我们综述着装色彩研究带来了文献搜集的困难。不同于着装风格（正式 vs. 休闲）的分类，着装自身的色彩很多，不同色彩诱发的个体心理和认知存在差异，这些差异无法用调节定向理论来统一解释。

（4）我们参考您的建议，将着装其他元素或维度对消费者心理和行为的影响作为未来

研究展望进行了探讨，希望引发学者们关注和思考。请您查看和审阅修改稿第五部分 5.2 绿色文字部分。再次感谢审稿人帮我们认识到文章需要聚焦而不是发散。谢谢您！

**意见 7：**“因这这些研究与本文目标不符故排除在梳理范围外”，作者这一观点有待商榷。对现有文献的述评，应是对相关问题系统全面梳理和分析后，明确研究现状与待探讨、待解决的研究问题，先定目标而将不涉及目标的相关文献排除在外，是否科学？有先定结果，再去选择性梳理文献的意味。

**回应：**感谢审稿人的意见。原稿中上述表达确实不妥，我们已经将这些表述从修改稿中删除。谢谢您指出。

同时，在修改稿的准备过程中，我们在搜寻和梳理前人文献时也没有设置先前预判标准。在撰写修改稿时，也将正式（vs.休闲）着装风格增加促进型反应和降低促进型反应的文献都进行了全部列举，以避免文献选择偏差，降低文章的科学性。

**意见 8：**“不同类型的着装影响下消费者采取的行为反应存在显著差异且出现两种反应倾向……”一般性行为基本都分为促进型和防御型两种行为导向与偏好，即便不是在着装影响下，消费者行为基本也符合促进型和防御型的二元逻辑。作者将着装影响下的促进和防御行为表现进行二元划分，并将该表现作为可用调节定向理论解释的依据，有欠严谨。需补充使用调节定向理论解释本研究问题的特殊性与适用性。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的意见，文章第三部分新增了“3.2 调节定向理论阐释着装风格研究的适用性和独特性”这一部分。3.2 部分对调节定向理论对本文的适用性和独特性进行了论述。请您查看请您查看修改稿第 7 页第三部分 3.2 标注褐色文字的部分。

**意见 9：**文献梳理中提到的他人仅包括销售、服务人员及其他顾客，是否全面？其他顾客具体有关系亲疏之分，他人是否也包括虚拟人员，如海报上的明星模特的着装是否会影响消费者行为决策？

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。如您所说，已有文献中的他人着装包括销售、服务人员及其他顾客，也涉及虚拟人员如明星模特的着装。原稿中我们虽然引用了相关文献，但是并未明确提出是明星模特的着装风格。依据您的意见，在修改稿中我们对“他人”的提法进行了扩充和明确，“他人”也包括海报/广告中代言人，详细修改请您查看第 1 页引言第二段蓝色文字部分。

同时，已有研究虽然探讨了“其他顾客”正式着装（vs.休闲着装）对消费者行为的影响，但是并未深入划分和探讨“其他顾客”关系亲疏存在差异时，对消费者行为影响的不同。我们认为这是一个重要的调节变量，您的意见对我们当下正在同步开展的着装风格影响消费者行为的实证研究有很大的启发，再次感谢您的宝贵意见。

**意见 10：**本文假设“当他人穿着正式服装（vs.休闲）时激发消费者的促进（vs.预防）定向。当他人穿着红色服装（vs.绿色）时激发消费者的促进（vs.预防）定向。”考虑不同情境，这两个假设即便在主观层面成立的可能性并不高。此外，有文献指出，正式意指约束、休闲意指舒适，红色意指警示、绿色意指顺畅，此类情境下的结论恐与作者假设相悖。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。我们非常同意您的观点。正式着装（vs.休闲着装）既会增加消费者的促进定向，又会增加其预防定向；红色（vs.绿色）服饰的着装对消费者调节定向的影响也不完全全部是促进定向。

考虑到着装的色彩很多，单纯关注红色（vs.绿色）服饰的着装而忽视其它色彩对消费者行为的影响缺乏依据（您前文提出的意见 6），所以我们在这一轮的修改稿中将标题和全

文都聚焦于着装风格。修改稿对着装色彩没有再做关注。

聚焦于着装风格后，我们依据您在本条意见中提出的正式（vs.休闲）着装对消费者心理和行为的双路径影响的建议，将修改稿进行了重新撰写。

在修改稿第三部分，我们清晰论述了着装风格（正式 vs.休闲）何时会增加消费者的促进定向，何时又会增加消费者的预防定向，以及内在调节变量和路径机制。这些论述形成了本文的研究框架图（图 1）。请您查看和审阅修改稿第三部分全部内容以及图 1。为方便您审阅，修改稿第 7 页至 17 页第三部分和图 1，标题都用蓝色文字进行了标注。

感谢您指出这一宝贵建议！

**意见 11：**“述逻辑的内在机制是，他人穿着正式或红色服装时消费者存在收益预期……”关键立论观点缺乏文献支撑。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。我们在修改中增加了“他人穿着正装时消费者存在收益预期”这一关键理论观点的文献。详细修改请您查看修改稿第 4 部分第 18 页的第 2 段标注褐色文字的部分。

**意见 12：**“本文推测，他人穿着正装时促使消费者做炫耀性消费的促进型行为反应，他人穿着休闲服时促使消费者出现熟悉寻求和功能品偏好等预防型行为反应……”无论是观点还是写作表达均缺乏严谨性，需做修改。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。原稿中上述表达确实缺乏严谨性。这一观点没有体现暗处比较对象和依据。

我们在修改稿中对这一观点进行了重新表达，也提供了具体的文献依据。具体而言，这一观点重新表达成“本文推测，他人穿着正式着装（vs.休闲着装）时，导致消费者做炫耀性消费的促进型行为反应。此外，相比较休闲着装，当消费者穿着正式着装时将偏好绿色消费、更愿意购买而租赁，生产力导向及多功能产品偏好等促进型行为反应。”。

这一观点背后的逻辑是：人际间的相互影响是炫耀性消费的一个重要维度（Marcoux 等人 1997）。Jaramillo 和 Moizeau (2003)发现，人们进行炫耀性产品消费不是因为产品本身价值，而是为了能在特定群体内的社会交往中获益（(如，获得身份、机会)。消费者将环境氛围或产品与社会地位、价值相关联（Kim et al., 2017）。因此，对于渴望自我提升的消费者，他们愿意在高端环境中为了更好融入环境进行炫耀性消费。

具体修改，请您查阅修改稿第 20 页 4.3 部分第 2 段蓝色文字部分。

**意见 13：**作者提出“对调节定向理论的发展有贡献，从着装研究这一新主题拓展了调节定向理论的适用边界”。究竟是拓展了适用边界，还是确证了该理论的普适性？

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。原稿中我们对本文的理论贡献思考不够深入。我们的文章是对调节定向理论的运用，体现了调节定向理论的普适性。我们的文章对着装风格的研究有贡献，但并没有拓展调节定向理论的适用边界。感谢您指出这一点！

我们修改稿中重新阐释了本文的理论贡献。这些贡献都是围绕着装研究，没有再提及对调节定向理论的贡献。详细修改，请您查看修改稿第一部分引言，第 2 页第 2 段蓝色的文字部分。

.....

**审稿人 2 意见：**

这篇文章引入调节定向理论阐释了在营销领域，他人和消费者自身着装如何影响消费者行为。选题视角新颖，内容翔实，但目前来看，尚存在一些问题值得商榷。

**意见 1:** 作者在文中主要讨论了着装的“观察者”效应与“穿着者”效应，这两者的界定和划分是否有理论基础？或者有没有其他相类似的研究也从这两个方面进行讨论，例如，智能设备的穿戴、奢侈品牌的使用。建议作者补充这部分内容，使研究脉络更具说服力。而且在后文中又出现了着装的“感知者”，看起来比较混乱和费力，建议在明晰概念后，进行统一。

**回应:** 感谢审稿人提出的这条宝贵意见。针对您提出的这条宝贵建议，我们做了如下修改：

(1) 在修改稿第二部分清晰介绍了前人将着装研究分为“观察者”视角和“穿着者”视角的文献依据。详细修改请您查看第 3 页第二部分的绿色文字部分。

(2) 因为前人的着装文献已经阐述了“观察者”视角的着装研究和“穿着者”视角的着装研究的分类依据，同时因为本文的主题聚焦到了着装风格上，所以为了避免内容杂乱，我们在修改稿中再没有将智能穿戴设备和奢侈品牌的文献，作为我们划分“观察者”视角和“穿着者”视角的依据。

(3) 我们根据您的建议，对文中的表述进行了统一，将“感知者”统一替换为“观察者”。我们也检查了全文的其它表述问题。

**意见 2:** 在引言部分，作者提出的理论贡献非常简单和笼统。如果仅是将调节定向理论引入着装效应进行理论适用的边界拓展，那这篇文章的理论贡献非常有限。此外，作者提到“本文超越以往基于结果价值衡量着装影响结果效价视角，采用基于过程的评价体系阐释着装对消费行为的影响”。那什么是着装的“结果价值”，什么又是着装的“结果效价”，什么是着装的“过程评价体系”？这些表达太过笼统，很难让读者在阅读的开始就能理解作者想要研究的问题是什么，为什么要研究这些问题，以及研究这些问题的意义和价值在哪里。建议作者再进行思考。

**回应:** 感谢审稿人的宝贵意见。根据您的建议，我们对本文的理论贡献进行了深度思考。根据您的本条意见和其他建议，我们对修改稿的理论贡献从下述方面进行了具体翔实阐述：

(1) 已有观察者和穿着者视角下的着装风格影响研究相对零散、缺乏系统梳理，本文基于调节定向理论对已有研究结论搭建了新颖且具有整合性的研究框架，推进了现有的理论研究。

(2) 基于调节定向理论从双路径解释提出调节变量，调和现有研究结论的分歧。

(3) 以往大多数关于正式着装 (vs. 休闲着装) 影响个体行为的研究，都基于结果效价强调了积极影响。本文从动机过程视角出发，指出正装对消费者行为的双向影响，有助于深入理解着装风格如何影响消费者行为。

我们已经将您提出的“结果价值”，什么又是着装的“结果效价”，什么是着装的“过程评价体系”等笼统表述已经删除去掉。详细修改，请您查看第 2 页引言部分第 2 段蓝色文字部分。

**意见 3:** (1) 在第二部分，作者使用了表格的方式对“服装”的概念进行梳理，但纵观表格里的内容，区分了“衣服”、“服装”和“服饰”的概念，但作者也提到这篇文章主要研究的是穿着的衣服，我相信大部分读者是能够理解配饰和衣服的区别，所以是否有必要花费较大的篇幅和表格去阐释衣服、服饰、外观的概念，请作者再思考一下。

**回应:** 感谢审稿人的宝贵意见。根据您的意见，我们在修改稿中删除了对“衣服”、“服装”和“服饰”等概念的详细介绍和辨析，统一了相关概念为“着装”，并在引言部分就指出了“着装”的定义和分类。详细修改，请您审阅第 1 页引言部分的第 1 段绿色文字部分。

(2) 而且这部分对着装类型的划分过于简单，仅提到了作者想要讨论的两个部分，即服装风格与颜色，那为什么要选择这两个角度对服装进行划分？服装的划分是否存在其他的方

式？以往研究中是否有对其他不同服装类型的研究？作者在这部分内容的综述工作做的不是很充足。

**回应：**着装类型基于不同维度（如，风格、颜色、材质）有不同的分类，关于着装对消费者行为影响的已有研究主要涉及了着装（正式 vs. 休闲）风格和颜色（主要是红色 vs. 其他色），而且以着装风格为主。我们结合您的第五条修改意见，对文章的理论框架进行了修正提出了着装风格对消费者行为影响的双向路径，现有着装颜色文献有限难以纳入双路径中，力图使理论框架更加清晰，因此删除了着装颜色的内容。具体修改，请您查看和审阅第 1 页引言部分的第 1 段黄色部分。

（3）再接下来的着装研究发展脉络及趋势部分，篇幅依旧很少，并没有从中看到很清晰的着装研究脉络，而且作者在这里就已经提出了着装的“感知者”和“观察者”，为何不在这一部分围绕二者的相关研究展开论述呢？

**回应：**感谢审稿人提出的上述宝贵意见。根据您的建议，我们对原稿中着装研究发展脉络和趋势部分，已有着装影响研究回顾进行了合并，并且重新梳理了逻辑对着装的观察者和穿着者效应进行了深入探讨。这些意见对我们帮助巨大。具体修改，请您查看和审阅第 3 页至第 5 页的第二部分褐色文字。

**意见 4：**第三部分是作者单独成章的一部分，为何选择将“着装对消费者行为的影响及内在机制”作为单独的一章进行论述，而且从文章的谋篇布局来看，这部分内容所占的篇幅也是非常小的，作者可以考虑将这一部分的内容与第二章进行合并，更深入地对与着装影响消费者行为的相关研究进行综述。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的意见，我们在修改稿中对上述两个部分进行了整合和新的逻辑梳理。具体而言，我们首先对着装影响研究的整体状况进行了介绍，而后 2.1 和 2.2 部分分别对观察者视角下、穿着者视角下的着装风格影响消费者行为的研究及机制进行了梳理。具体修改，请您查看和审阅第 3-5 页第二部分的内容。标题我们采用了褐色的颜色标注。

**意见 5：**（1）第四章是本文的核心章节，在开头的介绍中，作者提到“最后，阐明对着装类型与个体因素、情境因素的达成调节匹配时对消费者行为的影响进行。”这句话的表达是否有些不通顺？作者是想表达存在交互效应吗？作者第四章结尾处提到调节匹配又分为“整合性调节匹配”与“偶然性调节匹配”，既如此，就应该在介绍调节定向理论时介绍调节定向的划分，以及促进型（vs. 预防型）调节定向与整合性（vs. 偶然性）调节定向之间有何联系或区别？

**回应：**原稿中第四章的内容表达欠妥，阐述不当。根据您的意见我们已将这部分内容进行删除。

（2）作者主要想表达的观点是无论消费者是着装的观察者还是穿着者，均有可能存在促进型或防御型的目标动机。首先是论述“他人着装与消费者的预防型行为反应路径”内容过少，此外，着装风格尚可理解，但着装颜色仅用红、绿两色代表所有的他人着装颜色是否合适？使用冷、暖色调是否更为合适？其次在论述“自身着装与预防型行为反应路径”的内容也不充分，仅针对“安全与放松”需求，作者既然在介绍调节定向理论时，分别从满足的需要类型、目标状态表征、自我导向类型等六个方面总结了预防定向的特征，为何仅从一个方面进行论述？举个例子，预防定向的消费者更有责任感，更注重避免错误和消极结果，那有没有可能，预防定向的消费者更愿意穿着正式不容易出错的服装？而且作者既然在他人着装部分论述了颜色的影响，为何在自我着装部分就省去颜色的影响？

**回应：**正如审稿人所说，用具体颜色（红色 vs.绿色）代表他人着装颜色欠妥，应该采用暖色 vs.冷色。由于文章架构的变化，聚焦于探讨着装风格，我们已经在修改稿中将着装颜色的内容进行了删除，再次感谢您的这条意见。

(3) 针对图 2，作者在观察者视角选择了性别和社交距离作为调节变量，在穿着者视角则选择内隐人格和文化规范作为调节变量，首先，为何选择这四个作为调节变量，作者没有在文中给出合理可信的解释；其次，为何这四个变量能够分别调节服饰风格和颜色对消费者行为的影响，逻辑推导部分过于简单，且有些混乱；

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的意见，我们在修改稿中对选择的调节变量的原因进行了论述，详细修改，请您查看和审阅第 12 页第三部分 3.3.3 和第 16 页 3.3.4 部分。

(4) 此外，作者在表格中将性别（男 vs.女）、社交距离（远 vs.近）、内隐人格（渐进 vs.实体）、文化规范（主流 vs. 非主流）都分成两个部分标注是不合适的，它们各自都是一个整体。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的建议，我们在修改稿中不再将框架图中将调节变量拆分标注。详细修改，请您查看和审阅第 20 页的框架图部分。

**意见 6：**对未来研究的展望也写的非常简单，可以再结合文献进行丰富。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的意见，我们在修改稿中对未来研究展望进行了重新思考和阐述，从以下四个方面展开：探究特质性调节定向和情境性调节定向对消费者着装反应的交互影响；用调节定向理论阐释其他着装类型对消费行为的影响；进一步挖掘正装（vs. 休闲装）导致消费者促进定向还是预防定向的调节变量；探究着装风格影响消费者行为的其他后效。具体修改，请您查看和审阅第 22-25 页的第五部分研究展望，全部标题我们标注为绿色的部分。

**意见 7：**(1) 还有比较重要的一点是，文中的细节性错误非常多：(1) 英文首字母大小写不统一有的全部大写，有的只有第一个单词大写；

**回应：**全文已经检查这些错误，并进行更正。谢谢您指出！

(2) 推断理论的英文之间都没有空格；

**回应：**谢谢您指出这一点。我们已经在正文中进行了改正。具体修改请查看，第 9 页第 2 段的绿色文字部分。

(3) 还有一些文字性错误，如 2.2 中的“因这这些”；

**回应：**谢谢您指出这一点，已经全文检查并更正了类似错误。

(4) 有些语句的表达也不是很通顺。建议作者通篇仔细校对。

**回应：**非常感谢审稿人的宝贵意见。根据您的意见，我们在修改稿中对上述细节性问题进行了逐一修正。

**意见 8：**作者在这篇文章中涉及的概念多而广，但给人感觉没有进行很深入的讨论，只是停留在这些概念和联系的表面，建议作者对着装对消费者行为的研究展开更深层次的探讨。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。当看完您的整体修改建议后，我们将文章标题和内容都聚焦到着装风格（正式 vs.休闲）这一点上，把文章中零散杂乱的其他概念（如，衣服、服装以及服饰）都去除。

同时，我们也根据您的建议从深度上对文章进行了拔高。具体而言，我们基于调节定向理论提出了着装风格影响消费者心理和行为的双路径，同时我们提出了何时每一个路径会成立，以及背后的过程机制。这些思考体现在第 20 页的修改稿图 1，请您查看和审阅。

除了提出图 1 所示的整合型概念框架，我们也在未来研究方向中深入探讨了未来研究方向。

请您查看和审阅修改稿第五部分研究展望。

---

## 第二轮

### 审稿人 1 意见：

文章写作中避免使用过于绝对的表述，如“正式着装和休闲着装是最常见的着装风格”“目前尚未见有研究对着装风格引发的消费者行为反应进行梳理和综述，也未见有研究从理论层面对着装风格影响消费者心理和行为背后的机制进行阐释”“得到了最多关注”等等，文中有很多类似的过于绝对的表述。建议修改为最……之一，鲜有……

回应：感谢审稿人的宝贵意见。根据您的意见，我们做了下述修改：

(1) 将“正式着装和休闲着装是最常见的着装风格”修改为“正式着装和休闲着装是最常见的着装风格之一”；

(2) 将“目前尚未见有研究对着装风格引发的消费者行为反应进行梳理和综述，也未见有研究从理论层面对着装风格影响消费者心理和行为背后的机制进行阐释”修改为“鲜有研究对着装风格引发的消费者行为反应进行梳理和综述”。

(3) 我们认可将“得到了最多关注”修改为“得到了较多关注”，但是后期修改过程中删除了这句话。

(4) 此外，我们将全文中过于绝对的表述也逐一进行了修改。

详细修改请您查看正文第 1 页摘要中的蓝色部分，以及引言第 2 段蓝色部分。

综上，感谢审稿人在过去两轮修改中对文章提出的宝贵意见和建议。这些修改建议对文章质量的提升很有帮助。向您致谢和问好！

### 审稿人 2 意见：

文章在第一轮修改后得到补充和完善，但仍在框架、逻辑和表述方面存在一些不足，以下建议供作者进一步考虑。

**意见 1：**文章标题中的“着装风格”没有主语，难以让读者从标题中看出文章的讨论范畴——既讨论了市场营销情境中他人的着装，也包括消费者自我着装。建议在文章标题中明确着装的主语，或者在摘要中提出消费者观察者和穿着者这两个视角。

回应：感谢审稿人的宝贵意见。针对您的这一条宝贵建议，我们进行了下述修改：

(1) 将原标题改为“着装风格对消费行为的影响：基于调节定向理论的阐释”改为“他人和消费者的着装风格对消费行为的影响：基于调节定向理论的阐释”。

(2) 将摘要中出现着装风格的地方前面都加上主语他人和消费者。

(3) 在摘要中就提出了观察者和消费者这两个视角。

详细修改请您查看正文第 1 页摘要中褐色部分。

**意见 2：**此外，摘要对概念框架的描述十分概括，如“何时及为何不同类型的着装风格会促使消费者选择促进型策略或预防型策略”、“提出几个潜在的研究议题”等。建议作者根据自检报告的第 8 条，增加摘要中的实质性内容。

回应：感谢审稿人的宝贵意见。根据您的建议，结合自检报告第 8 条我们对摘要做了如下修改：



(1) 针对“何时及为何不同类型的着装风格会促使消费者选择促进型策略或预防型策略”描述概括的问题，我们具体阐释了他人正式着装（vs. 休闲着装）时，消费者为何会表现出促进型反应（通过关注收益、积极情绪体验、抱负目标状态表征这三个动机特征），为何也可能表现出预防型反应（通过关注威胁、消极情绪体验、警戒行为策略这三个动机特征）；消费者身穿正式着装（vs. 休闲着装）时，为何表现出促进型反应（通过理想自我导向、抱负目标状态表征及积极情绪吸引这三个动机特征维度），为何也会可能表现出预防型反应（通过消极的结果关注点、责任自我导向、安全需要这三个动机特征维度表现出）。自我建构、卷入度，自我监控及环境规范通过影响调节定向的特征状态在上述过程中发挥调节作用。

(2) 我们修改了上一稿中““提出几个潜在的研究议题”的表述，具体阐释了未来着装风格领域可以进行的研究话题有哪些。

详细修改请您查阅第 1 页摘要部分的绿色文字。

**意见 3.** 引言第一段缺乏理论与实践的结合，建议简单列举企业将着装影响消费者行为的典型案例。此外，最后一句“对于其他着装类型探讨较少（Sotak et al., 2023）”让读者误以为本文要讨论正式和休闲之外的其他着装类型，建议删掉。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的这条建议，我们做了如下修改：

(1) 我们在引言第一段增加了企业通过着装影响消费者行为的典型案例；

(2) 我们删除了稿件中引言第一段的最后部分“对于其他着装类型探讨较少”的描述。

详细修改请您查阅正文第 1 页引言部分第 1 段的绿色文字。

**意见 4.** 引言第二段指出“目前未发现有研究对着装风格引发的消费者行为反应进行总结，也未见研究从理论层面对正式着装（vs. 休闲着装）影响消费者心理和行为的机制进行归纳解释”之后，应补充该研究空白造成了何种负面影响，以凸显本研究的意义和必要性。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。针对您的这条意见我们做了下述修改：

(1) 我们在第 2 页第 1 段补充了研究空缺的负面影响。具体而言，我们认为研究空缺在于：已有理论都是基于特定研究目的而引入，在着装风格影响机制的诠释上较为零散，所以对现有研究结论的解释力有限，特别是无法从一个整合的理论视角阐释着装风格何时以及如何影响消费者行为。同时，我们通过文献梳理发现，仅有 3 篇研究同时在观察者和穿着者视角下探讨着装风格对个体心理与行为的影响，但也仅是对这两个视角的简单相加，并未从理论层面对这两个视角的研究结论进行比较。

基于上述研究空缺，我们认为造成的负面影响是：这些研究空缺阻碍了我们全面系统地了解消费者自身着装风格、他人着装风格与消费行为的关系，以及从新的理论视角开展着装风格影响后效的实证研究。

(2) 我们在第 3 页补充了本研究的意义和必要性。

意义体现在：基于调节定向理论为已有研究结论搭建一个新颖且具有整合性的研究框架，推进现有的理论研究。

必要性体现在：基于调节定向理论从双路径视角提出调节变量，调和现有研究结论的分歧；以往大多数关于着装风格影响个体行为的研究，都基于结果效价强调了正式着装（vs. 休闲着装）的积极影响。本文从动机过程视角出发，指出正式着装对消费者行为的双向影响，有助于学界深入理解着装风格如何影响消费者行为；基于调节定向理论对观察者和穿着者视角下，消费者与他人着装风格对消费者行为影响差异进行比较。

详细修改请查阅第 2 页第 1 段蓝色文字，以及第 3 页第 1 段紫色文字。

**意见 5.** 第二章节“着装风格（正式 vs. 休闲）的已有研究梳理”的第一段对三个研究视角进行

了比率的统计。该统计的流程、依据以及样本量均未明确，缺乏可信度。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的这条建议，我们在这一稿做了下述补充：

(1) 补充了文献检索过程。初步检索 (initial search) 共获得英文文献合计 18034 篇 (Web of Science 8751 篇; EBSCO/host 3087 篇; ProQuest 6196 篇), 中文文献合计 15522 篇 (知网 9150 篇; 维普 2450 篇; 万方 3922 篇)。

(2) 补充了文献筛选流程。包括英文文献合计 17918 篇和中文文献合计 13768 篇, 剩余文献合计 127 篇 (其中, 英文文献是 116 篇, 中文文献是 11 篇)。

(3) 补充了文献的最终确定流程。最终确定观察者视角的研究合计 70 篇, 占文献总量 73% 左右; 穿着者视角的研究合计 23 篇, 占文献总量 24% 左右; 三是双向视角的研究 (合计 3 篇, 占文献总量 3% 左右),

具体修改请您查看第 3-4 页蓝色部分。

**意见 6.** 还是第二章节第一段, 既然现有研究从观察者、着装者和双向视角对正式和休闲着装加以研究, 为什么本研究的概念框架只涵盖了前两个视角, 没有讨论双向视角? 双向视角是观察者和着装者两个视角的简单加总, 还是有独特之处? 此处应予以解释。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。如您所说, 现有研究包括了三种视角, 两种单独视角 (观察者或穿着者视角) 和一种双向视角 (观察者+穿着者视角)。本研究的概念框架只涵盖了前两个视角, 没有纳入双向视角, 主要原因如您预期, 双向视角主要是观察者和穿着者两个视角的简单加总, 并没有从理论层面对两个视角的研究结论进行比较。而本研究基于调节定向理论, 梳理了观察者和穿着者视角下, 着装风格对消费者行为的研究后发现, 无论他人还是消费者自身正式着装 (vs. 休闲着装) 都可能导致消费者的促进型定向或预防型定向, 并无差异。

基于您的建议, 我们在第 4 页补充说明了, 已有研究中有三个视角, 为何本研究只涵盖了前两个视角。

详细修改请您查看第 4 页的绿色部分。

**意见 7.2.1 和 2.2** 对比了社会比较 (Gurung et al., 2018)、内群偏爱 (Safdar et al., 2020)、信号理论 (Carvalho et al., 2019)、启发式决策、具衣认知 (Encloded Cognition)、物质启动、自我知觉, 以及客体化理论等多种作用机制。这些虽然一定程度上解决了引入调节定向理论的唐突问题, 但是在无法了解这些理论的基本内容之前, 难以根据作者的对比理解着装影响消费者行为的内在机制的异同, 以及引入调节定向的合理性。此处建议增加表格, 简要介绍并对比各理论, 以及相应的优势和不足, 以便更好的引入调节定向理论。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的这条建议, 我们做了如下修改:

(1) 将梳理的已有着装影响研究中使用的理论, 在 2.2 和 2.3 部分分别以表 1 和表 2 的形式展现了各个理论的内容、优缺点并与调节定向理论进行了对比;

(2) 在 3.2 部分再次结合表 1 和表 2 阐述了采用调节定向理论阐释着装风格研究的独特性。通过这两处修改, 以期更好的引入调节定向理论。

详细修改请您查看第 5-7 页蓝色部分, 以及第 8-9 页蓝色部分。

**意见 8.** 既然 3.1 从满足的需要类型、目标状态表征等多个维度区分了促进定向和防御定向的特征, 那么在框架图中 (图 1), 则应该依据该维度对消费者的行为响应进行梳理和归类, 而不是简单罗列消费意愿、互动这些具体的行为。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。如您所说, 文章中 3.1 部分从多个维度对促进定向和预防定向的特征进行区分, 在后面文章的整合型概念框架图 1 中确实需要继续基于这些维度, 对消

费者行为进行归类。根据您的意见，我们做了如下修改：

(1) 对观察者视角下，他人身穿正式着装 (vs. 休闲着装) 时，可能导致消费者的促进型反应与预防型反应基于调节定向特征进行了归类。

(2) 对穿着者视角下，消费者身穿正式着装 (vs. 休闲着装) 时，可能导致消费者的促进型反应与预防型反应基于调节定向特征进行了归类。

详细修改请您查看第 25 页的图 1。

**意见 9.** 3.2 的“但是，这些理论都不适用于解释观察者视角和穿着者视角这两类视角下，正式着装 (vs. 休闲着装) 为何会促使消费者表现出促进型反应策略和/或预防型行为反应策略”让人费解。为什么社会比较等理论不适用？为什么调节定向理论就适用且独特？这些问题均一带而过，只是简单阐述了作者的个人观点。建议结合意见 7 的表格深入阐述。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的这条建议，我们做了如下修改：

(1) 结合您的第 7 条意见，我们对观察者和穿着者视角下，已有研究采用的理论进行了梳理并调节定向理论进行了比较，详见表 1 和表 2。

(2) 阐明了调节定向理论可以解释着装风格导致的消费者行为反应，主要是因为正式着装 (vs. 休闲着装) 导致的消费者行为反应与不同调节定向特征相吻合。然而，已有着装风格研究中采用的理论不具备这一点，基于此提出了调节定向理论适用且独特的观点。

具体修改请您查看第 11 页 3.2 第 2 段蓝色部分。

**意见 10.** 整体而言，文章的表述依旧让读者无法明确作者关注的是正式和休闲着装与调节定向的匹配，还是正式着装引发的不同调节定向。例如，3.3.1 第一句的表述“他人的正式着装 (vs. 休闲着装) 会激发消费者的促进定向”含义不清，根据该句推导，休闲着装会激发防御定向吗？还是不会影响消费者的决策？休闲着装的研究在后面的论述中也没有阐述。3.3.2 第一句论点“当他人穿着正装着装 (vs. 休闲着装) 时导致消费者的预防定向”以及文章的其它部分阐述也均有同样问题。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的意见，通过对文章在系统回顾和检视后发现，我们在基于调节定向理论阐释着装风格对消费者心理和行为的影响时，确实存在表述不清楚的问题。根据您的意见，我们做了如下修改：

(1) 将 3.3.1 第一句的表述“正式着装 (vs. 休闲着装) 会激发消费者的促进定向”修改为“他人正式着装 (vs. 休闲着装) 会导致消费者的促进定向 (vs. 预防定向)”，并在后面论述补充相比正式着装，休闲着装可能导致消费者预防定向的阐释。

(2) 将 3.3.2 第一句论点“当他人穿着正装着装 (vs. 休闲着装) 时导致消费者的预防定向”修改为“当他人穿着正装着装 (vs. 休闲着装) 时导致消费者的预防定向 (vs. 促进定向)”，并在后面补充相比较正式着装，休闲着装可能消费者促进定向的阐释。

(3) 对文章在其它部分阐述的内容都进行检查，以确保修改所有的同类问题。

详细修改请您查看第 12-15 页的褐色部分，以及第 18-20 页的褐色部分。

**意见 11.** 调节变量在修改后依然未给出合理可信的解释；并且逻辑推导混乱。例如，3.3.3

(2) 卷入度的调节作用推理逻辑存在问题。根据作者的论述，低 (vs. 高) 卷入度的个体，因此他们会 (vs. 不会) 将着装纳入信息处理，而不是受到正式 (vs. 休闲) 着装刺激而产生促进 (vs. 防御) 的行为反应。类似的推理在其它的调节变量部分也应该充分完善，以提升推理的严密程度。

**回应：**感谢审稿人的宝贵意见。根据您的意见，我们做了如下修改：

(1) 我们对 3.3.3 (2) 卷入度的调节作用推理逻辑进行了修改和完善。我们认为，在

低卷入条件下，消费者会采用边缘路径（vs. 中心）处理信息，更有可能将销售、服务人员等他人的正式着装（vs. 休闲着装）与产品质量更高、服务更好以及品牌积极形象联系起来，进而产生更高的满意度和更多购买行为（Shao et al., 2004）。在低卷入条件下，消费者基于他人正式着装关注积极结果、体验积极情感以及热切的行为策略属于促进型反应。

（2）我们对其余的三个调节变量的逻辑推理也进行了进一步的完善，以提升推理的严密程度。

详细修改请您查看第 16-17 页蓝色部分（自我建构），第 17-18 页蓝色部分（卷入度），第 21-23 页蓝色部分（自我监控、环境规范）。

---

### 第三轮

#### 审稿人 2 意见：

详细意见：该论文根据审稿意见进行了比较完善的修改，目前存在一些细节需要完善：

**意见 1：**摘要中说在观察他人正式着装（vs. 休闲着装）时，消费者会通过关注威胁、消极情绪体验、警戒行为策略这三个动机特征维度表现出预防型反应。但是在 3.3.2 部分并没有提及警戒行为策略，正文和图表对应的是行为策略均是远心理距离感知，类似内容应阐述清楚。

**回应：**感谢审稿人的这条意见。根据您的意见，我们做了如下修改：

（1）将 3.3.2 部分“远心理距离感知”修改为“警戒行为策略”，并在后面正文中进一步阐述了消费者认为正式着装（vs. 休闲着装）的服务提供者缺乏温情、不友好，有更远的心理距离，从而导致消费者采取警戒-回避的行为策略，如消费者降低自我披露意愿。

（2）将图 1 中观察者视角下，“行为策略：远心理距离”修改为“行为策略：警戒-回避策略”。

详细修改请您查阅第 15 页蓝色文字部分，以及第 25 页的图 1。

**意见 2：**第 19 页指出“消费者正式着装（vs. 休闲着装）导致其表现出促进型行为反应，主要基于两个内在机制：理想自我形象追求和提升社会自信心”，图 1 中的积极情绪的机制没有涵盖。图文阐述应保持一致。

**回应：**感谢审稿人的这一意见。根据您的意见，我们做了如下修改：

（1）在第 19 页明确“消费者正式着装（vs. 休闲着装）导致其表现出促进型行为反应，主要基于以下机制：理想自我形象追求、提升社会自信心，及积极情绪体验”

（2）在第 20 页补充了“积极情绪”这一机制的阐述，再次感谢审稿人的严谨与细致。

详细修改请您查阅第 19 和 20 页的橙色文字。

**意见 3：**第 15 页，观察者预防性反应路径中，焦虑缓解的阐述不清楚。文中解释道“他人正式着装（vs. 休闲着装）导致消费者表现出预防型行为反应的另一路径是焦虑情绪的缓解。”，但是图 1 中画的是焦虑情绪。所以正式着装（vs. 休闲着装）触发的到底是焦虑情绪，还是具有焦虑情绪缓解的功能？作者应予以清晰明确的表述。

**回应：**感谢审稿人的这条意见。根据您的意见，我们将第 15 页第二段修改为“焦虑情绪（详见该部分黑色加粗文字）。他人正式着装（vs. 休闲着装）导致消费者表现出预防型行为反应的另一路径是焦虑情绪的体验。”

#### 意见 4：文章的规范性问题：

英文专业名词只在开头出现一次即可，例如调节定向理论（Regulatory Focus Theory）在第 2 页和第 10 页均有出现。

文献不规范，应仔细核对，如：

Roach-Higgins, M. E., & Eicher, J. B. (1992). Dress and identity. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(4), 1-8.

Sotak, K. L., Serban, A., Friedman, B. A., & Palanski, M. (2023). Perceptions of Ethicality: The Role of Attire Style, Attire Appropriateness, and Context. *Journal of Business Ethics*, 1-27.

回应：感谢审稿人的这一意见。根据您的意见，我们做了如下修改：

(1) 修改了调节定向理论 (Regulatory Focus Theory) 英文专业名词在第 2 页和第 10 页均有出现的情况。目前调节定向理论的英文名称只在开头第 2 页出现一次。此外，我们也检查了其他英文专业名词的出现次数，确保英文专业名词只在开头出现一次。

(2) 对您列出的两条文献格式进行修改

Roach-Higgins, M. E., & Eicher, J. B. (1992). Dress and identity. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(4), 1-8.

Sotak, K. L., Serban, A., Friedman, B. A., & Palanski, M. (2023). Perceptions of Ethicality: The Role of Attire Style, Attire Appropriateness, and Context. *Journal of Business Ethics*, 183, 1-27.

(3) 对所有文献的格式进行了核对和修改。

详细修改请您查阅第 30-37 页的参考文献部分。

---

#### 第四轮

审稿人 2 意见：同意发表。

编委 1 意见：同意发表。

编委 2 意见：该论文文献梳理细致，又有自己的观点，尤其是整合框架有较好的价值，论文达到了发表标准。建议题目再修改一下，现在的题目“他人和消费者着装风格对消费行为的影响：基于调节定向理论的阐释”，着装主题还不够清晰，建议改为“他人和自身着装风格对消费行为的影响：基于调节定向理论的阐释”，同时，文中的表述也改为相对一致的写法。

回应：感谢审稿人的这一意见。根据您的意见，我们做了如下修改：

(1) 将题目修改为“他人自身着装风格对消费者行为的影响：基于调节定向理论的阐释”。

(2) 对全文表述做了核查，以确保文中表述与题目表述相对一致。

详细修改请您查阅正文第一页题目，以及全文中蓝色文字部分。

---

#### 第五轮

主编意见：同意发表。