

《心理学报》审稿意见与作者回应

题目：“心理账户的认知标签与情绪标签对消费决策行为的影响”

作者：李爱梅 李斌 李伏岭 许华 梁竹苑

第一轮

审稿人1的意见

该研究探讨了心理账户的认知标签和情绪标签及其交互作用对消费决策的影响，并揭示了得到意外之财的内疚体验和消费意外之财的内疚预期在其中的作用。研究具有理论和现实意义，建议修后发表。

研究可能存在以下问题，请作者加以考虑。

意见1：假设1是以往研究的公认结论，所以似乎没有必要作为本研究假设提出；假设3中所说的内疚感其实包含了“得到意外之财的内疚体验”和“享乐意外之财的内疚预期”两种内疚情绪，并分别对应于实验2a和实验2b，因此将其拆分为两个假设会更为合理，不至于产生概念混淆。

回应：非常感谢审稿专家对文章的肯定及对文章不足提出的宝贵意见。

采纳专家的建议，原有的假设1“心理账户的认知标签会影响人们的消费决策行为，常规收入倾向于实用消费，意外之财倾向于享乐消费。”这的确是大量研究已验证的结论，已将其删除。同时将内疚感的两个实验“得到意外之财的内疚体验”和“享受意外之财的内疚预期”拆分为两个假设。具体修改见文章蓝色字体。

意见2：在实验1b中，作为实验报酬的15元奖励对大学生来说为什么是常规收入而非额外收入或意外之财，需要作者加以说明，并最好给出认知标签的操作检验。另外，15元的实验报酬购买美味点心是否算享乐消费，存入饭卡是否就是实用消费，值得推敲。其一，也许两者存在偏好差别是因为一个是金钱形式，一个是商品形式，前者具有更大的灵活性，而不一定是享乐消费与实用消费的差别；其二，存入饭卡，学生也可在随后进行享乐消费，比如在食堂买平时不会买的美食等。建议作者适当说明，并给出有关操作检验依据。

回应：感谢专家的意见。我们在修改稿中补充了认知标签和情绪标签的操作检验。具体如下：“对心理账户的认知标签和情绪标签进行操作有效性检验，意外之财情境组的被试有31人(96.9%)认为他们的这笔收入是意外之财，在积极情绪标签中，积极情绪偏向(积极情绪减去消极情绪得分0分以上)的有15人(100%)，平均强度为 6.27 ± 1.23 ；在消极情绪标签中，消极情绪偏向(积极情绪减去消极情绪得分0分以下)的有15人(88.2%)，平均强度为 -2.27 ± 1.16 。常规收入情境组的被试有26人(86.7%)认为他们的这笔收入是常规收入，积极情绪标签中，积极情绪偏向(积极情绪减去消极情绪得分0分以上)的有15人(100%)，平均强度为 5.67 ± 1.50 ；消极情绪标签中，消极情绪偏向(积极情绪减去消极情绪得分0分以下)的有13人(86%)，平均强度为 -2.13 ± 1.06 。”这表明操作检验有效。

至于购买美味点心是否算享乐消费，存入饭卡是否就是实用消费的问题。我们在实验前做了预实验以确定选项。修改稿中补充了预实验数据：为了对大学生的消费项目进行分类，以确定典型的实用消费项目和享乐消费项目，我们进行了预实验。

我们随机挑选大学本科生30名，其中男性14名。首先告知被试，实用性的消费更多是与生活必需性相联系，而享乐性消费更多与高兴、快乐等情感体验相联系，然后列举出大学生日常生活经常涉及的10个消费项目，分别是旅行、支付学费、买学习资料、电影院看电影、买MP3、美食聚餐、充手机话费、超市日常用品、充饭卡、买数码相机。请被试根据自己的经验对这些消费项目在1~9等级上进行评价，1代表实用性，9代表享乐性。对这10个消费项目按照5分为中间点进行划分，低于5分的在此研究中归为实用

性消费，高于 5 分的归为享乐性消费。分别对 10 个消费项目的等级得分进行描述性统计，平均分最高的消费项目是旅行($M=7.53$, $SD=1.61$)，平均分最低的消费项目是支付学费($M=1.67$, $SD=0.80$)。根据本实验的实际情况，金额只有 15 元，我们最后选择了“充饭卡($M=1.67$, $SD=0.80$)”作为实用型选择，“美食($M=6.23$, $SD=0.97$)”作为享乐消费选择。

意见 3: 实验 2 中对 2000 元的数值设定，是否有以往研究的依据，需要作者进行说明，因为数额多少会影响被试的消费决策倾向。

回应: 在心理账户的研究中，对消费金额并没有一个约定俗成的设定，比如在最早的研究中，Kahneman & Tversky(1981)使用的是 10 美元，而在最近的研究中，Levav 和 McGraw(2009)的系列实验中分别使用 15 美元、200 美元等金额进行不同实验情境设计。诚如专家所言，金钱数额肯定也是消费决策的一个影响因素。但大量研究已表明，相同数量的意外之财相对于相同数量的常规收入而言，无论金额大小都更倾向享乐消费。

国内学者李爱梅(2006)在对中国人的内隐心理账户的研究中发现，“经济状况对心理账户的灵活性与预算性有一定的影响，其中月均收入 1000 元以下最差，3500 元以上最好，1000~3500 元间居中”。因此李爱梅(2006)在随后的实验研究中设定了中间层次的 2000 元价格来设计各种实验情境，结果发现可操作性强，能较好地地区分出意外之财与常规收入对消费决策倾向的影响。此外，我们的实验材料中涉及到实习工资的情景，是根据被试所在地的实际情况，实习生的工资平均在 2000 元左右，比较符合现实情况。因此，结合过往研究与现实情况，我们以 2000 元作为参照点设计适合本研究目的的相关实验情境。

意见 4: 文章在数据呈现的规范性和完整性、文字表达的通畅性方面还有进一步改进的空间。有关意见见文中标注。

回应: 感谢专家的细心提醒与指出。已进一步进行全面修改，以求在数据呈现规范性、完整性及文章流畅性和可读性做得更好。具体修改见文章蓝色字体部分。

审稿人 2 的意见

本文通过 4 个实验系统地探讨了金钱所携带的认知和情绪标签会对消费决策行为的影响。本研究具有较强的创新性，其研究结果也具有重要的理论和实践意义。文章写作较为规范。但也存在一些问题，请见正文中的标注。其中有些用蓝色突现的地方，是指表达方式需要调整。请对全文的文字进行调整，使之更为顺畅。

正文标注意见主要如下，

意见 1: 全文中标点符号的全角和半角很多不统一，请注意调整。

回应: 感谢专家的细心提醒与严谨的学术作风，我们已对全文从头到尾进行细读与修正，包括文字语法、语句通顺等问题也一并修改完善。具体见文章蓝色字体部分。

意见 2: 按后面的测量程序介绍和统计方法介绍，我觉得因变量应该是“消费决策类型”而非“消费决策类型的金额”。

回应: 的确如此，这是笔者疏忽产生的笔误，已在修改稿一一修正。详见文章蓝色字体部分。

意见 3: 这部分的分析是否多余，下面的 logistic 分析应该已经包括了这部分的分析。

回应: 已经将实验 1a 的结果分析中的卡方分析部分删除。

意见 4: 请在适当的地方呈现出不同实验条件下，被试选择享乐消费或实用消费的具体人数。

回应: 已在修改稿相应的位置进行补充说明。详见文章蓝色字体部分。

意见 5: 因为在意外之财和常规收入中，对情绪的操纵是不一样的，所以最好分别对这两种条件下的情绪操纵情况进行报告，正如实验 1a 中的分析，原始数据除了平均数还需要有标准差。

回应: 已经进行相应的补充，具体修改见文章蓝色字体。

意见 6: 不太理解这里的分析，内疚感、消极情绪和消费类型都属于后测变量，怎么还没有自变量，只有斜变量，且我觉得这个数据只能说明相关关系，即内疚感的产生与享乐规避消费存在共变关系，且有关数据也只是离散数据，而非连续数据，未能说明“内疚感水平越高，享乐规避倾向越明显。”所以对于有关数据做相应的相关分析是否更为合适？另外我觉得这个实验 2a 的结果基本上都包含在了实验 2b 中，该研究显得有点多余。或者只能算个预研究，这个研究都没有自变量的操纵，称不上实验。

回应: (1)协变量(covariate)在 logistic 回归中实际是指自变量，这跟我们一般理解的“协变量”即“控制变量”有所区别。为了避免误解，全文已统一修改成“自变量”。(2)专家提出的关于内疚感与享乐规避消费倾向关系的考虑也是很细致。正如专家所言，数据并不是连续数据，因变量是类别变量，相关分析只能推论出它们存在共变关系，如此就不能证实我们提出的假设。因此我们先用卡方检验分析有无内疚感的产生在不同的消费决策方式中的选择比例是否有差异，结果发现差异显著， $\chi^2(1)=19.47$, $p<0.001$ ，产生预期内疚感的被试仅有 1.3% 的被试会选择享乐消费，98.7% 的被试都会享乐规避；而不产生预期内疚的被试中则有 35% 的被试选择了享乐消费。这表明，被试之所以选择了享乐规避，可能是想避免产生内疚感。也就是说被试因为对享乐消费产生了预期内疚感，而产生了享乐规避行为。接着我们使用 logistic 回归进行进一步分析，它主要是对多因素事件进行概率预测，虽然此方法也不能直接说明因果关系，但可以在一定程度上说明内疚感意外之财用于享乐消费的预测作用。结果表明消极情绪没有进入回归方程，只有内疚感进入回归方程，这说明内疚感可以对被试的享乐规避行为起到一定程度上的预测作用。但如专家指出，这也未能说明“内疚感水平越高，享乐规避倾向越明显。”的结论，这里是我们的用词不够谨慎，已进行修改完善。同时我们对调整了全文实验结果分析的步骤，先采用传统的卡方检验分析，考察不同情境的被试在消费决策类型上是否存在差异，再利用 Logistic 回归对自变量的预测力进行分析。具体见修改稿的蓝色字体部分。

(3)另外专家提到的实验 2a 是否显得多余的疑问，这里特别要说明的是实验 2a 与实验 2b 实际上操纵的是两种不同的内疚情绪，实验 2a 操纵的是“享乐意外之财的内疚预期”，实验 2b 是“得到意外之财的内疚体验”，我们的本意是想通过两种不同的视角探索内疚感在消极情绪意外之财的作用机制。结果也发现，无论是内疚预期或实际内疚体验，都会对被试的意外之财的消费决策倾向产生影响，使其倾向享乐规避。

意见 7: 我觉得这个结果分析的大致思路应该是这样的：主要进行表 7 部分的检验，更进一步的分析可以以内疚感水平为自变量，内疚感程度的主观测量(程度上的测量数据)为中介变量、消费决策类型为因变量进行中介作用分析，如果证明了存在中介作用，则是对研究假设的强有力支持，如果能够进一步证明是内疚感而非一般性的消极情绪在其中具有中介作用，则结果就更为有意义了。总之觉得表 6 中的数据分析不太合适。

回应: 感谢专家的好建议，我们已删掉表 6，同时利用 Bootstrap 程序对内疚体验的中

介效应进行分析，如专家预测的，结果发现只有内疚体验起到中介作用，消极情绪的中介作用不显著。这更进一步验证了我们的假设。具体修改见文章蓝色字体。

意见 8：研究局限和展望比较脱离目前的研究，有点过于宽泛，能否提出与当前研究结果或方法紧密相关的一些研究局限和展望，第 3 条有这种感觉了，但好像没有太讲清楚。

回应：感谢专家指出“研究局限和未来展望”部分的不足，在专家的指点下，我们在本研究结果基础上进行了更细致与深入的思考，重新整理了此部分内容。具体修改见文章蓝色字体。

审稿人 3 的意见

该研究采用实验法考察心理账户的认知标签和情绪标签问题，研究问题本身具有一定的理论与应用价值。但本研究的逻辑性和严谨性还需进一步完善。主要问题如下：

意见 1：文章文字显示的研究思路是(1)意外之财和常规收入存在消费倾向差异----(2)消极情绪标签使意外之财更享乐规避----(3)用内疚解释消极情绪影响意外之财的享乐规避效应。但实验设计体现出的(2)和(3)之间并不是直接的深入的解释关系。消极情绪中，可能会产生内疚情绪，也可能不会产生内疚情绪。内疚只是一种影响消极情绪作用的外在因素之一，而不是内在机制。实验 1b 中的“消极情绪”源于“博彩”的结果，这更多是类似于失望或遗憾的情绪，而不是内疚。

回应：如专家理解，本研究的大致逻辑如此“(1)意外之财和常规收入存在消费倾向差异----(2)消极情绪标签使意外之财更享乐规避----(3)用内疚解释消极情绪影响意外之财的享乐规避效应”。我们在前期研究中发现消极情绪标签会导致意外之财更享乐规避，就思考其内在机制究竟是什么？我们在实验 1a 就对被试进行了事后访谈，询问他们做出这种消费决策的原因是什么？结果发现大多被试提到的最多的一个因素就是“内疚”。由此，我们再查阅相关文献，发现内疚情绪与孤独、悲伤、愤怒等其他消极情绪不同，它是种相对独立的情绪类别(Richins, 1997)。Okada (2005) 发现消费者在享乐消费过程中，如果产生了内疚感则会减少享乐消费行为；姚卿等人(2013)也发现相对实用消费，当消费者进行享乐消费后，更可能激发其内疚感。因此，我们推测内疚感可能是导致意外之财产生享乐规避效应的主要原因。我们已在问题提出部分进一步进行修改完善。

我们在实验 2b 中，设计了高内疚水平与低内疚水平两种情境，用卡方检验分析高低内疚水平情境被试的消费决策差异，结果发现，高内疚水平组中，只有 2 名被试(5.1%)选择了享乐消费，而低内疚水平组中，则有 11 人(23.9%)选择了享乐消费，两种情境中被试的消费选择存在显著性差异， $\chi^2(1)=5.75$ ， $p<0.01$ 。这表明，相对低内疚水平组被试而言，高内疚水平组的被试的享乐规避行为更明显。

为了进一步证明内疚体验的中介作用心理机制，我们采纳专家 2 提出的建议，用不同内疚水平作为自变量，内疚体验程度与消极情绪程度作为中介变量，分析它们对享乐规避的影响。利用 Bootstrap 程序进行中介效应分析，结果发现内疚体验起到显著的中介作用，而消极情绪的中介作用不显著。这进一步验证了我们的假设。

专家提出的实验 1b 中的“消极情绪”源于“博彩”的结果，这更多是类似于失望或遗憾的情绪，而不是内疚。实验 1b 的初衷是想通过现场实验重复验证消极情绪意外之财会导致享乐规避效应，本意不在于说明内疚感的作用机制。因此，专家提出的“失望或者遗憾”是我们未来研究要仔细思考的问题。

意见 2: 本文引言中提出 3 个假设, 但讨论中没有对与假设不符的结果做进一步的讨论, 如“对于常规收入, 积极情绪使其更倾向享乐规避(实用消费), 消极情绪使其更倾向享乐消费”。

回应: 谢谢专家的提醒, 原文因考虑文章的篇幅, 并没有对此展开深入探讨。修改稿已在文章的“2.1.4 小结”与“讨论 4.2”部分对此进行补充。具体见蓝色字体部分。

意见 3: 因变量交待不清, 需明确是选择消费模式(享乐或实用), 还是收入在不同消费模式中的分配金额。本人认为如果是前者, 2000 元的迫选消费模式缺乏生态性。可能后种方法更好, 而且可以运用方差分析来进行统计分析。

回应: 谢谢专家指出这个问题, 我们已进一步将因变量明确, 全文测量的因变量皆为被试的消费决策类型, 即享乐消费或实用消费。此种让被试迫使被试选择其消费决策模式的测量是心理账户研究中的常用测量方法(e.g., Kivetz, 1999; 李爱梅等, 2007; Levav & McGraw, 2009), 因为这样可以直接测量被试的消费决策倾向, 通过卡方分析统计两种消费决策模式的选择比例, 可以推断出群体的消费决策倾向。但正如专家所言, 此种方法在一定程度上缺乏生态性, 如果是分配金额或许更好, 这样可以更细致地统计出被试的具体选择, 因为有可能出现被试在两种消费模式(享乐或实用)的金额分配是相等的情况, 也可以直接用方差分析进行统计分析。我们在未来的研究会加入此种测量方法的, 谢谢专家提供的好建议。

意见 4: 实验 1 中被试数与实际使用问卷量不符(“被试为某综合高校大学生 192 人”, “问卷①意外之财-积极情绪组有 61 份、问卷②意外之财-消极情绪组有 58 份、问卷③常规收入-积极情绪组有 51 份、问卷④常规收入-消极情绪组有 63 份。); 实验 1b 的样本量过少。

回应: 谢谢, 这是我们粗心导致的低级错误, 经过反复对原始问卷与处理数据进行检查后, 发现实际上是被试的总人数为 233 人, 其中男性 101 人, 平均年龄为 22.59 ± 2.33 岁。

意见 5: 操作有效性问题: 文章交待了情绪操作、认知操作和内疚操作的有效性检验问题, 但没有进一步说明如何对待操作无效的数据情境。建议去除操作无效的数据, 用有效的数据进行分析。文章显示的无效数据还是不少的, 如“积极情绪操纵组的被试有 97 人(85.8%)认为他们的情绪是好的(积极情绪), 消极情绪操纵组的被试有 80 人(65.0%)认为他们的情绪是不好的(消极情绪)”。

回应: 谢谢专家的建议, 我们根据专家意见, 分别对情绪操作、认知操作及内疚操作的有效性进行检验后, 将不符合条件的无效数据删除后, 得到的有效样本数据为 161 人, 再进行分析, 结果与之前基本一致, 只是系数有微小变化。具体见文章蓝色字体。

意见 6: 情绪评估和操作有效性: (1)实验 1 中, 只用了“情绪感受是好的还是不好的”情绪操作有效性评估, 此方法过于简单, 为何不与后几个研究统一情绪评定方法? (2)消极情绪的有效性: 实验是否有效启动了消极情绪、启动的是何种消极情绪还有待于商榷。如实验 1b 中消极情境下的平均分为 1.89, 这是差后值, 只能说这是一种较低的积极情绪或没有感觉, 而不能定位于消极情绪。

回应: 感谢专家的意见。我们觉得有必要对样本有效性进行处理, (1) 实验 1a 中将不符合条件的被试排除后(如消极情绪条件下认为自己情绪感受是好的), 得到有效样本 161 人, 发现在消极情绪条件下, 被试感受的消极情绪的强度平均为 6.99 ± 1.73 ; 在积极情绪条件下, 被试感受的积极情绪的强度平均为 7.14 ± 1.60 , 这说明两种情绪操纵都能分别有效地唤起了被试相应的情绪。已在修改稿进行补充说明。(2) 实验 1b 将不符合实验条件进行排除(如在消极情绪情境中, 出现积极情绪偏向的即“积极情绪减去消极情绪得分 0 分以上”),

结果发现，在意外之财情境组中，积极情绪条件下，积极情绪偏向(积极情绪减去消极情绪得分 0 分以上)的有 15 人(100%)，平均强度为 6.27 ± 1.23 ；在消极情绪条件，消极情绪偏向(积极情绪减去消极情绪得分 0 分以下)的有 15 人(93.8%)，平均强度为 -2.27 ± 1.16 。常规收入情境组中，其中在积极情绪条件下，积极情绪偏向的有 12 人(80%)，平均强度为 5.67 ± 1.50 ；消极情绪条件中，消极情绪偏向的有 13 人(86.7%)，平均强度为 -2.13 ± 1.06 。这说明无论是认知标签或情绪标签的操纵都是成功的。具体见修改稿的蓝色字体部分。

第二轮

审稿人意见：对作者的修改基本满意，但整篇文章的文字表达仍需要调整，其中比较明显的问题已在正文中标示，请作者重视文字表达，并继续对文字进行调整。

回应：感谢专家的肯定与意见，我们非常重视专家指出的文字表达问题，已经重新对全文的文字表述进行调整，务求语言流畅通俗易懂。具体可见修改稿的红色字体部分。

另外对于本文的研究和统计思路也有需要继续思考的地方：

意见 1：现在作者把不符合预定操纵效果的被试都剔除掉了，这样的处理是否合适？我也曾看到过有类似问题的一篇文章：Van de Ven, N., Gilovich, T., & Zeelenberg, M. (2010). Delay, doubt, and decision: How delaying a choice reduces the appeal of descriptively normative options. *Psychological Science*, 21, 568–573. 在这篇文章中它并没有剔除数据，而是把所有数据都列入了分析（参见实验 1 中结果分析第二段的分析），请作者根据自己实验的实际情况谨慎思考数据剔除问题。

回应：感谢专家的意见，我们仔细看了专家提供的参考文献，Van de Ven et al. (2010) 的文章中保留了不符合条件的被试数据，他们解释这样做的原因是避免产生样本自我选择性偏差(This comparison, although statistically significant, is a conservative test of our hypothesis. Four of the 34 participants in the chosen-delay condition did not delay their decision, and 3 of them chose the default. They were nonetheless included in the analysis to ensure that the significant between-condition difference could not be attributed to self-selection.)。但我们推测也可能存在另外一个原因，即该研究不符合条件的被试数据比例太高（21%），删除这些数据后可能会影响到其研究结果。

关于“manipulation checks”这个问题我们仔细考虑过。Oppenheimer, D. M., Meyvis, T., Davidenko, N. (2009). Instructional manipulation checks: Detecting satisficing to increase statistical power. *Journal of Studyal Social Psychology*, 45, 867-872. 曾对“manipulation checks”的问题进行了深入讨论，他们认为很多被试都会因为不认真阅读指导语，从而导致出现不符合实验条件的情况，最后对结果的有效性造成的额外的干扰。(Participants are not always as diligent in reading and following instructions as studyers would like them to be. When participants fail to follow instructions, this increases noise and decreases the validity of their data.)。第一次外审专家 3 也注意到此问题，并建议剔除无效数据后再进行分析（见第一次外审专家 3 的意见 5）。我们比较了剔除无效数据前后的统计结果，研究结果没有显著变化，只是系数稍有细微变化。因此，为了更好地证明是我们要操纵的变量，即心理账户的认知标签和情绪标签对被试的消费决策方式造成了影响，研究中最终还是选择了剔除这些无效数据后的分析结果。同时，我们也在正文相应位置对删除无效数据的原因进行了补充说明。具体可见修改稿红色字体部分。

意见 2: 实验 2a 在研究方法上确实没有进行实验自变量的操纵，并不属于实验法，所以你用“实验 2a”这个表达本身就不太适合，另外在文章的讨论和结果分析部分，作者仍然用了很多因果关系的表述来阐述 2a 的结果，请考虑是否需要调整。

回应: 感谢专家的意见，实验 2a 的确不属于严格意义上的实验设计，此表达方式不太妥当，为了避免异议，我们将其修改为研究 2a，其他实验表述也进行了相应的修改。研究 2a 并没有直接对被试的内疚预期进行操纵，而是通过被试真实的反应（有/无内疚预期）来进行区分，然后再分析不同反应被试在消费决策选择上是否存在差异，结果发现两者的消费选择类型比例差异显著， $\chi^2(1)=19.47$, $p<0.001$ ，产生内疚预期的被试仅有 1.3% 的人会选择享乐消费，98.7% 的被试都会享乐规避；而不产生内疚预期的被试中则有 35% 的被试选择了享乐消费。虽然此研究结果不能直接揭示变量之间的因果关系，但至少可以推论被试的享乐规避行为，有可能是因为对享乐消费产生了内疚预期而导致的。我们已经对表述方式进行修正。具体可见修改稿红色字体部分。

第三轮

审稿人意见:

本文在写作细节和参考文献格式等细节上仍有问题，有些在文中已用黄色标示出来了，但应该不仅限于这些问题，在评审者反复强调写作细节的情况下，仍有诸多明显的细节问题，这是不应该的，评审者也只能看个大概，希望作者可以真的通读全文，为自己的文稿负责，认真修改几遍。

回应: 谢谢专家的批评指正！我们已多次反复通读全文，也许是自己写的很难发现错误，我们请中科院的合作者对细节再次进行了审查，以免再犯类似的低级错误。感谢专家的严谨学术态度，让我们获益匪浅。

另外，对本研究的研究设计有几点思考，供作者在未来的研究设计上参考：

意见 1: 控制组的设定。本研究对情绪的设定主要包括积极情绪和消极情绪，如果为了可以更明确地说明结果，我觉得如果有中性情绪这样的控制组数据，从研究设计上来说应该会更完整。

回应: 谢谢专家的好建议。从研究设计角度来说，增加中性情绪控制组，能更好地分析情绪的主效应中是哪种情绪起到的影响作用更大。我们在开始设计实验时亦曾考虑过此问题。但考虑到现实情况，一般而言人们在获得意外之财或常规收入时都会产生积极情绪，或者由于金钱本身或获得金钱过程带来了消极情绪，似乎比较少存在获得意外之财时情绪没有波动，或保持中性情绪这种情况。在本研究中，加入中性情绪控制组的比较，不会对本研究结论造成太大的影响。但这仍然是一种遗憾，在以后的研究设计中我们尽量考虑这一点。

意见 2: 本研究主要发现，对于意外收入，情绪标签会对个体的消费决策具有显著影响；而对常规收入，情绪标签对消费决策则无显著影响。如果仔细分析研究者对这两个自变量的操纵可以发现一些问题：如研究 1b（因作者在研究 1a 的操纵检测中没有分开来写，所以无法确定），从变量的操纵检测上来看，在意外收入条件下，该研究对情绪标签的操纵都更为有效（无效数据较少），而在常规收入条件下，需要剔除的数据则较多，这是否意味着，从实验操纵本身来说，常规收入条件下，对情绪的操纵可能没有意外收入那么有效，进而导致了在该种条件，情绪标签的作用不显著。

回应: 谢谢专家的建议。研究 1a 的操纵检验已根据专家意见分开来写。如专家所言，两种收入情境的情绪操纵方法不尽相同，因而操纵的结果也会有一定的差异，常规收入情境

下的情绪操纵效果没有意外之财情境下的情绪操纵效果好。为了尽量减少此种影响，本研究最终只采用了操纵成功的数据进行分析，这可以进一步提高数据的有效性。诚如审稿专家所言，常规收入条件下，情绪标签的操纵无效数据较多，这是否说明常规收入本身就不容易受到情绪的影响，进而导致情绪标签的作用不显著。在未来的研究中，我们会更注意这个问题。但研究 1a 与研究 1b 通过两个不同的实验情境与操纵方法，结果皆表明情绪对常规收入的消费决策没有产生显著的影响。因此，我们有理由推断情绪标签对常规收入的影响不显著。

意见 3: 对情绪的操纵方法，未来研究可考虑更多的变式，从目前的操纵来看，尤其研究 1a 和研究 2b 中的操纵，在意外收入下，负性情绪的操纵是通过患病或失业这样的表述来操纵的，这两种操纵在带来负性情绪的同时，无论“患病”或“失业”也意味着金钱的损失，进而改变了个体的消费选择，而在常规收入下，则主要是一些情绪上的操纵或者金钱获得过程的情绪体验，与金钱本身无关。**未来**是否可以考虑，尤其是意味收入条件下，只是通过情绪方面的操纵来变化个体的情绪，而不涉及金钱问题。

回应: 谢谢专家的建议，未来研究我们将进一步仔细考虑情绪的操纵方法，使研究更完美。

第四轮

审稿人意见: 文中仍有一些细节问题需要调整和核实，请作者进一步核查文章的表达和细节。

回应: 专家提到一篇正文中的文献，没有在参考文献中列出，我们已经补充。此外，专家还建议将研究 2 的内疚预期、消极情绪作为预测变量，将享乐规避作为测查变量，我们已经更正。并对细节问题再次进行核实完善。

最后，在针对专家几轮审稿意见逐一修改后，我们对全文进行了多次修改和润色，以使文章表达清晰和逻辑严密。

再次感谢审稿专家和编委老师的严格把关，使得本文质量得到进一步的提升。