

《心理学报》审稿意见与作者回应

题目：网络公益平台默认选项设置对个人捐赠意愿的影响及作用机制

作者：樊亚凤 蒋晶 崔稳权

编委初审

编委意见：按照专栏宗旨，建议作者增加一个研究，体现对行为的具体测量，而不是目前的行为意愿的测量。如果作者同意按照此方式增补研究，专栏收到增补实验后的稿件，可以进入送外审处理。如果作者不同意增加研究，建议按照《心理学报》常规稿件流程处理。

回应：非常感谢编委的意见。我们在认真阅读了编委意见后也仔细检查了文章的原文。我们发现，可能由于我们在写作上存在着表达不清晰的情况而产生了一些误读。具体情况如下：本研究共进行了3个实验，因为考虑到捐赠意愿和实际行为之间可能存在的偏差（Wang & Tong, 2015），我们最初在设计研究时就在实验1中对捐赠行为进行了测量，同时测量了捐赠意愿；而在实验2和实验3仅测量了捐赠意愿。关于我们已经进行了捐赠行为测量这一情况我们在文章中的以下部分（请见黄色高亮部分）进行阐述或者描述，具体如下：

1. 在研究概述部分（第13页），如“本文通过3个实验对以上假设进行了验证。具体而言，实验1验证了主效应，实验2检验了感知被操控的中介作用并对其他可能的解释机制进行了排除，实验3检验了个体道德认同水平的调节作用。为了增强研究的效度和稳健性，本研究采用了学生样本（实验1）和非学生样本（实验2、3）；进行了实验室实验（实验1）和网络实验（实验2、3）；对因变量分别进行了行为（实验1）和意愿（实验2、3）的测量；以及采用了不同的公益信息作为实验材料，如捐赠基金用于建立图书馆（实验1）和准备过冬衣物（实验2、3）”。
2. 在实验1的因变量测量部分（3.2，第14页），如“在选择了愿意捐赠的金额后，被试看到如下一段话“您的捐赠将被转给该公益机构，您的爱心孩子们将会真正感受到！感谢您对孩子的关心！”。最后，被试回答了关于性别、年龄、学历和月支出等人口统计变量问题。实验结束后，实验人员对研究真实目的进行了揭示。选择捐赠的被试领取了扣除了捐赠金额的实验报酬，未捐赠的被试领取了全额实验报酬（¥15元），实验1结束。”
3. 在实验1的数据结果汇报部分（3.3，第14-15页），如“由于实验1因变量的测量包括捐赠意愿（是/否）和捐赠行为（实际金额）两个部分，因此我们分别以捐赠意愿和捐赠金额为因变量进行了假设验证。首先，我们以是否愿意捐赠为因变量（是 = 1，否 = 0），默认选项金额高低为自变量（高金额 = 1，低金额 = 0）进行 Logistic 回归分析。结果显示，默认选择金额的高低对捐赠意愿存在着显著负向影响（ $\beta = -1.41$, $p = .002$ ），即相比于默认选择设置为低金额，将默认选项设置为高金额时，被试更不愿意进行捐赠。接着，我们以捐赠金额为因变量进行单因素方差分析，结果显示与低金额默认组被试相比，高金额默认组被试的捐赠金额更低（ $M_{高金额默认组} = 3.000$ vs. $M_{低金额默认组} = 4.863$; $F(1, 95) = 7.924$, $p < .01$ ），假设1获得了支持。上述结果表明，在公益捐赠领域中默认效应并不存在，即将默认捐赠选项设置为高金额时并不会促进捐赠意愿（行为），反而会引发回火效应。”
4. 文章的结论部分（6，第21页），如“本文通过三个实验探讨了网络公益捐赠平台中默认捐赠金额设置对于个体捐赠意愿的影响及其内在机制和边界条件。研究结果

显示，默认捐赠金额高低的设置显著负向影响个体捐赠意愿，即与低金额默认选项相比，将默认选项设置为高金额时会降低个体的捐赠意愿（实验 1-3）和捐赠行为（实验 1）。”

鉴于上述可能存在的表述不清的情况，我们在此稿中进行了如下修改。对于修改的部分，我们在正文中均以蓝色字体进行区别。具体如下：

1. 在研究概述部分（第 13 页），我们进一步明确了行为和意愿：“对因变量分别进行了捐赠行为（实验 1）和捐赠意愿（实验 1、2、3）的测量；以及采用了不同的公益信息作为实验材料，如捐赠基金用于建立图书馆（实验 1）和准备过冬衣物（实验 2、3）。”
2. 在实验 1 的实验设计部分（3.1，13 页），我们增补了如下内容：“此外，鉴于捐赠意愿和捐赠行为之间存在的偏差（Wang & Tong, 2015）本次实验中不仅测量了被试的捐赠意愿还测量了捐赠行为，其中捐赠行为以被试的实际捐赠金额作为测量，被试在选择了捐赠金额后，其后续的实际捐赠金额将从其最终的实验报酬中扣除。”
3. 在实验 1 的实验流程及测量部分（3.2，第 14 页），我们进一步明确了如下内容：“被试被问及是否愿意从其实验报酬中拿出一部分参与捐赠，选项为是或者否。接着他们被问到愿意捐赠的金额是多少，选项为 5 元、8 元、12 元以及不捐赠；其中不捐赠并未采用“0”的设置是为了避免该数字带来的干扰（Goswami & Urminsky, 2016; Rooij & Teppa, 2014）。不同的是，低金额默认组里的被试看到的默认选项为 5 元；而高金额默认组被试看到的默认选项为 12 元。为了避免顺序效应，我们利用 Qualtrics 的“Randomizer”功能对 5 元/8 元/12 元/不捐赠和 12 元/8 元/5 元/不捐赠两种顺序进行了随机设置。在选择愿意捐赠金额的同时，被试看到如下一段话“您的捐赠将被转给该公益机构，您的爱心孩子们将会真正感受到！感谢您对孩子们的关心！”，这说明被试在选择捐赠金额时已明确知道选择的捐赠金额将从实验报酬中扣除。最后，被试回答了关于性别、年龄、学历和月支出等人口统计变量问题。实验结束后，实验人员对研究真实目的进行了揭示。选择捐赠的被试领取了扣除了捐赠金额的实验报酬，未捐赠的被试领取了全额实验报酬（¥15 元），实验 1 结束。”
4. 在实验 1 结果汇报部分（3.3，第 15 页），我们一方面在正文中进行了明确，如“其次，我们以捐赠金额（即捐赠行为）为因变量进行单因素方差分析，结果显示与低金额默认组被试相比，高金额默认组被试的捐赠金额更低（ $M_{高金额默认组} = 3.000$ vs. $M_{低金额默认组} = 4.863$ ； $F(1, 95) = 7.924$ ， $p < .01$ ），假设 1 获得了支持。”另外一方面，我们增加了一个脚注，补充了我们的实际捐赠金额等内容，具体如下：“在本研究中，捐赠行为以被试的实际捐赠金额进行测量。数据显示，33 名被试选择不捐赠，64 名被试选择捐赠，其中 50 人选择捐赠 5 元，8 人选择捐赠 8 元，6 人选择捐赠 12 元，共扣除捐赠金额 386 元，实际捐赠金额总额为 386 元。实验完成后，该款项被统一捐赠到公益机构。”

第一轮

审稿人 1 意见

意见 1：该文通过三个实验研究了网络公益平台的默认捐款额度对捐赠意愿（实验 1、2、3）和行为（实验 1）的影响。结论是默认额如果过高的话，可能效果适得其反，降低人的捐赠意愿和/或行为。“感知被操控”可能是该效应的一个中介变量，而“道德认同水平”可能起到

调节作用。总体来说，该研究题目有很强的现实意义，研究设计比较合理，研究假设有理论支持，结果比较有意思和意义，可以引发进一步的研究。以下是我的一些评论和意见。

1. 文章反复强调默认效应在非经济选择领域中的研究还不多，而作者的研究弥补了这一不足。这一点我不敢苟同。首先，本文研究的是捐款决策，其本身就可以理解成一个经济性决策。捐款多少必定会受到个人财富多少的限制；其次，从

Johnson & Goldstein (2003) 那篇关于器官捐献的文章开始，已经有了很多关于默认效应在非经济选择领域，尤其是健康领域，中的研究（例如 Chapman, Li, Colby, & Yoon, 2010; Halpern, Ubel, & Asch, 2007）。建议作者适当调整一下关于本文理论和实践贡献方面的描述。

回应：非常感谢审稿专家的意见。我们仔细阅读了文献，发现从理论与文献支持的角度来看，我们对于捐赠属于非经济选择领域的切入点就存在含混不清的情况。虽然现有部分文献已经将捐赠决策界定到非经济决策领域，但正如专家指出的，捐款决策是可以理解成“一个经济性决策，捐款多少必定会受到个人财富多少的限制”。由于现有文献对此界定尚未达成一致意见，同时结合第二位审稿专家的建议，我们重新梳理了本研究对于默认效应领域研究的贡献，不再遵循经济与非经济领域决策的划分，取而代之，我们将其限定在“默认效应在捐赠行为决策领域的理论研究和应用”。这样的修改一方面使我们的研究更加聚焦，研究贡献更加具体，同时也避免了界定上的歧义。具体如下：

“其次，本研究指出默认选项金额高低负向影响个体捐赠意愿，即高金额默认选项对捐赠决策起到了适得其反的默认效应，该结果推进了默认效应在捐赠行为决策领域的理论研究和应用。”（请见正文第 24 页）。

相应地，我们修改了引言、理论与假设推导部分里所有涉及到“经济 vs. 非经济决策”的相关内容。鉴于篇幅过长，我们并未将修改后的内容放在此处，还请专家直接阅读新稿正文的第 4-9 页。

意见 2：对实验 1 有几个问题：（a）被试的实验报酬是 15 元，我想他们在实验前就应该已知道这个数额。在实验中，最高的捐款额度是 12 元，是 15 元的 75%；最低额度是 5 元，33%。如果我是被试，来实验室做实验，到最后只拿到应得报酬的 25% 而且只有 3 元，内心多少会有些不满……默认额度“高”与“低”应该如何界定？在被试心中应该是个相对值（e.g., 应得报酬的 75% vs 33%，或者个人收入的 $x\%$ vs $y\%$ ）？还是个绝对值（e.g., 12 元 vs 5 元）？作者在本文中默认是后者，但有很多研究支持前者；（b）作者写到“被试被问及是否愿意从其实验报酬中拿出一部分参与捐赠，选项为是或者否。接着他们被问到愿意捐赠的金额是多少，选项为 5 元、8 元、12 元以及不捐赠”（pg. 14）。所以在程序上，被试在回答捐赠意愿之前并没有看到捐赠金额选项，但为什么他们的捐赠意愿会受到捐赠金额选项的影响呢？这在因果关系上好像不太成立；（c）鉴于实际捐赠值的范围比较大（0-12 元），汇报结果时建议给出每组的捐赠值分布和中值，而不只是平均值。

回应：非常感谢审稿专家的意见。针对专家的三点意见，我们的回复如下：首先，关于意见（a）提及的默认金额是绝对值还是相对值的问题：在最初设计实验时，我们并没有严格地把“高、中、低”三个水平作为相对值或绝对值来设置，我们认为无论是 5 元 vs. 8 元 vs. 12 元这样的绝对值的比较还是相对于 15 元每个金额的相对值 33% (5 元) vs. 53% (8 元) vs. 75% (12 元)，对于被试来讲，他们都是低、中、高三个水平，因此我们在实验 1 里采用和其他默认效应研究的论文（如：Goswami & Urminsky, 2016¹）一致的操控方法，即采用了数值对自

¹ Goswami, I., & Urminsky, O. (2016). When should the ask be a nudge? The effect of default

变量默认金额进行操控。但正如专家所指，这样的设计并不能排除部分被试会从相对值入手去进行决策，从而引发实验结果的偏差。因此，我们认同专家意见并做了如下修改：（1）结合本专家意见 5 里的田野实验建议，我们做了一个田野实验，并作为实验 2 放在新稿中。在新实验 2 中，我们没有实验报酬的问题，因此也没有金额的上限。那么对于默认金额的操控就是金额本身，不会涉及到被试可能会因为计算相对值而影响实验结果的情况；其研究结果与实验 1 相同，都验证了主效应的存在，在一定程度上排除了实验 1 可能存在的相对值问题对实验结果所造成的影响；（2）相应的，我们在新实验 2 的研究设计部分对此进行了讨论和陈述，具体如下：

“实验 2 在研究设计上做了如下改进：首先，实验 1 中的被试的捐赠金额是在参加实验的报酬里扣除，因此被试有可能会从相对值出发进行捐赠决策，从而产生实验误差。实验 2 是田野实验，没有涉及实验报酬问题，因此不存在相对值问题，也就避免了相应的实验偏差”（请见正文第 13-14 页）。

其次，关于意见（b）提及的捐赠与否与捐赠金额的程序安排问题：在实验 1 的设计之初，我们考虑的是既要测量意愿又要测量行为，因此就在实验 1 里的因变量测量部分分别测量了意愿（是否愿意捐赠）和行为（具体的捐赠金额）。但是当对意愿和行为，尤其这个行为是网络捐赠，进行测量时，就存在了两个测量的顺序问题。对此，我们也是有些困惑。如果我们把默认捐赠金额放在意愿的前面，那么这个意愿的测量就是冗余的，因为被试如果已经选择了金额，就没有必要再让他们进行意愿与否的测量了。因此，当时我们就执行了实验 1 的实验流程，即将意愿测量放在了金额之前。但同时我们将捐款活动的文字描述、因变量 1 的题项（即意愿）、因变量 2 的题项（即行为）等内容都放在了同一个网页上，使得被试在回答这些测项时能够一起进行决策，尽量避免两者之间的相互影响。我们认可专家的意见，即使我们做了上述安排，也不能完全排除该问题对实验结果的影响。我们因此做了如下修改：

（1）结合本专家意见 5，我们做了一个田野实验直接测量默认金额对消费者捐赠行为的影响，并作为实验 2 放在新稿中。在新实验 2 里，我们只测量了行为，没有同时测量意愿和行为，实验结果和实验 1 结果相同，均验证了主效应，同时可以在一定程度上排除了同时测量意愿和行为时彼此的干扰；（2）相应的，我们在新实验 2 的研究设计部分就此问题进行了讨论和陈述，具体如下：

“其次，实验 1 里同时测量了意愿和行为，两个测量顺序之间可能会产生混淆影响。为了避免该问题再次出现，实验 2 里仅测量了捐赠行为”（请见正文第 14 页）。

最后，关于（c）涉及的捐赠金额范围比较大的问题：我们认同审稿人意见，在新稿中对实验 1、新实验 2、实验 3（即原实验 2）、实验 4（即原实验 3）里的相应部分进行了补充，具体内容请见表 1—表 4（请见正文第 13 页、第 15 页、第 18 页、第 22 页）。

意见 3：在所有三张图中，请在所有结果上加上 error bars，standard deviation 或者是 standard error。

回应：非常感谢审稿专家的意见。根据专家意见，我们在每个实验的结果汇报部分补充了 standard deviation (SD)。但由于结果图空间有限，我们只在文中进行了添加，详见第 18 页和 21 页。值得注意的是本文的因变量捐赠金额不是连续变量，如 5、10、15，导致了 standard deviation 都较大。

意见 4: 作者在实验中收集了被试的个人收入信息，但分析了这一变量对结果的影响吗？个人收入在一定程度上反映了捐款额对个人财政的影响。如果从这个角度来看捐赠的话，个人收入有可能对捐款意愿/行为有中介甚至是调节作用。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。本研究中，在每个实验的最后我们都对人口统计变量进行了测量，包括性别、年龄、教育程度、月均支出等。除了田野实验外，我们都运用多项 Logistic 回归分析针对各个人口统计变量对捐款意愿/行为的影响进行了检验，结果显示性别、年龄、教育程度和月均支出对捐赠意愿/行为均不存在显著影响。鉴于文献篇幅有限，相关分析结果并未放入原稿中。具体信息如下：

以月均支出和原稿实验 2 为例：以捐赠 15 元为对比参照组，月均支出（6 个水平）为自变量，捐赠金额为因变量（4 个水平）进行多项 Logistic 回归，结果显示：模型拟合不显著（ $p = 0.36$ ），三个伪 R 方值均较小（如 cox and Snell = 0.171），模型似然比检验不显著（ $p = 0.36$ ），这表明月均支出对于解释捐赠意愿/行为的贡献不显著，因此排除了月均支出或收入的影响。

意见 5: 最后，由于三个实验中只有一个涉及实际捐款行为（实验 1），而该实验的被试只是学生而且还有可能受到上面 2a 问题的困扰，建议在未来研究方向上提一下如何克服这些问题，如何在田野实验中检验本文中的三个假设。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。根据专家建议，我们在原有实验的基础上重新完成了一个田野实验。我们与所在学校的 MBA 学生联合会合作，面向在职 MBA 学生发起了“冬日温暖”公益活动，具体内容是呼吁 MBA 学生捐款为学校后勤集团的工作人员购买保温用品，捐赠活动持续了一周（2017 年 12 月 26 日- 2018 年 1 月 2 日）。该实验目的是验证默认金额高低对消费者捐赠行为的影响。因为是田野实验，我们仅验证了主效应，没有验证其他效应。因此在新稿中，我们将其放在了实验 1 之后做为新实验 2，原有的实验 2 和 3 顺延为实验 3 和实验 4。此外，由于新实验 2 的篇幅较大，我们没有将其放到《修改说明》里，还请专家直接阅读新稿正文的第 13—15 页。

审稿人 2 意见

本研究探讨默认的捐助金额对个体捐赠意愿的影响。该研究发现，将默认选项的金额设置为较高金额时，人们的被操控感知增强，从而会降低捐赠意愿，即产生默认回火效应。此外，个体道德认同水平对该效应起调节作用。研究具有一定的理论意义和现实意义，但也存在以下问题。

意见 1: 本文的前言部分特别冗长，有许多与研究假设关联较弱的内容，还有不少重复之处。从“1 引言”一直到“2.2”的“在默认效应与行为决策研究背景下”之前，几乎没有阐述变量之间的关系。因此，建议将这些部分进行大量的精简。

回应: 非常感谢审稿专家的建议。根据专家建议，我们在新稿中进行了精简和重新梳理，一方面加强了假设推导的理论与文献支持，另一方面将冗余且关联不大的文献进行了精简。在目前的新稿中，引言与理论回顾部分的安排如下：

在“引言”部分，我们将内容归纳在 3 个段落里面，其中第一个段落陈述了本研究的现实背景，从而引出本研究的研究意义；第二个段落进行了相关文献的归纳，提出了本研究的定位和切入点；第三个段落提出了本研究的研究问题和相应的理论意义。

在“理论回顾与假设提出”部分，我们根据研究框架梳理了三个标题的内容，即 2.1 选择集呈现方式、默认选项与默认效应，2.2 捐赠金额默认选项、感知被操控与捐赠意愿，2.3

个体道德认同水平的调节作用。其中 2.1 梳理了本研究的理论背景，2.2 根据理论背景与文献推导了假设 1（主效应）和假设 2（中介效应），2.3 根据理论背景推导了假设 3（调节效应）。

囿于篇幅的限制，还请审稿专家直接阅读新稿正文第 4-10 页。

意见 2：在推导假设的过程中，建议作者基于已有研究明确写清楚：（1）“默认效应”是什么；（2）简略介绍“默认效应”的经典研究；（3）“默认效应”的机制是什么；（4）“默认回火效应”是什么；（5）“默认回火效应”的机制是什么；（6）何时产生“默认效应”、何时产生“默认回火效应”。对于上述内容，在目前的版本中，有些没有，有些内容出现的位置不当。例如，在这句话之前（“最后是现有研究对于默认选项影响行为决策的解释机制尚未明确，且缺乏严谨的实证研究进行验证”），没有提到任何关于“默认效应”的机制，而在之后的 2.3 部分，阐述了“默认效应”的机制。

回应：非常感谢审稿专家的意见。我们仔细阅读了原稿，发现的确存在上述混杂不清的情况。我们按照专家的建议，在新稿中重新梳理了本研究所关注的默认效应相关文献，并依据上述逻辑链进行了写作。在新稿中，我们将上述内容放入了第 2.1 节，即“2.1 选择集呈现方式、默认选项与默认效应”。囿于篇幅的限制，还请审稿专家直接阅读新稿正文第 6-8 页。

意见 3：我不太倾向于用“默认回火效应”来表述 backfire default effect，对读者来说很难理解。建议用更容易理解的短语表达。

回应：非常感谢审稿专家的意见。根据专家建议，我们在新稿中将“默认回火效应”修改成为“默认效应反作用”，力求让读者更容易、直接、清晰的理解该短语的含义。

意见 4：本文的最大问题是，没有讲清楚 H1 背后的原因。作者从经济与非经济选择的差异入手，认为经济选择中出现的效应不会出现在非经济选择中，所以，默认效应不会出现在捐赠行为中。这一逻辑站不住脚。第一，关于默认效应最经典的研究是器官捐赠，器官捐赠并不是最典型的经济选择。第二，本研究所关注的捐钱行为，对于捐赠者而言，尽管会考虑他人的福祉，但也会关注个体的经济付出，因此，捐钱行为也和经济选择有关。第三，即使经济选择中所出现的禀赋效应和损失规避效应等鲜有出现在非经济选择中，但这并不能推出在经济选择中普遍存在的默认效应也会鲜有发生于非经济选择领域。因此，作者需要重新推导 H1。我的意见是，H1 和 H2 是息息相关的，H2 解释了 H1 为何成立，因此，可以将这两部分的内容合在一起阐述。

回应：非常感谢审稿专家的意见。我们仔细阅读了文献，发现从理论与文献支持的角度来看，我们对于捐赠属于非经济选择领域的切入点就存在含混不清的情况。虽然现有部分文献已经将捐赠决策界定到非经济决策领域，但正如专家指出的，捐款决策是可以理解成“一个经济性决策，捐款多少必定会受到个人财富多少的限制”。由于现有文献对此界定尚未达成一致意见，同时结合第一位审稿专家的建议，我们重新梳理了本研究对于默认效应领域研究的贡献，不再遵循经济与非经济领域决策的划分，取而代之，我们将其限定在“默认效应在捐赠行为决策领域的理论研究和应用”。这样的修改一方面使我们的研究更加聚焦，研究贡献更加具体，同时也避免了界定上的歧义。同时，我们根据专家建议，将假设 1 和假设 2 的推导放在了一个小节里进行阐述，力求逻辑上清晰、内容上详实。

在新稿中的“理论回顾与假设提出”部分，我们根据研究框架梳理了三个标题的内容，即 2.1 选择集呈现方式、默认选项与默认效应，2.2 捐赠金额默认选项、感知被操控与捐赠意愿，2.3 个体道德认同水平的调节作用。其中 2.1 梳理了本研究的理论背景，2.2 根据理论背

景与文献推导了假设 1（主效应）和假设 2（中介效应），2.3 根据理论背景推导了假设 3（调节效应）。囿于篇幅的限制，还请审稿专家直接阅读新稿正文第 6-10 页。

此外，因为新稿不再从经济 vs. 非经济决策入手来讨论本研究对默认效应的研究，因此在“理论贡献（即 7.1）”部分，我们也进行了部分修订，强调了（1）“本研究从一个全新的视角提出捐赠金额默认选项设置是影响个体捐赠行为的一个重要因素，研究结果丰富了捐赠行为决策影响因素的理论研究”；（2）“本研究指出默认选项金额高低负向影响个体捐赠意愿，即高金额默认选项对捐赠决策起到了适得其反的默认效应，该结果推进了默认效应在捐赠行为决策领域的理论研究和应用”。囿于篇幅的限制，还请审稿专家直接阅读新稿正文第 23-24 页。

意见 5：作者需要先讲清楚现有研究如何解释“默认回火效应”，然后论述本文提出的“被他人操纵的感知”与现有的解释是什么关系。是一种全新的解释？还是与现有解释在逻辑上是一脉相承的？

回应：非常感谢审稿专家的意见。根据专家建议，我们在新稿中做了如下修改：

首先，我们在 2.1 节（即“选择集呈现方式、默认选项与默认效应”）进行理论背景梳理时阐述了默认效应和默认效应反作用，侧重于默认效应会产生反作用的条件（请见正文第 8 页）及其理论支持（即市场元认知，Brown & Krishna, 2004;或劝说知识,Wei, Fischer & Main, 2008），为后续推导中介机制打下了理论基础。

其次，基于上述理论背景，我们在 2.2 节（即“捐赠金额默认选项、感知被操控和捐赠意愿”）进行了主效应和中介效应的推导。本研究提出的“被操纵感知”中介机制指的是消费者感知到广告主试图通过不合适、不公平或者刻意操纵的方式来说服他们时所产生的心理感知（Boush, Friestad, & Rose, 1994）。在捐赠场景中，当默认捐赠金额设置为高金额时，捐赠者会认为公益机构试图通过事先勾选的隐蔽方式来说服其捐赠更多的金额，从捐赠者的角度来看这种不公平的说服方式妨碍了自己的捐赠主动性，产生一种被操控感知（Cotte, Coulter, & Moore, 2005; Goswami & Urminsky, 2016）。捐赠者为了保持其在捐赠中的主动性和自由感很可能会“反其道而行”，进而拒绝选择高金额默认选项甚至拒绝捐赠。该解释机制与前人关于“默认效应反作用”的解释核心都是消费者把商家默认选项的设置解读为一种不公平的劝说方式，进而引发了反感，二者之间是一脉相承的关系。

囿于篇幅的限制，还请审稿专家直接阅读新稿正文第 6-9 页。

意见 6：本文投的是“以小拨大”专栏，该专栏特别注重在真实的生活情境中揭示行为决策领域的效应。本研究中的三个实验看上去都是在实验室进行的，即使测量了捐赠行为，但这些行为都是发生在实验室中的。研究所揭示的效应是否能推广到现实生活中还有待考察。建议作者增加一个真正的现场研究。例如，和校园中某次捐款活动的负责单位联系，在给潜在捐赠者发放的捐赠请求邮件中，操纵默认选项的金额大小，并考察捐赠率、捐赠金额等。

回应：非常感谢审稿专家的意见。正如审稿人所言，实验室的研究结论需要放在现实生活中进行考察。根据专家建议，我们在原有实验的基础上重新完成了一个田野实验。我们与所在学校的 MBA 学生联合会合作，面向在职 MBA 学生发起了“冬日温暖”公益活动，具体内容是呼吁 MBA 学生捐款为学校后勤集团的工作人员购买保温用品，捐赠活动持续了一周（2017 年 12 月 26 日-2018 年 1 月 2 日）。在田野实验中，我们利用微信公众平台发送活动链接。同时，在链接内容中我们通过 Qualtrics 对高低默认金额进行了操控，其目的是验证默认金额高低对消费者捐赠行为的影响。因为是田野实验，我们仅验证了主效应，没有验证其他效应。因此在新稿中，我们将其放在了实验 1 之后做为新实验 2，原有的实验 2 和 3 顺延为实

验 3 和实验 4。此外，因为新实验 2 的篇幅较大，我们没有将其放到《修改说明》里，还请专家直接阅读新稿正文的第 13-15 页。

意见 7: 实验一采用了以下两种顺序：（1）5 元/8 元/12 元（默认）/不捐赠；（2）12 元（默认）/8 元/5 元/不捐赠。顺序可能也会对捐赠产生影响。例如，在第二种情况下，默认选项在起始位置是比较常见且比较自然，而在第一种情况下，默认选项 12 元在中间位置，这样可能会使得被操纵感增强。请进一步阐述选项顺序设置的依据。此外，作者都是用“不捐赠”的汉字来代表“0”元的设置，请进一步解释这样设置的理由。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。针对专家提出的 2 个问题，我们回复如下：

首先，关于顺序问题：在实验设计之初，我们考虑到了顺序效应，因此在实验 1 中采用了传统的随机方法，即利用 Qualtrics 的功能对 5 元/8 元/12 元/不捐赠和 12 元/8 元/5 元/不捐赠两种顺序进行了随机设置，出现了四种情况随机情况，如高默认金额组（1）5 元/8 元/12 元（默认）/不捐赠；（2）12 元（默认）/8 元/5 元/不捐赠；低默认金额组（1）5 元（默认）/8 元/12 元/不捐赠；（2）12 元/8 元/5 元/（默认）/不捐赠。之所以采用这样的随机设置，是为了消除顺序效应的影响，即选项金额排列顺序是从高到低或是从低到高可能会对捐赠意愿产生影响。对此，我们以脚注的形式进行了说明（请见正文第 12 页）。

同时，尽管采用了上述随机方式排除了金额顺序（即“高中低”或“低中高”）的潜在影响，但整体设计除了要考虑上述金额顺序问题还要考虑默认选项（高 vs. 低）问题，这样双重考虑难免会产生审稿人意见中提到的问题。在此次修改中，考虑到之前的三个实验都已控制了顺序效应的影响，我们在新的田野实验中（即新实验 2）不再考虑顺序效应的影响，在高金额组或低金额组都只采用了一种顺序，默认选项都出现在了起始位置，较好地解决了上述问题。对此，我们在实验 2 的研究设计部分进行了陈述，具体如下：

“最后，实验 1 里对捐赠金额默认选项的顺序进行了随机处理以排除顺序效应，实验 2 不再考虑顺序效应的影响，在高 / 低组都只采用了一种顺序，即默认选项都在起始位置出现，使得金额设置的高低顺序更贴近现实情况。”（请见正文第 14 页）。

其次，关于“不捐赠”来代替“0”的问题：在实验 1 里，我们的自变量是默认捐赠金额，对此的操控我们采用了低（5 元）、中（8 元）、高（12 元）三个水平。如果把不捐赠选项作为 0 来显示，可能会让被试认为金额选项有“0、5、8、12”四个水平，也就是说 5 元不是低水平了。出于这样的考虑，我们用文字“不捐赠”代替了“0”，放在 4 个选项里。对此，在原始稿件中，我们是这样表述的，“其中不捐赠并未采用“0”是为了避免该数字带来的干扰作用（Goswami & Urminsky, 2016; Rooij & Teppa, 2014）”（见原稿正文第 14 页）。鉴于专家的质疑，同时我们也认为我们的表述过于笼统，因此在新稿中，我们做了如下修改：

“其中不捐赠并未采用“0”是为了避免该数字带来的干扰作用，如被试可能将“0”误认为是最低金额选项从而影响实验结果（Goswami & Urminsky, 2016; Rooij & Teppa, 2014）”（见正文第 11 页）。

意见 8: 实验二中，被试先回答捐赠意愿（因变量），再回答感知被操控（中介变量），这样会使得中介变量的测量受到因变量的影响。有可能是捐赠意愿的高低导致了被他人操控的感知的差异。应该先测中介变量，再测因变量，或者对中介变量和因变量的测量顺序进行平衡。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。由于受到研究情景的制约，实验 2 中的自变量操控与因变量测量是紧密联系在一起，其中自变量是捐赠金额选项中默认金额的高 vs. 低，因变量是被试在捐赠金额选项中选择了哪一选项，二者很难分离开。例如，下图为原稿实验二调查问卷的截图：

减衣奔跑挑战·贡献XX公益基金温暖包

2016年12月16日，由XX基金、XX天气通联合XX节目共同发起的“减衣奔跑挑战”正式上线启动，活动呼吁大家在参与线下减衣奔跑活动的同时，在线上为XX基金温暖包项目贡献一份力量，帮助灾区困境儿童过冬。

致敬温暖行动六年 小坚持有大意义

2016年是XX基金温暖包开展的第六年。今年冬天，XX基金在全国22个省（自治区、直辖市）为受灾害影响的儿童和困境儿童发放71500个温暖包，帮助孩子们抵御严寒、温暖过冬。2011年以来，XX基金温暖包项目已累计惠及超过31万名儿童受益，共有5000家（次）公益组织动员了60000人次志愿者参与温暖包的运输、分装和发放活动。

六年来，曾经零散的爱心团队逐渐成长为专业的公益机构，爱心延续；曾经的受益儿童长大成为公益行动的志愿者，助人自助；曾经的路人甲乙丙丁因为温暖包而开始关注困境儿童，变成他们成长中的长期支持者。点滴的坚持让更多人投入到关注灾后地区儿童和困境儿童的行动中来。每一次小坚持，都有大意义。

期待您的行动。

您愿意捐赠

- 15元
- 10元
- 5元
- 不捐赠

非常感谢您对孩子们的关心，真诚地祝你一切顺利！

如上图所示，如果要把中介变量的测量置于自变量和因变量之间，则需要先让被试看到捐赠金额设置(上图 15 元/10 元/5 元/不捐赠)，然后要求被试回答关于中介变量的测项，随后再让被试看到捐赠金额设置同时选择想要捐赠的金额（上图 15 元/10 元/5 元/不捐赠）。这样的流程安排可能有悖于现实生活中人们做决策的习惯，继而影响实验效果。同时，在自变量操控后先测量因变量再测量中介变量这一做法在文献中也出现过（如郑晓莹，彭泗清，彭璐璐，2015）。综合以上原因，我们在原实验 2 中先测量了因变量再测量中介变量。

我们仔细考虑了专家评审的建议，如果我们不能改变现有流程，也应该“对中介变量和因变量的测量顺序进行平衡”。我们认同这个建议，也感谢专家评审的建议。在新稿中，我们在本研究局限里对此问题进行了讨论，希望能够弥补这一不足。具体如下：

“第二，本研究在验证感知被操控的中介作用时，首先让被试完成因变量（捐赠意愿）的测量，其次再让被试回答关于感知被操控的题项。这一流程设置可能会使得感知被操控的测量受到了因变量测量的影响，进而影响实验实验结果。因此，为了提升研究的严谨性，在未来的研究中，我们可以尝试先测量中介变量再测量因变量或者对中介变量和因变量二者的测量顺序进行平衡”（请见正文第 27 页）。

意见 9：实验二未交待为何选择情绪和个人逆反特质作为潜在的中介变量。个人逆反特质看起来更像是一个调节变量。作为一种人格特质，它应该还是比较稳定的，不会轻易受到环境因素（如默认选项的金额大小）的影响。在进行中介分析时，为何将情绪作为协变量？应该报告不加协变量的中介分析结果。

回应：非常感谢审稿专家的意见。针对专家的两点意见，我们的回复如下：

首先，针对个人逆反特质相关的问题，我们的回复如下：我们认同审稿专家的意见，个人逆反在大多数情况下都是人格特质，比较稳定，不会轻易受到环境因素的影响。但近期一些消费行为研究发现逆反特质会被被情景因素激发，继而影响其后续的消费决策。例如，Levav 和 Zhu（2009）研究发现，当个人感知到空间受限（如：走在狭窄的超市过道）时，他们的逆反心理(reactance)会被激发出来，继而他们会选择独特性产品（如：选择平时不会尝试的独特口味的糖果）。在这些前人研究的影响下，我们推测当被试产生被操控感知时也

可能会激发被试的逆反心理，继而导致适得其反的捐赠行为。由于从文献看存在这样一种可能的解释机制，因此我们在实验 2 里进行了排除，期望研究结论更加稳健。

在获得了专家意见后，我们仔细阅读了原始稿件，发现我们对上述问题和思路的表述不够清晰和完整，如在提出该潜在中介变量时没有提供相应的理论与文献支持；构念表述上不够准确，将所研究的逆反心理写成个人逆反特质等。因此，在新稿中，我们做了如下修改：

(1) 在实验 3（即原实验 2）里测量逆反心理的地方补充了它是潜在中介变量的相关文献；

(2) 在变量测量和结果汇报部分进一步明确该构念是“逆反心理”而不是“个人逆反特质”，避免歧义。具体内容如下：

“在逆反心理方面，前人研究表明个体的逆反心理可能被情境激发，继而导致适得其反的行为（Levav & Zhu, 2009）。高金额默认选项设置作为一种情境因素，往往被看作是一种不公平的说服方式，可能会激发个体的逆反心理，进而降低捐赠意愿。因此，我们采用了 Hong 心理逆反量表的 7 个问项（1=非常不同意 7=非常同意）对被试的由情境激发的逆反心理进行了测量（Cronbach's $\alpha = 0.769$ ；Hong Psychological Reactance Scale, HPR, Hong & Faedda, 1996）。”

其次，针对情绪相关的问题，我们的回复如下：大量前人研究指出，当对自变量进行操控时会经常引发消费者的情绪变化，该变化有可能会后续行为的变化。因此，我们在原实验二中对情绪进行了测量并检验其潜在中介作用。但是，我们在原稿中对测量和检验情绪潜在中介作用的原因并未作出充分的论述，因此导致了表述不够清晰完整的问题。在新稿中，我们对针对这一问题进行了修改。在实验 3（即原实验 2）的变量测量部分，我们将测量情绪的理论文献支持进行了补充，具体内容是：

“在情绪方面，前人文献中对自变量的操控经常会引发个体的情绪变化，继而导致其后续的行为决策发生变化（丁瑛 & 宫秀双, 2016）。而相比于低默认金额选项，高默认金额选项可能会引发个体的负面情绪，进而降低其捐赠意愿。因此，我们推测情绪是一个潜在的中介变量。我们测量了被试的情绪，要求被试在一个测项的 7 级量表上（1=非常糟糕，7=非常好）对此时的心情进行打分（毕圣, 庞隽, & 吕一林, 2016）”（请见正文第 17 页）。

原实验 2 结果表明，情绪并不会影响个体的捐赠意愿，因此中介作用也就不存在（见正文 19 页）。非常抱歉，我们在原稿中针对情绪检验的汇报结果不完整，我们只汇报了情绪和逆反心理对捐赠意愿的影响（不显著），缺少了汇报高低默认金额选项对情绪和逆反心理检验结果。我们对缺失的部分进行了添加，具体如下：“回归分析检验结果显示，高低默认金额选项对情绪存在显著影响（ $\beta = -0.376, t = -1.98, p = 0.051$ ），对逆反心理不存在显著影响（ $p > 0.1$ ）”（见正文 19 页）。由于自变量对情绪存在显著影响，所以我们在检验感知被操控的中介作用时把情绪作为了协变量。根据专家建议，我们对中介作用检验结果重新进行了汇报，报告了不加协变量的中介检验结果，具体内容是：

“其次，我们对感知被操控的中介作用进行了检验。本研究以捐赠意愿作为因变量，默认选项金额作为自变量，感知被操控作为中介变量，进行以样本量为 5000 的 Bootstrap 中介检验（Hayes, 2012; Preacher & Hayes, 2004）。结果显示，在 95% 的置信区间下，感知被操控的中介检验结果汇总不包含 0（LLCI = -0.912, ULCI = -0.021），效应量大小为 -0.325，这表明感知被操控的中介作用显著。在控制了感知被操控这一变量后，自变量对因变量的影响依旧显著（ $\beta = -1.55, p = 0.021$ ），可见感知被操控起到了部分中介作用，H2 得到了支持。”（见正文 19 页）。

意见 10: 实验二和三中的注意力检查是什么？文中没有交代。另外，回答时间过长和过短的标准是什么？

回应：感谢审稿专家的意见。针对专家的两点意见，我们的回复如下：

首先，针对什么是注意力检测的问题：被试是否认真回答实验问题会对数据结果产生影响，因此在消费行为实验中经常会测量被试的注意力程度，并用该结果做为有效数据的筛选标准。鉴于上述原因，本研究在实验 2 和实验 3 里借鉴了前人研究中常用的注意力检测测项（Instructional manipulation check, IMC, Oppenheimer, Meyvis, & Davidenko, 2009）对被试进行了测量，并根据该结果对有效问卷进行了筛选，其筛选结果以脚注的形式进行了汇报。然而，对于上述情况，我们在原始稿件中并未描述清楚，是我们的不足之处。在新稿中，我们对此进行了修订，具体内容如下：

“最后，被试是否认真回答实验问题会对数据结果产生影响，因此在消费行为实验中经常会测量被试的注意力程度，并用该结果做为有效数据的筛选标准。本研究借鉴了前人研究中常用的注意力检测测项（Instructional manipulation check, IMC, Oppenheimer, Meyvis, & Davidenko, 2009）对被试进行了测量，要求被试在“请不要回答此问题（七级量表）”题项上进行勾选，其中勾选了此题项的被试将被剔除”（请见正文第 17 和 21 页）。

其次，针对回答时间长短的标准问题：本研究针对原稿的三个实验运用被试的完成时间长短作为清理样本的标准，时间过短或过长的被试被视为没有认真回答问卷。实验 1 在实验室环境下进行，由于是现场实验，实验连续性较好，不存在中间打断的情况，因此也不存在完成时间过长的情况，因此，我们在筛选时只删减了完成时间过短的样本，即完成时间低于平均完成时间 1/3 的样本；对于实验 3 和实验 4，由于是网络问卷，被试完成时间不受实验人员控制，可能存在中间被打断导致完成时间过长的情况，因此我们不仅删减了完成时间过短的样本（低于平均完成时间 1/3）也删减了完成时间过长的样本（长于 1 个小时）。鉴于篇幅有限，同时也参照了以往心理学报文章关于根据完成时间来删减样本的写法（如王紫薇 & 涂平，2015），我们在相应脚注中只写了完成时间过短或过长及相应人数，并未列出具体细节。

意见 11：实验三未提供对道德认同水平操纵是否有效的证据。

回应：非常感谢审稿专家的意见。实验 3 里我们对道德认同水平的操控采用了前人的操控方法（Wang & Tong, 2015），但是该操控方式在这些前人研究里并未提供相应的操控检验方法或其他证明操控有效的证据。我们在借鉴该操控方式时，其实是运用了 Aquino 和 Reed（2002）的道德认同量表进行了测量，只是为了和前人研究保持一致就并未将操控检验结果放到原始文稿中。根据专家意见，我们在新稿中对此进行了补充，放到了实验 4（即原实验 3）的结果汇报的位置。具体如下：

“首先，我们对道德认同水平进行了操控检验。T 检验结果显示，高道德水平组的道德认同水平高于低道德水平组（ $M_{高道德}=4.83$ $SD=0.64$ vs. $M_{低道德}=4.63$ $SD=0.87$, $t=-1.83$, $p=0.068$ ）的道德认同水平，达到边际显著。该结果说明本研究对道德认同水平的操控是成功的”（请见正文第 21 页）。

同时，我们在变量测量部分就该操控及其测量方式进行了陈述，具体如下：

“关于这一操控方法，文献并未提供相应的操控检验方法或其他证明操控有效的证据。但是为了增强研究的严谨性，我们增加了操控检验，运用了 Aquino 和 Reed（2002）的道德认同量表对被试的道德认同水平进行了测量。该量表包括...”（请见正文第 20 页）。

意见 12：还需提供以下几方面的数据：

意见 12-1：统计检验的效应量。

回应：非常感谢审稿专家的意见。根据专家建议，我们在新稿中的针对全文的统计检验添加了相应的效应量，具体请见全文实验结果分析部分。

意见 12-2：按照作者的假设，首先应分析默认高金额是否反而会使得选择该选项的可能下降。即分析各个条件下，默认选项是否可以增加或减少个体选择该选项的可能性，并提供相应的描述统计。

回应：非常感谢审稿专家的意见。根据专家建议，我们在新稿中相应位置添加了详细的描述性统计数据结果，其中包括了各个条件下捐赠金额人数的分布情况。此外，我们还在描述性统计结果后添加了卡方检验结果。其中实验 1 请见正文第 13 页表 1；实验 2 请见正文第 15 页表 2；实验 3（即原实验 2）请见正文第 18 页表 3；实验 4（即原实验 3）请见正文第 22 页表 4。

意见 12-3：比较各个条件下的捐赠率（是否参与）。

回应：非常感谢审稿专家的意见。根据专家建议，我们在新稿中相应位置添加了详细的描述性统计数据结果，其中包含了各个条件下的捐赠率。其中实验 1 请见正文第 13 页表 1；实验 2 请见正文第 15 页表 2；实验 3（即原实验 2）请见正文第 18 页表 3；实验 4（即原实验 3）请见正文第 22 页表 4。

意见 12-4：比较各个条件下愿意捐赠的被试的平均捐赠金额（除去不捐赠的人）。

回应：非常感谢审稿专家的意见。根据专家建议，我们在新稿中的相应位置添加了低默认金额组、高默认金额组 and 对照组每组的捐赠人的平均捐赠额。其中实验 1 请见正文第 13 页表 1；实验 2 请见正文第 15 页表 2；实验 3（即原实验 2）请见正文第 18 页表 3；实验 4（即原实验 3）请见正文第 22 页表 4。

意见 12-5：再比较各个条件下总体平均捐赠金额（包含不捐赠的人）。该研究选项设置的金额间距过大，尤其在实验一中选项设置不等距离，且看起来并不是正态分布，故至少应提供频数上数据和相应的非参数检验才更有说服力，也可考虑采用中位数分析更为合适。

回应：非常感谢审稿专家的意见。根据专家建议，我们在新稿中的相应位置添加了更为详细的描述性统计结果，包括了每组中选择不同金额的人数分布和卡方检验结果。其中实验 1 请见正文第 13 页表 1；实验 2 请见正文第 15 页表 2；实验 3（即原实验 2）请见正文第 18 页表 3；实验 4（即原实验 3）请见正文第 22 页表 4。

意见 13：正文中文献引用的标点符号格式不统一，中文文献引用格式不够标准，文末参考文献未按要求格式排列。

回应：非常感谢审稿专家的意见。对于我们没有仔细而严谨地进行文献的引用和书写所导致的问题，我们深感抱歉。在新稿中，我们对标点符号、措辞、文献引用以及参考文献列表等部分都进行了修改，使其符合学术写作规范。

意见 14：存在多处错别字和不通顺语句，例如，“个人捐赠行为不会收到高金额默认选项的影响”；“他们相反提出默认选项在某些……”；“外部环境的影响是指外部事件通过影响捐赠者对募款活动重要性的感知从而影响其捐赠意愿，如汶川地震”等等。

回应：非常感谢审稿专家的意见。由于笔者的马虎造成了多处错别字和语句不通顺等错误，我们深表歉意。在新稿中，我们除了对上述审稿专家提出的问题进行了修订，也对文章中其他部分里的错别字和不通顺语句都进行了修改，使其符合学术规范。

其他修订

1. 在初稿形成时，在现在的实验 3（即原实验 2）中，笔者误把高金额组和对照组人数写错，在本次按照审稿人意见进行描述性统计结果汇报时发现了这一错误。在新稿中，我们对此进行了修正（原稿 35 vs. 28, 新稿 17 vs. 46）。由于只是人数写错，其他相关分析都未变化，所以其他地方并未修改。非常抱歉产生了这一低级错误，笔者一定吸取教训，在今后的研究中一定对各种数据进行认真仔细的核对，使其符合学术规范。此外，修正后高默认金额组、低默认金额组和对照组三组人数出现了不平衡（17 人 vs. 32 人 vs. 46 人），这可能是由于 Qualtrics 随机分组未按照均等模式分组（忘记点 even 选项）以及后期删减样本所致。虽然高默认金额组 17 人相比其他实验较少，但是描述性统计结果发现捐赠金额人数分布呈现与实验 1、2、4 相同的规律和趋势，在一定程度上也可以说明结论的稳定性。笔者在今后的研究中无论在数据分析还是后期写作中一定提高自身对数据的敏感性和学术严谨性，使研究符合学术规范！

2. 结合两位评审专家的建议，我们在新稿中增补了一个田野实验，并做为实验 2 放入到新稿中，原实验 2 和实验 3 顺延为实验 3 和实验 4。因此，由于该田野实验的添加，在新稿中存在一些少量的修改痕迹并没有与审稿专家的建议一一对应，特此说明。

第二轮

审稿人 1 意见

作者对本人第一轮评审意见的回复及对文章相应的改进比较合理，加入一个新的田野实验的举动更是加强了文章的深度，总体来说，我对这个修改稿比较满意。以下是一些小的意见：

意见 1: 在 5.3（33 页）中，请澄清到底是 6.18 还是 6.17（M 高默认金额组）。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。我们仔细检查了第 33 页的内容和原始数据，高默认金额组的均值应该为 6.18。出现了 6.17 的错误是由于我们对均值进行了四舍五入处理来保留小数点后两位所造成的笔误，第一稿中的均值为 6.176（请见第一稿编委版本的第 17 页）。非常抱歉出现这样的错误！在新稿中，我们将原第 33 页唯一一处 6.17 的地方修改为了 6.18（见正文 41 页）。

意见 2: 表 3 和表 4 请明确指出是捐赠“意愿”而不是实际捐赠。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。我们采纳了专家建议，同时也是为了更为准确地汇报数据结果，我们在新稿中将表 3 和表 4 题目里的捐赠修改为“捐赠意愿”。具体为：“表 3：实验 3 各组捐赠意愿汇总”（请见正文第 42 页）；“表 4：实验 4 各组捐赠意愿汇总”（请见正文第 45 页）。

意见 3: 实验 4 中的所谓“低”道德认同组，其道德认同水平应该是中等，称其低不妥。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。实验 4 旨在验证个体道德水平的调节作用,借鉴了前人做法,将其分成高低两种水平(如 Aquino & Reed, 2002; Wang & Tong, 2015),在实验 4 的研究设计、实验流程以及操控检验汇报中出现了高道德认同组和低道德认同组。

对于专家的意见,我们的理解如下:(1)出于学术道德和对被试的尊重的考虑,对被试称为“低道德认同组”是不妥的;(2)基于操控检验结果(第 6.3 节),即“T 检验结果显示,高道德水平组的道德认同水平高于低道德水平组($M_{\text{高道德}} = 4.83$ $SD = 0.64$ vs. $M_{\text{低道德}} = 4.63$ $SD = 0.87$, $t = -1.83$, $p = 0.068$)的道德认同水平,达到边际显著水平”,低道德认同组的均值超过了平均值(即 3.5),因此对该组被试称为“低道德认同组”是不妥的。

针对上述我们对于专家建议的理解,我们的回复如下:(1)针对理解 1:我们面临着对前人做法的遵从和对被试的尊重的两难选择;(2)针对理解 2:我们面临着数据结果与传统划分方式(即高低水平)的差异。无论是上述哪一种情况,我们都需要对此进行修订,因此非常感谢专家的意见,使得我们的研究更加严谨、也更加符合学术道德规范。我们希望我们的修改能够两全其美,即一方面能符合学术传统,遵从道德认同的高低两种水平;另一方面能将上述问题解释清楚。具体修改了以下两处:

(1)在实验流程中(6.2 节)中,我们补充了关于前人处理方法的说明,具体为:“基于前人对于道德认同水平的处理方法,我们将其操控为高低两种水平(Aquino & Reed, 2002; Wang & Tong, 2015)。”(请见正文第 43 页)

(2)在操控检验结果中(6.3 节)附加了一个脚注,这样可以在不影响整体论文结构及行文一致性的情况下对上述问题阐述清楚。具体为:“⁷操控检验结果中的低道德认同组的均值超过了平均值 3.5,因此在此称其为“低道德认同”略为不妥。但是出于对前人做法的遵从(如 Aquino & Reed, 2002; Wang & Tong, 2015)和对行文一致性的保证,我们在此维持“低道德认同”这一表述方式。”(请见正文第 44 页)。

意见 4: 实验 4 应该有 6 组被试,但表 4 将 2 组道德认同水平的结果整合在一起,同时在讨论结果时又分开来说,很是混淆,建议在表 4 中报告所有 6 组的结果。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。的确如专家所说,实验 4 是一个 3×2 的组间设计,所以共有 6 组被试。但是在上一稿中,我们考虑要和表 1-3 保持一致,就整合了数据按照默认金额高低组进行了数据汇报,存在不够准确的问题。我们采纳了专家意见,增加了表 5,涵盖了 6 组被试的捐赠意愿数据,具体请见正文第 46 页。

此外,为了更清晰地展现实验 4 结果讨论部分的思路,本文添加了“(1)操控检验(2)主效应检验(3)调节效应检验”这样的小标题,以便帮助读者更清晰地了解结果讨论部分的逻辑。

意见 5: 最后,建议总讨论可以更深入一些。比如说,在一稿中,作者讨论了默认效应在经济和非经济决策中的区别,在本稿中这个区别和讨论不见了。这是对我们评审提出的问题的回应,但全面弃之不是好的选择。作为读者,我希望看到作者对该点的自己的想法和如何研究的建议。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。对于默认效应在经济与非经济决策中的区别以及本论文是否从这个视角切入的问题,在原始稿件中,我们几位作者对此都有些犹豫不决。第一轮两位

评审专家的意见比较集中，都质疑了两者的区别，也促使我们进一步思考，并重新梳理了理论切入点。正如我们在第一轮修改意见的回复中所说的：我们仔细阅读了文献，发现从理论与文献支持的角度来看，我们对于捐赠属于非经济选择领域的切入点就存在含混不清的情况。虽然现有部分文献已经将捐赠决策界定到非经济决策领域，但正如专家指出的，捐款决策是可以理解成“一个经济性决策，捐款多少必定会受到个人财富多少的限制”。由于现有文献对此界定尚未达成一致意见，同时结合第二位审稿专家的建议，我们重新梳理了本研究对于默认效应领域研究的贡献，不再遵循经济与非经济领域决策的划分，取而代之，我们将其限定在“默认效应在捐赠行为决策领域的理论研究和应用”。

鉴于上述情况，且要同时考虑到两位审稿专家对此问题的意见，在此轮修改中，我们维持这一理论切入点，即我们将其限定在“默认效应在捐赠行为决策领域的理论研究和应用”。这样的修改一方面使我们的研究更加聚焦，研究贡献更加具体，同时也避免了界定上的歧义。但同时，我们也认同此次评审专家的建议，文献上也存有经济与非经济决策这一区分方式，我们跳开不谈是不够严谨的。但为了不影响整体论文结构，我们对于经济与非经济决策的区分以及我们研究的定位的讨论放入了理论贡献的第2点中（第7.1节的“其次”），具体如下：

“其次，本研究指出高金额默认选项（vs. 低金额）负向影响了个体捐赠意愿，即高金额默认选项设置对捐赠决策起到了适得其反的效果，该结果推进了默认效应在捐赠行为决策领域的理论研究和实践应用。默认效应这一概念来源于经济决策领域，相关研究也主要围绕个体的经济决策展开，如保险续约（Johnson, Hershey, Meszaros, & Kunreuther, 1993）和车辆购买（Park, Jun, & MacInnis, 2000）等。经济决策更多的涉及了个人损失与个人利益，而非经济决策所影响的是他人利益（Janoff-Bulman, Sheikh, & Hepp, 2009; Rooji & Teppa, 2014）。从这一视角来讲，本研究的捐赠行为决策应属于非经济决策范畴。然而，本研究并未从非经济决策与经济决策的区别引入，而是从默认效应在捐赠行为决策领域中的研究与应用进行切入。这是由于：其一，本研究关注的捐赠决策与金钱紧密相关，某种程度上受到个人财富制约和得失权衡的影响，很难与经济决策完全剥离开；其二，在已有文献中，针对默认选项对捐赠决策影响的研究仍处探索阶段，尚未有文献明确把所有形式的捐赠决策都划分为非经济决策。本研究聚焦于公益情境下默认选项设置对个体捐赠决策的影响，打破了研究壁垒，融合了默认效应在经济决策和非经济决策中的研究应用。未来研究应进一步关注默认效应在捐赠决策领域的应用，这对于推动默认效应的理论发展以及经济与非经济决策领域的相关研究具有重要的理论意义。”（请见正文第48页）

此外，由于上述讨论内容的增加，新稿还做了如下两处调整：

（1）7.1节中的“其次”中关于中介变量——感知被操控——的讨论部分独立成为第三个部分，即“再次”（请见正文第49页）；

（2）上述新增内容的文献的来源出处补充到参考文献中，即 Johnson, Hershey, Meszaros, & Kunreuther, 1993, Janoff-Bulman, Sheikh, & Hepp, 2009, Park, Jun, & MacInnis, 2000（请见正文第54-55页）。

审稿人2意见

作者对之前一轮审稿中提出的问题进行了详尽的回答，修改后的论文质量较之前有大幅度提高。尤其是新研究的加入提高了研究的生态效度，更符合“以小拨大”的主题。但目前还存在个别问题。

意见 1: 2.1 部分最后“基于上述默认效应的理论与文献背景……对此，我们将在下一小节进行详细阐述。”这一段出现在这里稍显唐突，可考虑删除。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。我们采纳了专家建议，这一段的确在表述上略显唐突，我们在新稿中将“基于上述默认效应的理论与文献背景，本研究提出在公益捐赠情景下，高捐赠金额（vs. 低捐赠金额）被设置为默认选项时，会引发默认效应的反作用，进而降低个体的捐赠意愿。对此，我们将在下一小节进行详细阐述”进行了删除，希望在不影响文章主题的情况下行文更加流畅。

意见 2: 2.2 部分是作者理论推导的核心部分，作者的笔墨应该着重放在这里。但还有一些问题没有陈述清楚。比如，现有研究对默认效应及其反作用的解释有哪些？什么是市场元认知理论？什么是劝说知识理论？“捐赠行为的主动性和控制感”与“感知被操控”之间是什么关系？同样是 2.2 部分，第一段介绍了捐赠金额设置对捐赠行为产生的影响，过往研究在这一问题上有不一致的看法，但作者并未分析出现这种不一致的原因。作者为什么觉得金额大小会影响捐赠额？

回应: 非常感谢审稿专家的意见。我们仔细阅读了 2.2——本研究理论推导的核心部分，认同专家的意见，我们的确对上述问题的陈述未尽详实。对此，我们在综合考虑两位评审专家的两次评审建议后，重新调整了 2.2 的逻辑关系，补充了（1）关于默认效应机制的解释机制；（2）关于元认知理论及其与默认效应的解释机制“感知意义变化”之间的关系；（3）关于主动性及其与“感知被操控”之间的关系。目前 2.2 逻辑关系如下：

（1）推导部分由默认效应及其反作用的机制概述入手，侧重于三种机制里的“感知意义变化”（见 2.2 第 1 段）；

（2）基于感知意义变化这一理论视角，我们阐述了元认知能力在其中发挥的核心意义，即默认选项激发个体的元认知能力，继而对所接收的信息（即捐赠金额需求）的附带意义进行揣测，而该揣测可能具有正面效价（感知推荐）或者负面效价（感知被操控）（见 2.2 第 2 段）；

（3）基于感知意义变化的理论背景，提出本研究的理论框架（见 2.2 第 3 段）；

（4）进一步推导“捐赠金额默认选项设置”对“感知被操控”的影响，其核心内容是从感知被操控的诱因入手进行推导（见 2.2 第 4 段）；

（5）进一步推导“感知被操控”对“捐赠意愿”的影响，其核心内容是从捐赠者的主动性需求与恢复动机入手进行推导（见 2.2 第 5 段）；

（6）基于上述理论与文献综述，提出了本研究的假设 1（主效应）和假设 2（中介效应）（注：与原文相同，未进行改动）。

囿于篇幅的限制，我们没有将具体的修改内容粘贴过来，烦请审稿人阅读新稿正文的第 29-32 页。

此外，鉴于上述部分的修订与增补，还做了以下修改：

（1）基于上述逻辑关系，为了研究更为聚焦，表述更为严谨，我们将与假设推导不够准确的地方（如控制感）和不够密切的地方（如劝说知识理论）进行了删除；

（2）基于从默认效应的机制入手，我们删除了关于“捐赠金额对捐赠意愿”的影响的一段概述。因为该段落是针对非网络环境的捐赠金额，与本研究的主题关联性不大，故而删除。

(3) 上述新增内容的文献的来源出处补充到参考文献中, 即 Wright, 2002, Hundley & Taggart, 2013, Prelec, Wemerfelt, and Zettermeyer 1997, Flavell, 1976 等文献 (详见文献参考部分 54-58 页)。

意见 3: 在 2.3 部分, 作者提到“无论默认选项金额高低如何, 高道德认同水平个体的捐赠意愿都会增加”, 这是指有默认选项时, 高道德认同水平比没有默认选项时的捐赠意愿更高吗? 但 H3b 中仅说高道德认同时, 有无默认选项无显著差异, 实验结果也说明了这一点。而实验 4 的结果显示, 低默认金额组中, 高道德水平的捐赠金额低于道德水平的捐赠金额, 所以增加也不是指高道德水平的捐赠金额比低道德水平者高。望作者说明一下。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。我们仔细阅读了原文, 发现我们在 2.3 进行假设推导中出现了笔误, 感谢专家的批评指正。我们的推理原理是: 基于道德行为一致性理论, 高道德认同水平个体很少受到外界因素的影响, 因此, 当受到默认捐赠金额这个外界因素的刺激下, 高道德认同水平个体的捐赠意愿不会因为默认金额是高还是低而有所差异; 反之, 低道德认同水平个体容易受到外界因素影响, 因此, 当受到默认捐赠金额这个外界因素刺激下, 低道德认同水平个体的捐赠意愿会因为默认金额是高还是低而有所差异, 即相比于低默认金额, 高默认金额下的个体的捐赠意愿更低。我们对出现的笔误感到非常的惭愧! 对此, 我们在新稿中进行了相应的修改, 具体如下:

“当外界启动了个体的道德认同时, 个体会表现出道德自我调节的一致性 (张宏伟, 李晔, 2014)。换言之, 当道德认同水平高时, 个体会表现出更高的道德行为一致性, 从而更少受到外界因素的影响。因此, 当受到默认捐赠金额这个外界因素的刺激下, 高道德认同水平个体的捐赠意愿不会因为默认金额是高还是低而有所差异。反之, 当道德认同水平低时, 个体则易受外界因素的影响。因此, 当受到默认捐赠金额这个外界因素刺激下, 低道德认同水平个体的捐赠意愿会因为默认金额是高还是低而存在差异, 即相比于低默认金额, 高默认金额下的个体的捐赠意愿更低。” (请见正文第 34 页)

意见 4: 7.1 第二段“首先, 本研究从一个全新的视角提出捐赠金额默认选项设置是影响个体捐赠行为的一个重要因素……”为什么是全新的视角? 希望具体阐述“新”体现在哪些方面。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。我们采纳了专家建议在新稿中 7.1 里对于“全新视角”进行了补充说明, 具体的修改如下:

“本研究一方面延续了以往研究中对于劝募方式的关注, 但另外一方面本研究着眼于网络公益平台, 将经济决策中常用的默认效应引入到捐赠决策中, 是从一种全新的理论视角来探索捐赠行为的影响因素的研究。该视角为探讨劝募方式的有效性提供了新的可能性。” (请见正文第 49 页)

意见 5: 7.1 第三段“……同时, 本研究提出感知被操控在上述影响过程中发挥了中介作用……本研究是基于感知意义变化视角的进一步探讨, 研究结论深化了默认效应及其反作用的内在机制研究。”什么是感知意义变化的视角? 它和感知被操控的关系是什么?

回应：非常感谢审稿专家的意见。由于我们在回复意见 2 时在 2.2 里增加了关于“感知意义变化”视角的理论综述，并阐述了其与感知被操控的关系，因此在 7.1 里我们未进行大规模的修改。我们的修改如下：

“再次，本研究提出感知被操控在上述影响过程中发挥了中介作用。如前文所述，现有研究主要从三个方面对默认效应的机制进行了探索，如感知意义变化视角（Dinner, Johnson, Goldstein, & Liu, 2011），注意力惰性视角（Johnson & Goldstein, 2003），以及处理局限性视角（Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1991）。本研究是基于感知意义变化视角的进一步探讨。感知意义变化的解释机制来源于信息处理模型，即当消费者在信息不完全、偏好不确定或信任程度较低的情况下做出抉择时，他们会启动其元认知思维来揣测默认选项的附带含义，从而对各个备选项做出更准确的判断（Brown & Krishna, 2004）。高金额默认选项往往被个体看成是来自公益机构的一种不公平说服手段，激发了个体的被操控感知，继而降低了其后续的捐赠意愿。由上可见，本研究提出的感知被操控这一中介变量延续了感知意义变化这一视角，研究结论深化了默认效应及其反作用的内在机制研究。”（请见正文第 50 页）

此外，由于上述讨论内容的增加，新稿还做了如下以下调整：7.1 节中的“其次”中关于中介变量——感知被操控——的讨论部分独立成为第三个部分，即“再次”（请见正文第 50 页）；

意见 6：7.1 第三段“现有研究在默认选项会引发默认效应还是默认效应反作用存在分歧……”需要具体阐明你和前人的研究有哪些一致和不一致的地方，以及为什么会出现这样的情况。是否可能总结出一些潜在原因？

回应：非常感谢审稿专家的意见。我们采纳了专家的建议，将默认效应研究的分歧及其原因讨论部分进行了补充，同时根据内容的整体性与完整性，我们将其从原“再次”的段落中剥离出来，单独称为一节（即“此外”）内容进行探讨。具体的修改如下：

“此外，本研究提出捐赠金额默认选项设置对于捐赠决策所产生的影响是默认效应的反作用，研究成果对于理顺默认效应研究中存在的分歧具有重要的理论意义。现有研究对于默认选项设置的争议聚焦在默认效应与默认效应的反作用上（Brown & Krishna, 2004; Wei, Fischer, & Main, 2008），而本研究结论与后者保持了一致。本研究认为在决策情景中出现默认效应还是其反作用取决于决策者如何解读默认选项的设置。从默认选项的特性来看，一方面，默认选项的设置已提前默预设了决策者不需要做出“主动的”决定（active decision），只需要接受已默认的选项即可（Johnson, Bellman, & Lohse, 2002; Sunstin & Thaler, 2003）。当个体面临默认选项设置认为自己不再需要采取“主动的”行动或没有意识到自己仍有选择权时会出现默认效应。另一方面，默认选项的设置干扰了消费者达成决策的过程，在某种程度上违背了消费者在决策中的自主权和自由性。当个体想要在选择中保持自主性和自由度时，会把默认选项的设置解读为对其选择自主权和自由性的干涉，进而产生被操控感知（Fitzsimons & Lehmann, 2004）。这种情况下，个体很可能拒绝选择默认选项，出现默认效应的反作用。基于以上，本研究对于理清默认效应研究中存在的分歧具有重要的理论意义。”（请见正文第 50-51 页）

此外，由于上述讨论内容的增加，新增内容的文献的来源出处补充到参考文献中，Fitzsimons & Lehmann, 2004（请见正文第 54 页）；

意见 7: 7.3 中第二段“首先让被试完因变量（捐赠意愿）的测量”，应该是完成。另外，针对这一段提到的问题，可以尝试在实验 3 中，以捐赠意愿为中介变量，感知被操控作为因变量，进行中介检验。如果不存在中介作用，可以进一步排除上述可能性。最后，请注意表述统一：全文大部分用的是“感知被操控”而在几个关键的地方却又用了“感知被操纵”（摘要、关键词、第 35 页检验中介作用处）。

回应: 非常感谢审稿专家的意见。意见 7 里涵盖 3 方面的问题，我们的回复如下：

(1) 针对 7.3 第二段的漏字问题：我们在上一稿中存在这一笔误。在新稿中，我们修改如下：“首先让被是完成因变量（捐赠意愿）的测量”（请见正文第 51 页）。

(2) 针对感知被操控与捐赠意愿的测量顺序可能引发的问题：我们采纳了专家的意见，对实验 3 的数据进行了进一步的分析，我们以感知被操控作为因变量，默认选项金额作为自变量，捐赠意愿作为中介变量，进行以样本量为 5000 的 Bootstrap 中介检验 (Hayes, 2012)。结果显示，在 95% 的置信区间下，捐赠意愿的中介检验结果汇总不包含 0 (LLCI = 0.0079, ULCI = 0.237)，效应量大小为 0.0854，这说明捐赠意愿在默认金额设置和感知被操控关系中起到了“中介作用”。在控制了捐赠意愿这一中介变量后，自变量对因变量（感知被操控）的影响显著 ($\beta = 0.33, p = 0.043$)（部分中介）。

根据以上我们按照“默认金额设置→捐赠意愿→感知被操控”模型进行中介检验的结果，捐赠意愿的“中介作用”并不能排除，但是基于以下三点，我们认为所谓的捐赠意愿的“中介作用”是不存在的：

从数据角度而言，根据传统的三步回归检验方法，如果感知被操控中介作用存在，那么反过来“捐赠意愿的中介作用”也必然存在。本文研究模型“默认金额设置→感知被操控→捐赠意愿”如果成立，首先 (a) “默认金额设置→捐赠意愿”回归结果需显著，其次 (b) “默认金额设置→感知被操控”回归结果需显著，最后 (c) “默认金额设置&感知被操控→捐赠意愿”的回归结果中，默认金额设置对捐赠意愿的影响变得不显著或仍显著，感知被操控对捐赠意愿的影响显著。根据实验 4 的结果，模型“默认金额设置→感知被操控→捐赠意愿”中感知被操控的中介作用存在，那么 (a) (b) (c) 都得到了满足。如果 (a) (b) (c) 都成立，那么从数据上来看如果用三步回归检验，“默认金额设置→捐赠意愿→感知被操控”这一影响模型也必然成立，捐赠意愿作为中介变量也必然成立（部分中介）。但这并不能说明捐赠意愿起到了中介作用。

从理论背景上来说，这一模型在逻辑上是违背常理的。根据“S-O-R”消费者行为模式，消费者在受到外部刺激 (stimulate) 后，引发了内在心理和认知 (organism) 的变化，在自身内在有机体变化的影响下最终做出相应的反应行为 (response)。而“默认金额设置→捐赠意愿→感知被操控”属于“S-R-O”模式，这一影响顺序违背了基本的消费者行为模式。如果高默认金额设置使得个体的捐赠意愿降低，那么此时个体内心对于高默认金额的“不满和反感”已经通过“不捐赠、少捐赠”这种行为或意向得到了释放，心理活动和行为反应过程已经结束，不太可能再引起后续心理的变化。此外，在已有消费者行为领域的研究中，研究模型基本都是以行为为因变量的，很少有研究以行为作为中介变量。

从本文的研究情景出发，“默认金额设置→感知被操控→捐赠意愿”这一变量间的影响顺序是十分合理的。默认选项提前预设了个体不需要做出“主动的”决定而只需要接受已默认的选项即可 (Johnson, Bellman, & Lohse, 2002; Sunstein & Thaler, 2003)。而在公益捐赠情景中，个体并不会轻易地接受被动的选择，因为他们的捐赠行为往往是为了满足自身的某种动机，如增加社会福祉的利他动机或者是满足社会规范和期望的利己动机等 (Andreoni, 1990; Shang, Reed, & Croson, 2008)。因此，个体往往希望在捐赠行为中保持一定的主动性。高金

额的默认选项设置违背了个体在捐赠中的主动性和自由感，使个体产生了被操控的感知，为了释放这种被操控感知并重新获得自主权利，个体往往会“反其道而行”，进而拒绝选择高金额默认选项甚至拒绝捐赠，捐赠意愿随之降低。

综合以上，无论是从数据、理论背景还是研究情景来看，我们的研究模型以感知被操控为中介变量是十分合理的，捐赠意愿并不可能起到中介作用。虽然我们认为所谓的“捐赠意愿的中介作用”不存在，但本研究在验证感知被操控的中介作用时，先让被试完成捐赠意愿的测量，再让其回答感知被操控的题项，这确实可能会使得感知被操控的测量受到了因变量测量的影响。因此，为了进一步提升研究的严谨性，在未来研究中，我们会尝试先测量中介变量再测量因变量或者对中介变量和因变量二者的测量顺序进行平衡。这一点已经写在了研究局限性中（请见正文 45 页）

(3) 针对“感知被操控”与“感知被操纵”的混淆使用问题：我们已将文章中所有“感知被操纵”统一修改成“感知被操控”，包括摘要与关键词（见第 26 页），实验 3 中介检验结果汇报（见第 42 页），以及《修改说明》里的 2 处。

第三轮

审稿人 2 意见

经修改后，文章较为清楚地探讨了出现默认选项与默认选项反作用两派争论的原因，即默认选项是否会妨碍个体采取主动的行动、限制自由度是造成了默认效应起作用还是起反作用的原因。同时，文章对互联网公益活动中选择集呈现方式的作用进行了探讨，符合“以小拨大”专栏的要求，具有现实意义。还存在一些小问题，建议修后发表。

意见 1：作者重新梳理了理论推导，引言部分及 2.1 部分的“劝说知识理论”似乎就没有必要提及了。

回应：非常感谢审稿专家的意见。我们采纳了审稿人的意见，将引言部分和 2.1 部分中的“劝说知识理论”和“劝说知识”相关内容进行了删除（请见正文 29 页和 31 页）。

意见 2：第 28 页最后一段，“已有研究表明，情景因素、个人特征及公益机构劝募方式是影响个人捐赠意愿的三个主要因素”，请具体说明情景因素、个人特征及公益机构劝募方式是指什么。可以将第 48 页的“已有研究表明，情景因素、个人特征及公益机构属性是影响个人捐赠行为的三类主要因素。其中……”这段话挪至前言位置。

回应：非常感谢审稿专家的意见。我们采纳了审稿人的意见，将“理论贡献”部分的“已有研究表明，情景因素、个人特征及公益机构属性是影响个人捐赠行为的三类主要因素。其中……”相关内容挪至“理论回顾与假设提出”部分，取代了原有的“已有研究表明，情景因素、个人特征及公益机构劝募方式是影响个人捐赠意愿的三个主要因素”。值得注意的是，为了让文字描述更加流畅，调整之后本文对“理论回顾与假设提出”部分的第一段的文字描述进行了略微调整（详见正文 29、30 页）。此外，在意见 2 的提醒下，作者发现原文“已有研究表明，情景因素、个人特征及公益机构劝募方式是影响个人捐赠意愿的三个主要因素”这句话存在不准确之处，“公益机构劝募方式”是公益机构属性中的一种，这里应该是“公益机构属性”，特此补充说明。

意见 3：第 31 页第一段，“从现有的默认选项影响个体决策行为（即默认效应）的作用机制的研究成果来看……”，这段话移到 2.1 部分是否会更好？2.2 部分重点是用感知意义变化做理论推导。

回应：非常感谢审稿专家的意见。正如审稿专家所言，本文的 2.2 部分重点是用感知意义变化做理论推导，而这一部分的第一句话“从现有的默认选项影响个体决策行为（即默认效应）的作用机制的研究成果来看，惰性、处理局限性以及感知意义变化是最为主要的三种理论视角。”这句话是用来引入这三种理论视角尤其是感知意义变化这一视角的。2.1 主要是用来介绍默认效应及其反作用的，如果将其放在 2.1 部分，可能不太连贯，也会给读者造成困扰。为了避免这一问题，我们针对这一点并未作出修改。

意见 4：第 32 页第二段，“市场元认识”和“元认知”是一回事么？两个术语都没有具体说明。

回应：非常感谢审稿专家的意见。十分抱歉，在原文中我们只对“元认知”的定义进行了介绍，而忘记补充“市场元认知”定义。Wright 在其 2002 发表于 *Journal of Consumer Research* 上的文章“Marketplace Metacognition and Social intelligence”中对市场元认知的含义进行了详细阐述。他认为市场元认知是个体与市场相关的社会心智（social intelligence），是对市场上各种营销活动的再次解读。本文将 Wright（2002）对市场元认知的定义在文中做了补充，同时对相关段落文字进行了略微调整，详见正文第 32 页和第 33 页。

意见 5：第 32 页第三段，“高金额默认选项所激发的感知被操控使得‘主动性’更为显著”这句话很抽象，希望能具体解释什么是主动性。另外，选项设置所引发的“被操纵感”能直接引发对招募方整体的不信任感或者厌恶感，从而减少捐款吗？按照作者的说法，不论默认高金额还是低金额，只要是涉及捐赠行为，个体都会产生一种想要主动的动机，即“你让我选什么我偏不选什么，我要自己做主”，这违反了默认选项的经典效应。作者似乎想表明，默认选项效应已经不适合于捐赠情境了，而且，一旦默认选项设置不好，甚至还会起反作用。这样看来似乎单用“主动性”就解释默认反作用，那么“感知被操控”的作用体现在何处？总之，希望作者能对理论推导部分进一步解释说明，目前读起来有些费力。

回应：非常感谢审稿专家的意见。正如审稿人所言，“高金额默认选项所激发的感知被操控使得‘主动性’更为显著”这句话很抽象，给读者理解文意带来了一些困难。同时，原文对“主动性”和“感知被操控”二者的关系也没有交代清楚。在本文研究中，“主动性”和“感知被操控”不是两个割裂的概念，而是紧密相关，无法严格区分开的两个概念。当个体感到自己的主动权受到影响时，往往也是他们感到被他人操控的时候。反过来说，当个体感觉到被他人操控时，他一定也会感到自己在决策中的主动性受到了影响。在具体捐赠中，当个体不能自主的、自由的、按照自身想法来做出捐赠决策时，个体往往会产生一种被操控感知。根据审稿人的这一意见，我们对相关段落进行了重新梳理，在 2.2 的第 5 段中将“高金额默认选项所激发的感知被操控使得‘主动性’更为显著”这句话替换为“然而，高金额默认选项传递出了希望个体捐赠更多金额的意图，妨碍了个体在捐赠活动中的主动性。换言之，

高金额默认选项使得个体不能按照自身意图完成捐赠行为，即个体产生了被操控感知，这进一步激发了个体采取行为重新获得自主权利的动机。”详见正文第 34 页。

意见 6：第 42 页，主效应检验中写到 $t=3$ ，应保留两位小数。

回应：非常感谢审稿专家的意见。十分抱歉在原文中没有保持小数位的统一，我们已对这一问题进行修正，详见正文第 43 页。

意见 7：第 48 页最后一段，““首先，本研究从一个全新的视角提出捐赠金额默认选项设置是影响个体捐赠行为的一个重要因素……”，“全新”一词有点夸大其词了，已有研究探讨了网络捐赠中的默认选项效应，而且也对默认金额高低进行了区分（Goswami & Urminsky, 2016）。建议作者用词更谨慎一些，或者具体说明本研究新在何处。

回应：非常感谢审稿专家的意见。原文中运用“全新”一词确实夸大了本研究的研究贡献，同时结合意见 2，我们针对理论贡献部分的第二段进行了修改。去除了“全新”一词，将研究贡献的第一点阐释为“本研究重点关注公益机构属性中的公益机构劝募方式这一影响因素，在延续了以往研究中对于劝募方式的关注的基础上，本研究着眼于网络公益平台，将经济决策中常用的默认效应引入到捐赠决策中，为探索捐赠行为的影响因素提供了新的思路，同时也为探讨劝募方式的有效性提供了新的可能性”（详见正文第 50 页）。

其他：为了与第一轮和第二轮修改内容相区分，本次修改的地方用橙色标示，便于审稿人查看。

编委复审

作者经过多轮修改，稿件已经达到发表标准。同意发表。

主编终审

请核查以下句子：1）本研究借鉴了前人研究中常用的注意力检测测项（Instructional manipulation check, IMC, Oppenheimer, Meyvis, & Davidenko, 2009）2）低默认金额组里的被试看到的默认选项为 5 元。