

《心理学报》审稿意见与作者回应

题目：居住流动性对消费者易得型产品偏好的影响

作者：王丽丽，苏笑，梁可茵

第一轮

审稿人 1 意见：

作者通过 4 项研究探讨了居住流动性对消费者产品偏好的影响及其心理机制，文章具有一定的理论价值，在此提出以下意见和问题。

意见 1：“2 实验一：居住流动性与简易型产品偏好的相关关系”这个标题下的研究不是一个实验，所以建议作者用 研究一、研究二来指称各项实验。

回应：感谢审稿人指出这一问题，为了保持统一，我们已将五项研究的标题以及指称全都改为研究一、研究二等。

意见 2：作者对“简易型 vs 希望型”产品的划分和翻译，容易引发中文读者的误读。引言部分提及了这样的观点：易得程度(A 属性)和向往程度(D 属性)是产品的两个属性，若如此，应该至少可以分出四类：A 高 D 低，A 低 D 高，双高，双底。由此：问题 2.1 为何作者认为消费者只需要在前两种作出抉择？问题 2.2 为何作者选择 A 和 D 属性的权衡取舍，而不是 A 和别的某个属性比如美观、价格、易于处置、材质环保等中的任何一个权衡取舍？问题 2.3 有没有可能把这个划分统一到 1 个维度上，用更恰当的翻译表达这两种类型的产品？问题 2.4 “简易型产品和希望型产品”实际上只表达了 A 和 D 两个互斥且互补的概念(甚至可能只是一个变量的两个水平，但没有告诉读者这个变量是什么)。换言之：A 和 D 不重合，但 A+D 应该等同于一个论域概念 M。在 M 这个概念下，产品应该要么是 A 类，要么是 D 类,那么这个 M 概念的中文表达是什么？是不是在“消费者支付同等成本的条件下，通常会面临的选择集，要么更高满足但不大便利，要么更多便利但只是基本满足”？综合以上问题，需要把这个关键概念界定好，用恰当的中文表达清楚，否则容易引发读者质疑。这一问题甚至涉及了标题的信息传达，请作者考虑。

回应：非常感谢审稿人对于我们因变量的提问。以下将逐条对审稿的意见进行回复。2.1：从逻辑层面而言，消费者会面临“易得程度高而向往程度低”、“易得程度低而向往程度高”、

“易得程度低且向往程度低”和“易得程度高且向往程度高”四种选择，本文中我们之所以只讨论了前两者而没有讨论与界定后两者，是因为当后两种产品出现时，消费者会毫不犹豫地做出购买或放弃购买的决策，即不太具备理论研究的价值，Lu, Xie 和 Xu(2013)的文章中对此作了详细说明：“Desirability and feasibility are orthogonal such that events with both high desirability and high feasibility [HDHF] are most desirable but not always available. Conflicting choices (those with high desirability but low feasibility [HDLF] or low desirability but high feasibility [LDHF]) are more commonly seen, thus requiring decision makers to strike a balance. The following questions then arise: In what situations do people give more weight to desirability? To feasibility?”(Page 1-2)。基于此，我们认为考察消费者如何在“易得程度高而向往程度低”与“易得程度低而向往程度高”两种产品间做出决策是最具有理论与实际意义的。

2.2 之所以选择易得程度与向往程度作为一对属性考察消费者的决策，是因为已有的理论大都将 Feasibility 与 Desirability 作为一对互斥的概念进行研究(Baskin et al., 2014; Hsieh & Yalch, 2020; Han et al, 2019; Liu, 2008; Lu et al., 2013; Luan & Li, 2017, Wang et al., 2020)，例如，Liu(2008)在文章中指出 “In deciding among different actions, people often have to balance the dual goals of desirability and feasibility.” (Page 3)。Liu 在该研究中探究了消费者会如何在“优美但距离远的公园(Desirability 属性高)”和“普通但距离近的公园(Feasibility 属性高)”、“打印质量高但故障可能性也高的打印机(Desirability 属性高)”和“打印质量低但故障可能性也低的打印机(Feasibility 属性高)”等产品组别间做出决策。类似的，Baskin 等(2014)研究了消费者在送礼时对易得程度与向往程度不同的电子游戏、咖啡机、餐厅礼券、电影票和照片编辑软件等产品的偏好，针对每组产品，作者都将向往程度与易得程度作为一对对立的属性让被试做出取舍：“Each gift was randomly selected to be either highly desirable but not very feasible (e.g., a high-quality video game that is hard to learn) or highly feasible but not very desirable (e.g., a medium-quality video game that is very easy to learn).” (Page 4)。另外，将易得程度与向往程度作为一对对立的属性进行研究也得到了目标理论(Bagozzi & Dholakia, 1999)、心理表征理论(Trope & Liberman, 2003)等的支持。因此作者认为，从理论层面上，易得程度与向往程度作为一对对立的属性是具备理论基础与研究价值的，但是本文的翻译确实存在缺憾，没有表现出对立感。

2.3 作者考察了近年来中文期刊中对 Feasibility 属性和 Desirability 属性的研究，虽然这两个概念已经得到了国内学者一定程度上的研究，但目前还并没有统一的、恰当的翻译。大多数学者将 Feasibility 译为“可得性”，而将 Desirability 译为“期望性”、“期许性”。似乎也并

不适合本文的语境。在仔细考虑后，本文将两种产品翻译为易得型产品(Feasibility 属性高而 Desirability 属性低)与理想型产品(Feasibility 属性低而 Desirability 属性高)，希望以此突出它们对立的状态。更重要的是，在审稿人的启发下，我们试图进一步通过一个维度来反映两种产品的核心差异，即消费者是选择“最小化做出选择所需的努力”还是“最大化选择的效用”(Bettman et al., 1998; Luan & Li, 2017)”。这一概念也反过来解释了 2.1 中的问题，由于消费者是在一个有限的集合里选择产品，付出最小的努力就能获得最大的效用通常是并不现实的。因此，消费者总是需要在产品的可得性属性与理想性属性之间做出权衡，有所偏重。

2.4 已有的文献确实对 Feasibility 与 Desirability 所属的共同论域做出了探讨。例如将二者区分为手段与结果、投入与效用、难度与价值等(Liberman & Trope, 1998; Lu et al., 2013)，但目前还没有研究能用一个词区分出二者高低不同的状态。本文也是在以上对立的构念中选出了较为切近核心意义，容易理解的一组，即易得型产品意味着“最小化做出选择所需的努力”，而理想型产品意味着“最大化选择的效用”。希望通过这一核心分歧界定清楚两者的区别。但是考虑到如果将产品译为“最小化努力产品”和“最大化效用产品”，虽然能提现出对立感，却显得冗余。因此在代称时本文选择将两类产品译为“易得型产品”与“理想型产品”。

意见 3: 解释水平是唯一的中介吗？这个问题的具体是指：解释水平是一种认知的状态或特质，作者可以通过数据和实验设计发现，居住流动性和解释水平的状态之间的相关关系。但居住流动性对产品选择偏好的影响却可能存在其他更直接的解释，比如：1 居住流动性高的情境临时启动，可能导致了被试怕麻烦的情绪激活反应，也就是说被试看到麻烦的东西就会产生负面情绪(如厌烦、焦虑等)，而每一个研究都呈现了两种产品(双极点的测量)，或许被试不是喜欢简易，而只是讨厌那个麻烦的；2 居住流动性高的个人真实经历，可能造就了被试形成了一种隐喻概念：“简单=好”，他不需要思考东西怎么用这样一些具体的思维，就是因为生活经历造就了一种“复杂和简单的？选简单的”这样一种直觉。这两种解释并没有被文章的实验设计完全排除。

回应: 非常感谢审稿人的这一宝贵的意见。经过理论的筛选与仔细的考量，我们认同通过解释水平来解释居住流动性对产品偏好的效应，其中环节有一些冗余了。因此，我们检验了审稿人在此提出的两条更为直接的路径。其中“简单=好”的思维模式是一个非常有意义的探索，在本文中我们将这一思维界定为自愿简约(Voluntary simplicity)。在阅读了相关文献后我们注意到，在几项关于自愿简约者的调研中，大多数人都报告了近期有搬迁行为(Alexander & Ussher, 2012; Strandbakken,1995)。另一方面，我们也归纳了居住流动性的相关文献，发现无

论是偏好熟悉的产品(Oishi et al., 2012)、加入低承诺的团体(Oishi et al., 2015)还是有更多的处置行为(Keefe, 2016),从更一般、更宏观的角度上而言,其共同点都是想简化自己的生活,换言之,已有的研究都指向了居住流动性高的个体更希望在普遍的层面上简化自己的生活,我们认为这与自愿简约的核心价值观非常接近(Leonard-Barton, 1981),加之 Alexander 和 Ussher (2012)的研究了表明阻碍消费者自愿简约的一个重要原因就是被限制在固定的、受约束的结构中,而居住流动性高的个体的特定点就是较少受到固定环境的约束,生活状态经常发生变化(Oishi et al., 2013)。我们认为有理由相信居住流动性会激发个体的自愿简约动机,而另一方面,Elgin 和 Mitchell (1977)提出了自愿简约的五个核心要素:物质简化、自我决定、生态意识、人性化和个人成长。其中,物质简化指简化或整理个人的消费和生活,只买满足自己需求的产品,试图用最少的钱生活并最大程度减少超出需求的额外消费。这一核心要素也是被后续研究认可最多的维度 (Rebouças & Soares, 2021)。结合在回应 2 中我们提出的新的核心决策“最大化选择的效用”还是“最大限度地减少所需的努力”。无疑持有物质简化价值观的消费者会更倾向于选择后者,即偏好易得型产品。因此我们在此提出了一个新的可能的中介变量,即自愿简约动机在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起中介作用。

为了检验这一假设,我们重新做了研究三,大致的流程与先前类似,但这次我们加入了自愿简约的测量。当然我们也没有忽视审稿人在此提出的第一条路径,我们同样测量了焦虑感,以及先前提出的解释水平,多重中介效应检验的结果支持了我们新的假设,即自愿简约动机在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起中介作用(indirect effect $b = 0.16$, 95%CI [0.002, 0.373]),并且焦虑感(indirect effect $b = 0.068$, 95%CI [-0.072, 0.243])与解释水平(indirect effect $b = 0.002$, 95%CI [-0.103, 0.077])均不起中介作用。

为了进一步确认自愿简约动机的中介作用,我们还加入了一个新的实验(研究四),在该研究中我们加入了对被试极简主义倾向的测量。极简主义是消费者个体所固有的一种价值观,持该价值观的消费者会更偏好简约的美学,限制拥有物的数量并有规划地消费(Wilson & Bellezza, 2022)。大量研究表明极简主义是与自愿简约最为相关的固有价值观之一,因此我们试图通过测量极简主义来进一步证明自愿简约动机的中介作用。结果表明当个体的极简主义倾向较低时,高感知居住流动性会增加个体对易得型产品的偏好,而当个体极简主义倾向较高时,这一效应就不再显著了,这一结果通过检验调节变量的方式进一步地证明了自愿简约动机确实是居住流动性对易得型产品偏好影响的中介。

意见 4: 调节变量控制感和自变量相关吗? 我印象中有居住流动性的文献表明,童年的高居

住流动降低了个体的延迟满足水平(这个和控制感相关), 不知是否有文献探讨过居住流动性和个体控制感之间的关系。4.1 作者一方面需要在理论推导中说明这个可能的相关; 4.2 研究四中, 控制感是在问卷最后测量的, 从设计上来讲, 作者已经难以排除控制感被之前的操纵所影响的可能了。这里的建议是两个: A 说明实验 4 中自变量对调节变量的影响数据; B 重新做实验四, 先测控制感这种个体差异型的变量。

回应: 感谢审稿人在此提出的问题。经过文献的查阅, 我们发现确实有研究表明居住流动性会威胁个体的控制感(Yu et al., 2020; Yuan et al., 2021)。关于 4.2 中所指出的问题, 我们首先按照审稿人的建议对原研究四的数据重新进行了分析。我们将低流动性组的被试编码为 0, 高流动性组的被试编码为 1 作为自变量, 将被试的控制感得分作为因变量进行独立样本 t 检验。结果显示我们对被试感知居住流动性的操纵对被试控制感的测量没有影响($M_{高流动性} = 2.85, SD = 1.85; M_{低流动性} = 2.84, SD = 1.67, t(122) = 0.05, p = 0.96$), 这表明被试的控制感并没有因为实验中对感知居住流动性的操纵而改变。不过, 从理论层面而言确实如审稿人所说, 由于被试已经接受了居住流动性的操纵, 我们难以排除控制感测量受影响的可能。但是我们认为如果在问卷开头测量了控制感, 被试的控制感很可能会受到补偿, 从而干扰后续对居住流动性的操纵以及调节效应的检验。加之考虑到有理论表明居住流动性本身会影响控制感, 我们认为控制感确实不太适合作为调节变量进行研究。在本轮修订中, 我们根据新的机制重新提出了新的可能的调节变量-个体的极简主义特质以及一个边界条件-决策对象。

首先, 在对意见 3 的回应中我们详细说明了本文重新提出的中介机制, 即高感知居住流动性激发了自愿简约动机, 进而提高了消费者的易得型产品偏好, 并提供了理论与数据支持。在“自愿简约”这一新的中介的理论基础上, 我们进一步指出, 消费者在“简单偏好”这方面的价值观上的个体差异在一定程度上可以反映个体自身自愿简约动机强弱, 应当能在这一效应中起调节作用。大量研究表明极简主义个体特质是与自愿简约最为相关的固有价值观之一(Hook et al., 2021; Mathras & Hayes, 2019), 持该价值观的消费者会更偏好简约的美学, 限制拥有物的数量并有规划地消费(Wilson & Bellezza, 2022)。相比之下, 自愿简约被认定是一种生活方式或动机, 是更为情境化、易改变的(Elgin & Mitchell, 1977)。而极简主义作为消费者所固有的一种价值观, 反应了一种持久的信念, 即个体更倾向于采取一种默认的行为模式, 在该模式下特定的行为总是首选的 (Rokeach, 1973; Wilson & Bellezza, 2022)。换言之, 在消费者的极简主义价值观处于正常水平时, 感知居住流动性会激发个体的自愿简约动机, 并进而产生对易得型产品的偏好; 但如果消费者的极简主义价值观本就处于很高的水平, 那么无论他们感知到的居住流动性如何, 他们总是会偏好简约的、便捷的产品, 因而对这部分个

体而言,感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就被削弱了。基于此我们提出了本文的假设 3:极简主义在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起调节作用。为了验证这一假设,我们在本轮修订中,我们放弃了原先的检验调节变量的实验(原研究四),并补充了一个新的实验(修订稿中的研究四)。在该实验中,我们测量了被试的极简主义水平。结果表明当极简主义处于-1SD 情况下,流动性高低之间存在显著的差异($t = 2.77, p = 0.006, 95\% CI=[0.275, 1.632]$),即对于低极简主义倾向的个体,相比于低感知居住流动性,在高感知居住流动性时会显著倾向易得型产品的消费;反之,而当极简主义水平处于+1SD 情况下时,感知居住流动性高低对易得型产品的偏好之间的影响不显著($t = -0.112, p = 0.911, 95\% CI[-0.717, 0.640]$)。我们关于极简主义起调节作用的假设得到支持,这一结论也进一步支持了自愿简约动机确实是感知居住流动性对易得型产品偏好的中介变量。同时,我们在该实验中也检验了是否自变量对调节变量有影响及由此产生的共线性效应,我们将被试的居住流动性作为自变量,将被试的极简主义得分作为因变量进行独立样本 t 检验。结果显示我们对被试感知居住流动性的操纵对被试极简主义的测量没有影响($M_{高流动性} = 5.45, SD = 0.93; M_{低流动性} = 5.43, SD = 0.93, t(209) = 0.18, p = 0.856$),这表明在个体水平上,极简主义这一调节变量并没有因为本实验对自变量的操纵而改变,个体的极简主义水平是固有的、稳定的。因此选取个体的极简主义特质作为调节变量可以规避审稿人在本条建议中提出的潜在干扰问题。

除了提出极简主义这一调节变量之外,在本轮修订中我们还希望能进一步探究感知居住流动性对易得型产品偏好影响的边界条件,以期扩大我们研究结论的应用价值。因此我们提出了“决策对象”这一边界条件。具体而言,我们认为当消费者为自己做决策时,居住流动性高的个体更偏好易得型产品,为他人做决策时,这一效应不再存在。之所以我们选择决策对象作为一个新加入的边界条件进行研究,一方面是因为已有研究发现,当被试为自己挑选工作时,他们会选择薪水更高但难以实现自我价值的工作(易得性更高),当被试为朋友挑选工作时,他们会选择薪水更低但可以实现自我价值的工作(理想性更高; Kray & Gonzalez, 1999)。在此基础上, Lu 等(2013)通过对被试决策前、决策中与决策后三个阶段的研究,一致地揭示了与为自己做决定相比,为他人做决定时消费者会加强对理想性的关注并抑制对易得性的关注。类似的, Baskin 等(2014)的研究证实了,送礼者往往更倾向于选择理想性高而简易性低的产品,而收礼者其实更希望收到简易性高的产品。这就为我们的假设提供了理论基础。另一方面,决策对象在营销情境中,是比控制感更容易捕捉、更容易改变的变量,因此对于本研究而言也更具实践意义和可操纵性。为了检验这一边界条件,在本轮修订中我们加入了新的实验来检验决策对象的边界作用(研究五)。这一研究采用了 2(居住流动性:高

vs. 低) x 2(决策对象: 自己 vs. 他人)的组间实验设计, 通过让被试想象为自己或朋友购买产品来操纵决策对象。结果表明, 在为自己决策组中, 本实验复制了之前的实验结果, 即感知居住流动性会提高被试对易得型产品的偏好($M_{\text{高流动性}} = 5.80, SD_{\text{高流动性}} = 0.93, M_{\text{低流动性}} = 5.40, SD_{\text{低流动性}} = 1.16; t(249) = 2.07, p = 0.04; d = 0.38$)。然而在为他人决策组中, 这一效应不再显著了($M_{\text{高流动性}} = 5.22, SD_{\text{高流动性}} = 1.41, M_{\text{低流动性}} = 5.44, SD_{\text{低流动性}} = 1.39; t(249) = -0.92, p = 0.35; d = 0.16$)。决策对象的边界效应得到证明。

意见 5: 调节变量控制感和解释水平之间的关系需要在假设阶段加强论述。一方面需要说明前人文献对控制感和解释水平关系的探索; 另一方面需要在这篇文章的研究情境下, 说明为何是作者所认为的: 高控制感可以阻断高居住流动→低解释水平; 为何不是高控制感阻断低解释水平→简易产品的偏好。

回应: 感谢审稿人提出的建议。如上对意见 3 和意见 4 的回应中所述, 解释水平与控制感在与居住流动性的理论联系方面存在一定缺陷, 我们试图探究新的中介变量、调节变量与边界条件。当然, 在本轮修订中我们也注意阐明了中介变量(自愿简约)与调节变量(极简主义)间的关系: “大量研究表明极简主义是与自愿简约最为相关的固有价值观之一(Hook et al., 2021; Mathras & Hayes, 2019), 持该价值观的消费者会更偏好简约的美学, 限制拥有物的数量并有规划地消费(Wilson & Bellezza, 2022)。相比之下, 自愿简约被认定是一种生活方式或动机, 是更为情境化、易改变的(Elgin & Mitchell, 1977)。而极简主义作为消费者所固有的一种价值观, 反应了一种持久的信念, 即个体更倾向于采取一种默认的行为模式, 在该模式下特定的行为总是首选的 (Rokeach, 1973; Wilson & Bellezza, 2022)。换言之, 在消费者的极简主义价值观处于正常水平时, 感知居住流动性会激发个体的自愿简约动机, 并进而产生对易得型产品的偏好; 但如果消费者的极简主义价值观本就处于很高的水平, 那么无论他们感知到的居住流动性如何, 他们总是会偏好简约的、便捷的产品, 因而对这部分个体而言, 感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就被削弱了。”

另外, 我们也补充说明了边界条件与中介变量之间的联系: “自愿简约的相关研究表明, 即便有自愿简约动机的消费者会尽可能地减少消费, 他们并不会完全拒绝送礼行为(Lorenzen, 2018), 即有自愿简约动机的消费者同样会面临着为他人决策的情境, 甚至为他人购买产品时的偏好也是体现自愿简约程度的重要实践表现之一(Leonard-Barton, 1981)……总的来说, 居住流动性会激发消费者的自愿简约动机, 此时如果消费者是为自己做决策, 那么他们会更偏好易得型产品。而如果消费者是为他人做决策, 则会受到社会距离的增加、希望

取悦他人的动机等因素影响，更希望选出效用最大化的产品，而不太在意自己所投入的努力。”

.....

审稿人 2 意见：

这篇文章研究了居住流动性对消费者简易型产品偏好的影响，并提出了解释水平的中介作用，文章有一定的创新性，下面几点请作者参考：

意见 1：

以前的关于居住流动性的文献实际上已经探讨了这方面的研究，譬如 Qishi et al. (2012) 发现居住流动性使人们更喜欢熟悉的东西，本文研究的是简易产品，简易产品很大程度上是人们熟悉的，作者需要进一步 clarify 本文的理论贡献。

回应：

感谢审稿人提出的建议，本文在理论综述部分归纳了包括 Oishi 等(2012)的一系列相关研究，但确实没有足够明晰地将这部分研究与本文考察的对象区分开来。为了进一步突出本文的贡献所在，我们在本轮修订中加入了更多的理论说明：(1) “值得说明的是，本文的研究对象与目前仅有的居住流动性对产品偏好的研究对象有着较大的差别，即产品的可得性与其的熟悉程度或承诺程度之间并无交叉关系，相反，本文希望研究的概念是对上述研究对象的一般化和扩展化。产品的可得性反应了得到该产品的手段，而产品的理想性反应了该产品的效用(Liberman & Trope, 1998)，二者与消费者接触产品的频率均无直接关系。已有的研究表明，消费者在易得型产品与理想型产品间的选择受到时间距离(Liberman & Trope, 1998)、决策对象(Baskin et al., 2014; Lu et al., 2013)、产品外观(Han et al., 2019)等因素的影响，而消费者对产品的熟悉程度仅关乎其接触的频率。考虑到这些因素随情境的不同而不断变化，因此理论上而言，消费者选择或接触易得型产品或理想型产品的机会和频率应该是没有明显差异的。进一步讲，本文希望研究的概念其实是更加抽象和宏观的，无论是熟悉度高的产品还是承诺度低的产品，都包含的属性是消费者不需要投入太多的资源去处理它们。而我們希望在此基础上归纳出更为一般的消费偏好，即选择易得型产品。”(2) “通过对居住流动性相关研究的归纳，我们注意到居住流动性会让消费者更倾向于购买熟悉的产品或在熟悉的商店里消费(Oishi et al., 2012)，居住流动性高的个体更倾向于加入低承诺的团队(Oishi et al., 2015)，熟悉的产品对消费者来说购买和使用都更为简单，而低承诺即是需要投入的精力和资源都较少，可以随时加入或退出。不难发现其共同点都是消费者希望自己的生活更加简

化,可以对自己的生活有更大程度的掌控,这符合 Elgin 和 Mitchell(1977)界定的自愿简约最重要的两个核心价值观(物质简化与自我决定)。另外, Gillath 和 Keefer(2016)研究发现居住流动性高的个体更有意愿去处置或放弃他们的所有物和社会关系,这正是 Leonard-Barton(1981)所界定的自愿简约的重要实践表现之一。通过对居住流动性文献的归纳我们认为,居住流动性会让消费者产生一种普适的对简单的偏好,即产生自愿简约的生活态度。”

意见 2:

解释水平是否更适合做一个调节变量?

回应:

非常感谢审稿人提出的问题,首先,为了检验审稿人在本条意见中提出的“解释水平是否更适合做一个调节变量”这一可能性,我们对原研究三的实验数据重新进行了分析,回归分析(PROCESS Model 1; Hayes, 2018)的结果表明,居住流动性与解释水平的交互项对易得型产品的偏好没有显著影响($b = -0.14, t = -0.45, p = 0.65$)。数据结果并不支持解释水平作为本文主效应的调节变量。

不过,在经过理论的查阅与仔细的斟酌过后,我们也认同解释水平在本研究中确实不是一个足够合适的中介变量。因此,我们试图检验一条更为直接的路径。即自愿简约(Voluntary simplicity),在阅读了相关文献后我们注意到,在几项关于自愿简约者的调研中,大多数人都报告了近期有搬迁行为(Alexander & Ussher, 2012; Strandbakken,1995)。另一方面,我们也归纳了居住流动性的相关文献,发现无论是偏好熟悉的产品(Oishi et al., 2012)、加入低承诺的团体(Oishi et al., 2015)还是有更多的处置行为(Keefer, 2016),从更一般、更宏观的角度上而言,其共同点都是想简化自己的生活,换言之,已有的研究都指向了居住流动性高的个体更希望在普遍的层面上简化自己的生活,我们认为这与自愿简约的核心价值观非常接近(Leonard-Barton, 1981),加之 Alexander 和 Ussher (2012)的研究了表明阻碍消费者自愿简约的一个重要原因就是被限制在固定的、受约束的结构中,而居住流动性高的个体的特定点就是较少受到固定环境的约束,生活状态经常发生变化(Oishi et al., 2013)。我们认为有理由相信居住流动性会激发个体的自愿简约动机,而另一方面,Elgin 和 Mitchell(1977)提出了自愿简约的五个核心要素:物质简化、自我决定、生态意识、人性化和个人成长。其中,物质简化指简化或整理个人的消费和生活,只买满足自己需求的产品,试图用最少的钱生活并最大程度减少超出需求的额外消费。这一核心要素也是被后续研究认可最多的维度(Rebouças &

Soares, 2021)。结合我们对因变量易得型产品与理想型产品偏好间差异的进一步陈述，即是选择“最大化选择的效用”还是“最大限度地减少所需的努力”(Bettman et al., 1998; Luan & Li, 2017)。无疑持有物质简化价值观的消费者会更倾向于选择后者，即偏好易得型产品。因此我们在此提出了一个新的可能的中介变量，即自愿简约动机在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起中介作用。

为了检验这一假设，我们放弃了原稿的研究三，并新加入了一个实验（本轮修订中的研究三），实验大致的流程与先前类似，但这次我们加入了自愿简约的测量。我们同样测量了焦虑感，以及先前提出的解释水平，多重中介效应检验的结果支持了我们新的假设，即自愿简约动机在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起中介作用(indirect effect $b = 0.16$, 95%CI [0.002, 0.373])，并且焦虑感(indirect effect $b = 0.068$, 95%CI [-0.072, 0.243])与解释水平(indirect effect $b = 0.002$, 95%CI [-0.103, 0.077])均不起中介作用。

为了进一步确认自愿简约动机的中介作用，我们还额外加入了一个新的实验(研究四)，在该研究中我们加入了对被试极简主义倾向的测量。极简主义是消费者个体所固有的一种价值观，持该价值观的消费者会更偏好简约的美学，限制拥有物的数量并有规划地消费(Wilson & Bellezza, 2022)。大量研究表明极简主义是与自愿简约最为相关的固有价值观之一，因此我们试图通过证明极简主义的调节作用来进一步证明自愿简约动机的中介作用。结果表明当个体的极简主义倾向较低时，高居住流动性会增加个体对易得型产品的偏好，而当个体极简主义倾向较高时，这一效应就不再显著了，这一结果通过检验调节变量的方式进一步地证明了自愿简约动机确实是居住流动性对易得型产品偏好影响的中介。

意见 3:

居住流动性是否可以影响控制感？一个新环境往往是缺乏控制感的，因而会导致对简易产品更加喜爱，请作者进一步说明。

回应:

感谢审稿人在此提出的问题。我们首先按照审稿人的建议对原研究四的数据重新进行了分析。我们将低流动性组的被试编码为 0，高流动性组的被试编码为 1 作为自变量，将被试的控制感得分作为因变量进行独立样本 t 检验。结果显示我们对被试感知居住流动性的操纵对被试控制感的测量没有影响($M_{高流动性} = 2.85$, $SD = 1.85$; $M_{低流动性} = 2.84$, $SD = 1.67$, $t(122) = 0.05$, $p = 0.96$)，这表明被试的控制感并没有因为实验中对感知居住流动性的操纵而改变。进一步的，为了排除审稿人在本条意见中提到的“一个新环境往往是缺乏控制感的，因而会导

致对简易产品更加喜爱”这一机制，我们运用回归分析法来进行中介效应检验，以检验控制感是否在居住流动性和简易型产品偏好的效应中起到中介作用。我们采用对间接中介效应 $a \times b$ 的自主抽样检验(bootstrap test)(PROCESS Model 4; Hayes, 2018)，其中“ a ”代表居住流动性对控制感的影响，“ b ”代表控制感对简易型产品偏好的影响。在样本选择为 5000 次、95% 的置信区间下，通过 bootstrap 分析发现间接中介效应是不显著的(indirect effect $b = -0.006$, 95%CI [-0.0565, 0.0557])。居住流动性对控制感没有显著影响 ($a = 0.016$, $t = 0.051$, $p = 0.959$)。同时，控制感对易得型产品偏好也没有显著影响($b = -0.039$, $t = -0.602$, $p = 0.548$)。但居住流动性对易得型产品偏好的直接效应是显著的($c' = 0.571$, $t = 2.458$, $p = 0.015$)。综上，排除了控制作为中介变量的解释。由于这一实验在本轮修订中已经删除，我们将它的详细信息写在了附录 4 中，以供参考。

不过，经过文献的查阅，我们发现确实有研究表明居住流动性会威胁个体的控制感(Yu et al., 2020; Yuan et al., 2021)。经过理论梳理与斟酌，我们认为控制感确实不太适合作为调节变量进行研究。在本轮修订中，我们根据新的机制重新提出了新的可能的调节变量：1)个体的极简主义特质；2)决策对象。

首先，在对意见 2 的回应中我们详细说明了本文重新提出的中介机制，即高感知居住流动性激发了自愿简约动机，进而提高了消费者的易得型产品偏好，并提供了理论与数据支持。在“自愿简约”这一新的中介的理论基础上，我们进一步指出，消费者在“简单偏好”这方面的价值观上的个体差异在一定程度上可以反映个体自身自愿简约动机的强弱，应当能在这—效应中起调节作用。大量研究表明极简主义个体特质是与自愿简约最为相关的固有价值观之一(Hook et al., 2021; Mathras & Hayes, 2019)，持该价值观的消费者会更偏好简约的美学，限制拥有物的数量并有规划地消费(Wilson & Bellezza, 2022)。相比之下，自愿简约被认定是一种生活方式或动机，是更为情境化、易改变的(Elgin & Mitchell, 1977)。而极简主义作为消费者所固有的一种价值观，反应了一种持久的信念，即个体更倾向于采取一种默认的行为模式，在该模式下特定的行为总是首选的 (Rokeach, 1973; Wilson & Bellezza, 2022)。换言之，在消费者的极简主义价值观处于正常水平时，感知居住流动性会激发个体的自愿简约动机，并进而产生对易得型产品的偏好；但如果消费者的极简主义价值观本就处于很高的水平，那么无论他们感知到的居住流动性如何，他们总是会偏好简约的、便捷的产品，因而对这部分个体而言，感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就被削弱了。基于此我们提出了本文的假设 3：极简主义在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起调节作用。为了验证这一假设，我们在本轮修订中，我们放弃了原先的检验调节变量的实验(原研究四)，并补充了

一个新的实验（修订稿中的研究四）。在该实验中，我们测量了被试的极简主义水平。结果表明当极简主义处于-1SD 情况下，流动性高低之间存在显著的差异($t = 2.77, p = 0.006, 95\% \text{ CI}=[0.275, 1.632]$),即对于低极简主义倾向的个体,相比于低感知居住流动性,在高感知居住流动性时会显著倾向易得型产品的消费;反之,而当极简主义水平处于+1SD 情况下时,感知居住流动性高低对易得型产品的偏好之间的影响不显著($t = -0.112, p = 0.911, 95\% \text{ CI}[-0.717, 0.640]$)。我们关于极简主义起调节作用的假设得到支持,这一结论也进一步支持了自愿简约动机确实是感知居住流动性对易得型产品偏好的中介变量。此外,为了排除本条意见中提到的,自变量对调节变量有影响及由此产生的共线性效应,我们将被试的居住流动性作为自变量,将被试的极简主义得分作为因变量进行独立样本 t 检验。结果显示我们对被试感知居住流动性的操纵对被试极简主义的测量没有影响($M_{\text{高流动性}} = 5.45, SD = 0.93; M_{\text{低流动性}} = 5.43, SD = 0.93, t(209) = 0.18, p = 0.856$),这表明在个体水平上,极简主义这一调节变量并没有因为本实验对自变量的操纵而改变,个体的极简主义水平是固有的、稳定的。

除了提出极简主义这一调节变量之外,在本轮修订中我们还希望能进一步探究感知居住流动性对易得型产品偏好影响的边界条件,以期扩大我们研究结论的应用价值。因此我们提出了“决策对象”这一边界条件。具体而言,我们认为当消费者为自己做决策时,居住流动性高的个体更偏好易得型产品,为他人做决策时,这一效应不再存在。之所以我们选择决策对象作为一个新加入的边界条件进行研究,一方面是因为已有研究发现,当被试为自己挑选工作时,他们会选择薪水更高但难以实现自我价值的工作(易得性更高),当被试为朋友挑选工作时,他们会选择薪水更低但可以实现自我价值的工作(理想性更高; Kray & Gonzalez, 1999)。在此基础上, Lu 等(2013)通过对被试决策前、决策中与决策后三个阶段的研究,一致地揭示了与为自己做决定相比,为他人做决定时消费者会加强对理想性的关注并抑制对易得性的关注。类似的, Baskin 等(2014)的研究证实了,送礼者往往更倾向于选择理想性高而简易性低的产品,而收礼者其实更希望收到简易性高的产品。这就为我们的假设提供了理论基础。另一方面,决策对象在营销情境中,是比控制感更容易捕捉、更容易改变的变量,因此对于本研究而言也更具实践意义和可操纵性。为了检验这一边界条件,在本轮修订中我们加入了新的实验来检验决策对象的边界作用(研究五)。这一研究采用了 2(居住流动性:高 vs. 低) x 2(决策对象:自己 vs. 他人)的组间实验设计,通过让被试想象为自己或朋友购买产品来操纵决策对象。结果表明,在为自己决策组中,本实验复制了之前的实验结果,即感知居住流动性会提高被试对易得型产品的偏好($M_{\text{高流动性}} = 5.80, SD_{\text{高流动性}} = 0.93, M_{\text{低流动性}} = 5.40, SD_{\text{低流动性}} = 1.16; t(249) = 2.07, p = 0.04; d = 0.38$)。然而在为他人决策组中,这一效应不再显

著了($M_{\text{高流动性}} = 5.22, SD_{\text{高流动性}} = 1.41, M_{\text{低流动性}} = 5.44, SD_{\text{低流动性}} = 1.39; t(249) = -0.92, p = 0.35; d = 0.16$)。决策对象的边界效应得到证明。

意见 4:

规范性不够，譬如 H2 后面少一个句号，不要一句话一段。

回应:

感谢审稿人的提醒。我们重新对文章进行了多次校对，提高了文章的结构规范性，并尽可能减少了短句的段落。

意见 5:

以前的文献也识别出其他中介，譬如 relationship anxiety，是否也会中介本文的关系呢？作者需要作为平行机制进一步考虑。

回应:

感谢审稿人提出的建议。鉴于先前的文献表明居住流动性会增强焦虑感(Moyle & Parkes, 1999)，我们认为焦虑确实是居住流动性对易得型产品偏好可能的中介解释。为了排除这一潜在的替代解释，我们在新加入的中介变量的检验实验中(研究三)，根据 Darrat 等(2016)的量表，通过两个语句测量被试感知的焦虑感(1 = 完全不同意，7 = 完全同意)：(1)在想象这份工作时，我毫无理由地感到害怕。(2)在想象这份工作时，我发现自己很容易心烦或感到恐慌。结果表明焦虑感的中介效应不显著(indirect effect $b = 0.068, 95\%CI [-0.072, 0.243]$)。居住流动性会提高焦虑感($a = 0.62; t = 2.33, p = 0.021$)，但焦虑感对易得型产品偏好没有显著影响($b = 0.11, t = 1.09, p = 0.278$)。由此我们排除了焦虑感的中介作用。另外，如我们在对意见 2、意见 3 的回复中提到的，我们同样也排除了解释水平和控制感的中介作用。本轮修订中研究三的结果表明解释水平的中介效应不显著(indirect effect $b = 0.068, 95\%CI [-0.072, 0.243]$)。居住流动性对解释水平没有显著影响($a = 0.01; t = 0.06, p = 0.949$)，解释水平对易得型产品偏好也没有显著影响($b = 0.21, t = 1.05, p = 0.295$)。本轮修订中附录 4 的研究六的结果表明控制感的中介效应不显著(indirect effect $b = -0.006, 95\%CI [-0.0565, 0.0557]$)，居住流动性对控制感没有显著影响 ($a = 0.016, t = 0.051, p = 0.959$)。控制感对易得型产品偏好也没有显著影响($b = -0.039, t = -0.602, p = 0.548$)。由此我们还排除了解释水平与控制感的中介作用。

第二轮

审稿人 1 意见：作者为本次修改付出了大量且卓有成效的努力。很高兴作者能够充分考虑审稿人的意见，并对论文的理论进行重构，修改后的逻辑更清晰也更简洁了。与上一轮稿件相比，文章的语言表达、术语采择也都有较大的改进。推荐发表。

回应

非常感谢审稿人对第一轮修订成果的肯定。审稿人的意见给了我们很大的启发和帮助。在本轮修订中，我们希望进一步增强文章的实证依据，丰富文章的理论贡献。我们在本轮修订中添加了新的调节变量(社会经济地位)并补充了相关的理论依据。具体而言，除了极简主义这一个体价值观的差异之外，在本轮修订中我们希望进一步探究个体的经济状况差异是否会影响感知居住流动性对易得型产品偏好的效应。最终我们提出消费者的社会经济地位(socioeconomic status)会调节感知居住流动性对易得型产品偏好的影响。这是因为低社会经济地位的消费者往往更加贫困(Mittal & Griskevicius, 2014)，资源更加匮乏(Hamilton et al., 2019)，拥有更少的选择机会(Lachman & Weaver, 1998)，因此，低社会经济地位的消费者在选择产品时，出于自身资源与机会的限制，不得不更多地将得到该产品所需的时间、金钱等资源纳入考量，这也就意味着这类消费者总是需要关注产品的易得性属性。甚至于在所需投入资源较多时，这方面的考量会成为限制他们消费选择的主要因素。换言之，如何“最大限度地减少所需的努力”对低社会经济地位的消费者而言，几乎总是需要优先考虑的。作为对我们这一推断的支持，Hamilton 等(2019)研究发现，低社会经济地位的消费者总是面临财政约束，这是限制他们获得所需或想要的产品和服务的主要因素之一。资源的约束使得低社会经济地位的消费者习惯于考虑简单易得的产品。另外，Griskevicius 等(2013)研究发现，在低社会经济地位环境中成长的消费者，更倾向于采取快速策略，希望更快地接近诱惑，更偏重于考虑直接利益，而易得型产品由于需要投入的资源少，可以方便快捷地发挥效用，正满足了低社会经济地位消费者的这一需求。综上我们认为，当消费者的社会经济地位处于较低水平时，无论其居住流动性如何，出于资源的限制消费者将总是有着简化的倾向，产品的易得性往往会被首要考虑，此时感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就被削弱了。因此本轮修订中我们补充了一个新的假设。

H4: 社会经济地位在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起调节作用。在消费者的社会经济地位处于较低水平时，感知居住流动性对易得型产品的影响效应不再存在。

我们还在本轮修订中补充了两个新的实验：研究三与研究六。其中，研究三旨在通过测量被试实际的产品选择行为，在真实的产品选择情境中进一步验证主效应的稳健性，并同时

排除熟悉感的干扰与替代解释。在研究三中，我们告知被试我们将从本次实验的所有参与者中随机抽取两名，赠送一份拼图作为礼品。我们给被试提供了两款拼图（易得型与理想型）以供选择，并告知被试如果中奖，他们将收到自己选择的那一款拼图，以此测量被试的真实选择。同时我们还测量了被试对这两款拼图的熟悉程度。Logistic 回归分析的结果表明，高流动性组的被试(38.8%)比低流动性组被试(27.5%)更可能选择易得型产品($b = .51, S.E. = .26, Wald \chi^2(1) = 3.88; p = .049$)，主效应在真实的产品选择情境中得到进一步验证。另外，单样本 t 检验分析的结果显示，被试更加熟悉的是理想型产品($t(270) = -4.22, p < 0.001$)。这说明即便被试对易得型产品更不熟悉，但高感知居住流动性还是会显著提高被试的易得型产品偏好，这既说明了对产品的熟悉度不是被试选择易得型产品的原因，更进一步证明了感知居住流动性对易得型产品偏好的效应会超过简单的熟悉寻求效应，排除了熟悉感的干扰与替代解释。

研究六旨在验证社会经济地位的调节作用。在该研究中，我们测量了被试的社会经济地位(Griskevicius et al., 2013)。结果表明高流动性组的被试比低流动性组被试具有更高的易得型产品偏好($M_{高流动性} = 4.95, SD = 1.76; vs. M_{低流动性} = 4.57, SD = 1.86, t(363) = 2.01, p = 0.045$)。更重要的是，社会经济地位的调节效应显著(感知居住流动性 \times 社会经济地位 $b = 0.411, t(361) = 3.314, p = 0.001$)，对于社会经济地位得分低于 3.9 的被试(47.4%)，感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就不再显著了，社会经济地位的调节效应得到验证。

我们希望这些补充能让本文的理论价值更加明确，论证更加严谨。

.....

审稿人 2 意见：

作者很详尽地根据审稿意见对原文进行了修改，文章有了很大的进步，但仍有需要进一步改善的地方，希望能给作者进一步的参考：

意见 1：

规范要加强，譬如文章第一个引用不够规范。

回应

感谢审稿人的提醒。我们重新审查了审稿人提到的这处引用：“居住自由是美国人积极追求幸福的一个主要方式(Oishi, Rothman, et al., 2007)”。根据《心理学报参考文献著录格式(著者-出版年制)详细要求》，如果有 3 个或更多个著者，只写第一著者的姓(名)，后面用“等”或“et al.”，但需保证只指向文献列表中的一条文献。如果有两篇文献的**第一著者和出版年**

都相同，那么只写第一著者将会混淆两篇文献，则需加第二著者以示区别。如果写两个著者还不能区分，则要加上第三位著者。至于应该写几个著者，以能在正文中区分开两篇文献为原则。如果是英文著者，最后只剩一个著者，不能用 et al.干脆把最后这个著者的姓(名)也写上。因为我们引用了 Oishi 教授 2007 的两篇文章，同时审稿人提到的这篇文章有 8 个作者，因此在引用中为了区分 2007 年的另外一篇文章，我们把第一作者和第二作者都列出 (Oishi, Rothman, et al., 2007)。另外，我们对 Oishi 教授 2007 年的第二篇引用加上第二作者后，由于只剩了一个著者，因此补齐著者，写作(Oishi, Lun, & Sherman, 2007)。我们引用 Oishi 教授等人 2007 的两篇文章具体信息如下：

Oishi, S., Lun, J., & Sherman, G. D. (2007). Residential mobility, self-concept, and positive affect in social interactions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(1), 131-141.

Oishi, S., Rothman, A. J., Snyder, M., Su, J., Zehm, K., Hertel, A. W., Gonzales, M. H., & Sherman, G. D. (2007). The socioecological model of procommunity action: The benefits of residential stability. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(5), 831-844.

同时，我们也在审稿人的提醒下仔细审查了其他引用，确保在第一著者和出版年没有重复的情况下，其余引用格式均为“第一著者的姓(名)，后面用‘等’或‘et al.’”。

意见 2:

易得型商品譬如办公桌、床单等也都是消费者熟悉和使用频率较高的商品，易得程度和熟悉度是高度相关的，并不是没有关系，作者仍需进一步厘清二者之间的关系以及本文的贡献。可以将熟悉度作为一个控制变量检验一下。

回应

非常感谢审稿人在此提出的问题。我们发现在上一轮修订中确实没有很好地解释产品的易得程度与熟悉程度间的关系。为了能清晰地揭示产品易得性与熟悉程度间的关系，我们首先试图从理论层面将二者区分开，尤其是本轮修订中，我们试图从熟悉感产生的根源来说明，易得程度高的产品不一定会产生熟悉感。一般而言，我们可能会推断易得型产品更熟悉的原因，是因为其获取简便，在日常生活中较容易接触到。但 Whittlesea 和 Williams(1998)的研究表明，容易接触并不直接决定熟悉感，他们在文章中进行了举例说明：“Encountering one’s spouse in one’s own kitchen must sponsor some of the most fluent processing that one can perform, yet the encounter is not accompanied by a feeling of familiarity. One KNOWS who that person is; but there is no feeling of “I’ve seen you before”. In contrast, people who one knows

only moderately well, and who are presumably processed less fluently, do sponsor feelings of familiarity. For example, if one encounters the clerk from the corner store when riding a bus, the feeling of familiarity can be very strong.”这篇研究指出，熟悉感的产生是处于对信息处理流利性的期望的违背，即一事物即便信息处理流利度很高，但如果个体对其信息处理流利度的期望也很高，那么流利性就不会转化为熟悉感。因此，即便易得型产品在直觉上似乎所耗费的信息处理资源更少，消费者也会因为这一直觉调整对其的期望，结果使得对易得型产品的信息处理流利度并不会高出期望，也就不会产生比理想型产品更高的熟悉感了。此外，我们还补充了品牌熟悉度的相关文献(Campbell & Keller, 2003)，试图说明理想型产品可以通过打广告的方式，提高自己在消费者心中的熟悉度，例如，LV 作为知名的理想型产品代表，其在消费者心中的熟悉度往往高过普通的淘宝店铺（如双城记，即便这类淘宝自营店的易得性更高）。相关理论解释具体补充在正文 1.2.1 居住流动性部分：“产品的可得性反应了得到该产品的手段，而产品的理想性反应了该产品的效用(Liberman & Trope, 1998)，二者与消费者接触产品的频率均无直接关系。已有的研究表明，消费者在易得型产品与理想型产品间的选择受到时间距离(Liberman & Trope, 1998)、决策对象(Baskin et al., 2014; Lu et al., 2013)、产品外观(Han et al., 2019)等因素的影响，而目前并无文献表明熟悉程度会影响这一偏好。进一步的，Whittlesea 和 Williams(1998)从起源上研究了熟悉感是如何产生的。他们的研究表明，流畅的信息处理并不会直接产生熟悉感，熟悉感的产生是由于对流利性的期望的违背，那么只要易得型产品没有出现“高于预期”的信息处理流利性，就不会比理想型产品产生更多的熟悉感。另外，品牌熟悉度的相关研究也表明，品牌广告与品牌熟悉度高度相关(Campbell & Keller, 2003)，这就意味着一些理想型产品品牌（如喜茶）可以通过广告投入使自身的熟悉度高于很多易得型产品品牌（如本地个体经营的奶茶店）。结合上述文献，我们认为易得型产品并不意味着会产生更高的熟悉程度，二者间的关系会受到很多因素的干扰。”

另一方面，我们也根据审稿人的意见设计并补充了一个新的实验，以期排除控制感的干扰。在本轮修订中我们新加入了研究三。在研究三中我们通过抽奖并选择奖品的方式测量了被试的真实产品选择，并测量了被试对两款产品的熟悉程度。具体而言，我们给被试提供了两款拼图以供选择，这两款拼图的价格与质量完全相同，其中，拼图A是理想型产品，完成该拼图需要较多的时间，但完成后的拼图看上去十分精美；拼图B是易得型产品，完成该拼图需要的时间较少，但完成后的拼图并不如拼图A精美，为了增强选择的真实感，我们附上了拼图的真实图片以供被试参考。被试被要求从两款拼图中选择一款，如果他们中奖，他们将收到自己所选择的那一份拼图。为了排除产品熟悉感的干扰与替代解释，我们测量了被试

对两款拼图的熟悉程度差异，语句改编自Oishi等(2012)：“你觉得哪一款拼图看上去更熟悉？”(1 = 对拼图A更熟悉，7 = 对拼图B更熟悉)。在验证了主效应的稳健性后，我们将被试对两款拼图的熟悉程度和所用七点量表的中间值“4”进行单样本 t 检验分析，结果显示，被试对两款拼图的熟悉程度得分显著低于中间值“4”($t(270) = -4.22, p < 0.001$)，这说明被试更加熟悉的是理想型产品(拼图A)，首先证明了消费者不一定对易得型产品更加熟悉。进一步的，结合主效应检验中logistic回归分析的结果，“高流动性组的被试(38.8%)比低流动性组被试(27.5%)更可能选择易得型产品($b = .51, S.E. = .26, \text{Wald } \chi^2(1) = 3.88; p = .049$)。”我们可以发现即便被试对易得型产品更不熟悉，但高感知居住流动性还是会显著提高被试的易得型产品偏好，这既说明了对产品的熟悉度不是被试选择易得型产品的原因，更进一步证明了感知居住流动性对易得型产品偏好的效应会超过单纯的熟悉寻求效应。

意见 3:

高感知居住流动性可能会影响自愿简约，也可能会引起对过去或熟悉事物的怀念，而易得型产品大多都是熟悉的，作者需进一步考虑这一条可能的路径作为平行机制的探讨。

回应

非常感谢审稿人在此提出的问题。我们认为，高感知居住流动性确实会引起对熟悉事物的偏好(Oishi et al., 2012)，但这一路径并不是感知居住流动性对易得型产品偏好影响的内在机制。为了明晰本文的贡献，我们首先如回应2中所述，在理论层面对易得型产品与熟悉度作了区分：“Whittlesea和Williams(1998)从起源上研究了熟悉感是如何产生的。他们的研究表明，流畅的信息处理并不会直接产生熟悉感，熟悉感的产生是由于对流利性的期望的违背，那么只要易得型产品没有出现“高于预期”的信息处理流利性，就不会比理想型产品产生更多的熟悉感。另外，品牌熟悉度的相关研究也表明，品牌广告与品牌熟悉度高度相关(Campbell & Keller, 2003)，这就意味着一些理想型产品品牌（如喜茶）可以通过广告投入使自身的熟悉度高于很多易得型产品品牌（如本地个体经营的奶茶店）。结合上述文献，我们认为易得型产品并不意味着会产生更高的熟悉程度，二者间的关系会受到很多因素的干扰。”

在实验方面，我们也根据审稿人的意见设计并补充了一个新的实验，将熟悉度作为可能的平行机制进行检验。在本轮修订中我们新加入了研究三。其流程如回应2中所述，我们让被试从两款拼图中选一款作为收到的奖品，并测量了被试对这两款拼图的熟悉程度。我们将被试对两款拼图的熟悉程度和所用七点量表的中间值“4”进行单样本 t 检验分析，结果显示，被试对两款拼图的熟悉程度得分显著低于中间值“4”($t(270) = -4.22, p < 0.001$)，这说明被

试更加熟悉的是理想型产品，即易得型产品不一定是更熟悉的。进一步的，结合主效应检验中logistic回归分析的结果，我们可以发现即便被试对易得型产品更不熟悉，但高感知居住流动性还是会显著提高被试的易得型产品偏好($b = .51, S.E. = .26, \text{Wald } \chi^2(1) = 3.88; p = .049$)，这既说明了对产品的熟悉度不是被试选择易得型产品的原因，更进一步证明了感知居住流动性对易得型产品偏好的效应会超过单纯的熟悉寻求效应。

此外，我们还根据审稿人的意见运用回归分析法来进行中介效应检验，排除熟悉感在感知居住流动性和易得型产品偏好的效应中的替代解释。我们采用对间接中介效应 $a \times b$ 的自主抽样检验(bootstrap test)(PROCESS Model 4; Hayes, 2018)，其中“ a ”代表感知居住流动性对熟悉感的影响，“ b ”代表熟悉感对易得型产品偏好的影响(Hayes, 2018; Zhao et al., 2010)。在样本选择为5000次、95%的置信区间下，通过bootstrap分析发现熟悉感的间接中介效应不显著($a \times b = 0.422, 95\% \text{CI} [-1.371, 1.047]$)。综上我们有理由认为熟悉感并不是感知居住流动性对易得型产品偏好影响的平行机制。

意见 4:

极简主义与自愿简约这两个概念非常相近，建议作者使用其他的调节变量。

回应

非常感谢审稿人在此提出的建议。我们在原文中确立了自愿简约作为中介机制后，原本是考虑采用检验调节变量的方法进一步验证自愿简约动机是感知居住流动性对易得型产品偏好影响的内在解释(Spencer et al., 2005)，因此选用了与之概念非常接近的极简主义作为调节变量（我们原本的考虑是，如果自愿简约确如我们预测的起到了中介作用，那么对于简约价值观本就高的被试，即极简主义者而言，主效应应当会被削弱）。

因为我们有一个选择情景的调节变量（为自己还是为他人做决策），加上极简主义这一价值观上的差异。因此，在文献阅读中，我们试图从物质经济层面去考虑新的调节变量。具体而言，我们认为消费者的社会经济地位(socioeconomic status)会调节感知居住流动性对易得型产品偏好的影响。之所以选择社会经济地位作为调节变量，是因为这一指标是个体在社会中所处位置的客观反映，不易改变，并且社会经济地位正在得到营销领域越来越多的关注(Shalev & Morwitz, 2012)，其研究价值得到广泛认可。该领域的研究发现，社会经济地位会影响消费者的食品消费(Baumann et al., 2019)，旅游决策(Giroux, 2022)，消费理性(Hasan et al., 2022)，多样性寻求行为(Yoon & Kim, 2018)等。

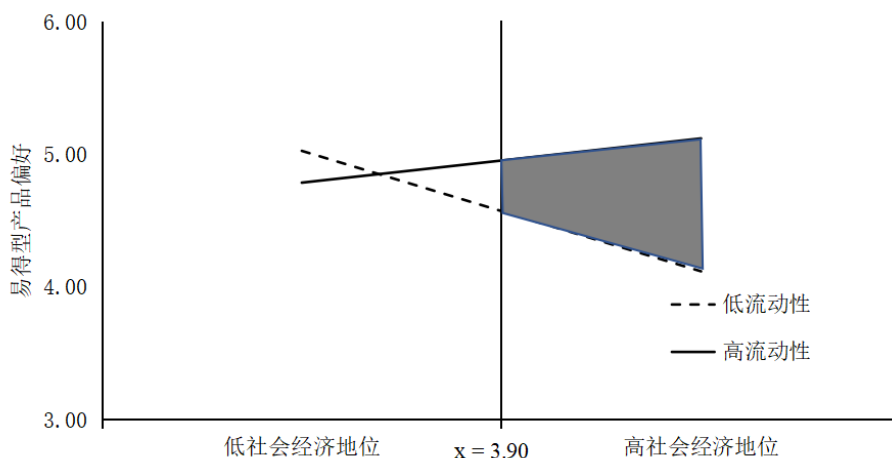
考虑到低社会经济地位的消费者往往更加贫困(Mittal & Griskevicius, 2014)，资源更加匮乏

乏(Hamilton et al., 2019), 拥有更少的选择机会(Lachman & Weaver, 1998), 因此, 低社会经济地位的消费者在选择产品时, 出于自身资源与机会的限制, 不得不更多地得到该产品所需的时间、金钱等资源纳入考量, 这也就意味着这类消费者总是需要关注产品的易得性属性。甚至于在所需投入资源较多时, 这方面的考量会成为限制他们消费选择的主要因素。换言之, 如何“最大限度地减少所需的努力”对低社会经济地位的消费者而言, 几乎总是需要优先考虑的。作为对我们这一推断的支持, Hamilton 等(2019)研究发现, 低社会经济地位的消费者总是面临财政约束, 这是限制他们获得所需或想要的产品和服务的主要因素之一。资源的约束使得低社会经济地位的消费者习惯于考虑简单易得的产品。另外, Griskevicius 等(2013)研究发现, 在低社会经济地位环境中成长的消费者, 更倾向于采取快速策略, 希望更快地接近诱惑, 更偏重于考虑直接利益, 而易得型产品由于需要投入的资源少, 可以方便快捷地发挥效用, 正满足了低社会经济地位消费者的这一需求。综上所述我们认为, 当消费者的社会经济地位处于较低水平时, 无论其居住流动性如何, 出于资源的限制消费者将总是有着简化的倾向, 产品的易得性往往会被首要考虑, 此时感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就被削弱了。因此本轮修订中我们补充了一个新的假设。

H4: 社会经济地位在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起调节作用。在消费者的社会经济地位处于较低水平时, 感知居住流动性对易得型产品的影响效应不再存在。

为了检验社会经济地位的调节作用, 我们在本轮修订中补充了一个新的实验(研究六)。在该实验中, 根据Griskevicius等(2013)的量表, 我们测量了被试当前的社会经济地位。我们通过PROCESS Model 1(Hayes, 2018)进行回归分析($X =$ 感知居住流动性[$0 =$ 低流动性, $1 =$ 高流动性], $M =$ 社会经济地位[中心化], $Y =$ 易得型产品偏好)。结果发现, 社会经济地位对易得型产品偏好具有负向影响($b = -.30, se = .09, t(361) = -3.49, p = .001$), 也就是说随着社会经济地位的降低, 消费者对易得型产品的偏好会提高。这与我们在理论部分推导的低社会地位的被试倾向于选择易得型产品是一致的, 进一步为我们的假设提供了支持。同时更重要的是, 结果表明感知居住流动性与社会经济地位的交互项会对易得型产品的偏好产生显著影响($b = .41, se = .12, t(361) = 3.31, p = .001$, 见下表)。通过泛光灯分析我们确认了Johnson–Neyman值(Spiller et al., 2013), 如下图, 结果表明对于低社会经济地位的被试(社会经济地位得分低于3.9, 占比47.4%), 感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就不再显著了($b = .38, se = .19, p = .05$)。由此看出, 对低社会经济地位的个体而言, 受到来自居住流动性的影响较小, 人们对于易得型产品没有显著的偏好。结果显示了居住流动性和社会经济地位之间的交互作用, 社会经济地位在其中所起到的调节作用得到验证。

	b	se	t	p	LLCL	ULCL
常量	4.573	.130	35.312	.000	4.319	4.828
社会经济地位	-.301	.086	-3.491	.001	-.470	.131
居住流动性	.381	.187	2.037	.042	.013	.749
居住流动性×社会经济地位	.411	.124	3.314	.001	.167	.655



最后,考虑到验证极简主义调节效应的研究五可以通过检验调节变量的方法进一步验证自愿简约动机是感知居住流动性对易得型产品偏好影响的内在解释(Spencer et al., 2005)。我们仍旧保留了研究五与极简主义的相关理论,但做了一部分简化,希望这部分能为我们的机制解释提供进一步的证据。

意见 5:

作者考虑了解释水平和感知焦虑的替代中介作用,建议同时考虑控制感、熟悉感的作用并进行阐释。

回应

非常感谢审稿人在此提出的建议。我们通过本轮修订中正文部分新补充的实验(研究三)以及附录5中的研究八,分别排除了控制感和熟悉感的替代解释。其中,对于熟悉感,我们首先如回应2中所述,在理论上对熟悉感与易得性进行了区分,以期明确本文的理论价值。同时,根据审稿人的建议,本文新加入了研究三,测量了被试对产品的熟悉程度。单样本 t 检验分析的结果显示,被试对两款拼图的熟悉程度得分显著低于中间值“4”($t(270) = -4.22$, $p < 0.001$),这说明被试更加熟悉的是理想型产品,即易得型产品不一定是更熟悉的。进一步的,结合主效应检验中logistic回归分析的结果,可以发现即便被试对易得型产品更不熟

悉，但高感知居住流动性还是会显著提高被试的易得型产品偏好($b = .51, S.E. = .26, \text{Wald } \chi^2(1) = 3.88; p = .049$)，这既说明了对产品的熟悉度不是被试选择易得型产品的原因，更进一步证明了感知居住流动性对易得型产品偏好的效应会超过单纯的熟悉寻求效应。此外，我们采用对间接中介效应 $a \times b$ 的自主抽样检验，其中“ a ”代表感知居住流动性对熟悉感的影响，“ b ”代表熟悉感对易得型产品偏好的影响。在样本选择为5000次、95%的置信区间下，通过bootstrap分析发现熟悉感的间接中介效应不显著($a \times b = 0.422, 95\% \text{CI} [-1.371, 1.047]$)。综上所述，我们有理由认为熟悉感并不是感知居住流动性对易得型产品偏好影响的替代中介解释。

对于控制感，我们在附录5补充的研究八中，运用回归分析法来进行中介效应检验，以检验控制感是否在居住流动性和易得型产品偏好的效应中起到中介作用。我们采用对间接中介效应 $a \times b$ 的自主抽样检验，其中“ a ”代表居住流动性对控制感的影响，“ b ”代表控制感对易得型产品偏好的影响。在样本选择为5000次、95%的置信区间下，通过bootstrap分析发现间接中介效应是不显著的($a \times b = -0.006, 95\% \text{CI} [-0.057, 0.056]$)。居住流动性对控制感没有显著影响($a = 0.016, t = 0.051, p = 0.959$)。同时，控制感对易得型产品偏好也没有显著影响($b = -0.039, t = -0.602, p = 0.548$)。综上，排除了控制感作为中介变量的替代解释。由于这一实验在上轮修订中已经删除，我们将它的详细信息写在了附录5中，以供参考。

意见 6:

建议做一个田野实验。

回应

感谢审稿人在此提出的建议。我们注意到在原文的一系列研究中被试均被要求表明他们对一种或几种产品的偏好，而不是做出实际的、真实的产品选择。为了检验主效应的稳健性，我们根据审稿人的建议以及营销领域当前的常用做法(Jiang et al., 2014; Sun & Trudel, 2017; Wang et al., 2020; Yin & Huang, 2022)加入了一个新的在一定程度上能够反映真实行为的实验(研究三)(英文把这类实验称为incentive compatible study)。Morales等(2017)发表在Journal of Consumer Research的关于方法论的一篇研究中指出，在消费行为的实验中，如果能增强实验的真实感，那么就能取得和field study一样真实可靠的实验效果。而增强实验的真实感的方法，就是让被试不知道他们正在参与一项实验(We propose that for consumer research, the most critical aspect that determines whether or not a study can be classified as a field experiment is that participants do not know they are part of a research study when the manipulation is occurring and when they are engaging in real consumption behavior. Morales et al., 2017; Page

8)。因此，研究三采用incentive compatible study的方法，我们告知被试实验已经结束，并在随后的礼品挑选环节测量被试真实的产品选择行为，我们希望以此增强实验结果真实性，论证主效应的稳健性。具体而言，在完成居住流动性的操纵后，“被试被告知上一个实验已经结束，为了感谢他们的参与，除了原有的被试费外，我们将额外进行一次抽奖。具体而言，我们告知被试我们将从本次实验的所有参与者中随机抽取两名，赠送一份拼图作为礼品。我们给被试提供了两款拼图以供选择，这两款拼图的价格与质量完全相同，其中，拼图A是理想型产品，它有1200块拼图碎片，完成该拼图需要较多的时间，但完成后的拼图看上去十分精美；拼图B是易得型产品，它有200块拼图碎片，完成该拼图需要的时间较少，但完成后的拼图并不如拼图A精美，为了增强选择的真实感，我们附上了拼图的真实图片以供被试参考。被试被要求从两款拼图中选择一款，如果他们中奖，他们将收到自己所选择的那一份拼图。”随后，我们将被试的感知居住流动性（低居住流动性组被试编码为0，高居住流动性组被试编码为1）作为自变量，被试的易得型产品偏好（被试选择理想型产品编码为0，被试选择易得型产品编码为1）作为因变量进行logistic回归分析。结果表明，高流动性组的被试(38.8%)比低流动性组被试(27.5%)具有更高的易得型产品偏好($b = .51, S.E. = .26, Wald \chi^2(1) = 3.88; p = .049$)，居住流动性对易得型产品偏好的主效应在真实的产品选择情境中得到进一步验证。

意见 7:

如果有大数据支持，本文的贡献会更大。

回应

感谢审稿人在此提出的建议。在该项目开始之初我们就和一些公司取得了联系，可惜同时能获得IV和DV的大数据并没有找到。例如个推公司有所有的消费者流动的数据，我们可以观察到每个人的流动性数据，但是并没有其产品选择的数据。同时我们也寻找了几个比较大的数据库，例如世界价值观调查、中国农村统计年鉴等，这些数据库也同时包含我们涉及的IV和DV。因此，非常遗憾我们没有找到合适的大数据支持。为了弥补这一缺憾，我们在正文的研究一中，实际上是通过问卷调研的方式，采集了被试客观的居住流动性，而非如后面的实验操纵被试感知的居住流动性（我们随机采访了106名刚入学的大学生，询问被试在进入大学之前所居住的城市数量以测量其居住流动性）。虽然数据的样本量不够大，但我们也试图从客观真实数据的角度证明了居住流动性与易得型产品偏好的正相关关系，希望能进一步验证了主效应的稳健性。

最后，我们也将这一不足在最后的讨论中提出，作为未来研究的一个方向和可能性。

第三轮

审稿人 2 意见：作者给出了具体的修改说明，并补充了实验，做了大量的努力，完善了文章，建议发表。

编委意见：作者在两位审稿人提出的审稿意见基础上对原文进行了重要修改，文章质量得到提高。我仍有一些问题，希望作者予以回答或解决。

意见 1：

易得性产品并不等同于极简产品，它反映了获得产品的手段是简单和方便的(手段简单)，但并不代表着获得的产品效用是主要和简单的(物质简化)。换言之，有自愿简约动机的人们可能是因为觉得本研究中操纵的理想产品所提供的效用是复杂和多余(如含有一些非主要特征)的，而减少对其偏好。作者需要提供更多的证据来说明为何自愿简约动机会增加人们对易得性属性的偏好，而不是因为减少了对理想属性的偏好。

回应

非常感谢编委提出的这一问题，这是一个非常重要的问题。我们重新梳理了有关产品易得性(feasibility)与理想性(desirability)的相关文献，希望对这一问题进行如下补充和解释。

首先，我们非常认可编委的说法，的确易得型产品并不等同于极简的产品。易得型产品与理想型产品是相对应的，易得型产品反映了获取产品的难度较低，而理想型产品反映了获取产品的效用较高(Liberman & Trope, 1998)。在日常消费决策中消费者往往需要从这两者之间去平衡。也正是因为易得型产品获取上的简单和方便，导致在和理想型产品的权衡中，居住流动性高的个体偏好易得型产品。但是，的确如编委所言，也可能是因为高流动性的个体出于不喜欢理想型产品所提供的复杂和多余的效用，而降低了对理想型产品的偏好。对此，我们首先重新审视了本文已有的实验中对于易得型产品和理想型产品的描述，需要指出的是，虽然易得型产品如编委所说不代表着效用是简单的，但为了凸显理想型产品效用高的特点，易得型产品自然会显得效用相对普通一些。另外，我们对易得型产品与理想型产品之间描述的差别主要在于获取的难易程度与质量的好坏不同，而非理想型产品会提供复杂和多余的功能。例如，我们对于易得型学习桌的描述是组装需要5分钟，质量评价3分；而对于理想型学习桌的描述是组装需要2小时，质量评价4.5分，可见理想型学习桌应当并不会让被试感觉提供多余和复杂的功能。又比如我们对易得型电影票的描述是“随时可以兑换，影片可

能有点无聊”，而对理想型电影票的描述是“只能周二兑换，影片非常精良”；我们对易得型拼图的描述是“耗时较短，样子普通”，而对理想型拼图的描述是“耗时较长，样子精美”。综上所述可以看出，本文所使用的实验材料中，易得型产品与理想型产品的差异主要在于获取手段的繁易与质量的高低，即理想型产品并不会有多余功能的描述，被试也就不太可能是出于对理想型产品多余效用的厌恶而选择易得型产品了。当然，这些证据的确不足以排除高居住流动性降低了理想型产品偏好这一备选理论，为了提供更有力的证据，在本轮修订中，我们添加了一个新的研究（本轮修订的研究三），希望进一步证实高居住流动性到底是提高了易得型产品偏好还是降低了理想型产品偏好。具体而言，在该研究中，我们采用了2(居住流动性：高 vs. 低) x 2(产品类型：易得型 vs. 理想型)的组间实验设计，537名来自Credamo的被试($M_{\text{年龄}} = 27.47, SD = 8.10, 73\%$ 女性)参与了该实验。我们首先对被试的感知居住流动性进行操纵，操纵方法与操纵检验与上一轮修订中的研究三、研究五一致，即根据被试所分到的组别派发不同的新闻稿。在高流动性组的被试读到一篇描述流动的生活方式成为常态的新闻，而低流动性组的被试读到一篇描述稳定的生活方式成为常态的新闻。随后，在该研究中，我们选择了与先前研究均不同的产品——钢笔来测量被试的易得型/理想型产品偏好，希望进一步证明主效应的稳健性。与研究二类似，我们要求被试想象他们打算购买一支钢笔，并给出了钢笔的基本信息。在易得型产品组中，这款钢笔被描述为便于携带，非常实用，但外观普通。在理想型产品组中，这款钢笔被描述为非常精美，手感很好，但不便于携带(改编自Baskin et al., 2014)。我们通过7点量表测量被试的购买意愿(你有多大可能购买这款钢笔？1 = 非常不可能，7 = 非常可能)。我们通过2(居住流动性：高 vs. 低) x 2(产品类型：易得型 vs. 理想型)ANOVA检验居住流动性与产品类型的交互效应，其中以产品购买意愿为因变量。结果表明产品类型的主效应显著($F(1, 533) = 250.35, p < 0.001, \eta_p^2 = .320$)，感知居住流动性的主效应不显著($F(1, 533) = 0.52, p = 0.471, \eta_p^2 = .001$)，重要的是，结果表明居住流动性与产品类型的交互效应显著($F(1, 533) = 4.27, p = .039, \eta_p^2 = .008$)。简单效应分析结果进一步表明，在易得型产品组中，本实验复制了之前的实验结果，即感知居住流动性会提高被试对易得型产品的购买意愿($M_{\text{高流动性}} = 5.47, SD_{\text{高流动性}} = 1.17, M_{\text{低流动性}} = 5.16, SD_{\text{低流动性}} = 1.22; t(533) = 2.19, p = 0.029; d = 0.26$)。然而在理想型产品组中，我们发现居住流动性并不影响个体对理想型产品的偏好($M_{\text{高流动性}} = 3.43, SD_{\text{高流动性}} = 1.43, M_{\text{低流动性}} = 3.58, SD_{\text{低流动性}} = 1.46; t(533) = -0.87, p = 0.386; d = -0.10$)。综上，感知居住流动性会提高被试的易得型产品偏好，而对被试的理想型产品偏好没有影响。研究结果排除了感知居住流动性降低被试的理想型产品偏好这一替代解释，进一步支持了H1。

此外，值得说明的是，在对易得型/理想型产品偏好的相关研究中，几乎都是采取了联合决策模式(joint decision mode)进行偏好的测量(即与本文原有的各实验一致，被试在理想型和易得型产品中选择更偏好的一个，例如Aggarwal & Zhao, 2015; Baskin et al., 2014; Liu, 2008)而鲜有采取独立决策模式(separate decision mode)的测量(即与本文新添加的研究三一致，被试分别对理想型和易得型产品的偏好进行评价)。在对该领域研究归纳的基础上，我们相信本文其余的通过联合决策模式实验得出的结论同样是可靠的，即通过测量被试在易得型产品与理想型产品间的偏好，也是可以证明居住流动性提高易得型产品偏好的。

第二，以往文献所界定的易得型产品，虽然其核心特点是获取与使用方便快捷，但与理想型产品相比，其质量稍低(Baskin et al., 2014)、功能有限、较为基础(Aggarwal & Zhao, 2015; Zhao et al., 2007)。在以往的研究中，易得型产品在效用方面的描述也总是比较普通。例如，Trope 和 Liberman(1998)的研究中，对易得型文字处理器的描述是学习时间短但质量比较一般。Liu(2008)将离家较近但风景普通的公园作为易得型的选项。Baskin 等(2014)的研究中，对易得型餐厅的描述是：“A less well rated Italian restaurant that is 5 minutes away”。由此可以看出，在关于消费者易得型产品/理想型产品偏好的研究中，虽然易得型产品主要强调的是获得或使用的便利性，但其效用普遍显得一般。因此在选择易得型产品时，主要关注的是其获得途径的便利，但同时也意味着对其带来价值与效用的不在意，这二者并不完全矛盾。另一方面，虽然从定义层面来看，我们非常认同编委的意见即易得型产品与极简产品并不等同，产品易得性反应了得到该产品的难易程度，而产品理想性反应了该产品最终的价值与效用(Liberman & Trope, 1998)，但是在实际决策过程中，如果易得型产品的效用也被描述得颇具价值的话，就失去和理想型产品对比选择的意义了。正如 Lu 等(2013)等在文章中所述：“Desirability and feasibility are orthogonal such that events with both high desirability and high feasibility [HDHF] are most desirable but not always available. Conflicting choices (those with high desirability but low feasibility [HDLF] or low desirability but high feasibility [LDHF]) are more commonly seen, thus requiring decision makers to strike a balance. (Page 1)”。我们认为，即便易得性与理想性并非完全对立的概念，但是同时具备高易得性属性和理想性属性（即编委假设的获取手段简单方便，产品效用又高）的产品是缺乏实际的研究价值的。这主要有两点原因：(1)消费者会毫无疑问地选择这类产品，(2)这类产品在现实的消费情境中非常罕见。因此，我们才在引言部分对本文的研究对象作出如下定义：“从本质上讲，消费者如何在产品的可得性属性与理想性属性之间做出取舍，取决于他们对成本与效用的考量，即消费者是选择(a)最小化做出选择所需的努力，还是(b)最大化选择的效用(Bettman et al., 1998;”

Luan & Li, 2017)。追求努力最小化的消费者，就会选择**可得性高但理想性低的产品**（在本文中我们称之为“**易得型产品**”）；而追求效用最大化的消费者，就会选择**理想性高但可得性低的产品**（在本文中我们称之为“**理想型产品**”）。”由于消费者是在一个有限的集合里选择产品，付出最小的努力就能获得最大的效用通常是并不现实的。因此，消费者总是需要在产品的可得性属性与理想性属性之间做出权衡，有所偏重，换言之，**对易得性属性的偏好，一定程度上就意味着对理想性属性的放弃，这二者的相互作用应当是此消彼长的，应当同时驱动着消费者的决策。**已有的文献也支持我们的这一观点，Lu 等(2013)的研究中提到，加强对理想性的关注和削弱对易得性的关注是并不矛盾，可以共存的，在消费决策阶段，易得性与理想性会有其中一个占据了主导地位，那么在我们的研究中，感知居住流动性增强了易得性的主导地位时，理想性的地位就不可避免地下降了，也就是消费者对产品的理想性不那么在意了。类似的，Lieberman 和 Trope(1998)的研究也提出，在做选择时，理想性与易得性各有其权重，那么易得性的权重上升，自然也就意味着理想性的权重下降。Liu(2008)提出，在行为决策时，人们往往需要平衡易得性与理想性的双重目标，而非简单由其中之一的作用决定。这也是在本研究中我们试图表达的，**消费者对易得型产品的偏好，主要由希望最小化努力、重视易得性属性驱动，但同时也有对理想性属性的不在意，接受其带来的较为普通的价值和效用，这两者并不完全冲突。**当然，我们认为感知流动性对易得性产品的偏好影响主要还是由对易得性属性的偏好驱动的，对理想性属性只是“不在意”、削弱权重。因此从这一角度上来说，审稿人提出的对理想型产品复杂和多余的效用感到厌恶可能并不是一个备选解释。

第三，我们认为，自愿简约动机增加消费者对易得型产品偏好是有理论依据的，而自愿简约动机削弱消费者对理想型产品偏好这一路径则缺乏理论支持，因此从理论框架上而言，居住流动性对产品偏好的作用机制更有可能是提高了消费者的易得型产品偏好。正文部分已经较为详细地解释了为何自愿简约动机会增强消费者对“最小化努力”的关注进而选择易得型产品。但目前并没有文献表明自愿简约动机会让消费者对有吸引力的理想型产品感到厌恶。Elgin 和 Mitchell(1977)的研究中列出了有自愿简约动机的消费者的十多种消费目标，包括购买功能性的、耐用的、可回收的产品等等，这些都是易得型产品所具备的属性，但并未提到消费者的消费目标中有避免选择理想型产品。Shaw 和 Newholm(2002)的研究指出，有自愿简约动机的消费者也会做出积极的购买行为，他们偏好当地产品或小商店的商品，这可以反映出消费者对便利性的偏好，也能看出消费者对有价值的商品并不会感到厌恶或排斥。以上这两篇研究都提出自愿简约是一种积极的而非消极的消费态度，Chhetri(2009)等也将自

愿简约的消费形容为“明智的消费”。即是消费者主动寻求符合简约要素的产品（易得型产品），而非消极抵触高效用产品（理想型产品）。结合以往的研究可以看出，有自愿简约的消费者会偏好易得型产品得到了普遍的理论支持，而“避免选择理想型产品”这一消极动机则缺乏理论根据，因此我们认为感知居住流动性对易得型产品偏好的影响更主要是由对产品易得性属性的偏好驱动的。

最后，我们希望补充的是，本研究中操纵的理想产品所提供的效用确实比易得型产品更多，但应当不会令被试觉得复杂和多余。Aggarwal 和 Zhao(2015)的研究中指出，感知吸引力是一个典型的反映产品理想性的指标，也就是说，理想型产品所提供的比易得型产品多的这一部分效应，应当是具有吸引力的，如果令被试觉得复杂和多余，那就不应当称之为理想型产品了。本文所选用的易得型/理想型产品的实验材料，均采用或改编自该领域权威文献，有相关数据进一步支持这一观点。例如，本轮修订的研究四中对易得型/理想型产品（拼图）的操纵改编自 Wang 等(2020)的研究，该研究测量了被试感知到的拼图的吸引力作为易得型/理想型产品的操纵检验(To what extent do you think this puzzle is attractive?), 独立样本 t 检验的结果表明，被试认为理想型拼图比易得型拼图更有吸引力 ($M_{desirability} = 5.33$, $SD_{desirability} = 1.24$; $M_{feasibility} = 3.77$, $SD_{feasibility} = 1.22$; $t(58) = 4.93$, $p < .001$)。又例如，研究五与研究六中对易得型/理想型产品（餐厅）的操纵改编自 Lu 等(2013)的研究，该研究测量了被试对餐厅的喜爱程度作为易得型/理想型产品的操纵检验(Participants rated how much they liked each restaurant on a 9-point scale), 数据分析结果表明，相比与易得型餐厅，被试对理想型餐厅的喜爱程度更高 ($M_{desirability} = 7.36$, $SD_{desirability} = 1.61$, $M_{feasibility} = 4.91$, $SD_{feasibility} = 1.20$, $F(1, 104) = 79.44$, $p < .001$)。通过这部分理论与数据的补充，我们有理由认为本文中操纵的理想型产品所提供的效用应当是有吸引力的、受被试喜爱的，而非会让被试感到复杂和多余的。因此，当被试选择易得型产品而放弃理想型产品时，更可能是出于对易得性属性的重视与偏好，这种偏好超过了理想性属性带来的吸引力并影响了消费决策，而不太可能是出于对理想型产品带来价值的厌恶而妥协性地选择易得型产品。

综上，在研究方法层面，我们首先回顾了本文已有研究的实验材料，发现本文所使用的易得型产品与理想型产品的差异主要在于获取手段的繁易与质量的高低，被试不太可能是出于对理想型产品多余效用的厌恶而选择易得型产品。更重要的是，我们补充了一个新的实验，通过 2(居住流动性：高 vs. 低) x 2(产品类型：易得型 vs. 理想型)的组间实验设计证明了居住流动性提高消费者的易得型产品偏好，而非降低消费者的理想型产品偏好。在概念界定层面，我们通过对以往文献的总结，发现易得型产品在与理想型产品同时出现时，会被界定地

质量稍低、功能有限。因此感知居住流动性对易得型产品偏好的影响一定程度上也意味着对其带来的普通价值的不在意，这是难以完全分割的。在理论框架层面，我们梳理了自愿简约的相关文献，发现已有理论能解释自愿简约动机引发的对易得型产品的偏好，但并无证据表明自愿简约动机会引发对理想型产品的厌恶，因此前者更可能是本文主效应的驱动力。最后，我们对本文所选取的实验材料进行了数据补充，证明了研究中所用的理想型产品是具有吸引力的，受喜爱的，一定程度上也能排除被试认为理想型产品的效用复杂多余而产生厌恶这一可能的解释。

意见 2:

假设 5 只和解释水平机制有关，与自愿简约动机这一机制无关，建议删除，同时删除相应的实验。

回应

非常感谢编委提出的建议。原先我们提出假设 5 的目的，是在极简主义与社会经济地位这两个与中介机制（自愿简约动机）较为相关的调节变量的基础上，再找出一个与中介机制无关的、且较为具有实践意义的变量（决策对象）作为边界条件加以界定。在考虑了编委的意见后，我们最终决定删去假设 5 与相关实验，并调整了全文结构。

意见 3:

在研究三中，从自愿简约动机的测量（(1) 此时此刻，我觉得消费应该保持简化，即只购买和消费我需要的东西。(2) 此时此刻，我觉得“简单就是美”。(3) 此时此刻，我认为产品的功能比它的外观更重要。）来看，无法解释其对对餐厅易得性（方便性）属性的偏好的影响，请解释。

回应

感谢编委指出这一问题。我们希望指出的是，自愿简约的动机对于消费者来说是一种内在的、自发的简化动机，我们在研究五（编委此处所指应是本轮修订后的研究五）中采用量表所测量的正是感知居住流动性对被试这一内在自发动机的影响，而对易得型餐厅的偏好则属于消费者的下游行为。自愿简约的动机可以理解为消费者的宏观指导思想，这与消费者具体的下游行为可能并非一一对应的关系，但下游行为总是在宏观态度的影响下做出的，下面我们将进行更具体的理论解释。Elgin 和 Mitchell(1977)关于自愿简约的先驱性文章就提出，自愿简约的本质是一种外在简单而内在丰富的生活方式。这种生活方式包括了对节俭消费、生态关怀、个人成长等方面的关注。Rogers 和 Leonard-Barton(1979)也将自愿简约定义为一

个人选择最小化消费并最大化控制的生活态度。Rebouças 和 Soares(2021)在总结一百余篇自愿简约领域研究的基础上将自愿简约定义为注重内在价值、寻求低消费模式的生活态度。由此可见，作为一种宏观的、指导性的内在动机与生活态度，对自愿简约动机的测量语句必然也是从整体的层面、态度与认知的角度去设计的。例如本文选取的语句 1“此时此刻，我觉得消费应该保持简化，即只购买和消费我需要的东西”而不是“此时此刻，我觉得去餐厅就餐应该保持简化，即只购买和消费我需要的食物”，后者虽然和下游行为关系更紧密，但一定程度上是对行为的重复测量而不能反映被试整体的自愿简约动机了。

更加值得说明的是，本文所选取的量表源自 Shama 和 Wisenblit(1984)的研究，在该研究中，Shama 和 Wisenblit 首先通过量表测量了被试的自愿简约价值观(即本文所引用的量表，三个语句对应的英文版本分别是：1. I believe in material simplicity, i.e., buying and consuming only what I need. 2. I believe in "small is beautiful. 3. I believe that product function is usually more important than its style.)。随后，作者又通过 Leonard-Barton (1981)构建的 18 个语句的量表测量了被试的自愿简约行为，数据分析的结果表明，自愿简约态度与自愿简约行为之间是一致的。Shama 和 Wisenblit 在对自愿简约的研究中明确对将价值观与行为分割的观点表示了反对，他们认为对自愿简约价值观的测量是可以明确反映其与行为间的关系的。也就是说，我们所引用的 Shama 和 Wisenblit(1984)的量表，虽然是从宏观上测量了被试的自愿简约动机，但这一量表已经被证明会指导被试后续的自愿简约行为，即是可以引导和解释被试的下游行为的。更具体的，我们发现 Shama 和 Wisenblit 在他们的研究中所测量的行为，包括回收家里用过的报纸，骑自行车上班等，这些行为与他们的量表看起来也没有非常直接的关系，但 Shama 和 Wisenblit 通过数据分析依旧能得出自愿简约的生活态度与自愿简约行为密切相关，自愿简约动机可以引发自愿简约行为的结论。因此，参考 Shama 和 Wisenblit 的研究逻辑与研究结论，本文采用了他们的量表，我们认为这一量表同样可以达到本文的研究目的，即解释自愿简约动机与下游行为（偏好易得型产品）之间的关系。作为进一步的证据，后续的研究也证明了 Shama 和 Wisenblit 的量表是能有效测量自愿简约价值观并反映其与行为间的关系的(Boujbel & Astous, 2012; Boujbel & Astous, 2015)。

此外，从具体的实验操作来看，如果我们将测量进一步具体化，如改为“此时此刻，我觉得去餐厅就餐应该保持简化，即只购买和消费我需要的食物”、“此时此刻，我认为食物的味道比它的外观和口碑更重要”，则会存在两个问题：(1)中介变量的测量与因变量的测量过于接近，这会导致二者测量的概念有所重叠、被试对因变量的回答可能较大程度上受到中介变量测量的影响，而影响中介效应分析的结果(Spencer, Zanna, & Fong, 2005)。(2)我们所提出

的中介变量是自愿简约动机，如上所述其本质就是宏观的、抽象的。如果测量语句过于具体，其测量的概念就不再是完整自愿简约动机了，而是仅针对餐饮的简约行为，这就与我们的假设和研究目的不符合了，也限制了研究结论的普适性。

最后，我们认为虽然研究四中对自愿简约动机的测量与对餐厅的偏好间并没有明显的直接对应关系，但在逻辑上也是可以解释的。认为“消费应该保持简化，即只购买和消费我需要的东西”的被试，自然也会认为餐饮消费属于应该简化的范畴，而对就餐来说，只购买和消费需要的东西往往意味着达成用餐的基本目的即可，即能够吃饱肚子，提供能量。而易得型餐厅所描述的“它的菜品看起来还行”就已经能满足这一需求了，而“那里的菜品相当美味”的理想型餐厅，其菜品之美味就不是消费者所重视的了。同时，认为“简单就是美”的消费者，必然也会关注在该餐厅就餐的简单程度，易得型餐厅“步行 5 分钟就到了，坐下来点餐不会花很长时间等待”的特点明显在就餐流程上是简单的，而这一简单的流程自然就会得到认为简单就是美的消费者的偏好，而理想型餐厅“去那里需要两个小时，坐下来点餐通常需要一个多小时的等待时间”的特点在就餐流程上较为复杂，不符合简单就是美的消费观，自然得不到偏好。同样的，认为“产品的功能比它的外观更重要”消费者，在用餐情境中即意味着在意餐品的基础功能，而不在意饭店的名气多大，口碑多好这些外在的附加价值，那么能吸引到他们的是能够满足就餐核心功能且又比较便利的易得型餐厅，也就可以理解了。

综上，我们认为自愿简约动机反映的是一种内在动机和生活态度，其测量也需要契合其本质，是宏观的、抽象的。并且，我们选取的这一量表也被证明和自愿简约的行为密切相关，可以解释下游行为的动机。另外，从实验操作上来看，所选取语句的一般化、抽象化也是有必要的。最后，我们认为这一量表在逻辑上也是可以解释消费者对易得型餐厅的偏好。

意见 4:

在研究四中，为何低社会经济地位的人在不考虑经济压力的情况下会更偏好选择床单 B（质量和舒适度较低，但清理方便）？请解释。

回应

感谢编委指出这一问题。首先，我们让被试在不考虑经济压力的情况下做决策，是因为对于低社会经济地位的被试而言，他们往往更加贫穷(Mittal & Griskevicius, 2014)，拥有的资源更加有限(Hamilton et al., 2019)。如果考虑了他们实际的经济状况，一是有可能导致被试失去选择的余地，部分被试结合自己拥有的资源无法做出购买理想型床单的决策，这种因为客观经济条件的限制而无法选择的情况会让我们的测量失去原有的意义，我们希望探究的是

被试长期处在低社会经济地位上所形成的习惯性偏重考虑产品易得性的倾向,而非因为贫困的限制只能负担得起易得型产品。二是如果考虑经济压力的话,低社会经济地位的被试可能对购买床单这一选择本身就有抵触。因为床单一般而言属于耐用品,而上百块的床单通常不会频繁更换,甚至对低社会经济地位的被试而言,如果考虑经济压力,他们压根就不会做出这种类型的购买决策,因此为了让这部分被试也能带入我们设计的消费情境,我们希望被试可以在不考虑经济压力的情况下做出选择。

接着,之所以低社会经济地位的被试在不考虑经济压力的情况下也会偏好易得型床单,是因为个体的社会经济地位通常是稳固的、不易改变的(Bobo & Zubrinsky, 1996)。我们认为长期处于低社会经济地位的消费者会因为资源的匮乏、机会的短缺等影响,而习惯性地形成一种关注产品易得性的决策模式(Griskevicius et al., 2013),这一决策模式是较为稳固的,并不会因为情境化的线索(如提醒被试不考虑经济压力)而发生较大的改变。因此即便提醒了被试不考虑经济压力,在这种关注产品易得性的决策模式驱使下,低社会经济地位的被试还是更容易被质量和舒适度较低,但清理方便的易得型产品所吸引。一方面是因为相比于理想型床单(高质量、需要经常清洗),被试会下意识做出推断,认为理想型床单价格更高,另一方面,对于资源有限的低社会经济地位的被试而言,经常清洗、使用不便也会挤占他们仅有的资源(时间、精力等资源),这类被试因为资源匮乏,所以对资源的付出格外关注和敏感,因此也就更偏好易得型的床单。作为对我们这一观点的支持,有关社会经济地位的研究表明,低社会经济地位的被试所经历的资源匮乏,会对个体如何分配注意力有长期的塑造作用(Shah et al., 2012)。消费者长期所处的社会经济地位会为他们的行为构建一个准备框架,这一框架可以一致性地预测消费者在以后的生活中的行为(Nettle et al., 2013)。这都说明了社会经济地位对被试的影响是长期的、较为稳固的,并且改变的是被试的决策模式与框架,这种决策模式的潜移默化的影响,正是影响低社会经济地位被试选择易得型床单的根本原因。另外, Tomm 和 Zhao(2016)的研究发现,即便提醒被试要关注菜品的内容、卡路里等方面的信息,低社会经济地位的被试还是会下意识地目光聚焦在菜品的价格上,而忽视其它信息。我们认为社会经济地位对被试的潜在影响在本文的研究中也是类似的,即便提醒被试不考虑经济的压力,低社会经济地位中形成的决策模式还是会让他们不自觉地注意力集中在产品的易得属性上,并忽视其它信息,最终选择易得型的床单。

综上,我们要求被试不考虑经济压力是希望避免因贫穷而限制了被试的选择余地,又由于社会经济地位对个体的影响是长期的,通过改变个体的决策模式,让被试的关注焦点不自觉地聚焦于产品的易得性,因此即便提醒了被试不考虑经济压力,被试也会被决策模式潜移

默化地影响而选择易得型床单。

意见 5:

理论贡献部分写得过于简单，请完善。

回应

非常感谢编委指出的不足。通过对相关文献的梳理，我们重新撰写了本文的理论贡献部分，从识别了感知居住流动性新的下游效应、丰富了易得性与理想性偏好在消费行为领域的前因性研究、扩展了自愿简约动机的成因性研究和自愿简约理论的应用范围、丰富了社会经济地位的相关理论等四个角度详细阐述了本文的理论贡献。具体补充如下：

“首先，通过研究感知居住流动性对消费者易得型产品偏好的影响，本文识别了居住流动性的一种新的下游效应。社会学家对驱动居住流动的前因已经进行了详细的探究，如个人的家庭背景(Mulder, 2007)、资源获取的难易程度(Coulter & Van Ham, 2013)、通勤成本(Schmidt, 2014)等。如今，该领域研究已经开始将居住流动视为全球范围的普遍现象，并开始研究居住流动带来的下游结果。这方面的研究表明，居住流动性对于个体既有短期影响，也有长期影响。短期影响体现在居住流动性既会改变个体的自我概念(Oishi, Lun, & Sherman, 2007)，也影响个体的人际认知和社交网络(Lun, Oishi, & Tenney, 2012; Oishi et al., 2013; Wang et al., 2021)；而长期影响表现在童年时期的居住流动会影响成年后的幸福感、身体健康、犯罪行为等(Jelleyman & Spencer, 2008; Oishi & Schimmack, 2010; Webb et al., 2016)。然而，值得关注的是，关于居住流动性是否会系统地影响消费者的决策偏好，尤其是消费者对产品不同属性的偏好问题，鲜有文献进行研究。本文在总结了仅有的居住流动性对消费者偏好影响的文献(Oishi et al., 2012; Oishi et al., 2015)的基础上，从更一般、更宏观的视角上提出了一个新的研究目标，考察了感知居住流动性如何影响消费者对产品易得性与理想性的偏好，填补了居住流动性对产品属性偏好影响的理论空缺，丰富了感知居住流动性下游结果的研究，本文的结论对于社会流动理论进行延伸，使其在消费行为学领域得到丰富和发展。

第二，本文丰富了对产品易得性与理想性属性偏好的研究。先前的研究主要聚焦于易得性与理想性的定义、成因、差异等(Bettman et al., 1998; Liberman & Trope, 1998)。目前，越来越多的心理学与行为学研究开始考察影响个体决策中对易得性与理想性权重考量的因素。例如时间距离(Zhao et al., 2007)、决策中断(Liu, 2008)、身高(Aggarwal & Zhao, 2015)、决策对象(Baskin et al., 2014; Lu et al., 2013)等。然而，现有研究中探讨消费者易得型产品偏好的前因研究相对匮乏，尤其是关于消费者的个人经历会对消费者的易得性与理想性偏好产生何

种影响的研究更少。本文研究表明,有更多搬迁经历的消费者会更加偏好简便的易得型产品,丰富了易得性与理想性偏好在消费行为领域的前因性研究。此外,以往的研究往往是通过解释水平理论解释前因对个体易得性和理想性偏好的影响(Aggarwal & Zhao, 2015; Baskin et al., 2014; Lu et al., 2013),而本文创新性地引入自愿简约动机这一机制,以新的视角和理论解释了居住流动性对易得型产品偏好的影响。

第三,本文证明了感知居住流动性是通过激发消费者的自愿简约动机进而提高其易得型产品偏好,丰富了自愿简约动机的相关理论与应用范围。以往关于自愿简约的研究大都集中在其对个体心理状态与精神状态上的影响,如影响个体满意度(Brown & Kasser, 2005)、幸福感(Pierce, 2000)、道德感(Sandlin & Walther, 2009)等。随着自愿简约动机的普遍化,消费行为领域开始关注这种生活态度。相关研究表明消费者的穿着(Taljaard & Sonnenberg, 2019)、饮食(Aguilar, 2015)、出行(Chieh-Wen et al., 2008)等多方面都会受到自愿简约动机的影响,有自愿简约动机的消费者也表现出更少的送礼行为(Lorenzen, 2018)和更多的处置行为(Ballantine & Creery, 2010)。但我们注意到,目前该领域几乎没有研究探讨消费者的个体特征如何影响其自愿简约动机,并进而对消费决策产生影响。为了弥补这一理论空缺,我们首先确认了居住流动性这一新颖的影响消费者自愿简约动机的前因变量,并创新性地将自愿简约动机作为解释消费者决策偏好的内在机制加以检验,既扩展了自愿简约动机的成因性研究,又丰富了自愿简约理论的应用范围。另外,极简主义作为与自愿简约动机关联紧密的概念,二者间的关系还有待明确和进一步的挖掘(Wilson & Bellezza, 2022),本文通过验证极简主义的调节作用进一步证明了自愿简约动机是解释居住流动性对易得型产品偏好影响的中介机制,并丰富了对自愿简约动机与极简主义关系的讨论。

最后,本文通过引入社会经济地位作为居住流动性对易得型产品偏好影响的调节变量,丰富了社会经济地位的相关理论。社会经济地位正在得到营销领域越来越多的关注(Shalev & Morwitz, 2012)。已有研究表明社会经济地位会影响消费者在餐饮(Baumann et al., 2019)、旅游(Giroux et al., 2022)、多样性寻求(Yoon & Kim, 2018)等多方面行为,并能直接影响消费者的消费理性(Hasan et al., 2022)和幸福感(Savadori & Kazemekaityte, 2021)。但是目前并没有理论揭示社会经济地位与居住流动性、社会经济地位与自愿简约动机的关系。本文创新性地将社会经济地位与消费者的自愿简约动机联系起来,证明了社会经济地位调节感知居住流动性对易得型产品偏好的效应,丰富了社会经济地位的相关研究与应用范围。”

意见 6:

文章仍然存在一些文字错误，请仔细检查和修改。

回应

感谢编委的提醒，我们在修订后对全文进行了多次检查，修改了错字与语法问题，并修改了一些段落使之更加流畅。

第四轮

编委意见：

意见 1：

作者沿用了先前文献关于易得性和理想性属性权衡的模式来展开研究，但易得性和理想性属性权衡决策发源于解释水平研究，而在本研究中，作者关注的是居住流动性如何影响易得性偏好的问题，其中并不涉及解释水平，因此探讨易得性和理想性属性的权衡让人不免觉得有些奇怪。进一步地，作者将自愿简约作为中介变量，这让人更加推论居住流动性影响的可能不是易得性偏好，而是对极简产品的偏好。我目前最大的疑问，还是在自愿简约这一中介变量上。作者提出自愿简约的目的是“最小化个人的消耗，最大化对生活的控制”，由此将自愿简约的动机理解为是最小化个人努力而非最小化效用，从而认为其影响了消费者对易得性属性的偏好。然而，最小化个人的消耗并不意味着其动机是最小化个人努力。自愿简约反对消费主义，强调减少消费和环境责任。因此，最小化个人消耗的本源不是为了更容易地获取产品或资源，而是减少对过多效用（过多的质量或数量）的追求。对于环保行为而言，重复使用比一次性使用会增加更多的个人努力，但却减少了效用（资源）的滥用，因此符合自愿简约原则。同样，选择功能性强而非美观的产品，或者选择耐用品而非快速消耗品，其动机并非是减少个人努力，而是减少了对过多效用或价值的追求。从自愿简约动机的测量来看，恰恰衡量的是一种对欲望控制和简化产品效用的内在动机（如“消费应该保持简化，即只购买和消费我需要的东西”，“我认为产品的功能比它的外观更重要”），而这只与对过多效用和价值的回避相关，而与产品的易得性属性（获得和使用的便利性）之间并无任何逻辑上的关联。比如，作者解释说“认为“消费应该保持简化，即只购买和消费我需要的东西”的被试，自然也会认为餐饮消费属于应该简化的范畴，而对就餐来说，只购买和消费需要的东西往往意味着达成用餐的基本目的即可，即能够吃饱肚子，提供能量。而易得型餐厅所描述的“它的菜品看起来还行”就已经能满足这一需求了，而“那里的菜品相当美味”的理想型餐厅，其菜品之美味就不是消费者所重视的了。”这表明，自愿简约动机解释的是对更高或更多的效用和价值的回避，而非对易得性属性价值的追求。作者需要找一个更适合的中介变量来说明

其中介机制，或者重新考虑因变量。

回应

非常感谢编委提出的这一问题，我们对这一问题高度重视，并对文章进行了大量重要的修改。概括而言，在经过对相关理论的重新整理后，我们确认了新的中介变量——过程关注，来解释感知居住流动性对易得型产品偏好的影响，我们认为这将是一个更为合理的中介解释。由于确认了新的中介变量，我们进一步提出了两个新的调节变量：最大化者与决策对象。我们认为，当消费者是最大化者时，感知居住流动性对易得型产品偏好的影响不再显著；当消费者为他人做决策时，感知居住流动性对易得型产品偏好的影响不再显著。同时，我们补充了4个新的研究，其中研究五、研究六、研究七分别证明了过程关注的中介作用、最大化者的调节作用、决策对象的调节作用。接下来，我们将详细依次说明我们选择每个变量的理论依据与内在逻辑，提出新的假设，并补充相关实验数据为我们新的中介变量与调节变量的假设提供支持。

首先，我们希望重新找到一个更加合适的中介变量来解释感知居住流动性对易得型产品偏好影响的内在机制。我们认同编委提到的自愿简约动机可能产生对多余价值的回避这一解释，因此不是一个合适的中介变量。在放弃了自愿简约这一中介之后，我们从易得性和理想性偏好的文献出发，重新梳理了相关理论。如编委所说，先前文献探究个体对易得性属性或理想性属性的偏好，大都从解释水平理论出发(Liberman & Trope, 1998; Trope & Liberman, 2010)。我们首先考虑了解释水平是否会在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起中介作用。不过，在前几轮修订中，两位外审专家一致建议，认为解释水平这个变量过于宽泛，在本研究希望探究的产品决策的情境中并不是一个合适的中介。外审专家指出，“解释水平是一种认知的状态或特质，作者可以通过数据和实验设计发现，居住流动性和解释水平的状态之间的相关关系。但居住流动性对产品选择偏好的影响却可能存在其他更直接的解释。”我们也认可这一观点，即解释水平可能与自愿简约类似，通过实验数据的分析或能发现相关关系，但在产品决策偏好的研究情境中并不是一个足够具体与直接的解释。因此，我们在总结了相关理论及审稿专家建议的基础上，试图确认一个与产品易得性/理想性偏好联系更加紧密，同时又不过于宽泛，可以在消费行为情境中直接解释居住流动性对产品选择偏好影响的变量作为中介。我们在梳理了相关文献后有了进一步的发现。我们注意到在消费行为领域对易得性/理想性偏好相关的研究中，有一部分研究虽然也采用了解释水平理论中对易得性/理想性的定义，但并没有将解释水平这一较为宽泛的变量作为中介解释，而是一致地将消费者“关注的焦点”这一与消费决策关联更加直接、紧密的变量作为中介来解释对易得型产品/

理想型产品偏好的影响(Hsieh & Yalch, 2020; Liu, 2008; Luan & Li, 2017)。例如, Hsieh 和 Yalch(2020)的研究表明, 满足者和最大化者对易得型产品/理想型产品偏好的不同, 是由过程关注/结果关注的不同中介的。Liu(2008)发现, 决策中断对消费者易得型产品偏好的影响, 是由对产品易得性的关注(focus on feasibility)中介的。Luan 和 Li(2017)的研究也表明, 最大化人格特质对易得性/理想性偏好的影响是由努力相关关注/价值相关关注中介的。由此可见, 消费者关注焦点的变化, 很大程度上会直接影响他们对易得型产品/理想型产品的偏好。相关研究进一步表明, 过程关注/结果关注是解释水平理论在消费决策情境中的直接表征之一(Trope & Liberman, 2003; 2010)。因此我们初步判断, **过程关注可能是一个契合本研究的中介, 它既与产品的易得性偏好有着紧密的联系, 同时又比解释水平更加直接具体, 适合在消费决策的情境中作为中介变量研究, 且有着先前研究的理论支持。**基于此, 我们系统地回顾了过程关注的相关理论, 并试图建立起感知居住流动性、过程关注与易得型产品偏好之间的理论框架。

过程关注(process focus)与结果关注(outcome focus)的概念首先由 Pham 和 Taylor(1999)在心理模拟理论(mental simulation theory)提出。该理论指出消费者在决策过程中有不同的决策思维: 过程关注或者结果关注。Zhao 等(2011)在总结先前研究的基础上, 界定了在消费行为情境中过程关注与结果关注的概念: 过程关注指重点关注使用产品的各个步骤与过程, 而结果关注指重点关注使用产品的理想结果。研究表明, 过程关注思维与结果关注思维会不同程度上影响个体表现(Freund et al., 2010; Pham & Taylor, 1999)与团队绩效(Woolley, 2009)。近年来过程关注对消费者的影响也得到了消费行为领域的广泛关注。研究表明过程关注的思维会影响消费者对广告的反应(Escalas & Luce, 2003; 2004), 对新产品的采用(Castaño et al., 2008), 对健康食品的态度(Xie et al., 2016)以及对易得型产品的偏好(Hsieh & Yalch, 2020)等。总的来说, 过程关注对个体完成特定任务或实现特定目标有重要作用, 并对消费者的产品偏好与决策有着显著影响。

我们首先试图探究居住流动性与过程关注之间的关系。通过对居住流动性相关研究的归纳, 我们注意到住所的变动往往意味着个体需要和陌生人交流并建立新的关系(Schug et al., 2009; 2010), 这不仅会使个体感到压力和焦虑(Deane, 1990; Moyle & Parkes, 1999), 同时会让频繁搬迁者担心他们现有的或新的友谊(Oishi et al., 2013), 他们不知道自己是否能在新环境中获得足够的社会支持(Lun et al., 2012), 也不知道自己可以信任谁(Yuan et al., 2021)。除了对人际关系方面的担忧外, 高居住流动性的个体也会对他们的物质生活感到担心, 例如更加担心自身的收入稳定性(Anam et al., 2008)等。概括而言, 高居住流动性的个体往往会感到

生活的不确定性，并产生各方面的担忧(Yu et al., 2020; Yuan et al., 2021)。根据过程关注的相关文献，我们认为当个体不知道该如何完成一件事，并对该事物产生不确定感与担忧时，他们应当会将思考更加聚焦在过程上，即如何做成一件事，因而也就更有可能产生过程关注的思维。例如，一个不确定自己是否能得到社会支持的个体，应当会首要关注“如何才能得到社会支持”（即过程关注），而非关注“得到社会支持之后会有什么好处”（即结果关注）。相关文献也为我们的这一推论提供了支持。Zimmerman 和 Kitsantas(1997; 1999)的研究表明，当面临新的事物时，个体更倾向于采用过程关注的思维。由于高居住流动性的个体更经常搬迁到新的、不熟悉的社区中，他们也往往会面临全新的事物，需要处理大量全新的任务，如建立新的事业、开设新的账户，为孩子找到新的学校等(Oishi et al., 2012)，并建立新的社交关系(Oishi et al., 2013)，因此高居住流动性的个体更倾向于在这种全新的环境中产生过程关注的思维。此外，Pham 和 Taylor(1999)的研究表明，过程关注通过在脑海中组织和细化解决问题的活动，比结果关注更能有效地帮个体解决问题、应对压力事件并减少焦虑，由于频繁搬迁者常常面临压力并感到焦虑情绪(Deane, 1990; Moyle & Parkes, 1999)，他们更有可能产生过程关注的思维，以此可以达到调节情绪状态的目的(Taylor et al., 1998)。相关领域的研究也进一步证明了过程关注会缓解个体的恐惧、焦虑等情绪，使个体对不确定的未来感到不那么担忧(Achar et al., 2020; Van Knippenberg et al., 2006)。例如，Achar 等(2020)研究表明，对于一项可能带来恐惧与不确定结果的事件(如疾病检测)，过程关注会将个体的注意力从负面情绪转移到任务本身，并显著减少不愉快的情绪，降低结果的不确定性，这正是符合高居住流动性个体需求的。综上，这些研究都表明了居住流动性与过程关注之间有着很强的联系，因此我们认为，高居住流动性的消费者出于对生活的不确定、面对新环境、新事物的应激反应以及缓解压力与焦虑的动机，更可能关注过程，即高居住流动性会激发消费者过程关注的思维。

另一方面，我们发现过程关注与易得型产品偏好间的联系得到理论支持。研究表明，过程关注的思维会促使人们思考实现某个目标的逐步过程，而结果关注的思维会促使人们思考实现目标带来的理想价值(Taylor et al., 1998)。从易得性(feasibility)与理想性(desirability)的定义出发，理想性是指达到目标时的效用，可得性是指达到目标的难易程度(Liberman & Trope, 1998; Lu et al., 2013; Trope & Liberman, 2010)。那么，思考实现目标的逐步过程的消费者，会更关注达到目标的难易程度，而思考目标带来的理想价值的消费者，则会更关注实现目标的效用。进一步的，我们通过对先前文献的梳理归纳指出，消费者如何在产品的可得性属性与理想性属性之间做出取舍，取决于消费者是选择(a)最小化做出选择所需的努力，

还是(b)最大化选择的效用(Bettman et al., 1998; Luan & Li, 2017)。可以看出, 过程关注会促使消费者考虑实现商品价值的过程与手段, 因此这类消费者会更重视做出选择所需努力的大小, 即偏好易得型产品。Zhao 等(2007)的研究中进一步指出, 过程关注激发了低水平的心理表征, 并突出了事件具体的、与可行性相关的层面, 而结果关注激发了高水平的心理表征, 突出了事件抽象的、与理想性相关的层面。Hsieh 和 Yalch(2020)的研究也证明了过程关注与易得型产品偏好之间存在相关关系。由于已经有大量文献揭示了过程关注与易得型产品偏好间的关系(Hsieh & Yalch, 2020; Liberman & Trope, 1998; Taylor et al., 1998; Trope & Liberman, 2003; 2010; Zhao et al., 2007), 我们有理由认为, 当高居住流动性激活时, 消费者更加关注过程, 从而重视获得产品的难易程度, 因此也就更加偏好易得型产品。由此我们认为将过程关注确认为新的中介变量是有足够的理论依据的, 我们删去了原有的中介变量与相关假设, 并提出了如下新的假设(H1 主效应假设保持不变):

H1: 高感知居住流动性会提高消费者对于易得型产品(相比于理想型产品)的偏好。

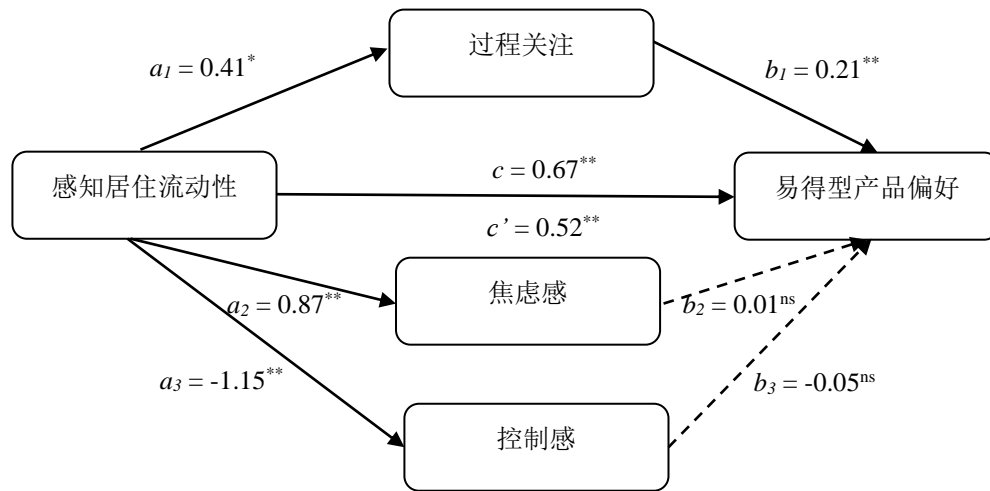
H2: 过程关注在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起中介作用。

我们将过程关注确认为新的中介变量, 除了有上述的理论支持, 以及与消费决策情境关联密切外, 同时还考虑到这一机制可以从理论上更好地排除替代解释, 即排除居住流动性降低了对理想型产品的偏好。我们认为感知居住流动性对易得型产品偏好的影响, 主要还是由对易得性属性的偏好驱动, 而非由对理想型产品的厌恶所导致。一方面, 我们认为感知居住流动性不会削弱个体的结果关注。研究表明, 高居住流动性的个体虽然不确定自己能否获得社会支持(Lun et al., 2012), 但仍有动机扩大他们的社交网络(Oishi et al., 2013), 这说明高居住流动性的个体并不会放弃对结果的追求, 只是在他们处于高度不确定的环境中, 又面临全新的事物时, 会更优先考虑完成任务的方法, 即扩大社交网络的方法(过程关注), 而不是产生对结果的回避或放弃。如果居住流动性会降低对结果的关注, 那么高居住流动性的个体应当表现出对社交结果的回避, 例如避免社会交际或与朋友互动, 这与已有的研究结果并不符合。另一方面, 我们认为过程关注并不会导致对产品价值的厌恶。过程关注的消费者会重点关注使用产品的步骤与过程, 而不是反感产品能带来的价值, 因此在使用过程上更加简单方便的易得型产品, 在过程关注的消费者的视角下有着最大的权重, 也就会更受这类消费者偏好, 而产品价值对于过程关注的消费者来说并没有减少, 因此过程关注的消费者有理由选择在使用过程上更符合需求的易得型产品, 而没有理由厌恶理想型产品。结合以往的研究, 高居住流动性的消费者会偏好易得型产品得到了普遍的理论支持(Liberman & Trope, 1998; Taylor et al., 1998; Trope & Liberman, 2003; 2010; Zhao et al., 2007), 而“避免选择理想型产品”

这一消极动机则缺乏理论根据。综上，我们认为，将过程关注确认为新的中介变量，不仅能在丰富的理论上更加直接有效地解释感知居住流动性对易得型产品偏好的影响，同时能排除感知居住流动性降低理想型产品偏好这一替代解释。

为了验证过程关注的中介作用，我们补充了一个新的研究（研究五）。考虑到篇幅缘故，在此仅作重点概述。我们招募了来自 Credamo 的 275 名被试($M_{\text{年龄}} = 28.75, SD = 8.44, 73.1\%$ 女性)参与了该实验。研究五采用的是单因素组间设计(高流动性组 vs.低流动性组)。被试首先被随机分配到高流动性组或低流动性组并接受与研究二中一致的对感知居住流动性的操纵。接着被试需要做出关于理想型和易得型产品倾向的选择。本研究选择与研究四基本一致的拼图来测量被试的易得型产品偏好。我们给被试提供了两款拼图以供选择。其中，拼图 A 是理想型产品，它需要更多的时间拼装，但完成后也更加精美；拼图 B 是易得型产品，完成该拼图所需的时间更少，完成后的拼图不如拼图 A 精美。被试选择两款拼图里更偏好的那个(1 = 一定偏好理想型拼图, 7 = 一定偏好易得型拼图; 改编自 Wang et al., 2020; 具体信息见正文附录 3)。完成对于产品偏好的选择后，我们测量了被试的过程关注程度(Hsieh & Yalch, 2020)。此外，先前的研究表明，居住流动性会增强焦虑感(Moyle & Parkes, 1999)，削弱个体的控制感(Yu et al. 2020)。我们参考了外审评委先前的意见，同时在本研究中测量了焦虑感(Darrat et al., 2016)与控制感(Kay et al., 2009)，以期排除他们的替代解释。结果首先表明高流动性组的被试比低流动性组被试具有更高的易得型产品偏好($M_{\text{高流动性}} = 3.29, SD = 2.17$; vs. $M_{\text{低流动性}} = 2.62, SD = 1.81, t(273) = 2.79, p = 0.006$)，主效应显著，假设 1 再次得到支持。更重要的是，我们采用对间接中介效应 $a \times b$ 的自主抽样检验(bootstrap test)(PROCESS Model 4; Hayes, 2018)，其中“ a_1 ”、“ a_2 ”、“ a_3 ”分别代表感知居住流动性对过程关注、焦虑感、控制感的影响，“ b_1 ”、“ b_2 ”、“ b_3 ”分别代表过程关注、焦虑感、控制感对易得型产品偏好的影响(Hayes, 2018; Zhao et al., 2010)。在样本选择为 5000 次、95%的置信区间下，通过 bootstrap 分析发现过程关注的间接中介效应是显著正向的($a_1 \times b_1 = 0.086, 95\%CI [0.0009, 0.2204]$)，焦虑感的间接中介效应不显著($a_2 \times b_2 = 0.008, 95\%CI [-0.1842, 0.1861]$)，控制感的间接中介效应不显著($a_3 \times b_3 = 0.056, 95\%CI [-0.1641, 0.2908]$)。居住流动性会提高过程关注($a_1 = 0.41; t = 1.99, p = 0.048$)和焦虑感($a_2 = 0.87; t = 4.77, p < 0.001$)，居住流动性会降低控制感($a_3 = -1.15; t = -6.11, p < 0.001$)。过程关注对易得型产品偏好有显著正向影响($b_1 = 0.21, t = 3.01, p = 0.003$)，焦虑感和控制感对易得型产品偏好则均没有显著影响 ($b_2 = 0.01, t = 0.08, p = 0.930$; $b_3 = -0.05, t = -0.51, p = 0.609$)。最后，感知居住流动性对易得型产品偏好的直接影响显著($c' = 0.52, t = 2.02, p = 0.044$; 如图 1)。综上，本研究的结果表明过程关注在感知居住流动性影响

易得型产品偏好的过程中起到了中介的作用，H2 得到支持。同时，本研究还排除了焦虑感、控制感的替代中介解释。



注: **表示 p 值小于 0.01, *表示 p 值小于 0.05, ^{ns} 表示 p 值大于 0.05。

图 1 研究五中过程关注的中介作用

在验证了过程关注确如我们推测的在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起中介作用后，我们进一步指出，消费者在人格特质上可能会天生偏好关注过程或者关注结果，那么这一特质就会在感知居住流动性对易得型产品偏好的影响中起到调节作用。在结合对易得型产品偏好研究(Hsieh & Yalch, 2020; Luan & Li, 2017)的基础上，我们提出个体在决策中是满足者(satisficer)或是最大化者(maximizer)，应当能在这一效应中起调节作用。具体来说，满足者和最大化者的区别由 Schwartz 等(2002)首先提出，满足者指希望付出有限的努力并满足于超过可接受阈值的、足够好的选择的消费者，最大化者指试图穷尽搜索选项并确定最佳选择的消费者(Schwartz et al., 2002)。相关研究表明，个体的满足倾向或最大化倾向，会对其工作选择(Iyengar et al., 2006)、旅游决策(Li et al., 2019)、风险偏好(Qiu et al., 2020)等行为决策方面有显著影响。

随着该领域研究的兴起，研究者对满足者和最大化者的概念从不同维度上做出了界定 (Misuraca & Fasolo, 2018)，但追求高标准始终被认为是最大化者的一个基本特征(Diab et al., 2008; Lai, 2010; Nenkov et al., 2008; Richardson et al., 2014)，即最大化者总是在追求能获得最好的选项这一结果。因此我们认为，最大化者的个人偏好应当相对固定，出于对产品价值的首要关注，他们的偏好相对不会受到情境因素的影响，即不会因为居住流动性的改变而发生变化。具体而言，由于最大化者只关心是否能做出最好的选择(Hughes & Scholer, 2017)，他们比满足者更加愿意花费额外的时间和精力来搜寻信息，评估选项。为了做出最优的决定，

最大化者愿意对所有可能的选择进行详尽的搜索(Iyengar et al., 2006), 并乐于接受时间和精力成本(Chowdhury et al., 2009; Dar-Nimrod et al., 2009), 由此可见, 最大化者愿意牺牲过程的易得性来换取效用最大的结果, 而不愿意牺牲结果的理想性来换取过程的简便(Li et al., 2019)。因此居住流动性对易得型产品偏好的影响对他们就不显著了。另一方面, 由于满足者有一个内在的可接受性阈值, 他们会将自己搜寻选项的努力限制在一定范围内, 并直接选择高于阈值的结果。因此, 对于满足而言, 决策的过程与结果会被同时考量, 因而产品的易得性也同样是重要的(Schwartz et al., 2002), 所以, 高居住流动性得以通过唤起满足者对过程的关注, 进而提高其对易得型产品的偏好。作为对我们这一推断更直接的支持, Luan 和 Li(2017)的研究发现, 满足者同时关注商品的易得性与理想性, 而最大化者只关心产品的理想性, 并愿意为之牺牲一部分易得性, 也就是说, 居住流动性只会强化满足者对产品易得性权重的考虑, 但对只关注产品理想性的最大化者应当没有影响。Hsieh 和 Yalch(2020)的研究表明, 最大化者更关注产品的理想性方面而非易得性方面, 因此他们更偏好理想型产品, 即使它们的易得性很低, 并且最大化者对理想性的重视是由结果关注驱动的。相比之下, 满足者的消费决策会同时考量过程和结果, 因此他们对过程的关注可以受到居住流动性的激发, 进而更加偏好易得型产品。Mao(2016)的研究也指出, 最大化者只关心效用最大化的目标, 因而决策较少受其他因素的影响。此外, 综上所述我们认为, 当消费者在决策中是最大化者而非满足者时, 他们出于对最佳选项的追求, 愿意付出更多的努力, 并总是会更加关注结果, 重视产品所带来的效用, 此时情境因素不太可能改变他们的偏好, 因此感知居住流动性对易得性产品偏好的影响就被削弱了。由此我们提出如下假设:

H3: 最大化者/满足者在易得型产品偏好的影响中起调节作用。当消费者是最大化者时, 感知居住流动性对易得型产品偏好的效应不再存在。

为了验证最大化者的调节作用, 我们补充了一个新的研究(研究六)。考虑到篇幅缘故, 在此仅作重点概述。我们招募了来自 Credamo 的 263 名被试($M_{\text{年龄}} = 28.08, SD = 7.89, 73.4\%$ 女性)参与了该实验。研究六采用的是单因素组间设计(高流动性组 vs.低流动性组)。被试首先接受与研究二中一致的对感知居住流动性的操纵。接着被试需要做出关于理想型和易得型产品倾向的选择。本次实验选择先前研究中使用过的办公桌来测量被试的易得型产品偏好。我们给被试提供了两款办公桌以供选择。其中, 办公桌 A 是理想型产品, 它的质量很好, 消费者评价很高, 但组装相对麻烦, 耗时较长; 办公桌 B 是易得型产品, 它的质量普通, 消费者评价一般, 但组装起来很快, 耗时较短。我们要求被试在 7 点量表上选择更偏好的那个(1 = 非常偏好办公桌 A, 7 = 非常偏好办公桌 B)。完成对于产品偏好的选择后, 我们参考

了 Misuraca 和 Fasolo(2018)的建议, 从 Schwartz 等(2002)开发的最大化经典量表中, 改编了部分语句测量了被试最大化者/满足者特质。接着我们通过 PROCESS Model 1(Hayes, 2018)进行回归分析。结果发现, 最大化者特质对易得型产品偏好具有显著负向影响($b = -.25, se = .10, t(259) = -2.51, p = 0.013$), 也就是说随着个体最大化者特质得分的提高, 对易得型产品的偏好会降低。这与我们在理论部分推导的最大化者更加重视产品的理想性是一致的, 进一步为我们的假设提供支持。同时更重要的是, 结果表明感知居住流动性与最大化者特质的交互项会对易得型产品的偏好产生显著影响($b = -.41, se = .20, t(259) = -2.11, p = .036$)。通过泛光灯分析我们确认了 Johnson–Neyman 值(Spiller et al., 2013), 如图 2, 结果表明对于最大化者(最大化者特质得分高于 4.83, 占比 39.2%)而言, 感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就不再显著了($b = .48, se = .24, p = .05$)。由研究六的结果得知, 当消费者在决策中是最大化者时, 感知居住流动性对易得型产品偏好的效应就不再显著了, 这一结果表明个体特质的差异——即个体属于最大化者或满足者——会调节感知居住流动性对易得型产品偏好的影响, H3 得到支持。

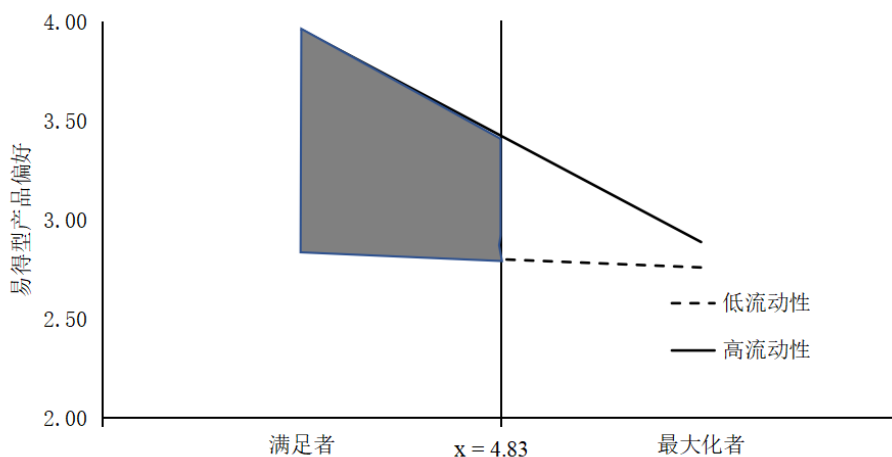


图 2 研究六中最大化者特质的调节作用

除了最大化者这一个体特质的调节作用之外, 我们希望进一步探究情境因素是否会调节感知居住流动性对易得型产品偏好的影响, 以此探究该效应的边界条件。我们注意到决策对象近年来受到消费行为研究的关注, 并被证明会影响易得型产品的偏好。虽然有关决策对象与易得型/理想型产品偏好的研究大都从解释水平理论出发, 但我们注意到过程关注也与解释水平理论密切相关(Hsieh & Yalch, 2020; Trope & Liberman, 2003; Zhao et al., 2007), 因此决策对象也很可能影响以过程关注为中介的感知居住流动性对易得型产品偏好的效应。相关研究表明, 为他人做的决定比为自己做的决定更具创造性(Polman & Emich, 2011), 有更大的

风险(Pollai & Kirchler, 2012), 更倾向于通过价格推断质量(Liu et al., 2022)。在为他人做决策时, 决策者往往只会关注突出的、核心的要素(Kray, 2000), 主要目的是为了取悦他人(Otnes et al., 1993)。

其中值得注意的是, 在为他人做决策时, 由于社会距离(Liberman et al., 2007)和心理距离(Trope & Liberman, 2010)的存在, 消费者会聚焦于事物的中心属性, 更关注事物带来的价值(Kray, 2000), 我们认为这是激发了消费者结果关注思维的表现。换言之, 消费者在为他人做决策时, 由于决策的心理距离较远, 他们将不再关注产品使用的过程是否便利, 而是关注产品能否为他人带来足够高的效用, 因此会更加重视产品的理想性而相对轻视易得性。相关研究支持我们的这一推论。Lu 等(2013)通过对被试决策前、决策中与决策后三个阶段的研究, 一致地揭示了与为自己做决定相比, 为他人做决定时消费者会加强对理想性的关注并抑制对易得性的关注。类似的, Baskin 等(2014)的研究证实了, 送礼者往往不会考虑礼品的易得性, 而收礼者其实更加在意礼品的易得性。Malhotra(2006)也证明了在为他人做决策时, 个体会预测产品的理想性属性更重要。这些研究一致表明了, 当消费者为他人做决策时, 由于社会距离与心理距离的增加, 个体将不再能站在使用者的角度上考虑使用产品所需的努力, 因而会轻视产品的易得性, 而更加关注决策的结果与产品带来的价值, 重视产品的理想性, 此时感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就不再存在了。由此我们提出如下假设:

H4: 决策对象是感知居住流动性对易得型产品偏好影响的边界条件。具体而言, 为自己做决策时, 感知居住流动性高的个体更偏好易得型产品, 为他人做决策时, 这一效应不再存在。

为了验证决策对象的调节作用, 我们补充了一个新的研究(研究七)。考虑到篇幅缘故, 在此仅作重点概述。我们招募了来自 Credamo 的 323 名被试($M_{\text{年龄}} = 26.60, SD = 7.17, 58.2\%$ 女性)参与了该实验。研究七采用 2(居住流动性: 高 vs. 低) x 2(决策对象: 为自己 vs. 为他人)的组间实验设计。我们首先对被试进行感知居住流动性的操纵, 操纵方法及操纵检验与研究三一致。接着与之前的实验相似, 被试做出关于理想型和易得型产品倾向的选择。其中, 在为自己决策的组中, 我们让被试想象这款产品是他们买给自己的, 而在为他人决策的组中, 我们让被试想象这款产品是他们买给朋友的, 以此操纵决策对象。我们通过 7 点量表测量被试更倾向于选择理想型产品还是易得型产品(1 = 非常偏好理想型产品, 7 = 非常偏好易得型产品)。我们通过 2(居住流动性: 高 vs. 低) x 2(决策对象: 自我 vs. 他人)ANOVA 检验决策对象的边界效应, 其中以易得型产品偏好为因变量。结果显示决策对象的主效应边际显著($F(1, 319) = 3.67, p = 0.056, \eta_p^2 = .011$), 即在为他人做决策时, 被试普遍相对偏好理想型产品。

这与我们在理论部分推导的为他人决策时更加重视产品的理想性是一致的,进一步为我们的假设提供支持。感知居住流动性的主效应不显著($F(1, 319) = 1.79, p = 0.182, \eta_p^2 = .006$),重要的是,结果表明居住流动性与决策对象的交互效应显著($F(1, 319) = 4.26, p = .040, \eta_p^2 = .013$);由此可知,决策对象是感知居住流动性对易得型产品偏好的影响的边界条件。简单效应分析结果进一步表明,在为自己决策组中,本实验复制了之前的实验结果,即感知居住流动性会提高被试对易得型产品的偏好($M_{高流动性} = 5.53, SD_{高流动性} = 1.59, M_{低流动性} = 4.88, SD_{低流动性} = 1.71; t(319) = 2.80, p = 0.005; d = 0.39$)。然而在为他人决策组中,这一效应不再显著了($M_{高流动性} = 4.77, SD_{高流动性} = 1.80, M_{低流动性} = 4.91, SD_{低流动性} = 1.75; t(319) = -0.10, p = 0.917; d = 0.08$;见图3)。综上,当为自己做决策时,感知居住流动性对易得型产品偏好的主效应再一次得到验证,而为他人做决策时,感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就不显著了,这证明了决策对象确实是边界条件, H4 得到支持。

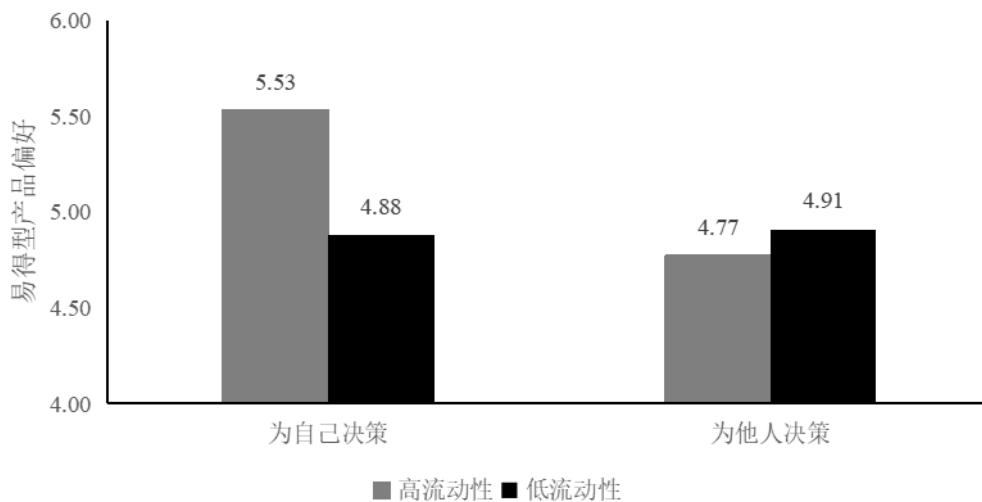


图3 研究七中决策对象的边界作用

综上,在本轮修订中,我们删去了原先的中介变量与相关实验,并确认了新的中介变量——过程关注。我们认为这一中介变量能够从理论上更好地解释感知居住流动性对易得型产品偏好影响地机制,在消费行为的情境中也更为直接具体,且得到了先前研究的支持,理论基础更加牢固。同时这一中介也能更好地解释感知居住流动性提高了易得型产品偏好,而非降低了理想型产品偏好。在此基础上,我们提出了两个新的调节变量:最大化者与决策对象。我们认为,当消费者是最大化者时,感知居住流动性对易得型产品偏好的影响不再显著;当消费者为他人做决策时,感知居住流动性对易得型产品偏好的影响不再显著。我们通过相关文献的梳理完善了这一新的以过程关注为中介,以最大化者和决策对象为调节的理论

框架，提出了相应的假设，并通过新补充的三个研究证明了过程关注的中介作用，以及最大化者和决策对象各自的调节作用。我们希望这一新的理论框架能够更好地解释我们提出的感知居住流动性对易得型产品偏好的主效应，并能排除替代解释，做出更加明确的理论贡献。

意见 2:

我很欣赏作者增加了一个实验来说明居住流动性只是对易得性产品偏好产生了影响，但对理想型产品偏好并未产生影响。不过，在这个实验中，产品类型的主效应是显著的，而且被试明显对理想型产品有更低的态度，这与作者所强调的理想型产品具有高吸引力的特征是不相符的。从操纵语句上看，理想型产品和易得型产品的操纵更多体现在实用性/美观性感知上的差异，并未体现“最大化效用”和“最小化个人努力”之间的差异，这极大地影响了实验结果的可靠性。

回应

非常感谢编委指出的这一问题。我们认同编委此处提到的产品类型的主效应显著，可能会对我们排除“居住流动性降低理想型产品偏好”这一替代解释造成干扰。我们希望说明的是，我们在进行该实验时之所以选择钢笔来操纵易得型产品与理想型产品，一是希望扩大产品类型，进一步验证主效应的稳健性；二是因为这一操纵被证明可以有效区别易得型产品与理想型产品(Baskin et al., 2014; Rim et al., 2019)。但是，我们反思后认为如今大多数成年人可能很少使用钢笔了，即使使用也很可能是在一次性的情境中(如参会签到，签收快递等)，因此很可能只在意钢笔的易得性属性，从而干扰了实验结果。在综合考虑了实际情境与编委的建议后，我们选了另外一个产品重新设计了新的实验。具体而言，在新的研究三中，我们招募了来自Credamo的528名被试($M_{\text{年龄}} = 27.45$, $SD = 8.15$, 74% 女性)参与了实验。研究采用2(居住流动性: 高 vs. 低) x 2(产品类型: 易得型 vs. 理想型)的组间实验设计。在实验开始时，我们首先对被试进行感知居住流动性的操纵，操纵与原先的研究三一致。我们告知被试需要他们仔细阅读一篇新闻报道并记住其中的信息。在高流动性组的被试读到一篇描述流动的生活方式成为常态的新闻，而低流动性组的被试读到一篇描述稳定的生活方式成为常态的新闻。在读完新闻报道后，我们还要求被试写下两个生活中能印证该新闻的事例。在本研究中，我们选择了研究一中使用过的产品——办公桌来测量被试的易得型/理想型产品偏好。我们要求被试想象他们打算购买一张办公桌，并给出了办公桌的基本信息。在易得型产品组中，这款办公桌被描述为质量普通，消费者评价一般，但组装起来很快，耗时较短，我们认为这一对易得型产品的操纵符合了“最小化个人努力”的特征。在理想型产品组中，这款办公

桌被描述为质量很好，消费者评价很高，但组装相对麻烦，耗时较长，我们认为这一对理想型产品的操纵符合了“最大化效用”的特征。接着我们通过两个语句测量被试的产品偏好：(1)你有多大可能购买这款办公桌？(1 = 非常不可能，7 = 非常可能)。(2)你多大程度上喜欢这款办公桌？(1 = 非常不喜欢，7 = 非常喜欢)。

接着，我们通过 2(居住流动性：高 vs. 低) x 2(产品类型：易得型 vs. 理想型)ANOVA 检验居住流动性与产品类型的交互效应，其中将测量产品偏好的两个语句加总取平均值($r = 0.80$)，作为因变量。结果显示产品类型的主效应不显著($F(1, 524) = 0.404, p = 0.525, \eta_p^2 = .001$)，感知居住流动性的主效应不显著($F(1, 524) = 0.805, p = 0.370, \eta_p^2 = .002$)，最重要的是，结果表明居住流动性与产品类型的交互效应显著($F(1, 524) = 5.583, p = .018, \eta_p^2 = .011$)。简单效应分析结果进一步表明，在易得型产品组中，本实验复制了之前的实验结果，即感知居住流动性会提高被试对易得型产品的偏好($M_{高流动性} = 4.34, SD_{高流动性} = 1.24, M_{低流动性} = 3.93, SD_{低流动性} = 1.46; t(524) = 2.27, p = 0.024; d = 0.30$)。然而在理想型产品组中，感知居住流动性并不影响消费者对理想型产品的偏好($M_{高流动性} = 3.96, SD_{高流动性} = 1.52, M_{低流动性} = 4.15, SD_{低流动性} = 1.52; t(524) = -1.06, p = 0.291; d = -0.13$ ，见图 4)。此外同样值得注意的是，实验结果表明，受到高居住流动性操纵时，相比于理想型产品，被试显著偏好易得型产品($M_{易得型} = 4.34, SD_{易得型} = 1.24, M_{理想型} = 3.96, SD_{理想型} = 1.52; t(524) = 2.15, p = 0.032; d = 0.27$)。然而，当受到低居住流动性操纵时，产品类别对产品偏好的影响就不显著了($M_{易得型} = 3.93, SD_{易得型} = 1.46, M_{理想型} = 4.15, SD_{理想型} = 1.52; t(524) = -1.21, p = 0.228; d = -0.15$ ；见图 4)。综上，被试评价对易得型产品的偏好时，主效应再一次得到验证，而当评价对理想型产品的偏好时，居住流动性的影响不再显著。这说明感知居住流动性会提高被试的易得型产品偏好，而对被试的理想型产品偏好没有影响。研究结果排除了感知居住流动性降低被试的理想型产品偏好这一替代解释，进一步支持了 H1。

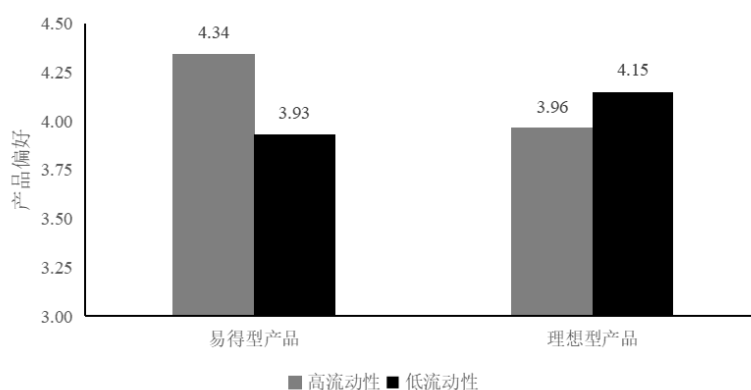


图4 研究三中产品类型与感知居住流动性的交互效应

此外，由于我们确认了新的中介变量——过程关注，并完善了相关的理论框架，因此我们不再通过“理想型产品具有更高的吸引力”来排除居住流动性降低理想型产品偏好这一替代解释。

意见 3:

在研究7中关于低社会经济地位的被试更容易被质量和舒适度较低、但清理方便的易得型产品所吸引很难让人理解。作者假定低社会经济地位被试认为质量和舒适度低的产品价格更低，这只能说明被试的偏好取决于其对更高或更多效用和价值的回避，而非对易得性的追求。而作者认为经常清洗、使用不便会占用低社会经济地位者的时间和精力资源，但从时间和精力机会成本而言，高社会经济地位者比低社会经济地位者对时间和精力损耗更为敏感，因而其他条件保持一致的情况下，高社会经济地位者更有动机去追求方便性产品。因此低社会经济地位被试选择清理方便的床单并不能反映其对易得型属性的偏好。

回应

非常感谢编委提出的这一问题。我们认同编委提到的，通过社会经济地位解释居住流动性对易得型产品偏好影响的内在调节机制时，存在其他的干扰解释，因此社会经济地位可能不是一个合适的调节变量。在本轮修订中，由于我们确认了新的中介机制——过程关注，因此我们决定删除原先提出的两个在以自愿简约动机为中介基础上提出的调节变量：极简主义与社会经济地位。在确立了过程关注这一新的中介后，我们也在这一新的解释机制的基础上提出了两个新的调节变量：最大化者与决策对象。概括而言，我们认为，当消费者是最大化者时，感知居住流动性对易得型产品偏好的影响不再显著；当消费者为他人做决策时，感知居住流动性对易得型产品偏好的影响不再显著。具体的理论推导我们在对意见1的回应中做了详细的阐述，因此以下仅做精简表述。

首先，我们试图探究消费者的个人特质是否会起到调节作用。在明确了过程关注的中介作用后，我们进一步提出，消费者在人格特质上可能会天生偏好关注过程或者关注结果。在结合对易得型产品偏好研究(Hsieh & Yalch, 2020; Luan & Li, 2017)的基础上，我们提出个体在决策中是满足者(satisficer)或是最大化者(maximizer)，应当能在这一效应中起调节作用。具体来说，满足者指希望付出有限的努力并满足于超过可接受阈值的、足够好的选择的消费者，最大化者指试图穷尽搜索选项并确定最佳选择的消费者(Schwartz et al., 2002)。由于追求高标准始终被认为是最大化者的一个基本特征(Diab et al., 2008)，即最大化者总是在追求能获得最好的选项这一结果。因此我们认为，最大化者的个人偏好应当相对固定，出于对

产品价值的首要关注，他们的偏好相对不会受到情境因素的影响，即不会因为居住流动性的改变而发生变化。具体而言，为了做出最优的决定，最大化者愿意对所有可能的选择进行详尽的搜索(Iyengar et al., 2006)，并乐于接受时间和精力成本(Chowdhury et al., 2009; Dar-Nimrod et al., 2009)，由此可见，最大化者愿意牺牲过程的易得性来换取效用最大的结果，而不愿意牺牲结果的理想性来换取过程的简便(Li et al., 2019)。基于以上研究我们认为，最大化者出于对结果价值的重视，几乎不会关注行为过程的难易，因此居住流动性对易得型产品偏好的影响对他们就不显著了。作为对我们这一推断更直接的支持，Luan 和 Li(2017)的研究发现，满足者同时关注商品的易得性与理想性，而最大化者只关心产品的理想性，并愿意为之牺牲一部分易得性。Hsieh 和 Yalch(2020)的研究表明，最大化者更关注产品的理想性方面而非易得性方面，且这一效应由结果关注中介。Mao(2016)的研究也指出，最大化者只关心效用最大化的目标，因而决策较少受其他因素的影响。此外，综上所述我们认为，当消费者在决策中是最大化者而非满足者时，他们出于对最佳选项的追求，愿意付出更多努力，并总是会更加关注结果，重视产品所带来的效用，此时情境因素不太可能改变他们的偏好，因此感知居住流动性对易得性产品偏好的影响就被削弱了。由此我们提出如下假设：

H3: 最大化者/满足者在易得型产品偏好的影响中起调节作用。当消费者是最大化者时，感知居住流动性对易得型产品偏好的效应不再存在。

为了验证最大化者的调节作用，我们补充了一个新的研究（研究六）。我们招募了来自 Credamo 的 263 名被试参与了该实验。研究六采用的是单因素组间设计(高流动性组 vs.低流动性组)。被试首先接受与研究二中一致的对感知居住流动性的操纵。接着被试需要做出关于理想型和易得型产品倾向的选择。完成对于产品偏好的选择后，我们测量了被试最大化者/满足者特质(Schwartz et al., 2002)。接着我们通过 PROCESS Model 1(Hayes, 2018)进行回归分析。结果发现，最大化者特质对易得型产品偏好具有显著负向影响($b = -.25, se = .10, t(259) = -2.51, p = 0.013$)，也就是说随着个体最大化者特质得分的提高，对易得型产品的偏好会降低。这与我们在理论部分推导的最大化者更加重视产品的理想性是一致的，进一步为我们的假设提供支持。同时更重要的是，结果表明感知居住流动性与最大化者特质的交互项会对易得型产品的偏好产生显著影响($b = -.41, se = .20, t(259) = -2.11, p = .036$)。通过泛光灯分析我们确认了 Johnson–Neyman 值(Spiller et al., 2013)，如图 2，结果表明对于最大化者(最大化者特质得分高于 4.83，占比 39.2%)而言，感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就不再显著了($b = .48, se = .24, p = .05$)。由研究六的结果得知，当消费者在决策中是最大化者时，感知居住流动性对易得型产品偏好的效应就不再显著了。H3 得到支持。

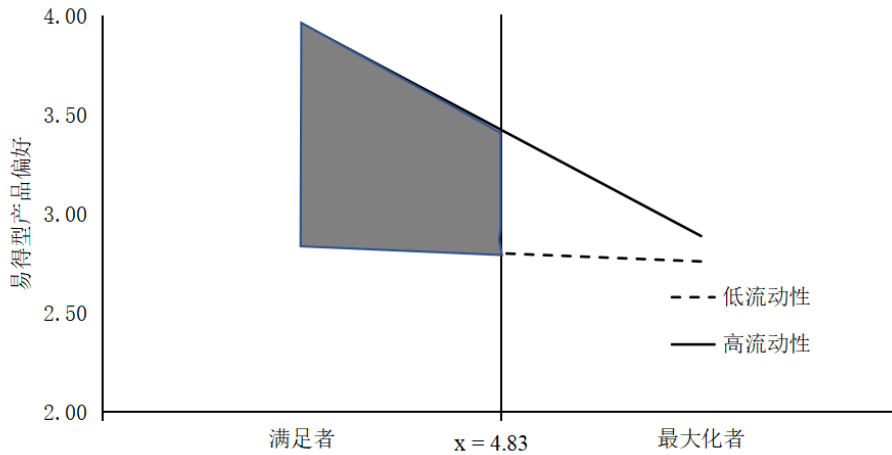


图2 研究六中最大化者特质的调节作用

除了最大化者这一个体特质的调节作用之外,我们希望进一步探究情境因素是否会调节感知居住流动性对易得型产品偏好的影响,以此探究该效应的边界条件。我们注意到决策对象近年来受到消费行为研究的关注,并被证明会影响易得型产品的偏好。其中值得注意的是,在为他人做决策时,由于社会距离(Liberman et al., 2007)和心理距离(Trope & Liberman, 2010)的存在,消费者会聚焦于事物的中心属性,更关注事物带来的价值(Kray, 2000),我们认为这是激发了消费者结果关注思维的表现。换言之,消费者在为他人做决策时,由于决策的心理距离较远,他们将不再关注产品使用的过程是否便利,而是关注产品能否为他人带来足够高的效用,因此会更加重视产品的理想性而相对轻视易得性。相关研究支持我们的这一推论。Lu等(2013)通过对被试决策前、决策中与决策后三个阶段的研究,一致地揭示了与为自己做决定相比,为他人做决定时消费者会加强对理想性的关注并抑制对易得性的关注。类似的,Baskin等(2014)的研究证实了,送礼者往往不会考虑礼品的易得性,而收礼者其实更加在意礼品的易得性。这些研究一致表明了,当消费者为他人做决策时,由于社会距离与心理距离的增加,个体将不再能站在使用者的角度上考虑使用产品所需的努力,因而会轻视产品的易得性,而更加关注决策的结果与产品带来的价值,重视产品的理想性,此时感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就不再存在了。由此我们提出如下假设: :

H4: 决策对象是感知居住流动性对易得型产品偏好影响的边界条件。具体而言,为自己做决策时,感知居住流动性高的个体更偏好易得型产品,为他人做决策时,这一效应不再存在。

为了验证决策对象的调节作用,我们补充了一个新的研究(研究七)。我们招募了来自Credamo的323名被试参与了该实验。研究七采用2(居住流动性:高 vs. 低) x 2(决策对象:

为自己 vs. 为他人)的组间实验设计。居住流动性的操纵方法及操纵检验与研究三一致。接着与之前的实验相似,被试做出关于理想型和易得型产品倾向的选择。其中,在为自己决策的组中,我们让被试想象这款产品是他们买给自己的,而在为他人决策的组中,我们让被试想象这款产品是他们买给朋友的。我们通过 2(居住流动性:高 vs. 低) x 2(决策对象:自我 vs. 他人)ANOVA 检验决策对象的边界效应。结果显示决策对象的主效应边际显著($F(1, 319) = 3.67, p = 0.056, \eta_p^2 = .011$),即在为他人做决策时,被试普遍相对偏好理想型产品。这与我们在理论部分推导的为他人决策时更加重视产品的理想性是一致的,进一步为我们的假设提供支持。感知居住流动性的主效应不显著($F(1, 319) = 1.79, p = 0.182, \eta_p^2 = .006$),重要的是,结果表明居住流动性与决策对象的交互效应显著($F(1, 319) = 4.26, p = .040, \eta_p^2 = .013$);由此可知,决策对象是感知居住流动性对易得型产品偏好的影响的边界条件。简单效应分析结果进一步表明,在为自己决策组中,本实验复制了之前的实验结果,即感知居住流动性会提高被试对易得型产品的偏好($M_{高流动性} = 5.53, SD_{高流动性} = 1.59, M_{低流动性} = 4.88, SD_{低流动性} = 1.71; t(319) = 2.80, p = 0.005; d = 0.39$)。然而在为他人决策组中,这一效应不再显著了($M_{高流动性} = 4.77, SD_{高流动性} = 1.80, M_{低流动性} = 4.91, SD_{低流动性} = 1.75; t(319) = -0.10, p = 0.917; d = 0.08$;见图 3)。综上,当为自己做决策时,感知居住流动性对易得型产品偏好的主效应再一次得到验证,而为他人做决策时,感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就不显著了,这证明了决策对象确实是边界条件, H4 得到支持。

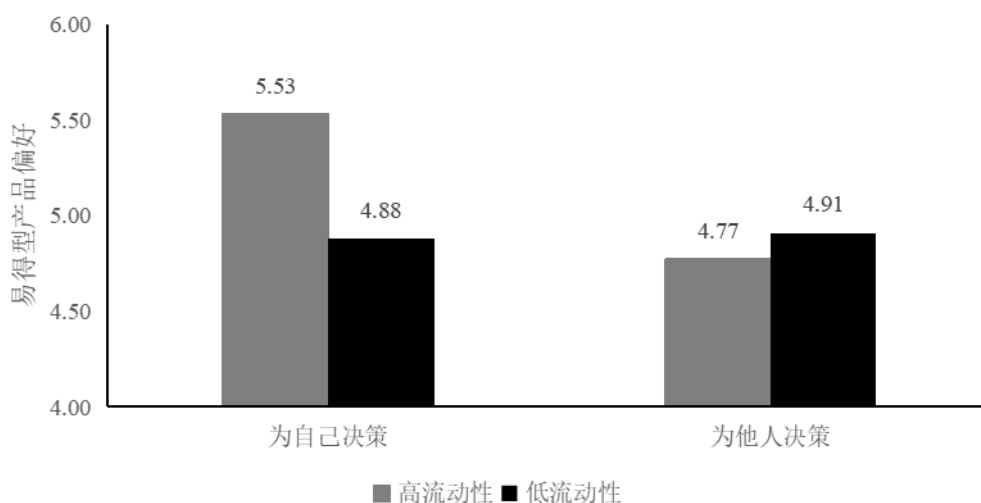


图3 研究七中决策对象的边界作用

综上,在本轮修订中,我们在以过程关注为中介机制的基础上,提出了两个新的调节变量:最大化者与决策对象,并补充了两个新的实验验证了最大化者与决策对象的调节效应。

此外，值得说明的是，我们认为被试在这两个调节实验中做出的选择，既与先前研究的结论基本一致，也符合我们的理论推导，不再有干扰解释。例如，研究六中最大化者之所以不在意产品易得性，是因为他们希望最大化产品的效用，因此只在意办公桌提供的质量（消费者质量评价4.5分），而愿意牺牲得到办公桌所需付出的努力（需耗时两小时组装），因此居住流动性不再影响最大化者的易得型产品偏好。在研究七中，为他人决策的被试由于心理距离的增加，对使用咖啡机所需的努力（需要时间学习如何使用，也需要时间维护和保养）相对忽视，而加强了对产品效用（高端咖啡机，能做各种类型的咖啡）的关注，因此相比为自己做决策时，对易得型产品的偏好显著更低。因此我们认为，新补充的两个研究不仅为最大化者和决策对象的调节作用提供了数据上的支持，其实验结果在逻辑上也是与理论推导的假设相匹配的。

意见 4:

研究2中，作者“对这五组产品的易得型偏好加总取平均值，将得到的值作为因变量反映被试整体的易得型产品偏好进行独立样本t检验”，这种做法较少见，是否有可参考的依据？易得型偏好测量的信度是多少？

回应

感谢编委提出的问题。我们在研究二中使用了多种产品来测量被试的易得型产品偏好，本意是进一步验证主效应的稳健性。这种测量多个产品并取均值作为因变量指标的做法，有一定数量的文献作为参考的依据。例如，Govind等(2015)在*Journal of Marketing Research*上发表的文章中，多次测量了对饼干和巧克力两种享乐型产品的偏好，并取均值作为因变量享乐型产品偏好的反应(Participants stated their preference for cookies and chocolates on a seven-point scale (1 = “would not prefer to consume at all,” and 7 = “would strongly prefer to consume”). Their responses were averaged to form a single score. Page 13)。进一步的，在测量易得型产品/理想型产品偏好的研究中，这种做法也有据可靠，例如Wang等(2020)在*International Journal of Research in Marketing*发表的文章中，通过三组产品测量了被试的易得型偏好，并取均值作为因变量易得型产品偏好的反应(Among the three product pairs, the participants' responses exhibited a similar pattern; thus, their responses were averaged to generate a composite score of preference for feasibility; Page 7)。由此我们认为，通过多组产品测量被试易得型产品偏好，并取均值作为因变量反应被试整体偏好的做法是可行的。不过我们注意到，在原先的研究二中，虽然有些产品的主效应是显著的，如对于办公桌而言，高流动性组的被

试比低流动性组被试具有更高的易得型产品偏好($M_{高流动性} = 2.90, SD = 2.01$; vs. $M_{低流动性} = 2.13, SD = 1.62, t(134) = 2.47, p = 0.015$), 并且各组产品表现出一致的趋势, 即高流动性组的被试更趋向于选择易得型产品, 但是各组产品测量取均值的信度不够高, 因此我们认为在这个实验里取均值的做法就不太合适了。对此, 我们认为这很可能是因为原先的研究二中, 部分产品出现了价格不等的信息(如抽奖券、床单), 而部分产品没有(如电影票、咖啡机), 价格因素会对消费者对各组产品偏好的一致性有一定影响。鉴于此, 我们在其他实验的基础上, 重新选取了一些产品, 这几组产品差异性不那么大、表现出的一致性较高, 并且我们不再通过价格操纵产品的易得性与理想性。在此基础上, 我们在Credamo招募了150名被试重新进行了该实验, 实验流程与操纵方法与原研究二一致, 我们重新选择了四组产品(办公桌、咖啡机、手机、餐厅, 改编自Lieberman & Trope, 1998; Wang et al., 2020)并优化了对产品的描述。通过对每一组产品的易得型偏好分别进行独立样本t检验, 我们发现这四组产品表现出一致的趋势, 即高流动性组的被试更倾向于选择易得型产品。因此, 我们对这四组产品的易得型偏好加总取平均值($\alpha = 0.7$), 将得到的值作为因变量反映被试整体的易得型产品偏好进行独立样本t检验。结果表明, 高流动性组的被试比低流动性组被试具有更高的易得型产品偏好($M_{高流动性} = 4.63, SD = 1.31$; vs. $M_{低流动性} = 4.07, SD = 1.65, t(148) = 2.31, p = 0.022$, 见图5)。主效应的稳健性得到进一步的验证。此外, 如有必要, 我们也可以将原先的研究二在附录中报告, 希望可以进一步支持主效应的稳健性。

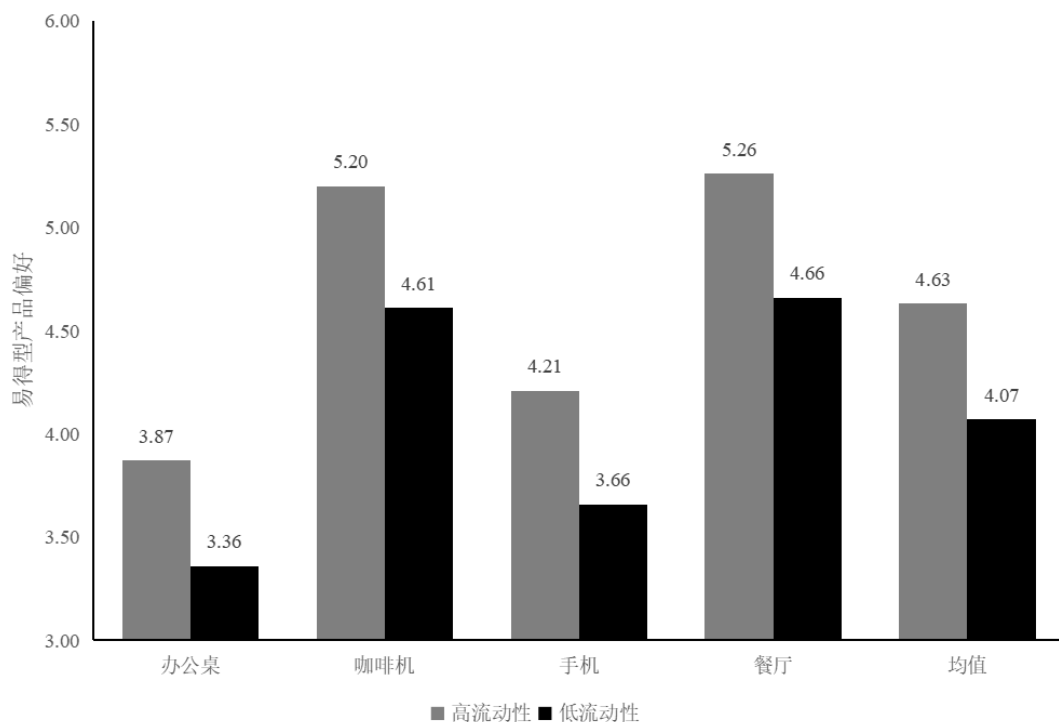


图5 居住流动性对易得型产品偏好的主效应

意见 5:

. “1.2.4 极简主义与社会经济地位” 标题下提出的却是极简主义假设，而后面的极简主义假设没有标题。

回应

感谢编委的提醒，为了使理论结构更加清晰明了，在本轮修订中，我们将两个调节变量分成两个小章节“1.2.4 满足者与最大化者”与“1.2.5 决策对象”，并在各自章节的小标题下分别提出假设，希望能使文章的结构更加清晰。

第五轮

审稿人 3 意见:

从审稿意见中可以看出这篇文章目前已经经历了 4 轮修改，实属不易。从目前第四轮修改的版本可以看出，文章讲的故事是：相比低居住流动性，高居住流动性增加了消费者的过程关注/过程模拟，进而促使消费者选择强调 feasibility (versus desirability) 的产品或礼品。作者还认为，这一现象在最大化特质者和为他人做选择时会消失。同时，作者还检验了排除了控制感和焦虑感的替代中介。作者通过 7 项研究检验了这一想法。我觉得故事整体上是清晰的。不过还存在一些问题：

意见 1:

作者从居住流动性---过程关注----feasible product 的偏好这一逻辑推导还需要加强。我看到作者用了很多文献推理主效应和中介，但最为相关的文献不够精炼和直接。导致读起来感觉很绕。我在想一个问题，这个研究本质上走的就是 construal level theory，因为 feasibility consideration 都是 construal level theory 的核心观点，而过程模拟是 construal level theory 后期研究的核心观点。我不清楚作者为何不用一个理论来统领整个文章，进而一步步提出假设呢。文章逻辑推导很绕，这是我的第一印象。

回应

非常感谢审稿人提出的建议。我们对这一建议非常重视，并对文章的理论和方法部分进行了补充与修改。概括而言，我们首先从解释水平理论(construal level theory)出发，通过文献归纳梳理了其易得性(feasibility)和理想性(desirability)间的关系，表明对易得性与理想性的权衡的研究确实起源于解释水平理论。接着我们总结了与解释水平理论相关的文献研究，

表明解释水平过于宽泛，并不适合直接作为中介变量进行研究，并详细阐述了最终将中介变量确认为过程关注(process focus)的理由。同时，我们还改进了对主效应和中介效应的逻辑推导，删除了冗余的文献与推论，力求让理论推导显得更为直接明了。我们在提出调节变量的理论推导部分，也阐述了最大化者和决策对象与中介变量过程关注之间的关系，希望以过程关注作为明确的中介变量统领全文，并构建了全文的概念模型来表明各变量间的关系。同样重要的是，在研究方法部分，我们重新进行了检验中介变量的研究，加入了其它与解释水平相关的变量(如抽象思维/具体思维，首要关注思维/次要关注思维等)的测量，排除了可能的替代解释，证明了过程关注(而非概念相对宽泛的解释水平或其它与解释水平相关的变量)的中介效应。另外，我们还重新进行了检验调节变量的两个研究，加入了对中介变量的测量，并检验了被调节的中介模型，希望证明以过程关注这一中介变量及其相关理论将居住流动性、易得型产品偏好、最大化者特质、决策对象等多个变量联系起来，进而统领全文，是在理论上通顺并得到数据支持的。接下来，我们将分三点详细说明我们对每个重要环节的具体修改及原因(由于意见 1 与后续意见关联紧密，我们对该意见非常重视，回复也相对长一些，感谢审稿人的理解)。

第一，我们希望说明我们为何选用过程关注作为中介变量，而非选择解释水平作为本文的中介进行探究。我们认同审稿人所说的，易得性(feasibility)与理想性(desirability)相关研究的确起源于解释水平理论。因此，在文献综述 1.2.3 节，我们首先加入了对解释水平理论与易得性/理想性间关联的文献梳理：“解释水平理论最初由 Liberman 和 Trope(1998)提出……之所以我们从解释水平理论出发探究影响消费者易得型产品偏好的内在机制，是因为 Liberman 和 Trope(1998)奠基性的研究中证明了高解释水平与理想性属性相联系，而低解释水平与易得性属性相联系……”因此，在确认中介变量之前，我们首先从易得性/理想性相关研究的起源出发，指出解释水平与易得性/理想性的研究是关联密切的。

尽管如此，我们依旧认为，直接将解释水平作为中介变量进行研究并以解释水平理论直接统领整篇文章，是不太合适的。关于这一点，我们有如下两方面希望详细说明。一方面，本文在研究之初即从易得性/理想性研究的起源出发，在初稿中试图将解释水平作为中介变量探究居住流动性对易得型产品偏好的影响，并进行了实验检验解释水平的中介作用。不过，在前几轮修订中，两位外审专家一致建议，认为解释水平这个变量过于宽泛，在本研究希望探究的产品决策的情境中并不是一个合适的中介。外审专家指出，“解释水平是一种认知的状态或特质，作者可以通过数据和实验设计发现，居住流动性和解释水平的状态之间的相关关系。但居住流动性对产品选择偏好的影响却可能存在其他更直接的解释。”经过详细的文

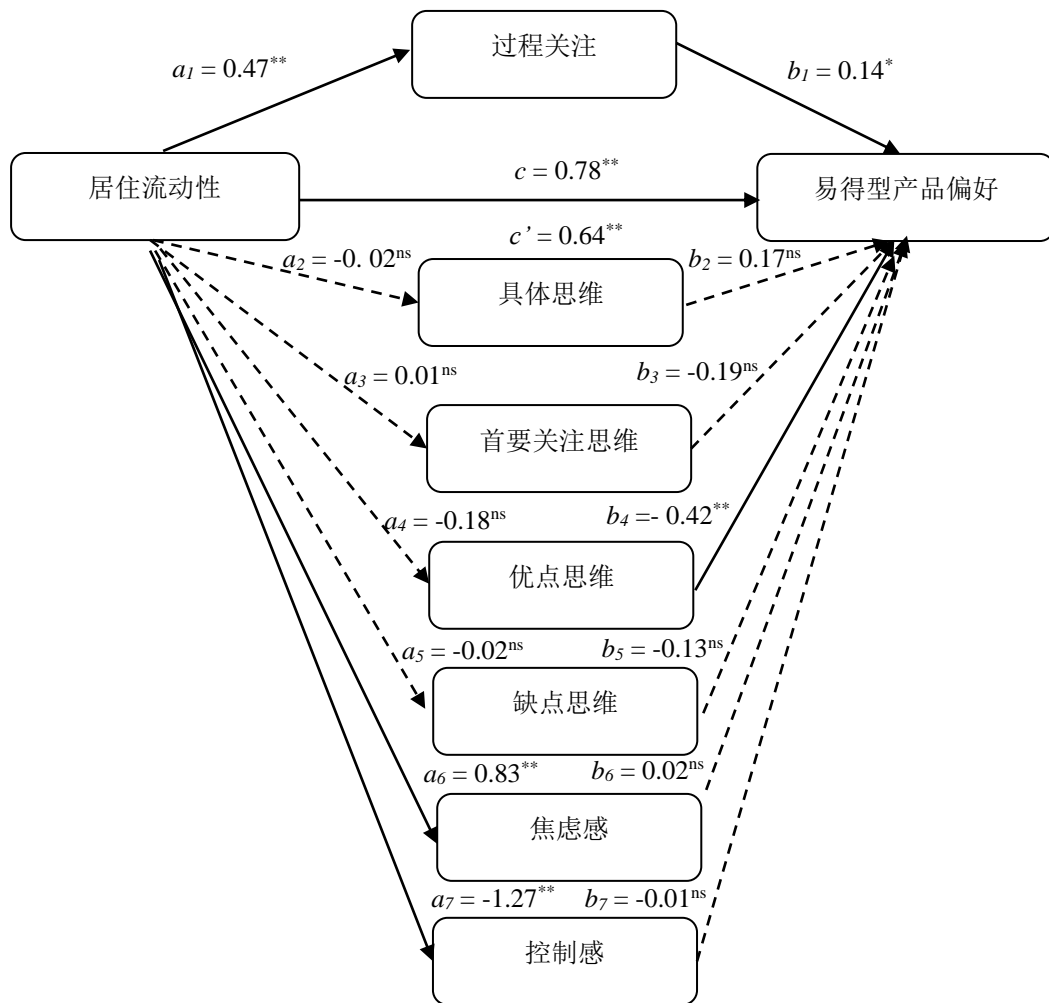
献归纳与认真的考量，我们也认可这一观点，即通过实验数据的分析或能发现解释水平与居住流动性或易得性偏好间的相关关系，但在产品决策偏好的研究情境中解释水平并不是一个足够具体与直接的中介。因此，我们在总结了相关理论及审稿专家建议的基础上，试图确认一个与居住流动性联系更加紧密，同时又不过于宽泛，可以在消费行为情境中直接解释居住流动性对产品选择偏好影响的变量作为中介。在梳理了相关文献后，我们注意到在消费行为领域对易得性/理想性偏好相关的研究中，有一部分研究虽然也采用了解释水平理论中对易得性/理想性的定义，但并没有将解释水平这一较为宽泛的变量作为中介解释，而是一致地将消费者“关注焦点”(focus)这一与消费决策关联更加直接、紧密的变量作为中介来解释对易得型产品/理想型产品偏好的影响(Hsieh & Yalch, 2020; Liu, 2008; Luan & Li, 2017)。例如，Hsieh 和 Yalch(2020)的研究表明，满足者和最大化者对易得型产品/理想型产品偏好的不同，是由过程关注(process focus)/结果关注(outcome focus)的不同中介的。Luan 和 Li(2017)的研究也表明，最大化人格特质对易得性/理想性偏好的影响是由努力相关关注/价值相关关注中介的。由此可见，消费者关注焦点的变化，很大程度上会直接影响他们对易得型产品/理想型产品的偏好。同时，过程关注/结果关注与易得性/理想性偏好都是解释水平理论在消费决策情境中的核心观点之一(Trope & Liberman, 2003; 2010)，因此过程关注与产品的易得性偏好间很可能存在紧密的联系。另一方面，关注焦点的变化在对个体而言更加直观普遍，应当会直接受到个体经历（如搬迁住宅）的影响。居住流动性高的个体往往充满了对生活的不确定与担忧焦虑的情绪(Oishi et al., 2013; Yuan et al., 2021)，因此他们的关注点更容易发生改变，并聚焦在如何完成某事上，即产生过程关注的思维(Pham & Taylor, 1999; Zimmerman & Kitsantas, 1997)。因此我们初步判断，过程关注可能是一个契合本研究的中介，它既与居住流动性以及产品的易得性偏好有着紧密的联系，同时又比解释水平更加直接具体，适合在消费决策的情境中作为中介变量研究，且有着先前研究的理论支持。

另一方面，在梳理了与解释水平理论相关的研究后，我们注意到由于解释水平在概念上相对宽泛与抽象，因此衍生出了在消费决策情境中的多种直接表征。确如审稿人所说，过程关注是解释水平理论的核心表征之一，但解释水平还在其它多个维度上有直接表征，而我们认为这些其他表征并不会受到居住流动性的影响，因而直接将解释水平整体作为中介变量研究可能并不合适。具体而言，解释水平是个体认知事物的抽象程度(Liberman & Trope, 1998)，从 Trope 和 Liberman(2003)对解释水平的界定出发，后续大量研究证明了其核心构念包含抽象思维/具体思维(Förster et al., 2004; Malkoc et al., 2010; Torelli & Kaikati, 2009; White et al., 2011)、过程关注/结果关注(Trope & Liberman, 2010; Zhao et al., 2007)、首要特征关注/次要特

征关注(Kim et al., 2008; Trope et al., 2007; Trope & Liberman, 2000)、优点关注/缺点关注(Eyal et al., 2004; Herzog et al., 2007; Trope et al., 2007)等多个维度。例如, Förster 等(2004)通过六项研究表明, 提高个体的解释水平会直接促进抽象思维、阻碍具体思维。Trope 和 Liberman(2000)的研究指出, 高解释水平的个体会更加关注个体的首要特征。总结而言, 高解释水平意味着思维更加抽象、更加关注结果、更加关注事物的首要特征、更加全局导向、更加关注事物的优点; 而低解释水平意味着思维更加具体、更加关注过程、更加关注事物的次要特征、更加局部导向、更加关注事物的缺点。以上各个维度都是近年来解释水平相关研究的核心观点, 并且也符合 Liberman 和 Trope(1998)最初对解释水平做出的界定。但我们认为, 居住流动性并不会对解释水平整体、即上述的解释水平在各个维度上的表征都产生影响, 例如, 高居住流动性可能会影响个体的过程关注思维, 但却不一定会同时改变个体对主要或次要特征的关注。在梳理了相关文献后, 我们也并未发现能表明居住流动性会影响抽象思维、首要关注思维等维度的直接证据。同时, 在产品决策偏好的情境中, 解释水平的各个维度上的表征也并非都会直接对易得型产品偏好产生显著影响, 例如, 更加关注产品优点/缺点的消费者似乎并不会对易得型产品产生稳定一致的偏好。**换言之, 如果将个体整体的解释水平作为中介考察, 其大部分的核心构念可能是无效的、既没有受到居住流动性的影响, 也不影响易得型产品偏好, 而本研究的目的即在于找出解释水平这个整体概念下真正发挥了中介作用的部分。**此外, 我们在后续的修订中也多次检验了解释水平的中介作用, 结果表明解释水平的中介效应不太稳定, 其原因很可能是其中包含实际并不起中介作用的核心构念, 这影响了直接将解释水平整体作为中介解释的稳定性。综上, 我们认为, 无论是从理论或实证等多方面考虑, 深入挖掘具体是解释水平理论的哪一块起到决定性中介作用是非常重要的。即相比于直接将概念相对宏大宽泛的解释水平作为中介解释, 从解释水平理论出发, 基于其拓展研究确认一个概念更加明确、与居住流动性和易得型产品偏好关系更加密切、并且可以在消费行为情境中直接解释居住流动性对产品选择偏好影响的维度作为中介应当是更加合适的。综合以上两方面的考量, 我们最终决定将过程关注作为中介变量进行探究, 并通过这一中介将居住流动性、易得型产品偏好、最大化者特质、决策对象等多个变量串联起来, 统领整篇文章(过程关注发挥中介作用的理论基础将在第二点中详述, 过程关注串联核心变量统领文章的改进将在第三点中详述)。

为了验证上述假设, 我们重新进行了检验中介变量的实验(研究 4)。新加入的这一研究最主要的目的是在验证过程关注中介作用的同时, 排除其它与个体的解释水平相关的维度的替代解释, 包括抽象思维/具体思维、首要关注思维/次要关注思维、优点思维/缺点思维等。

以此证明解释水平的其它维度在居住流动性对易得型产品偏好的影响中并不起到中介作用，因而直接将个体整体的解释水平作为中介变量是不合适的。因此，本研究加入了对抽象思维/具体思维(Pfundmair et al., 2015)、首要关注思维/次要关注思维(Kim et al., 2008)、优点思维/缺点思维(Eyal et al., 2004)的测量，同时也保留了对先前审稿人提出的焦虑感、控制感等可能的替代解释的测量。采用对间接中介效应 $a \times b$ 的自主抽样检验(bootstrap test)(PROCESS Model 4; Hayes, 2018)研究表明，过程关注的间接中介效应是显著正向的($a_1 \times b_1 = 0.063$, 95%CI [0.0035, 0.1526])，而具体思维、首要关注思维、优点思维、缺点思维等解释水平理论的核心变量都没有显著的中介效应。此外，居住流动性会显著提高过程关注($a_1 = 0.47$; $t = 2.88$, $p = 0.004$)，但对具体思维($a_2 = -0.02$; $t = -0.20$, $p = 0.844$)、首要关注思维($a_3 = 0.01$; $t = 0.09$, $p = 0.930$)、优点思维($a_4 = -0.18$; $t = -1.71$, $p = 0.088$)、缺点思维($a_5 = -0.02$; $t = -0.15$, $p = 0.878$)则均没有显著影响(如图 1，考虑到篇幅本段仅展示了部分关键数据，完整分析及结果参见正文研究 4)，这证明了居住流动性只提高了被试的过程关注思维，而不影响其它与解释水平相关的变量。研究 4 为我们的理论假设提供了有力的证据，即过程关注应当是链接居住流动性和易得型产偏好的足够准确具体的中介变量，而解释水平的其它核心维度都没有中介作用。这表示，**如果直接将解释水平作为中介变量进行研究，解释水平的大部分核心概念其实都是无效的、没有受到居住流动性影响的，真正起到中介作用的部分其实还是过程关注思维的变化。**这也是我们认为将个体整体的解释水平作为中介变量过于宽泛，不太合适的原因。



注: **表示 p 值小于 0.01, *表示 p 值小于 0.05, ^{ns} 表示 p 值大于 0.05。

图 1 研究 4 中过程关注的中介作用

第二，我们改进了对主效应和中介效应的逻辑推导，删除了冗余的文献与推论，希望使整个理论推演更加精炼直接。如第一点所述，我们说明了为何没有选择解释水平作为中介变量，而是选择将过程关注作为中介变量进一步考察。接下来，我们在正文的“1.2.3 过程关注”部分详细阐述了居住流动性为何影响过程关注，及过程关注为何影响易得型产品偏好，以此构建本文的理论框架并提出假设。对于这一段，审稿人认为“不够精炼和直接，读起来感觉很绕”。在经过反思与斟酌后，我们同意审稿人所说的，应当精炼“居住流动性——过程关注——易得型产品偏好”这一框架下的理论推导。在上一轮修订中，我们原本是希望通过尽可能详细的文献归纳与理论推导为过程关注的中介作用提供足够的理论支持，但是文献与解释

过多，显得有些冗余了。而本轮修订中，在审稿人的建议下，我们从解释水平理论出发，一步步推导出过程关注的中介作用。在补充了解释水平的相关研究后，过程关注与易得型产品偏好间的联系也得到了更有力的支持，因此我们认为，在这一补充后，确实可以对后续部分的理论逻辑推导进行精炼与简化，因此我们删去了近十篇助益不大的文献引用，并试图通过更简洁的语言阐明过程关注起中介作用的逻辑。简而言之，“居住流动性——过程关注”间的推导我们提炼出如下相关文献：Zimmerman 和 Kitsantas(1997; 1999)的研究表明，当面临新的事物时，个体更倾向于采用过程关注的思维。由于高居住流动性的个体更经常搬迁到新的、不熟悉的社区中，他们也往往需要处理大量全新的任务(Oishi et al., 2012)；因此高居住流动性的个体更倾向于在这种全新的环境中产生过程关注的思维。此外，Pham 和 Taylor(1999)的研究表明，过程关注比结果关注更能有效地帮个体解决问题、应对压力事件并减少焦虑，由于频繁搬迁者常常面临压力并感到焦虑情绪(Deane, 1990; Moyle & Parkes, 1999)，他们更有可能产生过程关注的思维，以此可以达到调节情绪状态的目的(Taylor et al., 1998)。总而言之，高居住流动性带来的大多数直接的心理变化，如对新事物的应激反应、对生活充满不确定、希望缓解压力与焦虑等，都有相应的文献表明会导致过程关注思维。另一方面，“过程关注——易得型产品偏好”二者间的关系，由于加入了解释水平的相关文献，推导可以更为精炼：Zhao 等(2007)的研究中指出，过程关注突出了事件具体的、与易得性相关的层面，而结果关注突出了事件抽象的、与理想性相关的层面。Hsieh 和 Yalch(2020)的研究也直接证明了过程关注与易得型产品偏好之间存在对应关系。由于已经有大量文献揭示了过程关注与易得型产品偏好间的联系(Hsieh & Yalch, 2020; Liberman & Trope, 1998; Taylor et al., 1998; Trope & Liberman, 2003; 2010; Zhao et al., 2007；这里我们仅列举了两篇核心文献，其余不再详细展开说明)。综上，我们有理由认为，当高居住流动性激活时，消费者更加关注过程，从而重视获得产品的难易程度，因此也就更加偏好易得型产品。除了文献归纳外，我们也改进了逻辑推理与表述，以期让这部分的理论逻辑显得更加简洁明了。

此外，我们希望补充说明的是，在“1.2.3 解释水平与过程关注”部分我们如上阐明了过程关注发挥中介作用的理论基础后，仍补充了一段“然而，存在另外一种可能性，即居住流动性并非提高消费者对易得型产品的偏好，而是降低对理想型产品的偏好……”。这是考虑到在先前几轮修订中编委提出的重要建议：“作者需要提供更多的证据来说明为何中介变量会增加人们对易得性属性的偏好，而不是减少了对理想属性的偏好”。因此我们保留了这一段理论推演，意图说明本文考察的居住流动性对消费者的影响，主要是通过激发了过程关注思维，而影响了易得型产品的偏好这一端，以期更加明确本文的机制及理论贡献。当然，我们

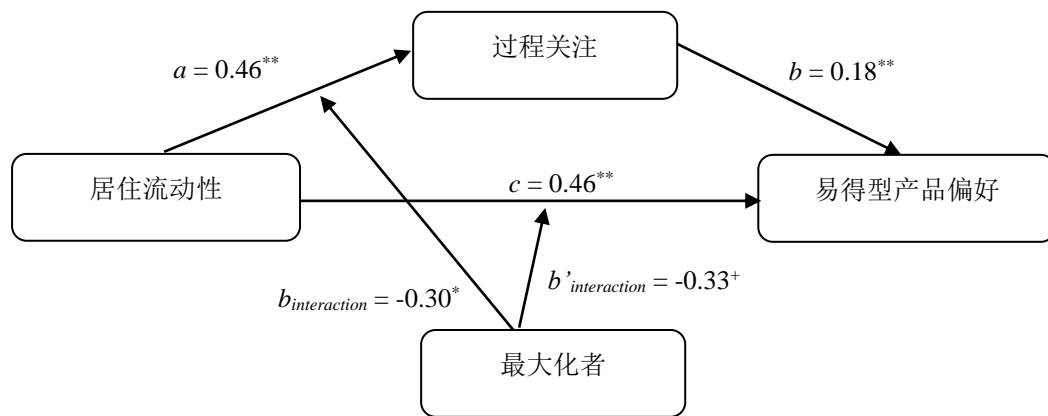
也对这一段进行了表述上的简化，避免显得冗余或逻辑复杂。

第三，审稿人建议：“用一个理论来统领整篇文章，进而一步步提出假设”，我们认为这是非常有必要的。因此在本轮修订中，我们首先如第一点中所述，基于解释水平理论来展开全文理论框架，接下来我们聚焦在解释水平理论中的过程关注部分，尽可能地阐述了过程关注作为中介变量与自变量、因变量、调节变量间的关系，希望能以过程关注及相关理论作为核心观点来统领整篇文章，提出假设。首先，在理论方面，除了如第二点所述精炼了过程关注的中介作用的理论推导以外，我们还重新撰写了最大化者特质的调节效应以及决策对象的调节效应这两部分的理论推导。我们在对调节变量的推导中重点加入了过程关注的相关研究，详细说明了调节变量与中介变量的关系，即调节变量是如何通过影响中介变量，进而影响因变量的。在厘清了调节变量与中介变量的关系后，本研究的内在机制得到了更加清晰明确的说明，所有变量之间的联系显得更加紧密，全文逻辑更加整体统一。在“1.2.4 最大化者与满足者”部分，我们提出最大化者之所以会调节居住流动性对易得型产品偏好的效应，是因为无论个体的居住流动性高低，最大化者始终关注产品的最大价值，不再关注过程，因而对易得型产品的偏好被削弱了。具体而言，由于最大化者只关注是否能做出最好的选择，而不关注获得最佳选项的过程 (Hughes & Scholer, 2017)。为了做出最优的决定，最大化者愿意在过程中对所有可能的选择进行详尽的搜索 (Iyengar et al., 2006)，并乐于接受时间和精力成本 (Chowdhury et al., 2009; Dar-Nimrod et al., 2009)，由此可见，最大化者愿意牺牲过程的易得性来换取效用最大的结果，而不愿意牺牲结果的理想性来换取过程的简便 (Li et al., 2019)，因此我们认为，由于最大化者并不关注决策的过程的难易，而总是关注结果效用的大小，因而总是会更偏好理想型产品。另一方面，由于满足者有一个内在的可接受性阈值，他们会将自己搜寻选项的努力限制在一定范围内，并直接选择高于阈值的结果。因此，对于满足者而言，决策的过程与结果会被同时考量 (Schwartz et al., 2002)，所以，高居住流动性得以通过激发满足者对过程的关注，进而提高其对易得型产品的偏好。综上所述我们认为，当消费者在决策中是最大化者而非满足者时，出于对最佳选项的追求，他们不再关注过程，而总是会愿意付出更多的努力，重视产品所带来的效用，此时情境因素不太可能改变他们的偏好，因此感知居住流动性对易得性产品偏好的影响就被削弱了。在“1.2.5 决策对象”部分，我们提出消费者在为他人做决策时，即使居住流动性激发了个体的过程关注思维，但由于决策的心理距离较远，消费者总是会更加重视产品的理想性而相对轻视易得性，在不同力量的推动下，居住流动性对易得型产品偏好的效应就被削弱了。相关研究支持我们的这一推论。Lu 等 (2013) 研究发现为自己做决定相比，为他人做决定时消费者会加强对理想性的关注并抑制

对易得性的关注。类似的，Baskin 等(2014)的研究证实了，送礼者往往不会考虑礼品的易得性，而收礼者其实更加在意礼品的易得性。Malhotra(2006)也证明了在为他人做决策时，个体会预测产品的理想性属性更重要。这些研究一致表明了，当消费者为他人做决策时，由于社会距离与心理距离的增加，个体将不再能站在使用者的角度上考虑使用产品所需的努力，因而会轻视产品的易得性，而总是基于产品的理想性做出决策，此时感知居住流动对易得型产品偏好的影响则会削弱。即过程关注与决策对象的交互共同影响了易得型产品偏好，这两个信息源产生了冲突，居住流动性激发了过程关注，进而让消费者重视易得性，而为他人决策总是会重视理想性，在这两种不同力量的推动下，居住流动性对易得型产品偏好的效应将会被削弱。如此一来，过程关注与两个调节变量的关系都得到了清晰的阐述，我们通过过程关注这一中介变量将其余所有变量联系起来，文章的理论框架更加紧密一体。

更为重要的是，在研究方法部分，我们重新进行了检验调节变量的两个实验，并都加入了对过程关注的测量，希望检验被调节的中介模型，以进一步验证过程关注的中介作用，揭示居住流动性对易得型产品偏好影响的内在机制。具体而言，在“研究6 最大化者特质的调节作用”部分，在进行了对居住流动性的经典操纵与对易得型产品偏好的测量外，我们加入了对过程关注的测量(Hsieh & Yalch, 2020)，并测量了被试的最大化者特质(Schwartz et al., 2002)。我们首先进行了调节效应检验，通过PROCESS Model 1(Hayes, 2018)进行回归分析(X = 感知居住流动性[0 = 低流动性, 1 = 高流动性], M = 最大化者得分[中心化], Y = 易得型产品偏好)。结果发现，感知居住流动性与最大化者特质的交互项会对易得型产品的偏好产生显著影响($b = -.38, se = .17, t(430) = -2.24, p = .025$)。通过泛光灯分析我们确认了Johnson–Neyman值(Spiller et al., 2013)，结果表明对于最大化者(最大化者特质得分高于4.55，占比31.1%)而言，感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就不再显著了($b = .37, se = .19, p = .05$)。由此看出，对最大化者而言，受到来自居住流动性的影响较小，人们对于易得型产品没有显著的偏好。更重要的是，我们通过PROCESS Model 8(Hayes, 2018)进行被调节的中介效应检验(X = 感知居住流动性[0 = 低流动性, 1 = 高流动性], M = 过程关注[中心化], W = 最大化者得分[中心化], Y = 易得型产品偏好)。结果表明被调节的中介效应显著($b = -.05, se = .03, 95\% CI [-0.1302, -0.0005]$)。具体而言，居住流动性对过程关注有显著正向影响($b = .46, se = .14, t(430) = 3.19, p = 0.002$)，且居住流动性与最大化者特质的交互项会对过程关注有显著影响($b = -.30, se = .14, t(430) = -2.13, p = 0.034$)。在控制居住流动性的直接效应($b = .46, se = .17, t(430) = 2.68, p = 0.008$)及其与最大化者特质的交互效应($b = -.33, se = .17, t(430) = -1.94, p = 0.053$)后，过程关注对易得型产品偏好有显著正向影响($b = .18, se = .06,$

$t(430) = 3.10, p = 0.002$)。对于非最大化者(最大化者特质得分低于4.55)而言, 过程关注能在居住流动性对易得型产品偏好的影响中起到中介作用($b = .13, se = .07, 95\% CI [0.0263, 0.2763]$), 而对最大化者而言, 这一效应将不再显著($b = .03, se = .03, 95\% CI [-0.0363, 0.1035]$); 详见图2)。由此可见, 最大化者的消费者无论居住流动性高低, 都不再关注过程, 因而其对易得型产品的偏好被削弱了, 这符合我们的假设, 进一步支持了过程关注的中介作用, 使整个研究的内在机制更加清晰。

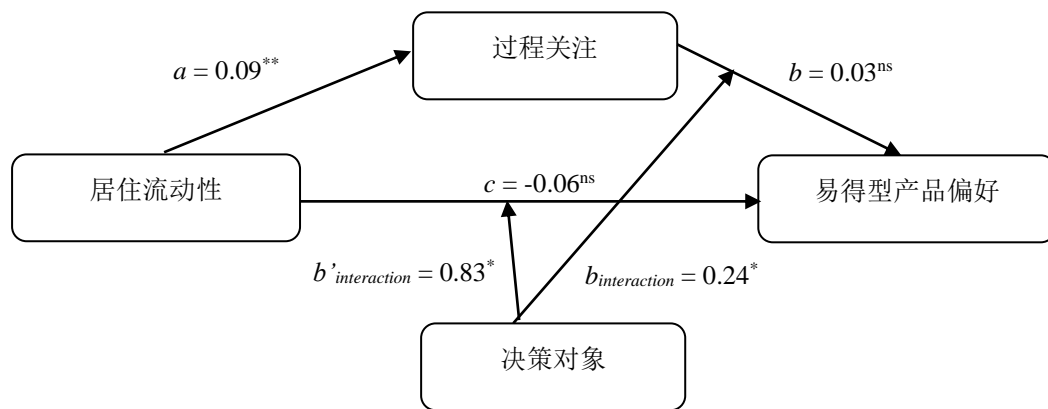


注: **表示 p 值小于 0.01, *表示 p 值小于 0.05, +表示 p 值小于 0.1。

图2 研究6中最大化者特质的调节作用及过程关注被调节的中介作用

在“研究7 决策对象作为边界条件”部分, 我们同样加入了对中介变量过程关注的测量。我们首先进行了2(居住流动性: 高 vs. 低) x 2(决策对象: 自我 vs. 他人)ANOVA检验决策对象的调节效应, 结果表明居住流动性与决策对象的交互效应显著($F(1, 488) = 6.08, p = .014, \eta_p^2 = .012$); 由此可知, 决策对象是感知居住流动性对易得型产品偏好的影响的边界条件。简单效应分析结果进一步表明, 在为自己决策组中, 本实验复制了之前的实验结果, 即感知居住流动性会提高被试对易得型产品的偏好($M_{高流动性} = 4.85, SD_{高流动性} = 1.87, M_{低流动性} = 4.02, SD_{低流动性} = 2.01; t(488) = 3.29, p = 0.001; d = 0.43$)。然而在为他人决策组中, 这一效应不再显著了($M_{高流动性} = 4.21, SD_{高流动性} = 2.05, M_{低流动性} = 4.26, SD_{低流动性} = 1.98; t(488) = -0.19, p = 0.846; d = 0.02$)。更重要的是, 我们通过PROCESS Model 15(Hayes, 2018)进行被调节的中介效应检验($X =$ 感知居住流动性[0 = 低流动性, 1 = 高流动性], $M =$ 过程关注[中心化], $W =$ 决策对象[0 = 为他人决策, 1 = 为自己决策], $Y =$ 易得型产品偏好)。结果表明被调节的中介效应显著($b = .09, se = .06, 95\% CI [0.0013, 0.2287]$)。具体而言, 居住流动性对过程关注有显著正向影响($b = .38, se = .15, t(488) = 2.59, p = 0.010$), 此外, 居住流动性与决策对象的交互项对易得

型产品偏好有显著影响($b = .83, se = .36, t(488) = 2.33, p = 0.020$), 且过程关注与决策对象的交互项对易得型产品偏好有显著影响($b = .24, se = .11, t(488) = 2.20, p = 0.028$)。更重要的是, 当被试为自己决策时, 过程关注能在居住流动性对易得型产品偏好的影响中起到中介作用($b = .10, se = .05, 95\% CI [0.0180, 0.2191]$), 而当被试为他人决策时, 这一效应将不再显著($b = .01, se = .03, 95\% CI [-0.0565, 0.0842]$; 详见图3)。由此可见, 即便居住流动性提高了过程关注, 但由于为他人决策时只关注产品的理想性, 此时居住流动性对易得型产品偏好的影响就不复存在, 这符合我们的假设, 进一步支持了过程关注的中介作用, 使整个研究的内在机制更加清晰



注: **表示 p 值小于 0.01, *表示 p 值小于 0.05, ns 表示 p 值大于 0.05。

图 3 研究 7 中决策对象的调节作用及过程关注被调节的中介作用

综上, 我们希望说明: (1)之所以没有选择解释水平作为中介变量, 是因为解释水平在概念上相对宽泛与抽象, 既与居住流动性联系不紧密, 也不适合在消费决策的情境中作为中介解释, 同时, 研究结果表明, 解释水平的核心构念中, 真正发挥中介作用的只有过程关注这一变量, 而抽象思维/具体思维, 首要关注思维/次要关注思维等多个维度确如我们假设的并没有中介作用, 因此将这些维度或个体整体的中解释水平直接作为中介变量都是不太合适的。(2)我们重新撰写了对主效应和中介效应的理论推导, 删除了冗余的文献与复杂的逻辑, 力求让“居住流动性——过程关注——易得型产品偏好”这一逻辑更加精炼和直接。(3)虽然我们并没有将解释水平作为中介变量, 但仍如审稿人所说, 用过程关注的相关理论阐明了各个变量间的联系, 进而统领全文、提出假设, 并在研究 4 至研究 7 共五个研究中都检验了过程关注的中介作用, 希望使得文章的理论框架更加紧密一体, 使得居住流动性对易得型产品偏好影响的内在机制更加清晰明确。

意见 2:

同时, feasibility 是否翻译成易得性, 而 desirability 是否翻译成理想性, 我觉得还待商榷。从标题上看, 作者提出的易得性产品是造了个新词, 但是熟悉 construal level theory 的读者会发现文章其实关注的是居住流动性如何影响人们的 feasibility 和 desirability 权衡, 进而二者之间的 match 如何导致积极影响结果(也即作者研究的产品态度和选择)。我觉得作者需要忠于理论本身来讲故事, 不能造新词。

回应

感谢审稿人指出这一问题。对于 feasibility 和 desirability 的翻译一直是我们的困惑, 也查找了相关中文期刊的翻译, 但是我们一直觉得都不贴切。最后确定这样的翻译也是在过去四轮修改过程中, 基于审稿人的意见反复修改后确定的。如果审稿人有更好的建议, 我们也非常愿意接纳。我们同意审稿人所说的, 西方文献是在 CLT 理论框架下探讨消费者对 feasibility 和 desirability 的权衡和偏好。行为决策理论(BDT)文献会直接去看消费者对这两个属性的平衡, 而消费者行为(CB)的文献往往把两个属性落在了“产品属性”上, 即检验消费者对 feasibility 属性高的产品或者对 desirability 属性的高产品的偏好。例如, Wang 等(2020)的研究聚焦于资源稀缺性以及童年社会经济地位如何影响消费者对 feasibility 属性高的产品与 desirability 属性高的产品的偏好, 该研究共测量了消费者对十种产品的偏好来反映消费者对 feasibility 属性的偏好(如 Study 4: “The participants completed an ostensibly unrelated product choice task in which they made choice decisions for five pairs of products...with each pair of products containing one product high in feasibility and the other high in desirability”; in Page 8)。类似的, Baskin 等(2014)关于送礼者与收礼者对 feasibility 和 desirability 的偏好的研究, 也是通过对产品属性的偏好反映的(如 Study 3: “Each participant was asked to imagine a choice between a highly desirable gift and a highly feasible gift and to give their relative preference; in Page 6”)。我们在本研究希望探究的对象以及采用的测量都是与上述文献一致的。正是在这些文献的基础上, 为了符合中文语境, 我们把在 feasibility 属性上高的产品称之为易得型产品。我们希望审稿人能理解, 我们并非故意制造新词, 因为我们认为偏好易得性在中文情境下缺乏标的物有点难以理解。如果审稿人觉得还是易得型偏好(preference for feasibility)更加合适, 我们愿意在下一轮进行修正。也非常欢迎审稿人对于 feasibility 的翻译提出更加合适的翻译。接下来, 我们将进一步详细说明两点: (1) 我们为何将 feasibility 翻译成易得性, 将 desirability 翻译成理想性。(2)我们为何采用“易得型产品”(而非直接用“易得性”)作为研究对象

第一，我们同意审稿人所说的，本研究从 CLT 理论出发，希望探究消费者对 feasibility preference 与 desirability preference 的权衡，我们也并不希望脱离这一理论造新词。因此，本文的引言部分与文献综述部分，我们首先将对应的英文变量名称明确标注了出来（如“本研究中我们着眼于产品的易得性属性(feasibility)和理想性属性(desirability)”），在此基础上，我们首先希望从已有的中文文献中确定权威的翻译方式。但遗憾的是，虽然 Feasibility 属性和 Desirability 属性这两个概念已经得到了国内学者一定程度上的研究，但目前还并没有统一的、恰当的翻译。有些学者将 Feasibility 译为“可得性”，而将 Desirability 译为“期望性”、“期许性”。经过考量，我们认为在产品决策的语境中，将 feasibility 翻译成可得性，将 desirability 翻译成期望性，并进而将 feasible product 翻译成可得型产品，是不太合适的。因为“可以得到”未必是得到的难易程度很“容易”，而“期望”并不能反映最终的价值是高的。因此，我们转而希望忠于英文权威论文中的解释，来对易得性和理想性给出贴切的中文释义。例如，我们对易得性和理想性的界定如下：产品易得性反应了得到该产品的难易程度，而产品理想性反应了该产品最终的价值。这一概念出自 Liberman 和 Trope(1998)的研究，原文为：“Desirability refers to the valence of an action’s end state, whereas feasibility refers to the ease or difficulty of reaching the end state (Liberman & Trope, 1998; Page 3)”此外，我们进一步说明了：从本质上讲，消费者如何在产品的易得性属性与理想性属性之间做出取舍，取决于消费者是选择(a)最小化做出选择所需的努力，还是(b)最大化选择的效用。这一对 feasibility 与 desirability 概念本质的补充说明，出自 Luan 和 Li(2017)的研究，原文为：“how people weigh desirability and feasibility can reflect how much they focus on the two major goals people aim to accomplish when making a choice: (a) maximizing the utility of the choice, and (b) minimizing the effort required to make the choice”。因此我们认为，本文在概念的界定上是完全忠于现有文献的。那么，在接下来的翻译层面，之所以把 feasibility 翻译为易得性，将 desirability 翻译为理想性，也是从上述原文的概念界定出发的。我们从 feasibility 与 desirability 的根本定义出发，为了反映“得到的难易程度”，将 feasibility 翻译成“易得性”，而为了反映最终价值是高的，将 desirability 翻译成“理想性”。此外，这一翻译也符合后续研究对 feasibility 和 desirability 本质的补充说明。“易得”一词能体现出“最小化做出选择所需的努力”，而“理想”一词突出了“最大化选择的效用”。综上，我们认为，在目前中文期刊对 Feasibility 和 Desirability 尚未有统一规范的翻译的基础上，我们的翻译是忠于英文原文对概念的具体定义的，并且也是适合产品决策情境、易于读者理解的。

第二，我们非常同意审稿人所说的，应当忠于理论，不应当造新词。此处我们希望说明，

“易得型产品”并不是故意造出一个新的名词概念。如第一点所述，我们将 feasibility 翻译成易得性后，将 feasible product 翻译成易得型产品应当是一一对应，较为合理的，只是将“易得性”后面加了“产品”二字，这并不是为了造出一个新词，而是因为在消费者行为的中文情境中，对易得性的偏好如果缺乏标的物反而会难以理解。换言之，我们之所以没有将研究标题定为“居住流动性对消费者易得性偏好的影响”，而是定为“居住流动性对消费者易得型产品偏好的影响”，是因为在具体的消费决策情境中，消费者最终消费的不是属性，而是产品，所以我们没有用 feasibility，而是用了 feasible product。当然，严格来说，feasibility 的概念会更广一些，例如择偶也有易得性和理想性，企业目标也有易得性和理想性，但这就并不是本文希望研究的了。本文希望探究的是居住流动性对消费决策的影响，因而将因变量确认为 feasible product，而不是 feasibility。尽管如此，我们认为这也仅仅是在语境中用词的区别，二者的基本概念是完全一致的，feasible product 只是 feasibility 在消费行为领域的具体表现而已。将对 feasibility 的偏好聚焦于“产品”的做法，在消费者行为领域是较为常见的(如 Baskin et al., 2014; Hsieh & Yalch, 2020; Wang et al., 2020; 前文已有详细说明，此处不再赘述)，因此我们认为这一做法也是得到广泛认可的。在正文中，我们也对易得型产品做了明确的界定：“追求努力最小化的消费者，就会选择易得性高但理想性低的产品（在本文中我们称之为“易得型产品”）；而追求效用最大化的消费者，就会选择理想性高但易得性低的产品（在本文中我们称之为“理想型产品”）。”将 feasible product 定义为 feasibility 属性高的产品应当是没有歧义的，唯一值得说明的是，我们之所以在“feasibility 属性高”之外还加上了“desirability 属性低”这一描述，是因为在消费者真实的决策情境中，feasibility 和 desirability 本就是对立的、需要权衡的，也是对消费行为研究最具价值的。这一补充说明参考了 Lu, Xie 和 Xu(2013)的研究，原文为：“Desirability and feasibility are orthogonal such that events with both high desirability and high feasibility [HDHF] are most desirable but not always available. Conflicting choices (those with high desirability but low feasibility [HDLF] or low desirability but high feasibility [LDHF]) are more commonly seen, thus requiring decision makers to strike a balance.”。因此将 feasible product 定义为“feasibility 属性高而 desirability 属性低”应当是合理的，进而翻译成中文，将易得型产品定义为“易得性属性高而理想性属性低”应当也是一一对应，有理论基础的。

综上，我们阐述了将 feasibility 翻译为易得性，将 desirability 翻译为理想性，是完全基于英文相关理论对二者的定义的，并且在正文中对二者做出的中文定义，也是忠于英文相关理论原文的。此外，易得型产品并不是我们希望造新词而产生的，而仅仅是 feasibility 被翻译

为易得性后，在产品决策情境中我们对应地将 *feasible product* 翻译为易得型产品，这是与上述定义一一对应的。当然，如果审稿人觉得这一翻译仍旧不妥，或有更好的翻译方式，我们也完全愿意进行进一步的思考与修改。

意见 3:

作者提出的两个调节在逻辑推导上很绕，并没有走过程关注的中介。作者的两个调节实验也没有检验有调节的中介。这就使得文章整体缺乏一个统一的逻辑线条。第一个调节最大化和满足者，作者的推导在本质上反映出最大化者不关注 *feasibility*，而满足者关注 *feasibility*。同时，第二个调节给自己购买还是给他人购买，在本质上属于 *social distance*。作者需要推导为何 *social distance* 和居住流动性 (*spatial distance*) 共同交互影响过程关注，进而影响 *feasibility*。但作者目前的推导是 *social distance* 如何影响 *feasibility*。总之，感觉作者尽管修改了几轮，对整个故事背后的逻辑依旧认识不清晰。我觉得作者需要有一个统一的理论把整个 *theory package and study package* 给整合起来。

回应

非常感谢审稿人的建议。我们认为在调节变量的理论推导中，如果能与中介变量联系起来，即走过程关注的中介，确实能让整个理论框架更加完整，使得居住流动性对易得型产品偏好影响的内在机制更加清晰明确。因此，在本轮修订中，我们参考了审稿人的建议，一方面在理论推导时，在调节变量的部分重点加入了过程关注的相关理论轮与文献，并通过逻辑推导详细阐述了调节变量与过程关注之间的关系，以及调节变量是如何通过影响过程关注这一中介变量进而影响因变量的，最终得出合理的假设。另一方面，我们重新进行了两个检验调节变量的实验（研究 6 与研究 7），加入了对过程关注的测量，并检验了有调节的中介模型，两个实验的结果都表明被调节的中介效应是显著的，过程关注的中介作用得到进一步的验证，最大化者特质与决策对象发挥调节作用的路径也更加清晰。更为重要的是，通过这两方面的改进，过程关注作为中介变量可以将自变量、因变量、调节变量整体联系起来，使我们得以通过过程关注的相关理论将 *theory package and study package* 整合起来。

具体而言，如我们在对意见 1 的回应的第三点中所述，在理论方面，我们重新撰写了最大化者特质的调节效应以及决策对象的调节效应这两部分的理论推导。我们在对调节变量的推导中重点加入了过程关注的相关研究，详细说明了调节变量与中介变量的关系，即调节变量是如何通过影响中介变量，进而影响因变量的。在“1.2.4 最大化者与满足者”部分，我们提出最大化者之所以会调节居住流动性对易得型产品偏好的效应，是因为无论个体的居住流

动性高低，最大化者始终关注产品的最大价值，不再关注过程，因而对易得型产品的偏好被削弱了。研究表明，由于最大化者只关注是否能做出最好的选择，而不关注获得最佳选项的过程 (Hughes & Scholer, 2017)。为了做出最优的决定，最大化者愿意在过程中对所有可能的选择进行详尽的搜索(Iyengar et al., 2006)，并乐于接受时间和精力成本(Chowdhury et al., 2009; Dar-Nimrod et al., 2009)，由此可见，最大化者愿意牺牲过程的易得性来换取效用最大的结果，而不愿意牺牲结果的理想性来换取过程的简便(Li et al., 2019)，因此我们认为，由于最大化者并不关注决策的过程的难易，而总是关注结果效用的大小，因而总是会更偏好理想型产品。另一方面，对于满足者而言，决策的过程与结果会被同时考量 (Schwartz et al., 2002)，所以，高居住流动性得以通过激发满足者对过程的关注，进而提高其对易得型产品的偏好。在“1.2.5 决策对象”部分，我们提出消费者在为他人做决策时，即使居住流动性激发了个体的过程关注思维，但由于决策的心理距离较远，消费者总是会更加重视产品的理想性而相对轻视易得性，居住流动性对易得型产品偏好的效应将会被削弱。相关研究支持我们的这一推论。Lu 等(2013)发现与为自己做决定相比，为他人做决定时消费者会加强对理想性的关注并抑制对易得性的关注。类似的，Baskin 等(2014)的研究证实了，送礼者往往不会考虑礼品的易得性，而收礼者其实更加在意礼品的易得性。Malhotra(2006)也证明了在为他人做决策时，个体会预测产品的理想性属性更重要。这些研究一致表明了，当消费者为他人做决策时，由于社会距离与心理距离的增加，个体将不再能站在使用者的角度上考虑使用产品所需的努力，因而会轻视产品的易得性，而总是基于产品的理想性做出决策，此时感知居住流动性对易得型产品偏好的影响就不再存在了。即过程关注与决策对象的交互共同影响了易得型产品偏好，这两个信息源产生了冲突，居住流动性激发了过程关注，进而让消费者重视易得性，而为他人决策总是会重视理想性，在这两种不同力量的推动下，居住流动性对易得型产品偏好的效应将会被削弱（这一部分具体的交互路径虽然与审稿人的假设稍有出入，但经过对相关文献的梳理后我们认为这一逻辑推论是有如上理论依据的，且研究结果也支持这一假设）。如此一来，过程关注与两个调节变量的关系都得到了清晰的阐述，我们通过过程关注这一中介变量将其余所有变量联系起来，希望使文章的理论框架更加紧密一体。

在研究方法部分，我们重新进行了检验调节变量的两个实验，并都加入了对过程关注的测量，希望检验被调节的中介模型，以进一步验证过程关注的中介作用，揭示居住流动性对易得型产品偏好影响的内在机制。具体而言，在“研究6 最大化者特质的调节作用”部分，我们加入了对过程关注的测量(Hsieh & Yalch, 2020)，并测量了被试的最大化者特质(Schwartz et al., 2002)。我们通过PROCESS Model 8(Hayes, 2018)进行被调节的中介效应检验($X =$ 感知

居住流动性[0 = 低流动性, 1 = 高流动性], M = 过程关注[中心化], W = 最大化者得分[中心化], Y = 易得型产品偏好)。结果表明被调节的中介效应显著($b = -.05, se = .03, 95\% CI [-0.1302, -0.0005]$)。具体而言, 居住流动性对过程关注有显著正向影响($b = .46, se = .14, t(430) = 3.19, p = 0.002$), 且居住流动性与最大化者特质的交互项会对过程关注有显著影响($b = -.30, se = .14, t(430) = -2.13, p = 0.034$)。在控制居住流动性的直接效应($b = .46, se = .17, t(430) = 2.68, p = 0.008$)及其与最大化者特质的交互效应($b = -.33, se = .17, t(430) = -1.94, p = 0.053$)后, 过程关注对易得型产品偏好有显著正向影响($b = .18, se = .06, t(430) = 3.10, p = 0.002$)。对于非最大化者(最大化者特质得分低于4.55)而言, 过程关注能在居住流动性对易得型产品偏好的影响中起到中介作用($b = .13, se = .07, 95\% CI [0.0263, 0.2763]$), 而对最大化者而言, 这一效应将不再显著($b = .03, se = .03, 95\% CI [-0.0363, 0.1035]$; 详见图2)。由此可见, 最大化者的消费者无论居住流动性高低, 都不再关注过程, 因而其对易得型产品的偏好被削弱了, 即最大化者与居住流动性的共同交互影响过程关注, 进而影响易得型产品偏好。这符合我们的假设, 进一步支持了过程关注的中介作用, 使整个研究的内在机制更加清晰。

在“研究 7 决策对象作为边界条件”部分, 我们同样加入了对中介变量过程关注的测量。我们通过PROCESS Model 15(Hayes, 2018)进行被调节的中介效应检验(X = 感知居住流动性[0 = 低流动性, 1 = 高流动性], M = 过程关注[中心化], W = 决策对象[0 = 为他人决策, 1 = 为自己决策], Y = 易得型产品偏好)。结果表明被调节的中介效应显著($b = .09, se = .06, 95\% CI [0.0013, 0.2287]$)。具体而言, 居住流动性对过程关注有显著正向影响($b = .38, se = .15, t(488) = 2.59, p = 0.010$), 此外, 居住流动性与决策对象的交互项对易得型产品偏好有显著影响($b = .83, se = .36, t(488) = 2.33, p = 0.020$), 且过程关注与决策对象的交互项对易得型产品偏好有显著影响($b = .24, se = .11, t(488) = 2.20, p = 0.028$)。更重要的是, 当被试为自己决策时, 过程关注能在居住流动性对易得型产品偏好的影响中起到中介作用($b = .10, se = .05, 95\% CI [0.0180, 0.2191]$), 而当被试为他人决策时, 这一效应将不再显著($b = .01, se = .03, 95\% CI [-0.0565, 0.0842]$; 详见图3)。由此可见, 即便居住流动性提高了过程关注, 但由于为他人决策时只关注产品的理想性, 此时居住流动性对易得型产品偏好的影响就不复存在, 即决策对象与过程关注的共同交互影响了易得型产品偏好。这符合我们的假设, 进一步支持了过程关注的中介作用, 使整个研究的内在机制更加清晰。

综上, 我们在理论推导部分, 对两个调节变量的提出都从过程关注的中介出发; 在研究方法部分, 我们重新进行了检验调节变量的实验, 加入了对过程关注的测量, 并检验了有调

节的中介模型。我们希望这些改动能使得本文的核心逻辑更加清晰，通过过程关注的相关理论将各个变量联系起来，使得文章有统一的理论基础来领导。

意见 4:

作者开展了七个实验很不错。作者需要在假设结束后有一个理论框架图。同时，作者需要有一个研究总览，把所有实验之间的关系讲清楚。我觉得研究 1, 2, 3, 4 可以作者 1a,1b, 1c 和 1d。我对新增的研究 3 存在疑问，感觉研究 3 存在问题。作者认为“根据我们的理论，高居住流动性的消费者之所以更偏好易得型产品，应当是因为居住流动性提高了消费者的易得型产品偏好，而非居住流动性降低了消费者的理想型产品偏好。为了排除后者这一可能的替代解释，进一步明确主效应的机制。”我很奇怪，作者究竟是谁和谁比呢。自变量只有 2 个水平：高 vs.低，怎么能推导出非居住流动性降低了理想性产品的偏好。你只能说相比，低居住流动性，高居住流动性增加了易得偏好，降低了理想偏好。作者除非增加一个 baseline 的 control 组，才能检验主效应是什么。实质上，研究 3 的本质是检验居住流动性和产品类型（易得 vs.理想）间的 match 如何影响 consumer attitude.我不清楚作者为何要说排除替代解释。作者在头脑中对这个研究的理解还是不太清晰。

回应

非常感谢审稿人的建议。首先，我们认为审稿人提出的理论框架图与研究总览都是有助于让本文的理论与实验更加清晰的。因此，我们在文献综述部分提出所有假设之后，新加入了“1.2.6 概念模型与研究总览”部分。在这一部分，结合 H1 至 H4，我们认为高居住流动性会激发消费者的过程关注思维，进而提高对易得型产品的偏好，且这一效应受到消费者的最大化者特质及决策对象的调节，并据此加入了如下的概念模型：.

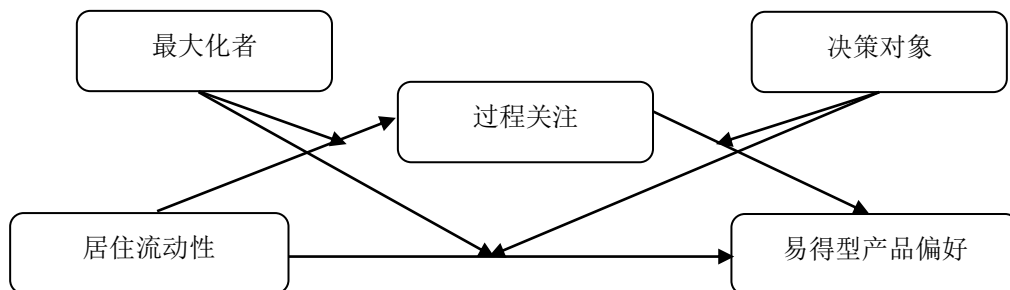


图4 概念模型

接着，我们概括性地补充了本文的研究总览：“我们将通过 10 个研究验证上述假设。其中，研究 1a 与研究 1b 分别通过二手数据与问卷调研验证了居住流动性与易得型产品偏好

间的相关关系。研究 2a 与研究 2b 分别在联合决策模式与独立决策模式下通过操纵感知居住流动性验证了居住流动性与易得型产品偏好间的因果关系。研究 3 通过真实决策环境进一步检验了主效应的稳健性。研究 4 检验了过程关注的中介作用并排除了可能的替代解释，研究 5a 与研究 5b 通过独立决策模式进一步验证了过程关注的中介作用。研究 6 验证了最大化者特质的调节作用并检验了被调节的中介模型，当消费者是最大化者时，居住流动性对易得型产品偏好的影响不再显著。研究 7 验证了决策对象的调节作用并检验了被调节的中介模型，当消费者为他人做出决策时，居住流动性对易得型产品偏好的影响不再显著。”

此外，对于审稿人在本意见中提到的研究 3(本轮修订后为研究 2b，故以下称为研究 2b)的目的与结论，我们希望做出如下更加清晰的解释。研究 2b 的研究目的是，证明居住流动性对消费者产品偏好的影响，主要是提高了对易得型产品的偏好，而不是降低了对理想型产品的偏好。我们之所以加入了这一研究来论证主效应的稳健性，主要有两点考虑。第一，在先前的修订中，我们参考了编委的重要意见：“作者需要提供更多的证据来说明为何增加人们对易得性属性的偏好，而不是因为减少了对理想属性的偏好”。本文先前的其他研究均要求被试在易得型产品与理想型产品中做出选择，具体而言，我们的测量是一个七点量表，1 代表更加偏好理想型产品，而 7 代表更加偏好易得型产品，因此我们可以把：相对于低流动性个体，高流动性个体更加偏好易得型产品，换一种解读即：相对于低流动性个体，高流动性个体更加不偏好理想型产品。简单的说，就是当只有 A 和 B 两个比较的时候，我们可以说 A 比 B 大，也可以说 B 比 A 小，虽然本质上是一回事，但是在营销领域不同的说法其隐藏的因果关系不同，而且内在机制也不同。所以我们在这里做了这个强调。这里的表述不清楚，我们深表歉意。所以，即便高流动性组的被试易得型产品偏好得更高，在逻辑上确实也存在另一种可能性，即居住流动性降低了消费者对理想性属性的偏好（或者说增加了对理想型产品的厌恶）。因此，为了排除这一可能性，更加明确本文主效应的路径，突出本文的理论贡献方向，我们补充进行了研究 2b，希望通过 2(居住流动性：高 vs. 低) x 2(产品类型：易得型 vs. 理想型)的组间实验设计证明居住流动性提高被试对易得型产品的偏好，而不影响被试对理想型产品的偏好。第二，本文先前的其他研究都如上所述采用了联合决策模式(joint decision mode)测量被试的易得型产品偏好，虽然这一做法是在对易得性/理想性偏好相关研究中最普遍的(Aggarwal & Zhao, 2015; Baskin et al., 2014; Liu, 2008)，但通过独立决策模式(separate decision mode)进行检验可以进一步明确主效应的方向，验证主效应的稳健性，因此我们在在研究 2b 中采用了独立决策模式的实验设计。在研究方法上，我们首先对被试进行感知居住流动性的操纵，接着要求被试想象他们打算购买一张办公桌。在易得型产品组

中，这款办公桌被描述为质量普通，消费者评价一般，但组装起来很快，耗时较短。在理想型产品组中，这款办公桌被描述为质量很好，消费者评价很高，但组装相对麻烦，耗时较长。接着我们通过两个语句测量被试的购买意愿，因此每个被试仅根据所在组别的不同，单独评价对易得型产品或理想型产品的购买意愿，而不涉及二者的权衡。研究结果表明，居住流动性与产品类型的交互效应显著($F(1, 524) = 5.583, p = .018, \eta_p^2 = .011$)。在易得型产品组中，本实验复制了之前的实验结果，即感知居住流动性会提高被试对易得型产品的偏好($M_{\text{高流动性}} = 4.34, SD_{\text{高流动性}} = 1.24, M_{\text{低流动性}} = 3.93, SD_{\text{低流动性}} = 1.46; t(524) = 2.27, p = 0.024; d = 0.30$)。然而在理想型产品组中，感知居住流动性并不影响消费者对理想型产品的偏好($M_{\text{高流动性}} = 3.96, SD_{\text{高流动性}} = 1.52, M_{\text{低流动性}} = 4.15, SD_{\text{低流动性}} = 1.52; t(524) = -1.06, p = 0.291; d = -0.13$ ，见图 5)。我们希望以此说明感知居住流动性会提高被试的易得型产品偏好，而对被试的理想型产品偏好没有影响，通过独立决策模式的实验进一步支持了 H1。

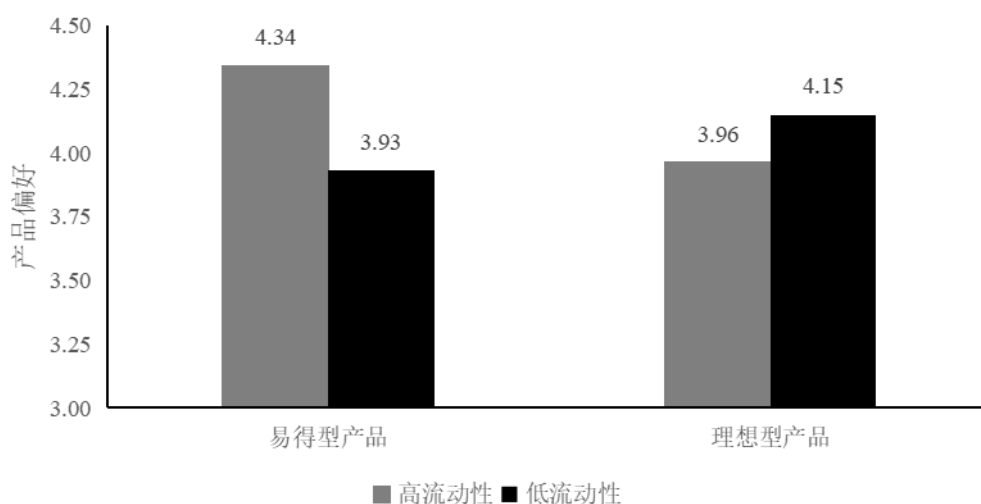


图5 研究2b中产品类型与感知居住流动性的交互效应

在回顾了本文原先对研究 2b 的表述后，我们认为可能是以下两点引起了歧义。(1)审稿人提到“自变量只有 2 个水平：高 vs.低，怎么能推导出非居住流动性降低了理想性产品的偏好”。这可能是我们的表述不当，原文为“根据我们的理论，高居住流动性的消费者之所以更偏好易得型产品，应当是因为居住流动性提高了消费者的易得型产品偏好，而非居住流动性降低了消费者的理想型产品偏好。”，其中，“而非”一词使用不当，可能与后面的居住流动性连读，让读者误以为是“非居住流动性”(residential stability)。我们想说的是，“并不是居住流动性降低了消费者的理想型偏好”，而不是“非居住流动性降低了消费者的理想型偏好”。因此，审稿人所说的完全正确，两个水平的居住流动性是不能导出非居住流动性

的影响的，不过这也不是本文的目的，仅是表述上产生的歧义，本文并不研究“非居住流动性”产生的影响，研究 2b 的研究目的也恰如审稿人在下一句提到的，证明“相比低居住流动性，高居住流动性增加了易得偏好”。(2)研究 2b 的第二处歧义可能是在研究标题处使用了“排除替代解释”作为标题，这可能不太恰当。我们之所以用了“排除替代解释”的说法，并不是指如研究 4 中排除可能的替代中介解释，而是仅仅排除“居住流动性降低了对理想型产品的偏好，而并不影响易得型产品偏好”这一对主效应的干扰。综上，我们认为研究 2b 的研究目的与结论其实是能进一步验证主效应稳健性的，但存在一些表述上的歧义，因此我们修改了研究 2b 的标题、研究目的及研究结论的部分表述，希望能使这一研究的意义更加明确。

最后我们希望补充的是，在现有关于 *feasibility* 和 *desirability* 的定义和研究中，二者并非是非此即彼的关系，即对 *feasibility* 的偏好提高并不意味着对 *desirability* 的偏好就一定会降低。因此审稿人提出的“你只能说相比，低居住流动性，高居住流动性增加了易得偏好，降低了理想偏好。”我们这里只强调相对于低居住流动性，高居住流动性增加了易得偏好，但是我们不强调降低理想偏好。因此本研究从本质上并非传统的 *match* 的文章，我们只是关注的是居住流动性对某一类产品的偏好。我们并不强调高居住流动性和过程关注匹配，而低居住流动性和结果关注匹配。匹配的研究最终大多数是落到了 *fluency* 的视角，这个和本研究是有些不同的。

意见 5:

作者的研究 5 相对严谨。新增的两个调节实验没有走过程关注的中介，会使得这两个调节的加入对文章的增益并不多。然而，最重要的问题依旧是调节背后的依据，调节走的是过程关注还是 *feasibility* 关注。作者没有思考清楚。

回应

非常感谢审稿人的建议。我们认为确实需要补充中介变量与调节变量间的关系。因此，在本轮修订中，我们重新进行了检验两个调节变量的实验，加入了对过程关注的测量，并检验了有调节的中介模型。在理论部分，我们也重新撰写了提出这两个调节变量的依据，重点加入了过程关注的相关文献，并通过走过程关注的中介来说明最大化者特质与决策对象起调节作用的内在机制，希望能使这两个调节变量融入文章整体的理论框架中，进一步明确本文的理论贡献。

考虑到在对意见 1（第三点）及意见 3 的回应中我们已经详细阐述了如何通过加入

过程关注的研究进行调节变量的理论推导,以及重新进行的两个调节实验的目的与结论,故在本段回应中做简要表述。在理论方面,在“1.2.4 最大化者与满足者”部分,我们提出最大化者之所以会调节居住流动性对易得型产品偏好的效应,是因为无论个体的居住流动性高低,最大化者始终关注产品的最大价值,不再关注过程,因而对易得型产品的偏好被削弱了。在“1.2.5 决策对象”部分,我们提出消费者在为他人做决策时,即使居住流动性激发了个体的过程关注思维,但由于决策的心理距离较远,此时消费者总是会更加重视产品的理想性而相对轻视易得性,在不同力量的推动下,居住流动性对易得型产品偏好的效应将会被削弱。

在研究方法部分,我们重新进行了检验调节变量的两个实验,并都加入了对过程关注的测量,希望这两个调节实验都能走过程关注的中介,检验被调节的中介模型,以进一步揭示居住流动性对易得型产品偏好影响的内在机制。在“研究6 最大化者特质的调节作用”中,我们加入了对过程关注的测量(Hsieh & Yalch, 2020),并测量了被试的最大化者特质(Schwartz et al., 2002)。我们通过PROCESS Model 8(Hayes, 2018)进行被调节的中介效应检验($X =$ 感知居住流动性[0 = 低流动性, 1 = 高流动性], $M =$ 过程关注[中心化], $W =$ 最大化者得分[中心化], $Y =$ 易得型产品偏好)。结果表明被调节的中介效应显著($b = -.05, se = .03, 95\% CI [-0.1302, -0.0005]$)。具体而言,居住流动性对过程关注有显著正向影响($b = .46, se = .14, t(430) = 3.19, p = 0.002$),且居住流动性与最大化者特质的交互项会对过程关注有显著影响($b = -.30, se = .14, t(430) = -2.13, p = 0.034$)。在控制居住流动性的直接效应($b = .46, se = .17, t(430) = 2.68, p = 0.008$)及其与最大化者特质的交互效应($b = -.33, se = .17, t(430) = -1.94, p = 0.053$)后,过程关注对易得型产品偏好有显著正向影响($b = .18, se = .06, t(430) = 3.10, p = 0.002$)。对于非最大化者(最大化者特质得分低于4.55)而言,过程关注能在居住流动性对易得型产品偏好的影响中起到中介作用($b = .13, se = .07, 95\% CI [0.0263, 0.2763]$),而对最大化者而言,这一效应将不再显著($b = .03, se = .03, 95\% CI [-0.0363, 0.1035]$; 详见图2)。由此可见,最大化者的消费者无论居住流动性高低,都不再关注过程,因而其对易得型产品的偏好被削弱了,即最大化者与居住流动性的共同交互影响过程关注,进而影响易得型产品偏好。在“研究7 决策对象作为边界条件”部分,我们同样加入了对中介变量过程关注的测量。我们通过PROCESS Model 15(Hayes, 2018)进行被调节的中介效应检验($X =$ 感知居住流动性[0 = 低流动性, 1 = 高流动性], $M =$ 过程关注[中心化], $W =$ 决策对象[0 = 为他人决策, 1 = 为自己决策], $Y =$ 易得型产品偏好)。结果表明被调节的中介效应显著($b = .09, se = .06, 95\% CI [0.0013, 0.2287]$)。具体而言,居住流动性对过程关注有显著正向影响($b = .38, se = .15, t(488) = 2.59, p = 0.010$),此外,居住流动性与决策对象的交互项对易得型产品偏好有显著影响(b

= .83, $se = .36$, $t(488) = 2.33$, $p = 0.020$), 且过程关注与决策对象的交互项对易得型产品偏好有显著影响($b = .24$, $se = .11$, $t(488) = 2.20$, $p = 0.028$)。更重要的是, 当被试为自己决策时, 过程关注能在居住流动性对易得型产品偏好的影响中起到中介作用($b = .10$, $se = .05$, 95% CI [0.0180, 0.2191]), 而当被试为他人决策时, 这一效应将不再显著($b = .01$, $se = .03$, 95% CI [-0.0565, 0.0842]; 详见图3)。由此可见, 即便居住流动性提高了过程关注, 但由于为他人决策时只关注产品的理想性, 此时居住流动性对易得型产品偏好的影响就不复存在, 即决策对象与过程关注的共同交互影响了易得型产品偏好。以上两个实验的结论符合我们的假设, 进一步支持了过程关注的中介作用, 使整个研究的内在机制更加清晰。

综上, 我们重新进行了两个调节实验, 走过程关注的中介, 检验了有调节的中介模型。在理论部分, 我们也通过加入过程关注的相关文献, 进一步加强了对两个调节变量的理论推导。希望能让最大化者特质与决策对象这两个调节变量更有理论价值, 并使得全文的理论框架紧密统一。

意见 6:

因为存在上述问题, 作者需要思考文章的理论贡献究竟应该定位在主效应还是中介, 还是调节。从目前来看, 主效应和中介的贡献需要强化。但是中介的支持证据不足。需要有一个居住流动性(2)*产品类型(易得 vs. 渴望)的交互实验, 产品态度为因变量, 检验过程关注和结果关注的各自中介路径。两个调节假设可以保留, 但如果能走过程中介的机制会更加清晰。

回应

非常感谢审稿人的总结。我们衷心希望本文在主效应及中介效应上都能做出一定的理论贡献, 因此在本轮修订中, 我们详细地重新撰写了关于主效应与中介效应的推导, 希望使得理论依据更加充足, 逻辑推导更加清晰。同时, 在本轮修订中我们一共进行了 10 个研究, 其中研究 1 至研究 3 检验了主效应的稳健性, 研究 4 至研究 5 检验了过程关注的中介作用, 研究 6 至研究 7 检验了调节效应以及有调节的中介效应, 希望能为本文的主效应及中介效应提供充足的证据。

具体而言, 本轮修订中, 研究 1a、研究 4、研究 5a、研究 5b、研究 6、研究 7 都是新加入的实验。其中研究 4、研究 6、研究 7 已在对意见 1 与意见 3 的回应中详细阐述了其研究目的与结论, 因此在本段中着重说明剩余新增实验的目的与贡献。研究 1a 旨在通过对二手数据的分析, 检验居住流动性与易得型产品偏好之间是否存在相关关系, 我们希望这一研

究能通过二手数据为本文的主效应提供进一步的证据,并能佐证出本文的主效应在现实生活中的应用意义。研究 1a 使用的数据来自西南财经大学中国家庭金融调查与研究中心组织管理的“中国家庭金融调查”项目(CHFS)2019 年的调研。通过被试是否仍居住在 2017 年报告的住宅来计算其居住流动性,并通过被试拥有的耐用品总价值反映其易得型产品偏好。结果表明居住流动性与易得型产品偏好间存在正相关关系($b = 0.55, t = 6.35, p < 0.001$),为本文的主效应提供了初步且有意义的支持。当然,由于二手数据本身的限制,代理变量可能并不能准确反映出本文中变量的核心构念,因此我们仅将该研究作为论证居住流动性与易得型产品偏好间相关关系的初步证据,结合后续 4 项研究共同为主效应的稳健性提供支持。

关于审稿人接下来提到的,“需要有一个居住流动性(2)*产品类型(易得 vs.渴望)的交互实验,产品态度为因变量,检验过程关注和结果关注的各自中介路径”,我们也给予了仔细的考虑。最终我们认为,进行居住流动性(高 vs. 低)*产品类型(易得 vs.理想)的交互实验是有意义的,检验过程关注和结果关注各自的中介路径也是可行的,但在居住流动性(高 vs. 低)*产品类型(易得 vs.理想)的交互实验中同时测量过程关注和结果关注,则存在很大的干扰。这主要是因为操纵了产品类型后,对被试过程关注的测量就会因所阅读到的产品类型的信息不同而受到干扰。换言之,此时过程关注的提升可能并不由感知居住流动性的变化解释,而是更多地受到产品类别的影响。例如,易得型产品组的被试阅读了产品信息“这款办公桌组装非常方便,仅需 5 分钟,步骤简单”,那么无论其感知居住流动性如何,在评价完购买意愿后,可能都会在过程关注的测量中得分较高,这样一来检验过程关注中介路径的目的就被干扰了。因此,我们最终决定通过两个研究分别达成上述目的。即我们通过研究 2b 进行居住流动性(高 vs. 低)*产品类型(易得 vs.理想)的交互实验在独立决策模式下检验主效应的稳健性后,再通过研究 5 检验过程关注和结果关注的各自中介路径。其中,研究 2b 的研究目的与结论在对意见 4 的回应中已经进行了说明,此处主要概述研究 5。研究 5 分为两个子实验,虽然我们认为在居住流动性(高 vs. 低)*产品类型(易得 vs.理想)的交互实验中同时测量过程关注和结果关注是难以实施的,但我们可以通过两个子实验分别测量居住流动性对易得型产品(研究 5a)与理想型产品(研究 5b)的影响,并同时加入对过程关注和结果关注的测量(Escalas & Luce, 2004),检验各自的中介路径。研究 5a 的结果表明,在以居住流动性为自变量,易得型产品偏好为因变量的中介效应检验中,过程关注的间接中介效应是显著正向的($a_1 \times b_1 = 0.101, 95\% \text{ CI } [0.0083, 0.2382]$),而结果关注的间接中介效应不显著($a_2 \times b_2 = 0.016, 95\% \text{ CI } [-0.0167, 0.0814]$)。居住流动性会提高过程关注($a_1 = 0.38; t = 2.96, p = 0.003$),居住流动性对结果关注没有显著影响($a_2 = -0.10; t = -0.89, p =$

0.375)。过程关注对易得型产品偏好有显著正向影响($b_1 = 0.26, t = 2.34, p = 0.010$)，而结果关注对易得型产品偏好则没有显著影响($b_2 = -0.15, t = -1.38, p = 0.169$)。而研究 5b 的结果表明，在以居住流动性为自变量，理想型产品偏好为因变量的中介效应检验中，过程关注的间接中介效应不显著($a_1 \times b_1 = -0.001, 95\%CI [-0.0325, 0.0342]$)，结果关注的间接中介效应不显著($a_2 \times b_2 = -0.002, 95\%CI [-0.0840, 0.0607]$)。综合研究 5a 与研究 5b，我们进一步证明了居住流动性通过提高了过程关注（而不是降低了结果关注），进而提高了被试的易得型产品偏好（而不是降低了理想型产品偏好），进一步揭示了过程关注是如何在居住流动性对易得型产品偏好的影响中起中介作用的，使得本文的内在机制更加明晰。

此外，关于审稿人提到的“两个调节假设可以保留，但如果能走过程中介的机制会更加清晰”，我们采纳了这一建议，正如对意见 3 及意见 5 的回应中所述，我们将中介变量与调节变量联系起来进行理论推导，并在新的调节实验中加入了过程关注的测量，检验了有调节的中介效应，进一步支持了过程关注的中介作用，使得文章的理论框架更加整体统一。

综上，我们通过理论的补充与完善强化了主效应与中介效应的贡献，在通过 5 个研究验证了主效应的稳健性后，进一步通过 5 个研究为过程关注的中介作用提供了有力的证据，并重新进行了检验调节变量的实验，加入了对有调节的中介变量的检验。希望以此能使得本文的理论架构更加完整统一，并使主效应与中介效应有足够的理论贡献。

最后，再次感谢审稿人宝贵而且具有建设性的意见。由于审稿人的意见非常有意义，我们对每一个意见如何指导我们修改做了详细的说明，可能说明有点长，如给审稿人带来不便，我们深表歉意。希望我们的修改能够弥补现有的不足，使文章更具理论贡献和实际意义。

第六轮

审稿人 3 意见：

这一轮的修改让文章有很大提升，有一些重要的细节问题，希望作者完善补充。

谢谢作者对这一轮意见的回应和修改。尽管我提的一些意见比如开展 2*2 设计检验中介，作者没有采纳。但我看了作者的解释后觉得也可以理解。文章整体达到了一个新高度，有几个小建议，需要作者继续补充完善。

意见 1：文章样本量的决定原则

仔细来看作者每个研究的样本量，显得差异很大，看不出样本量的决定依据。比如，研究 2a 采用的是单因素组间设计(高流动性组 vs.低流动性组)，共有来自 Credamo 的 150 名被试(M 年龄 = 30.91, SD = 8.49, 60.7% 女性)进行实验。来自 Credamo 的 528 名被试(M 年龄 = 27.45, SD = 8.15, 74% 女性)参与了研究 2b，采用 2(居住流动性：高 vs. 低) x 2(产品类型：易得型 vs. 理想型)的组间实验设计。研究 3 采用的是单因素组间设计(高流动性组 vs. 低流动性组)，我们在中国的一所大学校园里随机招募了 271 名大学生(M 年龄 = 23.57, SD = 2.49, 53.9% 女性)参加实验。来自 Credamo 的 400 名被试(M 年龄 = 29.28, SD = 7.90, 61.8% 女性)参与了该实验。Study 4 采用的是单因素组间设计(高流动性组 vs.低流动性组)。Study 5a: 来自 Credamo 的 260 名被试(M 年龄 = 28.19, SD = 8.56, 65.4% 女性)参与了该实验。本研究采用的是单因素组间设计(高流动性组 vs.低流动性组)。Study 5b: 来自 Credamo 的 260 名被试(M 年龄 = 29.77, SD = 9.93, 69.6% 女性)参与了该实验。本研究采用的是单因素组间设计(高流动性组 vs.低流动性组)。Study 6: 来自 Credamo 的 434 名被试(M 年龄 = 28.09, SD = 7.61, 74.2% 女性)参与了该实验。研究 6 采用的是单因素组间设计(高流动性组 vs.低流动性组)。Study 7: 来自 Credamo 的 492 名被试(M 年龄 = 26.49, SD = 6.83, 73.0% 女性)参与了该实验。研究 7 采用 2(居住流动性：高 vs. 低) x 2(决策对象：为自己 vs. 为他人)的组间实验设计。从上面摘抄自原文的句子可以看出，作者在单因素被试间设计（不考虑后面两个实验的连续型变量的调节）中和双因素被试间涉及中，每组样本量范围从 75 跨度到 132，甚至更高样本量。这些样本量的选取很随意，看不出任何选择理由。同时，作者用的 credamo 平台上是否排除过被试。总共招募多少被试，纳入数据分析的多少被试。这些非常核心的样本信息，作者全文没有汇报。是否存在为了出结果而增加样本量的嫌疑，是否存在排除无效被试却不加汇报的嫌疑。同时，是否存在同一个平台上的被试连续参加每一个实验而不加排除的嫌疑。类似这些过程严谨性的信息，需要汇报。如果作者无法说出文献依据，就需要用 G-power 软件计算样本量是否符合。如果既无文献依据，又不符合检验效力，就需要承认文章在样本量决策上的不足。但是关于实际招募多少人，排除多少人，排除依据是什么，需要汇报。往往人们发布样本量会取整数，目前存在很多奇数数字的样本量，说明作者排除过被试。

回应

非常感谢审稿人指出这一问题，在选取样本量的时候我们是有一定的依据和原则的，并不是非常随意的选择。因为《心理学报》在文章投稿前有个说明需要说明样本量的计算，因

此在正文中我们没有太多赘述，对此带来不便我们深表歉意。

本研究首先是基于 Wang, Kirmani, and Li (2021)的文章确定了一个基本的样本量，也就是我们研究 1b(原研究 2a)的样本量，然后基于该实验实际获得的效应量，我们通过 G*Power 3.1 进行事前检验，计算得到平均每组样本量应在 130 左右较为合适，并在接下来的研究 1c 至研究 4b 中都基本按此标准招募被试。唯一例外是研究 2（即原研究 4），因为该研究要排除很多备案理论，测量的变量过多，因此我们在原计算的最小样本量的基础上做出了凑整选择，希望能最大化效应量。在该研究上我们通过 G*Power 3.1 进行了事后检验，至少确保在该样本量下检验效力是足够的。关于我们在 Credamo 上多次实验是否排除重复参加的被试的问题。我们每次实验之前选择排除了参加以往实验的被试，并说明确保了相同被试不会参加一系列相关实验的方法。以下展开对各个方面的详细说明。（注：本轮修订中，对实验进行了删减与重新编号，考虑到审稿人在意见中用了修订前的实验编号，因此我们也会备注修订前的研究编号，希望以此避免歧义）

首先，我们在开展一系列研究前，试图通过相关文献来确定样本量。现有关于居住流动性的研究中，较少探究了其对消费者行为，尤其是对产品偏好的影响，加之很多相关文献没有提供非常详实的统计数据，因此较难通过稳定的效应量直接确定样本量。通过对消费行为领域相关文献的梳理，我们主要参考了 Wang, Kirmani, and Li (2021)发表在 *Journal of Consumer Research* 的文章来确定样本量，该研究探究了居住流动性对捐赠行为的影响，其中自变量及对自变量的操纵均与本文一致，有一定的参考价值。根据作者提供的数据，他们在各个实验中平均每组招募的样本量从 68 至 172 不等（Study2、Study3、Study4 中平均每个 condition 的样本量分别为 172、68、157）。因此我们初步判断，本文的研究中每组样本量应在 70-150 之间较为合适，因此在本文的所有研究中，平均每组的样本量均保持在这个区间内。考虑到研究的因变量不同，该文献仅能作为参考，因此我们首先进行了研究 1b（即原研究 2a），试图通过得出的效应量进一步确定后续实验的样本量，在进行研究 1b 前，我们先使用 G*Power 3.1 对样本量进行了事前预估。当 $\alpha = 0.05$, $\text{power}(1 - \beta) = 0.8$ 且效应量 $\text{cohen's } d = 0.5$ 时，所需的样本量至少为 128。考虑到我们采用线上实验的方式，部分被试可能因为没有认真答题而被删除，因此，我们最终在 Credamo 平台招募了 150 名被试进行实验。结果表明居住流动性的效应量 $\text{cohen's } d = 0.37$ 。在此基础上，我们在后续实验中使用 G*Power 3.1 对样本量进行了重新预估。当 $\alpha = 0.05$, $\text{power}(1 - \beta) = 0.8$ 且效应量 $\text{cohen's } d = 0.37$ 时，单因素被试间设计中每个 condition 所需的样本量至少为 116，考虑到可能会剔除少量作答不认真的被试，我们最终确定每个 condition 的样本量应在 130 左右，并且所有后

续实验基本都在这一基础上确定了样本量(具体而言, 研究 1c(原研究 3)每组样本量 135, 研究 1d(原研究 2b)每组样本量 132, 研究 3a(原研究 7)每组样本量 123, 研究 4a 与研究 4b 每组样本量 130, 可见各个实验平均每组样本量均保持在 130 左右)。以上参考文献及通过 G*Power 3.1 对样本量进行事前预估的过程, 均已补充到正文中每个实验的方法部分, 以阐明我们每个实验确定样本量的依据。

在上述研究中, 唯一的例外是研究 2 (原研究 4) 我们将样本量增加到了 200 人而非之前的 130 人。这是考虑到该研究要排除具体思维、首要关注思维、优点思维、缺点思维、焦虑感、控制感等 6 个替代解释, 涉及的变量比较多, 因此我们在原计划样本量的基础上上乘了系数 1.5。我们通过 G*Power 软件对该研究进行事后检验。当 $\alpha = 0.05$, $\text{cohen's } d = 0.42$, 每组样本量 $n = 200$ 时, 检验效力 $\text{power}(1 - \beta) = 0.99$, 检验效力大于 0.8, 说明该研究的样本量是足够的。但是, 为了保证和本文其他研究样本量的一致性, 我们重新进行了研究 2, 来自 Credamo 的 260 名被试($M_{\text{年龄}} = 29.76$, $SD = 7.96$, 58.8% 女性)参与了该实验 (每组 130 名被试, 与本文的其他研究基本保持一致)。该实验依旧采用单因素组间设计(高流动性组 vs. 低流动性组), 实验流程与研究 2 保持一致。研究结果表明, 高流动性组的被试比低流动性组被试具有更高的易得型产品偏好($M_{\text{高流动性}} = 3.74$, $SD = 2.01$; vs. $M_{\text{低流动性}} = 2.96$, $SD = 1.85$, $t(258) = 3.24$, $p = 0.001$), 主效应显著。进一步的, 采用对间接中介效应 $a \times b$ 的自主抽样检验, 其中“ a_1 ”、“ a_2 ”、“ a_3 ”、“ a_4 ”、“ a_5 ”、“ a_6 ”、分别代表感知居住流动性对过程关注、具体思维、首要关注思维、缺点思维、焦虑感、控制感的影响, “ b_1 ”、“ b_2 ”、“ b_3 ”、“ b_4 ”、“ b_5 ”、“ b_6 ”分别代表过程关注、具体思维、首要关注思维、缺点思维、焦虑感、控制感对易得型产品偏好的影响。在样本选择为 5000 次、95% 的置信区间下, 通过 bootstrap 分析发现过程关注的间接中介效应是显著正向的($a_1 \times b_1 = 0.086$, 95%CI [0.0023, 0.2188]), 具体思维的间接中介效应不显著($a_2 \times b_2 = 0.009$, 95%CI [-0.0255, 0.0756]), 首要关注思维的间接中介效应不显著($a_3 \times b_3 = -0.035$, 95%CI [-0.1347, 0.0281]), 缺点思维的间接中介效应不显著($a_4 \times b_4 = -0.027$, 95%CI [-0.1020, 0.0551]), 焦虑感的间接中介效应不显著($a_5 \times b_5 = 0.060$, 95%CI [-0.2304, 0.3569]), 控制感的间接中介效应不显著($a_6 \times b_6 = -0.061$, 95%CI [-0.1201, 0.2370])。进一步的, 居住流动性会提高过程关注($a_1 = 0.46$; $t = 2.21$, $p = 0.028$)和焦虑感($a_5 = 0.73$; $t = 3.85$, $p = 0.001$), 居住流动性会降低控制感($a_6 = -1.29$; $t = -6.79$, $p < 0.001$), 居住流动性对具体思维($a_2 = 0.06$; $t = 0.65$, $p = 0.518$)、首要关注思维($a_3 = 0.10$; $t = 1.10$, $p = 0.270$)、缺点思维($a_4 = 0.13$; $t = 0.82$, $p = 0.415$)则均没有显著影响, 这证明了居住流动性只提高了被试的过程关注思维, 而不影响其它与解释水平相关的变量。同时, 过程关注对易得型产品偏好有显著正向

影响($b_1 = 0.19, t = 2.62, p = 0.009$), 缺点思维对易得型产品偏好有显著负向影响($b_4 = -0.19, t = -2.10, p = 0.037$), 而具体思维($b_2 = 0.14, t = 0.87, p = 0.388$)、首要关注思维($b_3 = -0.34, t = -1.84, p = 0.067$)、焦虑感($b_5 = 0.08, t = 0.83, p = 0.409$)和控制感($b_6 = -0.05, t = -0.46, p = 0.644$)对易得型产品偏好则均没有显著影响。该补充实验通过与其他实验一致的样本量再次证明过程关注在感知居住流动性影响易得型产品偏好的过程中起到了中介作用。考虑到该补充实验与研究 2 基本一致, 因此不再加入正文, 仅希望对研究 2 的样本量问题进行补充论证。

此外, 在审稿人的提醒下, 我们对排除了部分被试的研究进行了补充说明。我们所有实验中对居住流动性的操纵都涉及一个写作任务(例如写下高流动性的工作对自身生活方式与人际关系的影响)。在设计实验时, 我们设置了填写长度的要求(不少于 20 中文字符), 因此在 credamo 等被试招募平台, 我们得到的数据是符合要求的被试。之所以设置这一筛选条件是为了避免有些被试作答不认真, 我们的操纵在这些不认真的被试上很可能无法发挥作用。在本轮修订中, 我们报告了排除被试的数量以及原因。具体而言, 研究 1c(原研究 3)我们在中国的一所大学校园里随机招募了 300 名大学生参加实验, 其中 3 人未完成完整实验, 26 人未通过写作任务检测, 最终得到有效回答 271 人($M_{\text{年龄}} = 23.57, SD = 2.49, 53.9\%$ 女性)。研究 3a(原研究 6)我们在 Credamo 平台招募了 500 名被试, 其中 66 人未通过写作任务检测, 最终得到有效回答 434 人($M_{\text{年龄}} = 28.09, SD = 7.61, 74.2\%$ 女性)。研究 3b(原研究 7)我们在 Credamo 平台招募了 520 名被试(如上所述, 和其他实验一致, 希望保持每组 130 名被试), 其中 28 人未通过写作任务检测, 最终得到有效回答 492 人($M_{\text{年龄}} = 26.49, SD = 6.83, 73.0\%$ 女性)。排除被试的相关信息都在正文中进行了补充。

另外, 关于审稿人提出的“是否存在同一个平台上的被试连续参加每一个实验而不加排除的嫌疑”, 我们希望说明的是, 我们在 Credamo 平台上进行的所有实验, 均排除了之前参加过相关实验的被试。具体而言, 按照时间顺序, 我们依次进行了研究 1b、研究 1d、研究 2、研究 3a、研究 3b、研究 4a、研究 4b, 上述实验均在 Credamo 平台数据集市招募被试, 并且每个实验都通过“过滤指定问卷用户”功能排除了参与过先前研究的被试, 确保不存在同一个平台上的被试连续参加每一个实验的情况。

意见 2: 效应值的汇报问题

作者在前面实验汇报了 t 检验的 cohen's d(注意作者不严谨, 写的是 d 而不是 cohen's d), 但后面实验就没有再汇报效应值。需要全文统一一致。

回应

感谢审稿人的提醒，我们对这一疏忽非常抱歉，最初我们参考了 JCR, JMR 的论文，由于这些期刊大都以 d 来表示 $\text{cohen's } d$ ，因此我们也就以 d 缩写，对此产生的严谨性问题我们深表歉意。本轮修订中已经全文修改成 $\text{cohen's } d$ 。同时，我们对每个研究的 t 检验都补充报告了效应值。

意见 3: 实验编排逻辑问题

作者认为第一个研究是相关，Study 2a 和 Study 2b 研究是因果检验，但 Study 3 是实际选择。可是事实上 study 3 也是因果检验。我觉得作者需要把前面四个 studies 归为一类：主效应检验，研究 4 和研究 5 归为一类：中介效应检验，最后 2 个实验归为一类：边界条件/调节效应检验。目前编排让人看起来很费力，而且 Study 3 和 Study 2a,2b 作用相同，却不放在同一类。

回应

感谢审稿人指出这一问题。我们原本将 Study 1a、1b 与 Study 2a、2b 分别分类，是考虑到前两个研究是检验相关关系，后两个研究是检验因果关系，进行分类可能能让不同实验的研究目的更加明确。不过我们也完全同意审稿人所说，原 Study 1a 至 Study 3 都是检验主效应，在经过综合考虑后，我们采纳审稿人的建议，将检验主效应的 5 个研究归为一类，在本轮修订中分别是研究 1a（通过二手数据初步检验相关关系）、研究 1b（通过操纵居住流动性检验因果关系）、研究 1c（通过真实选择验证主效应），同时，综合审稿人的意见 4（个别实验放入附录），我们将原先的研究 1b 与研究 2b 放入附录单独编号，正文部分主效应的研究仅保留上述 3 个研究。类似的，我们将原研究 4 单独分类为中介效应检验，并将原研究 5a 与研究 5b 放入附录单独编号。最后，我们将两个调节效应检验的实验归为一类，在本轮修订中分别是研究 3a（检验最大化者特质的调节作用）和研究 3b（检验决策对象作为边界条件）。希望重新编排后的研究归类与框架能使得本文条理更加清晰、研究思路更加明确。

意见 4: 个别实验放入附录

因为期刊有版面要求，这篇文章实验众多，很多实验只是在换角度复制和检验前面实验的结果。所以作者需要将个别实验放入附录，全文只保留 5 个实验即可。比如，二手数据研究留在正文，Study 2a 或 2b 中有一个放在附录，Study 3 保留，Study 4 保留，Study 5a 和 5b 可以放在附录，Study 6 和 Study 7 保留。其实文章讲了个很简单的故事，不需要用这么多篇幅。

回应

非常感谢审稿人的这一建议。在前几轮修订中，出于严谨性的考虑我们补充了较多实验，希望检验主效应及中介效应的稳健性，但也导致了正文部分的研究较多。诚如审稿人所说，有些实验只是换了实验方法与研究模式，但其研究目的与结论没有区别。在经过仔细的考量后，我们决定采纳审稿人的建议，将部分实验放入附录，缩减正文的篇幅，以期让研究框架更加简洁明了。具体而言，原研究 1b 希望通过问卷调研的方式检验居住流动性与易得型产品偏好间的相关关系，研究目的与结论与原研究 1a 基本一致，因此放入附录。原研究 2b 希望通过独立决策模式检验居住流动性与易得型产品偏好间的因果关系，研究目的与结论与原研究 2a 基本一致，因此放入附录。原研究 5a 与研究 5b 希望通过独立决策模式检验过程关注的中介作用，研究目的与研究结论与原研究 4 基本一致，因此放入附录。综上共有四个实验放入附录，最终在正文部分我们保留了 6 个实验，结合意见 3（实验编排逻辑问题），我们将这 6 个实验重新分类为研究 1a（通过二手数据检验相关关系）、研究 1b（通过操纵居住流动性检验因果关系）、研究 1c（通过真实选择验证主效应）、研究 2（检验过程关注的中介作用）、研究 3a（检验最大化者特质的调节作用）、研究 3b（检验决策对象作为边界条件）。希望删减后的实验部分会使得本文的研究框架更加清晰、研究目的更加简洁明确。

意见 5：研究不足问题

作者提出的第三点不足很牵强，二手数据的样本量已经很大了，可以弥补实验室实验的不足。建议作者考虑 *sample source* 的问题，目前研究采用的全部是中国样本，研究结论在其它西方样本上是否成立还不确定。中西方样本在分析性思维和抽象思维上有差异，因而在过程关注上可能也有差异。

回应

非常感谢审稿人指出这一问题。考虑到在先前的修订中，我们补充了一个二手数据的研究，因此确实不再存在样本量不足的问题了。结合审稿人的建议，我们重新撰写了“研究局限与未来研究方向”部分。在此我们希望详细说明的是，我们非常同意审稿人提到的“中西方样本在分析性思维和抽象思维上有差异，因而在过程关注上可能也有差异”。实际上，我们也针对美国样本进行了实验，研究结果表明主效应依旧显著。但是考虑到篇幅问题，该实验在先前的修订中删去了（在本文初稿中曾报告了该实验的详细信息），以下简要补充该实验的实验流程与结果。

1 研究过程与方法

共有来自Amazon's Mechanical Turk(M-turk)的136名被试($M_{\text{年龄}} = 36.39, SD = 11.62, 50.7\%$ 女性)参与了实验。该研究采用单因素组间设计(高流动性组vs.低流动性组)。实验开始后,被试被随机分配到高流动性组和低流动性组之一。我们采用了Oishi等(2012)对感知居住流动性的操纵(方法同正文研究1b)。接下来被试需要做出关于理想型和易得型产品倾向的选择。具体而言,我们要求被试想象他们打算购买办公桌、电影票、咖啡机、抽奖券和床单(Liberman & Trope, 1998),对于每组产品我们都给出两个选项供被试选择,并通过7点量表测量了被试更倾向于选择哪一种产品(1 = 非常偏好产品A, 7 = 非常偏好产品B)。实验结束后被试需要提供自身的人口统计学信息。

2 研究结果分析

主效应检验 我们将被试的感知居住流动性(低居住流动性组被试编码为0,高居住流动性组被试编码为1)作为自变量,被试的易得型产品偏好作为因变量进行独立样本t检验。通过对每一组产品的易得型偏好分别进行独立样本t检验,我们发现这五组产品表现出一致的趋势,即高流动性组的被试更倾向于选择易得型产品。因此,我们对这五组产品的易得型偏好加总取平均值,将得到的值作为因变量反映被试整体的易得型产品偏好进行独立样本t检验。结果表明,高流动性组的被试比低流动性组被试具有更高的易得型产品偏好($M_{\text{高流动性}} = 4.03, SD = 0.84; \text{vs. } M_{\text{低流动性}} = 3.53, SD = 0.97, t(134) = 3.18, p = 0.002, \text{cohen's } d = 0.55$, 见图1),主效应得到进一步验证

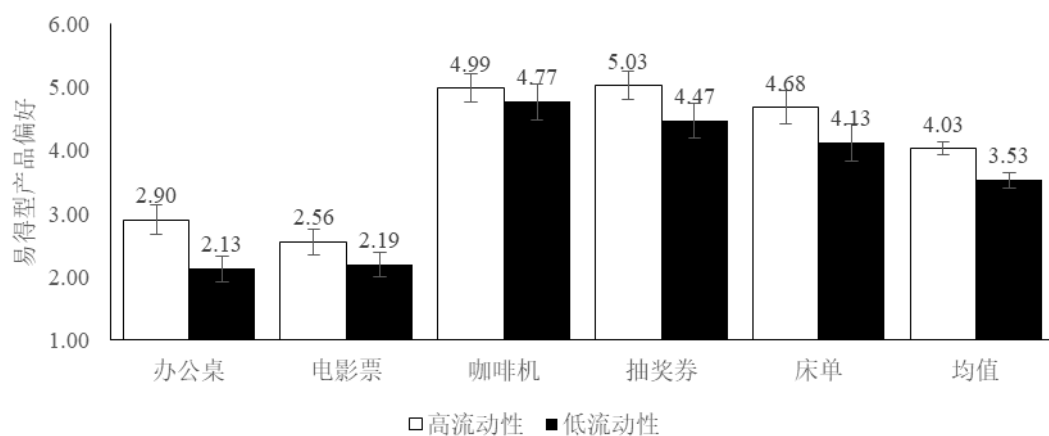


图1 居住流动性对易得型产品偏好的主效应

考虑到本文已经有较多实验,且该实验的目的与结论与正文研究1b完全相同,因此我们没有将该实验加入文章,如果审稿人认为有必要补充一个西方样本的实验,我们也非常愿意将这一实验加入附录。

尽管如此，我们也承认其余的样本来源都是中国，sample source 并不足够理想，中介效应和调节效应并没有在西方样本中得到进一步的检验。因此，我们将这一不足，连同在回应 1 中提到的部分研究样本量选择不理想的问题，一并总结写进了“研究局限与未来研究方向”部分，希望能给读者更多的启发。

第七轮

编委意见：经过多轮修改，论文质量得到显著提高，我没有进一步的问题，建议录用。

主编意见：文章太长了，需更精炼一些；有些格式需要改一下符合规范，比如，回归系数 b ，应该斜体；文章最后部分应该是讨论，而不是“研究结论与启示”等。修改后录用发表。

回应

非常感谢主编指出这些问题，我们对全文进行了删减与校对，具体修改如下。

在先前几轮的修订中，为了回应了审稿人相关的问题，我们补充了大量的理论与文献，使得正文长度过长，我们也意识到了这一问题，并尽可能地进行删减与精炼。在本文修订中，我们对引言部分进行了大幅简化，删除了三分之一的字数（约 3500 字），保留不到 7000 字。具体的删改原则如下：

(1) 在正文中某一部分出现的内容，在其余部分若重复出现，即进行删减，例如在“1.2.2 易得性与理想性”文献综述部分，解释了“消费者总是需要在产品的易得性属性与理想性属性之间做出权衡”的原因，因此在“1.1 问题提出”部分，我们删去了相关表述。

(2) 在对审稿人意见进行修改说明回复时详细解释的内容，在正文中进行了简化或删改。例如在第一轮审稿意见中，审稿人提到“简易产品很大程度上是人们熟悉的，作者需要进一步 clarify 本文的理论贡献”，因此在正文部分我们详细说明了产品易得性与熟悉度之间的区别，指出二者不存在必然联系。考虑到在文末的讨论部分我们详细阐明了本文的理论贡献，并且在修改说明中也对这一问题进行了一定篇幅的回应，因此在正文“1.2.1 居住流动性”部分大幅简化了相关论述。又例如在第三轮审稿意见中，编委指出“作者需要提供更多的证据来说明为何自愿简约动机会增加人们对易得性属性的偏好，而不是因为减少了对理想属性的偏好”，因此我们在文献综述部分详细解释了这条路径不太可能成立的原因。考虑到我们在后续修订中补充了研究 1e（附录 2）排除了这一替代解释，并且也在修改说明中进行过详细回应，因此在正文“1.2.3 解释水平与过程关注”部分删去相关表述。

(3)在正文部分不关键或不必要的文献引用,在本轮修订中进行了删减。例如正文“1.2.3 解释水平与过程关注”部分中,原先有较长篇幅对解释水平相关文献的梳理,但考虑到最终我们并不将解释水平确定为中介变量,而是仅基于此理论引出过程关注的概念与研究。因此本轮修订中,我们删去了部分解释水平相关的文献综述,试图让理论框架更加简洁明晰。又例如正文“1.2.4 满足者与最大化者”部分,关于满足者与最大化者的相关文献综述中,有一部分对本轮的理论框架构建帮助不大,考虑到满足者与最大化者只是调节变量之一,因此对这部分文献进行了删减。

除此之外,我们也对引言与讨论部分的所有表述进行了检查,尽可能使用了更加简洁的句式或表达,最终讨论部分的字数控制在3500字之内,符合投稿要求,但引言部分仍保留了不到7000字,我们也意识到了这一不足,希望说明的是,这些字数并非无效的堆砌与拼凑,而是考虑到本文涉及的构念与变量较多(如居住流动性、易得性与理想性、解释水平、过程关注与结果关注、最大化者与满足者、决策对象),因此对相关概念与理论都进行了一定程度的文献综述,希望构建出牢固可靠的理论框架。当然,如果审稿人认为仍需删减,我们也愿意尽力尝试再进行简化。

另外,在审稿人的提醒下,我们也对全文格式进行了校对,尤其是在统计表达方面,确保除了希腊字母之外的英文统计符号都进行了斜体标注,并将文章最后一部分标题改为“讨论”。