

《心理学报》审稿意见与作者回应

题目：孤独感对消费者不确定消费偏好的影响：新产品、产品包装和概率促销中的表现

作者：陈瑞，郑毓煌

第一轮

审稿人 1 意见：

意见 1：研究选题具有较高的理论意义和应用价值，写作较为规范，逻辑性强，可读性也较好。有几处需要修改：文章题目需要修改，研究对象是正常人而非孤独者，研究内容中几个研究自变量都是孤独感，所以题目要与内容吻合

回应：感谢评审专家的宝贵建议，“孤独者”的确容易被误认为有“孤独症”的人。根据您的建议，同时与文中研究变量匹配，我们将题目修改为“孤独感对不确定消费偏好的影响：新产品、产品包装和概率促销中的表现”。同时文中涉及“孤独者”和“孤独感”的术语，本文进行了斟酌调整，如研究一、研究二和研究三的标题统一使用“孤独感”进行表述。

意见 2：“调节聚焦”通常译为“调节定向”，“促进聚焦”译为“促进定向”，“防御聚焦”通常译为“预防定向”

回应：感谢评审专家的建议。根据您的建议，我们把文中“调节聚焦”、“促进聚焦”、“防御聚焦”等术语的翻译进行了相应的修改。详见正文第 7 页和第 8 页

意见 3：实验设计的表达很少用本文中的表达，自变量都是类别变量时通常用此方法表达，本研究中把自变量、因变量及其类型表达清楚就可以了

回应：感谢评审专家的建议和思考。本文的实验设计和过程描述遵循了典型的实验撰写表述方式：先介绍数据收集方式、样本情况，再阐明实验设计，变量操纵（对产品情景操纵进行了较为详细的描述）和测量方式；同时本文阐明了自变量、因变量及其类型。

此外，本文详细阅读了“Wang, J., Zhu, R., & Shiv, B. (2012). The Lonely Consumer: Loner or Conformer? *Journal of Consumer Research*, 38 (6), 1116–1128.”，本文的实验设计与该文相似，为 2 组别 × 孤独感（连续变量测量）的实验设计，在实验设计表述上，本文与该文相似。

意见 4：实验设计中如有控制变量，仅报告有控制变量的情况下回归分析的结果就可以，能显示一下分层回归的结果更好

回应：感谢评审专家对数据汇报部分规范性的建议。按照评审专家的建议，文中增加了分层回归的结果，涉及不包含人口统计变量（年龄、性别、收入）的回归结果和包含人口统计变量的结果，参见修改后正文第 12 页和第 14 页。此外，本文同时进行包含人口统计变量的 spotlight 分析，区分高低孤独感情况下数据结果的显著性并未有明显改变，考虑到人口统计变量在实验设计中仅是随机因素，本文作者讨论后认为汇报实验操纵变量和自变量对因变量影响的结果可能更为妥当。

意见 5：在讨论和结论部分是先结论再讨论，是否先结合文献对结果进行讨论后再给结论比较妥当。结论部分应当简练只报告结论。建议修后发表。

回应：感谢评审专家在写作方式上的宝贵建议。在讨论和结论部分，本文参照评审专家的建议，先讨论了研究的理论贡献、实践意义和未来研究展望，之后简洁的报告了结论。详见修改后正文

第 17、18 和 19 页。

再次衷心感谢评审专家对本文的积极肯定以及所提出的建设性修改意见和建议！

审稿人 2 意见：

意见1：本文选题具有一定的实践和理论意义，值得修改后发表。但要注意的问题如下：作者在理论演绎时，试图构建孤独感、感知控制缺失、不确定消费者偏好的理论逻辑，但是在进行演绎的引入了很多混淆变量。如在构建感知控制缺失时，引入了“内控”和“外控”。这是不同属性的分类。如果要保留，建议以注脚的形式表达。

回应：感谢评审专家的宝贵建议。考虑到感知控制感缺失和内外控在内涵上的相似性，本文因此用一些篇幅阐述了这些概念。根据您的建议，为了避免引入“内控”、“外控”概念可能造成的混淆，我们在修改稿中将其放在脚注中。详见第 5 页和第 6 页的脚注。

意见2：同样的问题也出现在假设推演中，如论证孤独感与新产品偏好的关系，里面提到“个体调节聚焦”，这又是一个概念。那么读者会问为什么个体调节聚焦解释不了对不确定消费者偏好的影响？没有比孤独感更加有意义？

回应：感谢评审专家严谨、细致的建议。本文在推导孤独感和新产品偏好的关系时引入调节聚焦 (regulatory focus) 对新产品偏好的影响是为了说明除了产品本身的生产工艺、技术造成的功能风险 (Ram & Sheth, 1989)，个体认知方式对产品风险水平的评估同样会影响新产品偏好，如个体调节聚焦 (Hereznsetin et al., 2007; 罗勇等, 2013)，而孤独感则是另外一个影响新产品偏好的个体因素。同时，本文并未将个体调节聚焦作为理论基础支撑孤独感对新产品偏好的影响。

评审专家指出的“为什么个体调节聚焦解释不了对不确定消费偏好的影响”这一问题，非常有洞察力、深刻。本文同样认为存在其他影响不确定消费偏好的个体因素。首先，本文探讨的是“孤独感对不确定消费偏好的影响”，其他因素（如个体调节聚焦）并不是本文关注的内容。其次，本研究经过查阅文献和讨论，并不认为“调节聚焦可以解释不确定消费偏好”，Hereznsetin et al. (2007) 和罗勇等 (2013) 研究中调节聚焦对新产品的影响是因为高防御聚焦的人“高估了负面结果的重要性”，而非“高估负面结果发生的概率”，即调节聚焦可能并不影响不确定性的判断。

如评审专家指出的，引入“个体调节聚焦”的概念可能会造成一些概念的混淆，为了避免歧义，本文已经在修改稿中对于相关的陈述做了修改，以确保逻辑更为清晰、严谨。详见正文第 7 和第 8 页。

意见 3：“研究三”的标题应该是有问题，请注意修改。

回应：感谢评审专家的指正。研究三的标题的确存在笔误，已做更正。详见正文第 15 页

意见 4：英文建议找专业的人做 copy-editor，太中文了，而且里面有很多语法错误。如“participant was”应该是“The participants were”，“the present paper”应该是“this paper”，等等，很多问题

回应：感谢评审专家的严谨指正。根据您的建议，我们已对英文摘要做了修改，并请有过国际 A 类期刊写作经验的学者做了校正。

第二轮

审稿人 2 意见：

意见1：作者对于第一轮审稿人提出的意见和建议作出了较好的修正和调整，但仍然存在一些不足之处，可在进一步修改后发表。作者仍然混淆了 Perceived control 与 Locus of control 这两个概念，

在引言部分行文时混用。它们表达的内涵并非如作者宣称的“是一致的”，而是差异很大的。perceived control是一种个体基于情境的感受，而Locus of control通常被看作是一种相对稳定的特质。举一个经典研究Pittman & Pittman (1979)为例来显示这种区分：他们的研究发现在轻度无助（控制感缺失较低）的情境下，内控型被试比外控型被试表现得更好，而在重度无助（控制感缺失较高）的情境下，内控型被试比外控型被试表现得更差。建议作者重新梳理相关概念之后再调整这一部分的行文逻辑。

回应：感谢评审专家的严谨指正。本文在阐明感知控制缺失（Perceived loss of control）和心理控制源(Locus of control)的概念时，的确存在混淆之处。正如评审专家指明的，心理控制源(Locus of control)是指个体持有的事件的发生是否是源于自己还是外部因素的一种**信念**（Rotter, 1996; Lefcourt, 2004）；而感知控制缺失（Perceived loss of control）是个体主观感知到的自己是否对外界事件发生存在影响和控制力，是**个体对自身状态的感知**(Newcomb & Harlow, 1986)。为了更准确的把握两者概念，本文对心理控制源和感知控制缺失的概念、测量和相关研究进行了梳理，如表 1 所示。

表 1 心理控制源和感知控制缺失概念梳理

	心理控制源 (Locus of control)	感知控制缺失 (Perceived loss of control; Lack of control)
含义	<p>个体持有的信念</p> <p>内外控是一种信念，是个体认为的事件的发生取决于自己还是外部因素(Rotter, 1996).</p> <p>“If the person perceives that the event is contingent upon his own behavior or his own relatively permanent characteristics, we have termed this a belief in internal control.” (Rotter, 1996).</p>	<p>个体感知的自身状态</p> <p>个体主观感知到的自己是否对外界事件发生存在影响和控制力(Newcomb & Harlow, 1986).</p> <p>“A person will not feel as helpless, out of control, or that external influences are in control if he or she can influence whether or not the event takes place” (Newcomb & Harlow, 1986).</p>
测量或操纵 Measurement/ Manipulation	<p>I-E 量表 (Rotter, 1966)</p> <p>IPC 量表(Internal, Powerful Others, and Chance) (Levenson, 1981)</p>	<p>量表： e. g. “我感觉自己无法掌控自己的生活或命运” (Newcomb & Harlow, 1986)</p> <p>操纵： 图片匹配任务 (N. L. Pittman & T. S. Pittman, 1979; Zhou et al., 2012)</p>
研究例示	<p>如果外部事件是明显的“可以改变”或“必须接受”的情况，内控的个体比外控的个体反馈更少的应对策略；如果外部事件“不确定是否可以改变”，那么内控的个体反馈更多的应对策略 (Parkes, 1984)。</p>	<p>生活中的负面事件等对个体关于生命意义的感知受到感知控制缺失的中介作用(Newcomb & Harlow, 1986)。短暂的控制感剥夺导致个体希望获得控制感，进而采用解析性思维方式；长期的控制感剥夺，让被试觉得无助，采取整体性思维策略 (Zhou et al., 2012)。</p>

本研究实际上关注的是在孤独感影响下个体产生的关于控制感自身状态的感知，即感知控制缺失，并不涉及心理控制源的相关理论，无需刻意引入心理控制源概念，区分其与感知控制缺失的不同之处。在第一轮评审中评审专家二也曾指出“……，但是在进行演绎的引入了很多混淆变量。如在构建感知控制缺失时，引入了“内控”和“外控”。这是不同属性的分类。如果要保留，建议以注脚的形式表达。”因此，本文作者结合两次评审专家的指正和建议，讨论决定将涉及心理控制源的相关脚注部分删除，并重新写作孤独感对感知控制缺失部分，阐明了感知控制缺失的含义、测量、操纵和相关研究，同时列举了以往孤独感和感知控制缺失相关研究中感知控制缺失的测量方法和题项（详见正文第5页和第6页红色字体部分）。

关于评审专家指出的对于perceived control 和 locus of control“在引言部分行文时混用”的问题，本文作者猜测可能是笔者的行文表述会让读者产生误解。在引言部分，有一处可能造成读者将其误解为心理控制源（locus of control）：“孤独感还会带来一些独特的认知和信息处理方式(如自身对外界事件控制力的强弱的认知)”。此处，本文是想表达孤独感会造成感知控制缺失，个体感知到的自己对外界事件发生缺乏控制力的状态。为了避免歧义和混淆，本文将此句改为“孤独感还会造成个体感知到自身其他的相关状态（如自身对外界事件控制力强弱的感知）”（请参见正文第2页红色字体部分）。

意见2：这三个研究具有很好的逻辑一致性，但对于研究结果的解释我再提供一点看法：作者在6.2一节中提到本文“没有操纵个体的情境状态孤独”，前人有少数研究操纵过孤独感，而本文的三个研究的实验流程都是在最后一步让被试填写孤独感量表（与参考文献Wang et al., 2012一致），把孤独感作为特质在测量。那么，结合前人操纵孤独感的方法来看，是否有可能填写量表之前的那些实验步骤本身就会影响到情境状态的孤独感，进而影响测量的结果？（比如，高孤独感和低孤独感的人看到同样一件产品之后有不同的心理影响，进而有差异地改变了他们的情境孤独感，并在填写的量表反映的实际上是情境孤独感）。或者，如果把测量孤独感放到实验的开始部分是否会对高/低孤独感特质的被试造成不同的影响，进而影响后续测量的结果？（比如，填写量表让高孤独感特质的被试感到更孤独，进而较之于低孤独感特质的被试，对于传统产品评价更高）。作者应该在讨论部分对此进行一些解释，对于目前实验不足以解释的内容，可放入未来研究展望。

回应：非常感谢评审专家更具洞察力、深刻的见解。在某些情况下，实验情景的确可能影响到后续个体特质变量的测量。但对于本研究，本文作者讨论认为前文的实验产品评价情景对于特质孤独感影响的可能性很小：其一，产品评价或购买情景均为日常普通的简短消费情景，且不涉及孤独之类的词语，不太容易影响到后续特质孤独感的测量；其二，我们分别检验对比了研究一和研究二中新产品或包装操纵对孤独感的影响，数据结果显示研究一中的新无线音响和普通传统音响产品操纵（ $M_{\text{新无线音响}} = 2.62, SD = .75; M_{\text{传统音响}} = 2.78, SD = .80, t(100) = 1.05, p = .298$ ）以及透明和非透明包装操纵（ $M_{\text{透明包装}} = 2.43, SD = .77; M_{\text{非透明包装}} = 2.51, SD = .75, t(121) = .551, p = .583$ ）对孤独感的测量均无显著影响，表明实验情景操纵没有对个体的孤独感产生影响。详见正文第11页和第14页红色字体部分。对于评审专家提出的深刻见解，本文在研究一和研究二中补充了组间孤独感对比的数据，并且在未来研究展望中对此进行了讨论。

在实验开始部分测量孤独感的确会影响个体对自身孤独的感知，甚至可能引发被试采取不同的应对策略。实际上，以往研究中操纵个体孤独感就采用类似方法，Zhou et al. (2008)在实验时先让被试评价自身的孤独感，之后给予反馈，随机告知被试其孤独感水平高或低，以操纵孤独感。本文在未来研究展望部分有做一些讨论；同时根据评审专家的建议，进一步做了补充，指出使用在实验开始部分测量孤独感，之后评价消费情景的实验流程设计，可以考虑在中间插入无关的填充任务，避免被试因孤独感采取应对策略。感谢评审专家的建议。已经根据上述两点具体建议在未來研究展望部分进行了补充讨论。详见正文第18页红色字体部分。

意见3：诸如“2（传统成熟音响 vs. 新产品无线音响）× 孤独感（连续测量变量）”这样的表达是不规范的（文中有两处）。作者参考的 Wang et al., 2012 一文中并无同样的表达。可改为“2（产品特征：传统成熟音响 vs. 新产品无线音响）× 孤独感（连续测量变量）”。

回应：感谢评审专家的严谨指正。对于研究一和研究二钟实验设计的表述已经进行了更正。详见正文第10页和第13页红色字体部分。

意见 4: 作者请认真阅读《参考文献著录要求》，目前的手稿存在大量格式错误和前后不一致，尤其要注意引用出现在句子中和括号中时，格式是有差别的。参考文献列表中的很多文献没有注意区别大小写、漏写期号等等。另外还有“外控特质的特体”、“传统成熟音箱组被试阅读到的一款传成熟统音响的信息”等笔误。

回应 4: 感谢评审专家的悉心指正。本文作者分别对全文进行了认真通读，按照《参考文献著录要求》对相应格式进行了更正，例如，将“McPherson, Smith-Lovin, 和 Brashears (2006)”改为“McPherson, Smith-Lovin 和 Brashears (2006)”。文献列表中文献名称仅第一个单词首字母大写(或者冒号、句号之后的第一个单词首字母大写)；期号则按照每期是否重新编码列出期号。同时校对笔误等细节问题。

第三轮

编委专家意见:

意见1: 请作者参考psychological science的写作风格修改此文。我很早就发现，管理背景的同仁喜欢JCR那种“双引言”结构，我并非不喜欢“双引言”，只是巧合的是，我经手的“双引言”全部偏啰嗦。以本文为例，比如，一个心血管在引言中出现一次，在后面的文献综述中再出现一次，同一篇参考文献重复两次，这个必要性在哪里？除非作者有特别的理由，请将与“新产品、包装、促销”无关的综述（如心血管、抑郁、免疫力等）全部删除（请别忘了删除相应的参考文献）。总之，请将综述部分篇幅大幅度压缩。

回应: 感谢编委专家的宝贵建议！根据您的建议，我们参考了 Psychological Science 中 Research Article 的写作方式(如 Durante, Rae & Griskevicius, 2013; Brown-Iannuzzi, Lundberg, Kay, & Payne, 2015)对引言和综述部分进行了修改，并对综述内容进行了大幅压缩，具体为：在引言部分，本文首先指明孤独感这一普遍的社会现象，之后简要梳理以往关于孤独感的研究脉络，接着指出近年来开始有研究探讨孤独感对消费决策的影响（偏好大众产品、物质主义），进而提出本文将探讨孤独感造成的其他消费决策行为，即不确定性规避消费偏好。在通过引言提出研究问题之后，在第二部分本文基于以往理论推理孤独感对不确定消费偏好的影响(不再涉及与此无关的孤独感研究)，之后具体阐述了孤独感影响下的不确定性规避消费偏好在新产品、产品包装和概率促销中的表现。

大幅压缩综述部分后，本文重新检查了引文和参考文献列表，确保正文中的引用和参考文献一一对应。

意见2: 产品、包装、促销这三东西通常都很难出现在同一本书里，作者将它们放在同一篇文章，我认为读者需要作者提供这么做的理由。当然文章中已经有一些，我认为还不够，请作者在这方面进行补充。

回应: 感谢编委专家的建设性意见！本研究的主要发现是“孤独感降低不确定性消费偏好”，而本文选取的“新产品、产品包装和概率促销”是捕捉“不确定消费偏好”的具体消费现象。选取这三者的最主要原因是希望在不同的消费情景中多次检验理论假设的 robustness，提高外部效度。此外，含有功能风险的新产品和不透明包装分别反映了不确定性的两个方面：信息的不确定性和不完备性。而且，产品、包装和促销三者看似无关，其实都属于营销学中广泛研究的营销组合变量（4Ps），因此本文选择了这三者在三组实验中分别检验孤独感对不确定消费偏好的影响。

根据您的建议，我们在文章讨论部分对研究对象（因变量）的选取进行了补充讨论。请参见正文第 17 页绿色字体部分。

第四轮

编委专家意见：

意见 1：综述部分还是有些啰嗦，请作者再次较大幅修改与压缩，其中：请在第一段给“孤独感”一个比较正式的定义，取代两个括号的的内容。第一、二段合并为一段，篇幅再压缩一些。

回应：感谢编委专家的宝贵建议！根据您的建议，我们参考以往文献给出了孤独感的正式定义，并删去了第一段中两个括号部分。详见正文第一页。

感谢编委专家的建设性意见！根据您的建议，本文将孤独感综述部分再次进行了修改压缩，仅保留孤独感对个体心理和生理影响的简要介绍，以引出孤独感对消费者行为影响的研究。同时将第一段和第二段进行了合并。

此外，我们对文献理论部分进行了整体的精炼修改，特别是对新产品、产品包装和概率促销的理论文献部分，进行了精简和提炼，主要保留关于这些研究中涉及不确定性的内容。例如对于产品包装，主要阐述了以往研究中关于透明/非透明包装对于消费者不确定性感知影响的理论文献，精减了产品包装对品牌形象和容量感知的文献。

大幅压缩综述部分后，本文重新检查了引文和参考文献列表，确保正文中的引用和参考文献一一对应。