

## 《心理学报》审稿意见与作者回应

题目：质量还是价格？折衷产品缺货情境下的消费者选择

作者：姚卿，陈荣

### 第一轮

#### 审稿人 1 意见：

**1. 意见 1：**实验设计的严密性。实验 1 中租车选择涉及的品牌是雪佛兰、日产和奥迪，从产品质量的角度，三者都是较为知名的品牌，因此在基本产品质量上的差别并没有价格的差异那么显著。相机选择中都是同一品牌，在产品质量上的差别相比价格差别更加不明显。这使得消费者在面临冲突时，更容易看到产品价格上的差别。因此，实验 1 实际上检验的是：在产品质量不存在本质性/特别显著差异的情况下，人们在当折衷选项不可得时，消费者更倾向于选择低价的替代品，而非高价的替代品。而研究假设 1 并未体现这其中的前提条件。建议作者可以考虑尝试一些产品质量差异更大的品牌设置，以检验这一假设的边界条件。与此同时，希望作者可以提供实验 2，实验 3 和实验 4 的具体实验材料，帮助评审了解具体的实验设计是否严密。

**回应：**第一，本文考查折衷选项不可得对余下产品偏好的影响，是对消费者行为决策领域经典的折衷效应的延伸和拓展，在每一项实验材料的设计上，我们都参照了发表在顶级期刊的研究折衷效应的论文。例如，数码相机的实验材料改编于提出情境效应的经典文献 Simonson and Tversky (1992)，他们所采用的三款数码相机是美能达品牌 (Minolta) 的 X-370、Maxxum 3000i 和 7000i 型号，价格分别为 169.99, 239.99 和 469.99 美元。我们参照该论文所采用的品牌 and 价格级别设计了本文的实验材料。在此基础上，为了让折衷产品与其余两款产品的价格差相同 (Novemsky et al., 2007)，我们进行了适当的调整。其他实验材料也都借鉴了经典的折衷效应研究，计算器的实验材料借鉴了 Hsee (1996)，该文采用了电子词典及其缺陷率的设计；巧克力和红酒产品的实验材料借鉴了 Wang et al. (2010)，该文采用了巧克力和酸奶，这些产品品类的引入有助于实现产品品类的多样性，增强研究结果的有效性。上述两篇论文研究了两种质量属性之间的折衷效应，没有考虑价格属性，因此在价位的选取上，我们借鉴了其他研究——研究质量和价格比较的经典文献 Simonson and Tversky (1993)。

第二，我们发现选择集合中产品的质量差异是影响情境效应大小的重要变量，但考虑到本文的研究重点是，在既定的质量与价格体系下消费者如何进行选择有赖于感知质量模糊性这一因素（主线索是感知质量模糊性），我们决定暂时不把质量差异的大小纳入到当前研究，而是在未来研究方向里提出未来可以围绕选择集的差异性这条主线来开展研究，修改稿未来研究方向增加了一部分讨论。

**2. 意见 2：**实验 2 中操纵专家质量评估信息时，有这样一句话：“消费者难以判别商品品质的情况时有发生”，这一句话有显著诱导消费者关注商品品质的可能性，建议在实验中采用更为中性的设置，例如，只提供专家的评价，而不提供这类诱导性的指导语。

**回应：**在本次修改过程中，我们重新实施了实验 2A，实验材料删除了“消费者难以判别商品品质的情况时有发生”这句话，论文对实验结果进行了重新汇报 (pp.8)。

**3. 意见 3：**提高理论解释的清晰程度。实验 3 下面的第一段关于质量范围的模糊性的讨论，

但是解释不够清晰完整，特别是酒店评星级的例子，读者可能很难理解这一段的含义，以及它对实验设计的意义所在，建议采用更加清晰明了的解释，并且加入一些文献支持。

回应：首先，修改稿加入了关于“范围表述能够提升模糊性水平”的经典文献支持，并且引用了这些研究中更加简单易懂的例子（pp.7）。

其次，对原有酒店评星级的例子，我们进行了重新地阐述，使之更加简单易懂，并把它放在了实验 2B 的实验设计部分，因为这个例子是为实验设计服务的，放在这个部分逻辑顺序更加合理。

4. 意见 4：框架结构调整 1) 理论部分的选择冲突建议单列小标题。 2) 实验 2 和实验 3 实际上都是解释质量模糊性的调节作用，只是用了不同的方法来操控质量模糊性，因此可以考虑将实验 2 改为实验 2A，实验 3 改为实验 2B，并且在整个实验 2 的开始总体介绍一下质量模糊性，以及两种操纵的方法。

回应：已经将决策冲突单列为小标题（pp. 3）；将原实验 2 和实验 3 改为实验 2A 和 2B，同时在实验 2 的开始介绍了质量的模糊属性以及两种操纵方法（pp. 7-8）。

.....

**审稿人 2 意见：**

1. 意见 1：最好提供一个研究的框架图，以便于读者更清楚不同变量之间的关系。

回应：我们十分认同您的评议，已添加研究的框架图，如下所示（正文 pp. 5）。

2. 意见 2：为什么决策冲突水平是中介变量？文章对于这一重要解释机制的论述过于简单。

回应：我们加强了这一部分的论述，修改后的决策冲突机制阐述见 pp.3-4。

3. 意见 3：H2A 和 H2B 其实说的是同一个问题。有没有必要分开两个假设进行阐述？

回应：H2A 和 H2B 的确是同一个问题的两个方面。经过反复地尝试，还是觉得采用分别提出的方式优点更多一些，主要优势在于：1) 可以更加突出质量维度存在着模糊性降低与提高两个方向的变化，质量属性的模糊程度可以随着表述因素和情境因素的改变而改变；2) H2A 和 H2B 是通过两个实验分别来检验的，分别提出假设的方法在实验方法对应关系的清晰性上以及写作过程中的便利性上更具优势。虽然分别提出假设存在将同一问题割裂开的劣势，但希望通过它们同属于 H2 的假设提出方式予以弥补。

4. 意见 4：本文的几个假设：如质量模糊性、专家评分以及消费者的专业知识水平其实都是讲的同一个问题，消费者对产品的质量性的问题，只是用不同的方面来操控起质量模糊感，所以几个假设之间的关系，以及是否需要通过假设的方式提出来来需要思考。

回应：对于您提出的问题，我们分析如下：第一，论文的研究思路为，折衷产品缺货时，消费者的决策冲突感显著提升，模糊规避倾向显著增强，他们将会选择优势更加明确、模糊性更低的可得产品。在研究设计上，假设 H1 揭示现象；假设 H2 说明现象的本质，即消费者偏好低价格替代品的现象本质是模糊规避（通常相对于价格属性来说，质量属性更加模糊、不确定），随着模糊属性的改变，消费者的选择也会改变；假设 H3 和 H4 则是检验内在机制，H3 直接揭示决策冲突的中介效应，H4 间接检验决策冲突机制，即具有产品知识的消费者，决策冲突感不会显著增强，也就不会展现出折衷选项不可得效应（因为这样的消费者本身受情境效应的影响较小，这一点在大量的情境效应研究中已经得以证实）。因此，如果对假设加以细致区分，H2 属于有中介的调节作用，H4 属于有调节的中介效应，分别反映了结果和原因两个不同层面的问题。

第二，在假设提出的方式方面，本文涉及不同层面的调节变量，我们觉得运用为调节作用提出假设的方式，可以让论文层次更清楚；加上每个变量都源于经典的文献研究，具有一定的管理实践意义，运用假设的方式有利于后续研究和实践进行拓展和运用。

---

## 第二轮

### 审稿人 1 意见：

1. 意见 1：在现有的假设 1 中未明确是哪种类型的折衷决策，只是简单提到了“在折衷选择集合里”，而实际上生活中有很多类型的折衷选择（提供的信息类型也不一样）。为了提高研究假设的精确性，例如在本文中，涉及到的是提供质量和价格信息的折衷决策。

回应：我们在不精确之处进行了修改，例如，在假设 1 和假设 4 中增加了折衷集合的限定条件，“在产品选项的质量和价格存在取舍关系的折衷选择集合里，…”（pp.4-5）

2. 意见 2：关于质量属性模糊性的调节作用，到底调节的是折衷选项不可得到感知冲突，还是感知冲突到低价格替代品偏好，文中的解释并不清晰，如果要提供图 3 的框架，需要对这一调节作用做更清晰的解释说明。

回应：简单地说，决策冲突感来源于选项之间的取舍，取舍越大，决策冲突感越高。也就是说，决策冲突更多地源于选项之间的感知差异，而质量模糊性并没有显著地改变选项之间的感知差异或者感知取舍的大小，试想计算器 A（出错率 8%，189 元）与 C（出错率 2%，389 元），以及计算器 A'（出错率 7-9%，189 元）与 C'（出错率 1-3%，389 元）两个选择集合，两次决策在质量和价格之间的取舍水平相近（6%与 200 元；4%-8%与 200 元），决策冲突水平相似，只是质量差异的不确定性有所不同。为此我们也进行了测量，结果发现上述两种情境的感知冲突水平无显著差异（ $\alpha_{\text{感知冲突}} = 0.76$ ， $N_{\text{样本数}} = 120$ ， $M_{\text{非模糊}} = 4.28$ ， $SD = 1.22$ ， $M_{\text{模糊}} = 4.33$ ， $SD = 1.37$ ， $t(118) = -0.21$ ，n.s.），也就是说质量模糊性并未显著改变感知决策冲突。质量模糊性影响的是模糊规避的结果。较高的决策冲突产生更强的模糊规避倾向，相比于价格属性，如果产品质量的模糊性较强，那么将出现规避高质量产品的现象，如果产品质量模糊性较小，将不会出现规避高质量产品的现象。相反，如果价格属性比质量属性更模糊，在较高水平决策冲突下，决策者则更可能规避价格优势。相应地，修改稿对质量模糊性与核心变量的逻辑关系论述进行了改进。

3. 意见 3：在实验 3 中，被试先回答关于专业知识水平的问题，再回答关于感知冲突的问题，前者的测量会不会影响后者？会不会因为被试在意识到自己专业知识水平较高之后，觉得自己应该在选择中感觉到感知冲突水平较低（而在实际决策中，消费者在第一时间并不一定意识到自己的专业知识水平）？作者需要用类似的样本做一个 pretest 来比较一下测量顺序是否对结果有影响。

回应：我们做了一个补充实验来检验测量顺序是否对结果有影响。预测试的样本与正式实验类似，为某综合性大学的 MBA 同学 120 名，所有被试观看红酒选项 A、B、C 的产品信息（如附录实验材料所示），但被告知产品 B 缺货。然后参与者被随机分配到实验组和控制组两个组，实验组的被试首先回答专业知识水平问题，然后回答感知决策冲突问题；控制组的被试首先回答感知决策冲突问题，然后回答专业知识水平问题。研究结果表明，两组被试的决策冲突水平（ $\alpha = 0.74$ ）无显著差异（ $M_{\text{实验组}} = 6.33$ ， $SD = 1.12$ ， $M_{\text{控制组}} = 6.42$ ， $SD = 1.17$ ， $t(118) = -0.45$ ，n.s.），专业知识水平（ $\alpha = 0.83$ ）无显著差异（ $M_{\text{实验组}} = 4.48$ ， $SD = 1.36$ ， $M_{\text{控制组}} = 4.62$ ， $SD = 1.28$ ， $t(118) = 0.55$ ，n.s.），这说明首先回答专业知识水平问题并未显著影响实际感知决策冲突水平。

审稿人 2 意见:

意见 1: 论文的研究问题有一定的现实意义和理论价值。经过修改之后, 论文的逻辑更加清晰, 论证更为充分, 研究设计的严密性也有了提高。达到发表的要求。

---

### 第三轮 编委意见

作者根据评审专家的意见认真修改和完善了稿件, 根据作者两次的修改情况, 两位评审专家都建议发表。产品的不可得, 或产品“虚位”现象等主题的研究可以说是老话题, 已有很多的研究。作者运用属性选项效应的相关理论或方法来研究折衷产品不可得如何影响消费者偏好(价格)问题, 研究思路清楚, 并且采取的实验方法也比较规范, 研究结果对企业实践具有一定的指导意义。此稿件的学术价值在于, 提出了在折衷效应缺货现象中决策冲突如何起到中介作用的机制。建议发表。但发表之前建议作者进一步完善论文。为此提出以下建议。

1. 意见 1: 题目。现在的题目是“折衷产品不可得对消费者偏好的影响”, 题目过于简单, 并且消费者偏好比较模糊, 到底对什么的偏好? 还有是不清楚。所以建议作者再考虑论文的题目。

回应: 现将题目修改为“质量还是价格? 折衷产品缺货情境下的消费者选择”, 它首先限定了决策的情境——折衷产品缺货; 第二它明确了消费者决策的对象——质量和价格之间的取舍(产品的质量和价格通常存在此消彼长的关系)。

2. 意见 2: 第三页的“研究缺货的替代性购买行为, 不研究放弃购买的情况”, 放弃购买也是一个情境, 那么为什么只研究缺货替情境? 其理由简单解释一下。

回应: 不研究放弃购买行为的原因如下: 本文意在研究在折衷集合里, 如果被选择概率最高的折衷产品缺货了, 消费者在剩余的产品里更可能选择哪一个。如果提供“暂时不买”的选择, 就无法考察消费者对余下产品的真实偏好。具体来讲, 在消费者做决策的众多策略之中, “不购买”或“不选择”是一种特殊的、十分省时省力的策略, 在很多情况下, 它意味着当下不再考虑这个问题、延迟决策, 因而“不购买”消耗很少的认知资源(Dhar, 1997)。研究发现, 当遇到决策困难时(认知资源将受到较多地消耗), 消费者更常使用回避策略(no-choice)(e.g., Dhar, 1997; Dhar and Nowlis, 2004)。在本文的“两难”决策情境当中, 即折衷选项不可得的情况下, 决策冲突水平显著提高, 如果有“不购买”这个选项, 就会有相当多的人选择“不购买”, 从而回避掉这个问题。

3. 意见 3: 作者在一些地方使用了作者研究的是“首次”(如, 第 11 页的“本文首次研究折衷方案的缺货现象”), 建议作者使用作者研究的是“首次”时, 要慎重。其实折衷方案的缺货现象不一定是作者首次的研究。

回应: 已将文中几处使用的“首次”一词去掉。