



Research of Consumer Price Judgment Model Based on Double System Theory

中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



中国经济文库 · 应用经济学精品系列 (二)

王丽娟◎著

双系统认知下的 消费者价格判断研究 ——基于参考价格和心理账户角度

Research of Consumer
Price Judgment Model
Based on Double System Theory



 中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

双系统认知下的消费者价格判断研究——基于参考价格和心理账户角度/王丽娟著.

北京: 中国经济出版社, 2013. 6

ISBN 978 - 7 - 5136 - 2357 - 5

I. ①双… II. ①王… III. ①消费心理学—研究 IV. ①F713. 55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 043500 号

责任编辑 姜 静

责任审读 霍宏涛

责任印制 张江虹

封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市媛明印刷厂

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 15

字 数 198 千字

版 次 2013 年 6 月第 1 版

印 次 2013 年 6 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 2357 - 5/F · 9664

定 价 42.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街3号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010-68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010-68344225 88386794

前 言

在最初经济学的假设中,价格是由市场决定的,而货币对于交易的影响仅限于收入,收入通过对消费者预算来影响交易。而后来随着营销学的进一步发展,发现定价是一个极为重要的企业策略之一。价格是营销组合里最为活跃的因素,对于消费者来说,价格是付出的主要成本和获得的价值体现;对于企业来说,降价可以在提高市场份额的同时降低单产品利润。因此,价格对于买卖双方来说都是双刃剑。特别是在网络经济背景下,信息的大量快速传递,消费者比较价格的参考信息越来越方便和直接,此时企业定价也就愈加复杂困难。因此,在这样一个信息爆炸的经济背景下,对消费者价格判断的研究不可或缺。

研究消费者对价格的判断对于企业定价、实现交易、学术贡献都尤为重要。国内外学者关于消费者的价格决策已经经历了近 50 年的研究,传统研究认为价格判断主要根据参考价格理论形成,而本书研究发现参考价格理论更多体现出了人们对价格判断的理性一面,而感性因素则没有表现,心理账户理论则是近些年关于感性决策理论的一个重要观点。因此,书中基于这两个理论,从理性和感性两个角度对消费者价格判断进行研究,探究消费者价格判断的复杂性,在弥补理论界对于价格研究缺陷的同时,也为企业实践提供了借鉴。

同时,本书的研究扩展了原有的参考价格模型,并在此基础上验证了参考价格点模型和范围模型,首次创新性地提出了双参考价格判断模型,书中对于模型的形成进行了较系统的实验及数据验证,丰富了参考价格理论。双系统理论虽然形成已久,但是在国内价格判断领域的应用却很少,本书的内容充实了这一研究领域,用心理账户理论和参考价格理论作

为消费者价格判断的推理性决策因素和直觉性决策因素来进行模型的构建,并进行了验证,而最后数据验证的结果也支持双系统理论的表述。

本书的研究是通过分析参考价格形成、心理账户与等额货币价值的差异、心理账户对于参考价格的影响,以及双系统消费者价格判断模型的构建及验证,从而提出较为完善的双系统消费者价格判断决策模型。在研究方法上,本书采用归纳和总结、理论与实证、定量与定性相结合的方法。具体内容请参考本书具体章节。

本书根据笔者研读硕士及博士阶段的研究成果整理完成,尚存在一些不足。首先,由于实验条件限制,本书研究选取的实验对象大部分为大学生,人口差异比较小;其次,测试题项中存在两处名词概念模糊,测量存在一点偏差;最后,对于投资性收入的测量不全面。由于笔者水平有限,不妥之处敬请包涵,欢迎感兴趣的读者进行交流。

笔者

2013年5月于葫芦岛

第一章 绪论 /001

第一节 研究背景.....	001
第二节 问题提出.....	004
第三节 本书创新点.....	006
第四节 研究思路和方法.....	007
第五节 本书结构及框架.....	007

第二章 理论综述 /012

第一节 价格的定义与研究.....	012
一、价格的经济学来源	012
二、价格在营销中的研究	013
第二节 参考价格理论.....	018
一、参考价格的心理基础	019
二、参考价格概念的研究	020
三、参考价格模型及其影响的研究	021
四、相对参考点的非对称性研究	024
五、参考价格国内外研究总结	026
第三节 心理账户理论综述.....	034
一、心理账户的提出	034
二、心理账户的定义与分类	035
三、应用研究	037
四、心理账户总结	041

第四节 有关心理学的概念	042
一、可及性问题	042
二、框架效应	044
三、内隐记忆与直觉	045
四、非理性决策的一些解释	046
第五节 双系统决策理论	049
一、决策	049
二、认识的两种方法	050
三、双系统决策	051
四、双系统决策的总结	053
第六节 小结	055
第三章 模型假设提出 /057	
第一节 双系统目标价格判断模型及假设	057
第二节 参考价格形成模型及假设	059
一、推理性因素假设	059
二、双系统参考价格形成模型及假设	063
第三节 心理账户及货币价值评估假设	065
一、假设提出	066
二、概念模型及假设	069
第四节 本书研究的概念模型及小结	069
第四章 参考价格点模型 /072	
第一节 模型及假设	072
第二节 实验描述	073
一、样本及抽样过程	073
二、变量及度量	073
第三节 分析方法	074
一、因子分析法	074

二、回归分析法	077
三、均值比较方法	078
第四节 数据分析	079
一、验证性因子分析	080
二、多元回归分析	082
三、均值分析	084
四、假设验证结果	084
第五节 小结	086
 第五章 参考价格范围下的消费者价格判断模型 /088	
第一节 函数描述	088
第二节 试验及数据分析	089
一、试验介绍及预处理	089
二、数据分析	090
三、参考价格范围的特例	092
第三节 小结	096
 第六章 心理账户对参考价格形成的影响分析 /098	
第一节 模型及假设	098
第二节 实验过程描述	098
一、预调研	098
二、实验过程及变量描述	101
第三节 数据分析	102
一、分析方法	102
二、不同心理账户数据下均值方差分析	105
三、不同收入数据下均值方差分析	111
四、人口统计变量的检验	117
第四节 小结	128

第七章 心理账户与等额货币价值评估 /129

第一节 概念模型及假设	129
第二节 收入支出项目对货币评价的影响	130
一、实验过程及变量描述	130
二、均值方差比较	132
三、人口统计变量对于货币评价影响	133
第三节 货币描述方式对于心理账户的影响	137
一、实验及变量描述	137
二、数据分析	137
第四节 小结	140

第八章 双系统价格判断模型 /142

第一节 概念模型及假设	142
第二节 实验过程,数据描述	143
第三节 分类回归分析	144
一、总体数据	144
二、固定收入	144
三、固定支出	145
第四节 均值分析	146
一、固定收入不同支出	147
二、固定支出不同收入	150
三、总体数据	153
四、人口统计变量的影响	154
第五节 双系统模型回归分析	156
一、按心理账户分类进行赋值	157
二、按照货币评价对心理账户进行赋值	161
第六节 小结	164

第九章 综合模型分析 /165

第一节 基本模型	165
第二节 分类数据关系比较	166
一、总体数据	166
二、重要固定收入	167
三、不重要临时收入	168
四、重要的临时收入	169
五、重要必需支出	170
六、不重要不必需支出	171
七、人情支出	172
第三节 小结	173

第十章 结论及意义 /174

第一节 全书结论	174
一、参考价格的形成	174
二、心理账户与等额货币价值评估	177
三、双系统价格判断过程	177
第二节 全书意义	180
一、理论意义	180
二、现实讨论	182
第三节 研究不足及未来发展方向	189

参考文献	191
------------	-----

附 录	208
-----------	-----

人名索引表	214
-------------	-----

重要术语索引表	218
---------------	-----

致 谢	221
-----------	-----

表目录

表 2.1	外岛一弘的消费者消费取向分布表	13
表 2.2	Epstein 的经验认识和理性认识的比较表	50
表 2.3	Weston 的大脑作用分工表	52
表 2.4	消费决策概念发展表	56
表 3.1	双系统决策假设列表	59,142
表 3.2	参考价格决定因素假设表	62,72
表 3.3	双系统参考价格形成假设表	64,98
表 3.4	心理账户划分表	66
表 3.5	等额货币价值评估影响因素假设表	69,129
表 4.1	变量及测量方法表	73
表 4.2	参考价格基本变量相关分析表	79
表 4.3	品牌偏好、紧迫性分析表	81
表 4.4	原数据的因子载荷表	81
表 4.5	处理之后的因子载荷表	82
表 4.6	因子的相关性分析表	82
表 4.7	回归分析表	83
表 4.8	均值分析表(预测价格)	84
表 4.9	均值分析表(学历)	84
表 4.10	假设结论表	84
表 5.1	试验一主要测量变量表	89
表 5.2	回归模型(1)、(2)、(3)描述表	90
表 5.3	回归模型(1)、(2)、(3)方程系数表	91
表 5.4	试验二主要测量变量表	95
表 5.5	回归模型(3)描述表	96
表 5.6	回归模型(3)系数表	96
表 6.1	预调研结果表	99
表 6.2	假设收入验证表	100

表 6.3	假设支出验证表	100
表 6.4	心理账户描述表	101
表 6.5	数据基本统计表	101
表 6.6	参考价格均值统计表	105
表 6.7	心理账户分类下参考价格均值统计表	105
表 6.8	重要固定收入下参考价格均值差异表	106
表 6.9	不重要的临时收入下参考价格均值差异表	107
表 6.10	重要的临时收入下参考价格均值差异表	108
表 6.11	不同支出下假设描述验证结果表	109
表 6.12	不同支出下参考价格均值差异验证表	110
表 6.13	H4.2 验证结果表一	110
表 6.14	H4.2 验证结果表二	111
表 6.15	重要生活必需支出下参考价格均值差异表	111
表 6.16	享乐支出下参考价格均值差异表	112
表 6.17	人情支出下参考价格均值差异表	113
表 6.18	不同收入下假设描述验证结果表	115
表 6.19	不同收入下参考价格均值差异验证表	116
表 6.20	H4.1 验证结果表一	116
表 6.21	H4.1 验证结果表二	117
表 6.22	月生活费影响参考价格验证表	117
表 6.23	原有货币价值评估影响参考价格验证表	119
表 6.24	性别影响参考价格验证表	121
表 6.25	总体数据中性别影响参考价格差异表	121
表 6.26	重要固定收入数据中性别影响参考价格差异表	122
表 6.27	意外收入数据中性别影响参考价格差异表	122
表 6.28	奖学金收入数据中性别影响参考价格差异表	123
表 6.29	重要必需支出数据中性别影响参考价格差异表	123
表 6.30	不重要的享乐支出数据中性别影响参考价格差异表	124

表 6.31	人情支出数据中性别影响参考价格差异表	125
表 6.32	性别影响参考价格及调节变量验证表	125
表 7.1	预调研结果表	130
表 7.2	正式调研结果表	131
表 7.3	变量表述表	132
表 7.4	总收入和总支出等额货币价值评估表	132
表 7.5	分项目进行配对均值方差分析表	133
表 7.6	总体数据中 F 、 S 影响等额货币价值评估的方差分析	133
表 7.7	重要固定收入和重要必需支出数据中 F 、 S 影响等额货币价值评估的方差分析	134
表 7.8	人情支出和奖励收入数据中 F 、 S 影响等额货币价值评估的方差分析	135
表 7.9	意外收入和享乐支出数据中 F 、 S 影响等额货币价值评估的方差分析	135
表 7.10	人口统计变量对于等额货币价值评估假设描述和验证表	136
表 7.11	货币描述方式实验描述表	137
表 7.12	获得和损失验证表	138
表 7.13	总体数据中人口统计变量验证表	138
表 7.14	现金数据中人口统计变量验证表	138
表 7.15	购物卡数据中人口统计变量验证表	139
表 7.16	货币表达方式差异下假设描述及验证表	139
表 7.17	总假设描述及验证表	140
表 8.1	数据及变量描述表	143
表 8.2	总体数据下参考价格影响目标价格判断回归表	144
表 8.3	重要固定收入数据下参考价格影响目标价格判断回归表	144
表 8.4	意外收入数据下参考价格影响目标价格判断回归表	144

表 8.5	奖学金收入数据下参考价格影响目标价格判断回归表	145
表 8.6	重要必需支出数据下参考价格影响目标价格判断回归表	145
表 8.7	享乐支出数据下参考价格影响目标价格判断回归表	145
表 8.8	享乐支出数据下参考价格影响目标价格判断回归表	145
表 8.9	心理账户分类数据下目标价格判断均值描述表	146
表 8.10	重要固定收入数据下目标价格判断均值表	147
表 8.11	意外收入数据下目标价格判断均值表	148
表 8.12	奖学金收入数据下目标价格判断均值表	149
表 8.13	固定收入时假设验证表	149
表 8.14	重要必需支出数据下目标价格判断均值表	150
表 8.15	享乐支出数据下目标价格判断均值表	151
表 8.16	人情支出数据下目标价格判断均值表	152
表 8.17	固定支出时假设验证表	153
表 8.18	日常生活费对目标价格判断影响验证表	154
表 8.19	原有货币估值对目标价格判断影响验证表	154
表 8.20	性别对目标价格判断影响验证表	155
表 8.21	总体数据下目标价格判断回归模型比较表	158
表 8.22	重要固定收入数据下目标价格判断回归模型比较表	158
表 8.23	意外收入数据下目标价格判断回归模型比较表	159
表 8.24	奖学金收入数据下目标价格判断回归模型比较表	159
表 8.25	重要必需支出数据下目标价格判断回归模型比较表	159
表 8.26	享乐支出数据下目标价格判断回归模型比较表	159
表 8.27	人情支出数据下目标价格判断回归模型比较表	160
表 8.28	加入心理账户在目标价格判断回归模型中的 R^2 比较	161
表 8.29	对心理账户进行货币评价赋值表	161
表 8.30	总体数据下目标价格判断回归模型比较表(心理账户为货币赋值)	162
表 8.31	重要固定收入数据下目标价格判断回归模型比较表(心理	

账户为货币赋值)	162
表 8.32 意外收入数据下目标价格判断回归模型比较表(心理账户为货币赋值)	162
表 8.33 奖学金收入数据下目标价格判断回归模型比较表(心理账户为货币赋值)	162
表 8.34 重要必需支出数据下目标价格判断回归模型比较表(心理账户为货币赋值)	163
表 8.35 享乐支出数据下目标价格判断回归模型比较表(心理账户为货币赋值)	163
表 8.36 人情支出数据下目标价格判断回归模型比较表(心理账户为货币赋值)	163
表 8.37 不同心理账户赋值在目标价格判断回归模型中的 R^2 比较	163
表 9.1 总体数据下三因素关系验证表	166
表 9.2 重要固定收入数据下三因素关系验证表	167
表 9.3 意外收入下三因素关系验证表	168
表 9.4 奖学金收入下三因素关系验证表	169
表 9.5 重要必需支出下三因素关系验证表	170
表 9.6 享乐支出下三因素关系验证表	171
表 9.7 人情支出下三因素关系验证表	172
表 10.1 基于参考价格下价格判断模型特例表	178

图目录

- 图 1.1 本书逻辑模型图 8,70
- 图 1.2 本书结构图 11
- 图 2.1 Johnson 的收益—损失非对称态度比较图 25
- 图 2.2 Anderson 的参考价格作用机理图 27
- 图 2.3 陈峰的顾客价值图 33
- 图 2.4 Thaler 的价值评价的非对称图 35
- 图 2.5 李爱梅的心理账户——收入图 36
- 图 2.6 李爱梅的心理账户——支出图 36
- 图 2.7 李爱梅的心理账户——存储图 37
- 图 2.8 心理账户发展示意图 41
- 图 2.9 Lisa Sayegh 的直觉决策模型图 46
- 图 2.10 Stanovich 和 West 的双系统决策模型图 51
- 图 2.11 本书理论逻辑图 55
- 图 3.1 双系统决策概念模型图 59,142
- 图 3.2 参考价格决定因素概念模型 61,72
- 图 3.3 双系统参考价格形成概念模型 64,98
- 图 3.4 等额货币价值评估概念模型 69,129
- 图 4.1 参考价格决定因素概念模型验证图 85
- 图 5.1 参考价格影响目标价格判断概念模型 88
- 图 5.2 单一范围的参考价格区间图 92
- 图 5.3 双参考价格范围模型 93
- 图 5.4 双参考价格范围下的可接受价格区域 94
- 图 6.1 预调研收入图 99
- 图 6.2 预调研支出图 100
- 图 6.3 调节变量示意图 104
- 图 6.4 重要固定收入下参考价格均值差异图 106
- 图 6.5 不重要的临时收入下参考价格均值差异图 107

- 图 6.6 重要的临时收入下参考价格均值差异图 108
- 图 6.7 重要必需支出下参考价格均值差异图 112
- 图 6.8 享乐支出下参考价格均值差异图 113
- 图 6.9 人情支出下参考价格均值差异图 114
- 图 6.10 总体数据中性别影响参考价格差异图 122
- 图 6.11 奖学金收入数据中性别影响参考价格差异图 123
- 图 6.12 重要必需支出数据中性别影响参考价格差异图 124
- 图 6.13 不重要的享乐支出数据中性别影响参考价格差异图 125
- 图 7.1 预调研收入分布图 131
- 图 7.2 预调研支出分布图 131
- 图 7.3 总收入和总支出等额货币价值评估图 132
- 图 7.4 总体数据中 F 、 S 影响等额货币价值评估图 134
- 图 7.5 重要固定收入和重要必需支出数据中 F 、 S 影响等额货币价值评估图 134
- 图 7.6 人情支出和奖励收入数据中 F 、 S 影响等额货币价值评估
135
- 图 7.7 意外收入和享乐支出数据中 F 、 S 影响等额货币价值评估
136
- 图 7.8 现金数据中性别对于等额货币价值评估的验证图 138
- 图 7.9 购物卡数据中性别对于等额货币价值评估的验证图 139
- 图 8.1 重要固定收入数据下目标价格判断均值图 147
- 图 8.2 意外收入数据下目标价格判断均值图 148
- 图 8.3 奖学金收入数据下目标价格判断均值图 149
- 图 8.4 重要必需支出数据下目标价格判断均值图 150
- 图 8.5 享乐支出数据下目标价格判断均值图 151
- 图 8.6 人情支出数据下目标价格判断均值图 152
- 图 8.7 总体数据心理账户分类下目标价格判断均值图 153
- 图 8.8 双系统目标价格判断概念模型图 156