

超市食品消费者赔偿投诉及其制度改进

——基于208个超市食品安全事件的分析

莫鸣, 李亚婷

(湖南农业大学商学院, 湖南 长沙 410128)

摘要: 基于208个超市食品安全事件的分析表明, 能够依法获得全部赔偿或部分赔偿的食品安全事件中, 物理性污染事件、过期食品事件和生物性污染事件所占比例最高, 而化学性污染事件投诉相对较少。超市食品消费者诉求赔偿的制度缺陷主要表现在消费者身份的认定、赔偿的前提与计价依据、超市行为过错性认定等方面。因此, 食品消费者赔偿制度应该从制度法规释义、惩罚性赔偿制度的计价依据、食品安全责任保险和追溯制度等方面予以改进。

关键词: 消费者; 食品安全; 赔偿制度; 超市

中图分类号: D923.8

文献标志码: A

文章编号: 1009-2013(2016)03-0084-06

Compensation system of the supermarket food and its improvement:

Based on analysis of 208 supermarket food safety events

MO Ming, LI Yating

(Business School, Hunan Agricultural University, Changsha 410128, China)

Abstract: Analysis based on 208 supermarket food safety events show that, physical contamination, expired food events and biological pollution incidents account for the highest proportion among all these food safety events being able to obtain full or partial compensation legally, while chemical contamination events are relatively less. The defect of compensation system for the supermarket food is mainly to define the concept of consumers, to confirm the premise and the basis of the compensation, to determine the fault behaviors of the supermarket and so on. Therefore, the compensation system of supermarket food should be improved from the aspect of the explanation about system regulations, the set of valuation basis of punitive compensation, the implementation of food safety liability insurance and the enactment of the traceability system.

Keywords: consumer; food safety; compensation system; supermarket

超市作为以顾客自选方式销售日常生活必需品的零售商场, 以其购物环境便利、商品廉价而深受广大消费者青睐。发达国家和地区的发展经验表明, 随着城市经济和商业的发展, 超市将逐渐取代农贸市场成为居民购买食品等日常消费品的主要场所^[1]。然而, 近年超市食品消费, 尤其是食品滥用添加剂、商品标识不规范、食品变质导致食源性疾病等方面的投诉日增。但是, 消费者因举证艰难,

导致大量食品安全投诉难以及时妥善解决, 并逐渐成为公众关注的社会问题。笔者梳理相关文献发现: 虽然《消费者权益保护法》和《食品安全法》都设计了惩罚性赔偿制度, 具有补偿受害人遭受的损失、惩罚和遏制不法行为的多重功能^[2], 但是, 消费者赔偿投诉事件屡屡发生, 维权诉讼案件因赔偿制度设计缺陷很难得到社会满意的司法审判结果^[3], 许多学者提出了批评性意见, 认为这些法律的立法理念存在不足^[4]、惩罚性赔偿目的没有实现^[5]、惩罚性赔偿制度设计的规则不够严谨^[6]、消费者赔偿投诉举证艰难^[7]、消费者知假买假行为不能获得司法认可^[8]、消费者维权方式不足^[9], 激励与遏制

收稿日期: 2016-04-15

基金项目: 湖南省科技厅资助项目(2014FJ3081)

作者简介: 莫鸣(1972—), 男, 湖南道县人, 副教授, 博士, 研究方向为供应链管理 with 食品安全。

之间存在一定的张力^[10],等等。鉴此,笔者拟基于 208 个超市食品安全投诉案例,分析超市食品消费者赔偿投诉的处理结果,并探讨赔偿制度设计的缺陷,进而提出超市食品消费者赔偿制度及其实施机制改进的建议。

一、食品安全事件分类及其赔偿投诉结果

本研究分析数据来源于笔者在中国农业大学做博士后研究期间跟随安玉发教授科研团队(以下简称中国农业大学课题组)所收集整理《我国食品安全事件集》。该事件集通过中国食品安全资源数据库、国家食品安全信息中心和其他媒体的综合报道,收集了 2013 年全国发生的 1 838 个食品安全事件,其中有关消费者投诉超市食品安全问题的事件数 208 个。笔者以此为研究样本,分析超市食品安全问题的主要类型以及投诉处理结果。

食品依据食用的方便性一般分为即食品和非即食品。即食品是指不用加热或经过简单加热后即可食用的食品。超市食品中除部分农产品外大部分为即食品,包括罐头类、膨化类、烘炒与烘焙类、干果类食品及保健品等。根据《食品安全法》相关规定,笔者将食品安全问题归纳为物理性污染、化学性污染、生物性污染、过期食品、假冒劣质和其他等六类。物理性污染是指因物理因素引起的食品污染,表现为商品中混有异物;化学性污染是指由化学物质、食品添加剂和其他危害身体健康的化学物质造成的食品污染,表现为有毒有害物质超过标准、变质腐烂或发霉等;生物性污染是指由生物有机体对食品造成的污染,表现为细菌性污染、病毒和真菌及其毒素的污染;过期食品是指超过保质期的食品;假冒劣质是指假冒或掺杂;其他是指标识不清、受到环境污染等^[11]。

表 1 所列数据是 2013 年中国超市消费者投诉的食品安全事件中有关食品种类统计,其中即食品发生投诉占食品投诉总量的 87.50%,说明了超市以销售即食品为主,即食品因经历生产、加工、运输、仓储和销售诸多供应链环节,发生食品安全风险的可能性较大。这些食品安全事件包括:物理性污染 30 个、化学性污染 8 个、生物性污染 78 个、过期

食品 32 个、假冒劣质 28 个、其他 22 个,表明超市消费者投诉的主要食品安全事件是由生物性污染、物理性污染和过期食品所引发,这三种类型占整个事件总数的 67%。对因生物性污染而投诉的食品安全事件主要是因为食品在保质期内发生变质发霉;物理性污染事件主要是因为食品中掺杂了头发等不明物体;过期食品则是食品超过保质期仍在销售或者涂改后延长销售日期。

表 1 2013 年超市食品安全事件

事件	即食品	非即食品	合计
物理性污染	30	0	30
化学性污染	18	0	18
生物性污染	71	7	78
过期食品	25	7	32
假冒劣质	20	8	28
其他	18	4	22
合计	182	26	208

数据来源:中国农业大学课题组《我国食品安全事件集》。

根据在食品安全事件发生后超市与消费者协商处理该事件的结果,笔者将其分为四类:十倍赔偿(《食品安全法》规定的最高赔偿额度)、部分赔偿(低于十倍的赔偿)、退货(超市允许退货而不予赔偿)、未及时处理(双方因存在分歧而没达成赔偿协议)。表 2 表明,能够依法获得全部赔偿或部分赔偿的食品安全事件中,物理性污染事件、过期食品事件和生物性污染事件所占比例较高,而化学性污染事件投诉相对较少;其原因在于物理性污染事件(如啤酒中有黑色沉淀物、饮料中有蟑螂、火腿肠夹有塑料袋等)和部分生物性污染事件(如食品变质发霉等)通过眼睛观察便可判定,过期食品事件也可以通过查看生产日期就能判断是否属于过期食品,而化学性污染事件则需要通过专业仪器设备检测才能判断结果(如是否存在添加有害化学物质、是否存在食品添加剂超标问题等)。退货处理的事件主要是过期食品和假冒伪劣食品,在事件投诉中很多超市会解释为因管理失误造成未及时清理(发现),超市一方会主动要求消费者作退货处理,而且此类事件中也没有给消费者造成事实上的损失或损害,容易达成退货处理协议,只有大中型超市会考虑声誉影响才及时给予十倍赔偿。

表2 超市食品安全事件的处理

处理类型	物理性污染		化学性污染		生物性污染		过期食品		假冒劣质		其他	
	数量	比重/%	数量	比重/%	数量	比重/%	数量	比重/%	数量	比重/%	数量	比重/%
十倍赔偿	8	26.67	1	5.56	19	24.36	7	21.88	3	10.71	1	4.55
部分赔偿	2	6.66	1	5.56	2	2.56	4	12.50	0	0.00	1	4.55
退货	0	0.00	0	0.00	6	7.69	11	34.38	4	14.29	4	18.18
未及时处理	20	66.67	16	88.89	51	65.38	10	31.25	21	75.00	16	72.73
合计	30	100.00	18	100.00	78	100.00	32	100.00	28	100.00	22	100.00

数据来源：中国农业大学课题组《我国食品安全事件集》。

在未及时处理结果类型中，主要表现为化学性污染事件、生物性污染事件、物理性污染事件和假冒伪劣事件。通过表3进一步细分事件发生原因可知，化学性污染事件主要源于食品添加剂超标，生物性污染事件源于食品腐败变质或者致病性微生物超标，物理性污染事件归因于食品中混有异物，假冒伪劣事件主要是销售了劣质食品。这些食品安全事件大部分已经给消费者造成一定程度的身体

或精神损害，消费者要求的赔偿金一般会超出“十倍赔偿”限额。作为超市来说，出现这些食品安全事件的主要责任在供应链上游，一方面超市不愿意承担全部赔偿责任或者难以直接认定为超市全部责任，需要工商行政部门或法院来处理或判定；另一方面由于超市食品供应商模式的影响，超市希望由食品生产企业或供货商来承担赔偿责任，而不是自己先行赔付后再与这些供应链上游协商。

表3 食品安全事件类型细分

处理类型	物理性污染		化学性污染		生物性污染		假冒劣质	
	混有异物	添加有害化学物质	食品添加剂超标	致病性微生物超标	腐败变质	假冒	伪劣	
十倍赔偿	8	1	0	1	18	3	0	
低于十倍赔偿	2	1	0		2		0	
退货	0			1	5	1	3	
未及时处理	20	4	12	21	30	4	17	
合计	30	6	12	23	55	8	20	

数据来源：中国农业大学课题组《我国食品安全事件集》。

二、食品消费者赔偿的法律规制及其缺陷

1. 法律规制中有关消费者赔偿的规定

为了调整消费者与食品生产经营者的法律关系，中国制定了较为完善的消费者权益保护法律法规体系，既有一般法律规定又有专门法律规定，前者如《民法通则》、《侵权责任法》、《合同法》、《消费者权益保护法》等，后者如《农产品质量安全法》、《食品安全法》、《食品安全法实施条例》等。涉及超市食品消费者赔偿规定的具体条文主要是《消费者权益保护法》和《食品安全法》，它们都对补偿性赔偿与惩罚性赔偿作出了相应的规定。

(1)《食品安全法》的赔偿规定。2009年在《食品卫生法》的基础上制定了《食品安全法》，2015年对该法进行了修订。在《食品安全法》的制度条文中，涉及到消费者赔偿的条文规定分为补偿性条款和惩罚性条款。补偿性条款是补偿消费者的损害

赔偿金，如《食品安全法》规定：“违反本法规定，造成人身、财产或者其他损害的，依法承担赔偿责任”。惩罚性条款是加重惩罚侵权责任的制度设计，如《食品安全法》规定：“生产不符合食品安全标准的食品或者销售明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失外，还可以向生产者或者销售者要求支付价款十倍或者损失三倍的赔偿金，增加赔偿的金额不足一千元，为一千元”。此外，《食品安全法》还增加了“首负责制”规定，明确提出“接到消费者赔偿要求的生产经营者，应当实行首负责制，先行赔付，不得推诿；属于生产者责任的，经营者赔偿后有权向生产者追偿；属于经营者责任的，生产者赔偿后有权向经营者追偿”。

(2)《消费者权益保护法》的赔偿规定。1994年1月1日，中国第一部《消费者权益保护法》开始实施，2013年进行了修订。《消费者权益保护法》第七章“法律责任”对有关赔偿条款进行了明确规

定：“经营者提供商品或者服务，造成消费者或者其他受害人人身伤害的，应当赔偿医疗费、护理费、交通费等为治疗和康复支出的合理费用，以及因误工减少的收入。”除了规定补偿性条款外，还加重了惩罚性赔偿要求，“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元”。修订后的《消费者权益保护法》进一步明确了补偿消费者的具体赔偿项目，也提高了惩罚性赔偿力度，由原来的“双倍赔偿”提高到“三倍赔偿”，并规定最低赔偿额度是五百元。

2. 消费者赔偿法律规制存在的主要缺陷

《消费者权益保护法》和《食品安全法》等消费者赔偿法律制度对规范超市经营行为和保护消费者权益起到了重要作用，但由于这些制度条款在实施时存在理解上的分歧，司法实践中的执行情况也不尽人意，存在制度设计缺陷。

(1) 消费者身份的界定存在异议。在 1994 年实施的《消费者权益保护法》第 2 条规定中，明确界定了消费者身份，即“消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务的，其权益受本法保护”。随后出现了王海式的职业打假人，出现了知假买假后向商家索赔获利行为，社会上对这种知假买假者是否认同为消费者还存在较大的争议。当时，普遍认为法律保护的是消费者消费行为，而知假买假者购买商品的目的是为了获利而不是用来消费的，从立法的本意上看不应该支持这种职业打假人^[3]。后来，虽然《食品安全法》提出了有利于对消费者维权的“十倍赔偿”规定，但在实际执行中并不顺利，对消费者身份的界定仍然存在异议，各地法院也会出现截然相反的判决结果。司法实践中，如果购买少量的某类食品即认定为消费行为，而如果购买某类剩余的所有食品就可能被认定为知假买假行为。这种以购买食品数量多少来判定消费者购买目的，既不利于法律对消费者利益的保护，也不利于倡导社会对超市食品安全的监督。即便是 2013 年修订的《消费者权益保护法》，对消费者身份的认定仍是采用原来的表述，对知假买假者行为没有明确说明。

(2) 以实际损害结果作为惩罚性赔偿的前提有

失公允。虽然《消费者权益保护法》和《食品安全法》都明确规定了经营者的惩罚性赔偿责任，但是，消费者主张赔偿权益时必须以受到“损害”为条件和前提的。如果消费者购买食品后尚未造成损害，或者消费者难以获得证据来证明受到侵害的因果关系，消费者仍然难以获得惩罚性赔偿^[4]。在前面分析有关超市消费者投诉食品安全事件的处理中，能够获得“十倍赔偿”的只有 39 件，占事件总数的 18.75%，主要是腐败变质的生物性污染、混有异物的物理性污染和过期食品等事件；而因致病性微生物超标生物性污染事件和化学性污染事件因举证艰难，消费者难以收集到请求赔偿的充分书面证据，如食源性疾病或食品中毒与所食用食品之间的因果关系难以确定等。

(3) 赔偿的计算标准有待完善。新《食品安全法》对食品生产经营者提出了“十倍赔偿金”或损失三倍的赔偿金的惩罚性赔偿责任，在具体计算标准上与《消费者权益保护法》的依据相同，即“向生产者或者销售者要求支付价款十倍的赔偿金”。实际上，超市食品消费者购买食品的价款一般较小，如果按价款作为唯一的计算赔偿标准，所获得的十倍赔偿金额也相当有限，在根本上抹煞了惩罚性赔偿制度的功能实现^[6]。虽然 2013 年新修订的《消费者权益保护法》设立最低赔偿额为 500 元，2015 年新修订的《食品安全法》规定最低赔偿额为 1 000 元，但从食品安全事件的个案实施来看，还很难取得好的效果。在前面所列的食品安全事件中，如果食品的化学性污染和生物性污染对消费者造成损害（一般较为严重），即使有“十倍赔偿金”也可能还不足以弥补精神损失和时间成本。

(4) 超市行为的主观过错难以认定。《食品安全法》规定的惩罚性赔偿，是以超市“销售明知是不符合食品安全标准的食品”为前提，消费者才可以请求十倍赔偿金^[7]。2013 年新修订的《消费者权益保护法》第 55 条提出惩罚性赔偿的前提是“经营者明知商品或者服务存在缺陷”，对于超市这种“明知”行为的认定，成为食品安全事件处理的前提条件。如果说对过期食品或假冒劣质食品还能够直接从标签上进行辨别，而对物理性污染、化学性污染或生物性污染的食品，由于受到主客观因素的影响，如验货抽检制度缺陷、超市经营环境的温度过高、冷

链运输条件较差等,根本无法进行“明知”行为的认定。在司法实践中,往往以经营者是否存在主观过错来认定,这种判断本身就包括一定主观性在内。实际上,如果超市在内部管理上能够按照《食品安全法》的规定建立进货查验记录制度,如查验供货商经营许可证与食品合格证和做好食品进货查验记录等,即便面对食品安全事件的投诉,法院或食品安全监管部门也很难判断超市这种“明知”行为。

(5)过期食品是否符合安全食品标准的认定缺乏依据。《食品安全法》规定了禁止生产经营超过保质期的食品,但在有关食品安全标准中并没有明确把过期食品列入其中;而且根据2015年新修订《食品安全法》规定,食品的标签、说明书存在不影响食品安全且不会对消费者造成误导的瑕疵的,消费者也不能诉求惩罚性赔偿。在实践中,这种法律上缺乏明确的认定,给消费者维权也带来了一定的困难。通过分析208个食品安全事件可以发现,一般情况下如果消费者购买了过期食品,并没有造成损害,超市一般会作为退货或十倍赔偿的协商处理;但如果消费者因食用过期食品,在身体与精神上造成了一定损害,向超市提出赔偿要求时,超市一方可能会提出造成损害因果关系的疑虑,同时也会对过期食品是否一定造成危害性进行辩解。对于“过期食品是否就是问题食品”的结论,需要食品检测专门机构检验后才能给出合法性判断,但是司法实践中还存在一定的争议,一些律师就以此作为理由来向法院提出法律上的抗辩,给法院审理此类食品安全事件也带来一定困难。

三、完善食品消费者赔偿制度的建议

(1)制定消费者投诉案件司法解释。虽然《食品安全法》和《消费者权益保护法》为保护消费者利益提供了重要法律依据,但是在已发生的消费者投诉案件审理中,还是存在对这些条文理解上的偏差,而且全国各地司法实践也存在不同的审判结果。这对保护消费者利益是不公平的。即使在2013年5月出台的《最高人民法院、最高人民检察院关于办理危害食品安全刑事案件适用法律若干问题的解释》中,也没有对未能构成刑事案件的消费者赔偿问题作相应的司法解释。实际上,对于一些有争议性的法律条文,各地法院应统一向最高人民法

院咨询,并指定专门部门受理并及时回复。因此,需要出台一部关于食品安全纠纷案件审理的统一司法解释规定,如对前面所提到的“消费者”、“过期食品”、“超市售假行为”等争议性法律条文予以清楚界定,以便在全国范围内的司法界得到统一认识,有利于保护消费者赔偿法律在实施中的公平与公正。

(2)完善惩罚性赔偿制度的计价依据。法律法规的震慑力用公式表示为 $F_{(震慑力)}=V_{(惩罚力度)} \times E_{(赔偿概率)}$,其功能的发挥取决于两个因素的作用,一是惩罚力度,二是赔偿概率。虽然2015年修订的《食品安全法》借鉴了2013年修订的《消费者权益保护法》,在惩罚性赔偿条款设计中除了以“价款”标准计量最高十倍赔偿或损失三倍的赔偿金外,也设置了一千元的最低惩罚赔偿金规定,但因为消费者取证困难,使得其获得惩罚性赔偿的概率较低,直接影响法规的震慑效果。对于《食品安全法》中规定的惩罚性赔偿问题,许多学者和司法工作者提出要借鉴国外法律的立法制度,以实际损害作为惩罚性赔偿制度的基数。如美国设计惩罚性赔偿制度时采取浮动限额制,法院一般会根据原告实际损失赔偿金的倍数,被告的不同类型、原告所受损失的类型或原告损害赔偿请求的类型、被告侵权行为的类型等因素,通过综合权衡之后,再确定惩罚性赔偿数额^[12]。我国法律是以“价款”作为惩罚性赔偿制度的计量依据,由于实际赔偿数额少,无法达到惩罚性赔偿制度的预期目的^[8]。因此,司法实践中,对因食品安全事件造成重大损害的案件审判,法院对消费者要求精神赔偿和误工损失的请求,应该予以适当支持,以弥补以“价款”标准计量制度设计的缺陷。

(3)推行超市食品安全责任险。2015年修订的《食品安全法》明确提出,“国家鼓励食品生产经营企业参加食品安全责任保险”。虽然国家没有提出强制性要求,但是一些地方政府在食品安全风险高发的行业和领域启动了食品安全责任保险试点工作,如肉制品、食用油、酒类等食品生产企业。在新《食品安全法》设计“首付责任制”制度下,消费者有权首先向超市提出先行赔偿的要求,超市经营者不得推诿。即使属于食品生产者的责任,经营者赔偿后有权向生产者追偿,但如果食品生产者无力赔付,也只能是由超市经营者负责。因此,超

市经营者还是非常有必要购买食品安全责任险,通过投保食品责任保险来分散经营风险。

(4)建立超市食品追溯制度。对于食品安全监管来说,有效的食品追溯制度便于事前管理与事后追查。食品安全追溯体系就是构建从农产品生产、投入品使用到生产加工、终端配送全过程信息数据链,通过扫描食品安全二维码就能清楚知道有关食品质量安全信息,实现食品质量追溯功能。建立超市食品追溯制度就是在食品安全二维码中增加超市经营食品的相关信息,通过该二维码信息不仅了解食品进入超市前的质量信息,还能清楚呈现该食品在超市经营的时间期限,这对于判断是否存在过期食品是一个重要依据;同时也能清楚界定该食品是否属于该超市经营的品种,对于丢失购物小票的消费者来说,是确认其购物行为的重要依据,从根本上有利于消费者厘清超市的食品赔偿投诉责任。

参考文献:

- [1] 胡定寰,俞海峰,Reardon T.中国超市生鲜农副产品经营与消费者购买行为[J].中国农村经济,2003(8):12-17.
- [2] 王利明.惩罚性赔偿研究[J],中国社会科学,2000(4):112-122,206-207.
- [3] 贾君.知假买假—能否十倍索赔[N].中国消费者报,2009-12-4,第A02版.
- [4] 孙效敏.论《食品安全法》立法理念之不足及其对策[J],法学论坛,2010(1):105-111.
- [5] 李响.我国食品安全法“十倍赔偿”规定之批判与完善[J],法商研究,2009(6):42-49.
- [6] 艾尔肯,张榆.论《食品安全法》中的惩罚性赔偿制度—兼评《食品安全法》第96条[J].辽宁师范大学学报(社会科学版),2011,34(5):23-27.
- [7] 王长军.消费者主张十倍赔偿的构成要件[J].人民司法,2012(4):76-80.
- [8] 赵明贵,李海霞.我国食品安全法中“十倍赔偿”的法律适用—基于消费者利益的考量[C].第四届西部律师发展论坛论文集,2011.
- [9] 吕旭辉.我国消费者权益保护法中的惩罚性赔偿问题研究[J],法制与经济,2015(1):108-110.
- [10] 陈年冰.重视惩罚性赔偿制度的激励功能—以《消费者权益保护法》中的惩罚性赔偿制度为例[J].西北大学学报(哲学社会科学版),2013,43(2):69-73.
- [11] 莫鸣,安玉发.超市食品安全的监管策略:278个样本[J].改革,2013(9):112-118.
- [12] 金福海.惩罚性赔偿制度研究[M],北京:法律出版社,2008:23-238.
- [22] Petty R E, Cacioppo J T, Schumann D. Central and peripheral routes to advertising effectiveness: The moderating role of involvement[J]. Journal of Consumer Research, 1983, 10(2): 135-146.
- [23] Cacioppo J T, Petty R E. The need for cognition [J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1982, 42(1): 116.
- [24] Cacioppo J T, Petty R E, Morris K J. Effects of need for cognition on message evaluation, recall, and persuasion[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1983, 45(4): 805.
- [25] Petty R E, Cacioppo J T. Source factors and the elaboration likelihood model of persuasion[J]. Advances in Consumer Research, 1984, 11(4): 668-672.
- [26] Putrevu S, Tan J, Lord K R. Consumer responses to complex advertisements: The moderating role of need for cognition, knowledge, and gender[J]. Journal of Current Issues & Research in Advertising, 2004, 26(1): 9-24.
- [27] 张蕾,高登第.广告结论的明暗示程度对态度形成的影响:认知需求和消费者知识的扰动作用[J].当代经济科学,2008,30(4):57-61.
- [28] Chang Y. The effect of humor in advertising: An individual-difference perspective[J]. Psychology & Marketing, 1996, 13: 531-545.
- [29] Gammoh B S, Voss K E, Chakraborty G. Consumer evaluation of brand alliance signals[J]. Psychology & Marketing, 2006, 23(6): 465-486.
- [30] Bhattacharjee A, Sanford C. Influence processes for information technology acceptance: An elaboration likelihood model[J]. MIS Quarterly, 2006, 30(4): 805-825.
- [31] Kirmani A. The effect of perceived advertising costs on brand perceptions[J]. Journal of Consumer Research, 1990, 17(2): 160-171.
- [32] 邝怡,施俊琦,蔡雅琦,等.大学生认知需求量表的修订[J].中国心理卫生杂志,2005,19(1):57-60.
- [33] Petty R E, Cacioppo J T. Issue involvement can increase or decrease persuasion by enhancing message-relevant cognitive responses[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1979, 37(10): 1915.

责任编辑:曾凡盛

责任编辑:李东辉

(上接第 11 页)