

农产品伤害危机的品类网络溢出效应分析

——基于三个实验结果的考察

李蒙蒙, 青平, 肖邦明

(华中农业大学 经济管理学院, 湖北 武汉 430070)

摘要: 从情理法的本土视角将农产品伤害危机划分为违情和违法两种类型, 并基于三个实验的 416 份消费者实验数据, 采用 SPSS22.0 的配对样本 T 检验、独立样本 T 检验、方差分析等方法分析不同类型的农产品伤害危机事件导致的品类网络溢出效应差异及社会距离和亲社会倾向的调节作用。结果表明: 相比于违法型农产品伤害危机, 违情型农产品伤害危机会导致更强烈的品类网络溢出效应; 社会距离和亲社会倾向两个变量起调节作用, 社会距离越近或亲社会倾向越高, 违情型农产品伤害危机与违法型农产品伤害危机造成的品类溢出效应差异更大。

关键词: 农产品伤害危机; 网络溢出效应; 社会距离; 亲社会倾向; 实验

中图分类号: F324.9

文献标志码: A

文章编号: 1009-2013(2017)06-0026-08

The network spillover effect of the category of agricultural products injury crisis:

Based on three experimental results

LI Mengmeng, QING Ping, XIAO Bangming

(School of Economic and Management, Huazhong Agricultural University, Wuhan 430070, China)

Abstract: From the localization perspective, we divide the agricultural product harm crisis into morality-breaking harm crisis and law-breaking harm crisis. Based on 416 consumers experimental data, the methods such as paired sample T test, independent sample T test and ANOVA equipped with SPSS22.0 are applied to investigate the difference of network spillover effect caused by different agricultural products harm crisis as well as the moderating role of social distance and pro-social tendency. The results reveal that morality-breaking crisis will lead to stronger category network spillover effect compared with law-breaking agricultural products harm crisis, and social distance as well as pro-social tendency will play a moderating role. Specifically, closer social distance or higher the pro-social tendency will contribute to greater difference between the category network spillover caused by the law-breaking and morality-breaking agricultural product harm crisis individually.

Keywords: agricultural product harm crisis; network spillover effect; social distance; pro-social tendency; experiment

一、问题的提出

产品伤害危机是指偶尔出现并被广泛宣传的关于某个产品是有缺陷或是对消费者有危险的事件^[1]。农产品大多是日常生活物品, 与人们的生命

健康安全息息相关, 因此人们对农产品伤害事件更敏感、关注度更高。农产品行业品牌建设普遍较弱, 主要表现为产品高度同质化、品牌意识薄弱, 导致农产品品牌之间区隔小、相似性感知高。这些都致使农产品伤害危机可能更容易产生品类溢出效应。溢出效应指的是一个主体的某一特征影响到与该主体相关的其他主体, 并且受影响的主体并不具备该特征的现象^[2]。如 2008 年广元柑橘大实蝇事件, 广元的危机波及到了其他没有发生大实蝇事件的

收稿日期: 2017-11-01

基金项目: 国家自然科学基金(71273106)

作者简介: 李蒙蒙(1993—), 女, 湖北浠水人, 硕士研究生。

地区甚至全国,给其他地区柑橘造成重大经济与名誉损失。农产品品类负面溢出效应不仅会造成重大的经济损失,还会威胁农民生计、影响消费信心与生活水平,甚至引起社会动荡。因此,研究农产品伤害危机引起的负面溢出程度差异及其可能的影响因素,对于减轻负面溢出程度进而减小损失有着重大的现实意义。

溢出效应的理论基础是激活扩散理论^[3]和可接近-可诊断模型^[4]。激活扩散理论认为,人的脑海里每个词组是一个节点,不同的节点互相连接组成了网络。产品的属性及所属的品类都存在于一个网络中,当两者之间的连接较强时,可以由一个激活另外一个。可接近性指在某一时间或者某一情境,认知被从记忆中提取的难易程度。可诊断性指根据接触到的信息对自己认知需求和行为作出判断的有效程度。可接近性越高且可诊断性越高,认知就越容易被激活,激活的强度也越高,溢出程度也越大。基于这一解释机制,学者们探索了产品伤害危机与溢出效应关系的各种影响因素,可以从企业、竞争者、消费者以及危机本身四个角度对这些影响因素进行归纳。其中,企业相关影响因素包括品牌声誉^[5]、品牌代表性^[6]、品牌相似性^[7]³⁶⁷、企业能力与社会责任^[8];消费者相关影响因素包括责任归因、消费者承诺^[9]、品牌卷入度^[10]、整体型-分析型思维方式^[11]、情景启动思维方式、品牌联想方向^[12];竞争者相关影响因素包括竞争品牌地位、竞争品牌感知质量^[13]、竞争品牌主动性^[14-15];危机本身相关因素包括时间、距离^[16]、危机严重程度和危机群发属性。总的来看,关于溢出效应的研究主要分为两类,一类研究聚焦于同一品牌家族内部的溢出效应,另一类研究聚焦于不同竞争品牌之间的溢出效应^[17-18]。

已有文献对产品伤害危机与溢出效应做出了较好的研究,但仍有诸多不足。首先是忽略了农产品行业的独特性。不同于其他行业,农产品行业关注度高、品牌力弱、相似性感知高,因而品类溢出更容易。其次,大都忽略了文化差异。关于溢出效应的研究大多基于西方文化视角,而东西方文化情景存在很大差异,在西方视角下所得结论可能不太适合东方文化情景。此外,现有研究大都忽略了网络背景。Borah 等认为应将网络外溢效应当作溢出效应的一种情景,网络外溢效应是发生在网络背景

下的溢出效应^[19]。事实上,门户网站、微博、微信、社区、论坛、贴吧、直播等网络工具为事件的发酵提供了沃土。经由网络的传播与发酵,本来微不足道的小事很可能引起轩然大波,快速产生强烈的溢出效应,给危机品牌、竞争品牌乃至整个品类带来严重后果。鉴此,笔者拟立足于中华本土文化,研究网络背景下农产品伤害危机对品类的网络溢出效应,以促使农产品企业更有效地应对溢出效应,促进企业、农民、消费者与社会的和谐稳定。

二、理论分析与研究假设

1. 中华文化的情理法评价标准

在中华文化情境下,作为封建社会正统思想的儒家思想将情感置于至高无上的地位,即使是法律,也带有浓厚的情理色彩。“德主刑辅”是传统中国社会的典型特征。儒家的情感主要指向道德,法律主要指向刑法。当下,中国人在对人物或者事件进行判断时依然习惯采用情理法的评价标准,即“先礼后兵”,先讲人情,后援法律。当评价某人行为是否合理正当时,人们会依次按照情理法的顺序来判断^[20-21]。然而,当人们在判断某人行为是否有误不妥时,人们则习惯按照理情法的顺序来评估。无论是哪种评价情景,人们依然情先于法、重于法。基于情理法的中华文化情景,笔者将农产品伤害危机划分为违情与违法两类,探讨这两类不同的危机对农产品品类的网络溢出效应有何差异以及与中华文化密切相关的社会距离和亲社会倾向两个变量如何调节这两类危机与品类网络溢出效应之间的关系。借鉴已有研究对违情负面行为的定义^[22]⁹⁷,笔者将违情型农产品伤害危机定义为农产品伤害危机事件与消费者内心的价值观准则相冲突,违背了消费者内心的情理准则尤其是道德准则。至于法,中国人第一反应会是刑法。笔者将违法型农产品伤害危机定义为农产品伤害危机事件违反了国家现行法律规定,尤其是刑法规定。事实上,人情源自天理,称为情理^[6],法律也出自天理,称为法理。情与法,交融共生。所以,违法的同时违情,是完全可能的。因此,为了尽量控制这两种危机类型之间差异的最大化,研究时尤其要注意,应当根据案例的侧重程度来确定其属于违法还是违情。

由于农产品行业的特性,农产品伤害危机事件很容易产生品类溢出效应。而网络的推波助澜,会使得品类溢出效应非常强大。无论是违法型农产品伤害危机还是违情型农产品伤害危机,都存在网络外溢。但是情感具有首要性、直观性、内在性,消费者和潜在消费者的感受会更直接、更深刻,可接近性可诊断性更高,当农产品伤害危机事件明显违背了人之常情时,消费者可能会对危机品牌所属品类其他品牌产生更强的失望厌恶甚至憎恨等负面情感。因此,相比于违法型农产品伤害危机事件,它可能会对农产品品类造成更强烈的网络负面溢出效应。据此,提出假设1:相比于违法型农产品伤害危机,违情型农产品伤害危机会产生更大的网络溢出效应。

2. 社会距离的调节作用

中国社会具有很强的“圈子”文化。梁漱溟先生认为中国是一个“伦理本位,职业分立”的社会。韦伯说“中国是家族式的国家”,家族是微型的国家,而国家是扩大了家族,在家族式的国家中,以情为准、以和为贵,更能恰当、人道地与实际联系,有利于审时度势^{[23]59}。社会距离这一概念就很好地契合了中国的“圈子”文化。社会距离是心理距离四个维度之一,社会距离指的是人与人之间的一种亲密感^[24]。社会距离区分了自己和他人、相似和不相似的他人、群体内和群体外成员^[25]。

以情为指引,中国传统价值体系更偏向于群体取向、他人取向或社会取向,人情在中国社会几乎无处不在。注重人情就不能只关注事件本身,群体利益、道德评价、伦理秩序甚至尊长好恶都需要考虑在列^{[23]59}。所以,中国人会对社会距离近的人更关注,对发生在与他们社会距离近的人身上的事更关注。如果圈内的人受到伤害,他们的感受会更深刻,情景代入感会更强,从而很可能产生更强烈的情感伤害感,可接近性可诊断性更高,更可能使违情型农产品伤害危机产生更强烈的负面溢出效应。此外,社会距离本质上是一个情感概念,社会距离越近在情感上就越接近,相比于违法型农产品伤害危机事件而言,违情型农产品伤害危机事件可能会产生更大的网络负面溢出效应。相反,社会距离远的时候,事情好似发生在陌生人身上或者其他国家人民身上,人们的事件感知相关性会大为降低,于

是会降低对事件的关注。在中国情景下,这是极有可能的,“事不关己,高高挂起”“各人自扫门前雪,莫管他人瓦上霜”等脍炙人口的俗语都是人们心理的真实写照。由于人们不愿意投入过多精力和时间搜集与自身相关性不高的信息,也就不可能搜集信息进行比较分析,从而可接近可诊断性更低,导致溢出效应较小甚至可能不存在。由此,提出假设2:社会距离近时,相比于违法型农产品伤害危机,违情型农产品伤害危机造成的网络溢出效应更大;社会距离远时,违情与违法型农产品伤害危机造成的网络溢出无显著差异。

3. 亲社会倾向的调节作用

中国是个人情味儿非常浓厚的国家,亲社会行为很广泛,包括帮助、分享、合作,比如为环境组织付出时间参加环保活动、捐血、给无家可归的人捐款、为受自然灾害的人们捐衣服等。目前识别出的亲社会倾向有六种^[26],这六种倾向分别是利他倾向、公开倾向、妥协倾向、情感倾向、极端倾向和匿名倾向。利他倾向指的是无私的帮助,通常出于同情;公开的倾向,是在观众面前帮助,通常是为了获得赞扬、尊重和自我价值的实现;妥协倾向指帮助是出于别人的请求;情感倾向指的是情境触发情感,从而帮助;极端倾向指的是在紧急情况下的帮助,比如汶川地震后大家众志成城抗震救灾;匿名倾向指的是受助者不知道施助者信息。亲社会行为依赖于这样一种信念:个人是集体中的一部分,在集体中人与人之间互助、互持、互爱。如果人们的亲社会倾向比较强烈,人们更可能将他人纳入自我范畴,把他人视作自我的一部分,从而增加对社会与他人的关注。较强的社会责任感将推动人们对于伤害事件的关注,从而增强对危机农产品品牌和品类里其他品牌的比较与联想,可接近性可诊断性更高,从而产生较强的溢出效应。亲社会倾向本质上是一个情感概念,因此当违情型农产品伤害危机事件发生后,相比于违法型农产品伤害危机事件而言,可能会产生更大的网络负面溢出效应。反之,亲社会倾向比较弱,人们倾向于将自己与他人隔离开,从而降低对他人遭遇的关注,从而产生较弱的溢出效应。由此,提出假设3:亲社会倾向高,相比于违法型农产品伤害危机,违情型农产品伤害危机会产生更大的网络溢出效应;亲社会倾向低,违

情与违法型农产品伤害危机产生的网络溢出效应无显著差异。

由此,本研究提出农产品伤害危机的网络溢出效应模型框架,如图 1 所示。

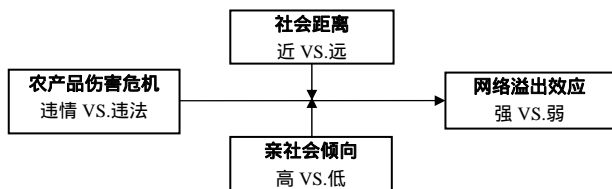


图 1 农产品伤害危机的网络溢出效应模型框架

三、实验方法及实施过程

1. 实验方法

本研究选择实验法来设计假设检验方案。这是因为溢出效应的测量涉及态度的前测和后测,此种情形下采用调查法容易猜出研究目的,不利于研究。而实验法可以通过工作人员告知非真实实验目的,避免被试的猜测。

对于实验法而言,实验材料的设计至关重要。一则实验材料通常是一个模拟的场景描述,描述里会暗示需要操纵的变量。一个变量维度只能在一则实验材料里操纵,对二维变量而言,另一个维度必须在另一个实验材料里操纵。两维度对应的两则材料,除了两个维度操纵有变化外,材料的长度、其他要控制的变量等都必须保持一致。实验材料的主要作用是营造场景刺激被试,以便唤醒被试对操纵变量的深切感知。那么被试有没有被成功唤醒呢?这需要在被试阅读材料后设置问项来检验唤醒程度,即操纵检验。

本研究每个实验的展开过程大致分为三步,依次为品类态度前测、阅读实验材料、品类态度后测。在品类态度前测阶段,需要将即将参与该实验的一批被试召集在等候区,工作人员告知他们要进行几个无关的小测验,目的是测量他们对农产品品类的认知情况,然后测量他们对实验材料中体现的农产品品类的态度。对被试进行编号,并依据要操纵的变量数量,随机分成两组(比如操纵农产品伤害危机类型,分为违情组、违法组)或四组(比如操纵农产品伤害危机类型和社会距离,分为违情社会距离近组、违情社会距离远组、违法社会距离近组、违法社会距离远组)。在阅读实验材料阶段,根据实验要求安排被试进入实验室。比如需要阅读违情组或违

法组材料,则每次从已分好组的违情组、违法组中各抽调一人进入实验室,每一位被试只能看到与其所在组别对应的一则实验材料,而无法看到其他组的实验材料。被试进入实验室后,被工作人员告知实验目的是测量他们对农产品伤害事件的认知情况,进而阅读实验材料。第三阶段,阅读完实验材料后,让被试完成一份问卷,并在问卷上写上自己的编号。问卷的作用在于检验操纵变量的唤醒程度、再次测量被试的品类态度。最后,测量被试的人口统计学变量并让其回答测谎题。至此,实验结束,由工作人员收集整理实验数据。

本研究总共设计三个实验,实验一检验主效应,即检验两类农产品伤害危机与网络溢出效应之间的关系;实验二检验社会距离的调节效应,即检验在不同社会距离的影响下,两类农产品伤害危机与网络溢出效应之间关系强度是否会发生变化;实验三检验亲社会倾向的调节效应,即检验在不同亲社会倾向的影响下,两类农产品伤害危机与网络溢出效应之间关系强度是否会发生变化。

本研究运用了配对样本 T 检验、独立样本 T 检验、方差分析等方法来进行变量的操纵检验及变量关系的检验。就操纵检验而言,配对样本 T 检验适用于两个问题的回答者是同一人的情形,所以根据问项设计,用于材料违情性、违法性感知程度的操纵检验;独立样本 T 检验适用于两个问题的回答者是不同人的情形,所以根据问项设计,用于材料社会距离远近感知程度的操纵检验。

就变量关系分析而言,独立样本 T 检验适用于只有两组被试的组间设计,通过比较两组被试因变量分数的均值差异检验假设,如果两组被试均值不同,且 p 值小于 0.05,则假设通过检验。因此实验一采用独立样本 T 检验的方法来检验假设。方差分析通常适用于两组以上被试的组间设计,用于检验自变量与调节变量对因变量的共同作用。首先,通过 F 检验来整体检验调节变量是否成立,如果 p 值小于 0.05,则表明调节变量可影响自变量与因变量之间关系的强弱。其次,通过对照分析,可进一步辨别调节变量是如何作用的。具体地,在调节变量每一个维度情形下,运用独立样本 T 检验比较自变量的两个维度导致的因变量均值的变化差异。如果调节变量的一个维度下自变量两维度导致的因变

量均值的差异显著(p 值小于0.05),另一个维度下自变量两维度导致的因变量均值的差异不显著(p 值大于0.05),则进一步验证了调节变量的存在性。同时,从得出的具体均值可以看出每一个维度导致的自变量与因变量之间关系变化的强度与方向(比如,如果社会距离近时, p 值小于0.05,且违情型农产品伤害危机导致的溢出均值是-1,违法型农产品伤害危机导致的溢出均值是-0.2,那么表明社会距离近的情况下,违情型与违法型农产品伤害危机导致的溢出效应差异显著,且违情型农产品伤害危机的溢出强度显著大于违法型农产品伤害危机的溢出强度,且都是负向溢出)。因此实验二和实验三都用方差分析进行假设检验。

2. 实验的具体实施

在正式开展实验之前,需要确定哪些案例符合概念实验要求,即可以让人区分出事件的违情性或违法性。笔者从新浪网上选取了近五年发生的11个农产品伤害案例,与营销学的教师和研究生深入探讨后确定7个案例,改编材料使得材料包含违情或违法属性,最终形成14段刺激材料。然后运用这些刺激材料进行预测试。预测试结果显示,大部分的案例材料都是违情且违法的,无法通过配对样本 T 检验。只有以“变质酸奶”“光明回锅奶”“农夫山泉标准门”“山银花风波”“镉大米”等案例为原型的材料操纵得到的结果通过了检验。为了增加外部效度,三个实验选择三种不同的案例材料。根据违情违法感知差异由大到小最终选择的三个案例原型是“变质酸奶”“镉大米”以及“山银花风波”。

实验1:检验农产品伤害危机类型与网络溢出效应的关系

笔者邀请武汉某大学140名在校大学生参加实验。实验采用组间设计,分为违情型农产品伤害危机和违法型农产品伤害危机两组,将所有被试随机分配到两个组,违情组72人,违法组68人。

基于研究需要选择“变质酸奶”事件为原型,进行适当的改编操纵,形成相关刺激材料。实验将危机品牌虚拟为优宝。违情材料描述为“近期有网络报道称,一家以儿童乳制品为主营业务的公司优宝,已经售卖大量某款变质酸奶给农村地区,尤其瞄准农村留守儿童为主要消费群。大量网友纷纷声

讨优宝公司,认为其‘黑心’‘丧尽天良’”。违法材料与违情材料大部分保持一致,唯一的区别在最后一句话,违法材料最后一句描述为“这款牛奶已经造成消费者身体健康伤害,违反了国家相关法律法规。大量网友纷纷声讨优宝公司,要求相关部门给予严惩”。

实验过程如下:首先,在看到实验材料前,告知被试会完成几个不相关的小测验,这一个小测验的目的是测量被试对农产品品类的认知,然后测量所有被试对儿童乳制品的品类态度。态度量表借鉴被广泛纳用的李克特量表^{[19]368},请被试通过评分表达对三个陈述的赞同程度,满分5分,1分表示非常不赞同,5分表示非常赞同,分数越高表示赞同程度越高。三个陈述分别为“你认为儿童乳制品这个品类的企业好”“你对儿童乳制品这个品类喜欢”“你对儿童乳制品这个品类的感觉是积极正面的”。接着让被试完成第二项测量,告知被试要完成一项农产品伤害危机事件感知的实验任务。请被试阅读材料,违情组和违法组的阅读材料略有不同,违情组被试只能看到违情组材料,违法组被试只能看到违法组材料。之后,通过问卷请被试对材料中提及事件进行违情违法性感知。采用李克特五分量表,让被试通过打分表达对所给陈述的同意程度,满分5分,1分表示非常不同意,5分表示非常同意,分数越高表示越同意。其中,违情性陈述为“你认为该事件违背了人之常情”,违法性陈述为“你认为该事件违反了法律规定”^{[22]102}。接着,所有被试再次报告对儿童乳制品的品类态度,所用量表与前测保持一致。最后,被试填写性别、年龄等人口统计信息。

实验2:检验社会距离的调节作用

笔者邀请武汉某高校136名在校大学生参加实验。本实验采用2(农产品伤害危机事件类型:违情VS.违法) \times 2(社会距离:近VS.远)的组间设计,所有被试被随机分配到4个组,违情社会距离近组、违情社会距离远组分别35人和33人,违法社会距离近组、违法社会距离远组分别33人和35人。实验选择“镉大米”事件为原型,编写刺激材料。在实验2中,危机品牌“优宝”被换成“米优”。违情材料描述为“近期有网络报道称,一家以优质健康大米为主营业务的公司米优的大米被检测出一

定量的镉，长期食用这种大米会对身体造成伤害。大量网友纷纷声讨米优公司，认为其‘黑心’‘没良心’”。违法材料描述略有不同，描述为“近期有网络报道称，一家以优质健康大米为主营业务的公司米优的大米被检测出镉含量超标，长期食用这种大米会对身体造成伤害。大量网友纷纷声讨米优公司，并要求相关部门进行严惩”。其次，在违情违法材料操纵中添加社会距离操纵，将社会距离近操纵为“恰好，你最近一个星期购买了米优产品”，社会距离远操纵为“该产品在大城市有不错的销量”。此外，在问卷上测量事件的违情违法性感知之后，被试还需回答“你觉得该事件与你的相关程度如何”，采用李克特五分量表，1 分表示一点儿也不相关，5 分表示非常相关，分数越高表示越相关，以感知社会距离。实验 2 过程与实验 1 的过程相似。

实验 3：检验亲社会倾向的调节作用

笔者邀请武汉某所大学 140 名在校大学生参加实验。本实验采用 2(农产品伤害危机事件类型：违情 VS. 违法) × 2(亲社会倾向：高 VS. 低) 的组间设计，所有被试被随机分配到 4 个组，违情亲社会倾向低组、违法亲社会倾向低组分别 33 人和 39 人，违情亲社会倾向高组、违法亲社会倾向高组分别 39 人和 29 人。实验选择“山银花风波”事件为原型，编写刺激材料。在实验 3 中，危机品牌“优宝”被换成“银天”，违情材料描述为“近期有网络报道称，一家以功能饮料为主营业务的公司银天的凉茶中配方标注的“金银花”可能含不实成分，疑用山银花代替金银花，导致下火功效不显著甚至上火。大量网友纷纷声讨银天公司，认为其‘不道德’‘没良心’”。违法材料描述为“近期有网络报道称，一家以功能饮料为主营业务的公司银天的凉茶中配方标注的“金银花”可能含不实成分，因为作为金银花有效成分的木犀草苷含量少于 0.05%，不符合国家药典规定，疑用山银花代替金银花。大量网友认为受到了欺骗，纷纷要求相关部门严惩该企业。”其次，测量亲社会倾向。借鉴 Carlo 等的亲社会倾向量表设置 23 小问项，测量公开、利他、情境、妥协、极端和匿名等六种倾向。具体地，告诉被试“以下的一些陈述语句可能描述了你的情况，也可能与你的实际情况不相符”。请为每一个

语句打分，最低分为 1 分，表示和自己一点儿也不相符，最高分为 5 分，表示和自己很相符。实验流程与实验 1 大体相似。

四、实验结果分析

1. 农产品伤害危机类型与网络溢出效应的关系

采用配对样本 T 检验分别对材料事件的违情性、违法性的操纵效果进行检验。结果显示，阅读完违情材料后，违情组被试($M=4.24, SD=0.62$)与违法组($M=3.93, SD=1.08$)违情性感知差异显著($t(138)=2.09, P<0.05$)，材料的违情感知高于违法感知。阅读完违法材料后，违情组被试($M=3.43, SD=0.93$)与违法组($M=4.62, SD=0.65$)违情性感知差异显著($t(138)=-8.71, P<0.01$)，材料的违法感知高于违情感知。因此，违情违法操纵成功。

态度子量表前测信度、后测信度分别为 0.77 和 0.87，表明所用量表具有较高信度。笔者将阅读农产品伤害事件材料前后被试对该品类的态度量表得分分别取平均分，然后用后测态度的平均分减去前测态度的平均分，得到的变化量即为溢出量。若值为负，表示负溢出，绝对值越大表示溢出强度越大^{[19]368}。

以农产品伤害危机类型为自变量、网络溢出效应(即前后测态度变化量)作为因变量进行独立样本 T 检验。结果发现，违情型农产品伤害危机造成态度变化($M=-1.30, SD=0.99$)比违法性农产品伤害危机造成的态度变化($M=-0.15, SD=0.70; t(138)=-7.83, P<0.01$)大。假设 1 得到验证。

2. 社会距离的调节作用

采用配对样本 T 检验分别对材料事件的违情性或违法性的操纵效果进行检验。结果显示，阅读完违情材料后，违情组被试($M=4.16, SD=0.64$)与违法组($M=3.76, SD=1.11$)违情性感知差异显著($t(134)=2.562, P<0.05$)，材料的违情感知高于违法感知。阅读完违法材料后，违情组被试($M=3.63, SD=1.13$)与违法组($M=4.44, SD=0.72$)违情性感知差异显著($t(134)=-4.97, P<0.01$)，材料的违法感知高于违情感知。因此，违情违法操纵成功。社会距离近($M=4.00, SD=0.67$)与社会距离远($M=3.29, SD=1.01$)感知差异也显著($t(134)=4.81, P<0.01$)，因此社会距离操纵成功。

态度子量表前测信度、后测信度分别为 0.75 和 0.88, 具有较高信度。以农产品伤害危机类型为自变量、社会距离为调节变量、网络溢出效应(即前后测态度变化量)作为因变量进行了 2(农产品伤害危机事件类型: 违情 VS 违法) × 2(社会距离: 近 VS 远)的方差分析。结果发现, 农产品伤害危机事件类型与社会距离的交互作用显著($F(1,132)=26.37$, $P<0.01$)。对照分析表明, 违情型危机对社会距离近时造成的网络负面溢出效应($M=-1.26, SD=0.99$)与违法型危机($M=-0.14, SD=0.68; t(66)=-5.42, P<0.01$)差异显著, 违情型农产品伤害危机比违法型农产品伤害危机造成更大的网络溢出效应。然而, 当危机社会距离感知远时, 违情型危机造成的网络负面溢出效应($M=-0.14, SD=0.57$)与违法型危机($M=-0.45$, $SD=0.91$; $t(66)=1.65, P>0.05$)无显著差异。假设 2 得到验证。

3. 亲社会倾向的调节作用

采用配对样本 T 检验分别对材料事件的违情性或违法性的操纵效果进行检验。结果显示, 阅读完违情材料后, 违情组被试($M=4.32, SD=0.55$)与违法组($M=3.94$, $SD=1.08$)违情性感知差异显著($t(138)=2.64$, $P<0.01$), 材料的违情感知高于违法感知。阅读完违法材料后, 违情组被试($M=3.67$, $SD=1.21$)与违法组($M=4.54$, $SD=0.89$)违情性感知差异显著($t(138)=-4.87$, $P<0.01$), 材料的违法感知高于违情感知。因此, 违情违法操纵成功。

亲社会倾向量表的信度为 0.86, 态度前测、后测量表的信度分别为 0.77、0.87。以农产品伤害危机类型为自变量、亲社会倾向为调节变量、网络溢出效应(即前后测态度变化量)作为因变量进行了 2(农产品伤害危机事件类型: 违情 VS 违法) × 2(亲社会倾向: 低 VS 高)的方差分析。结果发现, 农产品伤害危机事件类型与亲社会倾向的交互作用显著($F(1,136)=4.33$, $P<0.05$)。对照分析表明, 违情型危机对亲社会倾向高时造成的网络负面溢出效应($M=-1.32$, $SD=0.81$)与违法型危机($M=-0.70$, $SD=0.80$; $t(66)=-3.11$, $P<0.01$)差异显著, 违情型农产品伤害危机比违法型农产品伤害危机造成更大的网络溢出效应。然而, 当危机亲社会倾向低时, 违情型危机造成的网络负面溢出效应($M=-0.55$, $SD=0.46$)与违法型危机($M=-0.42$, $SD=0.61$;

$t(70)=-0.99$, $P>0.05$)无显著差异。假设 3 得到验证。

五、结论及启示

上述研究探讨了不同类型农产品伤害危机事件对其所属农产品品类网络负面溢出效应的影响, 并识别出社会距离、亲社会倾向等变量的调节作用。研究结果显示, 违情型农产品伤害危机事件会比违法型农产品伤害危机事件导致更强烈的网络负面溢出效应。此外, 农产品伤害危机事件类型与品类网络负面溢出效应之间的关系还受到社会距离、亲社会倾向的影响。在社会距离近或亲社会倾向高时, 相比于违法型农产品伤害危机事件, 违情型农产品伤害危机事件造成的网络负面溢出效应更强烈; 反之, 在社会距离远或亲社会倾向低时, 两种类型的农产品伤害危机类型所造成的网络负面溢出效应无显著差异。

从以上研究结论可以得到如下启示: 农产品企业或政府要想更好地应对农产品伤害危机带来的负面溢出, 首先必须分清农产品伤害危机事件的性质, 比如是违情还是违法, 因为不同类型的农产品伤害危机会导致不同的溢出强度。其次, 还要考虑社会因素的影响, 比如社会距离, 对于社会距离近的农产品伤害危机事件, 尤其是社会距离近的违情型农产品伤害危机事件, 一定要及时采取措施应对, 因为该类事件造成的溢出影响非常大, 所造成的损失也会非常大。此外, 对于目标消费者是亲社会倾向高的企业或产品而言, 在发生农产品伤害危机事件尤其违情型农产品伤害危机事件后, 也需要第一时间采取应对策略, 否则会导致非常强的负面溢出与经济损失。

参考文献:

- [1] Siomkos G J, Kurzbard G. The hidden crisis in product-harm crisis management [J]. *European Journal of Marketing*, 1994, 28(2): 30-41.
- [2] Ahluwalia R, Burnkrant R E, Unnava H R. Consumer response to negative publicity: the moderating role of commitment [J]. *Journal of Marketing Research*, 2013, 37(2): 203-214.
- [3] Collins A M, Loftus E F. A spreading-activation theory of semantic processing [J]. *Readings in Cognitive Science*, 1988, 82(6): 126-136.
- [4] Feldman Jack M, Lynch John G. Self-Generated Validity and Other Effects of Measurement on Belief, Attitude,

- Intention , and Behavior [J] . Journal of Applied Psychology , 1988 , 73(8) , 421-35 .
- [5] Siomkos G , Triantafillidou A , Vassilikopoulou A , et al . Opportunities and threats for competitors in product - harm crises[J] . Marketing Intelligence & Planning , 2010 , 28(6) : 770-791 .
- [6] Dahlen M , Lange F A . Disaster is contagious : how a brand in crisis affects other brands [J] . Journal of Advertising Research , 2006 , 46(1) : 388-397 .
- [7] Roehm M L , Tybout A M . When will a brand scandal spill over and how should competitors respond [J] . Journal of Marketing Research , 2006 , 43(7) : 366-373 .
- [8] Votala , N L , Unnava , H R . Spillover of negative information on brand alliances [J] . Journal of Consumer Psychology , 2006 , 16(2) : 196-202 .
- [9] Kruglanski A W , Webster D M . Motivated closing of the mind : seizing and freezing [J] . Psychological Review , 1996 , 103(2) : 263-283 .
- [10] Flynn L R , Goldsmith R E . Application of the personal involvement inventory in marketing [J] . Psychology & Marketing , 1993 , 10(4) : 357-366 .
- [11] Monga A B , John D R . Cultural differences in brand extension evaluation : the influence of analytic versus holistic thinking [J] . Journal of Consumer Research , 2007 , 33(4) : 529-536 .
- [12] Lei J , Dawar N , Lemmink J . Negative spillover in brand portfolios : exploring the antecedents of asymmetric effects [J] . Journal of Marketing , 2008 , 72(3) : 111-123 .
- [13] Zhao Y . Consumer learning in a turbulent market environment : Modeling consumer choice dynamics in the wake of a product-harm crisis [J] . Journal of Marketing Research , 2011 , 48(2) : 255-267 .
- [14] Honda K , Koguchi M , Koga K , et al . The impact of product-harm crisis on marketing effectiveness [J] . Marketing Science , 2007 , 26(2) : 230-245 .
- [15] Kathleen Cleeren , Harald J van Heerde , Marnik G Dekimpe . Rising from the ashes : how brands and categories can overcome product-harm crisis [J] . Journal of Marketing , 2013 , 77(2) : 58-77 .
- [16] Aikaterini Vassilikopoulou , George Siomkos , Kalliopi Chatzipanagiotou , et al . Product-harm crisis management : time heals all wounds [J] . Journal of Retailing and Consumer Services , 2009(16) : 174-180 .
- [17] Balachander S , Ghose S . Reciprocal spillover effects : A strategic benefit of brand extensions [J] . Journal of Marketing , 2003 , 67(1) : 4-13 .
- [18] 王晓玉 , 晁钢令 . 企业营销负面曝光事件研究述评[J] . 外国经济与管理 , 2009 , 31(2) : 33-39 .
- [19] Borah A , Tellis G J . Halo (Spillover) Effects in social media : do product recalls of one brand hurt or help rival brands [J] . Journal of Marketing Research , 2016,53 (2): 143-160 .
- [20] 范忠信 . 情理法与中国人[M] . 北京 : 中国人民大学出版社 , 1992 .
- [21] 何友晖 . 世道人心 : 对中国人心理的探索[M] . 北京 : 北京大学出版社 , 2007 .
- [22] 黄静 , 王新刚 , 张司飞 , 等 . 企业家违情与违法行为对品牌形象的影响[J] . 管理世界 , 2010(5) : 96-107 .
- [23] 王康 . 情理法的冲突与整和——浅议中国传统法律的伦理特色[J] . 沧桑 , 2005(Z1) : 59-60 .
- [24] Small D A , Simonsohn U . Friends of victims : personal experience and prosocial behavior [J] . Journal of Consumer Research , 2008 , 35(3) : 532-542 .
- [25] Wakslak C J , Trope Y . Seeing the forest when entry is unlikely : probability and the mental representation of events [J] . Journal of Experimental Psychology General , 2006 , 135(4) : 641-653 .
- [26] Carlo G , Hausmann A , Christiansen S , et al . Sociocognitive and behavioral correlates of a measure of prosocial tendencies for adolescents [J] . The Journal of Early Adolescence , 2003 , 23(1) : 107-134 .

责任编辑: 李东辉