问卷部分  
设计逻辑：  
分为五个板块：①被试基本信息  ②平时购买力测量  ③被试间随机：三种情绪唤起 ④李克特量表测量情绪 ⑤当下购买力测量  
  
数据处理方法：  
1.积极、消极、中性唤起组在正负性情绪问卷得分上是否存在显著差异（单因素方差分析）。来检验情绪唤起是否有效。  
2.在1情绪唤起有效的条件下，进行三种情绪组预期花钱金额是否存在差异的检验（单因素方差分析――事后检验）。  
3.可进行下一步两因素方差分析，分别为年龄×情绪，性别×情绪，收入×情绪，收入来源×情绪（两因素方差分析）。交互作用显著的情况下可以进行下一步的简单效应检验。  
  
预期结果：  
1.三种情绪唤起组情绪得分存在显著差异，M(积极情绪组）>M（中性情绪组）>M（消极情绪组）。  
2.三组购买力两两之间均存在显著差异：M（消极情绪）>M（积极情绪）>M（中性情绪）  
3.两因素方差分析中，年龄和收入来源的主效应不显著，性别和收入的主效应显著，在购买力上：M（性别女）>M（性别男），M（收入高）>M（收入低）。其中性别与情绪的交互作用显著，女性的购买力受情绪影响更大。