

来自加拿大多伦多大学的市场营销学助理教授阿夫尼·沙阿（Avni Shah）提出：“借记卡和信用卡已经统治了当前市场，虽然无需现金的交易方式非常便利，但这种便利是有代价的。”沙阿与来自美国杜克大学与北卡罗莱纳大学教堂山分校的同事共同进行两个实验，来探究消费者现金或刷卡购买方式对其感受的影响。在第一个实验中，参与者被要求购买一个马克杯，原价为6.95美元，无论是现金或刷卡都可以优惠2美元。购买后2小时，参与者被要求将该马克杯重新出售，价格自定。结果发现，尽管参与者购入的价格相同、拥有马克杯的时间也相同，但现金支付的参与者售出的价格比刷卡组高了近3美元。



为什么现金支付相比于刷卡支付，会让人更珍惜所购买的事物呢？沙阿提出，这是由于所谓的“支付的痛苦”。沙阿表示：“你与你的金钱生理分离时，你会产生一些感觉，不同形式的支付会导致不同程度的痛苦。可实际感受到的，例如现金，与支票、银行卡相比，在支付时会让人感到更为痛苦。”这一效应还可拓展到移动支付方式，包括支付宝、微信支付和Apple Pay等。