

Shuffling as a Sales Tactic: An Experimental Study of Selling Product Rankings (Online Appendices)

Qichao Shi

James A. Dearden

Ernest K. Lai

Appendix B Translated Sample Experimental Instructions: Treatment *HH*

Experimental Instructions

Screen 1

Welcome to this economic experiment about decision making. The experiment will take approximately 1 hour. You and other participants will engage in 40 rounds of decision making.

Please read the instructions carefully. A correct understanding of the instructions is essential for making sound decisions and affects the payment you will receive at the end of the experiment.

Click “Next” below to learn about your roles in the experiment.

Screen 2

Roles in Experiment

There are 20 participants in today’s session. The computer will randomly assign 10 participants the role of **product expert** (hereafter “expert” for short) and the other 10 the role of **consumer**. The role of each participant remains fixed throughout the experiment.

At the beginning of each round, the computer will randomly match one expert with one consumer. The two participants form a decision group for the round (in total 10 groups).

After each round, the computer will randomly rematch to form the groups, and the matching in each round will be anonymous.

Click “Next” below for an overview of your experimental tasks.

Screen 3

Experimental Tasks: Overview

In the experiment, there are two products with different values for the consumer to choose. The products are **Product A** and **Product B**, which are illustrated in Figure B.1:

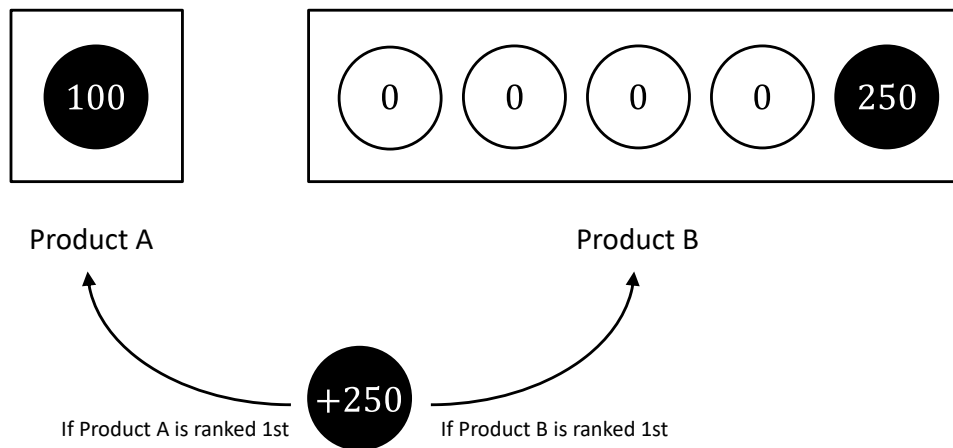


Figure B.1: Product Values

- The value of Product A is fixed at 100 Experimental Currency Unit (ECU).
- The value of Product B is either 0 or 250 ECU. In each round, the computer randomly draws a ball in the box representing Product B (Figure B.1), i.e., the chance of 0 is 80%, and that of 250 is 20%.

If the value of Product B is 0, then Product A is relatively better; if the value of Product B is 250, then Product B is relatively better. When choosing a product, the consumer does not know which product is better but may obtain certain useful product information from the expert.

The product information provided by the expert takes the form of product ranking and is costly for the consumer to obtain. In each round, the expert’s task is to choose a **ranking**

method to rank the two products. In addition to its value, the first ranked product would be worth an extra 250 ECU.

In each round, the consumer has two tasks: (1) decide whether to pay 110 ECU to see the ranking outcome (which product is ranked first), and (b) choose one of the two products.

Click “Next” below to learn more about the expert’s task.

Screen 4

Expert’s Task: Choose Ranking Method

A “ranking method” is a relationship between the ranking of the products and the value of Product B. There are five ranking methods for the expert to choose.

When Product B is better (its value is randomly drawn to be 250), all five methods rank Product B first; the differences between the five methods lie in the chances that Product B is still ranked first when it is not better (its value is drawn to be 0, i.e., Product A is better). Table B.1 below provides the details:

Table B.1: Five Choices of Ranking Methods

	Chance that Product B is Ranked First	
	When Product A is better (Product B value = 0)	When Product B is better (Product B value = 250)
Method 1	0%	100%
Method 2	25%	100%
Method 3	50%	100%
Method 4	75%	100%
Method 5	100%	100%

According to Table B.1 and the fact that the chances of 0 and 250 as the value of Product B are 80% and 20% respectively, the five ranking methods and their corresponding chances of generating different ranking outcomes can be represented by the bars in Figure B.2 below:

Figure B.2 will be shown on the expert’s choice interface. In each round before the computer draws the value of Product B, the expert chooses one of the ranking methods.

Reminder: When choosing a ranking method, the expert does not know which product will be better.

Click “Next” below to learn more about the first task of the consumer.

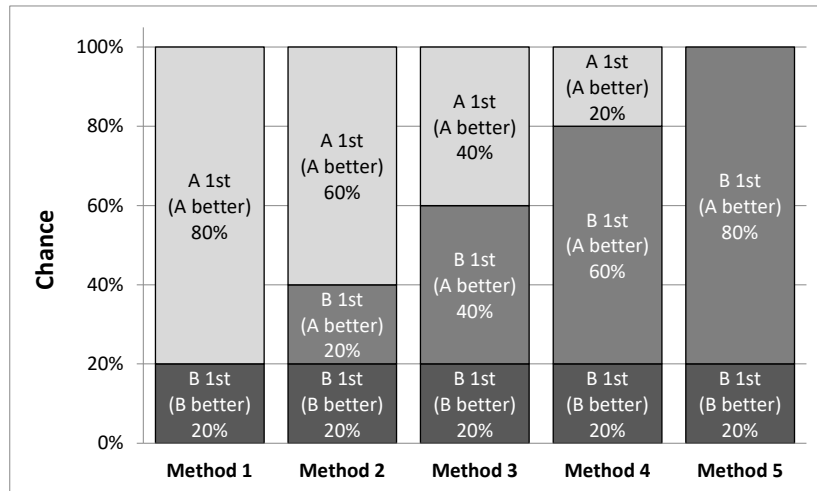


Figure B.2: Five Choices of Ranking Methods

Screen 5

Consumer’s First Task: Decide Whether to Pay to See Product Ranking

After the expert chooses a ranking method, the chosen method will be revealed to the matched consumer. As an example, suppose that the expert has chosen “Method 3.” The consumer will be shown Figure B.3 below.

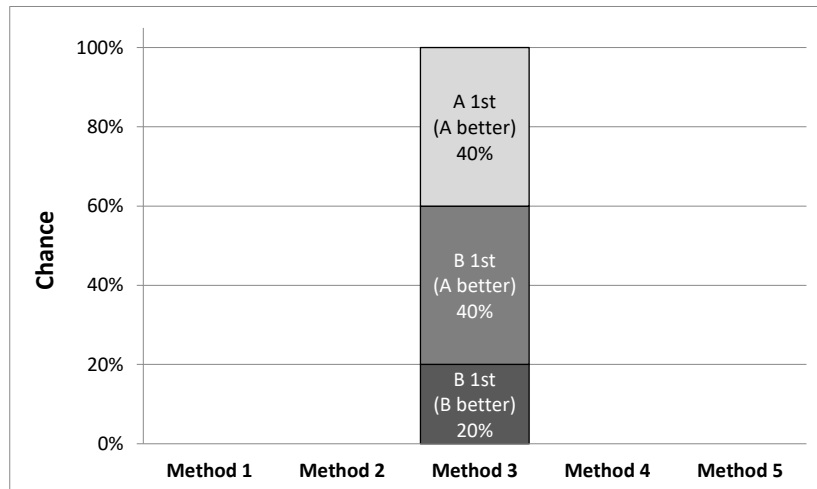


Figure B.3: Example of Ranking Method Chosen by Expert

The computer randomly draws the value of Product B and, based on this value, ranks the two products according to the ranking method chosen by the expert.

Reminder: The expert does not directly rank the products. The expert chooses a ranking method beforehand and then let the computer execute the method and automatically rank the

products based on the value of Product B.

In each round, after seeing the ranking method chosen by the expert, the consumer decides whether to pay 110 ECU to see the ranking outcome. By paying 110 ECU, the consumer sees only which product is ranked first and will not be shown the randomly drawn value of Product B.

Click “Next” below to learn more about the second task of the consumer.

Screen 6

Consumer’s Second Task: Choose Product

Using the above example where the expert has chosen Method 3, if the consumer chooses to pay to see the ranking outcome, Figure B.3 above will be updated to one of the charts in Figure B.4 below to reveal to the consumer which product has been ranked first in that round.

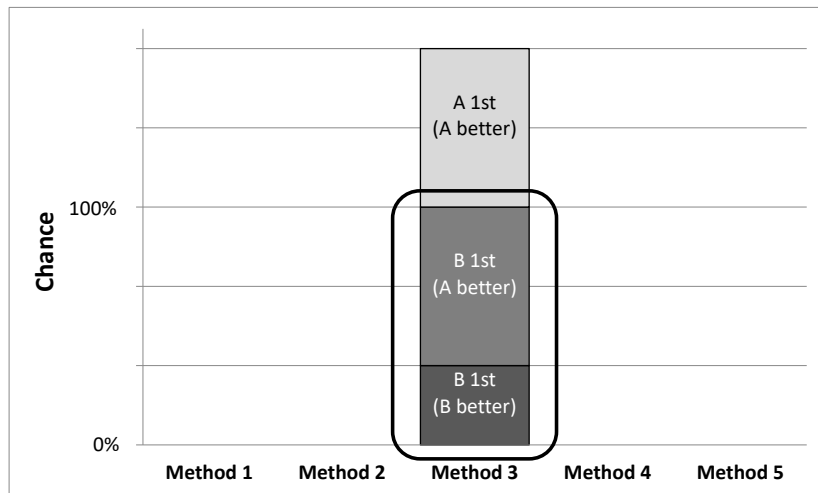


Figure B.4: Example of Product Rankings Revealed

Continuing with the example, if the consumer chooses not to pay, the whole bar in Figure B.3 above will remain without any update.

Irrespective of whether the consumer chooses to pay to see the ranking outcome, the consumer then chooses between Products A and B. After the consumer chooses a product, all the tasks in the round are completed.

Click “Next” below to learn about the expert’s reward in each round.

Screen 7

Expert's Reward in Each Round

All participants, experts or consumers, earn their rewards in the experiment in terms of ECU. How the ECU is converted into cash payment will be explained momentarily.

In each round, the expert earns 300 ECU if the matched consumer pays to see the ranking outcome; if the consumer chooses not to pay, the expert will earn 0 ECU.

Click "Next" below to learn about the consumer's reward in each round.

Screen 8

Consumer's Reward in Each Round

The consumer's total reward in each round is made up of three parts:

- Earning: The value of the chosen product.

If Product A is chosen, then the consumer earns 100 ECU; if Product B is chosen, then depending on which value is drawn by the computer the consumer earns either 0 or 250 ECU.

- Earning: Extra 250 ECU if the first-ranked product is chosen.

Even if the consumer does not pay to see the ranking outcome, so long as the chosen product has been ranked first, the consumer will still earn 250 ECU.

- Paying: 110 ECU if deciding to see the ranking outcome.

Click "Next" to learn about the result feedback provided at the end of each round.

Screen 9

Result Feedback

At the end of each round, the computer will summarize for you the results in that round, which include the following information:

- Expert's choice of ranking method

- Value of Product B drawn by computer
- First-ranked product
- Consumer's decision whether to see ranking outcome
- Consumer's product choice
- Your reward for the round

A history of the above result items in all previous rounds will also be provided.

Click "Next" below to learn about the payment from the experiment.

Screen 10

Payment from Experiment

After completing all rounds, the computer will randomly select 3 rounds out of the 40 rounds of results and calculate the average of the ECU earned in these 3 rounds for your payment. So it is in your interest to take each round equally seriously as they are equally important.

The average of the ECU earned in these 3 rounds will be converted at an exchange rate of 4 ECU for 1 RMB as your cash payment. In addition, you will receive a fixed participation fee of 20 RMB.

The above are all of the experimental instructions. To ensure that you fully understand the instructions, please complete a short quiz. The quiz result will not count toward your payment.

Click "Next" below to start the quiz.

Screen 11

Quiz

1. If the value of Product B is drawn to be 250, then Product A is better.
 - (a) True
 - (b) False

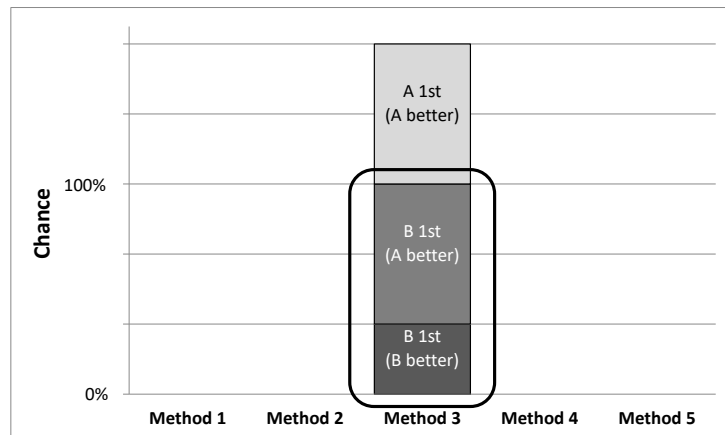
2. The expert chooses a ranking method after seeing whether 0 or 250 is drawn to be the value of Product B.
 - (a) True
 - (b) False

3. The expert has direct control over which product is ranked first.
 - (a) True
 - (b) False

4. If the consumer does not pay to see which product is ranked first, the consumer will never earn the 250 ECU.
 - (a) True
 - (b) False

5. If the consumer pays to see which product is ranked first, the consumer will learn for sure which product is better (i.e., whether the value of Product B is 0 or 250).
 - (a) True
 - (b) False

6. Refer to the example in the following figure. The expert chooses Method 3, the consumer pays to see the ranking outcome, and the ranking outcome is that Product B is ranked first. Which of the following best describes the chance of which product is better?



- (a) Product A must be (100%) better.
- (b) Product B must be (100%) better.
- (c) Products A and B are equally likely (50–50%) to be better.
- (d) Product A has 40% chance to be better, and Product B has 20% chance to be better.
- (e) Product A has 66.67% ($\frac{2}{3}$) chance to be better, and Product B has 33.33% ($\frac{1}{3}$) chance to be better.

Click “Next” below to start a practice round. The practice-round result will not count toward your payment.

Appendix C Chinese Instructions and Screenshots

知情同意书

我们邀请你参与和产品排名和产品选择相关的决策研究。请你阅读此文，并在同意参与研究之前提出任何问题。你的参与完全是自愿的。

研究者：这项研究由西南财经大学经济学院的石启超教授主持，并与美国 Lehigh University 合作进行。

本研究的目的

研究与产品排名和产品选择相关的决策。

如果你同意参与，你将完成你的实验任务

阅读实验说明，进行理解测验，并以产品专家或消费者的身份做出一系列决策。你将使用计算机终端做出并输入你的决策。

参与此研究的风险和收益

可预见的风险：你参与本研究的潜在风险是违反保密性，但我们将尽一切可能保护你的隐私。为了减少违反保密规定的可能性，所有研究人员都接受了维护你隐私的全面培训。

收益：对你没有直接益处（实验报酬除外），但你可以学会如何在策略环境中做出选择。

你的参与时间

大约1小时

报酬

若在预定时间到达并参加实验，你将保证得到人民币20元。根据你自己的决策、其他参与者的决策和机会，你可能会在实验过程中获得额外的无担保金额。

如果你选择在实验结束前退出，你将收到20元人民币的固定报酬，但不会收到任何额外金额。实验结束时，报酬将以现金和非公开方式支付。

保密性

本实验不会收集任何机密信息。参与者将在同一个房间里，分开就座。你将只了解你的决策以及匿名匹配的参与者的决策。参与者的配对将通过计算机匿名进行。你独立、自愿、匿名地做出决策。

你的决策将被记录下来，但是不会关联到你的身份。研究人员将使用密码保护的计算机帐户保存这些数据。在我们的科研论文中，除了西南财经大学的学生之外，读者将无法辨认出参与者的其他身份。

研究的自愿性质

参与本研究完全是自愿的。你是否参加不会影响到你目前或将来与学校的关系。如果决定参与，你依然可以随时退出，而不会影响这些关系。

联系和问题

如果您对研究本身有疑问，请联系经济学院石启超教授，电子邮件为shiqc@swufe.edu.cn。

同意参与

单击下面的“Next”，即表示你已阅读上述信息并同意参与研究。

Next

实验说明

欢迎参加本次关于决策的经济学实验！本次实验用时大约1小时。你和其他实验参与者将要完成 40轮决策。

接下来请仔细阅读实验说明。对实验说明的准确理解将指导你做出适当选择，并由此影响你最终得到的实验报酬。

点击下面的 "Next" 了解你在本实验中的角色。

Next

实验中的角色

本场实验共有20人参与，计算机将随机把其中10人设定为**产品专家**(下简称"专家")，同时将另外10人设定为**消费者**。在实验过程中，每位参与者的角色设定将维持不变。

在每一轮决策开始时，计算机将随机配对一位专家及一位消费者，他们将组成该轮的一个决策小组（共有10个小组）。

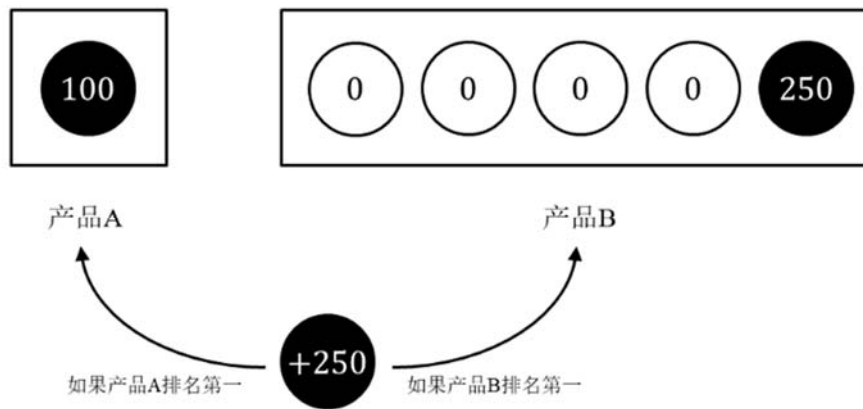
每轮结束后，计算机将重新随机配对小组，且每一轮的配对都是匿名的。

点击下面的 "Next" 了解你在实验中的任务。

Next

实验中的任务：概述

实验中有两个不同价值的产品供消费者选择，分别是**产品A**和**产品B**，如图一所示：



图一：产品价值

- 产品A的价值固定为100实验币。
- 产品B的价值可能是0或250实验币。在每一轮决策中，计算机将从代表产品B的盒子里随机抽取一个球(图一)，即产品B的价值有80%的可能性是0，有20%的可能性是250。

如果产品B的价值为0，那么产品A相对较好；如果产品B的价值为250，那么产品B相对较好。消费者选择产品时并不知道哪个产品较好，但有可能透过专家获得一些有用的产品信息。

专家将会以产品排名的方式，提供需要付费获取的产品信息。在每一轮决策中，专家的任务为选择一个**排名方法**来对两个产品进行排名。除了其本身的价值外，排名第一的产品将赋予**额外250实验币**的价值。

在每一轮决策中，消费者需要完成两项任务：（1）决定是否支付**110实验币**去查看排名结果(哪个产品排名第一)，（2）从两个产品中二选一。

点击下面的 "Next" 进一步了解专家的任务。

Next

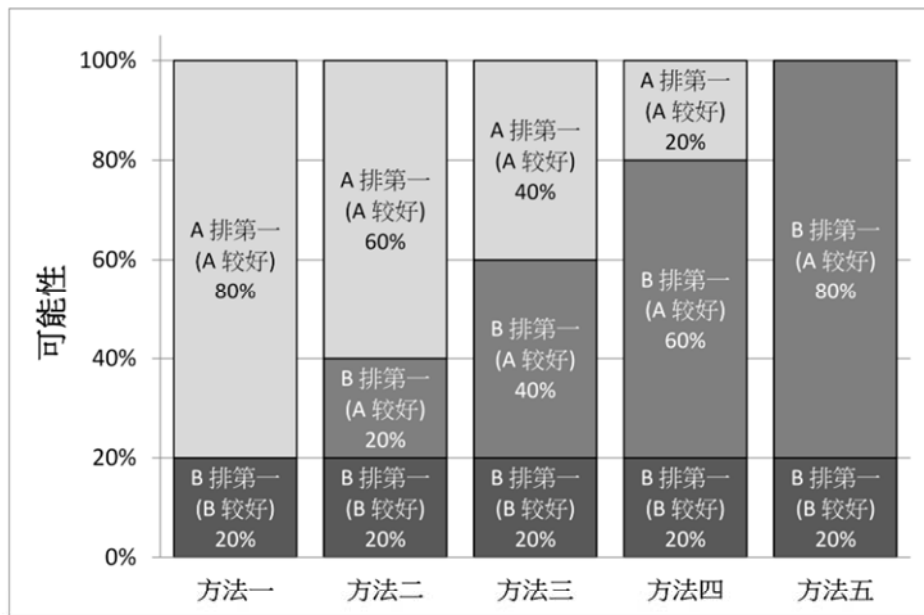
专家的任务：选择排名方法

"排名方法"是指产品的排名与产品B价值之间的关系，其中共有五种排名方法供专家选择。

当产品B较好时（其价值被随机抽取为250），这五种方法均将产品B排名第一；五种方法之间的区别在于当产品B不是较好时（其价值被抽取为0，即产品A较好时），产品B依然被排名第一的随机可能性。详见表一如下：

	产品B排名第一的可能性	
	当产品A较好	当产品B较好
	(产品B价值为0)	(产品B价值为250)
方法一	0%	100%
方法二	25%	100%
方法三	50%	100%
方法四	75%	100%
方法五	100%	100%

根据表一及产品B价值为0或250的可能性分别为80%和20%，五种排名方法所对应的不同排名结果及其可能性，可以柱状图表达，如下图二所示：



图二：五种可选的排名方法

上图二将在专家做选择时的界面中显示。在每一轮决策中，在计算机还没有抽取产品B的价值之前，专家将要选择其中一种排名方法。

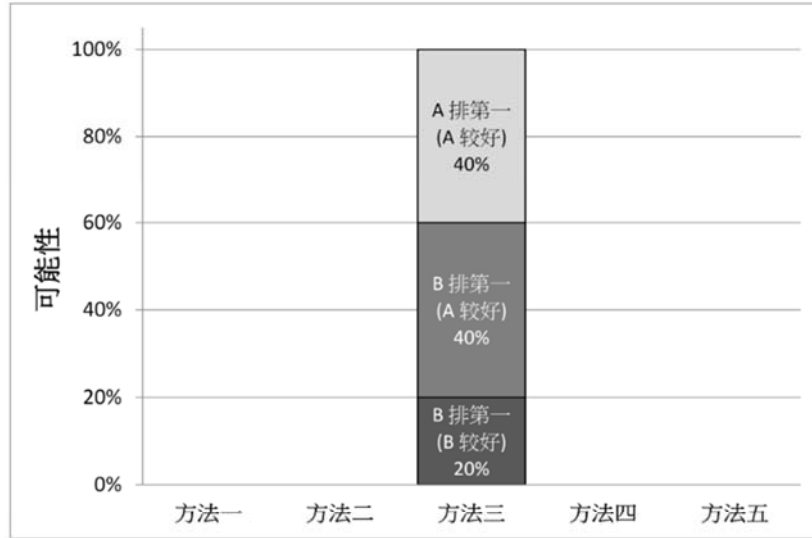
温馨提示：专家选择排名方法时，并不知道哪一个产品将会较好。

点击下面的 "Next" 进一步了解消费者的第一项任务。

Next

消费者的第一项任务：选择是否付费查看产品排名

在专家选择了排名方法之后，所选择的方法将展示给在该轮决策与其配对的消费者。举个例子，如果专家选择了“方法三”，消费者将看到下图三。



图三：专家所选排名方法示例

计算机随机抽取产品B的价值，然后按照这个价值，并根据专家所选择的排名方法中对应的可能性，对两个产品进行排名。

温馨提示：专家不直接对产品进行排名。专家预先选择一个排名方法，然后让计算机执行该方法，结合产品B的价值自动进行排名。

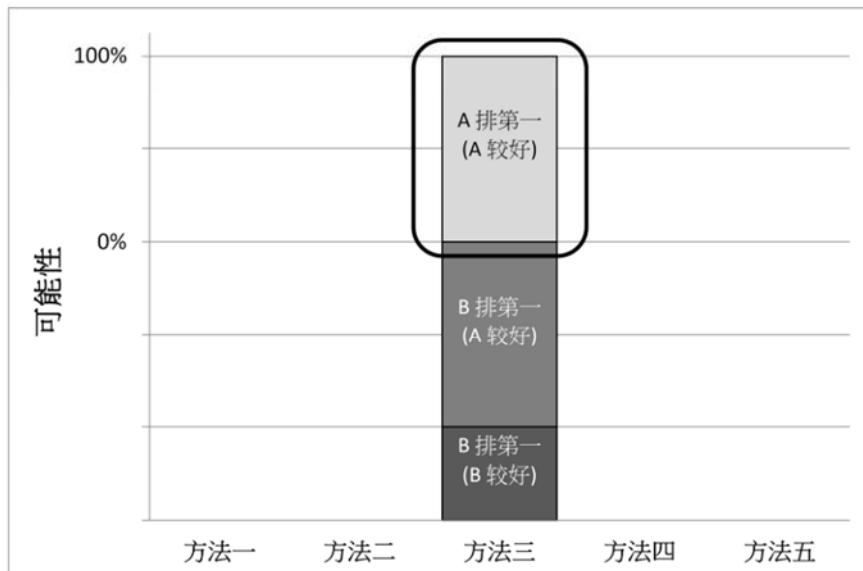
在每一轮决策中，消费者在看到专家所选择的排名方法之后，将要决定是否支付110实验币去查看排名结果。通过支付110实验币，消费者只可以看到哪个产品排名第一，并不会被告知产品B被随机抽取的价值。

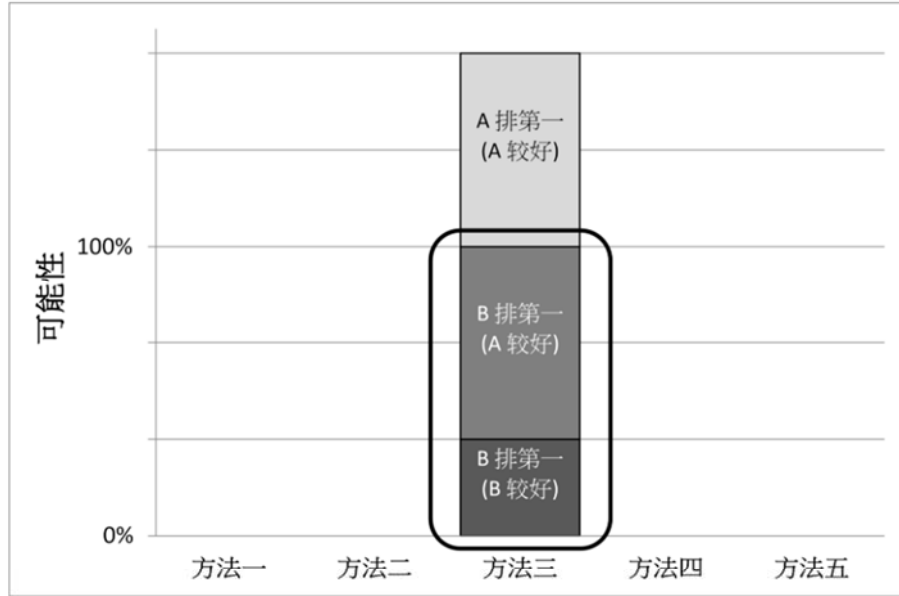
点击下面的“Next”进一步了解消费者的第二项任务。

Next

消费者的第二项任务：选择产品

沿用以上例子，专家选择了方法三，如果消费者选择付费查看排名结果，上页图三将会更新为下图四中的其中一图，以告知消费者哪个产品在该轮排名第一。





图四：产品排名显示示例

继续沿用以上例子，如果消费者没有选择付费查看排名结果，上页图三的柱状图将维持显示给消费者，不会有任何更新。

无论选择付费查看排名与否，消费者都需要在产品A和B中二选一。消费者做出产品选择后，该轮的所有任务将全部完成。

点击下面的“Next”了解产品专家在每轮实验的收益。

Next

专家在每轮实验的收益

所有参与者，不论是专家或消费者，其在实验中的收益将以实验币计算。实验币如何换算为现金报酬，将会在稍后说明。

在每一轮决策中，专家的收益取决于与其配对的消费者是否付费查看产品排名：如果消费者选择付费，专家将获得 300实验币；如果消费者不选择付费，专家将获得0实验币。

点击下面的“Next”了解消费者每轮实验的收益。

Next

消费者在每轮实验的收益

在每一轮决策中，消费者的总收益由三部分组成：

- 收获：所选择产品的价值。
如果选择产品A，消费者将获得100实验币；如果选择产品B，根据计算机抽取的价值，消费者将获得 0或250实验币。
- 收获：若选择了排名第一的产品所得的额外250实验币。
即使不查看排名，只要选择的产品最终排名第一，消费者依然可以获得这250实验币。
- 付费：若选择查看排名所支付的110实验币。

点击下面的“Next”了解每一轮决策结束时的结果反馈。

Next

结果反馈

每一轮决策结束后，计算机将向你总结该轮的结果，其中包括以下信息：

- 专家选择的排名方法
- 计算机抽取的产品B的价值
- 排名第一的产品
- 消费者是否选择查看排名
- 消费者选择的产品
- 你在本轮的收益

同时，你还可以看到之前所有轮次中关于以上结果的历史记录。

点击下面的“Next”了解实验的报酬。

Next

实验报酬

在完成所有轮次决策之后，计算机将从40轮结果中随机选取3轮，计算3轮实验币收益的平均值，作为你的决策收益。所以，从你自身收益出发，每一轮结果都一样重要，应该同等地认真对待。

你的决策收益将会以4实验币兑1元人民币，换算成你本次实验的现金报酬。此外，你还会收到人民币20元的定额参与费。

以上是全部的实验说明。为确保你对实验说明有充分理解，请完成一个简短的测验。测验成绩将不计入你的实验报酬。

点击下面的“Next”开始回答测验。

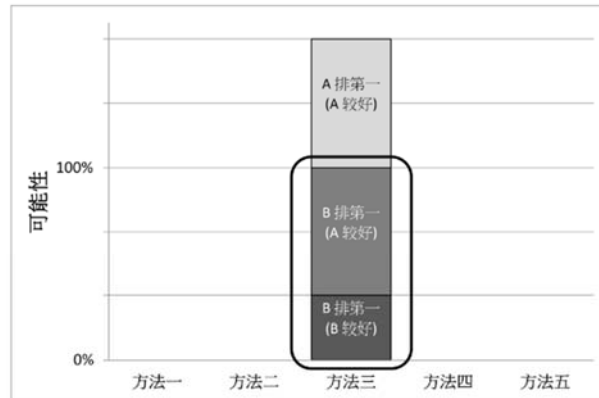
Next

测验

1. 如果产品B被抽取的价值为250，那么产品A较好。
 正确
 错误
2. 专家是在看到产品B的价值是0还是250之后，才选择排名方法。
 正确
 错误
3. 专家可以直接决定哪一个产品排名第一。
 正确
 错误
4. 如果没有付费去查看哪个产品排名第一，消费者将一定得不到那额外的250实验币。
 正确
 错误
5. 如果选择付费查看排名，消费者将一定能知道哪个产品较好（即产品B的价值是0还是250）。
 正确
 错误

6. 请看下图所展示的例子。专家选择了方法三，消费者选择了付费查看排名，而排名结果是产品B排名第一。下面关于较好产品可能性的表述哪项是正确的？

- a. 产品A一定 (100%) 较好。
- b. 产品B一定 (100%) 较好。
- c. 产品A和B有同等的可能性 (50-50%) 较好。
- d. 产品A有40%的可能性较好，产品B有20%的可能性较好。
- e. 产品A有66.67% (2/3) 的可能性较好，产品B有33.33% (1/3) 的可能性较好。



点击下面的 "Next" 查看你的测验结果。

Next

测验结果

以下是你的测验结果。

1. 如果产品B被抽取的价值为250，那么产品A较好。

- 正确
- 错误

回答不正确。价值高的产品较好，当B是250，高于A的100，于是B较好。

2. 专家是在看到产品B的价值是0还是250之后，才选择排名方法。

- 正确
- 错误

回答正确。

3. 专家可以直接决定哪一个产品排名第一。

- 正确
- 错误

回答不正确。专家不直接对产品进行排名。专家预先选择一个排名方法，然后让计算机执行该方法，结合产品B的价值自动进行排名。

4. 如果没有付费去查看哪个产品排名第一，消费者将一定得不到那额外的250实验币。

- 正确
- 错误

回答正确。

5. 如果选择付费查看排名，消费者将一定能知道哪个产品较好（即产品B的价值是0还是250）。

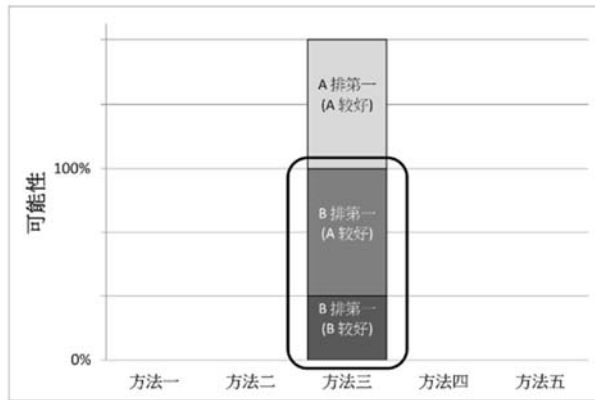
- 正确
- 错误

回答不正确。消费者只可以看到哪个产品排名第一，并不会被告知产品B被随机抽取的价值，即哪个产品较好。

6. 请看下图所展示的例子。专家选择了方法三，消费者选择了付费查看排名，而排名结果是产品B排名第一。下面关于较好产品可能性的表述哪项是正确的？

- a. 产品A一定（100%）较好。
- b. 产品B一定（100%）较好。
- c. 产品A和B有同等的可能性（50-50%）较好。
- d. 产品A有40%的可能性较好，产品B有20%的可能性较好。
- e. 产品A有66.67%（2/3）的可能性较好，产品B有33.33%（1/3）的可能性较好。

回答不正确。当专家选择方法三，在给定产品B排名第一的前提下，A较好的可能性是B的两倍，故答案为e。



下面将进入一轮决策练习，使你熟悉操作步骤。此练习轮次的结果不计入你的实验报酬。

点击下面的 "Next" 开始练习轮次。

Next

正式实验：第 1 轮，共 40 轮。

正式实验现在开始。这是第一轮决策，你的角色被计算机随机设定为 **产品专家**。计算机为你随机配对一名消费者。

点击下面的 "Next" 开始本轮的决策。

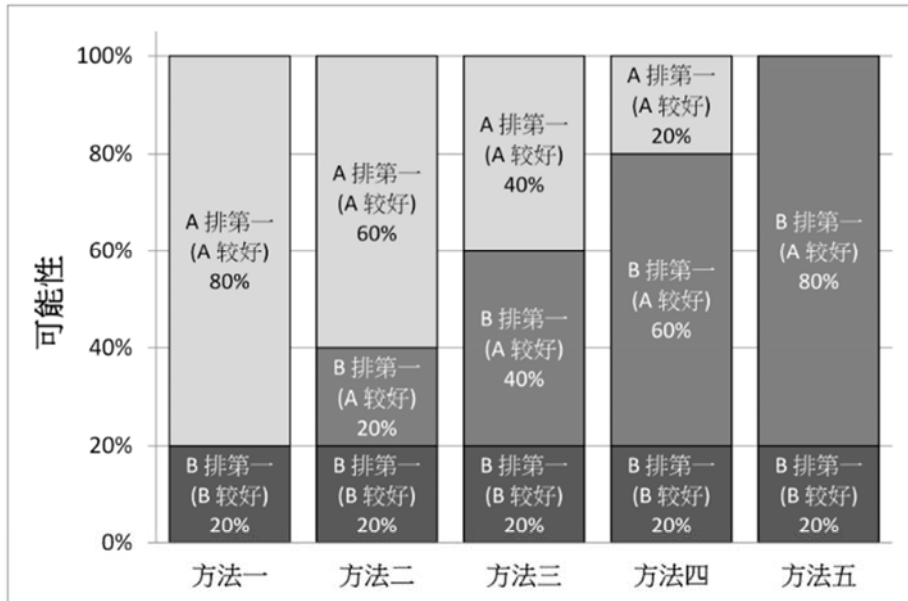
Next

选择产品排名方法

Time left to complete this page: 5:47

"排名方法"将决定产品排名结果的可能性。你需要在以下五种排名方法中选择一种。

五种排名方法所对应的不同排名结果及其可能性如下：



请选择一种排名方法。

- 方法一 方法二 方法三 方法四 方法五

点击下面的 "Next" 查看本轮的决策结果。

Next

备注一：在每一轮决策中，专家的收益取决于与其配对的消费者是否付费查看产品排名：如果消费者选择付费，专家将获得 300 实验币实验币；如果消费者不选择付费，专家将获得0 实验币实验币。

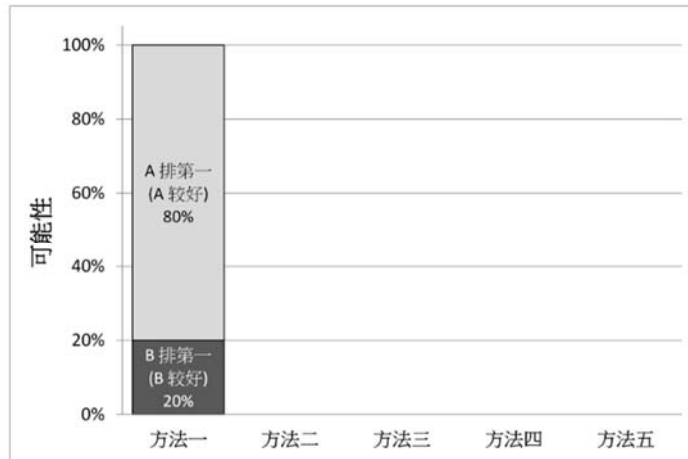
备注二：在每一轮决策中，消费者的总收益由三部分组成：

- 收获：所选择产品的价值。
如果选择产品A，消费者将获得100 实验币实验币；如果选择产品B，根据计算机抽取的价值，消费者将获得0 实验币或250 实验币实验币。
- 收获：若选择了排名第一的产品所得的额外250 实验币实验币。
即使不查看排名，只要选择的产品最终排名第一，消费者依然可以获得这250 实验币实验币。
- 付费：若选择查看排名所支付的110 实验币实验币。

选择是否付费查看产品排名

Time left to complete this page: 3:35

产品专家选择了排名方法一，所对应的不同排名结果及其可能性如下：



若你想进一步查看具体的排名结果，需支付 110 实验币。

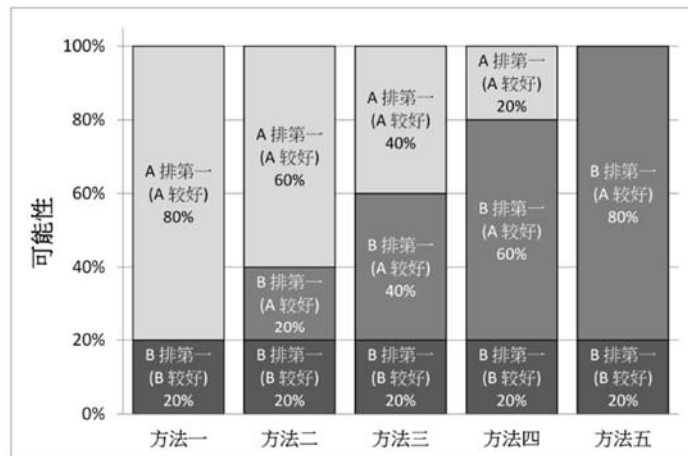
你是否选择付费查看产品排名的结果？

- 付费查看
 不查看

点击下面的 "Next" 去选择产品。

Next

备注一：“排名方法”将决定产品排名结果的可能性。全部的五种排名方法所对应的不同排名结果及其可能性如下：



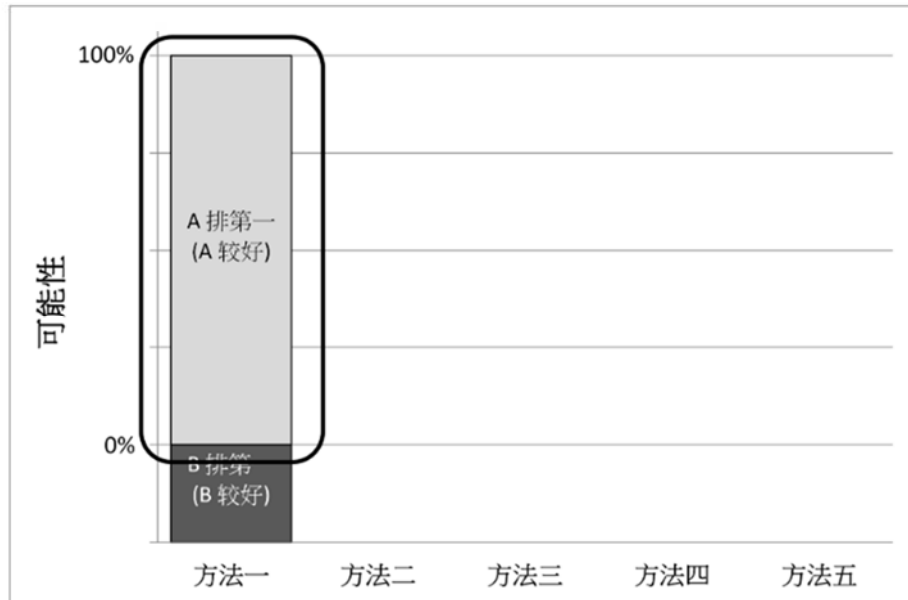
备注二：在每一轮决策中，消费者的总收益由三部分组成：

- 收获：所选择产品的价值。
如果选择产品A，消费者将获得100 实验币实验币；如果选择产品B，根据计算机抽取的价值，消费者将获得0 实验币或250 实验币实验币。
- 收获：若选择了排名第一的产品所得的额外250 实验币实验币。
即使不查看排名，只要选择的产品最终排名第一，消费者依然可以获得这250 实验币实验币。
- 付费：若选择查看排名所支付的110 实验币实验币。

选择产品

Time left to complete this page: 5:46

你选择了 付费查看，产品排名结果是 产品 A 排第一，如下图所示：



接下来你需要在产品A和B中选择一个产品，这将影响你本轮决策的收益。

你选择哪个产品？

- 产品 A
- 产品 B

点击下面的 "Next" 去查看本轮决策的结果。

Next

备注：在每一轮决策中，消费者的总收益由三部分组成：

- 收获：所选择产品的价值。
如果选择产品A，消费者将获得100 实验币实验币；如果选择产品B，根据计算机抽取的价值，消费者将获得0 实验币或250 实验币实验币。
- 收获：若选择了排名第一的产品所得的额外250 实验币实验币。
即使不查看排名，只要选择的产品最终排名第一，消费者依然可以获得这250 实验币实验币。
- 付费：若选择查看排名所支付的110 实验币实验币。

本轮决策结果

Time left to complete this page: 2:34

做为**产品专家**，你在本轮选择了排名**方法一**。

计算机抽取的**产品B**的价值为**0 实验币**，**产品排名结果** 为**产品 A 排第一**。

消费者选择了 **付费查看** 产品排名结果。

因此，你在本轮的**收益**是**300 实验币**。

点击下面的 "Next" 开始下一轮决策。

Next

本轮决策结果

Time left to complete this page: 2:03

做为**产品专家**，你在本轮选择了排名**方法三**。

计算机抽取的**产品B**的价值为**250 实验币**，**产品排名结果** 为**产品 B 排第一**。

消费者选择了 **付费查看** 产品排名结果。

因此，你在本轮的**收益**是**300 实验币**。

以下是之前轮次的历史记录。

轮次	你的选择			消费者的选择		你的收益
	排名方法	产品B的价值	产品排名结果	查看排名	产品二选一	
1	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
2	方法三	0 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
3	方法三	0 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
4	方法三	250 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
5	方法三	250 实验币	产品 B 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
6	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
7	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
8	方法三	250 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
9	方法三	0 实验币	产品 B 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
10	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	不查看	产品 A	0 实验币

11	方法三	0 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
12	方法三	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
13	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
14	方法三	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
15	方法三	250 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
16	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
17	方法五	0 实验币	产品 B 排第一	不查看	产品 B	0 实验币
18	方法五	0 实验币	产品 B 排第一	不查看	产品 B	0 实验币
19	方法五	0 实验币	产品 B 排第一	不查看	产品 B	0 实验币
20	方法五	250 实验币	产品 B 排第一	不查看	产品 B	0 实验币
21	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
22	方法三	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
23	方法三	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
24	方法三	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
25	方法三	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
26	方法三	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
27	方法三	0 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
28	方法三	250 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
29	方法三	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
30	方法三	250 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币

31	方法三	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
32	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
33	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
34	方法三	0 实验币	产品 B 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
35	方法一	250 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
36	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	付费查看	产品 A	300 实验币
37	方法一	0 实验币	产品 A 排第一	不查看	产品 A	0 实验币
38	方法三	0 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
39	方法三	250 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币
40	方法三	250 实验币	产品 B 排第一	付费查看	产品 B	300 实验币

点击下面的 "Next" 开始下一轮决策。

Next