
新研究揭示黄体期“食物探索”的行为

作者：writer 来源：科学网

本文原地址：<https://www.iikx.com/news/progress/32425.html>

本文仅供学习交流之用，版权归原作者所有，请勿用于商业用途！

新研究揭示黄体期“食物探索”的行为。汕头大学商学院讲师徐婷团队同合作者在女性消费行为研究领域取得重要突破。他们首次发现，与卵泡期相比，女性在黄体期因感知食物短缺而更加偏好新奇食物，并揭示了孕酮激素与新奇食物偏好之间的正向预测作用。近日，相关研究成果发表于《心理学报》。

女性群体在经济消费中占据着举足轻重的地位。随着女性消费能力的不断增强，其在经济消费中的地位日益凸显。然而，在众多影响女性消费决策的因素中，生理周期这一稳定、周期性变化的重要生理因素，却常被忽视。徐婷团队的研究，正是从这一角度出发，试图揭示女性生理周期与新奇食物偏好之间的内在联系。

该研究聚焦在女性生理周期对新奇食物偏好的影响，试图从进化心理学的视角寻找影响女性消费新奇食物的生理因素，以拓展现有围绕生理周期对女性消费行为影响的研究理解。

研究团队通过九项精心设计的实验，包括线上实验、实验室唾液激素检验以及线下实地调查，验证了处于黄体期的女性更加偏好新奇食物的核心效应。他们发现，这一效应是由于女性在黄体期容易感知到食物短缺而引发的。同时，研究揭示了伴随女性体内孕酮激素分泌的增加（在黄体中期激素水平达到峰值），女性对新奇食物的偏好会增长。

这一发现不仅拓展了生理周期与食物消费的研究至新奇食物领域，还揭示了黄体期食物探索的行为特点。研究指出，女性在黄体期会表现出对食物短缺的感知，这是一种与生存相关的进化适应行为特质，有助于她们在繁衍后代和延续基因方面增加成功机会。

此外，研究发现了影响新奇食物偏好的新生理因素——生理周期，为新奇食物偏好的影响研究提供了新的视角。以往研究更多关注新奇食物特质、个体因素等角度，而本研究则聚焦于女性生理周期这一稳定变化的周期性因素，为新奇食物的推广提供了精准的市场策略。

该研究成果不仅丰富了女性消费行为的理论体系，也为新奇食物的推广和市场营销策略提供了科学依据。论文通讯作者徐婷表示，在应用方面，研究成果对新奇食物消费具有实践指导意义。

随着生理周期应用程序的普及，营销人员可以通过与这些平台合作，对处于黄体期的女性消费者有针对性地投放新奇食物的广告。同时，商家还可以设计激发食物短缺感知的沟通提示或场景，增加处于黄体期的女性消费者对新奇食物的兴趣。然而，在推广新奇食物时，商家也应谨慎对待其风险属性，避免突出食物可能存在的风险，以确保新奇食物的安全感知。

徐婷表示，未来，研究团队将继续围绕生理周期对女性消费决策的影响展开探索，进一步揭示女性生理周期与消费行为之间的内在联系。（来源：中国科学报 朱汉斌）

相关论文信息：<https://doi.org/10.3724/SP.J.1041.2025.0860>

作者：徐婷等 来源：《心理学报》

更多 科学进展 请访问 <https://www.iikx.com/news/progress/>

本文版权归原作者所有，请勿用于商业用途，[爱科学iikx.com](https://www.iikx.com)转发