马太效应(Matthew Effect),是指好的愈好,坏的愈坏,多的愈多,少的愈少的一种现象。尤其在软件技术、电子技术等关键领域,核心技术更是企业生存和发展的命脉。

直至目前,一些科技发达国家及跨国公司仍凭借对很多领域技术标准的控制,左右着产业格局的变化。因此,企业只有极力创新、参与制定具有自主知识产权的标准,占据品牌资本,才可能在自身领域占领技术制高点,获得市场竞争优势。

出现的原因:网民对于最早结识的新生事物的使用产生习惯性和巨大的粘性。这些消费者很难再转到其他类似的、后续出现的事物上。由于人们的心理反应和行为惯性作用的影响,一旦某种虚拟产品取得垄断地位，那么就很难再出现具备竞争力的竞品。