马太效应在虚拟世界中的表现是怎么样的，及其出现的原因

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。

股市马太效应

股票价格水平的升降与股市的增量资金数额（新入市或出市资金）和存量资金的周转速度成正相关关系，与股市的增量股票数额（新上市或离市股票）和存量股票的周转速度成负相关关系。市场资金的增加和周转速度的加快表现为需求的扩张，市场股票的增加和周转速度的加快表现为供给的扩张。

同普通商品市场一样，在同一价格变动的调节下，股票市场的需求与供给呈逆向或不对称性变动。同普通商品市场相反，股票市场的价格机制对需求和供给都具有一种正反馈性的激励功能。这种价格正反馈机制总是强化着供给与需求的逆向变动趋势，从而拉大或维持着供求不平衡关系。因此，在股票市场上，价格的上升会推动价格的上升；相反，价格的下跌则会导致价格的进一步下跌。换言之，股票市场的内在机制以一种特殊的马太效应方式表现出来，它直接导致了股票价格背离基本价值而大升深跌、暴升暴跌。

由于马太效应及股价的超常涨跌是股票市场内在运作规则的结果，因而它也就成为股票市场的必然的、常规性的运作形式。股票市场必然有投机、必然超常动荡，因而股票市场永远是一个可以博取差价的场所。

股市在经历了一轮或强或弱的马太式不平衡循环后，可能会进入另一个反向马太循环过程，也可能进入暂时平衡状态。使一轮马太循环中止的原因，如果是价格升涨的中止，通常是因为后续资金量枯竭、高价位所形成的高市场风险、突发利空消息刺激和累积获利筹码过多等等；如果是价格下跌的中止，则多是因为价位进入投资价值区域、突发利多消息刺激、累积套牢筹码过多过深等等。

品牌资本的马太效应

品牌资本的马太效应是指，某个行业或产业的产品或服务，品牌知名度越大，品牌的价值越高，其忠实的消费者就越多，势必其占有的市场份额就越大。反之，某个行业或产业的产品或服务，品牌知名度越小，品牌的价值越低，其忠实的消费者就越少，势必其占有的市场份额就越小，将导致利润减少，被市场淘汰，其让位的市场将会被品牌知名度高的产品或服务代替。

马太效应（Matthew Effect），在品牌资本领域内就是普遍存在的市场现象：强者恒强，弱者恒弱，或者说，赢家通吃。

在游戏圈中的马太效应

玩游戏时少能见到以弱胜强或以小博大的例子，这是因为新玩家刚入门时，一般只有很少的资源，与老手相比处于绝对的劣势，且由于经验与技术的不足，在与高手对战时高手往往能取得最后的胜利，这也是马太效应的一种体现。马太效应一般发生在游戏领域，在网络游戏中也有体现，但是由于玩家水平的差距，弱者往往难以在强手如林的游戏中生存下来。而随着玩家水平差距的扩大，游戏中的“马太效应”将会愈加明显。

出现的原因:是由网民对于最早结识的新生事物的使用产生习惯性,显示出巨大的粘性。这些消费者很难再转到其他类似的、后续出现的事物上。由于人们的心里反应和行为惯性作用的影响,在一定情况下,会出现强者越强,弱者越弱的趋势。