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。即两极分化现象。来自于圣经《新约·马太福音》中的一则寓言。  
  
 1968年,美国科学史研究者罗伯特莫顿（Robert K. Merton)提出这个术语用以概括一种社会心理现象: "相对于那些不知名的研究者,声名显赫的科学家通常得到更多的声望即使他们的成就是相似的，同样地，在同一个项目上，声誉通常给予那些已经出名的研究者，例如，一个奖项几乎总是授予最资深的研究者，即使所有工作都是一个研究生完成的。此术语后为经济学界所借用，反映贫者愈贫，富者愈富，赢家通吃的经济学中收入分配不公的现象。

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: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。