**马太效应：**

一种强者愈强、弱者愈弱的[现象](https://baike.baidu.com/item/%E7%8E%B0%E8%B1%A1/2808631" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)，广泛应用于[社会心理学](https://baike.baidu.com/item/%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%BF%83%E7%90%86%E5%AD%A6/80310" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)、[教育](https://baike.baidu.com/item/%E6%95%99%E8%82%B2/143397" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)、[金融](https://baike.baidu.com/item/%E9%87%91%E8%9E%8D/860" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)以及[科学](https://baike.baidu.com/item/%E7%A7%91%E5%AD%A6/10406" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)领域。

圣经《新约•马太福音》中的一则寓言——从前，一个国王要出门远行，临行前，交给3个仆人每人一锭银子，吩咐道:“你们去做生意，等我回来时，再来见我。”国王回来时，第一个仆人说:“主人，你交给我的一锭银子，我已赚了10锭。”于是，国王奖励他10座城邑。第二个仆人报告:“主人，你给我的一锭银子，我已赚了5锭。”于是，国王奖励他5座城邑。第三仆人报告说:“主人，你给我的1锭银子，我一直包在手帕里，怕丢失，一直没有拿出来。”于是，国王命令将第三个仆人的1锭银子赏给第一个仆人，说:“凡是少的，就连他所有的，也要夺过来。凡是多的，还要给他，叫他多多益善。”这就是“马太效应”，反映当今社会中存在的一个普遍现象，即赢家通吃。表面看起来“马太效应”与“平衡之道”相悖，与“[二八定则](https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%8C%E5%85%AB%E5%AE%9A%E5%88%99/10707096" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)”类似，但是实则它只不过是“平衡之道”的一极。

马太效应是[社会学家](https://baike.baidu.com/item/%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E5%AD%A6%E5%AE%B6/1216425" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)和[经济学家](https://baike.baidu.com/item/%E7%BB%8F%E6%B5%8E%E5%AD%A6%E5%AE%B6/17464" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)们常用的[术语](https://baike.baidu.com/item/%E6%9C%AF%E8%AF%AD/3038697" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)，它反映着富的更富、穷的更穷，一种两极分化的[社会现象](https://baike.baidu.com/item/%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E7%8E%B0%E8%B1%A1/6139891" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)。

其表现了随着时间，事物的发展和变化，两极分化越来越严重的现象。就像资本的演化和发展，当原始资本积累起来的时候，原始资本的获得者将通过原始资本得到更多的资本。但是，新资本由于势力的弱小很难挤入老资本的市场和势力范围。新老交替越来越缓慢直至停止，就出现了马太效应。新资本难以涌入导致新兴力量不足，但是老资本依旧在拓宽业务，将掠夺普通的和新兴资本，出现强者越强，弱者越弱的情况。并且将固化阶级，达到难以逾越的程度。

但马太效应不能只从一个角度思考问题，其还有很多值得思考的地方：

1. 既有消极作用又有积极作用，在相对多的领域里压制和埋没了才华出众的个体与集体，更多地学者与专家强调的更多的也是“马太效应对社会的负面影响”以及“如何避免和减小弱者愈弱的各领域社会现象”。  
     
   第二、该理论缺乏辩证思维——只看到事物发展的短期趋势，不能用于分析事物发展的长期趋势，因为只反映了数量方面的变化，而忽视了性质的变化。

马太效应在互联网上的体现：

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。

用户数量的变化就像品牌作用，在老的品牌成型后，新的品牌就很难进驻市场。在老的品牌逐步抢占市场份额时，也在剥削新的市场的存在资格。循环以往，逐步就形成了符合马太效应的效果。老的，强的品牌越来越强大，而小的弱点品牌越来越弱小。

品牌资本的核心价值是标准和技术，衍生的价值为消费者对品牌的认可和品牌营销系统的构建。

最高形态的资本是企业品牌价值；无形形态的资本是企业知识产权的价值；固化形态的资本是企业的机器设备和不动产。对于企业来讲，一流企业出标准，二流企业出技术，三流企业出产品，四流企业出效益。

企业惟有借助[航空母舰](https://baike.baidu.com/item/%E8%88%AA%E7%A9%BA%E6%AF%8D%E8%88%B0" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)般的“品牌资本”在行业中利用制订标准和塑造企业品牌形象，才能立于不败之地。

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。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。

[高通](https://baike.baidu.com/item/%E9%AB%98%E9%80%9A" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)、微软、日本6C联盟都是凭借标准制胜中国市场的典型。CDMA相关技术在高通的运作下成为其所掌握的专利和国际标准，所有生产CDMA相关通讯产品的企业都必须向高通交纳CDMA的入门费和使用费，高通由此一跃成为坐拥标准、日进斗金的跨国企业。

[星巴克](https://baike.baidu.com/item/%E6%98%9F%E5%B7%B4%E5%85%8B" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)公司品牌资本的马太效应创造了成功的奇迹，在华尔街，星巴克早已成为投资者心目中的安全港，过去十年间，它的股价在经历了四次分拆之后攀升了22倍，收益之高超过了通用电气、[百事可乐](https://baike.baidu.com/item/%E7%99%BE%E4%BA%8B%E5%8F%AF%E4%B9%90/184081" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)、[可口可乐](https://baike.baidu.com/item/%E5%8F%AF%E5%8F%A3%E5%8F%AF%E4%B9%90/182363" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)、微软以及IBM等大公司。将星巴克一手带大的[舒尔茨](https://baike.baidu.com/item/%E8%88%92%E5%B0%94%E8%8C%A8" \t "https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%A4%AA%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)回答了是什么创造了星巴克奇迹：“我们的最大优势就是与合作者们相互信任，关键问题在于我们如何在高速发展中，保持企业价值观和指导原则的一致性。”

和品牌的马太效应类似，互联网也存在马太效应。这不仅体现在资本的力量上，有资本的更容易产生资本，因为其强有力的基数。同时，也因为其在市场上有更强大的力量，在不断削减小企业的力量，此消彼长之间。强者越强，弱者越弱。而更强大的资本带来更强大的传播能力和数据收集能力，甚至是更强大的科技创新能力，要知道，一个环境的发展已经转变为科技能力的提升，而不像是小农经济社会和封建社会那种封闭的环境圈。

我们每天都产生海量的数据，强大的互联网公司可以更加高效的收集，处理和利用这些数据。达到其希望达到的效果。同时互联网公司也在虚拟世界分割这些这些数据领地并互相抢夺。就像几大电商公司，它们每天都在分析，处理用户的浏览记录，注册信息。达到他们呢更像达到的效果，精准推送和智能推送，让人们更愿意在它们的平台上购买物品，它们通过用户的消费能力，年龄，浏览物品等，区分用户的消费水平，根据消费水平推送不同的物品。甚至根据用户的不同，对同一商品进行不同的定价，以其消费水平和对物品的需求程度阶梯定价，甚至产生杀熟的行为。正所谓，得数据者得天下。互联网公司可能会通过外包公司，第三方公司等途径和渠道，通过其它的方面获取用户的数据，有些甚至是不合法的。这导致在数据领域的不合理竞争，小公司和小企业很难在大企业的争夺中生存。

对用户数量也是如此，因为惯性思想，用户一旦获得对某些网站，应用和平台的依赖心理，就很难再转变去其它的平台完成相同的任务。而且用户数量大的网站和平台也很容易获得更大的资本来进行运转，通过更多的科技和人力，物力对用户分析，并对用户精准投放广告甚至是进行诱导行为。达到对用户吸引的正反馈。在一些应用领域，游戏等尤为明显。人们在习惯某个应用，或者依赖某种游戏时，哪怕其很难再对某些群体产生吸引，在其产生新的变化的时候，用户总是不自觉的去关注。在其变化重新吸引到用户时，他们有会重复使用这些应用和平台。就像红遍大疆南北的游戏《王者荣耀》，它的下载量远超中国网民的数量，在其热度不显势头的时候，它仍保持盈利和较高的活跃度。正符合了强者更强的效应。

对于大部分用户来说，如今庞大的数据流让他们深陷于信息的泥沼，一个适合的，习惯性的应用或者平台让他们产生依赖并且难以割舍。新应用的熟悉和学习成本更是难以避免的部分。这也是大部分同类应用采用类似的gui或者组成部分的原因。对于这些应用，用户可以说是难以割舍。但是，这些已经有庞大用户基础的应用为了防止因快速的发展而导致的信息和代数的落后，其将会用更多的人力物力对科技进行发展。有些企业甚至会用其资本，科技的话语权强行抢夺小企业的份额。就像腾讯公司对于其它游戏小厂商的打压，通过兼并收购的方式将优秀的创意占为己有，如果开发者，创意工程师不愿意交出创意。其将使用更多的资本对其进行对抗，通过雄厚的资本和财力将小企业逼出这部分市场，并将市场据位己有，甚至达到另类的垄断。

在最近，国内的英雄联盟手游上线，作为00后的一款记忆深刻的游戏，其预约的火爆程度直接冲击了腾讯，让其绷紧了神经。同时推出了一系列活动对用户进行捆绑操作。这也正是马太效应里弱者越弱的体现.

在虚拟世界里,马太效应和显示不是很一样,具有不同的性质,它不完全遵守强者越强,弱者越弱的准则,又完全符合不进化就会被淘汰的局面.无论基础多么雄厚,积淀多么深的企业,如果不对其占有领域进行维护,并对未来的未知领域进行创新,就一定会被新兴的企业或者用户淘汰.这可能发生在一夜之间.

创新和创意可以说是在虚拟世界,互联网公司中真正的的马太效应,只有创新和创造力真正贯彻始终.就像一夜爆火的抖音和逐渐被人遗忘的瑞星,创新才会被记住,而一旦止步于创新,就会被缓慢的淘汰.