马太效应在虚拟世界中的表现是指在网络上，一些先入为主的、知名的、有优势的事物或者人物会吸引更多的关注、资源和利益，而一些后来的、不知名的、弱势的事物或者人物则会被边缘化、忽视或者淘汰。这种现象会导致虚拟世界中的不平等和两极分化，也会影响现实世界中的社会、经济和文化的发展。

虚拟世界中，马太效应也可以以各种方式表现出来，例如：  
 1、数字赋权对中国城乡人力资本积累及其差距的影响。根据孙等人（2023）的研究，数字赋权显著推动了中国城乡地区的人力资本积累，但同时也加大了城乡之间的差距。该研究还发现，数字化对城乡人力资本差距的马太效应在女性群体、高等教育人口和大家庭规模中相对较大¹。  
 2、观察到的中国社会科学和人文科学研究的集中和分散现象。余和舒（2023）的研究比较了中国社会科学引文索引（CSSCI）和社会科学引文索引（SSCI）中发表的论文数量，发现精英大学与非精英大学在SSCI中发表的论文比例已经下降，而在CSSCI中则有所增加。该研究还注意到，高等教育机构在SSCI中的赫芬达尔-赫希曼指数值呈下降趋势，而在CSSCI中则呈上升趋势，表明CSSCI中的集中度和不平等程度更高²。  
 3、财富不平等与金融发展之间的关系。Borio等人（2023）的论文研究了财富不平等与金融发展之间的关系，并认为马太效应可能源于金融创新、金融自由化和金融危机的相互作用。该论文还提出，金融发展对财富不平等可能产生正面和负面影响，具体取决于金融服务的性质和质量³。  
 4、关键光环效应和马太效应对产品在线口碑的影响机制。李等人（2023）的研究探讨了考虑在线商店感知服务质量（PSQ）的调节作用后，关键光环效应和马太效应对产品在线口碑（OWM）的影响机制。该研究提出了一个研究模型和电子商务平台场景中光环效应和马太效应的影响因素，并发现关键光环效应和马太效应对产品OWM有显著的正面影响，而且商店信任可以增强关键光环效应和马太效应对产品OWM的影响。

马太效应在虚拟世界中出现的原因有以下几个方面：  
 1、网民的使用习惯和粘性。由于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。例如，一些早期的搜索引擎、社交媒体、电商平台等，由于占据了先发优势，就能吸引和留住大量的用户，形成了庞大的用户群和市场份额，而后来者则很难打破这种垄断和壁垒。  
 2、人们的心理反应和行为惯性。由于人们的心理反应和行为惯性的影响，在一定情况下，会出现强者越强，弱者越弱的趋势。例如，人们往往会对热门的、被推荐的、被认可的事物或者人物产生更多的兴趣和信任，从而增加他们的点击量、关注度、评价等，进而形成正向的反馈循环，使他们的优势更加巩固和扩大。而相反，人们对于冷门的、被忽视的、被质疑的事物或者人物则会产生更多的冷漠和怀疑，从而降低他们的曝光度、影响力、评价等，进而形成负向的反馈循环，使他们的劣势更加明显和加剧。  
 3、网络平台的算法和机制。由于网络平台的算法和机制的设计，也会在一定程度上加剧或者缓解马太效应的发生。例如，一些平台会根据用户的喜好、历史记录、地理位置等因素，为用户提供个性化的推荐和内容，从而增加用户的满意度和黏性，但也可能导致用户陷入信息茧房，无法接触到更多的、更广的、更多样的信息和观点。而另一些平台则会尝试打破信息的同质化和单一化，为用户提供更多的、更广的、更多样的信息和观点，从而增加用户的知识面和视野，但也可能导致用户感到信息的过载和混乱。

信息来源：维基百科，newbing，MBA智库百科，百度。