马太效应（Matthew Effect）是一个由社会学家罗伯特·K·默顿于1968年提出的概念，其名称来源于《圣经》中的《马太福音》，它描述了一种常见的社会心理现象，即优势往往会产生更多的优势。默顿在回顾诺贝尔奖得主的访谈时发现，在对科学贡献的分配上，荣誉和认可总是倾向于给予那些功成名就的科学家。“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。”事实上，许多诺贝尔奖得主承认，他们在与不那么知名的同事合作时获得了与自身贡献不相匹配的非常高的认可；有些人有时甚至拒绝给合作作品署名以便将荣誉重新分配给他们的同行。

马太效应随后也被用于概括教育、经济、政治等领域的相关社会现象，即已经处于优势地位的个体会因此而获得更多的优势，而处于劣势地位的个体则会因此变得更加劣势。“马太效应”与“平衡之道”相悖，与“二八定则”有相类之处，是十分重要的自然法则。

马太效应在虚拟世界中的表现是好的愈好，坏的愈坏，多的愈多，少的愈少。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。