

大家好，关于罗永浩否认元宇宙很多朋友都还不太明白，不过没关系，因为今天小编就来为大家分享关于罗永浩对话罗振宇的知识点，相信应该可以解决大家的一些困惑和问题，如果碰巧可以解决您的问题，还望关注下本站哦，希望对各位有所帮助！

本文目录

- [1. 罗永浩杀回“元宇宙”，行业“冥灯”还是明灯？](#)
- [2. 罗永浩为什么带货能力那么强？](#)
- [3. 最近人民日报评论，万物皆可“元宇宙”。你的理解是什么？](#)
- [4. 罗永浩写过哪些优秀文案？](#)

罗永浩杀回“元宇宙”，行业“冥灯”还是明灯？

感谢提问：

虚拟“元宇宙”只是资本孵化的另一只“敛财鸡”。

唯物主义，承认世界是可知的，但是否认有全知者存在。唯物主义认识到上述论断包含矛盾，但是不试图解决这个矛盾，而是把它承认下来。一神论也承认矛盾是存在的。根据本原数目的不同，唯物主义分为两种，一元论和二元论。一元论的唯物主义只承认物质一个本原，也称之为机械的唯物主义。二元论的唯物主义承认物质和运动两个本原，也称之为辩证的唯物主义。辩证的唯物主义没有区分自然的运动和人的运动，对人的运动也不作生产、实践和思辨的区分，认为它们在本质上一样的，可以用时间作为尺度统一衡量。

唯心主义，主张理念是世界的第一性质，物质是世界第二性质。

生命，被赋予了繁殖能力+生长周期+小部分损伤自愈功能的自然物质组合形态，自然创造生命物质之时并没有锁死生命的成长轨迹，每种自然生命除了基本成长形态、体貌特质、营养补给途径，真实的生长状况仍然需要生命个体诞生之后自主适应。因此，每种自然生命个体出生之后都必须从零摸索或者从父母辈那里模仿借鉴综合生存能力，比如植物种子只能完全自立摸索生存、胎生哺乳动物则完全依赖通过模仿父母辈的生活方式获得独立生存能力。

《论语》：子曰：“先进于礼乐，野人也；后进于礼乐，君子也。如用之，则吾从先进。”孔子说：“先学习了礼乐而后做官的，是原来没有爵禄的平民；先做了官而后学习礼乐的，是卿大夫的子弟。如果让我来选用人才，那么我赞成选用先学习礼乐的人。”

大禹是治水、秦国蜀郡太守李冰是水利工程专家、嬴政是中国大一统王朝开篇之君、孔子+老子是华夏文明进化历程中的大师、鬼谷子+周公是古代谋略大师、商鞅+王安石是古代社会治理结构设计专家、白起+韩信是古代著名军事指挥家、神农氏+袁隆平是著名农业专家.....人类在漫长的生存进化实践中成就了各行各业的伟人专家。但是，也出现了许多依靠阅读成长起来的“伪专家”，比如“纸上谈兵”的赵括+马谡、“不击半渡”的宋襄公、“何不食肉糜”的晋惠帝司马衷等等。

物质是宇宙存在的基础，生命源于物质的特殊组合、是地球表面物质循环体系中的基本成员，自然生命物质需要依赖非生命物质提供养料、生命物质最终会复归非生命状态。吃饭、穿衣、住房、劳动是人类维持生存的基础，也是人类社会现代文明的基础。因此，文明时代的人类个体一旦无法通过劳动获得足够生活资源，TA就会陷入生存危局。并且人类社会消费财富聚集程度越高，相同量级的人类社会消费财富能够滋养的人数越少。

地球是目前宇宙中唯一可供养活人类的地方，所谓人造“元宇宙”只不过是虚拟电游的升级版、一票继续愚弄贫民的“过家家”儿戏罢了。因为，人造虚拟“元宇宙”只会让越来越多人“玩物丧志”，成为人造“元宇宙”拥有者的奴隶。最简单的道理，电源开关、代码编写规则、场境互动规则等全都被人为控制，有怎么能说是绝对去中心、被控制的呢？

国考&考研热、快递&外卖人头攒动、农业&制造实业门可罗雀、市场经济繁荣国家纷纷陷入人口低生育“泥潭”.....过度虚幻、以货币增量为依托、乘附带动力智能机械东风实现快速发展的现代人类社会正变得“危机四伏”。因为，一方面，人类个体必须通过劳动创造收获维持生命活动的基础养料，城镇化之后没有职业工作机会的人们养活自己都难；另一方面，资本持有者期望借助附带动力机械替代人类劳动，以促成自控资本总量快速增长。所以，虚拟“元宇宙”只是资本孵化的另一只“敛财鸡”，每个人都需要对它有相对客观公正的认知，切勿对它“趋之若鹜”、最后成了资本的“韭菜”。

罗永浩为什么带货能力那么强？

罗永浩为什么带货能力那么强?先来看一看他在直播界展示出来的实力。

罗永浩是谁？

中国第一代网红，商界的情怀大佬，锤子科技的创始人。2020年，罗永浩进军直播带货行业。

1、1天时间1个视频涨粉百万

2020年4月1日晚8点是罗永浩的直播首秀，而在首秀前，罗永浩在某音发布的第一条视频，以交个朋友科技首席推荐官的身份入驻某音，就一天的时间涨粉百万。妥妥的网络大咖。

2、直播首战的成绩

三小时，1.1亿支付交易总额，订单量高达90万，累计超4800万人观看，这就是罗永浩直播首战的业绩，可谓是惊为天人。

3、5月8日直播带课成绩，10秒5000分售罄

5月8日晚，字节跳动旗下在线教育某产品亮相罗永浩抖音直播间，5000份产品上架后不到10秒售罄。

罗永浩，非同常人

罗永浩在短时间内瞬间成为直播界的佼佼者，他带货能力为什么这么强呢？个人觉得有这么几点。

1、一个被创业耽误的相声演员

相信很多人看过罗永浩在创立运用锤子科技时期的发布会，那口才，那控场能力简直就是一场单口相声表演，其个人强大的口才能力，很适合做直播行业。

2、强大的个人IP

在罗永浩做直播之前，其早就活跃于网上，早就已经是一个大网红。他的一个网上视频相信大家很多都看到，就是那个“中杯，大杯，特大杯”那个梗，那个自扇耳光的镜头至今让人印象深刻。

同时，罗永浩和方舟子之间的爱恨情仇，恩恩怨怨也早在网络上大火。罗永浩本身在网络上就已经拥有强大的IP。

3、官方的支持

罗永浩直播带货的成功，绝对离不开官方的支持的。

作为交个朋友科技首席推荐官，在某音上上罗永浩首秀就拿到了过亿的销售额，这个当然离不开官方前期的宣传和造势，官方的大力推动，很多程度上推动了罗永浩

直播的成功。

总结来说，罗永浩直播带货前就是一个大网红，不像有些带货直播是在带货届一步一步火起来，罗永浩是进直播前就是网络大红人。其实带着主角的光环进入直播界

。

凭借着其出众的实力，放下面子去赚钱，经历过大风大浪，永不服输，相信罗老师在直播界能越来越好。

最近人民日报评论，万物皆可“元宇宙”。你的理解是什么？

好像是人民日报评论员对于近期很多企业蹭元宇宙热点，制造泡沫，以“万物皆可元宇宙”进行讽刺，适时降温而提醒投资者。你这掐头去尾一闹，就成断章取义了

。

元宇宙肯定是移动互联网后的发展方向。世界如此美好，是因为无数梦想在点缀。让梦想照进现实，需要打开元宇宙的大门。

元宇宙就是要充分发挥意识的能动作用，将虚拟世界与现实世界融合。比如，逛网店买衣服，当你穿戴好元宇宙设备，你在网上商场试衣服，就跟现实世界试衣服体验一样；当你想买某套房，足不出户，戴上沉浸式设备，就跟去实地考察一模一样。由此，我认为元宇宙就是物质与意识的融合，将开启一个新的时代。

罗永浩写过哪些优秀文案？

008年，在经历了新东方讲师、牛博网创始人之后，老罗英语培训学校开始营业。直到现在的锤子科技，罗永浩一直善于用情怀包装自己和产品，一份又一份的文案背后都是触动人心的故事。这里不讨论老罗是不是一个“文艺骗子”，只是欣赏一下这些“高逼格”文案，也给广大苦逼的文案工作者一些启示。

老罗英语培训班文案

只用了六个月

我们就把一个打小学习不靠谱的摇滚乐手

折磨成了一个英语教师

搞定踏实本分的上班族的你

我们简直不能更有信心了

零基础英语学习小组

只会26个字母就可以参加的英语学习班

你已经多少次下定决心学好英语又半途而废了

跟不屈不挠的人在一起

坚持到底的可能性大一些

到上面这些广告陆续推出来的时候，老罗内心已经很清楚自己要经营的是哪一拨目标粉丝，也已经有意识在塑造品牌的形象了。这种用广告经营“目标粉丝”的行为，到下面这个“如厕”系列出来的时候，达到了顶峰。

到了锤子手机，逼格更高：

这个系列的文案流露出老罗浓浓的自恋感，给很多人落下了口舌。

到了坚果手机，真是不像实力派：

不得不说，老罗也许没有做好手机，但基本做好了文案。

那些年，罗永浩给锤子写的文案

那些年老罗给锤子写的文案，秒杀众多广告人

为了扒锤子的广告，把老罗的微博翻了个遍，我的天呐，他不是个卖手机的么，兼职卖萌么？改名也要发个状态，“还是那个可爱多，严肃穿肠过，甜筒心中留……”。（我的点是不是很奇怪）别在意，毕竟锤子科技是第一个在严肃正经搞技术的手机界打出一手情怀牌的，不一般的。它是不是全球第二好用不知道，今天就说说它这4年来做过哪些让人念念不忘的广告咯。

一、发布会海报

老罗是个真名嘴，看他发布会上PPT一贯的全字风格就了解了。就着几个关键词，撑起一台单口相声，比起明星站台，老总吊威亚出场的把戏要单纯可爱得多吧。下面几组发布会海报也是十分简洁，画面退居二位，就是要用文字打动你。

1、锤子T1发布会预告海报

还在为了寻找你的162个应用程序中的某一个

在屏幕上含辛茹苦地划来划去吗？

每次使用语音助手（siri及其抄袭者）的时候

边上总有人像看着笨蛋似的看着你？

五年半啦

每天面对满屏幕的圆角矩形图标

不腻歪吗？

IPhone之后

单是小米一家厂商就已经有518种划屏解锁方式了

可是你想过智能手机如果真的够智能

其实根本就不该有解屏这一步吗？

“不要因为走得太远，就忘了当初为什么出发”

你把第一屏的鳄鱼洗澡

第二屏的神庙瞎跑

第三屏的汤姆傻猫

和第四屏的愤怒小鸟

一起放到归置游戏的第七屏去

需要多长时间？

一个人性化的细节设计会让你感动

十个人性化的细节设计会让你失态

多少个人性化的细节设计会让你崩溃？

上面一组海报吊足了胃口，吐槽之处直击痛点，看完就想说一句：握*，终于有人懂我的痛了！如果说这几幅是埋了个伏笔，那接下来自然就是把自己的吹上天了吧，但这些牛皮因为那个自我调侃的烂番茄变得一点也不讨厌了呢。

“一个伟大的公司就要不由自主地诞生了

不是我选择了这个行业

是命运选中了我...”

“洗脸时大仙额头上隐隐有一个王字

顿时感到我的公司要改变世界了...”

“在命运安排的不可避免的巨大成功前夕我伤感了...”

明天见

2、锤子2014产品发布会

红底白字，锤子便签的形式，一水的问句，这种风格的海报锤子用了4次（还有一次是“一个理想主义者的创业故事”个人演讲），已然成为锤子发布会的符号。这文案撕友商了么？看你怎么看了。

在一个完美主义者的眼中

这是一个怎样的世界？

当我们买手机的时候

我们到底在买什么？

在一个工业设计还在学步阶段的国家

如何做出一部令人惊艳的手机？

为什么1300万2100万甚至是4000万像素的手机成像品质

都不如苹果的800万像素？

如何让一部手机看起来“有教养”？

单手操作的黄金尺寸究竟应该是多少？

易用性和人性化到底有没有尽头？

3、2015夏季新品发布会

避孕套诞生已经几百年了

为什么每个正规厂商的产品包装盒里

还都带有一份详尽的使用说明书？

为什么同样是中国南方工厂生产的皮包

贴上欧洲品牌之后

就能多卖几倍甚至几十倍的价钱？

为什么T1的软硬件屡获国内外大奖

并且MTBF成绩称霸的情况下

我们还是在“贩卖情怀和理想主义”

而不是“贩卖产品”？

消费者对于品牌的感性认同和习惯性接受

本质上到底是不是非理性的？

真的存在对美完全迟钝的用户吗？

在人们习以为常并且不再奢望能有所改进的地方

敏锐而又勤于思考的产品经理们

还能做些什么？

自诩“天生骄傲”的团队

如何在依然保持X格的情况下

打造一部1500元的平价手机？

4、2015冬季新品发布会

智能手机在全球普及的伟大进程中

哪一个用户群体被我们遗忘了？

为什么无论是十万元的汽车还是五百万元的豪车

自带的车载导航系统都难用得令人发指？

在已然是极简主义风格的金奖作品基础上

一口气再做三个减法

会得到一个怎样的惊艳效果？

那些自称

“等我们有钱了也会试一些不一样的东西”的企业

为什么最终都没有尝试任何不一样的东西

患有不可救药的工匠情结的创业者们

在浮躁的时代

如何取舍和自处？

5、坚果手机特别版发布会

虽然这种摘取文学作品里的片段玩文字游戏的方法显然不是什么新鲜事，以前尼尔老爷子也玩过，难度系数堪比数独。给文艺青年看的这一系列换掉了正红的背景，配上复古的色彩，用心良苦。由于实在是太长，只选取最后1天的海报和答案。（[点击文章查看详情：坚果文青版海报，老罗这次叫阵了文案大神Neilfrench](#)）

现在可能很难想象

我不能说

要保密一段时间

你可别出去胡啰啰啊

这是很严肃的

你信也罢，不信也罢

理由只有一个

是给你的

二、两个全民参与的线上活动

1、天生骄傲

这句口号和“剽悍的人生不需要解释”传达的价值观基本无差，锤子也是个挺傲娇的五金嘛。输入一段故事，就能生成一张海报，这种互动锤子不是第一人，和当年可口可乐定制昵称瓶、歌词瓶的玩法差不多。虽然商业味很重，但故事或多或少...
...好吧，其实我是看得津津有味的。放几张锤子官微最后精选的4张优胜作品和老罗自己的。

2、漂亮得不像实力派

“文案的回声”推过两期节目，是关于坚果这系列广告创作背后的故事，就不多说了。说回这场活动，重操海报生成器，意外地差点跟矮老师打了个官司。感觉像给我们上了一堂广告常识课，文案的写法——结构化的商业写作，还顺便普及了广告法.....

漂亮得不像实力派

能未成年就拿到大学奖学金

能因为贪玩被大学罚款

还能因为成绩出色被大学退还罚款

能毒舌气死平庸的人

能毒舌气死优秀的人

还能毒舌气死所有朋友和敌人

能作诗，能编剧，能写童话

能让伦敦的剧院同时上演他的三部戏

还能在死后让书商为他出九个版本的传记

他的名字叫奥斯卡·王尔德

漂亮得不像实力派

能在连换六所高中后仍然按时毕业

能写诗，能弹琴，能为《时尚》杂志撰稿

还能给罗斯福总统夫人当老师

能陪着人开飞机飞越大西洋

能一个人开飞机飞越大西洋

能一个人开飞机再次飞越大西洋

能打破几乎所有的女子飞行记录

还能失踪七十多年后让人们继续苦苦寻找

她的名字叫阿梅利亚·埃尔哈特

漂亮得不像实力派

能当首相

能领导国家取得世界大战的胜利

还能提名诺贝尔和平奖

能写书，能让书畅销

还能以畅销书获得诺贝尔文学奖

能胡吃海塞，能一生抽掉3000公斤雪茄还能活到91岁

他的名字叫温斯顿·丘吉尔

漂亮得不像实力派

能当医生给人看病

能写文章给人性看病

能与欧·亨利和莫泊桑并列短篇小说之王

能和斯坦尼斯拉夫斯基一起改革舞台艺术

能让女明星一见钟情

能让托尔斯泰的女儿着迷发疯

能结交数不清的红颜知己

还能在临门一脚前.....尽量憋住

他的名字叫契诃夫

漂亮得不像实力派

能发现电磁感应

能提出电解定律

能定义阳极和阴极

还能发明世界上首台发电机

能拒绝皇室授予爵位

能拒绝政府年金关照

能拒绝接受皇家学会会长头衔

但不能拒绝死后被印在英镑钞票上

他的名字叫迈克尔·法拉第

漂亮得不像实力派

能在21岁就拿到两座格莱美奖

能在22岁又拿到一座格莱美奖

还能让美国总统和西德总理一起听她唱歌

能在1小时内卖完18场演唱会门票

能在全世界卖出超过一亿张唱片

还能治愈美国历史上最大的代沟问题——让家长和孩子同时聆听她的歌曲

她的名字叫卡伦·卡朋特

漂亮得不像实力派

能去非洲狩猎

能在海上捕鲨

能上战场立功

能凭一本小说获得普利策奖

还能凭同一本小说获得诺贝尔奖

能飞机失事后大难不死

能在几天后飞机再度失事时再次大难不死

还能在经历无数死里逃生后一枪打死自己

能被毁灭，但不能被打败

他的名字叫海明威

漂亮得不像实力派

能写诗，能跳芭蕾

能十六岁走上大银幕

还能十八岁出演人类历史上第一部全裸戏

能让追求她失败的男人自杀

能让她的六任老公在她面前自惭形秽得想自杀

还能以1700多万美元卖出680个吻抵抗纳粹

能以烂演技在好莱坞颠倒众生

能在演烂戏之余从事通讯领域的科研工作

还能在几十年后被称为CDMA之母

她的名字叫海蒂·拉玛

三、那些老罗式的艺术文案

原谅我瞎编的这个什么式，只是想给锤子这一系列文案贴个标签。你可以说写的真

TM无聊，这也能是广告？也可以说这就是老罗啊。“情怀”是什么，大概就是“不需要那些花哨的修饰，这就是我的原则”。

1、科技爱你的方式（H5）

点击项目查看详情：[科技爱你的方式锤子科技两周年预热活动](#)

几天之后的5月20日是我们第一次发布手机产品的两周年，很多关心我们的朋友，有意无意地把它当作了与锤子科技有关的一个纪念日。而这一天，也恰恰是年轻人表达爱的日子。作为一家科技厂商，我们想在这个日子，让科技与爱取得关联，于是我们精心准备了一些于功能、于细节对人有所关爱的科技产品，放置在我们的官网商城，在5月20日当天它们会以一个让你开心的价格集体上架，欢迎大家届时前往。

超市来了位大明星

洗衣液十九块六，纸巾十五块九

巧克力二十八块九，广味香肠二十三快四

香皂两块九，口香糖两块四

呼，终于一分钱不差地凑足了一百元整

强迫症常常是这样让自己开心的

更开心的是，在这还遇到了对强迫症患者关怀备至的SmartisanT2

把错放在辣椒酱货架上的番茄酱放到番茄酱货架上

把错放在黄瓜堆里的丝瓜放到丝瓜堆里

把咸鸭蛋盒里的鸡蛋放到鸡蛋盒里

看到一切都在它该在的位置上，我才能安心的购物

好巧，这里我还遇到了外观系统一切都做对了的SmartisanT2

今天在超市买了原味牛奶、原味薯片

挑了件白衬衫和一个没有任何图案的马克杯

结账时还顺手买了个不带螺纹的安全套

一切都只要最经典的，不需要那些花哨的修饰，这是我的原则

对了，今天居然在这里遇到了同样经典的SmartisanT2

3、锤子T1发布一周年纪念版

真正的光芒，需要一点点时间

我们看到太阳发出的光需要8分钟

看到海王星反射出的光需要4个小时

看到银河系边缘的光至少需要2.4万年

看到宇宙中距离我们最远的那颗星星发出的光需要139亿年

所有的光芒，都需要时间才能被看到

4、锤子官网文案

不得不说一句，官网整体视觉风格和苹果的还是有那么点像的。

坚果手机

漂亮得不像实力派

和谐一致得不像两个面

剽悍得不像偶像派

流畅易用得不像安卓系统

可被感知的轻盈和优雅

简约得不能再简约

传承经典

在最速朽的领域里追求不朽

设计的终点，喜悦的起点

“情怀背壳”

为了那些改变人类进程的足迹

以傲慢与偏执

回敬傲慢与偏见

工程实现上的几小步

完美道路上的一大步

“全”金属中框，从未如此纯粹

永无止境的极简主义探索

熟悉的简洁，熟悉的优雅

幸运的意外，意外的经典

工匠精神的证明

隐藏在每一个值得被放大欣赏的细节中

偏执于有用的细节

偏执于无用的细节

偏执于甚至不会被发现是有用还是无用的细节

关于罗永浩否认元宇宙，罗永浩对话罗振宇的介绍到此结束，希望对大家有所帮助

。