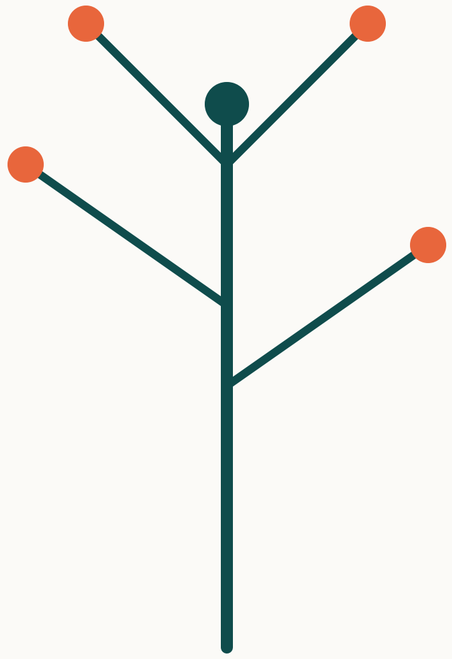
用结构化思维快速学习新领域

先建一棵树，再往上挂叶子

> 面对新领域，先弄清整体框架，
> 比一上来就钻研某个知识点更有帮助。
>
> —— 作者的核心主张



主干先立，枝叶后长

核心判断

先有框架，细节才有地方放

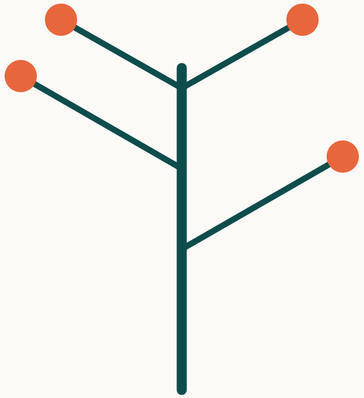
大脑像一个家：衣服进衣柜、碗进厨房，每条信息都有分门别类的位置，之后才好记、好找。

没有框架



每次只捡一片树叶，风一吹就散了

有框架



新信息知道该挂到哪根树枝上

来源：B站 · 小Lin说，01:19—03:03；以房间收纳与记忆大师记牌为例

案例

罗翔讲法：观众听案件，他脑中有分层

观众听到的

- 一个具体案件
- 又一个具体案件
- 再一个具体案件

彼此独立，听完就散

同一批内容

罗翔脑中的框架

- 部门法 A
- 部门法 B
- 部门法 C
- ……

每个法里再分层，案件被归到对应位置

> 重点不是先搞懂某一条法条，而是先有框架。

来源：B站 · 小Lin说，02:49–03:03；作者以罗翔讲法为例

路径一

先借别人的框架，再自己长出来

1 拿一本教材

不细读每个细节，
只把目录或框架摘出来。

作者讲利率时的做法

2 找可信信息源

搜“一文了解……”，
“8分钟理清……框架”。

省去大量时间

3 问 AI 做参考

一步步追问，
框架会越来越完善。

作者判断：AI 现在不可能百分百正确

这一阶段要克制

看个标题知道“某银行倒了、谁可能收购它”就够了，不必深挖。

否则一天下来，只是个“满脑八卦的小灵通”。

来源：B站 · 小Lin说，03:54–05:47；AI 可靠性为作者个人判断，材料未给出测试对比

路径二 · 方法1

一层层问“为什么”，把体系挖出来

SVB 为什么倒了 → 宣布卖债券融资 → 持有长期债券风险变大 → 加息环境放大风险 → 框架成形

最原始的问题 · 直接原因 · 再问一层 · 根本原因 · 过程本身即建树

另一条线：影响到底有多大

规模怎么衡量 → 别的银行有没有同样问题

→ 之后可能发生什么 → 政府会怎么做

最后不一定全部展现，会做取舍

附带好处

带着目的去查，

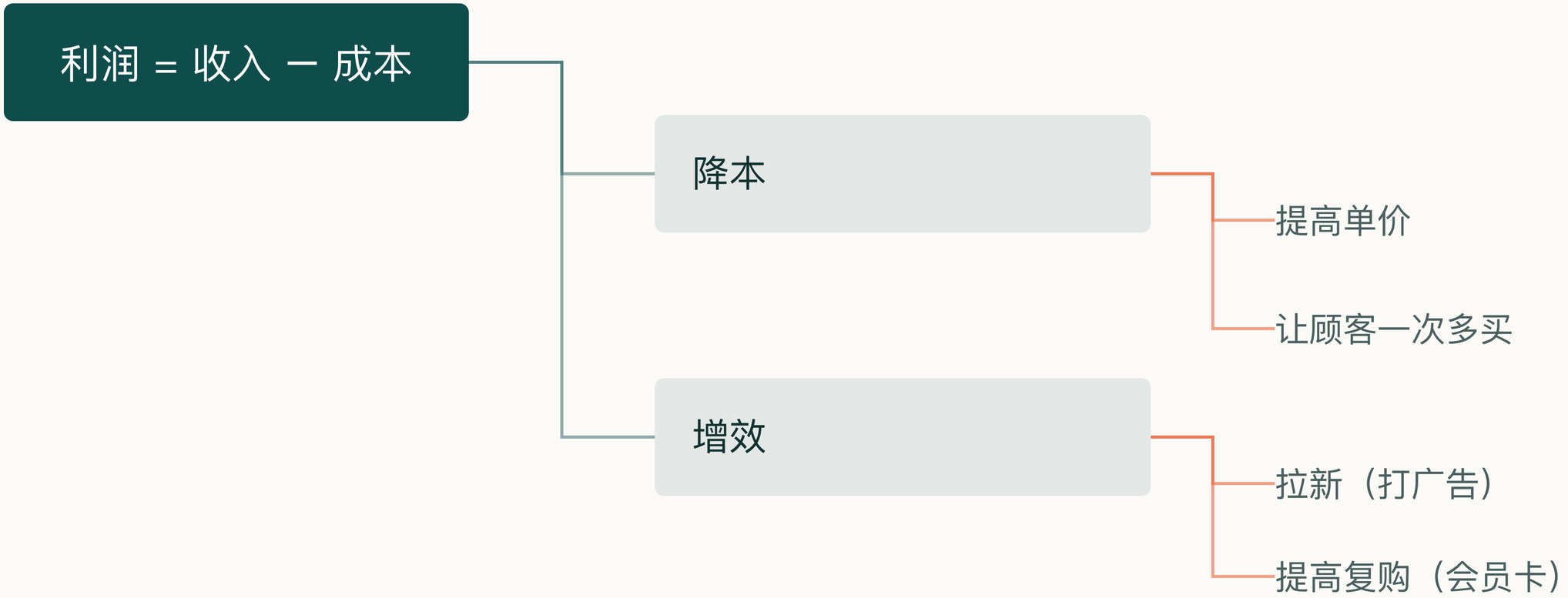
能主动排除大量无关信息。

不是碰运气找灵感，而是逐个环节思考

来源：B站 · 小Lin说，06:02–07:07；以硅谷银行那期内容为例

追问的延伸

把“为什么”拆成一棵利润树



面对问题不是碰运气找“明星代言”这类单点灵感，而是逐个环节思考。

来源：B站 · 小Lin说，06:02—07:07；作者以开奶茶店拆解利润为例

路径二 · 方法2

沿时间线梳理，用结果导向的数据找节点



例：俄罗斯经济

看到 GDP 从 2000 年初高速增长

↓ 挖下去：油价上涨

↓ 看出对能源的依赖之深

结果导向的数据先指出“哪里该看”

例：土耳其

看到 2000 年后通胀率被摁下来

↓ 挖下去：背后有一时期的改革

↓ 框架里多了一条因果链

同一方法，换个国家照样能用

来源：B站 · 小Lin说，08:25–10:32；作者以俄罗斯、土耳其经济为例

判断消息的分量

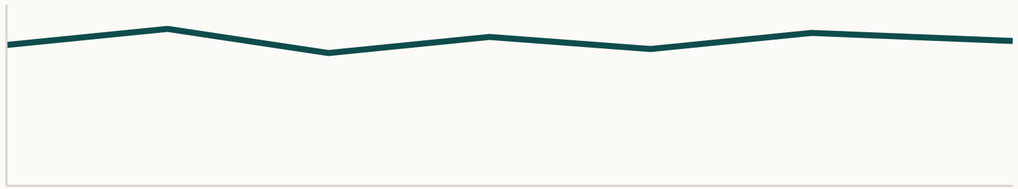
股价没动，说明市场没那么在意

每天刷到的



“重磅”“惊天消息”一天一个

结果导向的数据



消息满天飞的那几周　　股价几乎没变

市场对这件事的实际反馈没那么大

影响到底多大，需要数据或客观的东西佐证，而不是标题的形容词。

来源：B站 · 小Lin说，09:53–10:32；作者以公司股价为例

按流程拆解，把复杂问题变成漏斗

环节 1
初识：通过视频等渠道知道这家店

环节 2
建立信任

环节 3
完成购买转化

每个环节分别入手，而不是只在一个点上使劲

对应动作

打广告、社交媒体多露脸

请明星代言、多晃悠

促销、满减

UP 主做广告效果好，
是因为整个环节都被渗透了。

来源：B站 · 小Lin说，11:10—11:15；作者以“小丽奶茶店如何营销”为例

整理习惯

长文读两遍，输出逼吸收

习惯 1 · 读两遍

第 1 遍：只看大框

忽略所有能忽略的细节
摘要里的主因、它是谁、持仓、净现金流入

第 2 遍：按需补细节

长期持有的债券是什么、资产负债表数据
亏损的根本原因

以研究硅谷银行时读的一篇“一文读懂”为例

习惯 2 · 输出

合上书本，拿一张纸

把知识点怎么连起来、脉络写下来

做视频天然必须输出；公司项目最后要 presentation

> 没人逼的时候，可以自己给自己加这个小环节。

来源：B站 · 小Lin说，13:38–14:24

小练习

预算 5,000 元，先理清需求再挑电脑

第 1 步

理清自己的需求

这样就不会因为某个
很小的点一时冲动，
买了不适合自己的东西。

比如谁家的哥哥代言、
或者正好打折

几类常见需求

经常带着走
轻便易携带、续航长

天天要看
颜值好看

常做笔记、阅读
需要手写功能

常看屏幕
需要护眼功能

衡量完各方面需求再选

视频随后接了一段产品推荐，称某款二合一笔记本“完美满足上面所有需求”。
这是作者在广告环节的评价，材料未提供参数对比或独立测评，不宜当作客观结论。

来源：B站 · 小Lin说，15:04–15:37

框架的形态

从一条线，长成枝繁叶茂的树

刚开始



可能只有一条线

不必像教科书那样分章分节

慢慢连起来



知识在脑中形成体系

节点之间开始互相连接

最后



枝繁叶茂的树或网状

细节会忘，框架留得最久

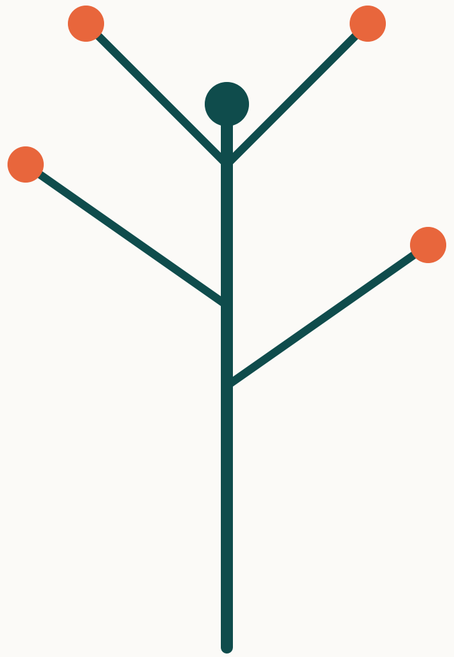
向大佬提问，要尽量挖框架相关的问题。

细节上网一搜就有，真正搜不到的是他脑子里那套知识树。

来源：B站 · 小Lin说，11:10—13:25

每次接触新知识，要么建新树，要么添枝叶

> 树建得越多，再来新信息就越容易建树。
>
> “这个人真有建树”，也许不是巧合。
>
> 作者说，看完记住一个“树”字，就是这期的目标。



主干看得懂，枝叶自然回来