

认知的深度  
决定你人生的高度

刘传\_著

# 认知 升级



# 认知 升级

图书在版编目 ( CIP ) 数据

认知升级 / 刘传著. — 北京 : 中国友谊出版公司,  
2018. 8

ISBN 978-7-5057-4421-9

I . ①认… II . ①刘… III . ①思维方法—通俗读物  
IV . ① B80-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 135937 号

书名	认知升级
作者	刘 传
出版	中国友谊出版公司
发行	中国友谊出版公司
经销	新华书店
印刷	三河市文通印刷包装有限公司
规格	787×1092 毫米 16 开 17 印张 200 千字
版次	2018 年 8 月第 1 版
印次	2018 年 8 月第 1 次印刷
书号	ISBN 978-7-5057-4421-9
定价	42.80 元
地址	北京市朝阳区西坝河南里 17 号楼
邮编	100028
电话	(010) 64668676

如发现图书质量问题, 可联系调换。质量投诉电话: 010-82069336

# 目 录

## | 第一章 |

### 快人一步的认知优势

- 002 \_\_选择好的知识体系
- 011 \_\_相比一手知识，我更喜欢二手知识
- 016 \_\_知识太多，什么知识值得学
- 025 \_\_勇敢地质疑权威
- 033 \_\_人的成长，最有效的还是认知迭代

## | 第二章 |

### 自我进化，重塑认知与思维

- 038 \_\_你的能力，绝非天赋

- 047 \_\_你只是假装很勤奋
- 053 \_\_如果你想成为一个幸运的人
- 060 \_\_自带接口，让你拥有更多的可能性
- 065 \_\_别让健身目标成为空口号
- 073 \_\_读书与健身，一定要坚持的两件事

### | 第三章 |

## 学会学习，拒绝无效努力

- 082 \_\_在学习之前，先学会学习
- 089 \_\_量化读书是一种有限的勤奋
- 096 \_\_锚定读书法
- 102 \_\_游戏模型下的有效学习
- 109 \_\_低水平的勤奋又怎么了

### | 第四章 |

## 职场中的需求与陷阱

- 114 \_\_“90后”，为什么我不聘用你

- 124 \_\_不可忽视的职场需求
- 131 \_\_你要懂得营销自己
- 139 \_\_职场中的自我茧房陷阱
- 143 \_\_生活永远比工作更重要

## | 第五章 |

### 财富自由的本质

- 150 \_\_对于金钱，你需要一个观念的转变
- 157 \_\_什么是钱：从能量到区块链
- 181 \_\_红海中赚钱的新视野
- 190 \_\_为你的品牌打造“社交货币”

## | 第六章 |

### 厘清关系，让劣势成为优势

- 202 \_\_你既恐惧孤独，又惧怕社交
- 206 \_\_将社交恐惧变成优势
- 218 \_\_三重自由论

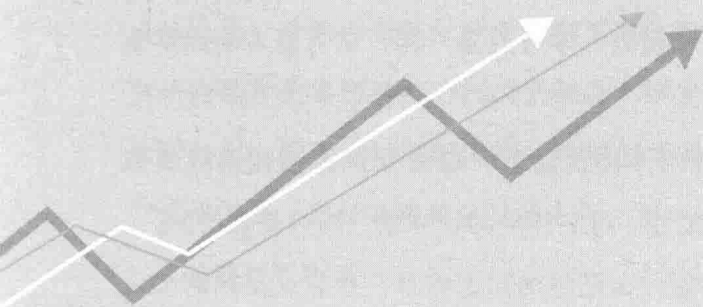
## | 第七章 |

### 未来已来，大势所趋

- 226 \_\_程序性知识才是聪明人的核心武器
- 232 \_\_少数人才能掌握决胜未来的两大能力
- 240 \_\_新物欲经济的崛起
- 250 \_\_新物欲经济的消费演化

第一章 COGNITIVE UPGRADE

快人一步的认知优势





## 选择好的知识体系

学习时，我常常停下来反思，这样学是对的吗？

尤其是自学时，没有人指导，没有纲要，甚至连学习目标都要费尽心思思考。

建一栋楼房前，我们都需要先规划架构，架构没有理清楚就盲目开工，会造成巨大的浪费和损失。学习也是一样，学习最大的成本从来都不是钱，而是时间。

如果我们把知识内容比作建筑材料，那么知识体系就是建筑架构。行动之前，先搞清楚要建一栋怎样的知识体系，当然是必要的。

那么，我们该如何判断什么是好的知识体系？什么又是坏的知识体系呢？

### 一、坏的知识体系

查理·芒格有一个思考方法，就是在思考要去哪儿前，先想清楚不要去哪儿。他说，我只想知道将来我会死在什么地方，这样我就永

远不去那儿了。同样地，我们也可以在找到好的知识体系前，先想清楚坏的知识体系是什么，然后尽力避免它。

我认为坏的知识体系有这四点：缺乏纵深、单一化、松散无联系、不自洽。接下来我将逐一阐述一下这四点。

### 1. 缺乏纵深

这点很好理解。一个人知识面再广，至少在某一点上也需要是纵深的，有深度的思考和见解。纵深的知识点才能打穿现象与底层规律的通道，这也是个人竞争力的保证。

### 2. 单一化

单一化的知识体系会造成狭隘的视野。

无印良品在做员工管理时发现，长期做销售的人倾向于形成“产品卖得好，主要是销售的功劳”的思维定式；长期做产品研发的人倾向于形成“产品卖得好，是产品质量好，销售不重要”的思维定式。长此以往，这两种看法的片面性弊端就逐渐显现出来了。于是，无印良品内部开始实行跨部门换岗的制度，研发岗换到销售岗，销售岗换到财务岗，财务岗换到研发岗。希望借此能帮助员工通过建立平衡、全面的视野，更好地理解自己的工作，更好地服务客户。

### 3. 松散无联系

生活中我们能观察到N种现象，现象1、现象2、现象3到现象N也许都能用同一个理论解释。同样地，理论1、理论2、理论3到理论N也可能存在一个共同的底层框架。

松散无联系指的是没有意识到要去发现这些知识的共同点，就像任意堆积的衣服长期不去整理而造成生活混乱一样。知识碎片化而不

加以整理，长此以往，容易形成松垮堆积的知识体系，这会给我们带来很多坏处。

#### (1) 思考费时

处理问题时，人都是优先采用记忆检索而不是思考，在松垮堆积的知识体系中检索合适的知识点，会耗费大量的时间。就像你在堆积成山的衣服中找到今天决定要穿的T恤一样费时，还容易事倍功半。

#### (2) 思考费劲

进行大脑内容检索时，这么多松散的知识节点，该过程大量占据工作记忆的容量，认知负荷较大。

有朋友会说，处理难题不都费时、费劲吗？注意，在松散无联系的知识体系的条件下，即便处理一些工作中的基础问题，都让你费时、费劲了，更别说团队管理、人力资源等更复杂的决策问题。想要上一个台阶，个人知识整合程度的好坏是一个不可规避的天花板。

### 4. 不自洽

“自洽”用一句简单的话来理解，就是自圆其说。不自洽，就是不能自圆其说。

一个人看到了商业现象1，推出了结论A。不久他看到了商业现象2，推出了结论-A。实际上，商业现象2只是商业现象1的翻版，例如服装行业的社交电商和化妆品行业的社交电商，只是其中的人物、行业、渠道等要素替换了，主商业逻辑不变。

对商业现象1和商业现象2各自推论（即便没有意识到后者是前者的翻版），都应该得出A（因为两个现象的本质是一样的），推出了-A就是不自洽的体现。

一个人的观念是否能够自洽，还有一种简单的鉴别方式，就是看这个人在短时间间隔的前后，对同样一件事的推论是否统一。统一就是自洽，不统一就是不自洽。

为什么是短时间？通常来说，短时间间隔内，一个人的思维框架和认知方式不会有太大改变。间隔太久，也许他就完成了一次认知迭代，若推论前后不一致，也许就不是因为不自洽了。

## 二、好的知识体系

告别错的，才能与对的相逢。

我认为好的知识体系要从宏观和微观两个层面来考虑。

### 1. 宏观层面：T形知识体系

就整体而言，好的知识体系是T形的。在某一专业上纵深，同时具有多学科的广泛视野。

谁能来做一个表率？还是查理·芒格。

查理·芒格是巴菲特的合伙人，他认为自己之所以能做出现在的业绩，是因为他很早就开始建立自己的思考方式，他称之为多元思维框架。

你必须知道重要学科的重要理论，并经常使用它们——要全部都用上，而不是只用几种。比如说经济学，试图用一种方法来解决所有问题。你知道谚语是怎么说的吗？——“在手里拿着铁锤的人看来，世界就像一颗钉子。”这是处理问题的一种笨方法。

为什么查理要建立多元思维框架？《穷查理宝典：查理·芒格的智慧箴言录》中这样说：“查理的投资方法和大多数投资者所用的较

为粗陋的系统完全不同。”

查理不会对一家公司的财务信息进行肤浅的独立评估，而是对他打算要投资的公司的内部经营状况及其所处的、更大的整体“生态系统”做出全面的分析。查理借用并完美地糅合了许多来自各个传统学科的分析工具、方法和公式，这些学科包括历史学、心理学、生理学、数学、工程学、生物学、物理学、化学、统计学、经济学等。

查理采用“生态”投资分析法的无懈可击的理由是：几乎每个系统都受到多种因素的影响，所以若要理解这样的系统，就必须熟练地运用来自不同学科的多元思维模式。

查理的知识体系是一种典型的T形架构，纵深于投资领域，宽泛于各类学科，两者相辅相成形成了他独特的思考方式。

从学习科学的角度来看，我认为跨学科学习非常有助于知识的迁移。这样的学习方法能让你不断发现各类学科背后的共同框架，有助于训练你抽象层面的表征能力。要知道，这种能力是专家和新手的区别之一。查理·芒格这样学习，背后是有道理的，是值得我们借鉴学习的。

## 2. 微观层面：Y形知识体系

我们用放大镜近距离观察T形知识体系，就到了微观层面。比如你在做设计，也许你只使用设计知识。微观Y形知识体系指的是，你不能只使用单一知识，还要将其他类型的知识合并进来一同使用。

例如，我们认为“设计+认知科学”就是一种很棒的微观Y形知识体系。一张海报，受众应优先获取什么信息？会有什么样的情绪反应？一个用户交互界面，是否符合用户的预设概念模型？用户能否无

须思考就知道如何行动？

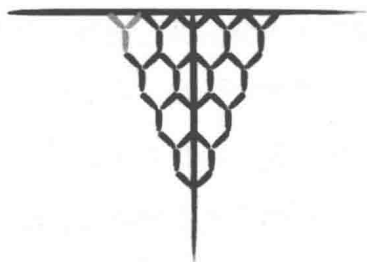
一个设计师若了解人的认知规律，哪怕只是一些基础原理，设计出的作品都会比不了解的好N倍。当然，这里说的是商业领域的设计。

曾听朋友讲，他们招了一位艺术家做商业设计，海报出来后朋友就纳闷了，说在这海报的应用场景下，他的设计没法让受众轻易理解。结果朋友得到的回应是“你不懂艺术”。

Y形知识体系强调的是在微观的应用层面，将两种学科以上的知识刻意合并使用，所以我用Y这个字母来形容这种模式。

重点就在于“刻意合并使用”，因为对大部分人来说，做自己擅长的工作，思考模式都倾向于自动化提取，或是回忆检索。若非有意而为之，是很难加入其他学科知识的。长期如此训练，能让技能合并。合并后的综合技能，能和其他技能再合并。

我索性做了一张图来表示按这种方法建立的知识体系。宏观层面呈T形，微观层面呈Y形，干脆取一个名字叫作TY形知识体系。



TY形知识体系

### 3.TY形知识体系的规划

TY形知识体系的图示很形象，这张图提出了使用时的三个要点：

- (1) 找到纵深的知识点。
- (2) 建立多元学科的知识体系。
- (3) 合并交叉地使用知识。

纵深某一专业知识点，终极目标是洞穿该领域的现象和底层规律之间的关联，熟练使用各个层面的知识和技能，成为这个领域的专家。

在横向拓展多学科时，至少要掌握该学科中的大观点（big idea），不完全举例如下：

创业：战略、组织

营销：STP+4P+CRM

会计：资产负债表、利润表、现金流量表

认知科学：CRUM模型、心智的计算-表征理解模型

经济学：需求定律、利息理论、制度理论、宏观理论

概率论：统计概率、完全概率、贝叶斯定理

物理：牛顿力学、量子理论、相对论

这些大观点可以根据个人情况进行调整，因为不是每个学科都存在大观点。例如，心理学就不像物理，有类似于牛顿力学三定律这样的理论，心理学理论更为离散一些。另外，有一些大观点是公认的，有一些大观点却是因人而异的。大观点也未必能概括该学科的全部，通常是区间性的、不完备的。

无论怎样选择，只要抓住最终目的，即通过这些大观点，掌握该学科的思考方式和核心概念模型，并能在现实中应用。

查理·芒格谈到如何使用跨学科知识时，举了一个统计学的例子：“我认为大多数人没有必要精通统计学。例如，我虽然不能准确地说出高斯分布的细节，不过我知道它的分布形态，也知道现实生活的许多事件和现象是按照这个方式分布的。所以，我能做一个大致的计算。但如果你们要我算出一道高斯分布方程，要求精确到小数点后10位，那我可算不出来。我就像一个虽然不懂帕斯卡，但牌打得很好的扑克牌手。顺便说一声，这样也够用了。但你们必须像我一样，至少能粗略地理解那道钟形曲线。”

有朋友会问我，你是做营销的，却也学习物理，物理能给你带来什么实用价值吗？

我却认为，物理学中有大量的理论模型和思想与市场营销的模型是相似的。商业的问题都较为抽象，这样的跨界混搭能将抽象问题转化为具象问题，更好分析。

例如，海森堡测不准原理也会发生在消费者调研的时候，调研本身会改变消费者的行为和想法。这是个大话题，谈起来没完没了，有机会再谈。

我把我的想法告诉朋友们，也有朋友曾跟我讲，你说的这套方法是很好，但很多人做不到。我却认为，我们都在做的过程中，很少有谁能自信完全做到。别人做不做得得到我不管，自己要不要去做却是另一回事。

历史上有不少牛人都会跨学科思考，富兰克林、爱因斯坦、费曼、查理·芒格，这些人就像灯塔一样，给热爱理论知识的人指明了



一个方向。

当头脑中的知识密度突破某一阈值，就足以对现实产生强大的扭曲力。至于这个阈值是多大，我不得而知。

但无论如何，你要先去找到属于你的好的知识体系，做起来再说。