

## 第五章：C 管理模式的健康观

既然智慧型组织是以“人”为核心，“以人为形”、“以人为本”的企业组织，那么，作为一个“人”，难免不会生病。因此，不要等到我们的企业出现问题了，才会认识到健康的重要性，也不要等到企业发展成熟了，才有时间和精力来关注到我们企业的身体健康状况。C 管理模式告诉我们，企业的健康之道就是要从一开始就要建立良好的“生活习惯”，从而防“病”于未然。

防“病”患于未然是中医治病的思想精髓之一，是老祖宗留给我们的伟大智慧，我们的智慧型组织也要在企业没有生病的时候就关注它的健康，既要注重养成良好的个人习惯(企业文化)，又到注重企业的日常锻炼。

### 第一节：企业要加强身体锻炼

#### 锻炼项目

“生命在于运动”，智慧型组织也要像人一样，要经常进行运动和锻炼，使企业保持始终健康的身体状态和旺盛的生命力和机体抵抗力。

智慧型组织的运动既包括全身运动，又包括局部功能的锻炼，既要使整体功能的协调，提高整体气机的条畅性，又要改善局部活动的灵活性，这样的运动才是有效的，才能切实提高我们企业机体的免疫力。

运动部位	运动关键点	运动意义
头部运动	脖子带动头部做前后左右的活动，向前低头要把注意力集中在“向前”上，均匀呼吸，慢慢让脖子把头伸到向前的极点。同理慢慢抬起头做向后的运动，然后做向左、向右的运动	在向前、后、左、右的运动中，逐一训练脖子总经理办公室的各个秘书室对总部指挥总部的传达和联动作用。哪个部门出现了力量的偏重或伸展的不均衡，那么也就意味着，这个部门可能会出现问题了。
肩臂运动	肩部带动双手做向前伸展、向上抬举、前后摆动的动作。伸展和抬举时动作要缓慢，呼吸均匀。前后摆动时要注意相互之间的协调性	向前伸展和向上抬举的动作主要是“舒经活络”，这是训练在肩部产品营销总部的带动下，左手产品研发部与右手市场营销部之间沟通的畅通性。前后摆动的动作是训练左右手之间的协调性，在左右手一前一后的配合当中，让他们认识到二者之间的配合是有主

		次的。当右手在前时，不要忘了有左手在后面配合，同样，左手到了适当的时机也要在右手的配合下运动到前面。
臀腿运动	臀部带动双脚做左右压腿，向前踢腿，向后甩腿的动作。左右压腿要有跨度，向前踢腿要有力度，向后甩腿要有高度。	左右压腿的动作主要是“舒经活络”，这是训练在臀腿生产销售总部的带动下，左脚产品销售部与右脚产品生产部之间沟通的畅通性。向前踢腿要有力度主要是指，左脚产品销售部和右脚产品生产部，一个重销量，一个重质量，在市场的竞争中有力度。
步行或慢跑	坚持每天步行和慢跑。把注意力放在体会双手双脚的和谐上。	主要是协调企业的四肢，左手产品研发部、右手市场营销部、左脚产品销售部、右脚产品生产部他们之间的协调性。
长跑	根据企业自身机体状况定期进行耐力训练，要尽全力，要出汗，要让自己在竞争中稳住自己的位置，并且在适当的时候超过对手	在对待每一件事情上，企业各部门全力以赴、坚持到底。训练企业的耐力，释放企业潜能（在压力下，大家齐心协力，完成不可能完成的任务），提高企业的可持续发展性（良好的口碑和工作绩效为企业带来更大的生存空间）。
太极拳	注重呼吸的均匀流畅，动作的和谐性，气运丹田，淡定。训练机体的和谐度，条畅内部气机	集中注意力把每一个小的事情做到位，这时不要求竞争，不要出击，重在平和的心态中，蕴集企业的内力。增强企业内务总部各部门气的运行，让整个机体处于一种和谐、条畅的状态。
睡觉	每天要保证充足的睡眠，注意要集中注意力让自己进入睡眠	把睡眠当成工作的一部分，集中全部的注意力，让企业的各个部门、各个员工有充分的调整期和休息期。海滨度假连带“素质修养培训”是个不错的企业“睡觉”方式。

同理，我们还可以开发很多专门针对局部灵动性与应变力的一些方法。就像我们熟悉的“手部十指训练法”、“左脑训练法”等，我们也应针对某些在日常生活中容易忽略部门制作一套专门的技巧训练方法。

## 锻炼要点

即在做任何一个动作的时候我们都要把注意力放在这个事情上。这是为什么呢？集中注意力意味着什么？注意力不集中又意味着什么？企业的健康需要运动，运动的关键在于运动时要集中注意力——

一个人在搬运东西的时候不小心腰扭伤了，外在看来，可能就是一个简简单单的腰部损伤，如果不加以注意，就很有可能错过一个重大的疾病预警。正常情况下，我们在搬运东西时，腰部发力和四肢的动作是同时受大脑控制或支配的，这样我们的腰部才知道，该弯曲时弯曲，该发力时发力。这是一种非常协调的机制，如果这个协调的机制遭到破坏，那么双手在搬运时腰部的配合工作就没有做好，就出现了扭伤。

这告诉我们，腰扭伤是头部对腰部的控制和支配出了问题。问题可大可小。如果仅仅是因为头部在思考别的问题，搬东西时分了心，属于偶然事件，那还好解决，而且即便是偶然性的，这次分心，下次还分心，长此以往，也会让头部的控制力在习惯性的思维中遭到致命的破坏。如果背后的原因是头部长了一个瘤子或是腰部的整个运动功能出现了障碍，那就不好解决了（当然，如果在第一次出现状况时就加以注意，那么也可以把握住疾病初期的最佳治疗期，从而加以治疗和挽救）。

所以，企业在锻炼身体时，头部指挥总部尤其是大脑总经理，一定要提高对每件事情的注意力，认真对待每一件事情，不管是吃饭还是睡觉。因为，这是有益于企业身体健康的，也是及时发现企业问题的关键。

## 第二节：防范“病从口入”

“病从口入”是指人所患的许多疾病，往往是病毒通过口腔传入人体造成的。企业同样如此，对于智慧型组织而言，企业如果不注重外来业务的甄别与选择、忽视公司业务交往的行为约束，则可能使企业患上疾病。那么，企业应该如何防范“病从口入”呢？下表为智慧型组织的饮食习惯建议——

<p><b>不要轻易的改变你的食物</b></p> <p>人的体质决定了饮食习惯</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企业的主业务，不能轻易改变，即便要调整也要循序渐进，等待成熟的时机，即要有天时、地利、人和。</li> <li>2. 对于人事而言，企业内部人员的调动与引进要慎重。要注重员工培养，培养好的人不要轻易的换；看人、选人、进人的初期是关键。</li> </ol>
<p><b>不要吃违法的食物</b></p> <p>违法的食物危害健康</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企业要有公德心，违法的食物不要吃。</li> <li>2. 违法的食物有时候带有伪装性，企业要善于分辨。</li> <li>3. 违法的食物带有诱惑性，企业要增强自己抵制诱惑的能力。</li> </ol>
<p><b>远离酒和色</b></p> <p>酒是穿肠毒药，色是刮骨钢刀</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企业要端正自己的形象，远离酒色等不良风气</li> <li>2. 酒和色是奢侈品，企业在与外界交流的时候要避免奢侈消费，把重点放在“做事”上。</li> </ol>

### 不轻易改变食物

人类拥有各自的饮食习惯，国家不同，习惯也不同。哪些食物适合我们，哪些不适合我们，在长期的摸索中，我们的肠胃和机体已经有了很好的适应。

一个人长期习惯了某种主食或饮食习惯后，当他想改变这一习惯，就会容易导致胃部的不适。例如，一个习惯了上海菜的甜味风格，让他连续吃上几天四川的火锅，必然会让他的

肠胃出现问题。所以，如果我们习惯吃大米、青菜、猪肉等，就不要跟着美国人的习惯天天吃牛肉、奶油等高脂食品，也不要跟着日本人的习惯天天吃生鱼片，因为长期养成的饮食习惯，往往更有利于身体的健康之需。

### **不轻易改变业务——**

《易经》云：“人若常改，不病即亡”。这告诉我们习惯性的东西改变起来或者经常改动会给当事人造成极大的伤害。

一个企业在长期的社会生活和经营中，形成了自己擅长的主业务，并且在市场中有一定的竞争力。这个主业务就是目前我们最适宜的业务，就好比一个人长期生活在特定的自然环境下形成了特有的饮食习惯一样，如果突然改变就容易出现消化不良的症状。

比如，一家企业本来是生产膨化食品的，后来看到别人生产家具挣钱更容易，在利益的诱惑下，企业就动心了，就想增加或改变自己的主业务。这时就要考虑我们企业自身的脾胃消化功能了，并且涉及到天、地、人三个方面的因素。而三因素都成熟的时机不是那么容易就形成的，没有很好的铺垫和积累，是很难做到天时、地利、人和的。

C管理模式认为，企业的收益如同一个人的饮食，一定有主食和副食的区分，从财务会计上看，可以视为主营业务收入和其他收入。尤其是当我们针对一个上市公司做财务分析的时候，如果主营业务收入发生不稳定的情况，往往会意味着这个上市公司出现了问题。企业在经营自己的业务的时候，一定要坚定地走出自己的特色，坚持控制自己的主食。

通用公司的CEO韦尔奇在其任期内先后开发了近一百多个项目或业务，当《时代》杂志访问他的时候，问道，其在新业务上的开发上获益的是什么。他说，是的，我开创了近百项新业务，但是我至少拒绝了几千个新业务的开发。

一个企业，尤其是处于发展中的企业，很容易经不住外在的诱惑从而走向多元化，涉足多个行业，而这些新开发的业务往往并没有给他们带来更高的收益，反而增加了许多可以避免的风险，并且淡化了自己的无形资产——核心品牌，从而丧失掉自己的核心竞争力。

C管理认为，做自己能够控制的产品，专注。不要轻易地去改变你的食物，尤其是主食。控制力是一个企业家在作为管理者和决策者的时候，一定要牢牢掌握的关键元素。

### **“空降兵”不是救世主——**

许多企业把“海归”视为振兴企业的“空降神兵”，试图用这些拥有国外先进管理知识、勃勃雄心的时髦人才，能对企业发展有巨大的推动作用。然而，事实并非如此，这些“空降兵”少有真正“梦想成真”的，国外的先进管理文化，来到我们的土地上多有“水土不服”的症状。有时候不仅没有对我们起到推动作用，反而会在我们前进的路途上形成阻碍。

出现上述问题的关键，除了因为这些“空降兵”不识“天理”、无视“地情”，还因为他们往往无法融入我们的企业文化。

企业在长期的生产经营和社会活动中形成了自己独特的企业文化。企业文化培养企业员工，企业员工丰富企业性格。在我们自己的企业文化中培养出来的员工一言一行、一举一动是和企业的终极思想一致的。而“空降兵”的到来是很突兀的，他缺少我们企业文化的熏陶过程。从好的方面讲，他能很清晰的看到企业的缺陷，和与国外先进管理理念的差距；从不好的方面讲，他的行为和做事风格与我们格格不入，会产生很严重的“排斥反应”。再好的管理理念，富含高营养成分的食物如果不能为我所用，被我们所消化吸收，那么都是空谈，

没有任何益处，甚至还会转变为危害我们健康的“毒素”。

所以，企业对“空降兵”的引入也要慎重，空降兵，进入到企业也一定要在文化的融入上下功夫与认真考虑。

## 不吃违法的食物

违法食物可能充满诱惑，好象非常可口，似乎更有营养。殊不知，违法的食物就如同毒药，企业吃违法的食物就如同吸毒，一旦尝试，往往就会上瘾，无法自拔，身受其害。

一个人吃了好的食物，未必会绝对健康，但是一旦食用了坏的食物，却是绝对会出问题的。企业也是如此，尤其在其发展期间，更要保持足够的谨慎性。股神巴菲特说过，“当别人贪婪的时候，要保持足够的谨慎”。尤其是在一些新兴行业，开始的时候由于相关的规则没有建立，会出现许多非法甚至违法的收益，当这些诱惑来临的时候，资本的驱动力会使大多数人失去控制。一旦，规则成熟或是法制的继续健全，这些漏洞会渐渐地变小，此时若是长期习惯了在这样条件下获取收益的企业，会出现控制力的失控，继续秉承之前的行为，这些惯性直接导致的后果就显而易见了。

### 企业要有公德心，违法的食物不要吃——

回想前不久发生的“三鹿奶粉”事件，令国人痛心不已。三聚氰胺让很多无辜的孩子遭受了严重的生理心理的损害。三鹿集团也因此事件的爆发而面临倒闭。以后无数的“忏悔”与“悔过”都已成了后话。

做企业一定要有公德心，“损人利己”的事情一定不能干，不要忘了自己的发展是建立在谁基础之上的。如果一个企业切身站在消费者的角度为其考虑，必然受到大众的尊敬和爱戴。

### 企业要善于分辨违法食物的伪装性——

有的企业是稀里糊涂而受到法律制裁的，对于这一点，我们提醒，企业对自己的业务一定要仔细分析，不要被有企图的坏兄弟企业所利用。

### 企业要增强对违法食物的诱惑——

人类在原始社会开始甚至之前的时代里，首先要解决的就是生存问题，所以只要是能够食用的都会毫无挑选地获取。许多企业家在企业开初的时候，往往为了生存会选择违法的收益，作为自己生存收益，近年来福布斯排行榜上的许多富豪纷纷落马，很大程度上的原因就在于资本的原罪性或是后续期间对企业收益来源的合法性丧失了控制。

股神巴菲特说过，“当别人贪婪的时候，要保持足够的谨慎”。尤其是在一些新兴行业，开始的时候由于相关的规则没有建立，会出现许多非法甚至违法的收益，当这些诱惑来临的时候，资本的驱动力会使大多数人失去控制。一旦，规则成熟或是法制的继续健全，这些漏洞会渐渐地变小，此时若是长期习惯了在这样条件下获取收益的企业，会出现控制力的失控，继续秉承之前的行为，这些惯性直接导致的后果就显而易见了。

C管理模式认为，控制者应该最大程度地对企业的收益进行控制力实施，保证收益的合法性和公开性，坚持做企业更是做人的道德约束。

## 远离酒色

“酒是穿肠毒药，色是刮骨刚刀”。企业一旦沾染上“酒色”之恶习，便会失去丧失信念，失去战斗力和意志力，变得颓废和一蹶不振。

酒色文化一直存在于中国的各个历史进程和社会的不同阶层。《醉古堂》有云：“酒饮微醉，花观半开”实质上就是一种对酒色文化的描述。对于一个人来说，适当的酒色是一个人正常欲望，孔子云：“食色，性也”；杜少府之“年既长，而慕少艾”等都是对人类欲望的一种平常心。而这些东西的文化在与企业挂钩上，更多地体现在公共关系与企业高层上。当一个企业在与公共方进行关系维护上，过多地强调奢侈文化的表达即使会为其带来收益，但同时也会严重地在受众心中造成极差的企业形象；对企业高层而言，专注于个人骄奢生活的享受也会造成同样不好的企业文化伤害。

### 远离酒色，端正形象——

酒是色是不良风气的象征，企业要在天地之间（政府和客户之间）树立良好的企业形象，要让他们知道，我们是靠实力打天下的。当一个企业在与公共方进行关系维护上，过多地强调奢侈文化的表达即使会为其带来收益，但同时也会严重地在受众心中造成极差的企业形象；对企业高层而言，专注于个人骄奢生活的享受也会造成同样不好的企业文化伤害。

C管理模式认为，将一个企业当作一个整体行动的人，应该要保持和营建企业的道德品质和生活素养，这不仅仅是为了一个企业的健康，更多的是代表了一个企业的价值取向，这等同于一个社会的人，所必须要承担的道德约束。把企业当作一个人，以对人的态度来思考企业，正是C管理模式的核心所在。

### 远离酒色，专心做事——

“酒是穿肠毒药，色是刮骨刚刀”。酒和色对于企业智慧型组织而言是“奢侈品”，企业在与外界交流的时候要避免奢侈消费，应把重点放在“做事”上。

酒色一旦沾上就不容易甩掉，因为比起实力打拼来说，酒色要轻松容易的多。但是不要忘了，习惯了酒色，忽略了实力的打拼，企业最终会走向灭亡。

### 第三节：顺应外界环境变化

企业智慧型组织生存于“天—人—地”之间，天时的改变、四季的交替，都会滋生邪气，智慧型组织面对外界环境的变化，其能动性、灵活性与应变能力将使其具备更强的生命力和抵抗力。但由于自然规律的不可抗拒性，智慧型的企业组织应当通过“因势利导、顺势而为”的方式来顺应外界环境的变化。因此，企业需要在这种“因势利导、顺势而为”的有效思维的指导下，来进行各种“病患”的防范。

#### 预防风邪

风邪好发与春季。春季气候变化无常，时而春光灿烂，时而寒气逼人，冷热不均的天气变幻最易使人感染风邪。

预防风邪，就是要在政策的阳光普照大地，行业的春风拂过面颊之时，面对市场“雨后春笋”般的繁荣、企业生机勃勃的发展势头，要保持清醒的头脑，不放松警惕，时时提防市场的风云变幻，合理控制企业的风险，加强内部管理，防风邪入侵而患病。

所谓“春捂秋冻”，其实讲的就是这个道理，对企业同样适用。

#### 合理控制风险——

在“天—人—地”组织春机盎然时，智慧型组织在抓住机遇主动出击的同时，应保持理性的头脑，切不可因一时的兴起或冲动而失去理智。那种对企业和员工行为为不加规范和约束的放纵行为，将使企业面临巨大的风险，风邪的入侵将使企业付出代价。

#### 加强内部管理——

智慧型组织即使面临大好的形势，也一定要建立现代企业制度，制定并执行严格的内部规章制度，加强生产、销售、行政、财务等关键部位的管理，加强各部门员工职业技能和职业道德的培养，从而使企业机体气机顺畅，机体健康，始终保持抵抗风邪的能力。

#### 预防寒邪

寒邪好发于冬季。冬季气候寒冷，万物萧条，此时如果不注意保暖，就很容易感染寒邪。

预防寒邪，就是要在行业出现危机，发展前景暗淡之时，面对市场的萧条，企业的困难，智慧型组织应该坚定信念，更好地发挥能动性，而不是一味地怨天由人。面对寒冬，智慧型组织可通过自我保暖、与伙伴之间抱团取暖的方式预防寒邪的入侵，

从而在逆境中求得生存，保存实力，度过寒冬。

### 自我保暖——

在“天一人一地”组织出现寒冬时，智慧型组织不要将自己的基层暴露在外面，要给予他们更多的关心，更多的爱护，减少外部出击，增强内部素质教育和培训，提高企业的内在功底，在相互体谅与关心中，大家一起携手度过寒冷的严冬。

### 抱团取暖——

智慧型组织不应消极应对，而应发挥能动性，加强与合作伙伴或同行业伙伴之间的合作，采取积极的应对措施，共同解决面临的困难和问题，从而在逆境中获得更大生存的机会，取得更大的企业发展。

## 预 防 暑 邪

暑邪好发于夏季。夏季烈日当头，气候炎热，此时如果不注意降温避暑，就很容易受到暑邪的侵袭。

《素问·脉要精微论》有云：“天地之变，阴阳之应，彼春之暖，为夏之暑。”这告诉我们在企业蓬勃发展的时候，或者整个行业呈现一派欣欣向荣的繁荣景象时，企业容易感染暑邪。

预防暑邪，就是企业要在高速发展的时候，面对市场的众多机遇，应该保持冷静的头脑，时时注意机体的防暑降温，体能的补充，防止头脑发热，内部气机紊乱，避免因暑邪入侵造成企业出现中暑。

### 防暑降温——

企业在发展壮大、如日中天的时候，最容易出现信心膨胀和盲目自大的情况。许多企业就是在这一阶段时，面对机遇或挑战，出现“心烦”、“面赤”的症状，企业头脑发热，带来重大的决策失误和难以挽回的巨大损失。

因此，企业发展得越好，智慧型组织的大脑就越应该保持冷静，面对机遇三思而后行，面对挑战沉着应对。

### 补充体能——

企业在高速发展阶段，组织内部容易出现体力透支的问题，此时，给予组织内部充足的休息和营养补给显得尤其重要。充分的休息是指企业的节奏要考虑员工状态的调整，营养补给则是指员工待遇、升职机会、培训学习三个方面。

那些只顾埋头赚钱、不顾组织内部调理的企业，无论它实力多么强大，都会因体能的透支逐渐出现气短乏力、无精打采的症状，最终严重影响企业的可持续健康发展。

## 预防湿邪

湿邪好发于长夏。夏季气温高、雨水多、空气潮湿，此时如果不注意避雨防潮，就容易受到湿邪的侵害。

湿邪好发于长夏。长夏，就是指我们企业发展的鼎盛时期，这一时期，企业发展进入到一个相对平缓的阶段，企业业务稳定，发展顺利，通过长期的发展，此时企业的组织机构已变得比较庞大，内部构成变得相对复杂。在这一阶段，企业如果傲慢自大，出现惰性，不求上进，随波逐流，则极易患上湿邪之症。企业患上湿邪，将后出现如下症状和特征——

**湿性重浊：**“重”是沉重的意思。《素问·生气通天论》说：“因于湿，首如裹。”感染湿邪，常可见头重如裹，周身困重，四肢酸沉等症状。对于企业组织而言，就是头部感觉沉重，机体反应迟顿，四肢活动不利，则多是由湿邪所致。

**湿性趋下：**《素问·太阴阳明论》说：“伤于湿者，下先受之。”即湿邪的病多见与机体的下部，如下肢水肿等。所以，企业组织的腿脚感觉重浊，行走不利，多为感受了湿邪。

**湿为阴邪：**易留滞于脏腑经络，损伤其阳气，并且常先困脾，使脾阳不振，运化无力，水湿停聚，引发腹泻、水肿等症。对于企业组织而言，湿邪容易影响整个内部脏腑的运转功能，尤其是脾胃财务部的功能。

**湿性粘滞：**“粘”即粘腻，“滞”即停滞。主要体现在湿邪影响机体气的流通和病多缠绵，病程较长并且反复发作来说的。所以，企业组织感受了湿邪往往病程较长，不好治愈。

预防湿邪，就是企业在其鼎盛时期，要通过日常的体能锻炼提高机体的功能，同时还要进行定期和不定期的体检发现机体的问题，及时诊断出现的病因并予以解决，以防止企业因傲慢情绪和组织惰性出现的功能退化或功能性障碍。

### 体能锻炼——

企业要避免出现湿邪之症，就必须强化企业各部门的职能和配合。企业需要适时开展劳动竞赛、技术比武、团队活动等丰富多彩的活动，通过这些体能锻炼，可有效避免组织松懈的问题，使组织内部始终保持机体的活力与旺盛的斗志。一个充满活力和阳刚之气的企业，是难以受到湿邪侵害的。

### 身体体检——

企业要避免出现湿邪之症，还必须加强企业的内部管理。严格的目标考核制度，是企业对组织身体体检的重要手段，有助于企业及早发现组织的内部功能性问题；严格的奖惩制度，则能有效防止企业组织出现因效率不高、激情不再、反应迟顿、行动缓慢的问题。

## 预防燥邪

燥邪多发于秋季。秋季天高云淡，秋高气爽，气候宜人。但此时气候干燥，如果不注意水份的补充，提高机体新陈代谢的功能，就容易感染燥邪。

秋季，是收获的季节，也是企业获得良好信誉和口碑的时候。此时企业的发展进入到了新的阶段，企业发展瓶颈的突破，对人才的需求和人才资源管理提出了更高要求。对企业来说，人才的引进和培养，就如同人之饮水，企业缺水，就会如人一样出现新陈代谢障碍，身体各方面机能受到影响。

对人而言，《素问·阴阳应象大论》说：“燥胜则干”，秋季燥性干涩，易伤津液。人若缺水，则外感燥邪，最易耗伤机体的津液，造成阴津亏虚的病变。燥邪之症可见口鼻干燥，咽干口渴，皮肤干涩，毛发不荣，小便短小，大便干结等症状，这些因缺水而造成的新陈代谢不畅，将导致人体机体功能的下降，生长缓慢。

对企业而言，企业感染燥邪，同样多发于秋季。这是因为企业在这一阶段往往因为秋季天高云淡的宜人表象（企业发展形势良好），不注重水份的补充（人才的引进和培养），忽视新陈代谢机制（人事制度的改革）对企业发展的重要性。企业缺水所导致的新鲜血液的缺乏，将使组织内部血液黏稠，激励机制缺失，新陈代谢功能下降，从而使整个企业失去活力，企业竞争力下降。

预防燥邪，就是企业要注意合理地补充水份，通过有效的人才引进机制和人才任用机制，保持企业组织的新陈代谢功能，不断提高企业机体的生机与活力。

### 补充水份——

一方面，企业应建立长期的人才档案数据库，在企业出现缺水的燥邪症状时，及时通过人才的引进，使企业组织的血液保持新鲜；另一方面，企业应结合阶段性的发展目标，有针对性地对组织内部的员工进行培训和学习，以提高企业组织血液的“含氧量”，进而提升企业整体的生命指数。

### 提高新陈代谢功能——

企业内部还需要通过建立合理的竞争机制，灵活的任用机制，来提高企业组织内部的新陈代谢功能，从而提高企业整体的竞争力和战斗力。

## 预防火邪

“阴虚生内热，阳盛生外热。”此外，感受风、寒、暑、湿、燥等各种外邪或精神刺激，也可化火，即我们常说的“五气化火”。可见，火邪可发于内外，可发于四季。

火邪致病分内外。《素问·调经论》说：“阴虚生内热，阳盛生外热”。这里的阴与阳，在企业组织管理中我们可以理解为企业的内部管制约束和外部机构激励机制。

企业感受了火邪，无论内外，都会影响到整个机体的脏腑气血的调节。具体症状表现为——

**阴虚生内热：**对企业组织而言，企业的“阴虚”是指组织内部因管制约束不够，造成部门间出现我行我素、各自为阵、互不配合、利益冲突难以协调等“内热”。

**阳盛生外热：**对企业组织而言，“阳盛”是指企业因对驻外机构过于放权，导致企业驻外机构出现不受总部约束和监控之“外热”。

预防火邪，就是企业要注意组织内部的内外调理，预防企业组织出现上火的症状。预防火邪，需要企业内部制定明确的责、权、利，紧密组织各部门间的关系（部门间、总部与驻外机构），协调内部的利益（部门间、总部与驻外机构），通过在企业组织机体内部营造和谐的运营环境，使企业整体保持内部健康、内外和谐、整体团结的状态。

## 预防不良情绪

由人构成的企业组织和人一样都是有情绪的，这在以“人”为核心、“以人为形”的智慧型组织中更是如此。

人体的良好情绪，使人精神抖擞，容光焕发；良好的企业情绪，可使企业机体呈现昂扬的斗志，充沛的体力，不可战胜的意志。

人体的不良情绪会导致身体五脏六腑的改变，使人精神萎靡，无精打采；同样，不良的企业情绪，也会影响到其内部的功能运转，从而对企业的状态和行为能力产生影响，出现丧失斗志、体力下降、精神颓废等症状。

我们认为，企业的不良情绪既源于外部环境的改变，也会源于内部环境的失衡。

### 来源于外部的不良情绪——

企业不良的外部情绪，多产生于大脑对外部环境变化产生的不适。当企业面临大好形式时、面对挑战时、出现困难时，企业组织的大脑都会产生相应的情绪，通过神经系统传递到全身，从而使企业机体出现亢奋、紧张、沮丧等机体和肢体反应，从而影响企业的行为能力。显然，良好的企业情绪更有利于企业的发展，但企业的发展不会总是一帆风顺的，企业在发展的过程中，无法避免地会遇到各种各样的困难、风险、挫折、失败，这时，保持良好的企业心态，就要求智慧型组织的大脑在面对外部环境的变化时，要善于在逆境中保持积极乐观的心态，向机体传递正确的信息，迅速调动全身各部位采取合理的应对机制。

### 来源于内部的不良情绪——

企业不良的内部情绪，多产生于五脏或肢体对内部环境改变的不适。当企业内部进行改革，或出现新旧制度更替、部门调整、责权利变化、利益分配等环境改变时，企业内部相关部门就有可能因不适而产生不良情绪，并反应到五脏六腑功能的紊乱（部门效率降低）上，从而使内部机能上影响企业整体的行为能力。

预防来自内部的不良情绪，要求企业在内部环境出现变化或进行必要的变革时，应坚持“以人为本”的管理原则，同时，智慧型组织应运用特有的内部沟通和协调机制，运用“道法自然”的管理思想，营造和谐的内部环境。

总之，C管理模式是一种最为能动、灵活与应变的企业组织管理模式，智慧型组织的大脑懂得春夏秋冬的四季变更，懂得寒热温凉的冷暖交替，懂得该收藏时收藏，该外散时外散，该出击时出击，该退让时退让，懂得运用自然规律为我所用。