

民族传统与企业活力

夏扬 余正凤 何太平 编著

中国地质大学出版社

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 中华民族传统的内涵	(2)
一、传统与文化遗产、传统文化	(2)
二、传统价值观和民族精神	(5)
第二节 民族传统与企业活力	(10)
一、企业活力的基本概念和特征	(11)
二、民族传统与企业员工的价值观念	(12)
三、民族传统对企业活力的影响	(17)
第二章 中华民族传统与职工积极性的挖掘	(21)
第一节 中国的国民性格	(21)
一、国民性格的内涵	(21)
二、中国传统国民性格的优点	(22)
三、传统国民性格与现代化的冲突	(24)
第二节 人的潜能及潜能的发挥	(26)
一、关于人类潜能的概念	(27)
二、民族传统对职工潜能发挥的影响	(27)
第三节 公有制、民族性格和职工潜能	(30)
一、公有制与工人阶级的主人翁精神	(30)
二、思想政治工作与民族传统	(32)
三、主人翁精神焕发的威力——社会主义企业凝聚力的 形成	(37)
第四节 激励手段与民族传统	(39)
一、潜能产生的驱动力——人的需要	(39)

二、激励潜能产生的方法	(40)
第三章 中华民族传统文化与中国式企业家	(43)
第一节 中国式企业家的政治素质	(44)
一、中国式企业家的政治风范	(44)
二、民族传统文化对企业家政治素质的影响	(46)
三、党性原则与企业家政治素养的统一	(49)
第二节 中国式企业家的品德修养	(51)
一、中华民族传统文化对企业家品德修养的影响	(51)
二、“仁”与“尊重人”、“关心人”、“爱护人”	(52)
三、“信”与“守信用”、“重信义”	(54)
四、“礼”与企业家的礼仪风度	(55)
五、“义”与“廉洁无私”、“公平待人”	(57)
第三节 中国式企业家的价值观	(59)
一、传统文化对企业家价值观的影响	(59)
二、“有为”的社会责任感与“成就趋向”的塑造	(60)
三、献身精神与集体主义价值观	(64)
第四节 中国式企业家的业务素质	(65)
一、一技之长的专家	(65)
二、足智多谋的领导者	(66)
第四章 具有中国特色的企业管理制度与方法	(71)
第一节 具有中国特色的企业管理制度与方法的内涵	(71)
一、“社会主义方向”——中国式企业管理制度与方法的性质	(71)
二、中华民族优秀传统文化的凝聚——中国式企业管理制度与方法的特点	(72)
三、现代企业管理的共性与中国国情相结合	(76)
第二节 中国式企业管理制度与方法的哲学基础	(78)
一、以人为中心	(78)

二、以精神鼓励为主导	(81)
三、参与感与民主管理	(85)
第三节 新型的人事管理	(87)
一、考核与晋升	(87)
二、“听话型人才”与“创造型人才”的思想碰撞 ...	(91)
三、奖惩艺术	(95)
四、内部提拔与外部委派	(98)
第五章 中华民族传统和优秀企业人才	(103)
第一节 人才开发与企业的成功	(103)
一、企业人才开发的战略意义	(103)
二、专业技术人才与经营管理人才	(106)
三、企业人才开发的方式和途径	(108)
第二节 文化传统与优秀人才	(108)
一、我国历史上的人才选拔制度	(110)
二、传统的价值规范与人才标准	(111)
第三节 我国国有企业人才开发的现状和特点	(113)
一、我国人才开发现状的一般性描述	(114)
二、我国企业人才开发的特点	(116)
第四节 国有企业人才开发的障碍因素分析	(121)
一、孔雀为什么东南飞	(122)
二、传统文化中不利于开发人才的思想观念	(123)
三、国外企业人才开发的启示	(123)
第五节 中国知识分子的传统特点与企业人才开发	(124)
一、优秀企业人才的人格特征	(124)
二、中国知识分子的人格特征	(126)
三、寻找中国知识分子的传统品德与现代企业人才 的结合点	(128)
第六章 中华民族传统与企业技术创新	(132)

第一节 技术创新与企业发展	(132)
一、技术创新是企业发展的加速器	(133)
二、企业技术创新的一般方式	(136)
第二节 传统文化与技术创新	(137)
一、技术创新与文化环境	(137)
二、传统文化与创新意识	(140)
第三节 我国企业技术创新的现状分析	(142)
一、我国企业技术创新的现状	(142)
二、我国企业技术创新的障碍因素分析——体制原因	(144)
三、我国企业技术创新的障碍因素分析——文化原因	(146)
第四节 建立企业技术创新的运行机制和文化环境	(147)
一、建立鼓励优秀技术人才进行技术创新的激励机制	(147)
二、增强职工的技术进步意识	(149)
三、倡导企业内部竞争	(151)
第七章 优秀的企业文化	(152)
第一节 企业文化——一种新的管理思想	(152)
一、企业文化的兴起	(152)
二、企业文化的含义和作用	(154)
三、优秀企业文化的共同点	(155)
第二节 中国企业文化的溯源和发展	(157)
一、近代民族工业的企业文化建设	(157)
二、建国初期的企业文化建设	(159)
三、改革开放时期我国的企业文化建设	(161)
第三节 传统文化与我国的企业文化建设	(165)

一、中国传统文化的特点·····	(165)
二、传统文化与企业文化·····	(168)
第四节 构建有中国特色的社会主义企业文化·····	(170)
一、对中国式管理的探讨·····	(170)
二、构建有中国特色的社会主义现代企业文化·····	(172)
第八章 民族传统·市场竞争·企业活力·····	(175)
第一节 民族传统与市场竞争·····	(175)
一、中国传统儒家人格模式的评价·····	(175)
二、社会主义市场经济的内涵和特点·····	(177)
三、树立市场竞争观念的意义·····	(179)
第二节 竞争方式与竞争观念·····	(182)
一、以质取胜和新的“义利观”·····	(182)
二、以“新”、“奇”取胜与创新、冒险观·····	(183)
三、以德取胜，树立互帮互助的观念·····	(185)
第三节 竞争谋略与民族传统·····	(186)
一、“知彼知己，百战不殆”·····	(186)
二、“善出奇者，无穷如天地，不竭如江河”·····	(187)
三、“尺有所短，寸有所长”，扬长避短·····	(187)
四、“兵之形，避实而击虚”·····	(188)
五、“惟事事，乃有其备，有备无患”·····	(189)
六、“虽有智慧，不如乘势”·····	(190)
七、“以退为进”，“以迂为直”·····	(191)
第四节 市场竞争与企业活力·····	(192)
一、竞争的优化功能激励企业创一流产品、一流服务 ·····	(192)
二、竞争的拓新功能促使企业创最新产品、最新服务 ·····	(193)
三、竞争的协调功能从整体上增强企业活力·····	(194)

第九章 民族传统与企业公关·····	(196)
第一节 公共关系的涵义和企业公共关系的特征·····	(196)
一、公共关系的涵义·····	(196)
二、公共关系的构成要素·····	(197)
三、企业公共关系的特征·····	(198)
第二节 中国公关之根——传统文化·····	(200)
一、中国古代的公关思想、公关活动·····	(200)
二、我国古代公关思想对西方国家的影响·····	(202)
第三节 企业公关与企业活力·····	(203)
一、公共关系——塑造企业形象的艺术·····	(203)
二、公共关系——制定企业正确决策的重要关节·····	(205)
三、公共关系——沟通企业与消费者关系的桥梁·····	(205)
四、公共关系——调和企业内部关系的粘合剂·····	(207)
第四节 中华民族传统与企业公关·····	(208)
一、市场营销中的“信”、“义”力量·····	(208)
二、“谦和礼让”在做生意中的“魔力”·····	(210)
三、“礼仪”——通往良好经营活动的“大门”·····	(212)
四、“仁爱”、情感——企业内部关系的融和剂·····	(213)
五、创新、开拓——公关策划成功的奥秘·····	(214)
六、公关谈判中的自信、自尊、果断·····	(215)
第十章 民族传统与企业广告·····	(217)
第一节 广告的内涵与特征·····	(217)
一、广告的内涵·····	(217)
二、广告在中国的发展现状·····	(218)
三、现代广告的文化特征·····	(220)
第二节 广告与中华民族传统文化·····	(223)

一、广告语言与中华民族传统文化·····	(223)
二、广告画面与中华民族风格·····	(227)
三、广告创意与中华民族文化心理特征·····	(229)
第三节 成功广告与企业活力·····	(231)
一、广告是连结企业与市场的桥梁·····	(231)
二、广告有利于企业在竞争中成长·····	(235)
三、创造品牌形象是广告策划的核心·····	(236)
四、企业形象塑造离不开广告·····	(238)
第十一章 中华民族传统对外国企业的影响·····	(242)
第一节 西方国家企业管理的发展阶段·····	(243)
一、早期管理阶段·····	(243)
二、科学管理阶段·····	(244)
三、现代管理阶段·····	(244)
第二节 80年代西方企业管理的新趋势·····	(245)
一、非理性趋势·····	(246)
二、创新管理·····	(247)
三、重视对中国古代管理思想和管理方法的研究、 运用·····	(247)
第三节 日、美企业管理比较·····	(249)
一、“青出于蓝而胜于蓝”·····	(249)
二、差异来自于不同的国情·····	(252)
第四节 中华民族传统对日本企业管理的影响·····	(254)
一、从日本的企业文化看中华民族传统的影响·····	(254)
二、善于借鉴——日本企业管理成功的奥秘所在·· ·····	(255)
第五节 国外成功企业实例·····	(259)
一、瑞士莫文皮克餐馆业的经验·····	(259)
二、行为科学在美国优秀公司中的应用·····	(261)

三、日本独特管理方法的实例..... (263)

附录 部分企业弘扬民族精神增强企业活力的经验..... (265)

主要参考文献..... (290)

后记..... (292)

第一章 绪 论

中华民族传统与企业活力的关系问题,既是一个重要的理论问题,也是一个重要的现实问题。搞活企业,尤其是搞活国有大中型企业是中国社会主义经济建设中的一个重要问题。与企业活力相联系的主要有两方面的因素:一是外部因素;二是内部因素。改善企业的外部环境,正确处理国家与企业的关系是十分重要的。比如建立现代企业制度,使国有企业产权关系明晰,企业成为真正的自主经营、自负盈亏的经济实体;实施《企业法》,维护企业的合法利益,严禁各种不合理摊派,减轻企业负担;统一税率,实现公平竞争等等。这些改善企业外部环境的方针、政策和措施是保证企业活力的必要条件,但不是根本条件。根据辩证唯物主义的观点,事物的变化有外因和内因两个方面,外因是重要的,但归根到底,外因必须通过内因才能起作用。没有受精的鸡蛋同石头一样,在母鸡的怀抱中永远不会变成小鸡。纵观国内外不同时期的企业,可以发现:优秀企业的成功之道各不相同,各有千秋,但是,有卓越的企业家,有一流的员工,有优良的企业精神却是共同的。可见,企业中人的素质决定着企业的成败,而企业中人的因素不是孤立的,它与民族性格、民族传统观念、民族风俗习惯、民族思维方式等有密切的关系。传统的东西是客观存在的,不管人们是否意识到,是否承认它,它总是时时刻刻、无处不在地起着潜移默化的作用。作为企业家必须正视民族传统对员工的影响,以及对自己决策的影响。

中华民族传统的精华是我们的国宝,是中华民族几千年来,在内外交困中,始终没有被侵吞、被打垮的根本因素。中华民族传统的精华不仅是中国走向现代化的坚实基础,而且影响了不少东方

民族,中国古老的儒家思想在日本、韩国、新加坡的现代化过程中起着巨大的作用,现在仍然被东方民族的企业家推崇。更令人振奋的是,西方国家面对日益加深的劳资矛盾、日益冷漠的人际关系、日益增多的社会问题等等,也把目光转移到东方,转移到中国。所以,中国企业家一定要认真地吸取传统中的精华,发扬民族精神,建立起具有中国特色的企业管理制度。当然,不可否认我国民族传统中存在着糟粕,这些是应该抛弃的东西,它们像毒瘤一样顽固地侵蚀着健康的肌体,若不果断地切除这些毒瘤,必然会影响中国社会主义的建设事业。

第一节 中华民族传统的内涵

一、传统与文化传统、传统文化

关于什么是传统,理论界有不同的说法。有的学者认为,传统是历史上得到的、并经过选择的、能够流传到今天的东西,它是各种文化类型里面的核心精神,是一种潜意识,一种内在思想定势,一种定向发展的倾向。^①《辞海》中对传统的界定是:“历史上流传下来的社会习惯力量,存在于制度、思想、文化、道德等各个领域。”传统“对人们的社会行为有无形的控制作用。传统是历史发展继承性的表现”。还有学者认为:“所谓传统,就是历史上形成的、具有稳定的组织结构和思想要素的、前后相继的、直到现在仍然潜在地影响着人们的特定的思维方式、价值观念、道德风俗等深层文化的社会心理和行为习惯。”^②

① 庞朴:《文化的民族性与时代性》,中国和平出版社,1988年8月,第120~122页。

② 李宗桂:《文化批判与文化重构——中国文化出路探讨》,陕西人民出版社,1992年6月,第343页。

以上定义各有特点,但有一些共同的东西,这些共同之处可归纳为以下几个方面,也可看作传统应当具备的特征:①历史性。传统是特定民族在漫长的历史实践活动中积累而成的。比如中国传统是在几千年历史发展中形成的,主要沿袭封建社会以来的思想、道德、风俗习惯、观念等等,所以必然带有封建社会崇古守旧、唯上唯书、伦理至上、重义轻利等特征。②继承性。传统不仅是指过去,而应该既是过去时又是现在进行时,从这种流动和连续性的观点看,传统就是历史向现实过渡的桥梁或在过去与将来之间建立相继性的东西。可见,传统不是突生突灭的,是有着前后相继的一贯性。③牢固性。传统既然是从过去传递到现今的观念、风俗、思维方式、行为规范等,从时间看,经历了漫长的岁月,从内容看,经过不断的完善、积淀而成为民族精神文化,这种文化深层结构体现一旦形成,便难以轻易改变。④广泛性和社会性。传统的东西必然支配多数的社会成员,因而具有广泛性;传统的东西超越了个人性格,所以具有社会性。⑤现实性。传统的形成,来源于过去的现实;同时,它并不是只停留在过去,而是直接影响到现在,影响着现今人们的社会心理、价值取向、思维方式等。⑥流动性。传统具有稳固性,但不是一个超稳固系统,否则,过去了的东西都成了传统。任何传统都不可能铁板一块地延续下来,随着历史的发展和时代的变更,它的内容和形式也将发生不同程度的变化,以适应不断发展着的时代要求。传统是稳固性和流动性的统一。⑦潜在性。传统作为观念形态的东西,往往表现为特定的社会心理,表现为不自觉的行为方式和思维定势。每一个民族都有自己的传统,有文化就有传统。中华民族是一个古老的民族,因此,中华民族的传统是悠久的、丰富的,同时也是根深蒂固,比较难以变化的。由传统的特征可知,任何民族的传统是不能全盘否定的,否定了传统就是否定了这个民族。

文化传统与传统文化是有区别的。文化传统,是指受特定文化

类型中价值观念的影响,经过长期历史积淀而逐渐形成的,为全民族大多数人所认同的思想和行为方式上的传统。而传统文化有广义、狭义之分,广义的传统文化,是指历史上形成的一切,包括物质、制度和思想等方面;狭义的传统文化,是指历史上形成的价值观念、思维方式、伦理规范、理想人格、审美情趣等的总和。我们认为,狭义的传统文化等同于文化传统,因此,为了论述的方便,本书中凡提到的传统文化均指狭义的传统文化,即文化传统。

中国的传统文化,是指以汉族为主体的中华民族在漫长的历史发展过程中创造的特殊文化体系。中国文化有着相当久远的历史,单是文字记载的历史就有四千多年的时间,在这漫长历史长河中,中国文化在中国人的创造性活动中,经过世代的传承、嬗变和发展,逐渐形成了自己独特的风格、特质和传统,形成了中华民族的基本精神和民族性格。中国的传统文化是整个中华民族智慧的结晶,是中华民族数千年来求生存、求发展、争自由的自觉活动的产物。

由于中国传统文化体系是在封建社会形成、繁荣和成熟的,因而是具有中华民族特色和封建主义时代特点的文化体系。中国传统文化以儒、道两家为主干,但从对世俗社会影响的广泛和深刻而言,从价值导向对社会发展的整体功能来看,还是首推儒家思想。

传统的东西有优劣两个方面,因此,对于中国的传统文化要辩证地去看,既要看到它具有永恒价值的人类精神文明的精华,又要看到它具有必须彻底抛弃的、与时代精神格格不入的糟粕。同时必须看到优劣两个方面在思想观念、风俗习惯、思维方式、价值观念等问题上并不是绝然对立的,很多时候是优劣并存、相互缠绕在一起,从不同的角度看,有时优的方面可能变成了劣的一面,有时劣的一面可能变成了优的方面。在这本书中也经常出现传统的优劣并存问题,比如以“礼”为核心的封建等级观念和制度,是中国传统文化中一切弊病和糟粕产生的主要根源,这是中华民族现代化和

腾飞的沉重堕力和绊脚石,必须坚决、彻底地抛弃;但中国人与人交往彬彬有礼,对父母讲孝道,对长辈有礼貌,又是为外国人深深赞叹的。又比如中国人长期在“重义轻利”的观念熏陶下,比较注重品行修养,“见利思义”,考虑他人和社会利益。这种把“义”与公联系起来,把“利”与私联系起来,提出个人私利应服从社会公利的观念在社会主义时期仍需要提倡;但“重义轻利”,压制、不尊重个人的合法权益,以至于把人愚弄成只许言“义”,不许言“利”的所谓“君子”,这与现阶段社会主义市场经济规律是背道而驰的。恩格斯曾指出:在一切意识形态领域内传统都是一种巨大的保守力量。恩格斯从社会革命的角度揭示了“传统”中的社会功能和作用。结合“传统”优劣并存的特点,必须利用传统中的积极一面,摧毁消极力量,成为维护现存社会秩序的巨大力量。

二、传统价值观和民族精神

传统中的核心是价值观,精髓是民族精神,本书尝试把民族传统与企业活力较为紧密地结合起来论述,因此,就必须弄清民族传统的核心和精髓。

1. 中国传统价值观的内涵

价值观是人们关于各种价值现象的观点、看法中比较稳定的、深层的内容,是人们相对稳定的价值选择趋向结构,是具有普遍规范意义的价值评价标准和评价思想的总和。一个民族社会成员的普遍价值观是由特定的历史条件形成的。中国传统的价值观,就是由中国封闭的地理环境、氏族社会遗留下来的血缘宗法关系、小农经济的生产方式、封建专制的大一统政治结构等因素决定的。

中国的传统价值观没有系统的理论体系,但一系列的价值导向和价值原则却对人们有着深刻的影响。中国传统的价值观概括起来主要有以下几方面:①忠君唯上观念。早在春秋战国时代,忠

君唯上就已经成为社会认知价值的一个主要倾向，儒、道、名、墨等诸子百家尽管观点各异，但在把尧舜等先王圣贤视为常人不可企及的高峰这点上是一致的。汉代以后推出四书五经，把《大学》、《中庸》、《论语》、《孟子》以及《诗》、《书》、《礼》、《易》、《春秋》等著作经典化，“祖宗之法不可变”成为几千年传统社会铁一般的规矩，“忠”成为臣民对国家和君主的最高道德义务。②修己爱人观念。“修己”就是进行道德自我修养，做到一言一行符合礼的规范，人只要诚心正己，仁——儒家道德规范的最高原则即可达到。“修己”要求是发自内心的自觉追求，要“独善其身”、“洁身自好”，达到内心的完善。传统价值观认为，仅仅是“修己”还不能算是实现了自我人格价值，还必须“爱人”，对他人要“将心比心”、“设身处地”，以自己的欲望、要求、理想和追求来推及他人，要爱人若己，“己所不欲，勿施于人”。③重群体轻个体的价值观。由于中国传统文化对于个人与群体、与社会的关系，主要是强调后者而不是前者。与此相联系，传统价值观往往只强调人际和谐和群体的利益高于一切，强调个人对群体的义务和个人对社会的服从、贡献。这种片面强调群体价值而忽视个体价值、忽视和贬低个人的权利、自由和索取，是与社会发展的要求相违背的。社会的进步越来越要求重视个人的主动精神和创造精神，要求把人的群体价值和个体价值有机结合起来，使群体价值和个体价值都能得到充分的实现。但这种重群体轻个体的价值观也有积极的一面，在这种价值观影响下，人们把集体、民族的利益看作高于一切的东西，使历史上无数志士仁人为民族、为国家赴汤蹈火，使中华民族在历经种种危急困苦之后，仍然保持统一，屹立于世界民族之林。④和谐的观念。在古人的观念中，“天”是有意志的人格神，是自然和社会的最高主宰。而人是弱者，既然无力战胜强大的天，就只能求得与天相和，祈求上苍荫庇。宋代以后，“天人合一”的观点几乎为各种思想流派所接受。既然人间的秩序是天安排的，天人和諧是又一种普遍原则，那么人际关系也必须

服从天意,和谐发展。和谐的观念对于中国传统社会的稳定和政权的巩固有极为重要的意义。⑤贵义贱利的观念。在中国传统价值观中,义利之辨是一条主线。“义”是指道义,即维护封建等级制度的伦理道德规范,如仁、礼、孝、悌、忠、恕等;“利”,是指人们的切身利益和实际功利。贵义贱利的价值观,把义利对立起来,认为义高于利,而且义可以取代利,由于传统的义利观的影响,中国长期以来怕谈“利”,认为这是小人之举,“君子言义不言利”,但实际又不能离开经济利益,于是造成人格的两重性。但重义的价值观对人们无私奉献、崇尚忘我的思想境界的形成起了很大的作用。⑥尊道鄙器的观念。“道”,即德性学问,“器”,即自然科学、生产技能。在中国经济价值观中,对于德性学问非常重视;对于“器”是非常轻视的。“君子不器”(《论语·子路》),“民多利器,国家滋昏;人多伎(技)巧,奇物滋起”(《老子》第五十七章)。轻视科学技术和生产劳动的价值观念对我国封建社会的知识分子影响极大,阻碍了我国科学技术和社会生产力的发展。不过,重德性的观念如果剔除其封建性的内容,在现代的精神文明建设中是具有积极意义的。⑦“有为”与“返朴无为”的观念。在人生态度上,一般认为儒家的价值观是强调有所作为的,比如儒家的“修身齐家治国平天下”,就是鼓励人们加强自身修养,在人生中努力实现对天下的抱负,孟子还写下了激发人们奋斗的名篇,“故天将降大任于斯人也,必先苦其心志,劳其筋骨,饿其体肤,空乏其身,行拂乱其所为,所以动心忍性,曾益其所不能”,并提出“人皆可为尧舜”(《孟子·告子下》)。“有为”的观念与封建社会的“官本位”、“忠君唯上”、“群体本位”等揉和一起,往往使人们在官场、考场和战场上表现出顽强的竞争精神。但在谋利经商方面则少有表现,这是与“重义轻利”、“尊道鄙器”、“存理去欲”等观念有关系的。另外,儒家的一些道德规范,也是限制人们“有为”的桎梏。人们越是在道德修养方面“有为”,积极地按照“仁”、“礼”规范修身正己,就越是丧失了自我价值,变得“无为”、顺

从、保守、消极。中国传统价值观中的“无为”观念，主要表现在道家 and 佛家的思想中。道家认为人应顺应自然，返回自然，人只有把“死生、存亡、穷达、贫富、贤与不肖、毁誉、饥渴、寒暑”等一切生理欲望、功名利禄、伦理道德统统置之度外，才能在种种束缚中解脱出来，返朴归真。这样就是“有为”了，所以称“无为而有为”。佛家和道家的价值观一样，把“无为”作为人“有为”的阶梯和手段，认为在尘世中苦苦修行，就能行入西方极乐世界。“返朴无为”的传统价值观是与我国长期的小农经济分不开的，是一种听天由命的消极观念。⑧知足常乐的观念。这种在中国人中影响很深的观念与我国生产力水平低下，人们无力与自然界作斗争有很大关系；也与封建专制的森严等级制度与三纲五常的伦理绳索对个人意志的压抑、约束有关。“见好就收”、“功成身退”是知足常乐的引申和扩展。知足常乐与商品经济所要求的创新、开拓、进取、竞争等精神是尖锐对立的；但知足常乐从另一个角度看，它可以调节人们在激烈竞争中形成的紧张心理，尤其对在竞争中惨败的人可起到缓和情绪的作用，知足常乐在协调人际关系方面也有它积极的一面。⑨中庸之道。中庸的基本原则是要求把握适当的限度，以保持事物的平衡，使人的言行符合既定的道德准则。中庸之道要求人们按照一定的道德行为规范和价值标准，自觉地调节个人的思想感情和言论行为，使之不偏不倚，无过无不及，严格保持在儒家道德规范和价值标准所许可的范围之内。从根本上说，中庸之道是维护传统社会等级秩序恒常不变的理论工具。但是中庸之道要求道德行为应该适度，以此达到人际关系和社会的和谐是有一定的道理的。

2. 中华民族精神的内涵

传统文化的精髓是民族精神，中国传统价值观在长期的发展演化中，融进了中国古代的很多优秀思想成果以及劳动人民的智慧和美德，形成了一种独具风格的中华民族精神。中华民族精神在