

日语里有个专门名词：“产业观光”。据说，这个理念是10多年前日本名古屋市最先推出的，如今作为“旅游新干线”，已经全面铺展开来。

近日记者应邀赴日本中部考察，确有一番全新感受，这不是传统意义上的旅游，而是一种融科学性、知识性、趣味性于一体的互动性旅游。

关键词产业博物馆探索精神

从名古屋到三重县，从岐阜县到静冈县，乃至伊豆高原，一路上日本观光局官员忙不迭地发送资料，记者包里装满了色彩绚丽、印刷考究的各类博物馆海报。日本人为什么喜欢让游客参观博物馆？

名古屋圈地区（名古屋市、爱知县、岐阜县等）被誉为日本工业的心脏，这里的汽车、飞机、航天等工业和制造业在日本首屈一指，形成了独特的产业文化。日本人认为，历史悠久的厂房、设备，都是独一无二的旅游资源。一个成功的企业不仅可以制造出优质的产品，更可以向世人传递企业文化、企业精神。他们还认为，近距离参观、体验日常商品的生产工序，观摩其历史演变，体味产业文化，是把学习和教育功能纳入了旅游之中。

在日本，电器、汽车等拥有世界先进技术的产业都有自己的博物馆。而一些传统工业如酿酒、陶艺等等，也大多有自己的展示场馆。单在名古屋，记者就了解到有这样一些专门产业博物馆：丰田博物馆、世界瓷砖博物馆、有松·鸣海染色博物馆、和纸之乡博物馆、醋之乡博物馆、兰花博物馆等等。单是丰田企业，就有三个内容不同的博物馆。雅马哈也有自己的大型博物馆。

锯齿形状的屋顶和红色砖墙，是大正时期的老纺织厂，丰田集团把它作为重要的产业遗产，改建成一座博物馆。博物馆展示产业技术的变迁，宣扬“研究和创造精神”的丰田理念。

丰田博物馆以各种科技手段立体地展示企业的历史轨迹，具有强烈的视听冲击力。你听，叮当叮当，很有节奏的打铁声在空旷的车间里回荡，那是1911年丰田企业的工人锤打第一辆汽车的车身外壳；再看那车身的骨架，居然是乳黄色木制的。企业的历史场景就如此真切地再现在眼前。

名古屋的机器人博物馆，有一个历史长廊，把机器人的演变轨迹清晰地揭示给你。这里按年代展出有关机器人的照片、视频短片和实物资料等。参观者可租借一部“iPodnano”，收听有关内容。机器人几乎每10年，跨越一个阶段。有意思的是，博物馆负责人告诉我们，人类对于机器人也有一个人文主义关怀的过程。最初的机器人发明出来，是定位于人类的奴仆；渐渐地，机器人富有了个性，形象也更具有人的特征。日本的铁臂阿童木有了英雄的气质；而爱知世博会上的机器人是真正模拟人的肺叶，来吹奏小号的。

企业博物馆属于民间文化设施，但它不以推销自家的产品为目的，而且不惜花费巨额投入。丰田汽车详尽生动地展示它节能、安全、少污染的科技推进过程，以此赢得游客的认同。值得一提的是，

博物馆里四周有视频即时播映，有电脑随手可以查询文献、数据。

参观博物馆，我们总会看见家长带着孩子，或者孩子结伴而来。日本孩子们告诉记者，老师很希望他们多多旅游，因为这样的旅游，其实是一次学习，一种考察，也是一份体验，可以激发探索与创造的精神。

关键词“体验教室”“深度趣游”

产业与观光，并不是简单的组合，需要高科技的介入。产业观光不只是看和听，而可以亲身体验，可以动手参与。

日语旅游词汇里面，加进一个新名词叫做“体验教室”。日本旅游业界认为，有体验性，才是“深度趣游”。

比如传统的织布车间，一个个梭子在移动着，你可以把梭子取下来，把雪白的棉花塞进去，然后让它把棉线一条条纺出来。如果操作有误，恭候一边的技术员自会指导你。巨大的风车在水流的冲击下缓缓转动，你要了解工作原理，随手按个电子屏幕，便会有日文或中文的详尽说明。

在名古屋机器人馆，那个毛茸茸的小狗，你可以去抚摸，它会讨好地向你摇头摆尾；你要和机器猫对话，就凑过去喊声：孔尼基瓦！（你好）机器猫也马上会向你问好。展厅里不断发出孩子和大人惊喜的欢笑声。还有两轮的走路机，这是一个最先进的机器人。你不妨亲身体验一下。你站在上面，它时刻服从你的意愿，向左向右，要快要慢，不会有偏差，你站着，它贴心地呵护着你，永远让你保持平衡，绝不用担心跌倒。据说，日本老人以后外出就能搭乘这种机器人走路机啦。

日本的手工业制作，作为旅游项目，特别重视开设“体验教室”。比如日本最为有名的郡上八幡食品塑料样品制作场，专门有旅客制作工场和指导师傅，提供一系列工艺制作实验。先让你看看各式日本料理、各种蔬菜瓜果，虽然是假的，但绝对以假乱真，逼真得让你垂涎欲滴。然后，让你这个游客大显身手啦。作业台上放着一大溜各种颜色的石蜡液体，你拿着盛杯往水池里缓缓倒入绿色石蜡，水面上形成一层薄膜，然后用手托起铺展开来，再浇一层淡黄色石蜡，轻轻地卷起来，瞧，一颗新鲜的卷心菜就拿在你手里了。亲身体验，动手实验，这真让人开心。你还可以把做好的蔬菜打包，带回去留作纪念。如果你看见工场里许多样品都是可爱极了，自会掏腰包买几个回去的。