

アキバから世界へ!

展现时代风貌的秋叶原



《ひだまり》的每一期，都将通过图片和文章来介绍日本年轻人的生活以及当今日本文化为中心题材的《今日日本》，并介绍以《今日日本》为题材的教学设计，既可供教师教学时作参考，还可将《今日日本》贴在教室里，为学生了解日本提供帮助。

“アキバ”为何处？

“アキバ”是秋叶原的俗称。一般指以JR（日本铁道公司）秋叶原车站（东京都千代田区）为中心的方圆500米左右的区域。JR秋叶原车站有总武线、山手线和京滨东北线在此经过，从东京站乘坐山手线到这里只需约5分钟。秋叶原除JR以外，还有东京地铁日比谷线以及2005年开通的筑波快速列车路经这里，成为重要的交通枢纽。

从JR秋叶原车站出来，近在咫尺的秋叶原电器街有大约600家店铺，经销家电、音响设备、个人电脑、电子零部件等产品，这里还有多家免税店，来自国内外的购物者络绎不绝，生意也因此而兴隆。最近，游戏软件和DVD专卖店，以及动画类商品和小型塑像专卖店等、面向爱好者的商店引人注目。

发展历程

1945-1954（昭和20年代）

□ 战后，秋叶原因有价格低廉的电子零部件批发商店，加之交通便利等优越条件，来这里采购的各地批发商接踵而至，买卖由此红火起来。在组合式收音机畅销、真空管成为走俏商品以后，这里聚集了一些专门经销收音机零部件的露天商店。1949年，根据GHQ（占领军总司令部）露天商店取消条例，露天商店迁到秋叶原铁轨高架下面和附近的建筑物里，形成了现在街道的雏形。

1955-1964（昭和30年代）

□ 1953年电视开播以后，黑白电视机、电冰箱和洗衣机被誉为“三种神器”，拥有这三件电器成了生活富裕的标志，家电产品的销售行情从而一路走高。从昭和32年到昭和40年黑白电视机、电冰箱和洗衣机的持有率来看，分别为7.8→95.0%、20.2→78.1%、2.8→68.7%，其比率大幅攀升。在秋叶原，经销家电的批发商店以及零售商店的队伍也在扩大。1962年，秋叶原首家8层高楼——广播会馆竣工。

1965-1974（昭和40年代）

□ 彩电出现以后，与空调和汽车一同被誉为“新三种神器”。这是经济高速增长的一段时期，也是高生产、高消费的一个时代。消费者的需求开始多样化，为此，秋叶原的家电经销商店规模迅速扩大，一座座高楼相继拔地而起。

1975-1984（昭和50年代）

□ 因为两次石油危机（1973、1979年）以及环境恶化的影响，“节约、

省能”成了这个时代的口号。与此同时，“Made in Japan”（日本制造）成为高质量的标志，很多来日本观光、洽谈生意的外国人为购买随身听等家电商品而光顾秋叶原。

□ 1976年日本第一家经销微型电脑的商店在秋叶原开业。此后，经销电脑的商店越来越多。

1985-1989（昭和60年代）

□ 录象放映机及CD机等音像电器、打字机以及无绳电话等信息家电备受喜爱。随着泡沫经济的繁荣，高价商品销路畅通。

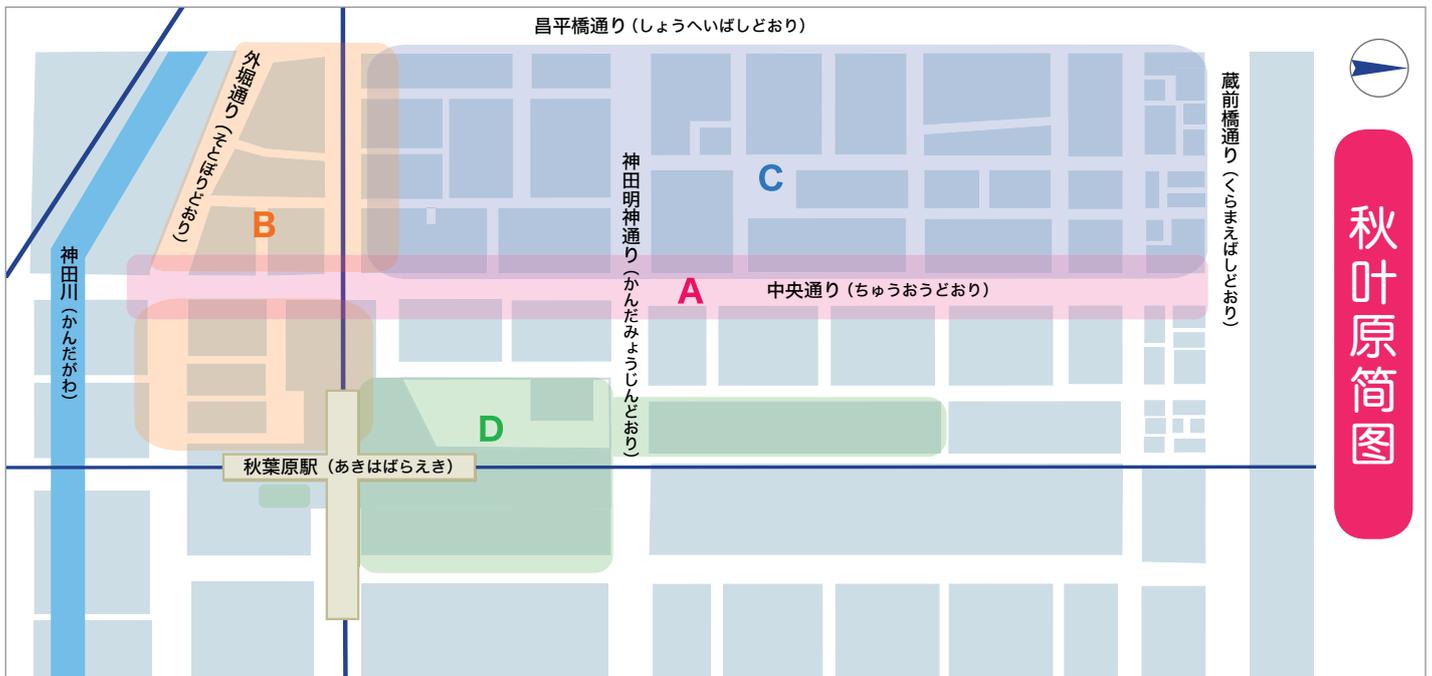
1990-2005（平成）

□ Windows（视窗）问世，掀起了个人电脑热。秋叶原经销个人电脑的专卖店开业了。1994年个人电脑相关产品的销售额超过了家电，秋叶原成为了个人电脑销售街。但是，个人电脑在家庭里普及以后，销售行情开始停滞。

□ 家电及个人电脑的需求处于饱和状态，游戏软件以及动漫类商品的销售行情开始看好。大约在1997年前后，游戏软件、漫画同人杂志和小型塑像等面向狂慕者的专卖店相继开业。画着电子游戏和卡通人物的招牌以及宣传画遍布秋叶原的街头巷尾。人们开始称秋叶原为“オタク（狂慕者）之街”。

□ 以JR秋叶原车站周边的再次开发为契机，人们期待着秋叶原成为日本IT（信息技术）产业基地，面向世界传播最尖端的技术和日本制软件。

参考秋叶原电器街振兴会网页（<http://www.akiba.or.jp/>）



秋叶原简图

B. 电器街地段

走出 JR 秋叶原车站的电器街检票口就是电器街了。JR 的铁轨高架下面，分布密集的电子零部件商店，令人感觉战后不久的光景依稀尚存。这里还有很多面向海外游客出售家电的免税商店。因为外国顾客的增多，有些店里还配置了会讲英语、汉语和韩语的店员。



D. 再开发地段

这里有以开发日本 IT(信息技术) 产业基地为目标的“秋叶原十字区域”、2005 年 8 月开通的“筑波快速列车”秋叶原车站，还有最新开设的 JR 秋叶原中央检票口以及 2005 年 9 月开业的规模电器商店“ヨドバシカメラ”。



A. 中央大街地段

秋叶原的主要街道——中央大街的两侧有家电和个人电脑专卖店、游戏软件和 DVD 专卖店。此外，经销动漫类商品的大型店铺鳞次栉比，星期天和节假日这里是行人的天堂。



C. 后街地段

这里是杂居公寓和小巷。挤满了经销个人电脑配件及零部件、游戏软件、动漫画同仁杂志的小型商店。还有很多餐饮店。



图片：北乡仁、TJF

拥有不同面孔的街区

上世纪 50 年代中期，各种家电产品进入普通家庭以后，秋叶原作为价格低廉的家电销售街，呈现出繁荣景象。进入 90 年代，Windows（视窗）的问世掀起了个人电脑热潮。秋叶原开始大量经销个人电脑，电脑类商品的销售额超过了家电产品。然而，最近在新宿、池袋以及郊外，大型的批量销售商店以及打折商店相继出现，不去秋叶原也能买到质优价廉的商品，由此，秋叶原作为销售低于市场价格商品的电器街失去了原有的特色，招揽顾客的能力日渐低下。

而在家电和电脑类商品市场需求处于饱和状态的时候，游戏软件以及动漫类商品的销售势头良好。电脑爱好者当中有很多人痴迷于电子游戏，还有不少人痴迷于动画和漫画。因此，经销游戏软件以及动漫类商品的店铺越来越多。人们开始称这里是“オタク（狂慕者）之街”。但是，作为电器街的秋叶原依然健在。据“街区印象调查*”显示，在问及“你对秋叶原的印象是什么？”时，大约有 8 成的受访者回答是“オタク（狂慕者）之街”，大约有 9 成的受访者回答是“电器街”。

*MDB 网络调查于 2005 年。以 516 名 16 岁以上的男女为调查对象。

何谓“オタク（狂慕者）”

“オタク”代表什么？“おたく（お宅）”一词原本是略带敬意地称呼关系不太密切的交流对象。在 20 世纪 80 年代初期，动画迷和科幻电影迷之间开始相互以“オタク”称呼对方。由此，“オタク”成了主要对动画片、漫画和电子游戏狂热般爱好者的称呼。被称为“狂慕者”的这群人往往被人们以偏颇的印象加以理解，如性格内向、寡欢、不善交际。然而，动画片和漫画的地位是作为年轻群体的一种兴趣确立下来的。所以，被称为“狂慕者”的这群人绝不是另类。现在，活跃于全球的日本动画片和漫画创作者当中有很多人所谓的“狂慕者”，正因为他们本身就是有着狂慕者一样挑剔眼光的消费者，所以能够确切地

感知和表现当今消费者的内在需求。所谓狂慕者也是“处事一丝不苟且专心致志”的一群人。

正在进行的再次开发

东京都政府将比邻 JR 秋叶原车站的旧神田青果市场遗址（大约 16,000 平方米）转让给了民间进行再次开发，目标是使秋叶原由电器街发展成为 IT 产业的一大基地。再次开发地段被称为“秋叶原十字区域”。这里有两座高层楼，一座是秋叶原产学大楼，它是连结产业和学校的基地，同时也是信息网络中心。另一座是秋叶原 UDX（2006 年 3 月竣工），备有会议大厅以及大型集会场所。东京大学、筑波大学等高校的卫星传送校区以及向风险企业投资的投资商人住产学大楼，目的是使产业和学校连结在一起。在产学大楼内，由数码好莱坞股份公司创办的、即由股份公司创办的日本首家电子大学——数码好莱坞大学于 2005 年 4 月正式成立，这一创举为世人瞩目。该大学以 IT、英语以及创造性教育为主题，着力于培养设计师、制片人、工程师、游戏创作者等数码领域的创造性人才。由于数码好莱坞大学的创立，秋叶原同时作为“教育之街”而备受关注。

与此同时，在 2005 年 8 月，连接以大学城著称的茨城县筑波市和秋叶原之间的“筑波快速列车”开始运营，人们更加期待秋叶原成为连结产业和学校的基地。此外，拥有日本国内最大的卖场、占地 24,000 平方米的家电产品批量销售商店“ヨドバシカメラ秋叶原店”正式开业，秋叶原车站的周边地段已经旧貌换新颜。

在电子器械等硬件产品的基础上，以成为数字信息传送基地为目标，正着眼于软件开发的秋叶原，日益显示出它是一个富有魅力的街区。

* 筑波市大约在 40 年前开始建设，现在官办及民办的研究机构以及企业达 300 家，拥有 13,000 人的研究人员，是日本最大的科学技术集聚地。

租赁式商品陈列橱

租用人可以租用一个由丙烯材料制作的透明的商品陈列橱，随意陈列和出售商品。“租赁式商品陈列橱”这种别具一格商业运作形式吸引了众人的目光。

走出 JR 秋叶原车站的电器街出口，广播会馆近在眼前。在该会馆的 7 层，老字号的模型生产商——股份公司ボックス于 2001 年在此开设了一家出租陈列橱的店铺。这家店铺有 800 个陈列橱，里面分别摆设有小型塑像、交易卡、古董玩具、手工制作的偶人、相机以及昆虫标本等。每个陈列橱每月租金为 2000 至 5000 日元不等，根据陈列橱的大小和摆放位置而定。橱内商品的售价由租用人自主确定，商品的管理和出售由店铺代理。商品售出以后，作为代理手续费，店铺

可拿到货款 15% 的回扣。年龄在 18 岁以上即可以租用商品陈列橱。

租赁式商品陈列橱的魅力在于租用人利用小数目本金就可以开设“自己的店铺”。此外，也有人利用陈列橱展示独有的珍藏，还有人将其作为小型展览室摆放自己的手工制品等，使之成为表现自己的场所，感受其中的乐趣。而对于光顾店铺的人们来说，从五花八门、杂乱无序的商品中发现意外的珍品，或是多年来一直在寻找的东西，也能体验到寻宝的快乐。

协助采访：股份公司ボックス珍宝俱乐部“梦想王国”<http://www.volks.co.jp/>

