

Akihabara@DEEP
Ishida Ira

石田衣良

アキハバラ@DEEP



世紀出版集團 上海人民出版社



Akihabara@DEEP
Ishida Ira



世纪出版集团 上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

秋叶原@DEEP / (日)石田衣良著; 贺静彬, 韩云冬,
于永梅译. —上海: 上海人民出版社, 2008
ISBN 978-7-208-08297-7

I. 秋… II. ①石…②贺…③韩…④于… III. 长篇小说—
日本—现代 IV. I313.45

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 190974 号

策划编辑 储卉娟
责任编辑 管鹁鹁
装帧设计 hansey



世纪文景

秋叶原@DEEP

【日】石田衣良 著

贺静彬 韩云冬 于永梅 译

出版 世纪出版集团 上海人民出版社
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)
出品 世纪出版股份有限公司 北京世纪文景文化传播有限公司
(100027 北京朝阳区幸福一村甲 55 号 4 层)
发行 世纪出版股份有限公司发行中心
印刷 廊坊市兰新雅彩印有限公司
开本 890×1240 1/32
印张 12.25
插页 2
字数 282,000
版次 2009 年 1 月第 1 版
印次 2009 年 1 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-208-08297-7/I·620
定价 25.00 元

【导读】

《秋叶原@DEEP》的七大魔法

程佳客

如果说武侠小说是男性的童话，言情小说是女性的童话，《秋叶原@DEEP》是谁的童话呢？

六个年轻人，一起创业打拼，虽然历尽艰辛但终获成功。这样的故事听上去是不是很老套？但这么老套的故事，就是能够让读者大呼过瘾，它究竟有什么魔力呢？

魔力之一：平民英雄满足 YY

在美国，最受欢迎的超级英雄是蜘蛛侠，其次可能才是超人、蝙蝠侠等。蜘蛛侠之所以受欢迎，是因为他的平民化。

而秋叶原的六个年轻人，页面、文本框、大鼓、阿阳、泉虫和达摩，就是东京 1200 万人中普普通通的一群。但这六个人又身怀绝技，这就给了读者遐想的空间。

说来好笑，英雄都是有些残缺的。超人、蜘蛛侠不敢以真面目示人，钢铁侠是个自大狂，绿巨人连人样都没有了。而秋叶原这几个年轻人，也没有一个正常。

页面患有严重的口吃、文本框有洁癖并且怕女人、大鼓会不定期抽风、阿阳成天以为自己被人盯梢、泉虫患皮肤病不能见光、达摩有自闭症不过总算好了。

如果这几个人都能获得成功的话，人人可以鼓足干劲大展身手了。

就是要让你认为生活充满希望、人生充满挑战。

现在社会，缺乏斗志、安于现状的人十之八九，他们并不是没有热情、没有理想，只是热情理想还不足以让他们抛开一切去为之奋斗罢了。

也罢，不奋斗、不拼搏，还是可以看看小说，在虚构的想像中意淫一番。

魔力之二：直击流行最前沿

在东京，如果说银座是老头子们寻欢的地方，六本木聚集了大批的西方人，新宿是购物的天堂，那么秋叶原就是与时代尖端产业同步的地方。

在这里，电子设备像猪肉一样被按斤吆喝，高科技产品比过气明星贬值都快。

《秋叶原@DEEP》中还在用 P4 处理器，搁到现在就是被踢来踢去的球，花半个小时，能在街上捡出一套设备来，自己回家攒去。

动漫是日本另一个支柱产业，而秋叶原则是全世界动漫迷们心目中的圣地。想买个手办吗？你能想到的动漫周边产品，秋叶原应有尽有。要是逛累了，还能在主题动漫吧里歇歇脚，除了喝杯咖啡，那些漫画杂志也是随便看，不尽兴不归。

去年到东京出差，被好些人要求去秋叶原买个模型作纪念，结果病得一塌糊涂，哪儿都没去成。

书中疯狂热爱动漫的美国佬，说明这种文化不仅仅侵入中国，也已经渗透到世界各地。

魔力之三：宅男宅女很满足

御宅族，指的是那些过度沉迷于某种事物，比如动漫、游戏，而不去接触其他的东西，完全封闭于自己的世界中，并且非常满足的人。男的叫宅男，女的叫宅女。还有腐女、干物女等一系列衍生，是个庞大的家族。

随着动漫、游戏、互联网的渗透，一大群男男女女发现现实社会是多么可怕，人与人交流简直要了他们的命，干脆足不出户，待在家里想干什么干什么，岂不美哉？

看过一则新闻，说的是四川一个宅女，成天窝在家里的沙发上看电视，由于长期不动，导致腿脚开始溃烂。而她怕家里人发现，天天用被子、靠垫等物品盖住自己的脚，还用保鲜膜包住，防止异味透出。结果还是没包住，家里人闻着不是味儿，才发现女儿两条腿已经异变。医生说，脚已经完全报废，生命都有危险，这个宅女索性也不看病了，回家继续泡脚，生死未知。

尽管有这种悲剧发生，御宅族的数量还在增加，他们用一些奇怪的言语沟通，创造了一些全新的词汇，并且打算把“宅”这个精神发扬光大。

在《秋叶原@DEEP》中，几个年轻人都很宅，他们平日里就很少出门，出门也是直奔喜爱的电玩店、动漫屋、COSPLAY吧等宅男宅女聚集的地方。他们高声喊道：“我们虽然很宅，但是我们也能改变世界！”

诚然，这只是小说，但是已经陷落的宅男宅女分不清现实和虚构，他们也以为再也不需要出门。

魔力之四：我们都是神经病

2008年11月22日，由总后卫生部组织、北京军区总医院牵头制定的《网络成瘾临床诊断标准》通过专家论证，“网瘾”首次被列为精神病治疗范围。

根据《网络成瘾临床诊断标准》，网络成瘾是指个体反复过度使用网络导致的一种精神行为障碍。症状界定有七项标准，其中一项量化的指标是平均每天连续使用网络达到或超过六小时，而且这种症状达到或者超过三个月。

不知道你怎么样，但我已经成了神经病。同样，页面、文本框、泉虫，他们也和我一样，无可救药。

我每天上班八小时，必须面对网络，和人交流最方便的非是 QQ 和 MSN 这两种及时通讯设备。下班以后，回家第一件事情是打开电脑，从一个网站流窜到另一个网站，新浪、搜狐、凤凰网这些门户网站会去看一下，天涯、猫扑现在去得少了，淘宝、当当逛得比超市还频繁。看看那些卫生部的专家，他们可能不需要到百度上搜索诸如“御宅族”、“秋叶原”这些简单的资料，但我一定得去豆瓣看看新书榜的评选进展到什么程度了。

我估计，全国至少有 2000 万人和我一样，离开电脑就没法生活了，难道我们都是神经病？

截至 2007 年 12 月，全球有 12 亿网民，美国 2.1 亿，中国 1.62 亿，日本 0.86 亿。

其实，2008 年 6 月底，中国网民数量已经达到 2.53 亿，而美国不会超过 2.3 亿，实际上中国网民规模已经跃居世界第一位。

魔力之五：展望更舒适的互联网

从约翰·冯·诺依曼发明计算机以来，人们总是希望计算机能多做一点、再多做一点，最好能像人一样思考、工作。

计算机的能力确实很强，但它终究只是一堆 0 和 1 组成的数字怪物，石田衣良很好地赋予它生命，给予它智慧，最后把它推进历史的洪流。

早些时候，大家打开浏览器，会老老实实翻出抄写的网址，然后规规矩

矩在键盘上输入那串英文字母。到后来，会用雅虎了，我的妈呀，原来有这么多网站，雅虎挺细心地帮你归好类，不过还是不够方便。

突然有一天，发现一个叫做谷歌的地方，想看什么，在里面随便一打就会列出一大堆目录，有用得着的也有没用的，有用没用就得自己分辨了。试试看，在谷歌里输入自己的名字，看看有什么惊喜。

更令人叫绝的是百度，不光能搜索网页，还能听歌、看电影、当百科全书用……这不，谷歌也不甘落后，这些功能一个都不许少。

网民们是幸福的，他们永远不知道那一列网址后面的艰辛。

CROOK 这个搜索引擎，最后还是只能出现在梦中，因为人们不需要一个能钻到自己脑子里啃食思维的机器虫子。

魔力之六：乱舞到荷尔蒙溢出

没想到，这还是一部从头打到尾的小说。

阿阳是女儿身，却被赋予最高战斗力，还屡屡让她穿得火辣性感去和人搏斗，可见作者的恶趣味。

很多影视作品都涉及地下黑市拳，内容无不怵目惊心、惨绝人寰。但在石田衣良这里却打得甚是可爱。

军用格斗技和拳击、柔道、空手道、散打一一交手，结果不光赢在擂台，连专职格斗家都能撂倒。最滑稽的是白面书生文本框，花 20 天时间练了几下拳击，竟然能假扮武林高手踹人家大营。

既然都知道这是假的，打得好看了就行了，毕竟不是黄飞鸿不是霍元甲，只是个一米六不到的女生和一个书呆子。

魔力之七：送给 80 后的 21 世纪童话

以上这六项，无论是满足一个平凡小人物的幻想，还是让御宅族觉得

“宅有理”，还是网虫们在阅读过程中产生了共鸣，都昭示了《秋叶原@DEEP》是一部童话这个不争的事实。

童话并不是给小孩子看的，就像一开始所说，武侠小说是给男人看的童话，言情小说是给女人看的童话，而《秋叶原@DEEP》是给所有 80 后男男女女看的童话。

你或许不是缺乏理想、循规蹈矩的小人物，不是每天沉迷于动漫卡通的御宅族，也不是一头栽进网络世界拔不出来的精神病患者，但你一定能在这部童话中找到属于你的那一份感动。

我们是 21 世纪的领导者，同样也被这个时代改造，顺应时代产生的各种习惯、特质，都是合情合理的。

序

这是我的几位父亲和一位母亲的故事。

他们对这个社会的机制极度不适应，却在不经意间开拓出一个崭新的时代。虽然他们势单力薄，极易受伤，却将自己的肉体 and 灵魂化为一个能抵御各种新型病毒的免疫细胞。

千禧年来临之际，他们将在秋叶原@DEEP 这个圣地相识。

利用 GPS 全球定位系统锁定空旷的东京市中心，在距离市中心东北部 2.5 公里处再次聚焦，秋叶原的名字便会跃上屏幕。在屏幕上你会看到这个方圆约 0.5 平方公里的区域，由四条大街围成。南北延伸的是靖国大街和藏前桥大街，东西方向的是昭和大街和昌平桥大街。这个区域内的每一条大街小巷都有一个极富音乐般动感的名字，像秋叶原、外神田、神田须田町、神田练屏町、神田松永町、神田相生町、神田花岗町、神田佐久间町、神田岩本町。单单是这一串美妙动听的名字就足以使人们的审美神经兴奋到极点。

然而，这里让人惊叹的还不仅仅是这些承载着历史的地名。这是一个弹丸之地，即使你用每分钟 80 米的超慢速度步行（并非每秒 30 万公里），也可以在几小时之内踏遍这里的每个角落。而令人难以置信的是，这里竟

是世界上规模最大、阵容超强的电器市场。大到十几层高的大型家电量贩超市，小到分散在国铁秋叶原车站附近只有两个公厕那么大的零部件批发店，这些数不清的大小商店经销的产品可谓琳琅满目，大小电器和配件应有尽有。

毫无疑问，秋叶原就是“二战”后半个或多个世纪以来整个电子技术发展的活历史，因为这里的任何技术都不会消亡，只会升级换代，续写着这条街道的历史。你会发现已绝版的 50 年前美国产的老式音箱和三天前刚刚上市的新型主板都摆在店头，每件商品无论新旧都会折射出不同时期、不同技术的亮点。从电冰箱、洗衣机、微波炉等白色家电，到 DVD 影碟机、数码音乐放大器、DLP 投影仪等新款音频视频仪器、大容量存储器、终端机以及数据库服务器等最先进的计算机产品，再到各种合法的、盗版的软件，各种产品一应俱全。当然，这里还汇集了各种规格的 CPU 和电脑软件，其规模堪称世界一流。

这里的热销商品不仅仅有整机，还有内存条、存储器、精密电阻、电容器以及“二战”前的变压器、从东欧和中国进口的真空管等，小胡同里布满了这些令人眼花缭乱的零部件专卖店。在这些专卖店中，有 10 家店铺销售数百种直径和收缩率不同的热收缩管；有 20 家店铺经营着十几种不同价位的带无线传输功能的微型 CCD 照相机。所有这一切都集中在步行可及的范围之内，这在地球上任何一个其他地方都是难以想像的。而且，无论哪种商品都如同露天市场上随意堆放的西红柿、土豆一样，等着买主的光顾。

这里出售的 MO、DVD-RAM 就像卫生纸一样廉价，而液晶显示器、硬盘则如同打折促销的烤肉；在别的国家被视为珍宝的四通道数字式存储滤波器，在此地却被堆放在地下通道的一角，上面落满了灰尘，任由路人踢来踢去；内存条按“把”计价，二手电脑则以“公斤”出售。在秋叶原，

高科技成了即用即扔的一次性商品，也许这就是对待高科技惟一正确的方法。

不过，弥漫在这条街道上空的带电空气将会孕育出一个新生代，孕育出创造下一个千年历史的新人类。

秋叶原，我和伙伴们的摇篮，父母辈们成长的圣地。

秋叶原，你的名字使我心醉，让我震撼。

秋叶原，年幼的父母们正由妈妈的妈妈引领，不久将邂逅于此。

秋叶原，新世纪第一个圣诞节来临之际，在外神田的胡同里一个故事即将拉开序幕。

接下来就请三位病态的贤者登场吧！他们就是我的爸爸——页面、文本框和大鼓。而我这个旁白，也要从桌面上暂时离开一会儿了。

来吧！点击下面的图标，故事即刻开始传送。

祝大家搜索愉快！我的一位父亲曾说过，无论你在搜索时会得出什么样的答案，人活着就要搜索，而美好的人生就是一次成功的搜索。

目录

[导读] 《秋叶原@DEEP》的七大魔法 程佳客 1

序 1

- 第一章 水银蓝眼海豚®零点热销 1
- 第二章 沙漠里的奇迹 24
- 第三章 刺猬网络 48
- 第四章 午夜的女子格斗 67
- 第五章 工蚁的觉醒 89
- 第六章 巨浪的命名 118
- 第七章 全球第七大魔王 141
- 第八章 牢笼密室 169
- 第九章 窃取 CROOK 183
- 第十章 商店街上的颓废者 202
- 第十一章 宽吻海豚的复活 216
- 第十二章 六分裤后门 231
- 第十三章 愤怒的发帖人 247
- 第十四章 模拟倒计时 256
- 第十五章 秋叶原里的打工仔 265
- 第十六章 圣战 I 295
- 第十七章 圣战 II 311
- 第十八章 回归苍穹 332

第一章 水银蓝眼海豚®零点热销

@ 1

“请您品尝我们的米酒。”

一位身着银色紧身衣的米酒促销员端着托盘向排队的人们分发着装有米酒的纸杯。页面头上戴着一顶压得很低的窄檐帽，目不转睛地盯着她半裸的胸部上那层鸡皮疙瘩，顺手接过了一杯热气腾腾的米酒，顿时飘来一股酒曲的醇香。

“那就……就……多……多……多谢啦。”

页面只不过道了声谢，就这么紧张兮兮的，他面红耳赤地垂下了头。

“给我也来一杯。”

说着，文本框伸出了他那戴着三层手套的手，紧接着大鼓也接过了一杯。女促销员看着这三个人，面色有些惊诧，随后便恢复了那自然甜美的笑容，朝长队的尾部走去。大鼓望着女促销员紧身衣背后腰部上点缀着的左右摇摆的银灰色尾鳍说：

“这小妞不错嘛。我看不亚于‘阿茜’店的阿阳呀。”

文本框一边瞅着矮自己一头的大鼓，一边用消毒湿巾仔细地擦着纸杯

口，慢慢呷了一口米酒，对那个女促销员不屑一顾，接着大鼓的话茬说：

“阿阳的身材可比她强多了。刚才那小妞儿腿长得修长倒是挺漂亮的，不过，胯太宽了，要是放在展台上，一定是个又笨又蠢的木偶。喂，我说，今天来排队的这些家伙是不是都土得掉渣儿啊？”

长长的队伍在十字路口拐了个弯儿，一直延伸到昌平桥大街尽头的黑暗中。夜幕笼罩下的秋叶原更显几分寒意。来排队的几乎都是清一色的年轻男子，有的冻得原地直跺脚，有的在玩便携式游戏机，每个人都安分地站着队。他们的着装也颇为相似，要么身着几年前流行的羽绒夹克，要么穿着隔热材质的马甲，人人肩上都斜挎着背包。

页面惟恐再开口又会和刚才一样尴尬，于是默默地喝着米酒。因为他患有严重的口吃病，所以，只有在制作电子文本或输入信息时，页面才能够和正常人一样畅所欲言。哪怕对方是工作上最熟悉的伙伴，他口吃的毛病也改不掉。此时的他，没有再理会两个朋友对女促销员的品头论足，而是把目光投向了队列前头的霓虹灯。

在电脑自选店密集的外神田街十字路口处，赫然立着一块巨幅电子招牌。淡紫色的正方形屏幕上闪烁着几个罗马字母“DIGI CAPI”，是哥特式的白色粗体字，非常醒目。这就是数码城第十二家分店——秋叶原店——的店铺招牌。文本框也注意到了吸引页面视线的那块招牌，说：

“字体是 MB101 吧，这设计不就是套用了 UNIKURO 的嘛，没什么新意。”

美术设计专业的文本框对字体和各种图标的设计特别讲究，有时他嫌页面创作的文本字数太多，竟会逼他把其中三成的内容给删掉。说来也怪，文章就如同人的大脑一样，拥有一个完整的支持系统，哪怕部分信息大量丢失，但只要剩余的部分联系紧密，就仍然能够起到沟通的作用，而且沟通的效果往往会更好。不过，硬是要一字不差地规定为 17 字 × 19 行，

页面有时不免觉得他太过于格式化，因此，便给他起了个“文本框”的外号。没想到他本人倒挺喜欢的，还时不时地会与其他数字组合，用作上网的呢称。

这时，队伍的先头开始拥挤和骚动起来，12号分店的卷闸门打开了，店员们个个穿着印有店名的短外衣，开始进进出出忙着准备开张，整个店头立刻洋溢起节日般的热闹气氛。大鼓开心地说：

“哎呀，这不当学生了吧，排队等着零点销售还真有点吃不消呢。”

大鼓的专长是制作电脑音乐，在制作网络游戏或者主页的音响效果和配乐时，这位矮胖子总是趴在键盘上操作。大鼓和文本框其实都有三个或四个汉字的名字，大鼓名叫方南驱，文本框的本名是宫前定继，哦，对了，页面大名叫岛浩志。不过，他们几个都有点儿怪，不论是互相称呼，还是自我称呼，几乎都不用这些学名，因为他们都觉得这些名字远离生活，太缺乏真实感。

页面慢慢地环顾了一下充斥着店名的四周。在秋叶原的胡同里，本来已经熄灭了的电子招牌如同一个个要争抢硬件阵地的人工智能程序，争奇斗艳，散发着自身的魅力。诸如“咱的电脑”、“D级狂热”、“惊异”、“五彩缤纷”、“猫耳屋”、“热血王”等，这些个令人眼花缭乱的店名都是真实的，近似于日本现状的写照。

三个人仍一步一步缓慢地向数码城12号店移动着。店里收银台附近摆着一张折叠桌子，上面叠放着装在银青色包装盒里的水银蓝眼海豚软件光碟。这种软件光碟只限定在秋叶原店专卖，而且今天是第一天公开发售，所以他们三人才专门来此购买的。

DIGI CAPI的正式名称为Digital Capital，总公司是一幢半透明的方形彩色智能化大厦，就建在不远处的神田明神下大街上。这是一家靠制作和销售电脑软件以及相关书籍而迅速起家的新型网络公司。今年他们又推出

了最走俏的邮件用软件“水银”系列，秋叶原的电脑发烧友们对“水银”的评价很高。这种软件把发送邮件的图标用金属色的海豚取代了以往的粉色熊和长耳兔。当你敲击键盘的时候，这只小海豚就会蜷缩到显示器的一角，变成一个可以歪歪扭扭弹出菜单栏上文字的水银球。

队伍仍继续缓慢地向前移动着，这时，一个身材高大的男子站在离数码城 15 米远的电线杆下高声叫卖：

“走过路过别错过啊，水银五彩海豚、水银红眼海豚，都有现货！”

水银五彩海豚是九州某家分店的限定版，而水银红眼海豚则是神户某家分店的限定版。叫卖的人虽然说一口非常流利的日语，但从他那穿着长皮衣的体形以及脸型的轮廓都不难看出，他是一个老外。文本框热情地向他打着招呼：

“阿吉达，生意挺火吧？”

这个叫阿吉达的外国人敞开了皮大衣，在路灯的映照下，那黑色的皮衣如同蝙蝠的翅膀反射着路灯的光线，里面穿的是色彩艳丽的衬衫，下身一条水洗牛仔裤，裤脚卷着。他的这身行头在日本只有旧货店里才买得到。

“不行啊，文本框，我的小本生意和今天的天气一样，冷清得很，冷清得很哟。”

这时，大鼓低声问：

“那个不法商贩不是叫安迪吗？”

“安迪是盎格鲁—撒克逊人常用的名字，那是他向那些傻乎乎的女职员兜售从免税店弄来的路易·威登时用的假名，要知道他可是个印度人，真名叫阿吉达·百拉提普塔，他还曾炫耀说他的祖辈出过一位有名的哲学家呢。”

听到这儿，大鼓便模仿搞笑组合中一位名叫三村的笑星的语气逗道：