

# 日本数字内容产业的发展

裴 雷

( 武汉大学 信息资源研究中心, 湖北 武汉 430072)

摘 要: 阐述了数字内容产业的内涵, 介绍了日本针对数字内容产业的主要政策与法规, 并分析了其未来的发展趋势。

关键词: 数字内容产业; 日本数字内容产业; 数字内容产业发展

中图分类号: F49

文献标识码: A

文章编号: 1672-7800-(2007)12-0003-02

## 1 日本数字内容产业的内涵

内容产业并非全新的产业形态, 而是传统的文化娱乐产业在新兴技术条件下的新发展。这里的“内容”一词是指以各种媒体为载体, 以创意为基础形成的信息或信息内容。因此, 1996年欧盟《信息社会2000计划》认为, 内容产业就是那些创(制)作、开发、包装和销售信息内容及其服务的产业, 如各种印刷物、数据库、软件、影音产品以及相应的服务等。内容产业的范围既包括传统形态的信息产品, 也包括各种新型的信息产品及其信息传播方式, 主要可分为以下几大类:

各种媒介上所传播的印刷品内容(报纸、书籍、杂志等); 音响电子出版物内容(联机数据库、音响制品服务、电子游戏等); 音响传播内容(电视、录像、广播和影院); 用以消费的各种软件等。

而数字内容产业称为“数字创意内容”, 其产业称“数字创意内容产业”, 或称“数字内容产业”, 主要包括影像、音乐、游戏和图书等类别, 具有光碟、网络传送、手机传送和数字播放等流通形态。

## 2 日本数字内容产业的主要政策与法规

从经济发展看, 日本内容产业为日本经济的发展提供了重要动力, 尤其是日本制造业在1990~2000年陷入低谷的“失落的10年”中, 日本内容产业一直保

持强劲增长。因此, 日本国内一直重视内容产业的发展, 在政策导向和资金扶持上制定了相关倾斜政策。2001年11月, 《文化艺术振兴基本法》出台。2002年3月, 由内阁总理、11名内阁大臣及11名业界名人参加, 旨在及早建立和推进国家知识产权战略的“知识产权战略会议”召开。同年7月, 制定《知识产权战略大纲》。同年11月, 出台《知识产权基本法》。2003年3月, 由内阁总理及10名内阁、10名业界名人组成的“知识产权战略本部”成立。同年7月, 制定《知识产权推进计划》, 成立“内容产业专业调查会”。同一期间, 在日本经济决策中占据重要地位的日本经济团体联合会成立了文娱内容产业部会, 开始研究内容产业政策问题。同年12月, 振兴内容产业议员联盟成立, 开始了支持有关振兴内容产业的相关立法问题的研究。2004年3月, 知识产权战略本部完成了研究报告《振兴内容商务政策》, 在后来发表的2004年度《知识产权推进计划》专设一章“内容商务飞跃性的扩大”, 讨论内容产业的发展问题。同年4月, “内容产业专业调查会”发表报告:《内容产业振兴政策——软力量时代的国家战略》。同年5月, 发表《知识产权推进计划2004》, 2004年6月日本国会通过了关于促进内容产品的创造、保护以及活用的法案, 作为振兴内容产业的根本政策依据的《内容促进法》从此诞生。此后依据该法, 出台了一序列具体

的政策。同年12月, 设立影像产业振兴机构, 制定内容产业改革的路线方针。2005年1月, 修改著作权法; 同年6月, 知识产权战略本部制定《知识产权推进计划2005》, 经济产业省制定《新产业创造战略2005》。

从产业发展层面看, 《内容促进法》和《知识产权推进计划》对数字内容产业的发展具有直接作用。根据《内容促进法》确定的产业振兴政策方针和纲要, 可以概要地归纳出发展政策涉及的主要问题。《内容产业促进法》的全称是《关于促进创造、保护和活用内容的法律》(以下简称“促进法”)。“促进法”第二章提出了关于内容制品的创造、保护和活用的一般性政策措施: 提出促进内容的创造和产业发展必须以人才培养和促进新技术开发为先导; 提出了“必须谋求有效保护内容作品相关的知识产权, 采取对内容作品的适当使用和调整权利内容等措施”来应对创意作品的知识产权保护, 应对互联网等传播媒体的多样性对知识产权保护带来的冲击; 规定政府有义务在相关方面完善内容产品的流通基础, 如促进互联网认证技术、促进保护性技术手段的开发与应等, 建立数据库保护知识产权所有者的权利。而第三章则阐述了振兴内容产业的政策措施: 振兴内容产业的首要问题就是建立内容产业的融资体制; 国家必须采取多种对策, 保证内容制作者能够多渠道地筹措到资金, 以保

证业者的资金供给;建立防止侵害内容作品和知识产权的体制及采取必要的措施;通过扩大对外宣传,促进内容作品的海外出口,增进国外对日本文化的理解和促进交易;建立公证、平等的交易关系,确定保护制作者、承包者的利益和委托、代理之间、大企业和展销企业之间的公平交易。

3 日本数字内容产业的规模

据日本《数字内容白皮书 2005》和《数字内容白皮书 2006》统计,目前全世界内容产业的总值约为 124 万亿日元。其中,美国 55 万亿日元,约占 44%;欧盟、中东地区为 41 万亿日元,约占 33%;亚洲地区 25 万亿日元,约占 20%;其它地区 4 万亿日元,约占 3%。亚洲中,日本比例最大,约为 13 万亿日元,中国、韩国大体相同,约为 2 万亿日元。根据日本电子计算机软件著作权协会执行理事久保田裕先生介绍,“日本内容产业总值大约在 10 兆亿日元左右,数字内容主要包括视频、音频和文本三大类。其中视频占 45%,文本占 45.6%,音频比较小占到 8%左右,这是现在目前日本的数字内容的现状”。已在日本国内,内容产业已经列入日本第 6 大产业,如果结合通信产业和信息制造业,整个信息内容相关产业将达到 70 万亿日元,已取代建筑业成为日本第一大产业。

进入 21 世纪以来,日本的数字内容产业产值持续增长。按数字内容产业协会的统计,日本 2003 年数字内容实际总值为 22215 亿日元;2004 年为 24685 亿日元,比 2003 年增长 11.1%;2005 年实际为 25275 亿日元,比 2004 年增加 11.8%;2006 年为 28892 亿日元,比 2005 年增加 14.3%。数字内容产业保持 7%~10% 的年均增长速度(如表 2),尤其是网络传输和手机传输载体的数字内容产业增长迅速,持续保持超过 20% 的年均增长速度,相对内容产业 3%~5% 的年均增长速度,数字内容产业相对增长速度仍然引人注目。从表 1 可以看出,数字内容产业的发展已经改变了传统内容产业结构,音乐类、印刷类逐年下降,游戏类先降后升,呈现恢复状态;影像类稳定上升,上升的主要因素是日本动画产业的发展。

表 3 则表明,除图书类之外,以光碟为载体的产品是数字内容产业中的重中之重。在市场流通中它的主要形式有:影像 DVD、音乐 CD 的销售和租赁;家用游戏机和 PC 机用的游戏光碟;教育、教养、娱乐、咨询、导航等书类光碟。而在整体结构中,手机音乐保持持续快速增长;光碟类游戏产品下降较快,与之对应,网络游戏增长迅速,超过 50% 的增长速度,但是仍然总量有限。虽然在世界游戏市场,日本在产业总量上仍居世界第一,但是在网络游戏市场,韩国已经超过日本;而且在世界游

戏贸易中,美国和韩国是世界前两位游戏输出国。所以,以游戏和娱乐占优的日本数字内容产业面临强劲的挑战。

从消费机构看,上个世纪中后期在公共汽车上的人看的几乎都是漫画,而现在公共汽车上的人看的几乎都是手机。过去手机的功能只是通话,现在不仅具有传真、短信、电子邮件等通信功能,还有游戏、照相、摄像等娱乐功能。由于第 3 代手机更新换代已经结束,在第 4 代手机上市之前手机销售依然不会快速增长,但是以手机为载体的数字内容产业发展空间仍然十分巨大。

4 日本数字内容产业的发展趋势

日本历来注重科技教育的发展,在创新研究领域已经达到世界领先水平,尤其在动画和游戏领域具有相当优势。综合整个数字内容产业的发展,日本数字内容产业发展具有以下 4 个优势:

表 1 日本内容产业的内部结构变化(单位:亿日元)

	2000	2001	2002	2003	2004	2004(美国)
影像类	41316	43527	44905	46340	47312	184000
音乐类	17182	17242	17203	16179	16280	35000
印刷类	56938	56114	54991	55523	56757	114000
游戏类	10629	10617	10445	10623	10733	8000
总计	126128	130036	129861	130952	133362	341000

资料来源:日本经济产业省商务情报政策局。

表 2 日本数字内容产业产品市场总产值(单位:亿日元)

流通形式	2002	2003	2004	2005
总计	20117	22215	24685	25275
光碟	14082	14506	16197	16197
网络传输	2896	4176	4636	4636
手机传输	1758	2057	2330	2330
数字播放	1381	1476	1522	1552

资料来源:日本经济产业省商务情报政策局。

表 3 日本数字内容产业中各类的市场产值(单位:亿日元)

		2002	2003	2004	2005
影像类	光碟	3420	4695	6401	7492
	网络传输	39	147	173	194
	手机传输	266	274	314	341
	总计	3725	5116	6888	8027
音乐类	光碟	5808	5196	5078	4930
	网络传输	394	401	382	410
	手机传输	664	897	1099	1399
	总计	6866	6494	6559	6739
游戏类	光碟	4023	3773	3909	3259
	网络传输	60	129	193	243
	手机传输	307	344	354	360
	总计	4390	4246	4456	3862
图书类	光碟	831	896	909	969
	网络传输	2403	3499	3888	4164
	手机传输	521	542	536	565
	总计	3755	4937	5333	5698

资料来源:日本经济产业省商务情报政策局。

(1)日本强调科技立国,数字内容产业在日本国内具有重要的产业地位;

(2)日本数字内容产业具有较好的发展基础,注重知识创新人才的培养,而不是简单的素材加工与优化,产生了许多具有世界影响的动画和游戏作品;

第三,日本在图像处理和显示技术上具有世界领先的核心技术优势,为数字内容产业的发展提供支撑;

第四,日本 3G 网络应用较早,为数字内容接入提供了便利。

但是,由于日语在世界仍然处于弱势语言地位,其数字内容产品在全世界的推广受到限制,内容产品的出口和规模化发展受到一定限制。可以预见,将来日本数字内容产业仍然将保持 10% 左右的速度增长,内容产业结构进一步调整,但仍将以娱乐性内容产品为主。

(责任编辑:赵峰)