

一場決賽點燃電競商品銷售

專用椅生意飆三倍 業界：新機遇剛起步

經濟透視

中國的EDG電子競技俱樂部(Edward Gaming)在去年11月7日的《英雄聯盟》S11奪冠，站上世界之巔，徹底點燃電競周邊產品大爆發，電競椅、電競桌、滑鼠、顯示卡等電競用品的搜索和購買量暴漲。中國電商對於「同款」的反應尤為迅速，淘寶各大商家上線EDG手錶、EDG應援周邊商品，甚至EDG同款戰袍。而天貓官方平台也即推出「EDG電競用品專門會場」。其中電競椅成交額同比大增三倍，30系列顯示卡成交額按年上升逾兩倍。

EDG在一度不被人看好下，去年在冰島舉行的《英雄聯盟》S11全球總決賽中擊敗韓國DK戰隊，成為LPL(英雄聯盟職業聯賽)第三支全球總決賽冠軍戰隊。事實上，去年中國電競行業發展之迅速顯而易見，首批電競本科生畢業、電競納入亞運會比賽項目……一個個細分的電競品類也爆發，電競椅成交額同比增長超過300%，電競酒店的搜索熱度環比上漲115%，多支電競概念股應聲大漲。

在這場電競品類狂歡消費中，電競桌椅品牌安德斯特(AndaSeat)成交額按年翻倍。安德斯特市場總監Jack告訴《大公報》記者，2021年電競椅銷售達100萬張。全行業來看，《電競大生意》援引的一份數據顯示，中國電競椅近年的產量由235.5萬張，增至每年306萬張，年增長率由

11.3%上升至15.6%。

Jack表示：「電競椅主流的價格在800至1500元(人民幣，下同)，遊戲或動漫的IP聯名款電競椅最受年輕消費者歡迎。」他提到，炫酷、國潮元素的電競椅比較走俏，與之配套的千元左右電競桌也備受青睞。

舒適度成賣點 孕婦也選購

職業電競選手香檳BB對電競椅有較高的要求，「一天要在椅子上坐十來個小時，電競椅必須要舒服。」他較喜歡安德斯特電競椅的「黑科技」，座位下有「風扇」，有助通風散熱。

Jack坦言：「電競椅首先需要健康和舒服，坐進去有被擁入懷中的感覺。」安德斯特的電競椅堅持「人體工學」概念，從設計、研發、選料、

生產、測試各方面細節都力求最好，特別是在磁吸新技術、智能發光、散熱通風等領域取得重大突破，紓緩用戶長期坐在電腦前的疲勞感。

除專業電競選手購買外，電競椅也因高舒適度，走入一般消費者的家中。Jack笑稱，剛開始銷售電競椅時，主要買家是遊戲愛好者，如今電競裝備不再是「選手專屬」，公司七成產品的買家為普通消費者，包括程式設計員、孕婦、網紅主播……對他們而言，一張舒適的椅子十分重要。

李寧推電競服飾 跨界搶食

值得一提的是，愈來愈多品牌開始拓展電競產品線。電競椅品牌傲風(AutoFull)與三麗鷗、寶可夢(Pokémon)、多啦A夢、高達等聯名推出新產品，李寧等品牌進軍電

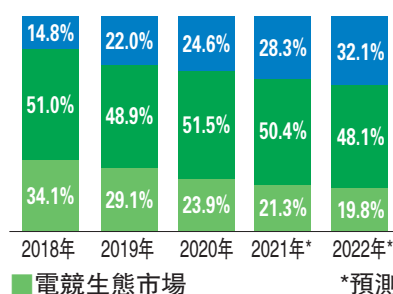
服飾，雷蛇推出全新款超跑風格設計的水神系列電競椅等。

安德斯特是廣州大郎集團旗下品牌，已在全球54個國家註冊營運。據Jack介紹，集團此前主營F1方程式賽車座椅、跑車座椅、人體工學椅等，2016年正式進軍電競椅領域。從賽車座椅轉到電競椅「賽道」，大郎集團年銷售收入從最初的幾十萬元增至如今的幾億元。

展望未來發展，Jack直言，國內電競椅市場正是風生水起之時，電競桌椅只是電競品類下的一個細分領域，隨着EDG的奪冠、電競運動進入亞運會，整個電競產業也將迎來新的機遇。

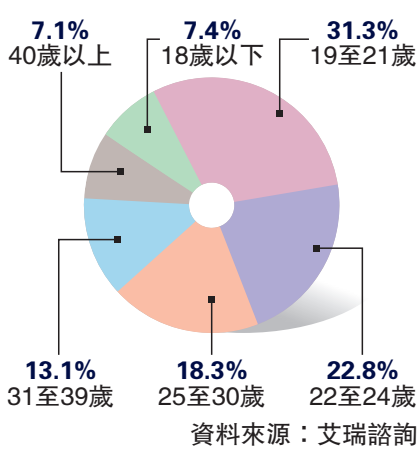
他並透露，除了目前的電競桌椅，公司未來可能會在電競品類開闢更多細分領域。

中國電競市場細分規模佔比

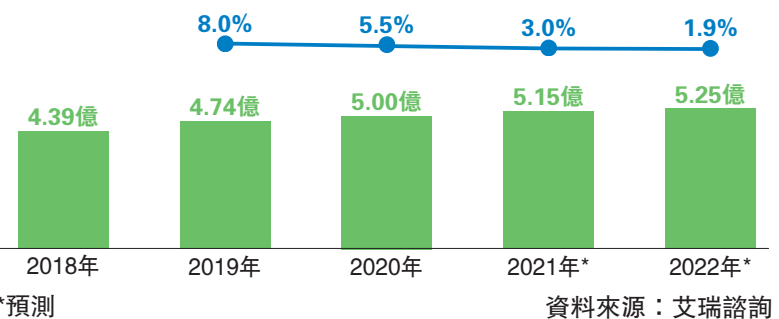


資料來源：艾瑞諮詢

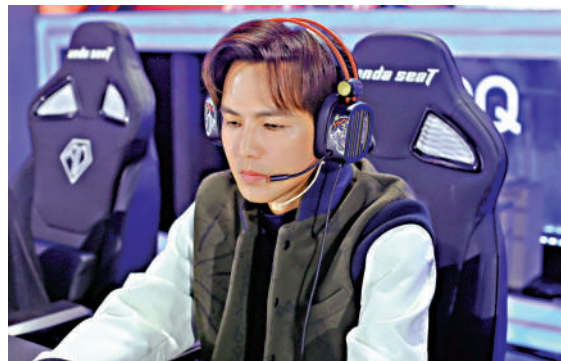
中國電競用戶年齡層



中國電競用戶人數持續增長



▲中國電競用戶人數逐年增加，相關產業有極大的發展空間。



▲電競風潮席捲全國，有不少明星參與電競運動，圖為參加QQ名人賽的歌手兼演員鍾漢良。

電競產品品類

- 電競顯示器、電競主機



電競顯示器

- 中央處理器、顯示卡、主板、存儲器、硬盤
- 電源、機箱、散熱系統



散熱系統

- 鍵盤、滑鼠、滑鼠標墊、耳機



鍵盤

- 電競椅、電競背包



電競背包

一套電競硬件 中位價2.5萬

電競講求快而準，勝負之差往往不足0.1秒，因此選手對相關裝備配置有極高要求。職業電競選手香檳BB表示：「一套職業電競裝備中等價位約2萬元(人民幣，下同)(約2.5萬港元)，價格愈高，相對裝備更加流暢，打起比賽更快更舒服一些。」22歲的香檳BB踏入電競界已三四年，他看到EDG奪冠的一刻，也希望有一天自己能站上最高領獎台。

定做鍵盤 滑鼠墊兩月換一塊

在整套電競裝備中，主機和顯示器價格最貴。香檳BB介紹，主流的電競主機普遍1萬元左右。顯示器方面，職業選手大多選擇卓威的專業電競顯示器，價位在4000多元。高性能的電競鍵盤也是致勝關鍵之一，不少電競選手喜歡定做鍵盤，基本價位在千元以上。

其他裝備方面，香檳BB一般使用羅技(Logitech)電競滑鼠，每隻售價約1000元左右。滑鼠不僅要仔細貼上貼紙、腳墊貼，還需要定期保養，

以保持靈敏性。有滑鼠當然需要滑鼠墊，每塊售價約100至400元，平均兩個月更換一次，是消耗最多的電競外部裝備。電競選手對滑鼠墊的材質要求較高，必須絲滑細膩，跟滑鼠保持靈敏度。

香檳BB提到，滑鼠、鍵盤、滑鼠墊、耳機是電競的基本外部裝備，除了滑鼠墊，他選擇的價位均在千元左右，屬於中等售價。他會根據遊戲的需求配置不同的外部裝備，在比賽時也會配備兩套外部裝備，以防萬一。



▲裝備對職業電競選手十分重要，往往是勝負的關鍵因素。

元宇宙添力 VR設備出貨大增

元宇宙尚未真正降臨，但VR(虛擬實境)類設備和遊戲卻成為資本寵兒。濟南的雷先生早前買入元宇宙VR眼鏡一體機，不論拳擊、賽車、過山車、看電影、打乒乓球，可謂身臨其境，一家三口玩得不亦樂乎。雷先生告訴《大公報》記者，VR設備注重玩家的沉浸感，更容易感受到VR遊戲的魅力。這款VR眼鏡一體機去年一度斷市，淘寶平台售價3000多元人民幣。

一款國產的VR眼鏡一體機上月在著名歌手林依輪的直播間出現，令該機銷售火爆。林依輪在現場帶上設備「打」了一場乒乓球，直呼「分不清哪個是虛擬世界哪個是真實世界」。

XR頭戴設備出貨料逾億台

虛擬實境領域中，歌爾股份(002241)是全球第一家達到百萬套規模的VR製造廠商，其VR設備佔全球出貨量70%以上，中高端VR頭戴式顯示設備出貨量領先全球。其年報顯示，2021年上半年，歌爾以XR(延展實境)業務為主導的智能硬件收入按



▲VR遊戲像真度高，讓玩家有身臨其境的感受，帶挈周邊產品熱賣。

年增長2.1倍。

全球行業分析公司Counterpoint近日發表報告稱，元宇宙概念的大熱將刺激XR頭戴設備市場的發展，預測2025年XR頭戴設備出貨量逾1億台，較2021年增長近10倍。2022年預計發布的新產品有Oculus Quest系列、索尼PlayStation VR2以及蘋果AR眼鏡等將刺激XR頭戴設備出貨量，全年有望達3000萬台。

有分析師指出，北美雖是最大的XR市場，但中國增長速度最快。中國較早採用5G，而且本土語言統一，便於進行內容開發。

電競納入亞運比賽項目 Z世代追捧

風頭無兩

電競風潮席捲各行各業，吸引年輕人注意，相關產品推陳出新，愈來愈多的Z世代(1995年至2009年間出生的年輕人)想加入電競選手和電競主播行業，包括《英雄聯盟》在內的8個遊戲正式成為今年9月舉行的杭州亞運會比賽項目，將產生8枚金牌。安德斯特(AndaSeat)市場總監Jack看來，這是社會對電競行業的高度認可，電競會像籃球、足球等體育項目

一樣被更多人接受。有了亞運會賽事的加持，電競產業必將迎來一個新的發展。

據艾瑞諮詢發布的《2021年中國電競行業研究報告》顯示，中國電競用戶規模已達5億，其中，19至24歲的用戶佔比達54.1%，電競群體呈現年輕化特徵。

搜索度高 網絡平台熱播

雖然EDG奪冠已經是3個多月前的事情，但《大公報》記者依然記得

那天朋友圈的「狂歡」，慶祝奪冠的消息瘋狂刷屏。奪冠後的9小時內，微博相關話題的閱讀量超過34億。

有人用百度搜索指數把EDG奪冠和其他體育賽事做了對比。2021年7月22日，NBA密爾沃基公鹿隊奪得總冠軍，「公鹿隊」的搜索指數為7000；2021年8月1日，蘇炳添在東京奧運會創造了中國田徑新歷史，「蘇炳添」的搜索指數為16萬；2021年11月6日，「EDG」的搜索指數則直逼90萬。

數據統計還顯示，《英雄聯盟》S11賽事期間，B站直播最高峰達到近5億，各個網絡平台都被電競「攻城略地」。

流量指數被拉滿的背後，是億萬年輕人的狂歡和消費，不僅是顯示器、主機這些專業電競產品的火爆銷售，電競椅、電競眼鏡、背包、服裝、貼紙、手機支架、手機殼……這些常見的品類隨着需求變化被「電競化」。職業電競選手香檳BB直言，想買入一套EDG的簽名戰袍。



▲中國電競戰隊EDG贏得世界冠軍，令電競運動及相關產品更受年輕人注意。