

家居

“头号玩家”走入寻常百姓家

电竞椅

成为年轻人新“三大件”

作为兼具家具及电竞属性的产品,电竞椅正在从赛场走向寻常百姓家。不久前,天猫生活研究所在一份消费报告里,将电竞椅与智能马桶、洗碗机等产品并称为当代年轻人居家生活的“三大件”。伴随着国内电竞产业的火热,包括电竞椅在内的衍生产品不再只是专业电竞选手或电竞爱好者的专属,而是当下消费者追求时尚潮流家居生活的新选择。

■新快报记者 梁茹欣 图片/受访品牌方提供

1 电竞热潮升温,“带火”一把椅

自2021年电竞入亚和EDG在英雄联盟全球总决赛S11上夺冠后,发展已有十余年的电竞产业可谓一脚踩进快车道。根据《2022亚洲电竞运动行业发展报告》显示,目前电竞体育化进程呈现加速状态,约70%的中国网民认可电竞是一项体育运动。伴随着社会大众观念转变,电竞产业展现出蓬勃的生命力。2021年,中国电竞市场规模达到1673亿元,电竞用户规模为5.06亿人。电竞衍生及相关市场规

模达到百亿级别。在此背景下,电竞椅这一原本小众的衍生产品也渐渐成长为一个独立的家具品类。

今年天猫618期间,约30万张电竞椅被消费者抢购一空。2021年,该平台上的电竞椅成交额比2020年“双11”同期增长超300%。与此同时,电竞椅在海外市场的销售数据表现突出。据淘宝数据显示,电竞椅上榜2022年“海外消费者最爱的十大年货”,该产业带还成为出海增速最快的产业带之一。

此前,新思界产业研究中心发布的一份报告显示,2013~2016年,中国电竞椅年销量由217.4万张增长到286.2万张,销量增速由12.1%增长到16.3%,整体市场还处于成长阶段。另据数据分析公司Newzoo的调研数据,到2023年,全球电竞玩家将突破20亿,而中国将成为这一数字贡献最大的国家和市场片区。在不少业内人士看来,面对如此庞大的玩家人群及市场,国内的电竞椅品牌或将迎来较大的施展空间。

2 “头号玩家”消费
兼顾要求个性与舒适

今年4月,艾媒咨询发布的一项调查数据显示,近四成电竞用户每周游戏时长在3小时以内,30.5%的用户每周游戏时长在3~6个小时。另据相关机构调研数据,2021年中国电竞用户平均每周玩11~20小时电竞游戏的占比最高,达34.5%;而在这批庞大的电竞用户中,19~30岁占比为72.4%,年轻化特征明显。

面对居家办公、在家上网课、线上娱乐等成为新常态,电竞椅不再是专业电竞选手或电竞爱好者的专属。越来越多的普通消费者购买一张电竞椅可能只是因为“颜值至上”“坐起来舒服”。不少消费者表示,能否保持久坐舒适感及满足悦己、追求个性化的需求,是他们选购电竞椅的重要衡量因素。

从产品设计与功能的更迭,可以明显看到这一趋势变化。新快报记者日前在电商平台看到,电竞椅的价格从数百元到上千元不止。与传统办公椅商业气息浓厚的设计风格不同的是,大多电竞椅造型酷炫、色彩活泼艳丽、外观设计强调科技与未来感。在买家评论区中,产品使用起来是否舒适,头枕、椅背、腰托、扶手等座椅结构设计是否合理等,是消费者经常提及的问题。有电竞爱好者向记者解释,打游戏需快速移动鼠标,若手肘位置设置不合理,很容易影响技能输出。因此,一把合格的电竞椅一般会配备扶手并且支持随意旋转。

在材质方面,电竞椅通常采用内置钢架结构,外部多为皮质座椅,以冷发泡海绵为填充物,配备升降气杆、五星轮脚、可调节扶手等附件组装而成。相较普通电脑椅,电竞椅靠背部分明显高出头部一大截,近似桶状造型。同时,这类椅子往往还能180度仰躺、附带按摩功能等。为捕获更多消费者“芳心”,部分品牌还推出游戏、动漫等知名IP联名设计款。

去年“双11”期间,自诩电竞粉丝的小刘便入手一款OSIM傲胜电竞天王椅。“虽然日常打电竞的频率不高,但每天工作需坐十来个小时,特别需要能随时按摩肩颈腰椎的椅子,而且椅子的外观设计与整体空间风格意外很搭。即使对电竞无感,对于长期伏案工作的打工人来说,也不失为一种好选择。”据他介绍,除了按摩功能之外,这款产品有不少讨巧的设计。“比如,遥控器就藏在升降扶手里,使用时只需打开滑盖轻轻一点即可,避免书桌有过多杂乱的数据线。”

当然,对于高出普通椅子两三倍价位的电竞椅,部分消费者一开始便被产品较高的价格所劝退。“电竞椅一般价格较贵,买个两三百元的沙发凳更划算,还能放脚。”此外,该类产品皮面材质容易在夏季闷汗,体型较大不易搬动,不如人体工学椅那样完全贴合身体等,也都成为消费者实际使用过程中的尴尬遭遇。



3 品牌跨界参与者众,回归品质是王道

目前,除了专业电竞椅品牌、游戏周边厂商之外,办公座椅制造商、大型家居零售商等纷纷跨界进入这条新赛道。天眼查显示,截至目前,电竞椅相关企业数量有将近800家。近些年,不少国际知名电竞椅品牌不断涌入时,还出现了阿卡丁、迪锐克斯、傲风等市场认可度较高的国产品牌。

然而,尚在成长阶段的电竞椅市场仍有不少问题待解决。有行业分析认为,国内的电竞椅多以中小企业为主,研发投入低,造成产品质量不高。在社交媒体上,关于“电竞椅究竟是不是智商税”的声音频频出现,尤其对于千元以上的高端产品,相较同等价位的人体工学椅,部分消费者对其是否货有所值仍抱有一定疑虑。如何在洞察市场真实需求的同时,生产出高质量产品,进而重塑市场消费认知,成为众多品牌不得不面对的新挑战。

对此,阿卡丁电竞椅品牌相关负责人表示,不能粗暴地以企业大小来衡量产品质量高低。任何一个新兴产业,必然经历市场法则的

考验,电竞椅亦是如此。“品质是企业的立足之本。不论市场如何变化,为消费者提供一张舒适座椅的真理是不会改变的。以自身为例,在生产设计过程中,我们将人体工程学与现代美学相结合,并针对体型差异及使用环境的不同需求,进行产品个性化打造,以满足不同用户舒适的坐感体验。”据其介绍,阿卡丁2005年成立,最初为国际性赛车赛事提供座椅服务,并逐渐延伸到电竞椅业务。

而就行业发展趋势来看,艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向记者分析道,市面上所谓的电竞椅与过往的办公椅相比,其实也是“新瓶装旧酒”。“本质上就是套个新概念。相对来说,这类产品的概念性会大于产品本身的实用性。而值得肯定的是,它确实能从一定程度上满足游戏、电竞用户在居家、办公等相应场景的不同需求。”不过,他也提到,在家居产品销售中,电竞椅目前只是作为椅子品类的偏门补充,整个市场容量比较有限。对于电竞椅能带给市场巨大机会的声音,需要谨慎看待。

观点

电竞家居会成为一种
独立的家装风格吗?

对于电竞的喜爱,许多消费者不止于只满足一把椅子,而是通过前期功能区域的划分,在家里“倒腾”出来一间电竞房。日前,群核科技(酷家乐)发布的《2022上半年家居行业趋势观察》显示,2022年上半年,关于电竞房的空间数量同比增长高达314.5%,在家庭功能类新兴热门空间排名中稳居第一。另据土巴兔发布的《2022家装消费趋势报告》称,在家庭里装修电竞房,与阳台花园、健身房等一同成为今年装修的新趋势。即使户型面积小,没有独立空间打造电竞房,部分消费者也热衷另辟蹊径,通过游戏设备、氛围灯、展示架等组合设计的方式,利用仅有1~3㎡的空间打造出动感满满的娱乐休闲区域。

在不久的将来,关于电竞属性的家居设计,能否成为一种独立的家装风格呢?张毅对此表示,就年轻消费群体而言,无论是居家装修、局部升级改造,电竞家居所包含的创新、前卫元素对于他们有足够的吸引力,尤其是95后、00后等群体。然而,“在整体的家居风格中,这种创新目前仍处于尝试阶段,能否成为一个独立的风格尚待观察。从目前来看,其家居设计表现比较有限,较难兼顾到多口之家,比如一家老小类型家庭的偏好。”



扫码了解更多“家·生活”资讯