

三问新消费

健身“魔镜”是不是智商税

“魔镜魔镜，我瘦了吗？”在购买了健身魔镜之后，小伍常常一边运动一边这样想着。今年“618”，小伍购买了一面“健身魔镜”：在关机状态时，它是一面普通的全身镜；开机后，镜面上会出现一个虚拟教练，小伍可以跟着教练的身影比动作，镜子还能够通过AI摄像头捕捉动作轨迹进行纠错。

近年来，随着宅经济的升温以及健康中国、全民健身计划等国家战略的深入落地实施，健身市场发展迅猛。居家健身、有氧操等运动方式受到热捧，这个被商家宣称“随时随地的私人教练”的健身魔镜在健身市场上也火爆了起来。羊城晚报记者在走访各大商场及梳理各大电商售卖情况后发，目前市面上所销售的智能健身镜，价格从2000元到20000元不等。随着魔镜大火，不少互联网巨头也推出相关产品，加入竞争，数据显示，智能健身镜领域有十余家企业获得了超过20起融资，大有“百镜大战”之势。

一问：黑科技还是智商税？

什么是健身魔镜？健身魔镜实际上是智能健身镜，与普通镜子有所区别，能够辅助人们进行健身，因此被商家和网友们称为“魔镜”。在市场走访过程中，有意向消费者向羊城晚报记者坦言，魔镜似乎只是一个镜子形态的电视屏幕，所谓的AI纠错准确度也有待考量。也有已购买了魔镜的消费者告诉记者，产品基本上可以满足普通的健身需求，一些社群打卡等延伸服务也有利于提升用户积极性。

记者了解到，市面上的大部分智能健身镜都安装了光敏传感器、人体姿态感应器等，部分产品还安装了AI设备。据目前智能健身镜市场上较为火热的品牌FITURE联合创始人兼CTO付强介绍，智能健身镜的主要亮点在于通过AI摄像头及运动算法引擎识别系统，无需任何穿戴产品或传感器辅助的情况下完成人机交互，帮助用户实现科学健身。

王女士在2021年购买了一面智能健身镜，她告诉记者，在购买时，她看重的是这个产品的

羊城晚报记者 孙琦曼 戴曼曼 实习生 严思蕴



目前市面上销售的智能健身镜，价格从2000元到20000元不等 图/视觉中国

交互性和科学性，“我觉得智能健身和普通电视跟练健身，最大区别就在于AI教练，通过AI技术帮我纠正健身动作这是最吸引我的地方。”

主打“硬件+AI+内容+服务”的智能健身镜，究竟是黑科技，还是智商税？业内人士普遍认为，健身镜的科学与否，关键在于AI技术的应用程度。正如王女士所述，智能健身镜的品质关键，在于其交互性和精准性的实现程度，作为一个外表与普通镜子无异的产品，“魔镜”能够通过摄像头感应+AI深度算法+多样课程内容引导的形式帮助用户纠正健身动作，提升居家健身的效果。智能健身镜与普通的视频跟练最大的区别，就在于“魔镜”的背后实际上是计算机算法在视觉领域下的人体姿态识别应用。

二问：价格高昂谁在买单？

记者观察到，近年来，大众对基础体育消费品类的需求逐渐向细分领域及专业领域拓展，飞盘等一些新型的体育健身用品成为热销品类。2020年体育消费数据显示，截至2020年年底，成年人人均体育消费为1758.2元，人均体育消费支出增长速度高于同期人均生活用品及服务消费支出增长速度，呈现出良好的发展态势。可以看到，随着人们对于体育消费的愈发重视，消费者也越来越愿意为值得投入的体育产品花钱，“性价比”已不再是唯一的考量。

FITURE在用户调研中发现，快节奏的生活方式，正在改

变着年轻人的健身观念。超四成的“95后”“00后”偏好居家锻炼；在“年轻人运动路上最大的困扰是什么”这一问题上，“工作太忙，没时间运动”选项排名第一。

健身镜可以很好地帮助年轻人利用碎片时间“见缝插针”运动，但是高昂的定价也依然引发了不少争议和质疑。针对定价问题，记者对智能健身镜品牌FITURE进行专访，FITURE相关负责人在接受羊城晚报记者采访时表示，智能健身镜的定价与健身房、私教等相当，存在如下几个逻辑：去线下健身房，无论是次卡、月卡还是年卡，这都是一笔固定支出；找私教或者上团课，需要额外按照小时收费。按照一节团课65-85元（一二线城市团课价格水平）来计算，如果一位健身人士每周上两节课，一年花费就在6700-8800元。仅从价格角度看，这远比买健身镜和会员费的价格要高。

不过，从事私人教练行业10年经验的王经理则告诉记者，比起真实的健身教练，健身魔镜在AI动作的识别、匹配、辅助等方面，还是无法实现健身教练的高度替代。他表示，不同的健身教练的动作规范、习惯都不一样，如果魔镜想要实现大量的录入和准确的匹配，则对AI动作库的要求很高，而目前的AI纠正水平还是难以达到真人私教的水平。

三问：巨头围猎目的何在？

资本押宝，巨头围猎，智能健身镜赛道空前繁荣。天眼查数据显示，据不完全统计，近年来，智能健身镜领域有10余家企业获得了超过20起融

资，融资金额从数百万到数亿规模不等。以FITURE为例，该企业于2019年获得红杉资本600万美元天使轮融资；2020年，获得腾讯投资领投的A轮6500万美元融资，又完成由蔚来资本、金沙江创投等投资的A+轮2000万美元融资；2021年，拿下了3亿美元B轮融资。该企业在两年内拿下了四轮融资，估值高达15亿美元。

除了Mirror、FITURE等科技健身品牌外，互联网科技巨头、知名健身平台等也开始围猎智能健身镜市场。业内人士告诉记者，华为、小米等互联网科技企业主要基于其较高的品牌知名度，结合智能家居的整合能力入局分羹。而咕咚、乐刻等运动行业企业则玩转它们的海量用户数据打出竞争力。

“健身镜的本质是内容的载体，中国健身镜行业目前仍处于教育市场、增加产品普及度的阶段。这是一个新兴赛道和新型解决方案，远没到互相竞争存量市场的阶段。”FITURE相关负责人表示，向羊城晚报记者表示，随着市场和技术的成熟，各厂商技术间的差距将逐渐缩小，甚至趋于同质化竞争，破局的关键在于提供差异化的服务，因此内容和服务将成为健身镜品牌后续竞争的核心焦点。

“但不可否认的是，健身行业的专业选手和互联网巨头的加入，给智能健身领域注入巨大的发展活力。”该负责人表示，随着人们对于身体健康的重视程度持续提高，经常参加体育锻炼人群不断增长，为健身镜市场增长提供了广阔的用戶基础。预计未来随着厂商入局推出新产品，健身镜在我国一二线城市家庭的渗透率有望在未来4-5年内快速增加。

三问君点评

早在2018年，健身行业的眼光便被一款名为Mirror的产品所吸引——通过高清穿戴系统和交互显示屏融合，赋予在家健身的全新体验。作为健身企业的先驱，Mirror于2020年6月被加拿大运动服饰品牌Lululemon以5亿美元价格收购。目前，Lululemon在多家门店安装Mirror健身镜。根据Lululemon公布的数据，2020年全年，

定价过高或成市场培育壁垒

Mirror创造了1.7亿美元收入。在国外，智能健身镜市场被持续看好，而国内市场则仍处于培育导入期。从产品本身来说，大多数消费者对于智能健身镜缺乏全面的了解，对产品感到陌生和不信任。从性价比来说，许多消费者也认为，用几千元买回来一面“镜子”，似乎不是一笔好买卖。除了产品本身以外，许多的魔镜

产品如果要体验升级服务还要另加付费，有些还需要上千元的会员年费。对于一个尚处在培育期的市场来说，过高的定价可能会增大市场培育的壁垒。由于市场的不成熟以及对健身人群渗透的不完全，如何将智能健身镜变为可持续发展的产品以及能够为用户持续创造更多价值的产品，将是相关企业所要解决的核心问题。（孙琦曼）

新势力观察

羊城晚报记者 王丹阳

万亿新赛道！能源“数字化”进行时

瞄准碳中和 互联网大厂扎堆跨界能源

实际上，面对全球气候变化和双碳背景下，跨界布局加码能源行业的互联网大厂不止是腾讯。公开资料显示，今年3月，阿里成立碳能源管理公司，经营范围涵盖碳减排、碳转化、碳捕捉、碳封存技术研发等；百度智能云从2020年开始为国家电网等能源央企提供智能巡检，其建立的“水务大脑”，可对区域用水量预测，按需实时调控水泵的频率，节省用电；京东云在能源领域，则主要提供物流和供应链环节的数字化咨询和平台搭建……

华为数字能源的官网则介绍，华为数字能源主要聚焦通信能源、数据中心能源等领域，帮助电信和铁塔运营商实现绿色高效、安全可靠和智能运维。在2021年年报中，华为曾表示，数字能源围绕清洁能源、能源数字化、交通电动化、绿色ICT能源基础设施、综合智慧能源等持续创新。累计助力客户实现绿色发电4829亿度，节约用电约142亿度，减少二氧化碳排放2.3亿吨。

IDC分析报告称，2021-2025年，中国能源企业数字化转型支出将以每年15%的速率增长。根据安永中国测算，仅中国的煤矿智能化建设，就将创造万亿级的市场。安信证券则预测，从2019年到2024年的5年间，仅两大电网在信息通信领域的投资将超3000亿元，广义的投资有望超过万亿。此外，中石油等能源集团均把数字化建设当作投资建设的重点。

“碳中和AI能源数字化平台”

3D可视化“提质增效” 能源数字孪生这样运用

数据显示，我国85%左右的二氧化碳排放来自能源行业，一款是能源行业从业者眼中的“刚需”。能源行业绿色低碳转型之首，能源行业绿色低碳转型，可以是实现双碳目标的必由之路和最快路径。

6月9日，腾讯首次面向能源行业推出的两款自研数字化产品，一款是能源企业使用的能源连接器，一款是外部使用的能源数字孪生。据介绍，在智能生产和制造领域，能源数字孪生可以构建3D可视化模型，实现远程高逼真、沉浸式的能源管控；同时，对钢铁生产线、海上风电场等复杂设施、高危作业环境下，通过高性能运算和AI技术，能源数字孪生可对监控图像、视频数据进行智能分析，提升能源企业生产效率和安全性。

腾讯公司副总裁、智慧工业和服务业务总裁李强表示，去年10月，能源业务独立成为腾讯一级部门，今年上半年超额完成了预期，取得了较大增速。目前腾讯与国家电网、宝武钢铁、中石化、中石油、国家电网公司等均有合作。覆盖煤炭、石油、天然气、钢铁、建材、化工、火电、新能源等各项领域。

以腾讯云与宝武钢铁合作，对其一些新产线进行智能化改造为例，通过能源数字孪生，能够实时地监控整个产线的设备运行状况，改造完成之后预计可降低30%-50%的碳排放。

缺人才、缺标准 能源数字化难在哪儿？

万亿赛道，前景诱人，但在6月9日举行的相关主题演讲、圆桌论坛和线上交流中，来自业界的专家学者与多名电力、钢铁等能源行业从业者，在谈及机遇的同时，也坦言当前能源行业数字化转型面临的难题，其中，缺人才、缺技术标准是主要挑战。

国网能源研究院副院长蒋莉萍表示，电力行业是老牌工业化行业，缺乏数字人才。快速发展的互联网信息技术如何和重资产的电力行业融合，业内没有经验可借鉴。三峡能源电力营销中心主任王红野则认为，不少能源企业都重视信息化的应用和信息化建设工作，但现在数字化标准不够，大力气投入反而造成了重复投入。

冶金工业规划研究院院长范铁军也表示，钢铁行业碳排放排第二，仅次于电力行业。但现在钢铁行业数字化转型人才匮乏，行业数据规范治理和利用还处于初级阶段，缺乏数字化标准体系。

“真正了解能源痛点的数字化人才非常稀缺，互联网一线码农对能源的技术了解多少，对能源行业关注了解多少，非常关键。”清华大学能源互联网创新研究院副院长、数字化转型研究室主任高峰泽认为，对互联网企业来说，数字能源业务成败的关键点，在于能否深入了解能源技术和能源行业。此外，要让相对比较传统的能源行业从业者，突破自己，拥抱新兴的数字化技术难度也较大。因此，能源数字化仍然任重而道远。

羊城晚报·分类广告 上门广告服务代理：孙洪广告：020-87566523、13622244208

交易公告 受委托，广东金融资产交易中心股份有限公司现就以下标的进行公开挂牌交易：标的名称：“佛山市奔隆贸易有限公司”不良贷款债权

拍卖公告 受委托，我行定于2022年6月30日（星期四）上午10时在本行拍卖如下标的物：海丰县“3.21”专案涉案财产处置领导小组办公室处置10宗涉案没收房地产

汕头市潮阳区人民法院公告 李文明（公民身份号码442821198004091131）；刘群威（公民身份号码440104600066642，现声明作废。

广州资产管理有限公司与刘周全债权转让暨债务催收联合公告 根据广州资产管理有限公司与刘周全签署债权转让协议，广州资产管理有限公司将其对公告清单所列借款人及其担保人享有的债权及附属权益，包括但不限于借款合同、担保合同、抵押合同、还款协议和其他协议项下的全部权利，依法转让给刘周全。

Table with columns: 借款人, 债权本金余额, 债权利息, 担保人, 合同编号. Lists various companies and their associated financial details.