

热点

用户一键下单,教练上门提供个性化体育培训 “体育外卖”火爆,如何持久飘香?

据新华社电 用户一键下单,教练上门提供个性化体育培训——这种“体育外卖”新业态近来兴起,开启了便捷、高效的健身新模式,也开辟出一片创业蓝海。

如今,这股“送上门的体育服务”热潮正引发关注:如何让其摆脱短期热度,实现持续走俏、持久飘香?

需求火爆

秋日的一个下午,沈阳市和平区一处小区空地,9岁的张晓宇身着运动服,在教练的指导下练习跳绳,身旁摆放着折返跑所需的教具。不远处,他的妈妈李女士快步走来,顺路接上孩子,“比专门跑培训机构方便多了”。

这种“体育外卖”——像点外卖一样预约教练上门授课,进行体能训练、体育中考项目培训等,作为全民健身热潮下的新兴产物迅速兴起,凭借“送课到家”“随时开练”等特点,开辟了体育产业一条新赛道。

“小区花园、口袋公园甚至家里的客厅,都可以成为临时运动场。”有7年体育培训经验的教练郑晨说,自己近期专注于上门授课,通常携带便携器材到社区指导。经过3到6个月的定制训练,学员体能普遍明显提升。

这一模式正为体育从业者带来新机遇。在各大网络平台,不少体育机构和健身教练通过发布视频吸引客户,逐步积累起稳定的客源;一些体育专业院校大学生兼职做体育“外卖员”,不仅锻炼了专业能力,还攒下了“第一桶金”。

从外地到深圳创业的健身教练谢火,正是通过在社交媒体分享教学视频吸引客户,逐渐积累口碑,如今月收入稳定在万元左右。“当初没想到市场这么大,这是一片创业蓝海。”他说。

个人教练之外,规模化运营的第三方平台也在逐渐崭露头角。北京“乐时运动”上门体育平台联合创始人陈学利介绍,平台专注做“体育外卖”,上线10个月以来,用户已突破30万,覆盖全国超百个城市,复购率约45%。

为何能火?

“不用接送,省时省力”“一对一教学,效果有保障”“价格实惠”……不少家长道出了“体育外卖”的核心优势。事实上,这一业态的走红,背后有着多重因素。

——满足备考需求。近年来,多

地提高了体育在中考中的权重,让学生群体的体育训练需求显著增长。陈学利介绍,体能、中考体测相关课程约占平台订单的八成。客户选择“体育外卖”,也是为了获得更有针对性的服务。一位初中体育教师坦言:“一个班50多个学生,老师很难针对每个孩子的薄弱环节进行指导。要强化训练的孩子,可能更有动力寻求校外服务。”

与此同时,“体态矫正”“增高训练”“改善视力”等特定需求不断增长,以及越来越多成年人想要学习一门体育技能,这也让“体育外卖”有了不同“菜系”。

——付费方式灵活。陈学利团队认为,“体育外卖”解决了体育培训业的一个消费痛点。在传统体育培训模式中,家长往往需要一次性预付数千甚至上万元学费,“体育外卖”采用的单次付费、灵活团课、即时评价与反馈等模式,让家长不必担心机构“跑路”,付费方式灵活、可控。

——场地条件改善。家门口体育场地的持续改善,为“体育外卖”的兴起提供了重要支撑。根据2024年全国体育场地统计调查数据,全国共有体育场地484.17万个,体育场地面积达42.3亿平方米,全国人均体育场地面积达到3平方米。社区健身房、口袋公园等设施增加,公共体育场馆开放程度提高,为上门教练提供了便利的教学场地。

多位从业者表示,“体育外卖”的走红,本质是体育培训和“上门经济”深度融合的结果。一方面,青少年体育培训市场潜力持续释放;另一方面,上门喂宠、上门收纳等服务的普及,让消费者对于上门服务的接受度和认可度显著提升,这些都为“体育外卖”奠定了市场基础。

“上门体育服务实现了供需双赢。”中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄认为,这一模式既帮助体育从业人员拓宽了增收渠道,也让家庭能以更低成本满足健身需求。

喜中有忧

尽管“体育外卖”前景广阔,但和许多快速发展的新业态类似,该行业也面临准入门槛低、缺乏行业规范等问题。记者调查发现,当前从业者主要包括专业培训机构教练、兼职体育专业大学生、自学出身的“野路子”教练等。除专业培训机构教练群体通常具备资质外,其他教练群体的教学水平参差不齐。

“有的教练只是自己爱运动,看几个视频就敢教学。”一位业内人士透露,尤其在体态矫正等专业领域,不科学的训练可能适得其反。”

社交媒体上,个人教练发帖就能“接单”。教练未经培训就上岗,甚至出现非专业学生冒充教练的情况,不仅影响教学质量,更埋下了运动损伤的隐患。

陈学利表示,个别平台会为客户提供运动意外险,学员在课上发生磕碰或损伤可申请理赔,但更多个体接单的“体育外卖”采取按次付费的方式,很多情况下既不签合同,也不购买保险,一旦发生损伤,责任难以厘清。

这让不少家长心存顾虑。“教练口头承诺会保护孩子,可真的受伤怎么办?”有家长反映,孩子在课上训练不当造成骨折,但和教练就医疗费用、护理费用难以达成共识,向市场监管部门求助后,也未能获得满意的调解结果。

目前,“体育外卖”行业尚处于发展初期,针对该领域的行业规范尚未出台。不过,已有平台主动参考国家体育总局办公厅印发的《课外体育培训行为规范》,对线上教练设置资质证书、教学案例、身份证及人脸识别的“四重审核”,试图从源头把控服务质量。

在业内专家看来,“体育外卖”关乎消费者的人身安全、健康保障,特别是面临中考升学的孩子,不能全靠“市场调节”,外部监管必须及时跟进。

“重点是要加强监管,建立准入制度,同时要制定相应标准保障服务质量,从制度上守住消费安全底线。”王裕雄说,要引导从业者规范运营,才能让“体育外卖”避免一时火热,真正实现长远发展。

相关新闻

排解“情绪毒素”
以体育促身心健康

专家热议落实 “体育每天2小时”

据新华社电 教育部办公厅近日印发《进一步加强中小学生心理健康工作十条措施》(下称《措施》),其中第二条专门强调要全面落实“体育每天2小时”,把体育活动作为促进学生心理健康的重要着力点。多位教育、体育与心理健康领域专家在接受新华社记者采访时表示,这一举措突出体现了“健康第一”的教育理念,体育不仅是强健体魄的重要途径,更是促进学生心理健康、培养坚韧品格的关键抓手。

中国教育科学研究院体育美育教育研究所所长于素梅认为,这一措施的出台“特别及时”,将成为学生心理健康状况出现“拐点”的契机。她表示,体育活动不仅能改善学生体质健康,更能增强心理韧性和抗压能力,是落实“健康第一”教育理念的重要途径。于素梅将体育促进心理健康的路径概括为“动起来、升起来、强起来”。

在《措施》中,体育被赋予促进心理健康的新使命。专家们认为,这一政策不仅关注“运动量”的达标,更重视“运动质”的提升——体育不再是单纯的身体锻炼,而是帮助学生建立积极心态、增强自信与社会适应力的重要方式。

来自四川天府七中的实践,为体育赋能心理健康提供了生动样本。学校体育学研室主任付普强介绍,天府七中自创校以来就将体育教育与心理健康教育深度融合,探索出一条以体育促进身心健康、以运动激发生命活力的路径。

北京大学儿童青少年卫生研究所所长宋逸认为,全面落实“体育每天2小时”不仅是教育管理的细化要求,更是心理健康促进的系统工程。

专家们普遍认为,《措施》的出台将推动学校、家庭与社会形成更紧密的合力。通过系统落实“体育每天2小时”,不仅可以强化学生体质,也能在运动中培育自信、合作与坚韧,成为化解焦虑、改善情绪、促进成长的重要力量。



■广州天河体育中心,市民在参加跑步活动。
新快报记者 郭思杰/摄(资料图)