

外卖又有新品种 体育私教送上门

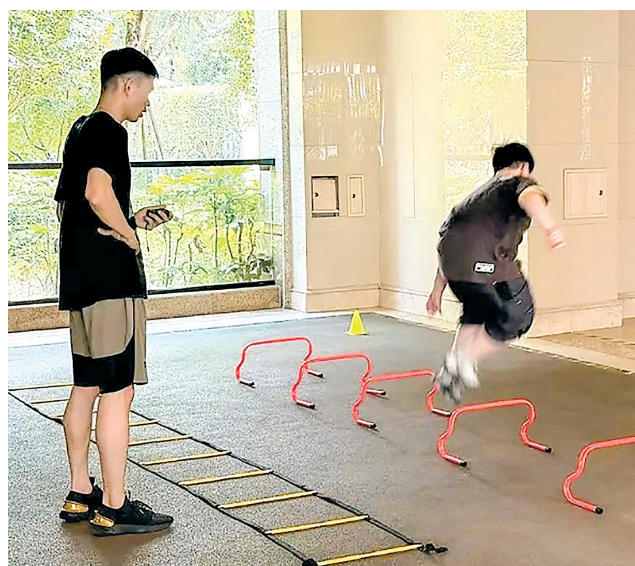
“体育外卖”在这个盛夏有点火

“叮咚,您的外卖已经送达!”别误会,这手机下单,送来的外卖并不是热腾腾的饭菜,而是一堂上门体育课。“时间地点你来定,器械计划我来备。”

今年,一种名为“体育外卖”的上门培训服务悄然兴起,主要面向青少年及幼儿,提供体适能培训、中考体育提分等辅导。



教练带学生在小区做徒手蹲练习。



教练上门带孩子练体能会自带运动器材。



许多家长选择在自家小区场地进行训练。

外卖新品种

李小姐接触到“体育外卖”,是通过每天刷的某社交平台。家有半专业训练的青少年运动员,除了每周固定的专项训练之外,作为妈妈的李小姐想着给儿子增加一点体能方面的训练,尤其是爆发力和耐力方面的提升。

通过社交平台私信后,一家名为SAF少儿体育的机构主动联系了她,首次试课价格为299元一小时。经过简单比较后,李小姐挑了阳阳教练。首次训练地选择在家附近的徐家汇体育公园,虽然需要的场地并不大,但考虑到安全因素,拥有塑胶跑道和相对封闭的训练环境的运动场显然更适合孩子开展体育锻炼。阳阳教练告诉李小姐,家长大多会选择在自家小区楼下,“上门体能训练,为的其实也就是方便”。

初见面,阳阳教练先是对孩子进行了简单的体能技术测试,然后针对需要加强的体能部分,利用弹力绳、小哑铃等简单便携设备,进行了一个小时的训练。试课价格相对低廉,但如果想继续与教练进行固定周期训练,那就需要通过机构购买课程包,价格每小时300元—360元。

由于不愿购买太多次卡,李小姐最终没有与阳阳教练继续合作,而是通过别人介绍,选择了同样来自某体育大学的邱教练。邱教练的付款模式为一对一,一次一结,日常训练的也是同项目的孩子。

和李小姐不同,这个暑假不

少选择“体育外卖”上门私教的家长,其实更多是出于让孩子“动一动”“出出汗”的简单目的。“对于大部分家长而言,找一个上门体育老师,主要是为了不让孩子在家里待着、天天玩手机。特别是暑假,很多小朋友在家里不出去运动,孩子自己练不了,家长也带不了,于是需要一个陪练的角色。”记者采访中发现,很多家长都透露出对孩子身体素质的担忧。

不同于语数英、艺术类课程,不定期的上门体育课可以调整孩子的情绪状态,也能让孩子在固定的时间内远离电子产品,“对身心都有好处”。

就业新出路

去年6月,新疆小伙帕热哈提从北京体育大学体育教育专业毕业。通过高水平运动员资格进高校的学生,其实从入校开始就夹带了一个伴生问题:如果不做职业运动员,未来做什么工作?教练员、老师还是和体育“毫不搭界”的职业?

帕热哈提说:“每个选择都特安静地摆在那儿,每个听起来都很合理,但好无趣,那时我想能不能找个自由一点的工作?”“想”的过程稍显漫长,可时间没法“恭恭敬敬”地等他,于是他先去私教馆当了健身教练。

2025年开春,帕热哈提所在的私教馆有了新业务——上门青少年体能培训。在上海待了六个月,帕热哈提发现小学员们基本分成两类:一类是准备参加体育

中考的初中生,他称这群孩子为“小眼镜”;另一类是低年级小学生,暑假期间父母上班没空“遛娃”,又不愿意交给手机来“遛”,户外运动教练就成了不错的选择。“‘小眼镜’们普遍协调性不错,而且很听话,知道自己要参加体育中考了,专项练得挺努力,但他们大多体能不过关,我就重点给他们练练体能。”

今年2月,他联系了几个北体毕业后在沪的同学组成“北体教练团队”九人组,开始全力投入到“上门体育业务”。关于宣传渠道,帕热哈提没有过多的担心。“在楼下小公园里带孩子们训练,来往的人都能看到,就会有好多人加微信咨询,同一个小区的孩子们拼团上课我们是有优惠的。”他笑称,这大概能称得上是“体育外卖界”的“拼好饭”。

每次下课后,帕热哈提都会和每个小朋友留下一张“碰拳照”。现在他的手机相册一打开,就会倏地蹦出几十张红扑扑的带着汗珠的笑脸。帕热哈提说这个相册就是自己的“成就感合集”,每天见到不同的小朋友,他也交到了不少“小好哥们儿”。

监管新思考

“体育外卖”的持续走热,实际上是“上门经济”蓬勃发展的一个缩影。通过互联网平台,服务人员将商品或者服务项目直接送到消费者指定地点的服务消费模式,越来越被现代人接受。

近年来,上门经济不断涌现出新的形态:上门美甲、上门喂

宠、上门做菜、上门收纳、上门给老人洗澡……需求存在,市场与服务就会相伴而生,寻求高效达到需要的同时,服务资质和质量谁来保障?安全监管职能谁来承担?潜在纠纷处置谁来解决?

“体育外卖”的跨界特性决定了其监管不能简单套用传统模式。它既涉及商品配送,又包含专业服务,甚至牵涉线下场地安全,需要体育、市场监管等多部门协同制定专项标准。

作为新兴业态,“体育外卖”需要成长空间,相关部门能否通过税收优惠、创业补贴等方式鼓励合规企业做大做强,同时推动行业协会建立自律公约,引导行业良性竞争。对于消费者而言,也应提高辨别能力,优先选择正规平台与机构,避免因贪图便宜而陷入维权困境。

新业态的发展总是伴随监管与创新的动态平衡。“体育外卖”的潜力毋庸置疑。

事实上,每年都有与帕热哈提一样从体育类高校毕业的运动员进入体育运动教培行业。他们往往具备较高水平的体育运动资质和教学水准。在现今全民健身的大潮里,青少年的专业运动培训需求始终在上涨。

如何让这次双向奔赴对得上、接得住,让“好教练”不浪费,让小朋友“学得好”,这需要监管部门、平台企业与消费者共同努力,让这一朝阳产业在规范中繁荣,成为全民健身时代的新动力。

综合《新民晚报》《钱江晚报》《中国青年报》报道