

## ■ 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，咨询、下单的过程相比平台流水线化的普通外卖，其实多了更多服务内涵。根据孩子的需求以及年龄和训练时间，机构给出3名不同教练供李小姐选择：首推的阳阳教练拥有海外留学背景，获得过多项美国证书认证，能双语教学；也有女教练的选项，证书资质完备，主项为田径，对于初中考试项目有经验；另一名教练曾是专业击剑运动员，曾任职于区少体校和训练队，有带队获奖经历。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。据介绍，每次上课，教练都会带着标志碟、敏捷梯、平衡球等各种各样的教具上门，偶尔还会配合运动小游戏，增加运动的趣味性。除此之外，他会根据孩子的运动情况评估身体素质，从而定制符合个人身体情况的课程教学计划。阳阳教练也透露，自己曾自主创业开过健身房，但受到经济环境影响，最终创业未能成功。如今担任上门私教，一方面是想累积客源，另一方面也是想尝试不同的体育培训模式。而他与机构之间的关系，更像是一种互相分成的雇佣兵模式。

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。邱教练的训练模式和阳阳教练有着异曲同工之处：根据孩子身体状况，先热身、进行不同部位的集中训练以及最后的拉伸。熟人介绍方式，让李小姐感觉似乎比通过平台购买课次来得更稳妥便利。

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们在家里待着、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，于是需要一个陪伴的角色。”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”。

“除了针对提升青少年身体素质的体能训练，三大球、三小球、游泳等是我们的主要项目，主要针对中考体育成绩的提升。”另一家青少年体能机构负责人告诉记者，“上门体育外卖”的高峰期，往往是体育中考前的几个月。

## ■ 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。帕热哈提喜欢和小孩相处，看到路上像猴子一样横冲直撞的皮孩子，他总想到小时候抱着足球在地上胡乱翻滚的自己。在他的记忆里，体教专业的体能训练课是大

# 「体育外卖」



▲ 教练上门带孩子练体能会自带运动器材

本报记者 厉苒苒  
实习生 李雨萌

“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，提供体能训练、中考体育提分等辅导。

“体育外卖”按学员需求定制课程内容，由专业教练携带器材上门授课，凭借时间灵活、送课到家的优势，受到众多家长的青睐。能够随时“下单”的体育私教是很难让人不“爱”的。时间地点个性化、具有独特内容的私人定制往往更加能起到“对症”的效果，“上门经济”爆点频出的核心就在于此。但“尝鲜”之余，人们不禁发问，“体育外卖”发展前景如何？这种外卖形式能否持久？



▲ 出于安全考虑，许多家长选择让教练在自家小区场地带孩子进行体能训练



在热门社交App上，提供上门体育训练服务的机构越来越多

网络截图

本版图片均由受访者提供(除署名外)

家很爱“逃”的课。“因为这门课后来要签到，最后我也是‘完整’上了一学期。没想到在这时候用到了。”帕热哈提说自己有喜欢小孩和体能训练教练体系化知识的两个“叠甲”，就申请当了公司第一批“吃螃蟹的人”。公司的第一波上门体育的试点选在上海。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

心练得挺努力，但他们大多体能不过关，我就重点给他们练体能。”

在上海，不管是学校教育还是家庭教育，对于体育的重视让帕热哈提觉得“很有机会”。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“好哥们儿”。

帕热哈提的团队目前没有接入任何线上平台和小程序，只要把介绍帖发在小红书App上，就有不少家长来咨询。“我觉得没必要非搞

一套程序化的平台，因为上门体育本身就是一个个性化的东西，需要什么项目，就加对应教练微信，约训练内容和时间。”在他看来，有事好商量，是做私人教练的一条“核心主线”，上门体育培训也一样。在和家长沟通好内容后，对应教练会给家长发送一份类似“合同”的文件，上面写明课时、费用以及关于购买保险的内容，家长看过之后可以签字。

不经过第三方平台的运营，意味着“甲方乙方”的承诺自由度高，没有一套规范性运作步骤，“点对点”线上沟通极容易出现权责不清的情况，遇到纠纷后取证成了难题。谈到这个问题，帕热哈提挠了挠头，思考了一会儿答道：“目前还没有碰到有纠纷的情况。但或许未来是有必要引进第三方平台的，目前我们知道有几家，但是加盟的话有抽成问题，这样的话还能赚多少钱？我们还得再研究一下。”

## ■ 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……而其中，“体育外卖”作为“上门经济”的新兴业态迅速崛起，从运动装备配送、健身餐订购到私教上门服务，这种“随时、随地、随需”的模式精准契合了现代人的健身需求，成为消费升级与数字化赋能的典型产物。然而，这一新兴市场在快速扩张的同时，也暴露出了监管滞后、服务标准模糊、安全隐患频发等问题。如何平衡创新与规范，成为推动“体育外卖”健康发展的关键。

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？这其实是如今伴随“体育外卖”风行而产生的新问题。一方面，“体育外卖”的繁荣体现了市场活力与消费潜力。在快节奏的都市生活中，消费者对便捷化、个性化服务的需求日益增长，外卖平台的高效匹配能力为体育服务提供了新渠道。同时，这一业态也为灵活就业创造了机会，许多健身教练、运动达人拓宽了职业路径。然而，由于缺乏针对性监管，容易产生乱象：无证教练滥竽充数，运动器材质量低劣，课程效果纠纷难解，甚至因服务不规范导致消费者受伤的事件时有发生。更棘手的是，许多交易通过私人转账完成，一旦发生纠纷，责任认定与维权困难重重。

“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。例如，平台应严格审核教练资质，要求持证上岗；对运动器材设立明确的质量门槛；同时引入保险机制，保障消费者权益。此外，技术手段也可赋能监管，如通过AI监控服务流程，从源头降低风险。在加强监管的同时，政策扶持同样不可或缺。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平。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。