



抗疫期间，不少热爱运动市民们无法出门锻炼，在家锻炼的他们也各自有着自己的方式。

2月中下旬，乐刻运动就曾对外公开表示，乐刻每月支出上千万元，这场疫情至少会让乐刻损失过亿元，甚至数倍。

“云健身”成了大部分健身品牌和工作室都会选择的“自救”方式。除了那些原本就驻扎在知乎、抖音和B站等平台的“健身大V”外，记者注意到，许多健身品牌也纷纷进驻不同的平台，除了直播团课之外，还会上传教练的各种教学短视频。

韩翔（化名）是某连锁健身品牌的全职教练。从2月下旬开始，他们公司也加入了直播大军。“线上授课其实对教练的要求更高，首先考验教练的综合能力，而且你面对的是一台机器，没有会员与你互动，所以自嗨很重要。现在直播授课的平台这么多，只有优质的直播内容才能吸引更多的人走进你的直播间。”韩翔告诉记者，为了增加与会员的互动，后期改成了两名教练一同直播上课，“当‘网红’也挺考验教练的心理承受能力的。互联网上看的人多了，底下评论说什么的都有。”

现在，韩翔一周有两节直播的舞蹈课程，“不是所有教练都参与网课，这两个月的收入大打折扣也是肯定的了”。

前不久，一条推文在朋友圈热传：美团骑手新增3.7万人，37.6%来自健身教练等生活服务业。

记者随后从美团了解到，真实的情况是自2020年1月20日至2月23日，美团外卖配送平台新招聘7.5万名劳动力成为外卖骑手。调研数据显示，新增骑手中37.6%来自餐饮等生活服务业，27.2%来自制造业企业，13.8%来自小微创业者。他们当中，不仅有理发师、IT从业者、健身教练、老师、网约车司机、摄影师、在校大学生，还有想要环游中国的穷游者。

“这条新闻我也看到并转发了。老实说，我并没有当真，身边目前也没有家练转行，不过确实觉得健身教练太难了。”韩翔说。

除了免费的直播课程，健身教练江月（化名）所在的公司还推出了收费的“一对八”小团体线上教学。

“我们看到了会员的需求，在广泛征集意见后才决定上线