“体育外卖”，为啥火了？

编者按

2025年8月8日是我国第17个“全民健身日”，也恰逢2025年第12届世界运动会举办，运动热潮席卷城市。当下，一种名为“体育外卖”的上门培训服务悄然兴起，手机一键下单，专业教练即刻携带器材上门，在小区空地、公园绿地为市民或孩子定制体适能训练或中考体育提分课程，“体育外卖”以灵活、高效的服务，让运动融入生活场景，为全民健身注入持久活力。

在手机下单一份“外卖”，送来的不是热腾腾的饭菜，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。

这份“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。

“尝鲜”之余，人们不禁发问，“体育外卖”发展前景如何？能否“香”得持久？

下楼就练 谁在点单

7月24日上午，体适能教练邵路安背着装满器材的大背包，按时来到浙江省台州市椒江区的一个小区里，开展上门送教。

他将锥筒、绳梯、栏架等用品，在场地摆放好。过了一小会儿，他的客户——10岁的小壮骑着自行车，来到了约定地点。

一个小时里，在邵路安的一对一指导下，小壮进行了跳绳、抗阻力跳跃、折返跑等十几个项目的练习，累得满头大汗、气喘吁吁。

小壮的母亲胡女士说，暑假里，她和丈夫都要上班，只能留小壮一个人在家。为了让他多运动，少看些电视，他们给小壮订了一份“体育外卖”套餐——共10节的体适能训练课，每周一三五上课，希望能帮他减减肥。

“报外面的班，没人接送，让他一个人去上课，又不放心。像教练上门到小区教学，觉得更方便、安心。”胡女士说，前段时间，她在网上看到邵教练“体育外卖”的短视频，决定报一个试试，几次课上下来，她觉得挺满意，这种形式解决了他们双职工家庭白天不方便管娃的难处。

同一天，在椒江的另一个小区。即将读初二的小李，正在上门教练指导下，开展立定跳远、跳绳、引体向上等项目的练习。“我练习的都是中考体育项目。”小李说，希望暑期里，在教练针对性指导下，提高体能、学习发力技巧，为中考体育提前作准备。

今年以来，在北上广等大城市兴起的“体育外卖”，逐渐普及到了像台州这样的三四线城市。

邵路安说，今年4月开始，他和两个朋友组了一个教练团队，开展“体育外卖”业务，现在每个人手上都有几名学员进行这样的训练。他们通过网上发短视频招揽业务，这段时间前来咨询业务的网友，变得越来越多。

一对一私教模式之外，小班团是更具性价比的选择。杭州市萧山区的张女士，联合同小区两名家长组成“三人团”，每周固定三节课，为孩子订购“体育外卖”。

“三人团平均下来，每人单节课不到100元，还省去接送的麻烦。”张女士算了一笔账，5月至今，她已连续订购了三四十节课程，不仅减少了孩子的屏幕使用时间，还让孩子养成了运动习惯。

“我们报课不为应试提分，主要是想请专业教练给孩子建立运动习惯，下楼就能上运动课，减少孩子对电子产品依赖。”张女士说。

据了解，“体育外卖”的客群，已经逐渐拓展至其他年龄段。除青少年培训外，针对成人的课程也正在上线。

需求庞大 “体育外卖”定制配送

“体育外卖”受欢迎，很大一部分原因还是人们对于体育培训越来越庞大的需求。无论是全民健身热潮的兴起，还是体育学科成绩在学生综合评价中比重的不断上升，都让家长们更加重视孩子在运动健康领域的投资。

而需求一旦存在，市场和服务就会应运而生，且会以丰富多样的形式来满足不同群体的个性化需求。

体育教练上门，就是这样一种个性化服务。它不仅能根据学员需求定制课程内容，还打破了体育培训必须依赖固定场馆的固有思维，最大程度上节省了家长的接送时间，而这个因素，往往就是很多家庭为孩子选择兴趣培训班很看重的一点。

那么，具备何种资质的教练，才能从事“体育外卖”这一行业？

目前从业者基本有体育相关专业背景，具备相关资格证书，如专业运动员证书、体育类教师资格证、篮协教练员资格证等。同时，理论无法替代实践，上门体育一般面向青少年甚至幼儿，教练须具备一定年限的相关工作经验，才能应对孩子的情绪和各种突发状况。

“体育外卖”的从业者，目前以兼职为主。他们通过社交媒体等平台零散接单，利用空闲时间上门授课，灵活度相对较高。

“一天接两三单，一节一对一课程200元左右，基本是净利润。”邵路安算了一笔账，比起体育场馆，上门体育课只需要携带简易器材，客户下楼就可以练，省去了场地租金、水电费等成本支出，几乎是零成本运营。

除了这类个体户之外，全国范围内也已经有了更加规模化的三方平台，以机构化的方式进行“派单”。

“我们平台的上门体育服务已经覆盖了100多个城市，已有3000余名专业教练入驻平台。”北京“乐时运动”联合创始人陈学利介绍，相较于机构动辄几十节的大额课包和个体教练，平台推行的单次付费模式更获家长信赖。

全国各地教练需通过“身份证+资质证书+教学案例+人脸识别”四重严格审核，方可入驻接单，自2024年底试运行以来，平台用户已突破20万。

今年7月初，广西南宁理工学院社会体育指导与管理专业的大二本科生郭亮成为了“乐时运动”的一名全职教练。1小时到1.5小时每节课，他日均上两节，再加上其他工作，一个月下来，他能拿到大约7000元的工资。

“平台对消费者和教练都是一种保障，相比个人接单，体系更完善，效率也更高。”郭亮说，同专业同学一般去健身房、俱乐部等兼职，需配合场馆时间安排，而“体育外卖”的灵活度和自由度都更高。

作为田径运动员，郭亮主要教授青少年体适能课程，专攻跑步等中考体育项目。他利用专业知识，在课上融入体育游戏，家长和学生评价挺不错。

这份“外卖” 如何持续飘“香”

技术的发展，正在让“即需即得”“万物皆可上门”的概念逐步演变为社会生活的新常态。

从本质上来说，“体育外卖”和上门烹饪、上门收纳、上门喂宠等一样，也属于“上门服务”的一种形态。但正如其他蓬勃生长的新业态不可避免引发规范之问那样，体育课上门的模式也面临着很多挑战，存在着服务质量参差、消费维权困难、监管体系缺失等纠纷隐患。

比如最基本的安全问题如何保障？上门体育课的地点大部分是在小区广场或是户外公园等地方，一些水泥路段往往缺乏专业体育场地的减震功能，并不适合奔跑和跳跃。而且这些场地通常还会有行人活动、车辆进出等，如何保证课程高效进行又能排除这些因素的干扰，让孩子在尽可能安全的环境下锻炼，就是需要额外被重点考虑的问题。此外教练的资质是否有规范的审核、孩子一旦有磕碰擦伤的情况教练能否规范处理，也都需要一个成文的标准来规范。

北京的李女士今年6月底于某平台购买10节“体育外卖”课程并付款，课程即将开始之际，平台临时跑单，后续退款无人处理，客服电话也始终无法接通。因为无明确监管标准，李女士的维权至今难以得到解决。

目前，“体育外卖”没有统一服务标准，质量保障也比较难。特别是体育运动如果不规范，容易受伤，事后客户的权益如何保障，也是一大挑战。杭州的王女士为孩子预约了上门跳绳课，结果因教练不会纠正发力姿势，反而造成孩子膝盖损伤，治疗花费超过3000元。

个别平台给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”，一般不会考虑为客户购买意外保险。

有关部门介绍，传统行业的经营者须按规定登记注册，而“体育外卖”服务提供者通常由个人直接对接服务对象，交易多通过私人转账完成，一旦出现纠纷，责任将很难认定。

同时，“体育外卖”服务也涉及隐私安全问题。“当服务场所拓展到家庭后，会涉及个人私密空间，因而涉及个人权利与隐私问题。如果使用小区公共空间，则可能会与其他业主的权利发生冲突。”浙江省社科院经济研究所研究员吴晓露说。

如何让以“体育外卖”为代表的“上门经济”更加健康有序地发展？吴晓露建议，市场需要法律监管介入，包括维权机制的畅通问题。相关中介平台应该发挥自身监管作用，为消费者提供更加优质的服务。消费者在选择上门服务群体时，也需要进行一定筛选，尽量选择正规机构或个人。

业内专家认为，“体育外卖”等业态兴起，映射出上门经济背后数字经济发展与社会分工精细化、专业化的碰撞。这些催生而出的新业态，可以拓宽年轻人灵活的就业渠道，为服务业市场提供更多就业机会，但今后的健康可持续发展，还需要监管部门、平台等不断完善服务标准和监管机制，引导从业者规范运营。

（综合《光明日报》、潮新闻、《广州日报》）

声音

“上门经济”如何平衡便利与安全？

◎ 徐根凯

时下，“上门经济”正以燎原之势渗透生活场景，从指尖下单的“体育外卖”到入户服务的家政保洁，这种“需求即达”的新业态在迅猛发展的同时，若缺乏规范约束，其带来的便利性可能演变为潜在风险。

“体育外卖”中，教练资质良莠不齐导致孩子运动受伤，平台跑单后消费者维权无门，上门服务闯入私人空间引发隐私争议……这些案例暴露出准入门槛模糊、责任界定不清、监管链条断裂等问题。当服务从标准化场所走向个性化场景，风险点也随之扩散，若任其“野蛮生长”，不仅会消耗消费者信任，更可能拖垮整个行业。

要以制度设计划定“安全红线”。制度的生命力在于执行，监管机制必须跟上业态创新速度。平台作为连接供需的核心枢纽，应扛起第一责任：以“乐时运动”这类规模化平台为例，需升级资质审核系统，对教练证书真实性、教学经验进行交叉核验；建立“一课一保”机制，为每单服务购买意外险，化解运动损伤等风险。监管部门则要变“事后追责”为“全程监管”，通过大数据监测平台交易数据，对高频投诉的服务者、异常订单进行重点核查，形成“平台自律+政府监管”的双重保险。

无论从保护消费者权益，还是从行业长远发展出发，构建全链条服务体系都至关重要。行业协会可牵头制定统一服务标准，比如“体育外卖”需明确课程时长、器材消毒、应急处理等细节；建立纠纷快速调解通道，联合市场监管部门设立“上门服务维权专窗”，缩短投诉处理周期。消费者也应增强防范意识，选择有资质的平台和服务者，主动索要服务凭证，形成“全民监督”的共治氛围。

新闻多一点

走出家门享受运动乐趣

2025年8月8日是我国第17个“全民健身日”。国家奥林匹克体育中心8月8日前后会开展2025年“全民健身日”主题活动全国主会场系列活动，包括13大板块近60项活动，覆盖超过1.7万人次。

活动开幕式于8月8日上午在奥体中心体育馆进行，先后上演威风锣鼓、舞狮、秧歌、彩带龙等民俗表演，广场舞、少儿啦啦操等群众表演，功夫扇、太极拳、八法五步、八段锦等武术表演，更有来自河北、广东的“八极拳”“英歌舞”国家级非遗项目展示。腰鼓、柔力球、锅庄舞、棒棒操、舞龙等群众健身展演也在当天进行，多场精彩的健身表演将充分展现出健身群众朝气蓬勃、昂扬向上的精神风貌。

奥体中心聚焦全年龄段群众多样化健身需求，着力提高线上赛事、亲子赛事、群众赛事活动的供给质量，其中，5000米大众达标赛、全国数字室外体能大赛总决赛、全国数字骑行大赛和赛艇大赛与百队杯足球赛都在8月8日开赛。

奥体中心还会继续开展国家队开放日活动——国家女子手球队将向中小学生分享训练日常与赛场故事，带领青少年体验智能健身器材，进行科学健身指导；体质测试与中医义诊活动将把优质医疗资源送到群众身边，助力制定个性化运动方案，构筑体医融合健康防护网；搏击、体操、游泳、潜水、花样游泳、跳水、水中腰旗橄榄球、棒垒球等公开课也将同步开启。

（据《中国体育报》张博宸）

本版制图 刘英卉

四川日报报业集团主管主办 社址：成都红星路二段70号 电话：办公室(028)86967113传真 通联发行部(028)86967130 记者部(028)86967136 编辑部(028)86967141 事业发展部(028)86967175 邮编：610020 四川日报报业集团印务公司承印