

城市体验官  
徐州九顶山野生动物园

# “体育外卖”配送到家 今天你点了吗？

文/本报记者 吴一凡 图/本报记者 邱沫然

“周末去哪儿锻炼”“孩子体能怎么提升”“‘体育外卖’真的能上门吗”……随着健康理念深入人心，青少年运动成为众多家庭关注的焦点。在徐州，有这样一群“运动陪伴师”，他们如约而至，将专业的体育训练“配送”上门，被大家亲切地称为“体育外卖”。近日，《城市体验官》记者一凡跟随唐智宇教练，沉浸式体验这项新潮服务，揭秘运动陪伴如何点亮青少年的成长之路。



扫码看视频



教练指导一凡甩战绳。



教练示范动作要领。

夕阳洒在小区操场上，唐智宇从车上搬下各种运动器材：小巧的跨栏、彩色的敏捷梯、柔软的平衡垫……“这些都是用来训练孩子们步伐协调性的‘法宝’。”他一边布置场地，一边介绍，“敏捷梯能锻炼脚步频率，小栏架适合做跳跃练习，既安全又能提升爆发力。”他手法熟练地摆放着每一件器材，仿佛在布置一个让孩子们尽情探索的运动乐园。

看着唐教练专业又细致的准备，一凡不禁好奇地问：“唐教练，大家都把这项服务叫作‘体育外卖’，这个名字很有趣，它具体指的是什么呢？”

唐智宇笑着直起身，拍了拍手上的灰尘：“‘体育外卖’其实和点外卖一样方便，家长根据孩子的兴趣和需求预约课程，我们带着器材上门，在小区、公园或者家里提供一对一的运动陪伴和训练。不同的是，我们‘送’的不是餐食，而是健康、快乐和专业的成长指导。”他补充道，“这种模式最大的好处就是便捷和专业兼备，让孩子在熟悉的环境里，享受到系统、科学的体能训练。”

这时，参加当天训练的王家麟和张梓琳小朋友准时到场，蹦蹦跳跳地跑来打招呼。“唐教练好！”清脆的声音充满了期待。

训练伊始，唐智宇并没有急着让一凡和孩子们动起来，而是先坐下来

耐心沟通。“运动不是盲目开始的，得先沟通、再评估，然后进行一些体能测试，完成热身，才可以开始训练。”他一边说，一边带着孩子们一步步做好运动前的准备。

一凡忍不住感叹：“原来还有这么多讲究呢。”唐智宇解释道：“每个孩子的体质、兴趣和短板都不一样，前期准备自然就不一样。我们会根据个体差异定制专属训练计划，详细记录每个孩子的训练进程。”

正说着，王家麟兴奋地跑过来，“教练，我热身结束啦，可以开始训练了。”唐智宇笑着点头，“走！带着一凡姐姐一起动起来。”

训练场上瞬间热闹起来，唐智宇带领一凡和孩子们投入到一系列有趣的体能活动中：跑步、跳跃、协调性游戏……孩子们的身影跃动，汗水浸湿了衣衫，笑容却始终挂在脸上。一凡也全程参与其中，感受运动带来的活力与快乐。

休息间隙，一凡和参与训练的孩子们聊起了参加体育训练的感受。王家麟说：“我现在身体更有劲儿了，跑步也不觉得累了，还敢尝试很多新动作。唐教练总是鼓励我，让我觉得运动特别有趣。”

听着孩子们的分享，一凡深刻感受到，运动陪伴师不仅是体能训练的指导者，更是孩子们成长路上的引路

人。他们在每一次跳跃中帮孩子建立自信，在每一次挑战中培养毅力，用陪伴传递热爱，用专业守护成长。

“除此之外，运动陪伴师还会在训练中关注孩子的心理状态。”唐智宇补充道，“当孩子遇到挫折时，我们会及时给予心理疏导，帮他们调整心态、坚持下去。这样一来，家长既能省心处理工作和生活事务，也能放心让孩子享受专业的运动陪伴。”

一天的体验结束后，一凡切实感受到了运动陪伴师的专业与温度。从前期的沟通评估到训练中的细致指导，他们用专业的服务守护着青少年的健康成长。正是这些看得见的付出，让“体育外卖”不仅成为一项便捷的便民服务，更蕴含着独特的教育方式。它点燃了孩子们的运动热情，缓解了家长的育儿焦虑，为城市注入了健康活力。

它把专业的运动指导“送”进千家万户，把健康的生活理念“送”到孩子们身边，是全民健身文化在日常生活中的生动实践，是“投资于人才”理念的微观体现。如今，“体育外卖”已不再是体育产业的附属品，正逐渐成为现代社会生活方式的重要组成部分、公共服务体系的一支“轻骑兵”，用专业与陪伴点亮更多青少年的运动梦想，让每一个孩子都能在运动中收获成长与快乐。

## ■相关新闻

### “体育外卖”突然火了！ 有人月入万元

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。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，这一模式凭借“送课到家”“随时开练”的特点，迅速开辟了体育产业一条新赛道。

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；一些体育专业大学生兼职做体育“外卖员”，既锻炼了专业能力，也攒下“第一桶金”。从外地到深圳创业的健身教练谢火，通过在社交媒体分享教学视频吸引客户，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%。

“体育外卖”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”……不少家长道出其核心优势。事实上，这一业态的走红背后有多重因素。

——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。与此同时，“体态矫正”“增高训练”等特定需求，以及成年人学习体育技能的兴趣，也让“体育外卖”有了不同“菜系”。

——付费方式灵活。“体育外卖”解决了传统体育培训往往需一次性预付高额学费的痛点。其采用的单次付费、灵活团课、即时评价等模式，让付费更灵活、可控。

——场地条件改善。家门口体育场地的持续改善提供了重要支撑。社区健身房、口袋公园等设施增加，为上门教学提供了便利。

“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增收渠道，也让家庭能以更低成本满足健身需求。

尽管前景广阔，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。当前从业者主要包括专业机构教练、兼职体育专业大学生、自学出身的教练等，教学水平参差不齐。

目前，“体育外卖”行业尚处发展初期，针对该领域的行业规范尚未出台。不过，已有平台主动参考《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”，试图从源头把控质量。

在业内专家看来，“体育外卖”关乎消费者的人身安全与健康保障，不能全靠“市场调节”，外部监管必须及时跟进。需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。

据 新华社