

线下复工一个月,记者探访经历“生死”的体育培训机构 体育培训在变局中开新局

本报记者 余敏刚



“

伴随着学校复课,我省线下培训终于在漫长的等待中迎来了回归。5月初,第一批体育培训机构陆续复工复产,也迎来了新的复苏。在疫情期间,我省培训机构和教练员不得不另谋出路,选择线上授课、转型微商或者退而修炼内功,于是这场疫情迫使越来越多的从业者开始思考更多商业模式。如今复苏之始,我省体育培训行业也展现出了更多景象。

”



A 经历疫情,体育培训如何恢复?

随着线下培训的开启,一方面,体育培训行业复苏,但仍受到上半年疫情的影响,很多家长不愿让孩子参加聚集性活动,很大层面导致相当一部分客户的流失;而另一方面,也是由于疫情的影响,又有一部分家长越来越重视孩子们的身体素质锻炼,与往年相比,家长陪着孩子一起锻炼的时间明显增加,而这部分消费群体,对于体育培训机构来说,又迎来了新的契机。

上周末,记者来到杭州远洋乐堤港的一家室内幼儿篮球培训场馆,馆内空无一人,管理员告诉记者,现在每天只有傍晚才有零星的生意,与去年相比,营业额甚至都不够维持电费。

的确,消费者对疫情之后的态度是线下培训所面临的必然问题,而与之对应的是,可控性更强的室外场地则相对安全。

与之相反,在这样的背景下,浙江黄龙绿鹰足球俱乐部却走出了自己的一条复苏之路。自5月6日,精英队恢复正常培训后的一个星期,大部分队员都回到学校进行训练。

“虽然目前孩子们还没有全部回来培训,但整体情况已经恢复正常。”黄龙绿鹰足球培训市场部总监倪一君介绍道,“在疫情期间,通过划分了西湖区、滨江区和江干区三个区块,由教练组建微信群带着孩子们训练。如今,体育培训恢复后,他们也从线上转到了线下。”

将赛事融合于培训体系中,是今年黄龙绿鹰体育培训的新思路,7月中旬,他们将通过省足协在黄龙舟山馆开展全省青训机构足球邀请赛,从目前报名情况来看,48支队伍已经基本报名完毕。

“虽然疫情对培训机构冲击很大,但是随着家长对孩子体育方面的重视,我们接下来还会通过创新活动以及即将到来的618活动,以更优惠的价格和服务吸引更多孩子加入培训的队伍中。”倪一君说。

此外,据记者了解,家长为孩子选择的社会培训课程中,50%是体育活动类课程,其中又以攀爬、跳跃、游泳、冰球、滑板车、跑步、篮球、排球、爬山、投掷等项目最受欢迎。对此,浙江大学体育发展研究中心博士刘遵嘉认为,体育培训的对象主要是青少年,而青少年正处于身体发育的关键期,体育教育可以起到促进身体的协调、平衡和柔韧等作用。这不仅仅是家长需要体育,更是社会发展进步过程中,家庭育儿观念不断完善的结果。提早强化体育运动的想法,越来越被更多父母所接受。

B 暑假来临,体育培训或迎利好?

伴随着返校,中小学的暑假时间在7月中旬开始,开学时间则与往年不变,因此假期时长并没有太大变化,从这一点上看,体育培训原本“丢失”的暑假似乎又回来了,这无疑是整个教培行业的特大利好。

暑期的培训大部分由训练营、营地或者夏令营等形式组成,目前在国际形势快速变化的当下,出国游显然已经不合时宜,再加上各地疫情防控因素的存在,异地的夏令营也难以俘获家长的青睐。

这时候,本地训练营的优势便得以体现。一方面,本地培训机构的时间与距离较短,室内环境更为可控,且地域化能满足学生的社交需求;另一方面,面对补课的需求,

本地培训也更为灵活。

“今年的夏令营报名人数超过了4月份预期的120%。”杭州宏优体育教育总裁周佳琦介绍道,“为了保证公司在恢复后能获得更多客源。自疫情发生以后,宏优利用自己的专业优势,在各种平台推出线上的免费课程,帮助孩子们在家坚持锻炼。”

同时,周佳琦认为,培训机构和家长本来就是一条战线上的,都是为孩子好,而家长们也自然知道运动的价值,再加上孩子们都喜欢玩,喜欢交朋友和互动,课堂也是顺利又轻松,使得家长们开始意识到要把钱用在健康上。突如其来的疫情的确改变了家长们的观念,尤其是在家庭健康方面。



C 线上线下,体育培训业态逐步成型

一场疫情,催生出的一个很明显的趋势是“拥抱”线上,回归线下。

要不要裁员?要不要闭馆?疫情二次反复怎么办?这是在羽毛球培训打拼多年的嘉兴光度运动体育创始人舒鹏所焦虑的。在停工期间,他选择了优化团队,把重心放在教案的开发上,并增加了员工的激励制度,提升课销和教练的服务,如他所言:经历了困难时期,更要抓住这来之不易的良好机遇期。

“以前我连电商购物都不怎么用。”他直言道,现在却玩起快手,直播、拍短视频,目前已经累计了上万粉丝。

艾鲁特、鹏之星等大型培训机构也同样开启了线上教学,直播、视频以及面对面授课等等,这些新领域成了教练员与

企业不得不“硬着头皮”学会的功夫。

实际上,正如疫情爆发前行业的判断,重线下的体育培训难以完全转身,而线上开拓的目的也更在于开拓本身的价值,譬如保持活跃度,维持品牌热度;满足用户需求,提供服务以及做线上化尝试,积极寻找更多方向上的转型。

此外,对于培训机构而言,自身内功的修炼也自然少不了,尤其是在疫情的困难期间,教练、课销以及管理和营销,都需要做更长远的打算。如今,伴随着大众对体育的青睐,市场的变化加上经历了疫情带来的冲击,行业的良序也正逐渐形成。

2020即将进入下半年,行业恢复,暑期来临,体育培训的曙光也终将升起。