

搜救犬“二驴”赛场出圈，火遍全网

网友：下一届比赛再见呀！

这两天，搜救犬“二驴”火了，它凭借在全国消防行业职业技能大赛上的“出圈”表现，赛后迅速火遍全网。二驴的大名很潮，叫“MILES”，是来自宁夏民间救援队的一只搜救犬，而它走红的原因也很简单，那就是全国大赛的比赛场上，因过于“倔强”，最终直接导致训导员刘元昊选择弃赛。这到底是咋回事？

现代快报+/ZAKER南京记者 王瑞 季雨



二驴被扑咬袖吸引目光 现代快报+/ZAKER南京记者 王瑞 摄 扫码看视频

赛场上过于“倔强”，导致训导员弃赛

10月28日至31日，全国消防行业职业技能大赛在南京举行。大赛集聚了来自全国消防行业的高手，与此同时，来自全国的54只搜救犬和训导员也展开了同场竞技。

根据赛程安排，搜救犬MILES和训导员刘元昊的参赛时间在10月29日下午，刚开始上场，它的表现还算可圈可点，在服从指挥项目中，全程跟着训导员完成了任务。

可是第一个项目比赛结束后，MILES的注意力就被赛场边上的干扰项“扑咬袖”给吸引过去了。按照比赛的设计，在服从指挥的环节，赛场上设置了很多干扰项，用于测试搜救犬的服从性，其中除了扑咬袖，还包括狗粮、玩具等等。

第一个项目结束后，接着就是攀登障碍。就在刘元昊准备带着MILES进行第二个项目时，MILES突然失控，直接跑向了扑咬袖，并进行撕扯。几次呼唤都没能将其喊回，刘元昊无奈冲上去，试图将其拉回比赛场地。然而，此时MILES的注意力已经完全被扑咬袖吸引，刘元昊努力了好几次，MILES才被拉回了攀登障碍的比赛场地，但眼神却始终看向扑咬袖的方向。而在攀登第一个障碍跑到一半后，MILES直接从高台上跳下，返回至扑咬袖的摆放点，紧咬扑咬袖不放。

这么来来回回折返了多次后，

最终刘元昊无奈选择了放弃比赛。二驴，其实是刘元昊私下里对MILES的称呼，但看了它赛场的表现，这个“爱称”还挺贴切的。

出圈表现让二驴迅速火遍全网

当天比赛结束后，面对记者的采访，刘元昊表示，二驴平时训练时的表现一直很好，“如果换成其他干扰项，应该是没有问题的。”他告诉记者，二驴之所以紧咬住扑咬袖不放，就是因为平时用扑咬袖进行的训练比较多，如果没有扑咬袖的干扰，它在规定时间内完成所有比赛项目是没有问题的。

采访时，二驴坐在训导员边上一脸蒙的表情，明显对自己的“赛况”不是很了解。其实对于搜救犬来说，它们并没有比赛的概念，所有的比赛项目对它们而言，其实就是在和训导员玩耍，按照要求和指令完成任务，就能获得奖励。如果表现好训导员开心，搜救犬是能够感知训导员的情绪的。

赛后，二驴因为在赛场上“放飞自我”的表现，迅速从线下火到了线上，斩获了大批粉丝。“今日份的快乐都是二驴给的”……

在收获网友们喜爱的同时，二驴的“云粉丝们”更是操碎了心。有人担心二驴的铁饭碗不保，纷纷喊话，“二驴的编制还在吗？”对此，宁夏消防在线回复网友，给大家消除了疑虑：“在编，放心。”

它来自民间救援队，网友许愿下届大赛再见

采访中记者了解到，这次全国消防行业职业技能大赛中，搜救犬训导员比赛项目的参赛选手，除了来自国家综合性救援队伍，还有政府(企业)专职消防队伍和社会救援组织。而搜救犬二驴和训导员刘元昊，就来自宁夏回族自治区银川市金凤区应急救援服务协会，也就是俗称的“民间组织”。

网友们除了对二驴表达关心，也有人提出疑问，像二驴这样的搜救犬，在关键时刻能救人吗？其实，能参与此次首届全国消防行业职业技能大赛的搜救犬和训导员，都是在各地层层选拔后产生的种子选手，本身能力不容置疑。只不过比赛时，由于场地、环境以及日常训练和比赛项目有偏差，才会出现一些意外状况。

像来自海南参赛队的训导员朱伟和搜救犬黑豹，就是当地蓝天救援队的成员。虽然比赛中因为朱伟动作上的小失误，黑豹没取得好成绩，但今年5岁的黑豹，曾经搜救过5名失踪人员。赛后朱伟接受记者采访时也表示，参加比赛其实是希望通过大赛的平台，让更多的人知道和了解搜救犬。

二驴的走红也让更多人关注到了消防行业，关注到了以二驴为代表的无言战友们。网上大批网友还许下愿望，“二驴同学，你要争气啊，下一届比赛，我们再见呀！”

拼多多11.11玩法来了

携手百家官旗品牌，补贴加码优质国货、农产品

11月5日，拼多多宣布今年“11.11”平台加码百亿补贴力度，联合国内外一百余家旗舰品牌，用“好货不用等，好价就现在”的简单玩法，为平台8.5亿消费者不仅送上“好牌子”，更要送来“好实惠”。其中，拼多多将重点倾斜百亿补贴等平台资源，全面助力优质国货和农产品品牌。

同时，拼多多宣布将联合央视、湖南卫视，在11月10日晚黄金时段推出“超拼夜”直播带货及晚会。两场活动届时将邀请豪华阵容倾情带货，更有答题领iPhone、一分钱秒大牌、砸金蛋领红包等超级福利，助力消费者享受多实惠、多乐趣。

现代快报+/ZAKER南京记者 王静



▲四川盐源苹果产区的种植户廖顺安。他家果园今年“11.11”期间的品牌好货，全部供给电商平台拼多多 李里 摄

▲今年拼多多11.11狂欢期间，电子产品苹果系列，与农产品苹果系列，一同参加拼多多平台百亿补贴

央视直播带货、湖南卫视晚会加持“超拼夜”

据介绍，国货成为今年11.11期间拼多多大促活动的推荐重点。包括九阳、格兰仕、立白、洁柔、上海家化、百雀羚、张小泉、箭牌、倍轻松、科沃斯、鸿星尔克、安踏、回力、周大福、良品铺子、蒙牛、鲁花、美特斯邦威等众多国货品牌，都将通过拼多多的官方旗舰店，联手展开多种形式的平台合作。

作为中国本土日用品的领军企业，立白集团电商副总经理郑股宁表示，立白集团官方旗舰店自入驻拼多多以来，所有产品全线覆盖拼多多平台，销售连年高速增长。目前，立白集团已在拼多多收获超过800万购买用户，并且规模还在高速增长扩大。立白集团已与拼多多达成战略合作，希望将拼多多打造成立白

线上最核心的增长渠道。

“我们刚与拼多多达成全方位的战略合作，启动品牌官方旗舰店的矩阵建设，全面布局厨具、个护、园林等领域。”张小泉电商总经理周丽表示，作为拥有近400年历史的老字号国货品牌，张小泉目前电商渠道以拼多多销售增长最快。她发现，拼多多覆盖的很多80后、90后年轻消费人群，越来越认可国货品牌，带来巨大的市场增量需求。

拼多多11.11相关负责人表示，除了拼多多平台的百亿补贴、万人团限时秒杀等活动资源全方位加持，这些国货品牌也将深度参与到拼多多与央视、湖南卫视举办的“超拼夜”系列活动，全面助力品牌曝光。

11月10日，央视将联合拼多多

开设百亿补贴大型直播带货专场。届时，多名央视著名主持人将化身好物推介官，在拼多多直播间带领网友拼购国内外大牌产品，并力推优质国货及农货品牌，将实惠进行到底。

同样在11月10日，湖南卫视也将与拼多多联手打造《2021拼多多11.11超拼夜》，进行现场直播。本场晚会由湖南卫视李超团队操刀制作，以“青春，就要一起拼”为主题，集结了实力派歌手、原创音乐人、新生代演员代表等不同类型的嘉宾阵容，鼓励这一年不懈拼搏青春的“你”。届时，观众不仅可以看到陪伴自己成长的演员、歌手带来的精彩表演，还能收获答题领iPhone、一分钱秒大牌、砸金蛋领红包，以及众多品牌联手拼多多送出的福利“轰炸”。

从苹果到“苹果”iPhone，拼多多打造“每天都是11.11”

除了加码补贴优质国货品牌，拼多多还宣布从今年11.11活动起，百亿补贴将继续对农产品保持零佣金，并持续向农产品品牌倾斜流量资源、运营支持等。拼多多11.11相关负责人表示：“从苹果到‘苹果’，我们持续补贴中国本土农产品品牌，也补贴iPhone，我们的努力方向，永远是让平台消费者过上高性价比、高品质的生活。”

“我们的百亿补贴不设上限，直减无套路，并且都是现货销售，没有定金和预售，下单就发货，无需为了凑单满减而做数学题。”拼多多11.11相关负责人表示，由于覆盖范

围广、让利幅度大，拼多多首创的百亿补贴受到消费者热烈欢迎，现已成为各大电商平台像素级学习的运营模式。

今年11.11期间，拼多多在百亿补贴的品类选择和产品数量上继续发力，甄选更多优质低价的品牌产品。除了数码家电、大牌美妆等，百亿补贴还覆盖了农产品领域，包括中粮、盼盼、康师傅、今麦郎等众多农产品、食品加工品牌，以及本土成熟的初级农产品地标品牌与崛起中的水果地标企业品牌。

11.11期间，拼多多通过百亿补贴、限时秒杀等资源倾斜，连续推

出“苹果丰收季直播”及万人团等活动，并联合山西、陕西、山东、甘肃、四川、新疆六大苹果产地，加码补贴山西万荣苹果、甘肃花牛苹果等地标农产品以及一众本土苹果企业品牌，开启拼多多苹果“11.11”狂欢。

比如山西万荣苹果、山东荣成苹果、甘肃天水花牛苹果产业当中，不乏年轻的本地苹果企业品牌已经在拼多多多年销超1亿元，并且还在保持同比翻倍的高速增长。这些高品质的产地优品与热度常年居高的苹果手机一样，都能获得拼多多百亿补贴等资源的加持。