



记者 孙远明 乔显佳 济南报道

一辆出租车、一台网约车，是外地游客抵达一座城市的“第一扇窗”，也是当地人日常出行最贴近生活的服务场景。但长久以来，车辆“异味”问题屡遭吐槽，如何解决乘客在意的这个问题？

今年3月，山东启动“好客山东·清新出行”行动，瞄准出租客运行业这一“城市流动名片”发力。4月10日，山东文旅、交通两大部门再度联手，将这项已经初见成效的行动持续推向深入，用最细微的车厢服务，重新诠释“好客山东”的真正内涵。

4月10日下午，这场活动在济南城乡客运服务中心举行，省市交通、文旅部门，行业协会，以及省内巡游车企业、网约车平台、优秀驾驶员代表齐聚一堂，没有繁琐的流程，活动聚焦的全是乘客最在意的出行体验。

现场驾驶员代表的表态朴实又走心：把车收拾得干干净净，让乘客坐得舒适；说话和气贴心，当好外地游客的“活地图”；做事实在厚道，用一言一行当好山东的代言人。没有华丽的辞藻，却说出了山东人最朴素的服务初心，而驾驶员们最终想要的，可能就是乘客发自内心对于“好客山东”的点赞。

现场，获评“清新出行向导”“清新车厢”的优秀驾驶员，也拿到了标牌和清洁用品，这份认可，既是荣誉，更是对优质服务的正向激励。

“好客山东·清新出行”看似一场聚焦车厢卫生、服务态度的行业行动，背后藏着山东好客服务升级的深层思考，这也是此次行动值得关注的意义所在，把好客服务做得更贴心，才能让游客旅途更舒心。

而山东这次“清新出行”行动，更是跳出了传统行业管理的思维，做出了全国省级层面的首创尝试，把文旅品牌与交通服务深度绑定，用“品牌引导+行业自律+平台激励”的模式，替代单一的管理整治。这不是简单要求司机打扫卫生、文明说话，而是构建起“政府引导、协会牵头、企业联动、司机响应、平台支持、乘客监督”的完整闭环：企业设免费洗车点、配除味设备，解决司机清洁难题；网约车平台给好评司机流量、奖励，激发服务主动性；司机主动扮亮车厢、推介家乡，把服务变成自觉；乘客通过评价监督，倒逼服务提升，多方发力，让行业服务从“要我做”变成“我要做”。

更有深意的是，山东把这些穿梭在城市大街小巷的车辆，打造成了“流动的文旅推荐官”。车内的文旅攻略二维码、司机随口一句地道的游玩指引、一份本地风土人情介绍，让游客在赶路的间隙，就能解锁不为人知的“宝藏山东”。这意味着，“好客山东”是游客真正能看得见、摸得着的服务，是乘客打开车门时的清新、落座时的干净整洁、和司机交流时的暖心热情，是从踏上山东土地的第一刻，就能真切触摸到的城市温度。

出租车、网约车的车厢虽小，却连着游客的出行体验，连着城市的口碑与形象。山东这场聚焦“小车厢”的清新行动，看似行业服务的小升级，实则是对“好客山东”文旅品牌内涵的进一步丰富与落地，用务实之举，让优质出行成为山东旅游的新名片。

「好客山东」服务再升级，文旅融合推进「清新出行」

# 告别「异味车」，的哥成了「文旅推荐官」

## 吕剧《聊斋·叶生》开启坐排 让角色从纸上立起来

记者 孙远明 济南报道

4月10日一大早，山东省吕剧院的会议室里分外热闹。剧院年度重点创作项目《聊斋·叶生》正式进入坐排阶段，主创、演员们齐聚一堂围读剧本，针对角色塑造、剧情内核展开剖析讨论。

作为山东挖掘活化聊斋文化的代表性剧目，《聊斋·叶生》此次坐排格外注重“吃透剧本”。编剧彭莉媛现场解读剧本，梳理角色关系、故事脉络，导演宋惠玲强调剧目整体艺术风格、舞台呈现、剧情节奏和人物特质，演员们逐一分享对角色的理解。现场，大家手捧剧本，神情专注，有人蹙眉开唱琢磨台词的语气，有人交流探讨角色的细微情绪。

《叶生》是蒲松龄笔下的经典故事，故事主人公叶生的文章词赋，冠绝当时，却屡试不中，抑郁含愤而死，一缕幽魂因执着于未竟的功名，竟借鬼气幻化成人形，“衣锦还乡”时也是真相大白日，残念终散。故事充满悲剧色彩，让无

数人触动。

作为编剧，彭莉媛用“一个被推上舞台的人偶”来形容叶生，机械地演绎着别人期待的人生。而女主角锦绣则是封建悲剧女性的缩影，原生家庭与夫家的压迫让她身不由己，叶生是她生命里唯一的光，却最终没能改变她的命运。县令丁乘鹤更像是“悲剧里的温暖守护者”，他赏识叶生才华，对叶生有知遇之恩，甚至在叶生死后仍以知己之礼相待，与叶生的偏执形成鲜明对比。

从人人追捧的大才子，变成人见人嫌的迂腐生，再到死而不甘、死而忘死，继续考举人，最终被红颜知己点醒，叶生的一世一魂让人唏嘘不已。正如叶生，在《聊斋·叶生》剧本里，每个人物都立体鲜明，剧情紧凑又充满戏剧性，经过演员们的现场坐排，即便没有舞台和妆造，也让旁观者沉浸在剧情之中，心情跟着剧情起伏。

值得注意的是，剧目的一大亮点，便是彭莉媛在剧本中将古代建筑屋脊兽形象拟人化，让其穿梭于戏里戏外，

这种呈现方式在戏剧舞台上尚属首次。导演宋惠玲阐释，不同于传统戏曲舞台呈现，这些屋脊兽既是剧情旁观者、主题点题者，也能跳进跳出与观众互动，既贴合聊斋志怪魔幻风格，又强化戏剧游戏性，让古典故事与当代观众产生共情。

在宋惠玲看来，坐排是剧目立根之本，是新创剧目的关键环节，直接决定角色是否立得住、演得活。其间，她带着大家读剧本、抠人物，也是在延续吕剧院老一辈的传统，先做剧本分析、人物解读，让大家从内而外地去塑造人物，坚决避免人物僵化，拒绝千人一面。“让角色从文本‘长’到演员身上”，宋惠玲认为，这样才是有根基、有灵魂、有层次，能打动观众的人物角色。

据悉，吕剧《聊斋·叶生》由山东省吕剧院本土班底打造，预计上半年亮相舞台。期待吕剧能把这个“魂灵助考”既悲情又荒诞的故事，演绎成一部有温度、能共鸣的现实寓言，早日和观众见面。

### 文旅动态

## 临沂蒙阴吸引游客舒心游 叫响“在那桃花盛开的地方”

记者 乔显佳 济南报道

记者从临沂市文旅局获悉，2026年山东春季文化和旅游消费促进主场活动期间，临沂蒙阴县叫响“在那桃花盛开的地方”旅游品牌，不仅引爆了春日赏花游，还推动居民休闲活动向纵深发展。

4月11日至12日周末，以云蒙景区为中心，春季旅游市场呈现一片火爆景象。观察发现，周末出游的游客中，选择住宿的明显增多，这得益于当地住宿精品业态升级，构建成一整套舒心的旅居体系。目

前，蒙阴全县共有省级旅游民宿集聚区2处、星级酒店4家、省级星级民宿19家、沂蒙乡愁民宿34家。在一个县域范围内，如此多元的住宿供给可充分满足不同游客的游玩需求，吸引各地游客纷至沓来。

民宿板块成为蒙阴旅居核心亮点，其中，4家省级五星级民宿各有特色，铸就“沂蒙乡愁”民宿品牌样板。

随着市场发展，当地另一文旅品牌“周末舒心就来蒙阴”异军突起，显示蒙阴县紧盯游客品质化、个性化旅居需求，持续优化住宿产品供给，

打造高端酒店与精品民宿互补、生态与文化相融的优质住宿体系，全面升级崮乡春游旅居体验的一整套措施，已收获市场积极反响。

蒙阴“舒心游”的风景依托是赏花。据悉，很多游客喜欢到蒙阴赏花，看好该县得天独厚的生态资源与独特岱崮地貌禀赋。在旅游市场培育中打造的“全域赏花、节庆赋能、线路串联”赏花特色，完美诠释了人们心中“在那桃花盛开的地方”品牌内核，逐渐确立“鲁南春日赏花首选目的地”地位。

## 好客山东一码通推出Pro版 省外用户需求明显增加

记者 乔显佳 济南报道

记者从山东文旅云智能科技有限公司获悉，有着文旅“软基建”之称的好客山东一码通经过一段时间的市场实践，近期推出Pro版，以响应部分市场用户的需求。

目前，山东省内与好客山东一码通正式签约合作的景区、影院等文旅品牌已达170余家，其中不乏处于垂直业态头部的项目。2026年清明假期以来，好客山东一码通在促销期内全网销售已超

万张，同比增长约135%，销售额达200万元。

值得一提的是，从用户来源看，省外用户占比约10%，初显对长线用户的吸引力。随着产品影响力的释放，一码通正在成为外省赴鲁游客在有限假期内更经济实惠、更高效地打卡体验山东代表性文旅资源的“捷径”。

省内用户数据显示，济南、临沂、青岛、潍坊、淄博五市居民购买好客山东一码通的数量位居全省前五，显示当

地居民对该产品的认可度。

据介绍，好客山东一码通在之前齐鲁畅游卡基础上推出Pro版，是响应部分老用户的要求，希望多一次前往自己心仪景区的机会。同时，文旅云公司还推出了88元升级包，原持有齐鲁畅游卡的老用户单独购买升级包后可直接成为Pro卡用户，不用重新购卡或单独买票，即可获得曲阜孔庙、济南融创乐园、融创水世界、融创海世界、青岛融创乐园等9家合作景区第二次入园体验机会。