

资源零散化、重复化开发，无法形成合力。

二是对于文化资源的保护意识不足，一些珍贵的文化遗产在开发过程中文化的“原始性”遭到破坏，丢失了其原有的文化价值和历史意义。

三是在开发文化旅游资源时，未能从市场化的角度去考虑如何将本土文化转化为具有吸引力的旅游产品，缺乏有效的宣传和推广策略，使得很多具有潜力的文化资源默默无闻，无法达到预期的经济效益和社会影响。

四是青海省各州县具有丰富文化内涵的遗址、古迹、风俗和传统被局限于其表面功能，未能深入挖掘其背后更深层的价值导致浅尝辄止。

（四）文化旅游宣传不到位

为了发展旅游业，青海省通过挖掘文化资源，并与旅游文化相结合，为游客提供观赏机会。然而，许多具有丰富文化价值的旅游景区并没有得到应有的关注和认知，其中一个关键原因便是文化旅游的宣传不到位。尽管塔尔寺、翡翠湖、青海湖、坎布拉森林公园等一些旅游景区拥有难以估量的文化和历史背景，但仍然缺乏有效、有针对性和吸引人的宣传策略，在旅游市场中的知名度远远不够。

由于资金短缺等因素，未能使用现代媒体和社交平台进行有效推广，宣传内容往往缺乏吸引力和深度而未能引起目标受众的兴趣和好奇心，宣传活动覆盖面不够广泛而导致很多潜在游客没有接触到相关信息，公众对优质文旅资源的了解程度低，参与度不高。

（五）文化旅游管理不规范

青海省各州县古迹、生态、民俗、艺术展览等文旅项目内容丰富多样，都承载着深厚的历史和文化意义。然而，景区管理不规范等因素，影响了游客的体验，也对珍贵的文化资源造成了潜在的威胁。在当前的旅游市场中，文化旅游管理的规范性直接关系到旅游景区的可持续发展、文化遗产的保护以及游客的整体体验。目前，部分州县文化旅游管理存在不规范的现象。这些问题表现为对文化旅游资源的保护不力，缺乏专业、系统的管理团队和标准操作流程，以及服务质量良莠不齐。

一是对文化遗产的保护措施不足，导致了一些无可替代的历史遗迹遭受损害。

二是服务标准不一，导致游客在参观、体验过程中感受到的服务质量参差不齐。

三是一些景区和服务提供商在价格方面存在不透明、不公开的情况，给游客带来疑虑和不满，景区未能根据市场的需求和竞争情况，制定合理的价格策略，提供价格透明、公开的服务，让游客在旅游中享受到更加

合理、公正的价格。

四是部分景区存在设施老化、维护不及时、交通不便等安全隐患，给游客带来安全风险和不安全感。

五是有些旅游公司或私人利用游客对文化旅游的热爱，进行不合理的推销和欺诈行为，给游客带来巨大的经济和心理损失，对游客的合法权益和文化旅游市场的健康发展带来了一定的影响。

（六）景区开发零散而主题不鲜明

近年来，随着青海省各州县交通的方便，塔尔寺、青海湖、翡翠湖、茶卡盐湖、昂赛大峡谷、班玛县红军沟等景区成为主要的网红打卡点，这些景区也为内地游客提供了更加丰富和多元的旅游体验。但目前不少景区在开发过程中存在明显的零散性，各个景点、活动和服务并未形成有机整体，而是孤立、分散地存在，导致整个景区缺乏中心和焦点，游客在参观时很难得到深入、连贯的体验。同时，很多景区往往没有鲜明的主题，即使是某一文化、历史或自然特色，也未能得到充分和深度的展现。这种缺乏主题的开发方式既不能满足游客日益增长的个性化需求，也难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。

景区的主题定位和系统化开发是吸引游客和创建独特旅游体验的关键因素。由于景区的开发零散、主题不鲜明的问题等因素，景区内各个项目之间缺乏内在联系，没有形成统一和协调的发展格局，使得游客很难在参观中获得完整、连贯的体验。另外，景区的主题不明确或过于宽泛，没有形成鲜明的特色和深度的文化内涵，导致游客难以产生情感共鸣和记忆点，景区缺乏核心吸引力，游客体验不深刻，很难吸引更多的游客。因此，旅游景区的开发必须具有明确的主题和特色以吸引和留住游客。

推动青海省文化旅游发展的对策建议

随着经济结构调整和消费升级，青海省各级政府应以文塑旅，找准文旅融合的切入点，改变传统文旅发展思路，推动文化旅游创意产品，解决产业发展中的不平衡、不协调问题，追求差异化、个性化的文化体验和精神享受，寻求难忘的体验，寻找生活的意义，打造特色鲜明的文旅新业态，实现文旅产业发展与资源保护的双赢。

（一）加强文旅人才培养，推动文旅产业发展

文旅产业作为现代经济中的重要支柱，对于人才的需求与日俱增，加强文旅人才培养是确保文旅行业持续、健康发展的核心环节。

一是青海省应与高等教育机构和行业合作，更新课