

尽管开年以来，长视频行业面临用户增长放缓、内容同质化等多重压力，爱奇艺、腾讯、优酷、芒果等平台却未停下上新脚步：从五一前后密集开播的多元题材剧集，到待播清单中蓄势待发的十余部新作，尤其是《赴山海》《藏海传》两大IP剧目的未播先火，勾勒出平台以“五月攻势”预热暑期档的集体决心。这场以“类型深耕”“IP突围”“阵容博弈”为关键词的市场较量，既是对上半年低迷行情的破局尝试，亦是为暑期流量高地的提前布局。

### 多元题材试水遇冷

综观4月底至5月初上线的剧集，未能延续开年《狐妖小红娘》《大江大河3》的小高潮，反而陷入“开播即平淡”的困境。两部同期古偶剧《淮水竹亭》《落花时节又逢君》虽坐拥流量主演与精致服化，却因剧情套路化、角色人设缺乏新意，沦为“播完即忘”的流水线产品。前者改编自知名网文，却在“师徒虐恋”的框架中难脱窠臼；后者主打“花神转世”的奇幻设定，却因叙事节奏拖沓、情感张力不足，未能复制《长月烬明》的破圈神话。古偶赛道的审美疲劳，折射出观众对“唯颜值、轻剧情”模式的倦怠。

现实题材同样未能扛起救市大旗。当代国安反间谍剧《绝密较量》集结高圆圆、张鲁一两位实力派，搭配导演刘江的悬疑叙事功底，开播前被寄予“年度谍战剧”厚望，却因剧情偏向说教、悬疑线薄弱，口碑仅徘徊于及格线；优酷分账剧《我叫赵甲第2》前作虽然创下现代题材票房纪录，续作却陷入“续集魔咒”，主角成长线模糊、配角戏份堆砌，导致用户流失严重。二者的失利表明，现实题材若仅依赖“强卡司+大IP”，缺乏对时代议题的深度挖掘，难以打动日益挑剔的观众。

5月初接棒的新剧转向“小而美”的垂类赛道，试图以差异化内容破局。腾讯视频《刑警的日子》聚焦基层刑警群像，放弃传统刑侦剧的“大案奇观”，转而呈现派出所民警处理家长里短、民生案件的日常，欧豪与张佳宁的二搭因破案线缺乏高光反转，被批“像职场纪录片”；芒果TV《我家的医生》则将镜头对准社区医疗，周游、黄尧等青年演员演绎基层医生与居民的互动，以“家门口的健康守护”切入医患关系，温暖治愈的调性收获部分好评，却因缺乏戏剧冲突，难以跻身主流话题中心。

这类“去悬浮化”的现实题材，虽贴合“贴近生活”的创作趋势，却暴露出“烟火气”与“戏剧性”难以平衡的行业痛点——过于追求真实感导致叙事平淡，而强冲突设计又可能背离现实逻辑。平台在类型细分上的试水，显露出对用户分层需求的洞察，却尚未找到撬动大众市场的支点。

## 预热暑期档

# 好剧发起「五月攻势」



### 垂类赛道创新突围

腾讯视频“萤火单元”与优酷“港剧场”在5月的新作，体现出平台对垂类赛道的厂牌化运营思路。《亲爱的仇敌》聚焦闺蜜间的“隐秘较量”，高叶饰演的强势编剧与陈妍希的豪门富太形成性格对冲，剖开现代女性关系的复杂肌理。该剧延续《星汉灿烂》制作团队的细腻叙事，却因“闺蜜反目”的套路化设定，未能超越《我的前半生》等同类作品的高度；优酷《执法者们》则以“港剧黄金阵容+警廉律三界联动”为卖点，黄宗泽、马国明、宣萱等港星的同台飙戏，重现上世纪90年代TVB职业剧的高光时刻，案件设计融入跨境犯罪、商业贪腐等元素，制作水准在线，却因内地观众对港剧审美偏好的变迁，陷入“情怀牌有余、新鲜感不足”的境地。

厂牌化运营的优势在于积累固定受众，风险则是陷入“自嗨式创新”。腾讯、优酷的垂类尝试，既是对市场细分的响应，亦折射出平台在爆款方法论失效后，通过“专业厂牌+特色题材”构建差异化竞争力的战略转向。

腾讯视频《华山论剑》作为《金庸武侠世界》系列的单元剧，以6集体量浓缩“东邪西毒南帝北丐中神通”的巅峰对决，曹盾导演的电影级画面与周一围、高伟光的演技加持，为武侠剧注入新质感，却因短剧集模式压缩剧情铺垫，导致人物动机与情感线略显仓促。

这些尝试印证了一个行业共识：在存量竞争时代，题材创新不再局限于“冷门赛道”的开拓，更在于对传统题材的“解构与重构”——用新视角讲老故事，以细节深耕替代宏大叙事，或许能打开新的市场空间。

### 头部项目带来“双保险”

在5月的排播计划表中，《赴山海》与《藏海传》无疑是最受瞩目的“王炸”。前者由《莲花楼》原班人马打造，成毅搭档导演任海涛、编剧刘芳，改编温瑞安《神州奇侠》，融合“穿书+系统+武侠”的创新设定，成毅一人分饰三角的演技挑战，加上爱奇艺、腾讯双平台超600万的预约量，使其成为“武侠+奇幻”赛道的破局希望；后者则汇聚郑晓龙导演与肖战主演的“顶流+名导”组合，《藏海传》以“十年复仇+朝堂探墓”为核心，兼具权谋智斗与视觉奇观，肖战的流量号召力与郑晓龙的品质背书，让该剧未播先火，却也因“顶流演技争议”与“大IP改编压力”，成为舆论两极分化的焦点。

此外，悬疑与青春题材的头部项目亦采用“双保险”策略。爱奇艺迷雾剧场新作《正当防卫》集结高叶、张鲁一、白敬亭，以社会热议的“正当防卫”为切口，探讨法律与人性的灰色地带，延续《隐秘的角落》《沉默的真相》的社会派悬疑风格；赵丽颖主演的《在人间》则尝试“无限流+多重人格”的新颖设定，作为其继《谁是凶手》后再度回归悬疑赛道的作品，自带“85花转型实力派”的话题度。腾讯视频《陷入我们的热恋》改编自耳东兔子同名小说，刘浩存、王安宇组成“颜霸CP”，主打“校园+职场”的双向成长，试图复制《偷偷藏不住》的甜宠破圈路径。这类项目的共性在于“流量演员打底+实力派护航+社会议题赋能”，既保障基础关注度，又通过题材深度提升口碑上限。但其带来的“副作用”也是显而易见，比如刘浩存能否驾驭“校园女神”人设的争论，引发流量演员与角色适配度的又一轮争议。

显而易见，5月的剧集攻势是一场略显青涩的“暑期预热赛”：平台在类型细分中展现创新勇气，在IP争夺中暴露路径依赖，在口碑与流量的博弈中寻找平衡。已播剧集的“沉闷”与待播项目的“期待”，恰似行业的一体两面——既有对过往模式失效的焦虑，亦有对新可能的探索。当《赴山海》的武侠世界即将开启，《藏海传》的权谋大幕亟待拉开，市场真正的考验在于这些承载着流量与品质双重期待的项目，能否突破“预热”局限，成为真正点燃暑期档的火种？正如业内人士所言，比某部剧的成败更重要的，是行业在调整期展现的韧性——从盲目追逐爆款到深耕垂类价值，从依赖外部变量（如顶流、大IP）到修炼内容内功，长视频平台正在用“五月攻势”书写一份转型答卷。至于这份答卷能否在暑期档交上高分，既取决于内容本身的“硬实力”，亦离不开行业对“用户需求”“市场规律”的持续敬畏。毕竟，在这个“内容为王”的时代，唯有真正触动人心的作品，才能让市场真正“入夏”。

