

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。两部同档期古偶剧《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”。

青岛早报/观海新闻记者 周洁 剧方供图