

2026年1-5月移动端在线视频平台 播放表现分析报告

CONTENTS

目 录

01 大盘总览

Overview

02 在线视频平台播放表现

Platform Performance

03 热门案例深度复盘

Case Analysis

04 在线视频用户内容偏好榜单

User Preference

01 / 大盘总览

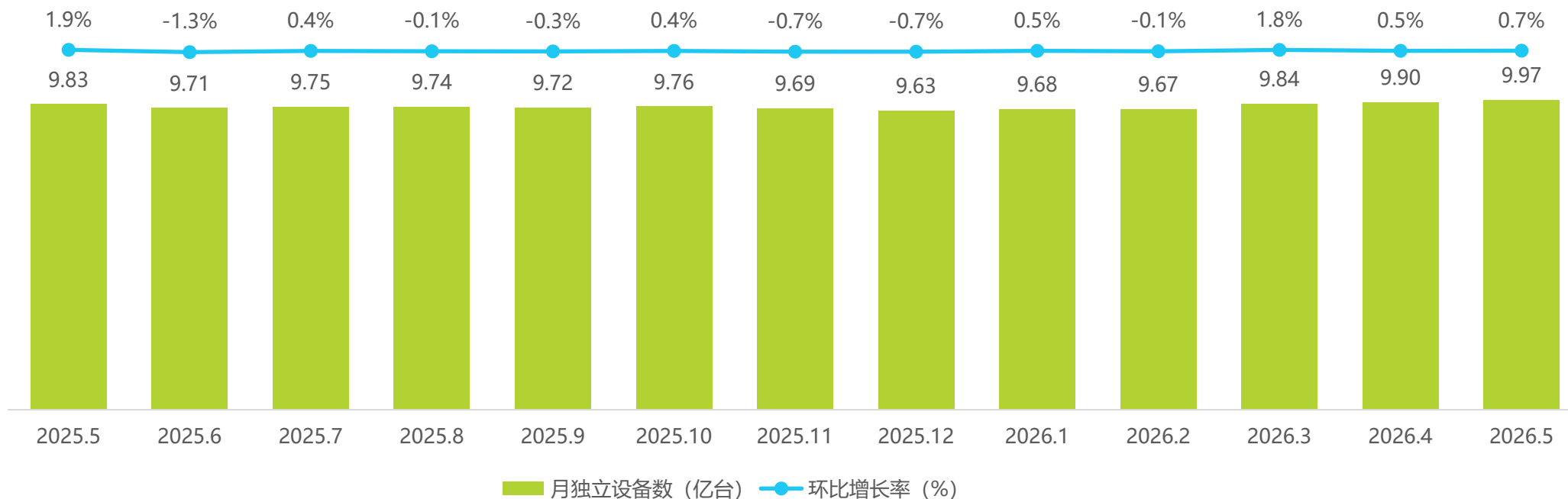
Overview

在线视频市场用户规模

节假日创造短期峰值，头部精品内容实现用户的持续留存与月度中枢抬升

2025年5月至2026年1月用户规模长期在9.63亿-9.83亿台窄区间来回波动，增长动力偏弱，2月受春节假期影响用户小幅回落，3月起头部剧集、综艺集中上新拉动规模连续上行，5月独立设备数冲高至9.97亿台，创出周期内新高。整体来看，节假日容易带来短期流量波动，而持续上线的精品头部内容，是带动行业用户止跌回升的核心抓手。

mUserTracker-2025年5月-2026年5月中国移动互联网在线视频行业用户规模

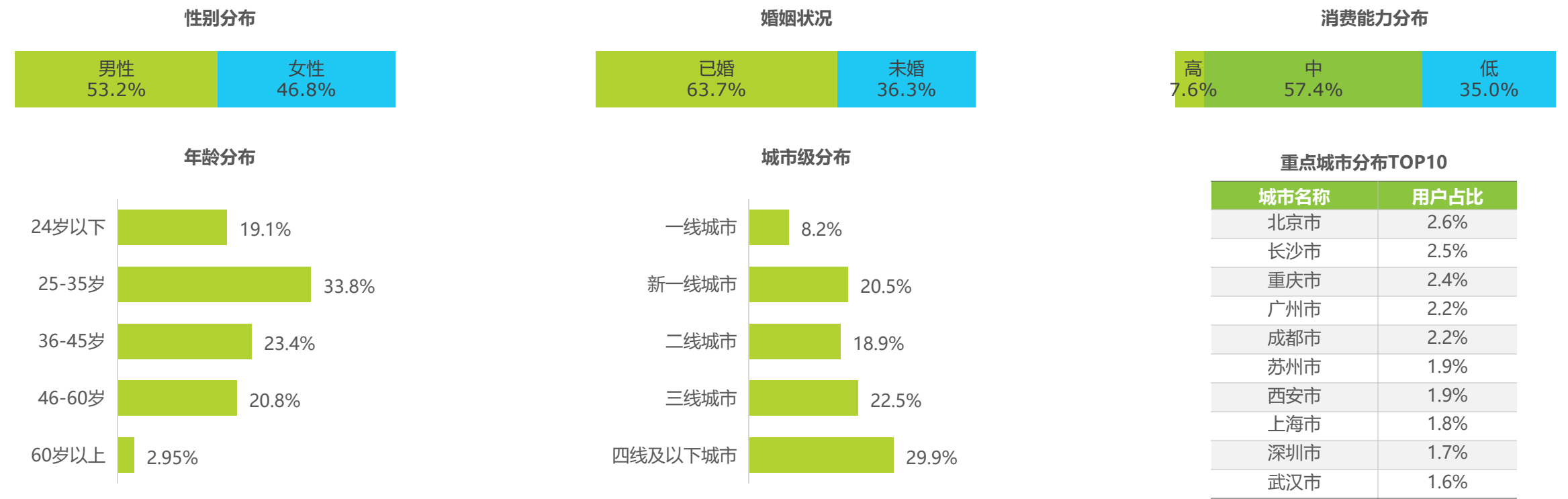


在线视频市场用户画像

全层级普惠覆盖，下沉市场托举规模大盘，中青年已婚群体为消费主力

男性用户（53.2%）略高于女性，受众普适性强；25-45岁群体（57.2%）是内容消费与商业价值的核心主力；家庭观影（63.7%）需求突出，全年龄层覆盖完整，用户底盘扎实。三线及以下城市用户（52.4%）是行业增长的核心腹地；一线城市占比仅8.2%，渗透趋于饱和；重点城市中北京、长沙、重庆位居前三，中西部核心城市用户占比表现突出。消费整体呈橄榄型分布，行业营收以普惠型广告、平价会员体系为核心，下沉市场与大众用户的商业化潜力仍有释放空间。

mUserTracker-2026年5月中国移动互联网在线视频行业用户画像



来源：艾瑞咨询UserTracker 多平台网民行为监测数据库。

02 / 在线视频平台播放表现

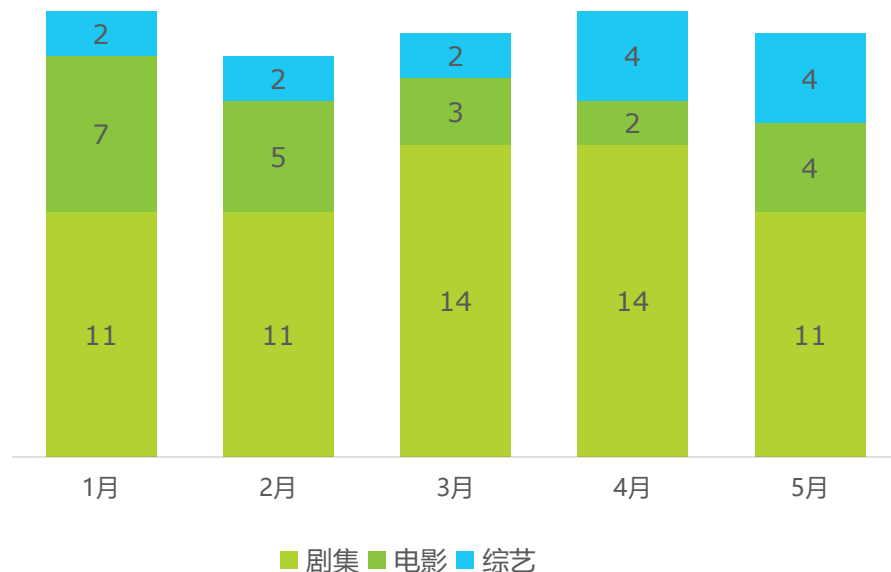
Platform Performance

爱奇艺月度榜单内容类型分布

剧集主导头部榜单，多题材轮动上榜巩固用户基本盘

爱奇艺1-5月榜单TOP20中，剧集上榜数量占比超55%，平台头部内容覆盖刑侦、古装喜剧、古装爱情、年代战争、悬疑喜剧多个赛道，不同题材的爆款作品轮动上榜，避免了用户对单一题材的审美疲劳，也降低了平台对特定类型内容的依赖风险。刑侦剧《罚罪2》男性用户占比57.8%，有效夯实男性用户底盘；古装爱情类作品女性占比均超59%，覆盖多元用户群体。

mVideoTracker-2026年1-5月爱奇艺月总设备TOP20
影视综数量分布



mVideoTracker-2026年1-5月爱奇艺月总设备榜单TOP1



腾讯视频剧集榜单

古装爱情女性偏好度领先，多元女性向内容构筑核心吸引力

腾讯视频榜单剧集覆盖古装爱情、都市情感、年代成长、女性悬疑等细分赛道，精准匹配女性受众需求。1月都市爱情爆款《骄阳似我》女性TGI达175.65，创下1-5月峰值；2月排播偏向大众向剧集，女性偏好度整体回落；3-4月女性向内容集中上线，TOP3作品女性TGI均突破150，古装爱情赛道表现最为稳定；5月大众向现实题材登顶榜单，垂类都市爱情剧集女性TGI仍维持160以上高位，女性受众底盘稳固。

mVideoTracker-2026年1-5月腾讯视频剧集月播放量TOP3

月度榜单	TOP1	题材	月总播放量 (亿次)	女性用户 TGI	TOP2	题材	月总播放量 (亿次)	女性用户 TGI	TOP3	题材	月总播放量 (亿次)	女性用户 TGI
1月	《骄阳似我》	都市、爱情	26.61	175.65	《小城大事》	主旋律、年代	20.64	122.42	《人之初》	悬疑	9.88	122.39
2月	《太平年》	古装、历史	22.71	94.19	《年少有为》	都市、喜剧	16.56	83.77	《夜色正浓》	都市、情感	10.97	141.68
3月	《逐玉》	古装、爱情	68.58	152.87	《纯真年代的爱情》	年代、爱情	16.71	161.27	《隐身的名字》	女性、情感、 悬疑	7.72	159.48
4月	《白日提灯》	古装、爱情	23.29	154.22	《逐玉》	古装、爱情	16.85	161.13	《蜜语纪》	都市、爱情	16.45	158.04
5月	《主角》	当代、都市	31.90	134.29	《佳偶天成》	古装、仙侠	15.87	135.89	《蜜语纪》	都市、爱情	14.30	160.19

注：本报告“女性向”指该剧女性用户TGI > 150且题材属于古装甜宠、都市情感、职场女性、仙侠虐恋、家庭伦理等女性偏好类型。

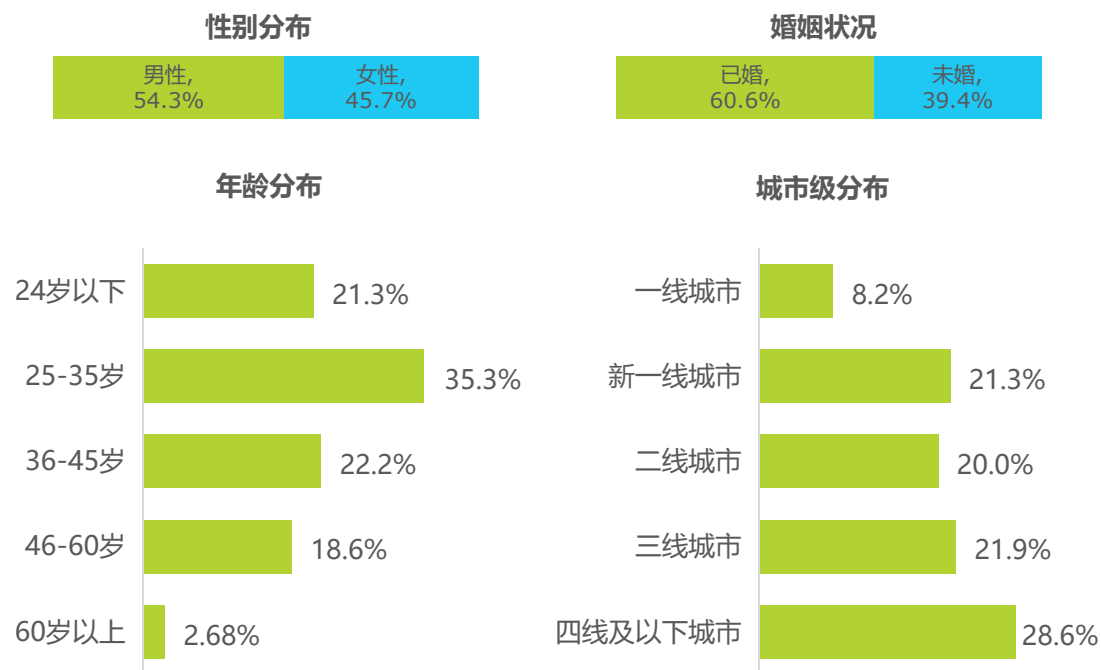
来源：艾瑞咨询VideoTracker 多平台视频内容监测数据库。

优酷剧场用户特征

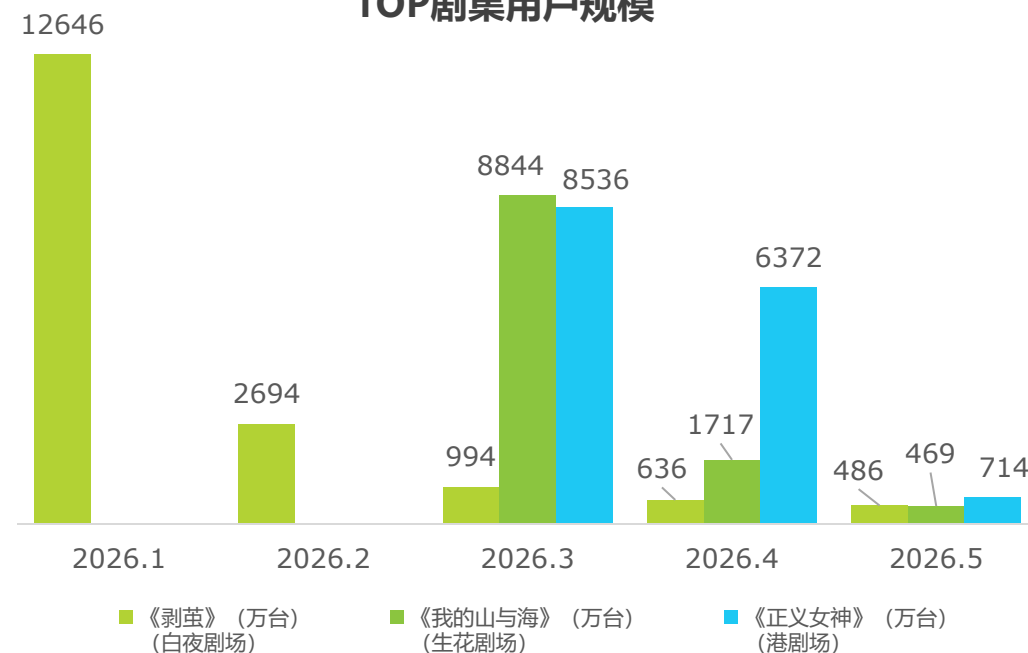
分剧场精准匹配用户结构，错峰排播平滑流量周期

优酷用户男性占54.3%略占主导，25-35岁中青年、已婚群体为消费核心，三线及以下下沉用户占比超五成，受众基底与悬疑、女性情感、港剧三大赛道高度契合。平台通过白夜、生花、港剧场实现分圈层精细化运营，排播上形成错峰接力：1月白夜剧场《剥茧》单月设备数达1.26亿台，拉动开年流量高峰；3月生花剧场《我的山与海》、港剧场《正义女神》双部接棒，均突破8500万台，多题材轮动有效平滑单剧收官后的流量回落。

mUserTracker-2026年5月优酷用户画像



mVideoTracker-2026年1-5月优酷剧场月总设备TOP剧集用户规模

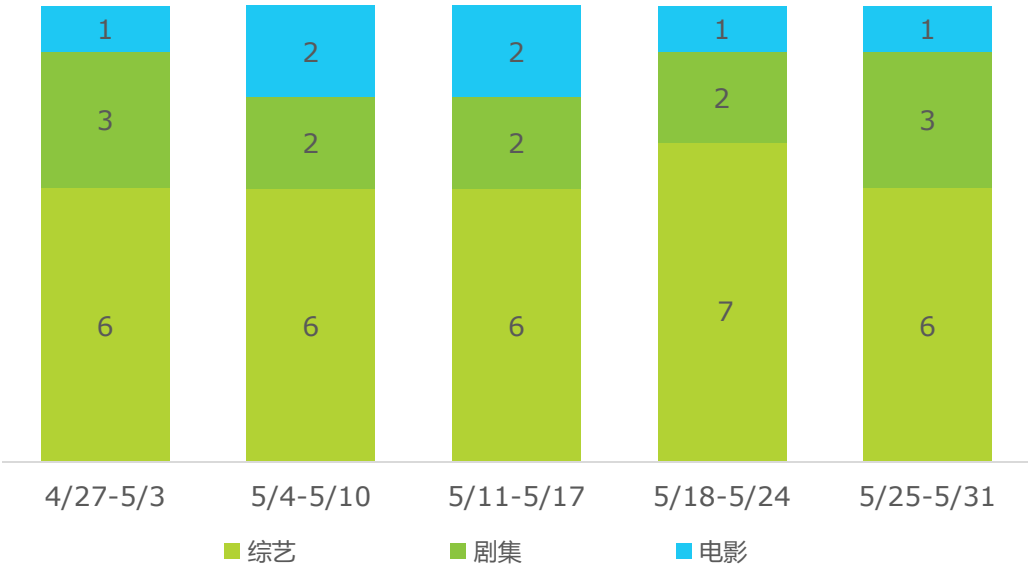


芒果TV榜单内容类型分布

综N代创新升级，综艺内容占据榜单半壁江山

5月芒果TV榜单呈现鲜明的综艺主导特征，TOP10榜单中综艺上榜数量稳定在6-7部，占比持续保持60%以上，是平台头部流量的核心支撑；跻身全平台综艺TOP10的内容均为成熟综N代IP，覆盖音乐竞技、情感旅行、悬疑推理、棚内趣味、亲子纪实多元赛道，上榜周数长、排名表现稳定，凭借持续的内容创新迭代筑牢了平台综艺赛道的长效竞争力。

mVideoTracker-2026年5月芒果TV月总设备周榜单
TOP10影视综数量分布



mVideoTracker-2026年5月综艺月总设备榜单TOP10
芒果TV上榜综艺

序号	名称	上榜周数	最高排名	类型
1	《乘风2026》	5周	TOP4	音乐、竞技
2	《妻子的浪漫旅行2026》	4周	TOP6	情感旅行
3	《大侦探第十一季》	3周	TOP5	老牌推理
4	《你好，星期六2026》	2周	TOP9	棚内趣味综艺
5	《爸爸当家第五季》	2周	TOP10	素人亲子纪实

来源：艾瑞咨询VideoTracker 多平台视频内容监测数据库。

03 / 热门案例深度复盘

Case Analysis

热门剧集-《逐玉》

双平台联播热度断层，高粘性精准覆盖年轻女性受众

《逐玉》双平台联播热度突出，首周后设备规模快速攀升，第三周达到峰值（爱奇艺1.55亿台、腾讯视频1.43亿台），随后逐步回落；单设备平均播放次数次周翻倍后稳定在10次以上，用户粘性显著。双平台核心受众均为年轻女性，爱奇艺女性用户倾向更突出，腾讯视频用户更年轻化，该剧3月登顶双平台媒体月榜榜首。



题材类型：古装、爱情

播放平台：爱奇艺、腾讯视频

首播时间：2026年3月6日

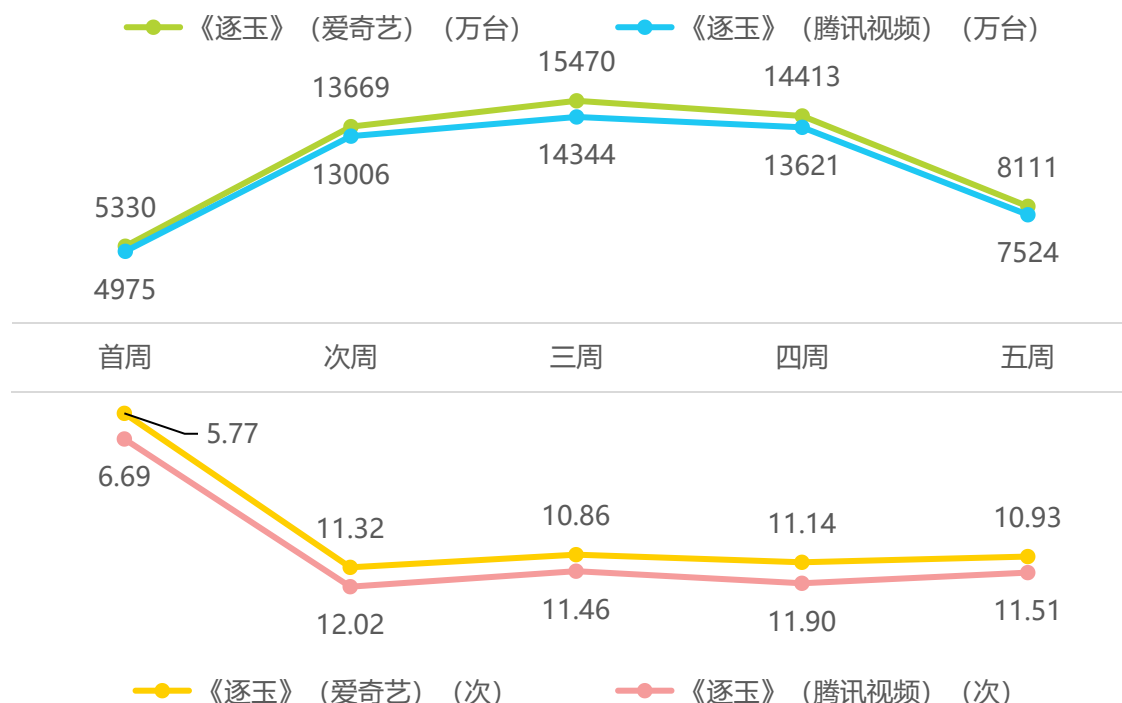
用户画像：

- 双平台均以**年轻女性**为核心受众，**TGI超150**，高度集中；
- **爱奇艺女性倾向更突出**，爱奇艺、腾讯视频女性用户渗透率为62.5%、59.7%；
- **腾讯视频18-24岁用户占比39.3%**，比例更突出，爱奇艺本年龄段占比32.7%。

平台榜单表现（2026年3月，含预告和花絮）：

- 爱奇艺媒体月榜TOP1
- 腾讯视频媒体月榜TOP1
- 电视剧频道月榜TOP1

mVideoTracker-《逐玉》首播期间周总设备数及设备平均播放次数

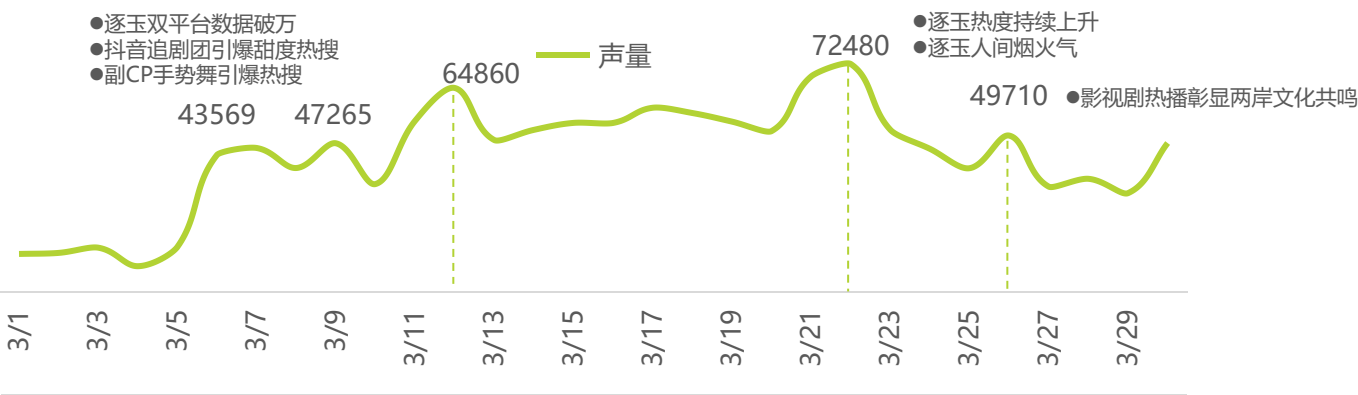


热门剧集-《逐玉》

社媒话题持续发酵，海外市场实现全面破圈

《逐玉》社媒热度随剧情节点持续发酵，声量在3月21日达到峰值72480，3月13日互动量达3042万，多个剧情节点触发话题冲高。海外市场全面破圈，登顶中国香港、中国台湾、泰国、新加坡多地Netflix榜单，全球非英语剧集排名第五，连续4周跻身全球前十，核心地区连续5周位居榜首。

《逐玉》社媒声量趋势



Netflix《逐玉》各地区周榜排名
(26年3月30日-26年4月5日)

国家/地区	当周排名
全球非英语剧集	第五名
中国香港	第一名
中国台湾	第一名
泰国	第一名
新加坡	第一名
越南	第三名
马来西亚	第五名
韩国	第六名
印度尼西亚	第六名
斯里兰卡	第九名
马尔代夫	第十名

《逐玉》社媒互动量趋势



来源：艾瑞大数据，数据统计日期为2026.3.1-2026.3.31，覆盖社媒平台包括微博、小红书、抖音、快手以及微信视频号；公开资料，艾瑞咨询自主研究及绘制。

热门剧集-《低智商犯罪》

悬疑喜剧黑马，首播热度远超同类型经典

《低智商犯罪》悬疑+喜剧复合题材首播热度断层领先同类型经典《隐秘的角落》，该剧首周周总设备数即破亿，次周达1.51亿台峰值，用户规模为对标作品的2-8倍；单设备平均播放次数也持续高于对标剧，用户粘性表现更突出。



题材类型：悬疑、喜剧

播放平台：爱奇艺

首播时间：2026年5月4日

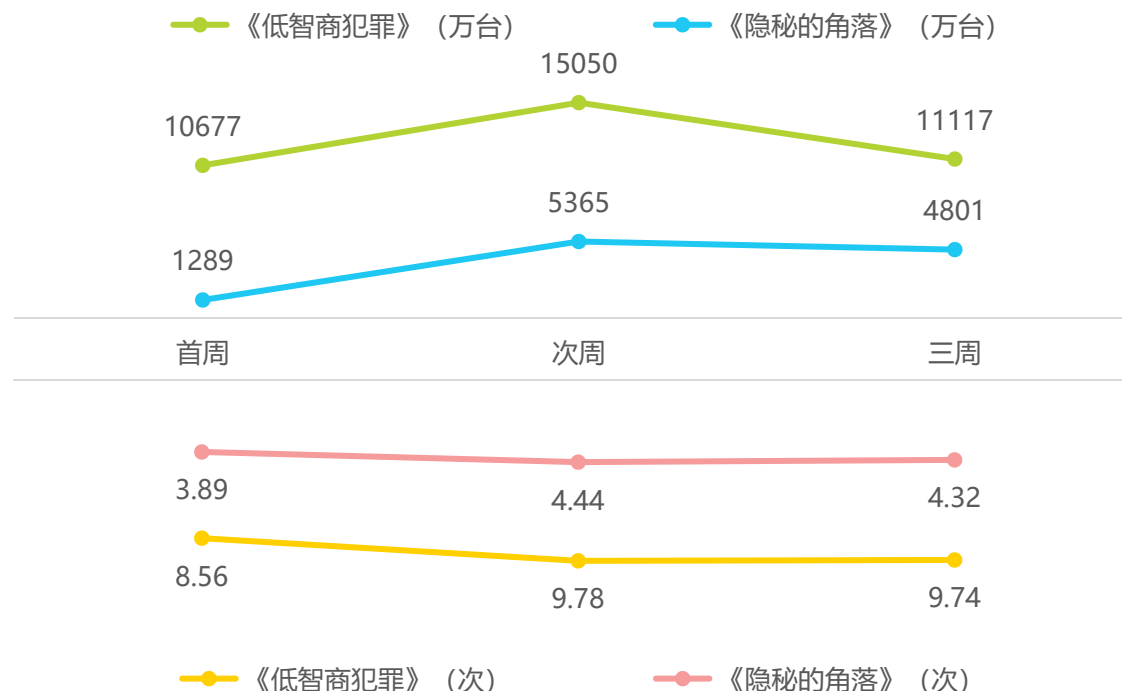
用户画像：

- 性别结构高度均衡，用户年龄高度集中在18-30岁青年群体，合计占比达53.44%；
- 地域分布与人口基数强相关，山东（10.12%）、江苏（6.86%）、广东（6.69%）等东部人口大省贡献高播放占比。

平台榜单表现：（2026年5月）

- 爱奇艺媒体月榜TOP1
- 电视剧频道月榜TOP1
- 男性性别月榜TOP4

mVideoTracker-《低智商犯罪》《隐秘的角落》
首播期间周总设备数及设备平均播放次数

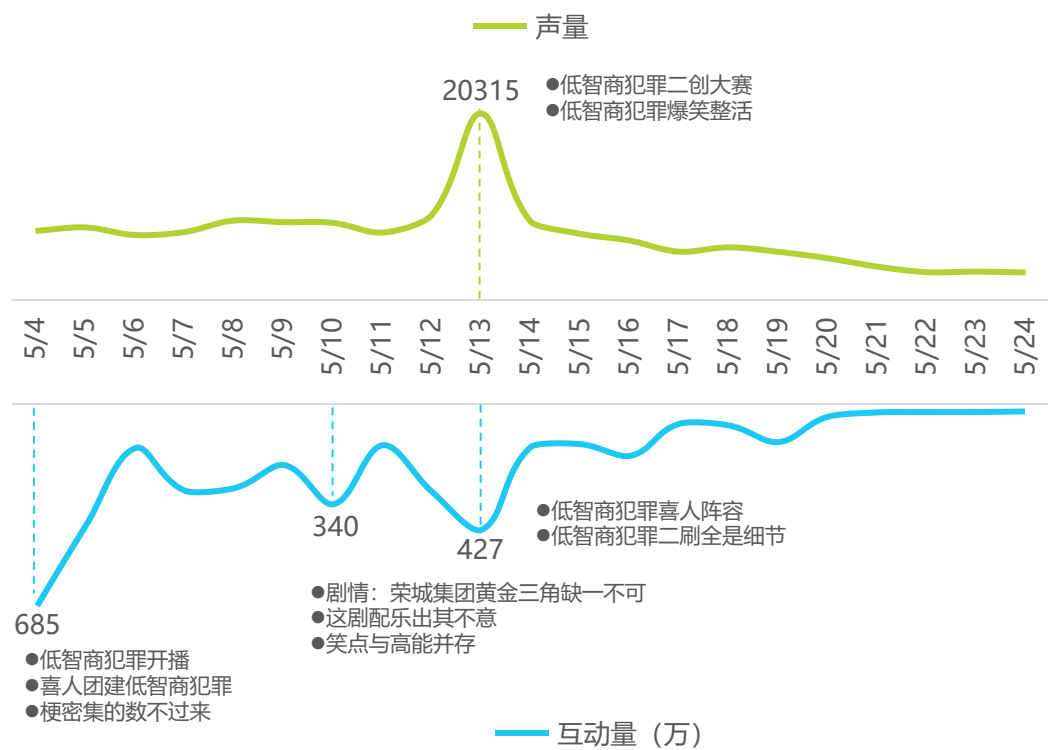


热门剧集-《低智商犯罪》

全平台社交传播矩阵，实现低成本高回报破圈

《低智商犯罪》悬疑+轻喜剧的类型混搭实现低成本破圈，开播后社媒声量快速冲高，峰值达20315，互动量同步攀升。平台端形成差异化传播矩阵：抖音主打名场面病毒式传播，小红书侧重审美与细节深度解读，微博依托官方话题与明星效应引爆讨论，全平台协同助推内容出圈。

《低智商犯罪》社媒声量趋势



《低智商犯罪》社媒互动量趋势

《低智商犯罪》社交讨论矩阵

抖音：主打“名场面”与“病毒式传播”，侧重快节奏笑点切片、蠢贼天团等反差名场面、弹幕文化解读。



小红书：主打“审美”与“细节”，图文盘点剧中神级构图、取景地，或深挖“藏在笑点里的反转细节”。



微博：官方话题矩阵和明星效应引爆。



来源：艾瑞大数据，数据统计日期为2026.5.4-2026.5.24，覆盖社媒平台包括微博、小红书、抖音、快手以及微信视频号。

热门剧集-《主角》

现实主义口碑力作，纯内容驱动慢热型增长

《主角》呈现纯内容驱动的慢热型增长特征，首周周总设备数基数较低，随后逐周快速攀升，第三周突破1.14亿台；单设备平均播放次数同步逐周提升，从首周3.19次增长至第三周9.22次，用户粘性随口碑发酵持续增强。



题材类型：当代、都市

播放平台：腾讯视频

首播时间：2026年5月10日

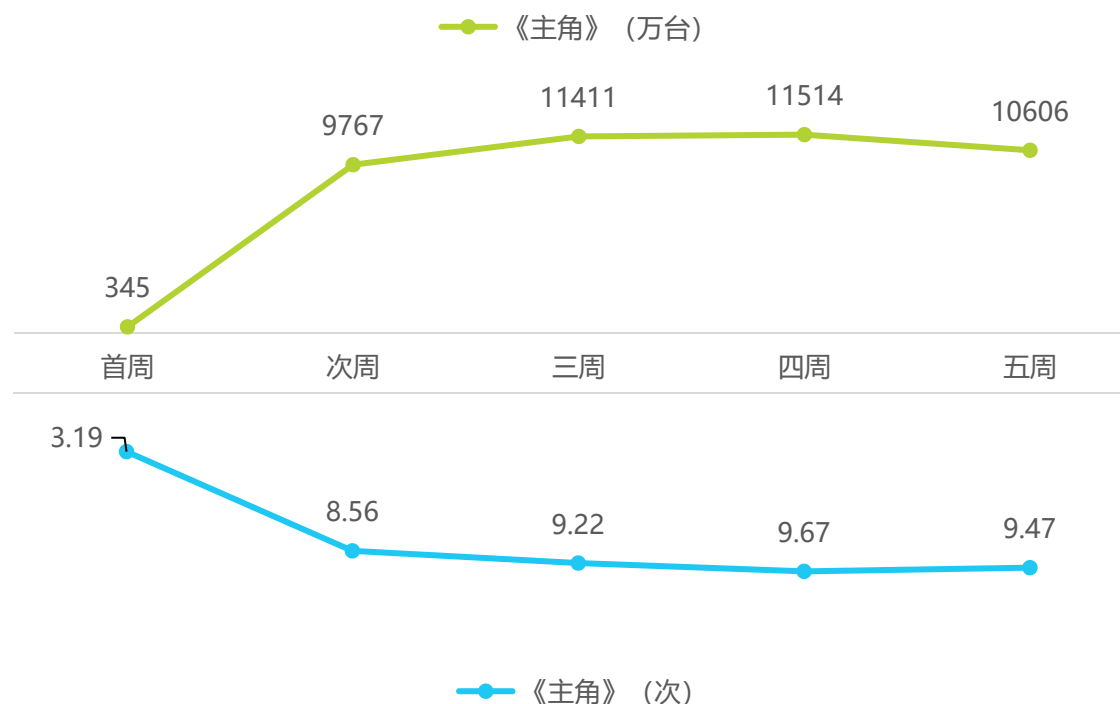
用户画像：

- 女性（53.39%）偏好显著，贴合年代现实题材受众特征，18-24岁青年群体占比达31.38%，受众年龄高度年轻化；
- 江苏、广东、陕西、河南等人口大省与中西部省份收视贡献突出，受众覆盖更广、地域适配性更强。

平台榜单表现：（2026年5月）

- 腾讯视频媒体月榜TOP1
- 电视剧频道月榜TOP3

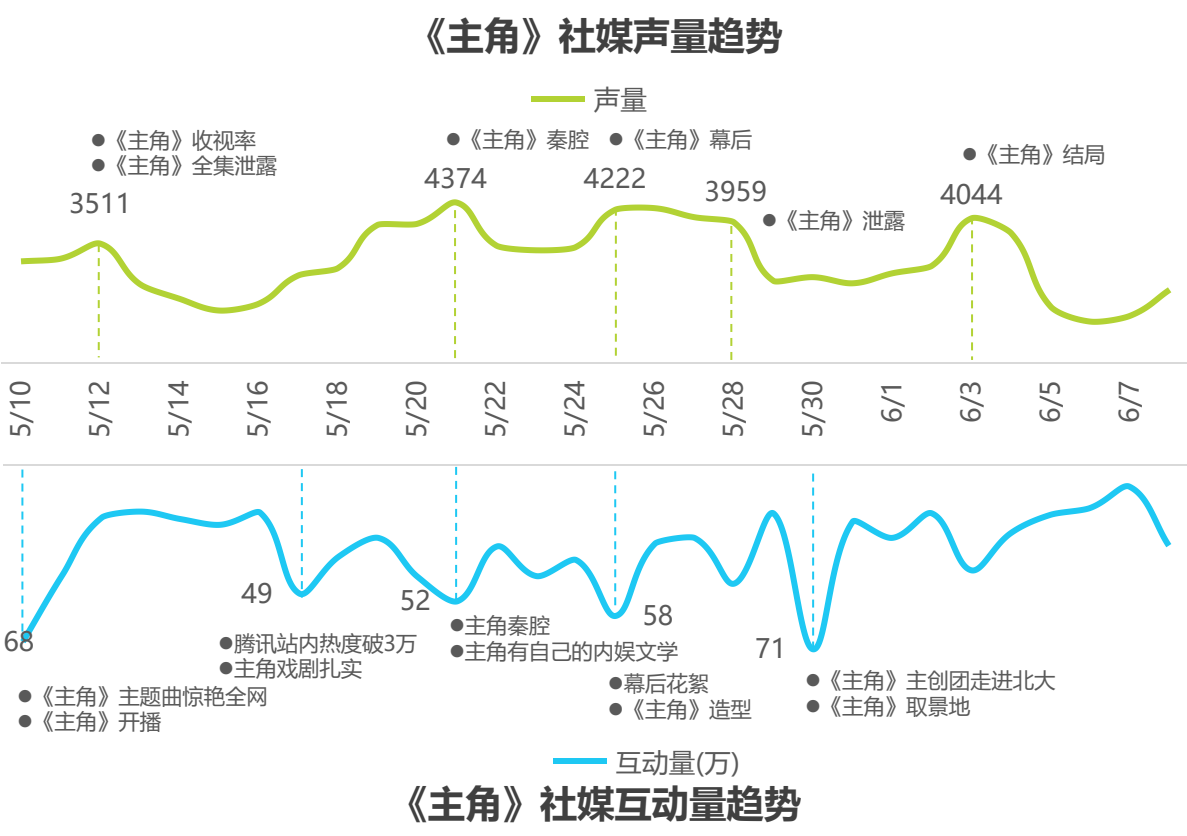
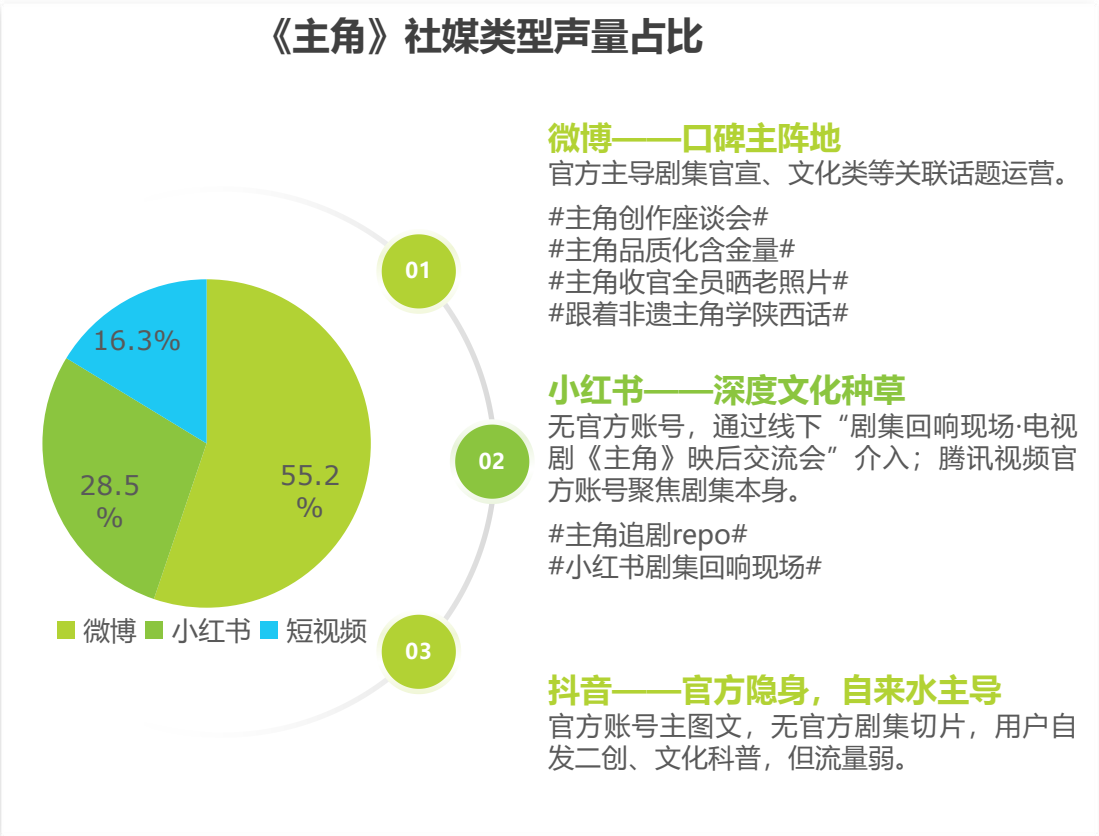
mVideoTracker-《主角》首播期间周总设备数及设备平均播放次数



热门剧集-《主角》

以传统文化为内核，通过深度内容讨论实现口碑与收视双丰收

《主角》通过微博（55.2%）为剧集、话题、主创及秦腔文化引导舆论；小红书（28.5%）借线下活动、腾讯视频和官方账号激发深度解读；抖音（16.3%）无官方投放，全靠用户自发。声量高位平稳，互动随口碑攀升，走出弱化短视频依赖的口碑路径。



来源：艾瑞大数据，数据统计日期为2026.5.10-2026.6.7，覆盖社媒平台包括微博、小红书、抖音、快手以及微信视频号。

热门综艺-《乘风2026》《歌手2026》

两部综艺接力协同，筑牢芒果TV综艺赛道流量基本盘

《乘风2026》《歌手2026》一稳一进、错峰承接，共同稳固平台综艺用户规模大盘。前者快速冲高并稳守2000万设备量级高位，后者开播即破千万且增势强劲；深度消费层面，前者单设备播放稳定在5次左右，后者单设备播放三周近乎翻倍，双部共同拉升用户留存与使用时长，强化平台综艺用户的深度观看习惯。



播放平台：芒果TV

首播时间：2026年4月3日

赛季特色：舞台+后台反应+即时拉票的全舞台直播；沉浸式追综

核心卖点：女性群像叙事+跨界成长+真人秀感



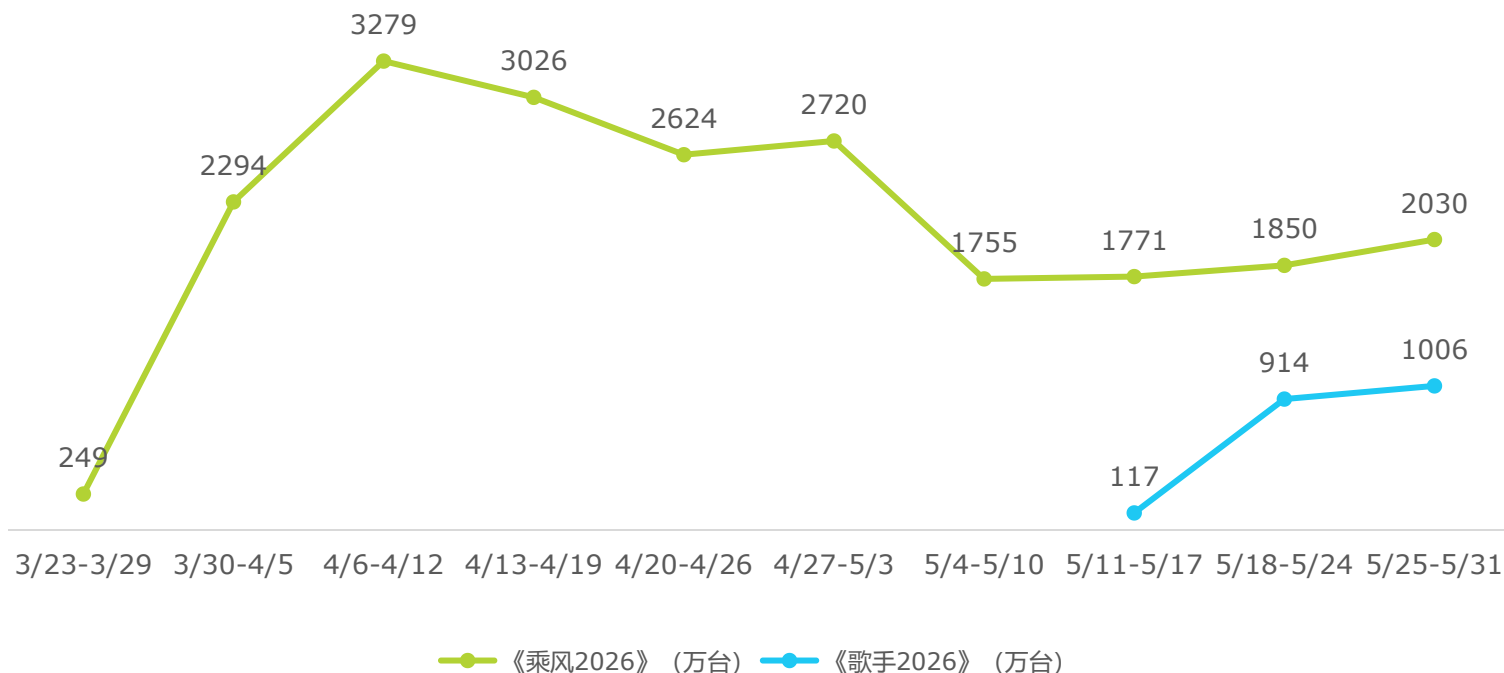
播放平台：芒果TV

首播时间：2026年5月22日

赛季特色：纯舞台竞技直播，纯粹听歌

核心卖点：纯vocal竞技+全开麦直播+硬核唱功

mVideoTracker-《乘风2026》《歌手2026》周总设备数

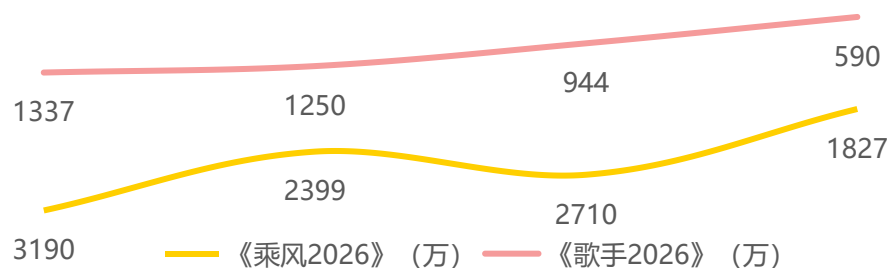
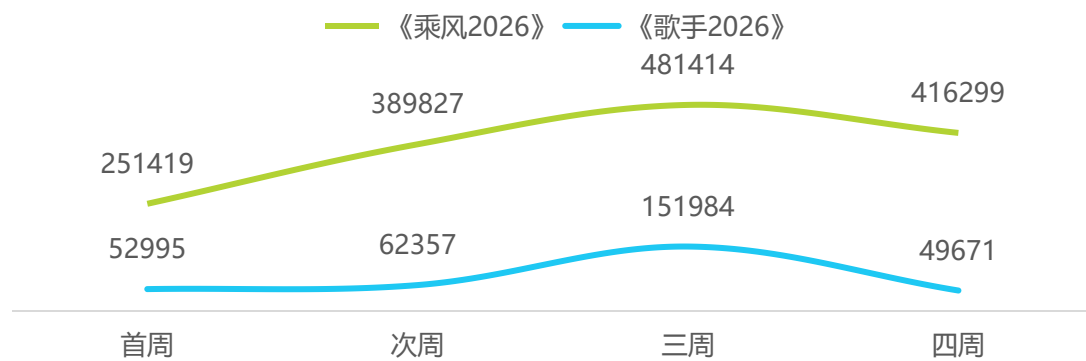


热门综艺-《乘风2026》《歌手2026》

双IP话题共振，实现声量全域覆盖

《乘风2026》声量开播即高位并逐周攀升，奠定长效曝光底盘；《歌手2026》第三周环比增速超140%，成为新增声量引擎，形成“高位打底+新部冲高”的叠加效应，共同垄断同期文娱话题核心阵地。两部节目定位互补，同时联动话题将注意力锁定在芒果生态内，实现“1+1>2”的传播合力，持续强化平台综艺赛道话语权。

《乘风2026》《歌手2026》社媒声量趋势



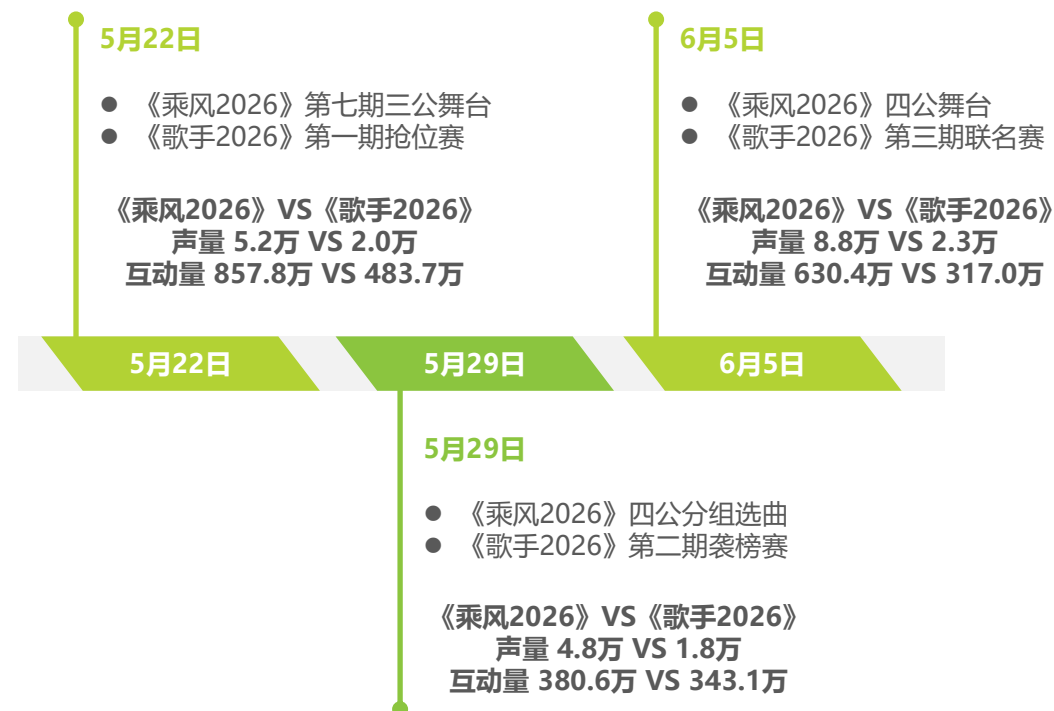
《乘风2026》《歌手2026》社媒互动量趋势

注：《乘风2026》首播时间4月3日，《歌手2026》首播时间5月22日

来源：艾瑞大数据，数据统计日期为2026.3.30-2026.6.14，覆盖社媒平台包括微博、小红书、抖音、快手以及微信视频号。

©2026.7iResearchInc.www.iresearch.com.cn

《乘风2026》《歌手2026》同期播放当日社媒数据



04 / 在线视频用户内容偏好榜单

User Preference

在线视频用户偏好：频道榜单

mVideoTracker-2026年5月电视剧榜单TOP
剧集热度分化明显，悬疑、现实题材领跑流量榜单

序号	名称
1	《低智商犯罪》
2	《佳偶天成》
3	《主角》
4	《蜜语纪》
5	《家业》
6	《良陈美锦》
7	《雨霖铃》
8	《爱情没有神话》
9	《黑夜告白》
10	《逐玉》

mVideoTracker-2026年5月综艺榜单TOP
老牌综N代稳住流量大盘，音乐竞技类增量势能突出

序号	名称
1	《奔跑吧第十季》
2	《哈哈哈哈哈第六季》
3	《超燃青春的合唱》
4	《种地吧4》
5	《乘风2026》
6	《五十公里桃花坞6》
7	《妻子的浪漫旅行2026》
8	《大侦探第十一季》
9	《怦然心动20岁:冬季》
10	《我们的爸爸第二季》

mVideoTracker-2026年5月电影榜单TOP
院线转映影片主导点播市场

序号	名称
1	《飞驰人生3》
2	《惊蛰无声》
3	《伪钞重案》
4	《我·许可》
5	《星河入梦》
6	《长夜将尽》
7	《蜂蜜的针》
8	《熊猫计划之部落奇遇记》
9	《极限审判Mercy》
10	《阿凡达：火与烬Avatar:FireandAsh》

来源：艾瑞咨询VideoTracker 多平台视频内容监测数据库。

在线视频用户偏好：性别榜单

男性偏好悬疑犯罪电影，女性剧集+综艺双驱动

mVideoTracker-2026年5月男性偏好榜单TOP

序号	名称	TGI	频道
1	《伪钞重案》	114.44	电影
2	《飞驰人生3》	107.53	电影
3	《惊蛰无声》	88.49	电影
4	《低智商犯罪》	82.15	电视剧
5	《雨霖铃》	78.56	电视剧

mVideoTracker-2026年5月女性偏好榜单TOP

序号	名称	TGI	频道
1	《良陈美锦》	189.81	电视剧
2	《乘风2026》	169.35	综艺
3	《喀什恋歌》	168.18	电视剧
4	《超燃青春的合唱》	163.80	综艺
5	《蜜语纪》	160.19	电视剧

PRODUCT
INTRODUCTION

产品介绍



UserTracker

第三方网民网络行为监测

- PC服务软件和APP行业市场地位排行
- PC服务软件和APP及公司用户行为分析
- 目标受众属性和用户特征分析
- 目标受众行为偏好及粘性分析

扫码申请免费试用



VideoTracker

第三方视频内容监测

- 移动视频及互联网竞争媒体分析
- 单视频不同媒体收视对比
- 视频不同时段收视分析
- 内容人群属性特征总结

扫码申请免费试用



AdTracker

第三方竞品广告投放监测

- PC和移动端广告分析
- 广告行业分析
- 媒体分析
- 广告主对比

扫码申请免费试用



MiniTracker

第三方小程序行为监测

- 监测小程序市场生态
- 分析小程序行业趋势
- 洞察小程序用户属性
- 探查竞品小程序动向

扫码申请免费试用



BUSINESS
COOPERATION

业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

-  400 - 026 - 2099
-  ask@iresearch.com.cn
-  www.idigital.com.cn
www.iresearch.com.cn

LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能