

《阿德居家》可以做成一个“用设计改善日常生活”的人物型频道。 阿德的专业身份建立信任，而真正让观众持续观看的，是他能把空间、物品、习惯和人与人的关系讲透，并给出做得到的改善方法。

是把广泛话题收拢到一个清晰主张：

家里的每一个设计选择，都应该回应一种真实的生活需要。

一、提升定位：从“讲居家”走向“读懂生活，设计生活”

定位为：

阿德居家 | 专业设计师的生活提案

核心观众先锁定**希望改善居住体验、重视审美与家庭生活的中文家庭观众**，尤其是海外华人。租房、小空间、旧房、预算有限的家庭，同样应能从节目中获得帮助。

频道围绕四个层次展开：

层次	观众关心的问题	阿德提供的价值
空间	为什么家里好看，却不好住？	分析布局、动线、灯光、收纳与使用习惯
感受	为什么回家后仍然疲惫、烦躁？	找出噪声、眩光、杂乱、隐私不足等具体问题
关系	为什么家人总为同一件小事争执？	看见不同需求，提出可协商的空间安排
品味	怎样让家更有自己的样子？	帮助观众选择适合自己的颜色、物品与风格

“夫妻情绪”是很好的选题，但表达应更准确：**讨论居家环境怎样影响舒适感与相处体验。** 色彩偏好和感受存在个体差异，节目应结合具体家庭、使用条件与实际体验，避免把某种颜色直接解释成某种情绪或关系结果。

“品味与生活品质对齐”也值得成为主线：一个人的家是否支持他的生活，比是否拥有昂贵家具更值得讨论。

二、阿德的人设：有判断，也愿意听人说话

阿德应呈现为一位懂设计、懂使用、尊重不同生活方式的设计师。

镜头里的表达建议遵循三点：

- **先听需求，再提出方案。** 同一间客厅，有人需要待客，有人需要阅读，有人需要孩子活动。
- **解释选择与代价。** 好看的开放式收纳，可能意味着更频繁的整理；大餐桌也需要相应的活动空间。
- **给出不同预算的做法。** 每期尽量提供“今天能做的小调整”和“以后值得投入的改善”。

形成一句固定提问：

“你希望在这个家里，过怎样的一天？”

它既适合采访屋主，也能成为每次分析的起点。

三、栏目体系：首期集中做三个，逐步扩展

栏目	核心内容	选题示例
《阿德拆个家》	拆解一个居家问题，解释原因与改善方法	《客厅很漂亮，为什么一家人都不愿意坐？》
《家里这件小事》	从日常摩擦切入，分析习惯、需求与空间	《一个怕亮，一个嫌暗：卧室灯光怎么商量？》
《跟阿德做一个》	可复现的 DIY、软装搭配或小改造	《用现有花瓶和枝条，做一个餐桌布置》
《品味怎么养》	审美、购买判断与个人风格	《看中的家具都很好看，放一起为什么不协调？》
《住过才知道》	屋主回访，验证设计是否改善生活	《调整餐厅一个月后，他们真的更常在家吃饭了吗？》

首期以前三个栏目为主，后两个作为特别专题。建议内容比例为：空间分析 40%、

生活与关系 30%、DIY 与实际改造 30%。

话题可以广，但每期都要落回一个可观察的居家场景。职业压力、亲子关系、衰老、独处，都可以谈；入口分别可以是回家后的休息角、孩子的活动区、适老动线、一个人的餐桌。

四、每期结构：问题—解释—行动—验证

主视频控制在 **8—12 分钟**，复杂案例另行延长。

1. 前 15 秒：展示问题或反差。

例如：“这个客厅花了不少钱，但屋主最喜欢坐的地方，是厨房门口。”

2. 讲清生活背景。

谁住在这里？什么时候使用？有什么限制？希望改善什么？

3. 解释两三个关键原因。

用现场画面、简单标注或实物演示，让观众看得懂。

4. 提出具体调整。

说明如何做、需要什么、适用条件及预算。

5. 实际体验与回访。

有条件就比较调整前后；暂时无法验证的，明确说明是方案建议。

6. 留下一个容易回答的问题。

例如：“你家最常发生争执的，是灯光、收纳，还是物品摆放？”

关系类节目可请伴侣分别说明需求，再一起选择方案。让观众看到协商过程，也看到设计的边界。

五、首批 12 期选题

以下题目可按真实案例调整：

期数	主题	可交付的内容
1	《你家的样子，适合你现在的的生活吗？》	一份居家需求自查表
2	《回家后还是很累：先检查这三个角落》	休息区、灯光和物品堆放的改善
3	《一个喜欢极简，一个舍不得丢：家怎么布置？》	展示区与封闭收纳的协商方案
4	《卧室颜色怎么选？先看光线，再谈风格》	在实际房间测试色样
5	《客厅好看却不好坐，问题在哪里？》	座位、视线、灯光与距离分析
6	《跟阿德做一个：让玄关接住下班后的你》	钥匙、包、鞋与外套的归位设计
7	《租来的房子，也能住出自己的样子》	可移动、可恢复的软装调整
8	《买家具前，先问自己这五个问题》	尺寸、使用、维护与整体搭配
9	《孩子的玩具，为什么总占领客厅？》	活动区与收纳安排
10	《不换家具，怎样让餐桌更值得坐下来？》	桌面布置与照明示范
11	《一个人的家，怎样兼顾独处和待客？》	两种使用场景的切换
12	《改完以后呢？回访三个家庭》	使用反馈与方案修正

首期优先选容易拍摄、容易展示变化的内容，让“阿德的方法”尽快被观众看见。

六、制作与发布：低成本保持稳定

初期预计 每周 1 条主视频、2 条短视频，每月 1 次主题答疑。答疑可先录播，流程稳定后再尝试直播。

一条主视频产生两条短片：

- 一条展示“问题在哪里”。
- 一条演示“具体怎么改”。

每月集中安排两次拍摄，保持两周内容库存。复杂外景与简单室内教学交替发布，避免每期都依赖屋主配合。

最小团队：

角色	工作
阿德：专业主理人	方案判断、出镜、演示与最终内容审核
策划 / 制片兼运营	选题、屋主沟通、提纲、排期、发布与复盘
摄影剪辑	拍摄、收音、画面标注、主视频及短片剪辑

阿德既然是专业设计师，应优先投入内容判断与出镜表达；预约、素材整理和发布由团队承担。

七、案例与 DIY 的工作标准

每个案例拍摄前，用一页表格记录：

居住成员、真实困扰、预算、空间限制、已尝试方法、希望达到的变化。

居家照片、户型和家庭经历的展示范围，应事先与参与者确定。讨论家庭摩擦时，保留双方表达，避免剪成单方面指责。

DIY 首期以桌面布置、可移动收纳、装饰画搭配和非结构性小改造为主。每期列明材料、工具、费用、用时和失败点。涉及电路、燃气、结构及高处安装时，采用专业人员示范的形式。

如果使用效果图或 AI 示意，清楚标注，帮助观众区分方案与实景。

八、增长与商业衔接

建立“阿德看我家”的观众征集：

观众提交一个具体问题、三张照片、简单尺寸、预算及所在地；团队选出具有代表性的案例。这样既能持续获得选题，也能让观众参与节目。

商业合作可以逐步包括：

- 付费居家咨询或方案服务。
- 小型线上课程和主题工作坊。
- 经过实际体验的产品合作。
- 与 REUPPlus 相关的设计、配套或服务对接，并明确双方关系。

产品推荐最好讲清“适合谁、为什么选、有什么局限”。保留阿德独立判断，才能让合作建立在频道信任上。

九、前 90 天的执行目标

阶段	主要任务	交付
第 1—2 周	定位、视觉、拍摄模板与案例征集	频道预告、12 个选题、3 期库存
第 3—6 周	稳定发布，测试三个主栏目	4 条主视频、8 条短片
第 7—10 周	优化开头与演示，启动屋主回访	4 条主视频、8 条短片、首期回访
第 11—13 周	评估栏目、产能和观众需求	3 条主视频、6 条短片、下季度计划

每周检查点击、开头留存、观看时长和有内容的留言；每月检查回访观众、案例投稿与咨询。点击率要结合展示量和流量来源评估，避免小样本下频繁调整标题；留存曲线则用来查找观众跳过或离开的段落。support.google.com

另外建立频道自己的指标：**有多少观众实际尝试，并愿意反馈结果？** 这能直接检验节目是否帮助了日常生活。

可直接使用的频道简介

阿德居家 | 把日子，设计成喜欢的样子。

一个好家，藏在每天的生活里。

是回家时能放下疲惫的角落，是一家人愿意坐下来的餐桌，是各有习惯的人，也能舒服相处的空间。

我是阿德，一名专业居家设计师。

在这里，我会从真实的生活问题出发，拆解空间、色彩、灯光、家具与收纳，也聊审美、习惯和家人之间的不同需要。

我们一起分析好看的家为什么不一定好住，尝试能亲手完成的作品，寻找适合自己的居家风格，并回访改造后的真实生活。

无论你住的是租来的小屋，还是自己的房子，都可以从一个小调整开始，让家更贴近你的生活。

订阅《阿德居家》，一起把日子，设计成喜欢的样子。