

PROJECT MASTER PLAN · CONCEPT TO DELIVERY

项目总策划方案 · 从创意到交付

暮光入室

GOLDEN HOUR BY DESIGN

「暮光入室」设计师山居之夜 · 品牌影像项目

CLIENT 倍美窗帘 B&M Blinds Pro · B&M Interiors

LOCATION La Habra Heights, California

SHOOT 2026 年 10 月 14 日 · 17:06 – 19:15

DELIVERY 1 条主片 · 3 条竖版短视频 · 全平台策划文案

Angel City Luxe Video Studio

天使之城影像制作



一次拍摄，四条成片， 覆盖六个平台。

一场真实的活动，沉淀为一套兼具品牌形象、专业表达与合作传播价值的影像内容。
我们以「光」为线索策划整个项目：一栋 1962 年的中世纪现代住宅、一个傍晚、一次拍摄，从创意、拍摄到交付一体完成。

18:19

当日日落时刻。拍摄日程以它倒推，
最好的光留给无法重来的画面

4条

成片：主片 3:29
竖版 1:11 · 0:44 · 0:49

146段

原始素材：机位 136 段 · 航拍 10 段
拍摄时长 2 小时 9 分钟

6个

发布平台，中英双语字幕
封面与文案按平台定制

CONTENTS · 目录

01	项目背景与目标 BACKGROUND	03
02	创意概念：以光为线 CONCEPT	04
03	交付矩阵与策略 DELIVERABLES	05
04	脚本与旁白 SCRIPT	07
05	分镜 STORYBOARD	09
06	拍摄执行 PRODUCTION	11
07	声音设计 SOUND	12
08	调色与人像精修 COLOR	13
09	发布策略与策划文案 DISTRIBUTION	14
10	成果展示 RESULTS	16
EN	English Summary	18

一栋 1962 年的经典建筑， 一场关于光的设计之夜。

2026 年 10 月 14 日傍晚，「暮光入室」设计师山居之夜在洛杉矶东郊 La Habra Heights 的山上举行。倍美窗帘以合作品牌的身份出席，Mary Yang 代表品牌现场致辞。天使之城影像受倍美委托，用一次拍摄完成活动记录与品牌内容的全部制作；影片通过建筑光影与现场交流，呈现倍美对窗饰设计的理解。

建筑	1962 年建成的中世纪现代住宅：木结构、红砖与大面积玻璃，坐落在山间
建筑师	James E. De Long，1946 年加入 Frank Lloyd Wright 的 Taliesin 学徒团 ¹
史料	据该住宅公开房源资料，曾刊登于 1967 年《洛杉矶时报》家居杂志 ² ；建筑师的图纸档案现藏于加州大学圣塔芭芭拉分校 ¹

1 UC Santa Barbara, Art, Design & Architecture Museum — James De Long papers 档案说明
2 该房产的公开房源资料 · 房屋位置仅标注到城市

OBJECTIVES · 项目目标

- 1

品牌形象

借一栋经典建筑，呈现倍美对空间与光线的审美判断。少讲产品、多讲空间，品牌信息克制地出现在致辞与片尾。
- 2

专业观点

把「好的窗饰应该融入建筑」讲清楚：尊重原有设计，在光线、隐私与舒适之间找到平衡，建立倍美在设计圈的专业形象。
- 3

合作招募

记录活动现场与 Mary 的致辞，向地产经纪人与室内设计师传递合作意愿，同时发布服务拓展到室内设计与软装的消息。

创作原则 克制 —— 让建筑与光说话；真实 —— 史实只用有出处的资料；尊重 —— 隐私与原有设计都不去打扰。

以光为线

Light as the thread

活动的主题是暮光，这栋建筑的灵魂是大面积玻璃，而窗饰这门手艺，本质上是对光的设计。三条线索交汇在同一件事上——光。

于是整支片子跟着光走：从室外走进室内，从午后走进夜晚。片名「暮光入室」本身，就是这个创意。



午后

壹 · 山上的房子

建筑的线条、木结构与红砖



17:07 黄金时段

贰 · 光

阳光走进室内，落在材质上



18:15 暮色

叁 · 暮光之夜

日落时分，人与活动的温度



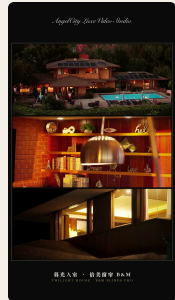
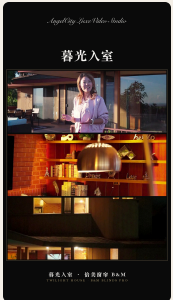
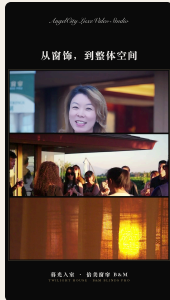
18:30 夜

肆 · 华灯初上

灯光亮起，整栋房子成为一盏灯

19:14

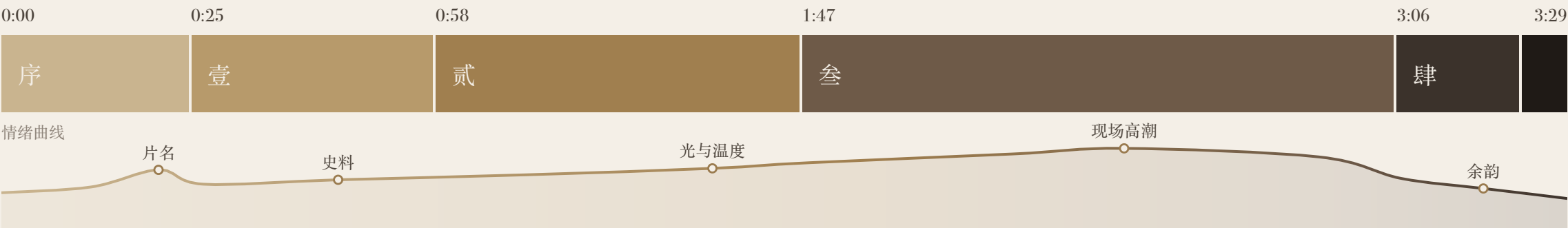
1 条主片 + 3 条竖版短视频 + 全平台策划文案

	 主片 《暮光入室》 3:29	 竖版 01 《暮光入室》 1:11	 竖版 02 《好的窗饰， 应该融入建筑》 0:44	 竖版 03 《从窗饰到 整体空间》 0:49
定位	品牌形象片 · 完整叙事	系列首集 · 氛围与品位	专业观点 · 品牌差异化	活动曝光 · 合作招募
受众	潜在业主、设计圈与合作伙伴	社交平台上关注家居与建筑的人群	业主与室内设计师	地产经纪人与室内设计师
核心信息	光，本身就是这栋房子设计的一部分	一栋 1962 年的房子， 被光重新照亮	在光线、隐私和舒适之间 找到平衡	从一扇窗，到整个空间
结构	序 · 壹 · 贰 · 叁 · 肆 五个段落，跟随光线推进	开场出镜 → 建筑史料 → 黄金时段 → 夜景	主题句 → 西晒 · 眩光 · 隐私 → 观点 → 收束金句	活动开场 → 品牌介绍 → 致辞 → 来宾声音 → 合作邀请
平台	小红书 · 抖音 · 视频号 · YouTube	小红书 · 抖音 · 视频号 · Instagram Reels · TikTok · YouTube Shorts；竖版 03 另用于微信私域，定向发给经纪人与设计师		
成片母版	1080 × 1920 竖版 · 29.97 fps · HEVC 10-bit · 中英双语字幕 · 综合响度 -14 LUFs；上传时按各平台的编码与色彩要求适配			
封面系统	主片 9:16 · 3:4 · 4:3 · 16:9 全套；三条竖版各配 9:16 与 3:4			

每一个创意选择，都回答一个品牌目标。

品牌目标	创意选择	关键镜头	落到成片
品牌形象 把倍美与审美、空间联系在一起	不做产品陈列，以光表达设计。借一栋 1962 年的经典建筑，用午后到入夜的光线变化讲审美；品牌只在致辞与片尾出现。	 0:44 主片 · 黄金时段的客厅	主片《暮光入室》 3:29 竖版 01《暮光入室》 1:11
专业观点 在设计圈建立专业判断	把窗饰放回真实的问题里：大面积玻璃带来的西晒、眩光与隐私。由 Mary 本人的声音讲出「尊重原有设计」，观点与品牌是同一个人。	 竖版 02 落地窗前的西晒	竖版 02《好的窗饰，应该融入建筑》 0:44 面向业主与室内设计师
合作招募 向经纪人与设计师发出邀请	不做广告口播，用真实现场建立信任：来宾的评价、房主的讲述，再到 Mary 的致辞与合作邀请。	 2:24 主片 · Mary 现场致辞	竖版 03《从窗饰到整体空间》 0:49 另用于微信私域，一对一发送
品牌记忆 四条片留下同一个印象	标题讲空间，品牌留在片尾：四条成片共用一套夜景片尾，品牌字标与网址安静出现，反复强化同一个印象。	 3:25 主片 · 泳池夜景片尾	全部四条成片 统一片尾与封面系统

五个段落，跟着一天的光推进。



序 PROLOGUE 25 秒 Mary 在门口出镜，介绍活动与建筑；旁白点题：「光，本身就是这栋房子设计的一部分」；航拍落片名。	壹 · 山上的房子 THE HOUSE 33 秒 建筑师与学术渊源，木结构、红砖与大面积玻璃；1967 年《洛杉矶时报》与 UCSB 档案，用史料建立分量。	贰 · 光 THE LIGHT 49 秒 Mary 讲主题：「如何让光住进来，同时让人住得更舒服」；旁白从材质讲到遮光、隐私与舒适。	叁 · 暮光之夜 THE EVENING 79 秒 来宾、房主与 Mary 致辞的现场声音，日落时分的人与空间；发布服务拓展到室内设计与软装。	肆 · 华灯初上 NIGHTFALL 17 秒 夜景收束全片：「好的设计，不是往空间里不断增加东西，而是让每一个元素都恰到好处。」	片尾 END CARD 6 秒 B&M Interiors 倍美窗帘 B&M Blinds Pro bmbindspro.com
--	---	---	--	--	---

三种声音 ● 同期 · Mary 出镜，领夹麦收音 ● 旁白 · Mary 本人录制 ● 现场声 · 来宾与房主 史料与观点交给旁白讲清楚，现场保留真实的交流

主片台词本

序

同期 今天很高兴来参加「暮光入室」设计师山居之夜。这个房子建于 1962 年，是很典型的中世纪现代建筑。

旁白 每当黄昏，阳光会一点一点走进屋里。光，本身就是这栋房子设计的一部分。

壹 · 山上的房子

旁白 设计它的建筑师 James E. De Long，是建筑大师 Frank Lloyd Wright 的学生。木结构、红砖和大面积玻璃，让建筑和山景连成了一个整体。

旁白 据记载，这栋房子曾经登上 1967 年的《洛杉矶时报》，原始图纸至今保存在加州大学圣塔芭芭拉分校。

贰 · 光

同期 今天的主题叫「暮光入室」。对于我们做窗帘的人来说，就是如何让光住进来，同时让人住得更舒服。

同期 我特别喜欢它对自然光的运用，整面玻璃直接把光带进了室内。

旁白 天然亚麻肌理的清透纱帘，既柔化了光线，又保留了空间的通透感和室外景观。自然的纹理和柔和的垂坠感，与建筑当中的木质元素相互呼应，让整个空间更温暖，更有层次。

旁白 好的窗饰设计，除了美观，也要兼顾遮光、隐私和居住舒适度，让窗饰自然地融入到建筑当中。

旁白中的建筑史料，出处见第 03 页：建筑师履历与图纸档案出自 UCSB 建筑档案；1967 年刊载信息出自该住宅公开房源资料。

暮光入室 · 项目总策划方案

叁 · 暮光之夜

现场 来宾：好像一会儿阳光下来的时候会更好，暮光之夜嘛。

现场 房主：六十多年过去了，大家还是可以感受到，这个房子有它自己的魅力。

致辞 对我们来说，一个好的空间，其实不仅仅是建筑和设计，也是一些细节搭配——像灯光、地毯，包括窗帘窗饰。好的窗饰不仅能够提升空间的整体美感，更能够让整个空间的设计更加完整、统一。

旁白 我们也在把服务拓展到室内设计和软装。期待和更多经纪人、设计师合作，一起为客户打造更好的空间。

肆 · 华灯初上

旁白 好的设计，不是往空间里不断增加东西，而是让每一个元素都恰到好处。

竖版 02 · 专属旁白

旁白 大面积玻璃带来了美丽的风景，也带来了西晒、眩光和隐私的问题。

旁白 对这样一栋经典建筑，我认为好的窗饰不是去改变它的语言，而是尊重原有设计，在光线、隐私和舒适之间找到平衡。

旁白 好的窗饰，不是成为空间的主角，而是让整个空间更完整。

主片分镜 · 上



0:04 序
Mary 在门口出镜开场
同期 · 「今天很高兴来参加…」



0:22 序
黄昏航拍全景，落片名
配乐呼吸段，无人声



0:28 壹
屋檐线条 · 章节字卡
旁白 · 建筑师 James E. De Long



0:34 壹
红砖墙与书架细节
旁白 · 木结构、红砖和大面积玻璃



0:44 壹
黄金时段的客厅
旁白 · 1967 年《洛杉矶时报》



1:04 贰
Mary 在卧室讲主题
同期 · 「如何让光住进来」

主片分镜 · 下



1:44 贰
餐厅与山景，关键词浮现
旁白 · 遮光、隐私和舒适



1:49 叁
航拍山景 · 章节字卡
配乐进入律动段



2:18 叁
日落时分，房主与来宾交流
现场声 · 房主讲述



2:24 叁
Mary 现场致辞
同期 · 「我们公司 2015 年成立
于尔湾」



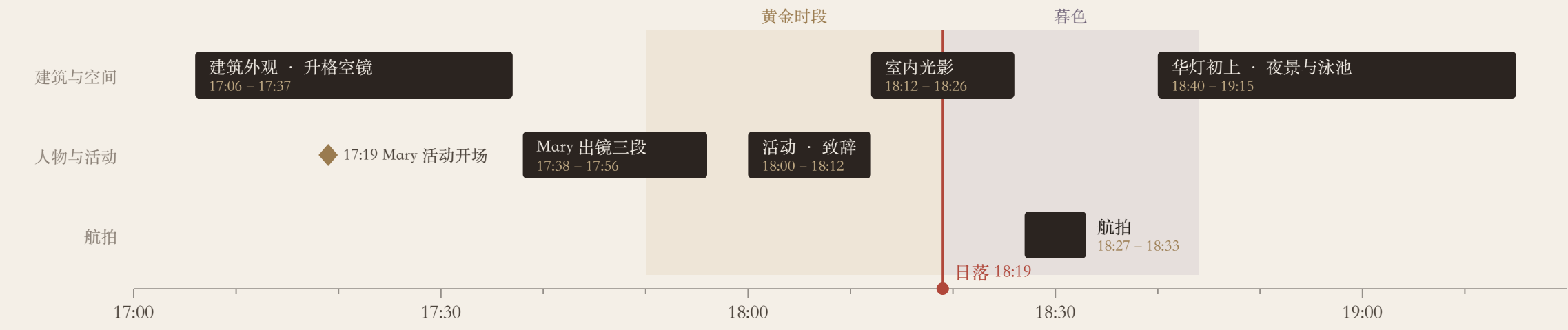
3:07 肆
新月与屋檐 · 章节字卡
配乐回到安静



3:25 片尾
夜景泳池上的品牌片尾
B&M Interiors · 倍美窗帘

以日落倒推的一天

依据相机元数据整理的实际拍摄时序。10月14日日落 18:19，最好的光只有一个小时左右，我们把它留给无法重来的画面：Mary 出镜、活动与致辞、室内光影和航拍。



影像配置 EQUIPMENT

Sony FX3A 电影机：S-Log3 10-bit 记录，为调色保留充分空间
DJI Mavic 4 Pro：4K 航拍
无线领夹麦：人物同期声全程收音

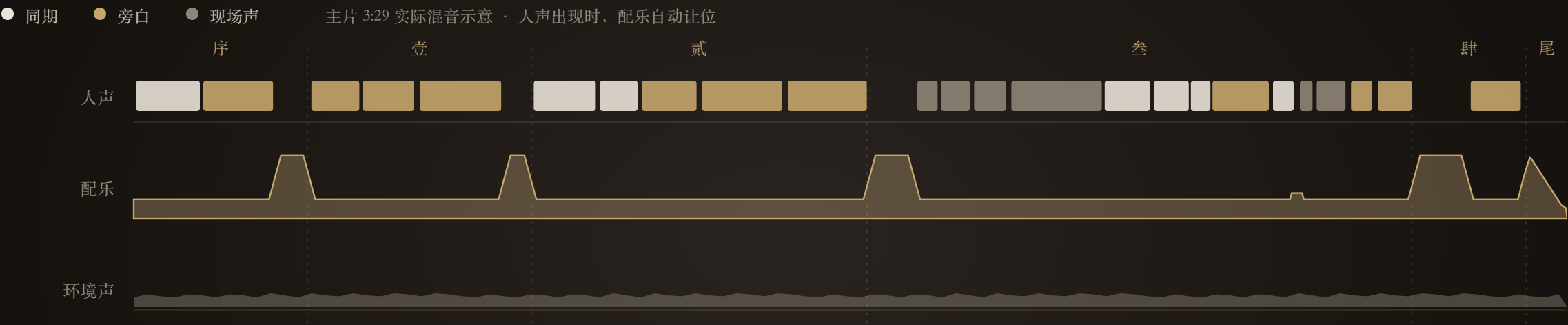
创作方法 APPROACH

原生竖构图拍摄，画面为手机屏幕而设计；建筑空镜以升格与缓慢运镜呈现材质和光线；人物顺着光线站位，让面容与窗外景色同时保有层次。

现场记录 ON SITE

尊重活动的自然进程，不中断来宾交流。按光线安排拍摄顺序：建筑外观在前，黄金时段留给人物与室内，日落后航拍，夜景收尾。

三层声音，一个空间。



1 人声 VOICE

同期、旁白与现场声分别降噪，再统一音色与响度，让旁白与现场同期听起来是同一个人、同一个空间；每一段都经过逐段试听复核。

2 配乐 MUSIC

为本片定制的配乐，按节拍剪辑。章节转换落在乐句上，「叁·暮光之夜」切入律动段，夜景回到安静；无人声的段落留给音乐呼吸。

3 环境声 AMBIENCE

现场环境声铺底——交谈、脚步、傍晚的风。它让空镜也有温度，也让观众感到「人在现场」。

-14 LUFS 成片综合响度（实测）

≈10 dB 人声出现时配乐让位

≤1 dB 各段旁白响度差（实测）

32-bit 浮点录音，为后期保留动态余量

统一的暖金色调，自然的人像。

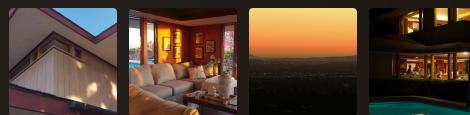


色彩管理

Sony S-Log3 与 DJI D-Log M 两套 Log 素材，先统一还原，再套用为本项目定制的暖金色调；白色家具与墙面保持干净，机位与航拍无缝衔接。

按光分组

午后清透、黄金时段暖金、暮色粉紫、夜景深沉 —— 色彩本身也在讲「以光为线」。



人像精修

肤质柔化随脸部大小自适应，比例做细微优化，以「看不出修过」为标准。

稳定与构图

逐镜头防抖与水平校正，每个镜头都稳、都平。

字幕与质感

中英双语字幕，宋体为主、关键词香槟金点亮；细颗粒与轻暗角，统一电影质感。

品牌片尾

四条成片共用同一套片尾语言：夜景空镜上的品牌字标与网址，安静收尾。

按平台分发，按节奏释放。

平台	发布内容	封面	写法
小红书	主片 + 三条竖版	3:4	建筑美学与生活方式叙事，标题突出「1962」与「设计师山居」
抖音 · 视频号	主片 + 三条竖版	9:16	前 3 秒给出建筑全景与片名，文案短、留悬念
YouTube	主片；竖版发 Shorts	16:9	中英双语标题与简介，写清建筑师与地点，便于搜索
Instagram · TikTok	三条竖版	9:16	英文文案，面向本地英文受众，互相 @ 品牌账号
微信私域	竖版 03	9:16	一对一发给经纪人与设计师，附合作邀请

公开平台共六个：小红书、抖音、视频号、YouTube、Instagram、TikTok；微信私域为一对一定向传播，不计入其中。

建议发布节奏 · 一周

- Day 1 主片

《暮光入室》完整版

先发完整叙事，建立整体印象
- Day 3 竖版 02

《好的窗饰，应该融入建筑》

趁热输出专业观点
- Day 5 竖版 01

《暮光入室》

氛围与品位，扩大覆盖
- Day 7 竖版 03

《从窗饰到整体空间》

活动回顾与合作邀请，同步私域

先空间，后品牌

标题讲建筑与光，品牌留在正文与话题

中英双语

中文平台写中文，海外平台写英文

话题统一

固定一组建筑、家居与品牌话题

发布前确认

公司信息、人名与画面使用范围，由客户与活动方最终确认

按传播场景定制，而非一稿复制全平台。

小红书 · 主片

一栋 1962 年的设计师山居，暮光入室

洛杉矶东边的山上，有一栋 1962 年的中世纪现代住宅。设计它的建筑师 James E. De Long，是 Frank Lloyd Wright 的学生。

「暮光入室」设计师山居之夜，跟着光，从午后走到华灯初上。好的窗饰不是去改变一栋房子，而是在光线、隐私和舒适之间找到平衡。

#中世纪现代 #建筑美学 #窗饰设计 #软装 #倍美窗帘

抖音 · 视频号 · 竖版 02

好的窗饰，应该融入建筑

大面积玻璃带来风景，也带来西晒、眩光和隐私的问题。尊重原有设计，在光线、隐私和舒适之间找到平衡。

#窗饰设计 #室内设计 #倍美窗帘

微信私域 · 竖版 03

致经纪人与设计师的合作邀请

「暮光入室」设计师山居之夜回顾。倍美窗帘 2015 年成立于尔湾，现在也把服务拓展到室内设计和软装。期待和更多经纪人、设计师合作，一起为客户打造更好的空间。

YouTube · Instagram · 英文

Golden Hour by Design — a 1962 mid-century modern home in La Habra Heights

Designed by James E. De Long, a Taliesin apprentice of Frank Lloyd Wright, the house hosted a designers' evening that followed the light from afternoon sun to nightfall. Good window treatments don't change a house — they balance light, privacy and comfort.

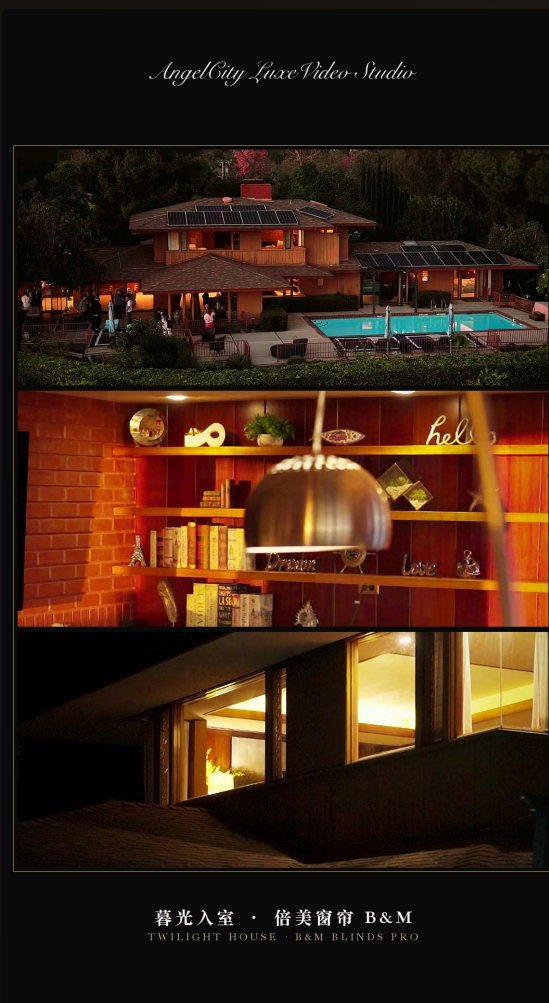
#midcenturymodern #architecture #interiordesign #windowtreatments #BMBlindsPro

标题备选

- 一栋 1962 年的房子，被光重新照亮
- 光，本身就是这栋房子设计的一部分
- 从一扇窗，到整个空间
- 好的设计，让每一个元素都恰到好处

以上为节选；完整发布文案按平台分别撰写，随成片一并交付。

《暮光入室》完整版 · 3:29



「光，本身就是这栋房子
设计的一部分。」

Light itself is part of the design.

规格 1080 × 1920 · 中英双语字幕

声音 同期 · 旁白 · 现场声 · 定制配乐

观看 angelcityluxe.com/zh-CN/film-twilight



扫码观看主片

三条竖版，三个任务。

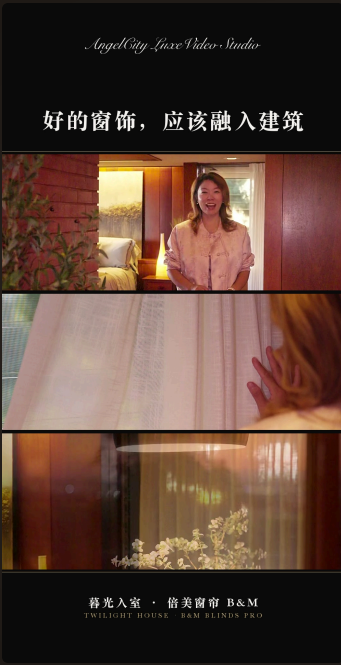


01 · 暮光入室

系列首集 · 氛围与品位

开场出镜、建筑史料、黄金时段与夜景，
一分钟讲完一栋房子的一天。

1:11



02 · 好的窗饰，应该融入建筑

专业观点 · 品牌差异化

从西晒、眩光、隐私讲到「尊重原有设计」，
用 44 秒立住倍美的专业判断。

0:44



03 · 从窗饰到整体空间

活动曝光 · 合作招募

活动现场与 Mary 的致辞，带出服务拓展
与合作邀请，适合在私域定向转发。

0:49



三条竖版与主片同规格交付成片母版；公开发布按第 14 页的平台策略分批上线。

Golden Hour by Design – Project Master Plan

THE PROJECT

On October 14, 2026, B&M Blinds Pro took part as a partner brand in *Golden Hour by Design*, a designers' evening in a 1962 mid-century modern home in La Habra Heights, California, designed by James E. De Long, a Taliesin apprentice of Frank Lloyd Wright. Angel City Luxe Video Studios turned the evening into one complete content package.

CONCEPT · LIGHT AS THE THREAD

The event theme, the glass-walled house and the client's craft meet in one subject: light. The film follows it from afternoon to golden hour, dusk and night.

DELIVERABLES

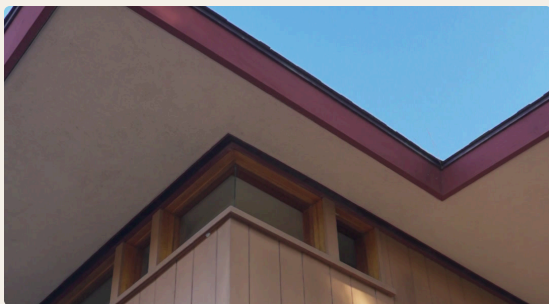
A 3:29 hero film and three vertical shorts (1:11, 0:44, 0:49) with bilingual subtitles, a full cover set and platform-specific copy for six public platforms.

CRAFT

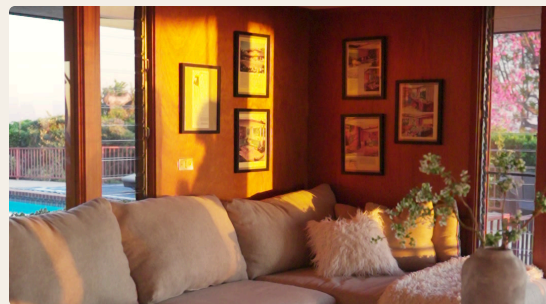
A shoot planned backwards from the 6:19 pm sunset; a warm grade tuned to each phase of light; natural portrait refinement; matched voice tone and loudness; a custom score.

WATCH

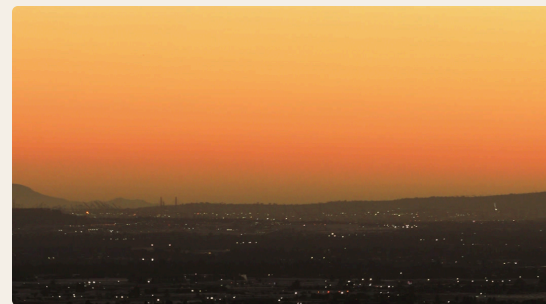
angelcityluxe.com/en/film-twilight



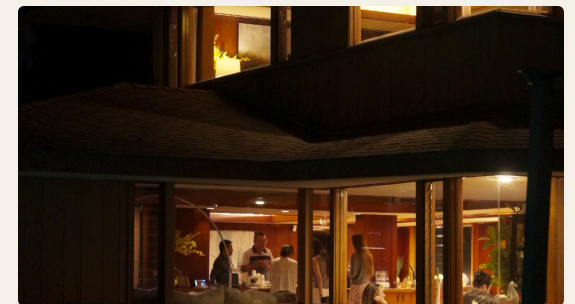
AFTERNOON · 5:07 PM



GOLDEN HOUR · 6:15 PM



DUSK · 6:30 PM



NIGHT · 7:14 PM

Angel City Luxe Video Studio

天使之城影像制作

洛杉矶 LOS ANGELES | 480-973-2936

angelcityluxe.com