

BAM 品牌资产管理系统

把品牌素材从网盘文件升级为可治理的品牌资产中心



BAM 解决的不是“素材库”，而是品牌资产、内容生产和发布协同可控

客户需要看到素材、版权、标签、内容协作、审批、发布和效果复盘如何形成品牌资产闭环。

核心判断

把品牌素材从网盘文件升级为可治理的品牌资产中心

客户需要看到素材、版权、标签、内容协作、审批、发布和效果复盘如何形成品牌资产闭环。

01

每一个素材

来源、标签、版权、版本、适用渠道和权限清楚。

02

每一次内容生产

选题、素材、文案、审校、发布和复盘在线协同。

03

每一个外部协作

创作者、授权、任务、交付、审核和结算可管理。

素材

标签

创作

发布

复盘

BAM 的客户购买动力，来自品牌一致性、内容效率和资产复用压力

成熟 DAM/BAM 产品都强调数字资产集中、元数据、权限、品牌治理、工作流和内容分发。

购买动力

BAM 的价值是让品牌素材从文件库存变成可复用、可授权、可分发的内容资产。

成熟 DAM/BAM 产品都强调数字资产集中、元数据、权限、品牌治理、工作流和内容分发。

01

复用压力

图片、视频、文档和案例散落，重复制作。

02

合规压力

版权、授权、过期和品牌规范难控制。

03

协同压力

内容生产、审校、版本和发布计划靠群消息。

04

效果压力

素材使用、渠道发布和内容效果没有沉淀。

素材治理

版权授权

内容工作流

渠道复盘

成熟 BAM 的共识，是数字资产集中、品牌治理、工作流和分发分析

Bynder、Brandfolder、Adobe Experience Manager Assets、Canto 等成熟 DAM 产品都围绕资产治理和内容供应链展开。

MARKET CONSENSUS

成熟 DAM/BAM 都强调资产治理和内容供应链，而不是网盘。

Bynder、Brandfolder、Adobe Experience Manager Assets、Canto 等成熟 DAM 产品都围绕资产治理和内容供应链展开。



01

Bynder / Brandfolder

强调品牌资产管理、内容工作流、资产分发和分析。

02

Adobe Experience Manager Assets

强调企业级资产管理、元数据、AI 和内容供应链。

03

Canto

强调 DAM、检索、共享、品牌门户和工作流。

客户购买 BAM，是为了把素材、标签、版权、内容任务、发布渠道和效果复盘做成一条资产供应链。

BAM 的价值通常来自五个业务断点

品牌管理断点通常发生在素材沉淀、内容协作、授权和发布复盘之间。

BREAKPOINTS

品牌断点的本质，是素材来源、版权、版本和渠道使用没有被统一治理。

品牌管理断点通常发生在素材沉淀、内容协作、授权和发布复盘之间。

01

素材上传

来源、版权、标签和版本没有统一管理。

02

素材检索

找不到、重复做、错用旧版素材。

03

内容协作

文案、设计、审校和外部创作者分散。

04

发布分发

渠道计划、素材版本和发布时间不一致。

05

效果复盘

素材使用、渠道效果和内容沉淀断开。

这些断点长期靠人补位，管理就会停留在事后统计，难以升级为过程控制。

BAM 要从台账工具升级为业务运营系统

客户需要看到系统如何从记录结果，走向驱动流程，再走向经营优化。

01

台账阶段

记录结果

能存素材，但无法保证找得到、用得对。

02

闭环阶段

驱动过程

用素材、标签、权限、审校和发布驱动内容生产。

03

优化阶段

持续改进

用资产复用、渠道效果和品牌规范优化内容运营。

建设逻辑

资产可信



内容可控



复用可优化

BAM 建设建议先跑通闭环，再扩展智能优化

先建素材治理，再做内容工作流，最后做品牌资产分析。

第三阶段

资产智能

AI 标签、内容推荐、效果分析和品牌洞察。

第二阶段

内容协同

选题、创作、审校、发布、外部协作。

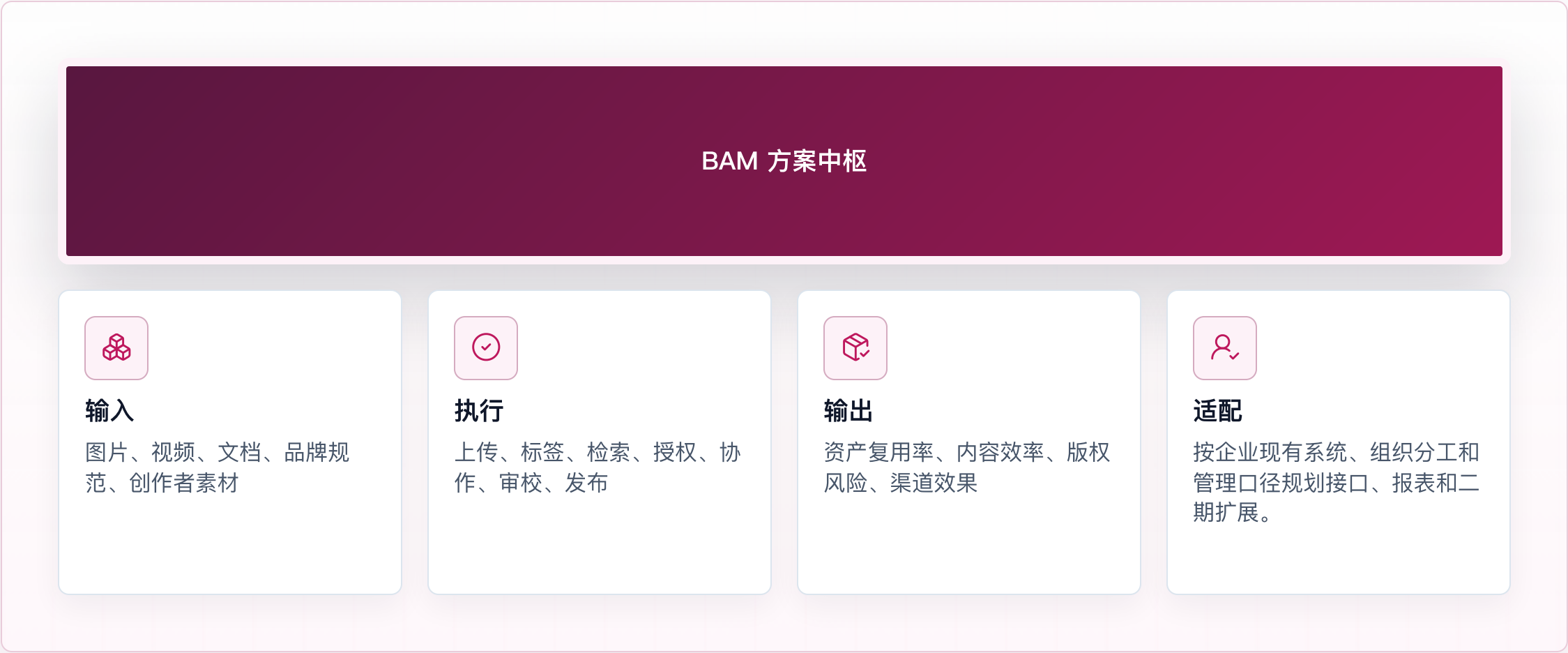
第一阶段

资产治理

素材、标签、版权、权限、版本、检索。

围绕素材、品牌规范、内容团队、渠道和外部创作者，设计 BAM 业务蓝图

BAM 是内容生产和品牌资产复用的中枢。



首期先跑通“素材入库到内容发布复盘”闭环

先让素材从上传到发布有治理和复用能力。



每个节点可追踪

素材、版权、任务、版本和发布渠道统一。

每个异常可闭环

错版、侵权、重复制作、审校超期和发布遗漏有闭环。

BAM 的专业性，来自核心对象被统一管理

BAM 的关键对象是素材、标签、版权、内容任务、渠道和创作者。

OBJECTS

统一对象口径

先把关键对象、状态和责任边界统一，系统才不会变成另一套录入台账。

01

素材

图片、视频、文档、案例、模板

02

标签

品类、场景、渠道、产品、活动

03

版权

授权、来源、有效期、使用范围

04

任务

选题、文案、设计、审校、版本

05

渠道

官网、社媒、销售物料、投放

素材治理要让团队找得到、用得对、敢复用

DAM 的第一价值是减少重复制作和错用素材。



内容生产要把选题、素材、审校和版本串起来

内容协作效率决定品牌输出速度。

FLOW

现场执行链

把关键动作拆成可执行任务，逐步沉淀状态、责任和复盘数据。

01

选题计划

建立活动、栏目和发布时间。

02

素材引用

从资产库引用合规素材。

03

协作编辑

文案、设计、审校在线推进。

04

版本留痕

每次修改和审批可回看。

05

发布准备

生成渠道所需尺寸和素材包。

外部创作者协同要管理授权、交付和结算

外部素材如果不治理，会带来版权和交付风险。



BAM 看板要围绕资产复用、内容效率、版权风险和渠道效果组织

BAM 看板要服务品牌运营和内容生产效率。

DASHBOARD

品牌看板必须回答哪些资产真正被复用

重点是素材复用、内容周期、版权风险、渠道效果和外部协作效率。

资产

复用率

素材下载、引用和重复制作减少。

内容

交付周期

选题、审校、发布周期和超期。

版权

风险数

授权到期、未授权和使用范围风险。

渠道

效果

渠道发布、互动和素材表现。

BAM 不只是单点系统，而是整体解决方案的一部分

我们会先理解企业现有流程、组织分工和系统现状，再判断哪些做在 BAM、哪些保留、哪些需要定制开发或接口适配。

CORE

整体方案

统一状态、任务和数据口径



流程诊断

先梳理企业真实单据、岗位分工、审批节点、异常处理和管理指标。



整体方案

把 BAM 放进企业整体数字化方案里，明确首期闭环和后续扩展路径。



定制开发

围绕表单、权限、审批、报表、移动端和业务规则做贴合式开发。



数据治理

统一编码、主数据、状态口径和历史数据迁移策略，减少上线后返工。



接口对接

确有必要时再对接已有系统，按业务边界做 API、数据同步和责任划分。



经验复用

复用我们在多类业务系统中的流程模型和实施经验，加快方案落地。

BAM 权限要按业务责任链设计

市场、品牌、设计、法务、销售和创作者要围绕资产生命周期协同。

RESPONSIBILITY

BAM 权限要围绕资产使用责任设计

品牌、设计、法务、销售和外部创作者围绕素材生命周期协同。

01

品牌/市场

素材治理、内容计划和发布

02

设计/内容

创作、版本和审校

03

法务

版权、授权和使用范围

04

销售

查找销售物料和案例

05

外部创作者

接收任务和提交素材

06

管理层

查看复用、效率和渠道效果

BAM 首期验收必须用真实业务样例说话

验收要用真实素材和真实内容任务跑通。

ACCEPTANCE

用真实素材和真实内容任务验收

必须跑通上传、标签、授权、审校、发布准备和复盘。

真实素材

上传图片/视频并配置标签和版权。

真实任务

跑通选题、素材引用、审校和发布准备。

真实权限

验证内部、外部和销售使用边界。

真实复盘

查看素材使用和内容交付指标。

BAM 实施路径要从一个可验收样板开始

先建核心素材库，再扩展内容工作流和渠道效果。

01

资产诊断

梳理素材来源、版权、分类和使用场景。

02

标签体系

建立产品、场景、渠道和活动标签。

03

样板素材

导入核心素材并验证检索复用。

04

内容试跑

跑通一个内容生产和审校任务。

05

渠道扩展

再做报表看板、移动端、必要接口和二期功能。

样板素材 -> 标签版权 -> 内容审校 -> 渠道复盘

BAM 交付的不只是系统页面

客户接收的是一套品牌资产治理规则。

交付资产

交付的是一套品牌资产治理和内容协同规则。

客户接收的是一套品牌资产治理规则。

01

系统功能

素材、标签、版权、权限、任务、审校、发布。

02

治理规则

分类、命名、授权、版本、审批和外部协作。

03

上线资产

素材模板、标签字典、内容流程和验收指标。

标签字典

版权规则

内容流程

发布模板

复用指标

为什么选择一同数字技术做 BAM

我们有多类业务系统经验，能按企业真实流程做整体方案和定制开发。

选择一同数字技术

方案不只是功能清单，而是匹配企业流程的整体解决方案。

我们有多类业务系统经验，能按企业真实流程做整体方案和定制开发。

01

懂业务流程

不只做素材库，而是围绕素材、标签、创作、发布、复盘形成可运行闭环。

02

懂整体方案

先判断企业流程、组织、数据和现有系统边界，再设计最合适的建设路径。

03

懂定制迭代

围绕表单、权限、审批、报表、移动端和必要接口做贴合开发，并持续扩展。

能上线

能验收

能扩展

下一步

开启数字化之旅

先把首期闭环跑通，再让系统跟随业务持续扩展。

01

选择素材范围

准备核心产品图、案例、视频和品牌规范。

02

整理标签版权

确认分类、标签、授权和使用边界。

03

安排方案评审

用一个内容任务评审素材到发布闭环。