

中國年度盛會—— 北京安博會

施正偉



對於很多已習慣到中國「拉貨」的台灣監控業者來說，北京展似乎不若深圳展那麼的有吸引力；而對於想做外銷的台灣業者來說，許多傳統買單品的國際買家，也對這個展覽不會感到太多的興趣。

本屆北京安博會，用膝蓋想也知道，海康、大華絕對是展場中的最耀眼明星；至於產品端4K高畫質影像、星光級攝影機到處都是，展商們一堆解決方案的訴求，這早在2006年起就都是如此的呈現。



差別在產品確實越來越精進，或越強調高科技含量與整合；解決方案整合的內容越來越多元。

一場武器軍備競賽觀摩大會

林林總總的呈現，像極了一場武器軍備競賽觀摩大會；也像一場動物年度的求偶大會

，展商們依舊花枝招展，使出渾身解數，甚至無所不用其極，來吸引參觀者的注意。

但從事實上看，北京展今年規模比前幾屆有縮小的跡象，有些過去都必定會出席的公司，這一屆卻沒看到他們的蹤影；參觀者雖然開展的前兩天依然擠爆，但其後兩天，顯然讓展場多了很舒暢的呼吸空間。



很多人見面，第一句話都會問，或聊到：有沒什麼看到新或特別的產品？看新及找熱門產品，自然是驅使大多數監控安防業來看這個展覽的主因。

但，參展的廠商減少，參觀的人潮總體上不若以往熱情，應該更是透露出，這個產業未來發展上，許多的機會與威脅，這比看新及找熱門產品，有著更重要且值得探討的關鍵現象與因素！

看到 What，但是看不到 Why 與 How

從北京展的各家呈現，清一色都在告訴參觀者，他們所推出的 What，但是幾乎看不到 Why 與 How。這或許就是癥結所在！無論是推產品，或推解決方案的廠商，幾乎都如此，只在講 What！

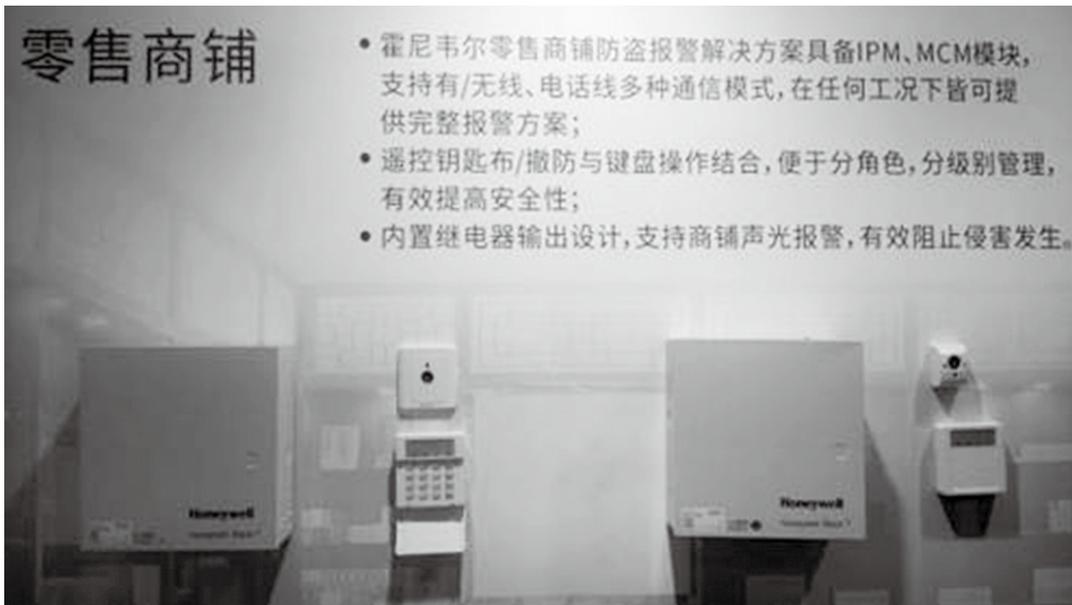


身為做大做強的領頭羊廠商，或許陶醉在滿坑滿谷，擠得水瀉不通的攤位人潮，但是沒有談話交流的一丁點空間，這人潮真能帶來具體的商機嗎？

也有不少代表性的廠商，攤位弄得頗大，人潮卻稀稀落落，沒看到攤位所呈現的大氣，儘顯是像蚊子館般的窘況！

這就是只從產品端為立場的思維模式，卻沒從市場端的問題，以及從使用者需求為角度，來做為規劃起點的思考模式。而這種呈

現，實際上台灣廠商二十年前，甚至更久之前，就是這樣的呈現模式，而且也一直延續至今。



中國廠商承襲延續這樣的展覽呈現模式，差別只在攤位面積越來越大，對於一個產品或一個解決方案，該陳述的細節，一個基本該顯現的特色說明都沒有。

這樣的結果，只有能夠吸引一群慕名而來看熱鬧的非核心買主，而真正想了解內容的專業買主，就怯步在外。

從這邊也更可看出廠商在規劃展出的思路，沒有把「經營市場」擺在第一前提，只是在做純粹產品的展示，頂多就是列規格，但這些規格的意義，或許只有專家看得懂，一般使用端卻朦朦懂懂。使用端可能要套句海濤法師的名言：「假的！我的眼睛有業障！」





外商此次展覽，大都低調到有些詭異！

所以，列完了規格，接著下來就是價格。從中國市場到台灣市場，再到全球市場，以價格為基礎的性價比主宰整個交易，沒有把從生產到最終的應用市場，中間所必然發生的任何變動，及固定成本考慮進來。

簡單的說，這種以產品銷售為出發點的呈現模式，完全忽略產業鍊的互相依存關係。所以買主自然就用「比價」，作為選擇採購的標準，而這也就是今天監控安防產業，從一個受全球所矚目的金雞母產業，因中國製造崛起，一下淪為雞肋產業？！

這次北京安博會，我與天津天地偉業總經理戴林有兩度聚會及深談。十年前他告訴我說，安防產業在數位化、網路化與系統整合化之後，將是行業化與智慧化。

如今似乎是應驗了他的說法，但是這行業化是假性的，因為只有監控業者自己在說，各行各業的設備供應業者，並沒有參與其中，那個應用的產業鏈，並沒有確實形成。

星光級攝影機大概就是整場最熱門的產品

從監視產品看，這次星光級攝影機大概就是整場最熱門的產品，幾乎八九成的監視設備展商都展出這產品，從真正的星光級，到最齊全星光級系列，還有最完整星光級解決方案，訴求琳琅滿目通通出現。



然而為什麼要用星光級？它解決哪些監視上或應用上的問題？最適用在什麼場合？沒有廠商去做這樣的說明，更也沒看到需要這種設備的使用端，會出現在這樣的場合上。廠商不懂應該要做這樣的訴求，展覽的主辦單位也不知道，要邀請需要這樣設備的使用端來參觀。

這種現象，兩岸皆如此！因為監控業這二十多年走來，一直停留在以產品為中心的思維，完全沒有進步到……必須以產業價值鏈為核心的思維！

所以這行業化也是說假的，如果是玩真的，本次展覽盛況不應是如此。所以我不知道在這樣的氛圍下，中國的廠商，有什麼好令台灣廠商懼怕的？

該思考的是一一 為什麼台灣沒有足夠的料，來吸引參觀者與買主上門？

說實在我沒辦法完全同意十年河東、十年河西的說法，而是這套路台灣廠商用了二十年至今沒變，卻沒看到財大勢大的中國廠商，在「壘聲」的同時，一堆心臟病、糖尿病……正在威脅他們現有的優勢。

說得更白一點，台灣雖然籠罩在經濟不景氣、中國廠商的低價威脅；但同樣的，中國廠商擁擠過多的製造供應廠商，還有只學會用一招低價的交易方式，外銷弄到只靠退稅來支撐一點微薄的利潤，在其國內也同樣殺到血流成河，根本無利可圖；而中國今年的經濟，同樣慘到需靠政策支撐幾個樣板產業，才可能達到預設的目標。

現在技術與製造的優勢，確實在中國的廠商身上；而台灣廠商也確實面臨如何生存下去的嚴苛挑戰。有位台灣上市櫃的老董無奈的說：「台灣廠商已被淹沒！？」



誰做市場，是真正從市場的結構面來思考起的？

但四天北京安博會下來，我看到的是我們台灣自己及中國的廠商，都被自己所淹沒，因為只糾結在產品的推陳出新，甚至至今仍執迷在「高規低價」中不斷打轉。

一位在美國經營近三十年的老朋友，在此次北京安博會有幸碰面，展覽最後一天，他亮出一個美國安全監控產業的結構圖說：「Wells，有誰做市場，是真正從市場的結構面來思考起的？」

以下幾個思考，就作為這次北京安博會的結尾……

- ◎中國廠商是台灣廠商的競爭者，但是如何把競爭者變成合作者？
- ◎讓中國廠商更國際化，台灣廠商才會更有生存與發展空間？（但台灣廠商我們自己，真的有國際化嗎？）
- ◎如何真正做到行業化？

