

MIT廠商敢說就要敢確實做到；資安即國安，政府敢喊就要有魄力實現

3S MARKET 施正偉

2018 年美中貿易戰問題端上檯面，很多人就在說台灣影像監視產業的機會來了，歷經這兩年來一堆美國廠商來「撈貨」，卻大部分都無所獲的情形下，不禁很多人的心中都在納悶，NDAA到底帶來什麼商機？



一家美國算排名在Top 10的廠商說：「看到你們台灣描述NDAA給台灣監控業帶來巨大的商機，我不知道是要笑死，還是該一頭去撞牆？」聽了這句話，相信明眼人都五味雜陳吧。

內銷部分，最近一些廠商紛紛也在討論，為什麼在「資安即國安」，以及COVID-19疫情後「振興產業」的兩支大旗揮舞下，偏偏台灣監控產業廠商好像等著要過馬路，卻沒有車子願意讓路的無辜路人。

務實來說，靠什麼翻身？才是命題所在！

其實，原本的標題是要下做「台灣影像監視產業進入2.0時代」，這是一位對監視產業有點熟的朋友，在討論一些美國商機時說：「過去台灣影像監視產業是1.0，美國NDAA將帶給台灣翻身的機會，進入到2.0時代。」



中國安防產業他們自己也形容，這十年來彎道超車，讓原本台灣、韓國是全球主要供應的地位，卻一下子看不到海康威視、大華等這些中國業者的車尾燈。美國前總統川普掀起了貿易戰，不知道是否是無心插柳，卻意外讓科技戰的戰火，燒的比原先經濟戰更加火爆。

不知道是否悶了快十年的安控產業，台灣影像監視業者面對這突如其來，天上掉下來的禮物，這個大約佔整個全球影像監控市場32%的美國，好像是滿天都金條，卻也有點欲抓沒一條的感覺。

客觀來說，今天中國安控業的全球獨大，除了不排斥數位新科技外，中國用來箝制人民保護政權，讓中國安防市場不斷擴大無極限，再加上幻想插旗全球市場，本來是兼著做的，卻因「低價、政策補貼、退稅優惠」，不到十年時間，全世界全部淪陷在中國的紅色供應鏈與世界工廠的效應下。

兩年前貿易戰，一些警覺性高的國際廠商，如AXIS、PANASONIC等監視品牌業者，開始計畫性切斷與中國代工的臍帶。但是大多數中小企業規模的台商，無奈使用海思晶片已經上癮，在類比端又因中國廠商的規模化，難以與中國場上在成本競爭上的劣勢，TVI、AHD、CVI這些類比高清攝影機，就干脆整支都從中國進口，把原本生產組裝研發編制都縮小裁撤，一些業者都自嘲：「我們自廢武功很久啦！」

如今海思斷鏈缺貨了，機會來了，但是否也準備好了？



來自美國一些廠商的估計數字，海康大華兩家在類比市場佔了九成，IP Surveillance佔了七成。

這數字的意義不在準確性多少，而是在NDAA的生效，從現在開始，海大無法進入美國的公單位領域，誰可以擁有這個市場的空缺？



台灣廠商還可以挑食嗎？

IP監控這塊要進入美國，說真的，如果沒有完整的實力，要被接受的難度非常的高。但是曾經是全球CCTV之王的台灣，應該有不少的空間，只是還有多少台灣的CCTV企業家，會把美國市場，視之為重新打造做為「MIT」的復興基地？

除非台灣有像韓國韓華電子這樣規模的企業，前提是台灣有沒有像中國這樣的「供應鏈」？還有中國政府對產業「報復性的退稅補貼制度」，都是台灣業者必須克服的天梯。

所以這並非是台灣廠商挑不挑食的單純問題，更存在政府的產業政策。但是廠商面也不可能全部倚賴政府，這個是民主國家面對像中國這樣的集權體制，顯的「劣勢」的地方。只不過當政府喊出「資安即國安」，影像監控產業確實是成為第一線，卻又有多少政府相關部門真的了解，這個產業存在著資安即國安的密切關連性與關鍵性？



政府聽得到產業真正的聲音嗎？

從國際市場看回國內市場。從去年六月份三場高峰會，以及最所拜訪的一些國內系統整合業者，都發出一些不平之鳴。國內有些專案確實是只列進口品牌的規格，或綁了一些規範，利於進口產品置入。

但是相對地政府也不斷在鼓勵「國產國用」。如果有些特殊的產品，台灣尚無此技術能力，那技不如人只好摸摸鼻子認栽。但是如果國內都明顯有能力，甚至都已超越國際水準，在推動「MIT」這個大旗下，為什麼政府不創造環境，讓國內應用場域有「國產國用」的空間？

事實上，台灣產業目前還有些麻煩事，一些業者其實也沒說實話，就比如「MIT」這個很多廠商都拿來標榜的招牌，事實上也已成為公開的秘密。因為很多標榜「MIT」的純度根本不足，甚至有些根本是一件外衣穿上，就說是「MIT」。因為很多配套措施，或是規範的不整，確實讓一群供應業者，以及系統整合業者，一直存在僥倖心態，如果長久如此，產業技術不會進步，國內公共工程建設品質也難以提升。

坦白說，業界都知道這些做賊喊抓賊的情形，很多軟硬體技術根本都是來自中國，卻又批評對手的技術是來自中國，就這樣市場團混亂。這不應該只是道德勸說，要業者自愛這麼簡單的做法就可遏止，政府相關單位更需拿出魄力去導正。絕不是說「該怎麼辦就怎麼辦」就一定辦得了！

必須很客觀的說，台灣市場腹地不能說小，但是供應業者多，再加上都是中小企業規模，因此為了爭取商機就無不使出渾身解術，手段用盡，很多專案多是規格比完比價格

，價格比完比關係，這一段斡旋過程的成本，最後就是使用端概括承受：就是用不到好東西，因此更拿不出像樣的案例去行銷。

不管公私領域，廠商與政府如何共同去營造健康的環境機會？否則「專案市場」這一領域要做到「升官發財請走別路」，根本是睜眼說瞎話。



機會與威脅並存，業者與政府都必須有企圖心

低價惡性競爭、互相中傷抹黑、魚目混珠、劣幣逐良幣，都是市場的一部分，但是如果都陷入永無止盡的互捅、互罵、互相扯後腿；或是每次講到「MIT」，都是人前一幅畫，人後變成通通是鬼話，大家再繼續玩下去還能有什麼期待？

堅持技術創新、堅守品質第一、一步一腳印的廠商也不在少數，相信這才是產業正面的力量，更也是產業的一部分。競爭難免，但是如何創造一個良性機會的環境，讓大多數業者都有發揮的空間，這才是業者與政府所期待的，如果大家播種、育苗、灌溉、巡草的過程都不做，如果都盡其所能爭相「割稻尾」，台灣影像監控產業會不會在這波國際洗牌中，掌握著發展機會？



未來影響影像監控業的關鍵變數

客觀來說，台灣影像監控產業是否會回復到 2008 年以前，在國際舉足輕重的地位，技術、市場、產業政策三方面的變數，將左右整個未來十年的變化。接著就以美國市場的影響變化來做探討：

在市場發展面向

近日來與美國一些廠商探討，海康威視和大華兩家中國廠商，在 2018 年在美國市場的市佔率達到歷史新高，兩家在美國大約在 8-10 億美元的銷售規模。這個銷售規模中，在類比部分兩家在美國約佔了九成的市佔，IP 部分在美國佔了七成的市佔，海大現在因為 NDAA 禁令的因素，所造成的空缺空間機會，台灣監視業者能掌握多少比率，將是一個重要指標。

單位：元

	2018 年		2017 年		同比增減
	金額	占營業收入比重	金額	占營業收入比重	
營業收入合計	49,837,132,481.61	100.00%	41,905,476,572.07	100.00%	18.93%
分行業					
視頻產品及視頻服務	49,837,132,481.61	100.00%	41,905,476,572.07	100.00%	18.93%
分產品					
前端產品	24,083,382,887.01	48.32%	21,090,230,299.49	50.33%	14.19%
后端產品	6,779,290,973.76	13.60%	6,151,038,063.70	14.68%	10.21%
中心控制產品	7,323,448,788.51	14.69%	5,073,899,931.95	12.11%	44.34%
工程施工	2,285,061,427.63	4.59%	2,540,799,165.58	6.06%	-10.07%
其他	6,668,689,372.12	13.39%	5,394,298,987.25	12.87%	23.62%
小計	47,139,873,449.03	94.59%	40,250,266,447.97	96.05%	17.12%
智能家居業務	1,636,697,390.22	3.28%	1,090,629,830.13	2.60%	50.07%
其他創新業務	1,060,561,642.36	2.13%	564,580,293.97	1.35%	87.85%
小計	2,697,259,032.58	5.41%	1,655,210,124.10	3.95%	62.96%
分地區					
境內	35,646,435,049.93	71.53%	29,661,186,316.32	70.78%	20.18%
境外	14,190,697,431.68	28.47%	12,244,290,255.75	29.22%	15.90%

注：分產品類別、創新業務中的“智能家居業務”單獨列示，“其他創新業務”包括創新業務子公司海康機器人、海康汽車技術、海康攝影、海康存儲、海康慧影等相應業務的產品。下同。

浙江大華技術股份有限公司 2018 年年度報告全文

	2018 年		2017 年		同比增減
	金額	占營業收入比重	金額	占營業收入比重	
營業收入合計	23,665,688,106.22	100%	18,844,458,053.78	100%	25.58%
分行業					
安防行業	23,665,688,106.22	100.00%	18,844,458,053.78	100.00%	25.58%
分產品					
解決方案	12,214,951,613.16	51.62%	9,835,663,501.07	52.20%	24.19%
產品	9,762,853,684.85	41.25%	7,593,336,542.79	40.29%	28.57%
其他	1,687,882,808.21	7.13%	1,415,458,009.92	7.51%	19.25%
分地區					
境內	15,087,657,708.75	63.75%	12,037,252,733.24	63.88%	25.34%
境外	8,578,030,397.47	36.25%	6,807,205,320.54	36.12%	26.01%

2018 年海康威視與大華股份業績對比

公司簡稱	營收（億元）	增長率	淨利潤（億元）	增長率	利潤率（淨利）
海康威視	498.10	18.86%	113.36	20.64%	22.76%
大華股份	236.66	25.58%	25.32	6.42%	10.70%

海康威視與大華股份 2018 年財務數據對比

這其中類比監控，特別是一個重要指標。因為這一個區隔是過去台灣 CCTV 業者的強項，卻又因為中國紅色供應鏈的興起，搞到攝影機有量，但利潤極少的情形。

海大就是將 Analog Camera、Video Server、DVR、IP Camera、NVR 至少這五合一，讓老美不得不向他們 One Stop Shopping。對比一些台灣廠商的佛心，只想賣 IP Surveillance 給美國，不管有沒有能力做 IP，這將是台商在美國，未來與中國二線廠商爭海大的空缺，最直接的肉搏戰。

台灣 Surveillance 廠商是否真正意識到類比這一塊的意義，是在於營運經濟規模重建的意義，以及未來逐步銜接 IP 的供應，還有對應中國二線業者，可能賺一元也要拼的競爭，這之間如何運籌帷幄，絕對是一個關鍵影響的因素。

在技術發展面向

技術的發展有很多面向與層次，結合各種 AI 演算法、結合物聯網、結合 5G 通信都是必要的面向；而在生產上，如何形成產業規

模化，更是影像監視產業最急迫性，必要的發展。

台灣中小企業結構，已經無法對抗中國世界工廠的規模化競爭，所以必須結合美國的市場需求。這十年來一些廠商迷信各自的規模化，終究無法抵擋中國廠商，擁有廣大內需市場的優勢，所形成紅色供應鏈與世界工廠的競爭優勢效應。

有些市場上的聲音，曲解了國家隊的定義，一直宣稱不是所有產業一定要國家隊，因為沒有真正清楚每個產業，所面臨競爭態勢的所不同。產業國家隊有各自不同的定義，最重要是產業生態的形成，能讓所用相同的原物料、零組件能集中採購，形成規模化，才有可能與中國紅色供應鏈互別苗頭、一爭高下。



台、美政府的政策態度

在監視影像設備行業，也存在美國業者的立場。事實上沒有人希望市場有劇烈的改變，但是NDAA 889付諸實施，也意味著美國政府同樣把「資安即國安」的標準，提升到高於一切商業利益。雖然多數美國業者都跳腳，但十年來享盡中國低價，卻又因為中國產品大舉進入，也把原來的價格市場水準一

直往下拉，美國業者因此也面臨重新抉擇的十字路口。

這點對於台灣業者是有利的，而面臨感出價就敢出手的中國二線業者一貫做法，台灣業者如何突破、政府政策如何做為廠商的後盾，這應該是下一個我國可否在公共安全設備交流上，與美國共同合作，一個可以開啟的話題。



超前佈署先破除性價比的迷失

中國監控產品在技術、品質，一、二線廠商確實有大幅的進步，甚至超越台灣、韓國業者。但是中國大大小小的廠商，炒作性價比的背後，卻是「沒有最便宜，只有更便宜」。

很多業者誤用性價比、炒作性價比，結果銷售量通通被稀釋了。當沒有一家業者達到銷售量的經濟規模時，性價比不但不是廠商利潤的補藥，更不是刺激市場的春藥，而是辛辛苦苦賣一大堆的量，所得的利潤卻與投入的各種成本回收都不符。

而這更是造成全世界在監視產品的銷量越來越多，但是利潤越來越薄，薄到無法提供服務，甚至更慘到沒有辦法創造附加價值的空間。

台灣業者未來如何用加法、乘法的商模，對應中國業者減法、除法的商模，這才是真正要努力發展的方向。