

安控信賴產業 誰能笑傲江湖

諮詢顧問 施正偉

要探討安控產業，製造商、通路商、系統整合商、工程商、保全／物業商，都不能遺漏。因為每一個角色，就像金鏞的「笑傲江湖」（安控市場），都扮演一個角色！

今天的安控江湖，要從區隔（segmentation）市場去探索，區隔是行銷學術名詞，用通俗白話來講，就是細分市場。

製造區隔、通路區隔、SI區隔、工程商區隔、保全／物業商區隔各自有其生態。因為多元的技術，包括5G、AI、IoT、雲端、邊緣運算、演算法等新技術陸續被引進，導致安控市場必須從土農工商，食衣住行育樂百工百業來細分探討，才能較精確地找到其中的商機，也才能更具體的如何掌握，安控佈署這些百工百業中的策略和攻略。

合理的說，曝光量、打價格戰，要切入百工百業的安控應用，都不再是萬靈丹，取而代之的，是能解決百工百業的安控問題、發揮安控的功能，甚至因採用這些安控解決方案，能夠實際創造更多的商業價值和營收。

安控分銷通路細分市場

受影像監控、智慧門鎖和整合系統等產品的高需求驅動，全世界安控產品通路批盤市場，正在快速擴張。主要批盤通路也朝向混合或「全通路（Omni channel）」模式轉變，融合了傳統的實體通路，和網路線上（電子商務）銷售模式。主要參與者包括專業盤

商、安控經銷商，以及日益重要的安控網路服務提供者，只要能賺到錢，輸人不輸陣。



歐美進口品牌代理商，這些業者主力在企業級專案與政府的市場。他們的背景主要有早期傳統安控進口代理商、IT系統業者、資安網路業者。

主要分銷通路及細分市場

- 線上/電子商務：成長顯著，提供各種安全產品的網路通路和資訊。
- 線下/實體零售：包括百工百業各種現行實體通路，例如家居裝飾商店、電子產品零售商和專業五金商店……等，比比皆是。
- 批發商和經銷商：主要參與者（例如美國最大的ADI Global Distribution）正在為經銷商提供並擴展其線上線下「全通路」佈局。在台灣則有友旭、正洋、聯順、藍鳥

、創奇、以特、盈慶、皇昇……等這些所謂「普銷」安控產品的批盤商。另外，像3C賣場的一些業者，也是普銷和網購的主要供應來源。

- **中高端功能性安控產品和歐美進口品牌代理商：**這些業者主力在企業級專案與政府的市場。他們的背景主要有早期傳統安控進口代理商、IT系統業者、資安網路業者。
- **託管安全服務供應商：**在國際，特別是美國，網路安全領域成長最快且非常重要的分銷通路，其成長動力來自日益複雜的威脅，以及對專家級外包管理服務的需求。

安控網路服務提供者，在2025 secutech大概出現了五家左右，針對的目標對象有朝向零售業者的市場區隔，如TP-Link等，以及針對長照業者等。銷售型態主要是以「訂閱制」的銷售模式為中心，結合了網路授權，及部分產品的租賃或買斷。

TP-Link在蝦皮店到店，以及一些連鎖商



TP-Link在蝦皮店到店，以及一些連鎖商店已經有所斬獲

店已經有所斬獲。會不會形成銷售型態的新模式風潮，值得觀察探討。在美國這類業者也正如雨後春筍般的出現，如Verkada、Eagle Eye Network在美國這兩年的ISC WEST展上，也吸引了大批參觀者。不過，吸引人潮主要是靠發送贈品。

但是，ISC WEST主要的參觀者是來自全美的經銷工程商，所以這類安控網路服務提供者的營運策略，或許從這個現象就可以窺探一、二。比較去年在台灣secutech展出的這一些業者，說實在就看不到他們參展的真正訴求是什麼。

美國的Verkada、Eagle Eye Network聲稱，它們已進入美國企業級和政府市場。一些業者表示，應該是「普銷級」的產品，高端安控產品要較繁複的選擇過程，不太可能採用這類業者的服務內容。但是如果這類普銷級產品，用這樣的模式進入專業企業及市場，不得不說也是一種突破，而這種情勢會不會也在台灣發生？或許對上面提到的普銷批盤大俠，是一個未來的機會！

- **保全／物業：**這類業者一直在安控市場佔有一席之地，特別是建築相關領域。近年來保全業者在安控市場領域不餘遺力滲透，特別在一些專案市場。
- **工程業者：**弱電（電信）工程、電腦網路資訊工程、水電工程……，這些工程業者在傳統安控產業中，少有人把它們納入視為安控產業的一份子。事實上，工程業者一直扮演百工百業終端使用者，在安控應用的直接接觸的介面者角色，他們的重要性就不言可喻了。
- **公協會組織和相關技師：**因為安全監控是基本需求產業，很多公協會都擁有政府委託合作開發場域，或者是教育訓練、證照頒發，場域檢驗的業務，把這些公協會是為市場通路，絕對是不能或缺的。



電信公會一直對跨領域整合不餘遺力

安全產品通路市場，正從傳統零售向網路雲端化，與整合服務模式的轉型。目前美國最為明顯，台灣樣子浮現了，但是很大比例的銷售模式，反而還在「安控柑仔店」的營運模式。過去不少製造業者，曾經擁有當上武林至尊盟主的雄心大志。或許今天的江湖氛圍，更有這樣的機會！

新的模式和傳統習慣交織，或許這是台灣的特色，不過專業企業化的經營，台灣IT業者早已轉型，而很多IT業者也伸手進的安控武林多年，會不會在可見未來發生企業化（enterprise）營運的化學效應？端看台灣這安控武林，什麼時候會出現令狐沖、岳不群、東方不敗的角色了。



5G、AI、IoT、雲端、邊緣運算、演算法等新技術陸續被引進到安控市場

安控武林主要的江湖細分

安全產品市場通常根據產品類型、分銷通路與終端使用端進行細分：

市場概況與分銷趨勢

目前全球安全產品（含實體與網路安全）的分銷高度依賴通路合作夥伴，據所接觸國際上各國業者的估計，超過90%的網路安全產品是透過通路銷售。

- **集中化趨勢**：前面有提到美國的ADI，這家公司在美國一直是獨大的盤商，據美國一些認識的業者和系統公司都表示，他們在通路市場佔有50%的市佔率。台灣會不會有這種情勢發生？這個集中化趨勢，不是我個人觀點，而是有些美國業者看台灣安控產業，認為必須走向這樣的結構，才有辦法和中國、韓國的安控業者競爭。你認為呢？
- **通路轉型**：增值經銷商（VARs）正轉向雲端服務提供商，和網管安全服務提供商模式，不僅銷售產品，還提供後續的安裝、管理與維護服務。這類廠商具有高度的專業技術背景，大多企業規模是小而美。但是近來已有台灣龍頭級安控製造業者，已把這類業者納入營運合作。
- **網路銷售成長**：個人粗淺的平估，線上電商通路預計將以10-12%的成長平穩逐漸擴張，主要驅動力為消費者對於比價便利性，與直接配送的需求。
- **專案市場朝向橫向聯合、縱向結合**：單品式微、解決方案興起，台灣市場已經有業者朝向「橫向聯合、縱向結合」這樣的合作模式，在國內外市場佈局進軍。簡單地說，這是一種「打進供應鏈」的做法，就像這兩年只要被NVIDIA納入合作夥伴，股票上市的公司股價就連翻兩三番，沒上市的就聲名大噪。



安控業者未來必須打進百工百業的供應鏈

主要安控江湖（市場）細分

安全產品市場通常根據產品類型、分銷通路與終端使用者進行細分：

區隔類別	子細分市場
產品類型	影像監控（Video Surveillance）、門禁控制（Access Control）、入侵報警、防火消防系統、生物辨識與智慧鎖、IT/OT 資安融合、雲端、邊緣運算、5G、IoT、AI、演算法。
分銷通路	線下（據估計66.2%比率）：專賣店、大小盤商、系統整合商。 線上：電商平台、品牌直營官網。
終端用戶	商業、住宅、工業、政府、教育、金融與軍警國防……等百工百業。
企業規模	大型企業（佔據主導地位）、中小型企業（SME）（成長最快區隔）。

成長動能與區域表現簡述

- **技術驅動**：AI 影像分析、雲端安全管理（SaaS/SECaaS）以及物聯網（IoT）設備的整合，還有資安，是當前核心動力，這部分也是目前大部分安控業者的單門。誰能擁有這些技術，能找到這些合作夥伴，或許也將決定，誰能在接著下來的安控江湖呼風喚雨。
- **地區差異**：北美則在全球市場所佔比率和量上，保持領先，特別是在私營安全服務領域佔全球約58%。歐洲這幾年接觸較少，這裡就不要亂說。亞太地區被視為成長最快的市場，受益於快速的工業化與智慧城

市計畫，東協、印度全世界都在此插旗。把重點台灣和中國做一些延伸觀點如下。

中國，從2018年後主要集中在，有政府支持或公開上市公司。特別是像海康威視和大華，基本上早已突破過去中國本地市場有六大片區的藩籬，而變成全國性，甚至是世界性的企業。不過放眼望去，也只有海大這兩家而已，但是中國在現代化高科技於各領域的建設，不容忽視他們的企圖心。

台灣一直還維持北中南市場景觀區隔明顯的態勢，雖然有些公司在北中南（甚至宜花東）有開設分公司或服務據點，但是大部分主力仍在總公司的據點。不

過，三十年前我們台灣

早有製造商和盤商相互投資的多起案例

。未來會不會有安

控產業各通路階層

的交互投資，一統

普銷或進軍專案市場，這三十年來的

台灣安控武林江湖變

化來看，不能說沒機會走

向這情勢。



要探討安控產業，製造商、通路商、系統整合商、工程商、保全/物業商，都不能遺漏。因為每一個角色，就像金鏞的「笑傲江湖」（安控市場），都扮演一個角色！

誰能笑傲安控江湖一統武林

或許江湖險惡，但是商業市場追求的是業績、利潤和競爭力。不被取代，才能笑傲江湖。細分化百工百業的市場，誰能像卡通寶可夢的小智，一站一站的收服神奇寶貝，或是回到金鏞的武俠世界，誰能笑傲安控江湖……

馬年新春愉快，祝大家馬到成功！