



安控經典賽正在開打：台灣、韓國、中國未來安控的全球市場競爭版圖

總會諮詢顧問 施正偉

中國安防隊連續被美國隊的強投拜登、川普給封鎖，現在中國安防隊是滿壘兩人出局的局面。韓國安控隊在去紅色供應鏈局勢，已經陸續得分，現在是壘上有人，陣中韓華、IDIS、Suprema 等強棒蓄勢待發。台灣安隊過去國際賽事曾有好成績，也曾贏過韓國隊，不過中國安防隊近十年一直壓制台灣隊，現在如果結合台灣的好手，如高階晶片、IT過去在國際的戰績，IPC近幾年AI的發展，加上安控，未來應該可以在這場安控經典賽事中，會有亮眼成績……

去紅色供應鏈興起：台灣、韓國、中國安控產業的全球未來版圖將會重構

在過去二十年，全球安控產業（CCTV、門禁、影像AI）是一個典型的「成本競爭市場」，中國憑藉規模製造與垂直整合，建立了壓倒性的優勢。然而，隨著地緣政治升溫、資安與資料主權議題崛起，安控產業正在發生根本性轉變：

競爭核心，已從「價格」轉向「信任（Trust）」這場變化，被稱為「去紅色供應鏈（De-risking China Supply Chain）」，但本質上並非單純去中國化，而是全球供應鏈走向「雙軌體系」。以下從全球結構、三國角色與未來版圖，深入解析這場安控經典賽。



一、全球安控產業：從全球化走向「各吹各的信任調」

1. 安控產業的本質轉變

安控已不再只是硬體設備，而是結合：AI影像辨識、雲端平台、大數據治理

，逐步轉型為「城市治理基礎設施」。因此，各國開始將其視為是：國家安全產業、資料主權核心、AI 戰略基礎，這意味著：設備來源＝國家信任問題

2. 雙軌供應鏈體系成形

全球正快速形成兩套基本安控供應鏈體系：

● Trusted Supply Chain（可信任供應鏈）

特徵：

- 符合NDAA等法規
- 強調資安與透明性
- 供應鏈可追溯

主要成員：美國、歐洲主要工業國及民主新興陣營、日本、台灣、韓國

● China Supply Chain（中國紅色供應鏈）



特徵：極致成本競爭、高度垂直整合、政策與資本支持

但面臨：

- 歐美限制
- 資安疑慮
- 市場排除

★ 結論非常關鍵：未來不是單一全球市場，而是兩套標準並存的「對峙市場」型態

二、3國競爭：角色正在重新洗牌

中國：從全球霸主可能走向「區域主導者」



中國安防隊曾主導全球安控市場，代表企業如華為、海康、大華，建立從晶片到平台的完整體系。

中國安防隊的投打優勢是：全球最大產能、成本最低、系統整合能力強。未來面臨的挑戰，則是：NDAA 與禁令限制、歐美市場流失、國際信任下降。不過不用意外，中國安防隊必然會用「洗產地」、「洗品牌」，繼續用這些騷擾戰術，滲透全球安控市場戰局。

未來定位基本上仍然會延續「內需市場+一帶一路輸出」，這包括中國內需市場（全球最大市場）、非洲、中東、拉丁美洲，以及價格導向與一些國家政府專案，中國安防隊不會在國際經典賽消失，但可能被迫被「隔離」。

韓國安控隊：品牌替代的最大受益者

韓國在這波變化中迅速崛起，核心優勢包括：強力品牌完整如 Hanwha，其本來就有國防背景加持，所以容易取得西方信任。目前韓國隊

的市場角色，是中國品牌的直接替代者，已在各國際賽事中，取得一些政府標案、軍警系統和NDAA市場。



但是韓國隊也有其隱憂，雖然韓國隊也一直採用低於國際知名品牌價格的戰術，但是成本仍高於中國，而且韓國隊供應鏈不如台灣靈活，所以韓國隊或許會是一兩個強打品牌的贏家，但沒有「信任供應鏈」的絕對優勢。

台灣安控隊：從代工+走向「供應鏈中樞」，力求上壘



台灣的角色，是這場國際安控經典賽事中最關鍵的變局，但也最容易被低估。台灣一直有優於韓國隊的國際賽事表現，包括過IT產業，韓國完全無法贏過；與台灣安控業同屬利基型產業的IPC產業，三十年的發展已在全球佔據半壁江

山（據國際市調公司統計佔全球 50%），滲透很多應用領域，加上台灣安控業與台灣IPC產業在產品上，如AD\DA Card、PLC早就有應用交流，也在專案上的系統應用，也都曾有合作的記錄。台灣安控業如善用這些科技產業資源，陸續上壘得分，將是可期待的情景。重點是安控產業如何掌握目前契機，並徹底脫胎換骨。

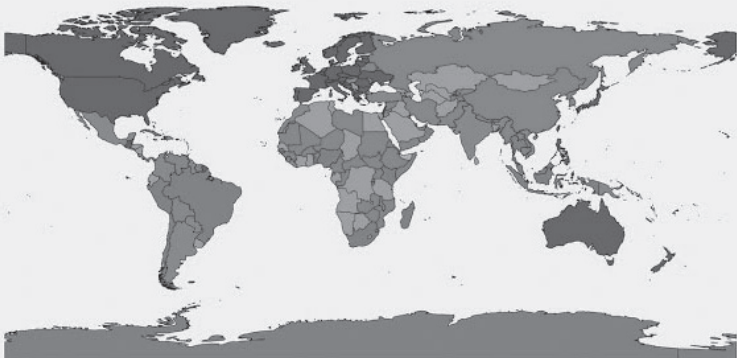
1. 核心優勢：半導體（全球關鍵）、ICT與網通整合能力、IPC（工業電腦）產業完整，台灣具備「橫向結合的豐富資源」。
2. 台灣安控業要結合IC\IT\IPC這三大新角色選手
 - (1) 關鍵零組件供應者，如：ISP / SoC、AI 邊緣運算晶片
 - (2) 安控業新團隊要結合平台，如：Camera module供應給 IT\IPC，採用IT\IPC 的AI box、Edge server，應用在台灣未來的公民營專案上。（政府在推動安控信賴產業，必須興起這些角色合作的政策）
 - (3) Trusted ODM（最重要）：傳統商機來源不能放棄，再加上新資源，扮演協助歐美品牌「去中國化」的功能位置。
3. 國際策略定位：China-free supply chain的核心節點，初期不會也不是品牌主導者，而是：不可替代的供應鏈中樞、技術與製造橋樑。

三、未來10年：全球安控賽事對應

新版圖結構

CE Classification of Geopolitical Alignment

● US & allies ● Leans US ● Unaligned ● Leans China ● China & allies



● 第一賽事戰局：民主科技聯盟的中高端市場

- 主要賽程與賽事：美國、歐洲、日本、韓國、台灣

- 市場特徵：高價值、高資安、AI 與雲整合

台灣安控隊要串接供應鏈核心，業者各組團隊戰韓國隊的品牌戰術，有機會勝出（台灣不適合組單一團隊，而是業者各組團隊，以Mesh的多向多元組合戰術，打進國際市場，如此一來不再單打獨鬥，組合的團隊可以互相支援，拋開傳統戰法，開啟新時代的行銷。3S Market提出這種做法已經非常多次，也絕非憑空想像，像中華電信+中保科技集團+利凌企業+力訊科技已結合類似的策略聯盟，在一些專案上建立了成功的內外銷合作基礎。）



● 第二賽事戰局：紅色供應鏈的核心市場

- 主要賽程與賽事：中國市場 + 一帶一路國家 + 民主陣營的中低端民用市場，台灣和韓國隊幾乎已無紅利

- 市場特徵：價格導向、政策驅動規模大，但被區隔

● 第三賽事戰局：灰色市場（也是非常關鍵市場）

- 主要賽程與賽事：東南亞（主要是越南）、印度、中東、拉美

- 市場特徵：同時採用中美系統、政策搖擺

這是台灣、韓國、中國三隊最大的競爭戰場，不諱言中國隊最有優勢，但是台灣安控隊理論上比韓國隊要有勝算。



四、安控經典賽競爭的邏輯是產業供應鏈競爭的根本改變

1. 從產品競爭→供應鏈競爭

市場不再只比攝影機，而是比：是否 NDA 合規（涉及供應鏈透明度）、資安能力、垂直應用解決方案的完整度和成熟度。

2. 從硬體→解決方案

未來賣的是：AI 影像分析、城市治理平台、雲端整合系統，台灣安控業目前平均能力可能缺乏，但是總體產業資源與實力，卻比韓國隊和中國安防隊超越甚多。

3. 從設備→數據主權

誰掌握影像資料，誰就掌握：治安、商業分析、政府級的安全治理能力



五、結論：三個關鍵判斷，台灣安控隊開始強化戰略佈局

1. 現實：世界不會去中國紅色供應鏈，而是「去依賴中國」

中國仍是最大市場之一，但主導全球賽事能力不再。包括台灣本土市場，同樣會是類似情形，這其中政府有該做的是，而產業製造、通路、SI、工程商要形成類似職業選手隊、業餘隊的不同組合發展。

2. 韓國隊可能會吃下以品牌紅利為主的市場賽事

成為中國替代者，但難掌握供應鏈一支獨秀的主導權。而短期內，台灣隊也無選手能用品牌和韓華、IDIS、Suprema 競爭。

3. 台灣隊會是最大結構性的贏家

但勝利形式不同：不是品牌勝、而是「供應鏈控制力」勝，這是台灣隊未來在安控經典賽要贏的策略佈局關鍵。

結論

未來安控產業的勝負，不在誰賣最多攝影機，而在誰掌握了「被信任的供應鏈」。相信這種新行銷策略，從現在開始磨合，一年之後台灣有機會至少有三組團隊，而如果順利如前述中華電信+中保科技集團+利凌企業+力訊科技的成功組合，台灣未來有機會能組超過十組或更多的組合。

特別是這種做法，韓國沒能力做，中國更沒有辦法做。與其停留在傳統做法無法有效突破，IC+IT+IPC+安控，一起從目前最大公約數的 AI + Solutions，從台灣到全球一起創造未來無限的公倍數！