



AIoT的龐大威力襲捲全球，衝擊之大、影響之深不言而喻。安防在此大風吹之下，也將無可避免，走入開放與相互統整時代。

李豐榮

法蘭克福新時代傳媒
副總經理
george.lee
@newera.messefrankfurt.com

AIoT，讓一切成為可能！

2018年AIoT翻天覆地、排山倒海襲捲全球，從今年一開年在美國消費性電子展（CES）的展出就可看出這股龐大威力，全球五大科技龍頭Google、Apple、Microsoft、Amazon、Intel及中國三大電網巨頭BTA（百度、騰訊、阿里巴巴）皆在被公認為全球「科技新趨勢指標」的CES展裡推出以AI、IoT為應用主軸的產品，掀起AIoT大應用熱潮，全球科技業無不高舉AI、IoT大旗傾力揮舞，這波熱浪襲捲全球各領域產業，衝擊之大、影響之深不言而喻。

也由於全球科技一哥的領頭，二、三線或下游產業全都跟進，台灣ICT一、二線產業也不例外搭上此一最夯的時代列車，誰都不想脫隊。全球邁向AIoT化，科技產業的變動也將從此進入新競爭領域，影響下游生態鏈的重組，而我們關心的安防產業是否也會受波及？

安防形成「無國界」共生體

AIoT化後為了物物相聯、無往不聯之需，過去由I的時代（Integration）進入A的時代（Application），再來到AI時代，這一切將由U形（Unite）來串接。U世代來臨，勢必拉攏各領域產業相互交流結盟、各補所需，截別人長處補自己短處以創造雙贏／三贏／多贏局面，打群架意識抬頭，藉由合併、併購、參投以快速建立「優勢生態鏈」，也因此跨界、跨領域、跨國之合作將是趨勢。安防在此大風吹之下，也將無可避免，走入開放與相互統整時代，並成為「畫龍點睛」般不可或缺的要角，精彩了AIoT的應用。安防踏入AIoT供應鏈，不自我設限將是新出路的開始，而安防勢必也面臨「破疆破界」、不再自我封閉的產業體，形成「無國界」或「有界無溝」之共生體。

而由於共生體的生態鏈形成，安防產業商業模式不僅是由B2B往下應用到B2C，甚至再往上拉到M2M（Manufacture，工廠對工廠），不管是跨界或同業，都需要彼此借力使力共創新商圈。另外，AIoT將使得網路化、智慧化不再是選擇性而是必要性，是安防在網路設備上好好發揮的最佳時機，而網路型產品勢必也應聲而起，安防連網設備將水漲船高；尤其中國進入「物聯中國」、「AI中國」，或許逐漸採用網路安防設備而降低類比設備，如此，類比高清產品將走出中國到第三世界輸出，量少價必揚，類比高清後勢發展恐不再是普及品，台灣安防產業與安防市場是跟AIoT走網路安控？還是持續接收中國恐不再擴大需求的類比高清設備？

安防踏入AIoT供應鏈，不自我設限將是新出路的開始，而安防勢必也面臨「破疆破界」、不再自我封閉的產業體，形成「無國界」或「有界無溝」之共生體。

掌握大數據者為贏家

在這一波AIoT的風行下，大整合、大應用時代來臨，AIoT的推展最大前提是取得數據，數據量愈大對深度學習幫助愈大，AI的演算就愈精準，應用效能就愈能發揮，如果想要在AIoT領域爭一席之地，首要任務就是擁有大數據。各家科技廠極力運用各種方式採集數據，不管在零售業、製造業、醫療業、交通運輸業等，誰能採集愈多數據誰就是贏家，因此擴大領域與擴充實力是基本手段；如何擴大與擴充自然需透過跨領域、跨界來合作或整併，所以橫向或縱向之併購情形將持續延燒，以期借力使力迅速獲得海量數據，從數位化時代躍向數據時代。

如此，影像資訊作為大數據的最佳資料，安防的監視監控資料就顯得非常重要，加上智慧影像分析、人臉辨識需求增加，安防領域的出入口門禁、對講及防盜保全皆進入可視化，再升級到人臉辨識，則其市場與商機又開創新一波高潮，不僅帶動安防新市場，更拉高了安防產品價值。同時，也因AIoT的興起，GPU技術應用成熟，NVIDIA、Intel、Google、阿里巴巴等都相繼投入開發人臉辨識相關應用晶片，驅使臉辨技術更成熟、更廣泛應用，未來安防領域所獲得的影像資料，將更是彌足珍貴。台灣科技業如果想爭取大數據裡的影像資料，往安防業靠攏相信是指日可待，至於台灣安防業是否也因此受惠？而全球安防因為中國人臉辨識如火如荼全面展開，中國安防在注重隱私權國家勢必



引起恐慌，因而牽制中國製造出口可能，台灣安防是否有轉機之處？

產業重整 客戶需求為導向

AIoT讓全球產業被翻轉，一切沒有什麼不可能，正如昔日的Google不再只做網路服務，而是收購HTC手機部門往硬體產品發展；Apple也不一定死守手機而開始發展平台；Amazon也不一定只有線上產業，而是走向AWS雲端平台；台灣的宏碁、華碩也不再只甘於做電腦；Motorola買下Avigilon也不再只是通信業而已。當AIoT一路發展下去，最關鍵的上游晶片便成為各龍頭一致投入開發、形成強烈競爭態勢的新興領域。網路商不一定只做網路，電腦業不一定只做電腦，手機業也不一定只賣手機，硬體業不一定不重軟體，軟體業不一定只專注軟體；在水平及垂直整合的分工下，各產業都將被重整，重新出發找到自己的競爭力與優勢，安防業又何嘗不是？

重要的是，當各科技業都導向「顧客需求」，由顧客需求進入「刺激顧客需求」，由被動需求轉為主動需求，安防業勢必也將面對此一發展，往下深入使用者端，了解各行各業需求走入「行業化解決方案」。台灣安防業應以在地化優勢為基礎，進一步創造差異化、向下扎根，相信將能穩住自家市場！