

# 大華數字技術 張晶：落實在地服務、關懷社會，實現大華品牌價值

轉自iDS智慧安防雜誌

大華數字技術由通訊調度產品起家，自2001年開始正式轉型跨入安防產業，截至目前為止，全球員工超過10000人，全球超過38個國家均有設立公司服務據點，全球客戶遍布180個國家，是全球監控產業內的頂尖企業。



## 大華推出全系統 滿足各應用市場需求

大華今年推出的產品十分精彩，從智慧家庭當中需應用的IOT物聯網設備，到智慧城市應用中的人臉辨識系統，更包含了智慧建築所需的基本配備，如影視對講、門禁等與安全監控相關的系統，大華高級銷售經理張晶表示，影視對講系統是大華歷時5年深入研發的新產品，主要是看中全球影視對講系統已開始邁入全面網路化的市場，而影像傳輸搭配通訊技術本就是大華的強項，因此在影視對講系統尚未正式推出之時，在歐洲各地就已經有合作的工程商率先使用，目前在歐洲已有為數不少的案例，以特科技總經理洪東京提到，年初在台舉辦的北中南三地巡迴論壇中反應熱烈，是大華深具信心可以跨入建案市場的重要系統性產品。目前大華的影視對講系統目前已整合了自家的門禁系統

與監控系統，相信搭配代理商們的教育訓練下，能成為協助系統商與工程商規劃建案的強力工具。

除了影視對講系統外，最吸睛的可說是今年的另一項重點產品-具備「人臉辨識」功能的監控系統，系統分兩部分，一為與INTEL合作，將深度學習功能嵌入在前端攝影機內，讓監視攝影機本身就具備了人臉辨識功能，一為嵌入在後端網路型錄影機(NVR)的系統，端看工程商的規劃選用，張晶提到，工程商在選購時，建議選擇合適的產品而不一定要選貴的或便宜的系統，他舉例道，曾經有個鋼鐵廠的案子，安裝環境溫度非常的高，若安裝IP型監控系統會發生畫面傳送延遲的狀況，所以就選擇使用CVI類比高清的系統來規劃。

張晶說道，CVI類比高清系統是大華針對類比轉IP時的替代性商品，類比高清系統在



◆大華高級銷售經理 張晶

中國市場的銷量上不超過20%，但在海外如南美、東南亞、台灣等地卻銷量出奇的好，也讓大華願意繼續投入資源開發更高階的CVI系統，今年剛推出的星光級CVI產品就是一例。而在IP網路型監控系統中，更是未來的主流市場，大華為了將IP網路型監控系統推廣進台灣通路市場，特別開發出平價的IP網路監控系統，目前畫素也可到800萬以及4K影像，也因此，張晶認為，透過更紮實的教育訓練及更在地化的服務，可讓工程商更了解IP網路監控系統，也能更增添工程商在規劃上能更滿足客戶的需求。

## 落實在地教育訓練 強化服務支援能力

今年，大華為了因應全系統策略，推出「認證培訓教育訓練制度」，讓工程商與夥伴更熟悉大華的全系統產品以及擁有解決問題的能力。工程商朋友可上網報名，除了透過教育訓練、考試之外，也希望藉由教育訓練，工程商朋友更能了解大華的產品特性與能運用的功能。今年初，台灣的三家代理商都已經通過了認證，也更能落實快速解決疑難及協助支援工程商的能力。

創奇科技總經理謝証倫表示，大華的系統目前已經一套完整的全系統，建議工程商在銷售時不再是以單品銷售作考量，而是以滿足客戶需求的角度去推廣，透過系統整合，幾乎客戶的需求都能滿足。這樣做法的好處也在於工程商能擺脫單品低毛利的情



形，客戶在比價上也很難找到相對應的產品或品牌去比價。

在支援上，大華的三家代理商都能與原廠直接聯繫，快速處理，工程商在銷售或規劃大華的產品上，代理商都能及時的協助。張晶表示，今年大華在台灣首重「服務在地化」與「認證機制」，大華在台北與高雄設置了兩位技術支援工程師，能更即時的配合代理商解決工程商的問題。

大華相當著重產品技術開發，企業配置的研發人員就佔了6000多人，特別的是，每年規劃10%的營業額投入產品創新產品開發，在安全方面，每年投入1億元在資安保護的機制上。也因此，大華一直以來並不是以價格為訴求，張晶表示，大華特別針對台灣市場，著重在客製化的軟體開發，也因此，台灣市場的大華產品在價格上勢必沒辦法與其他地區相比，加上大華的產品均通過BSMI、NCC等等認證費用，勢必反應在價格上，但相對的，品質與穩定度也會讓工程商朋友滿意。

洪東京表示，除了在技術與服務的支援外，大華在行銷推廣上也有所調整，接下

來將針對消費者做行銷推廣，目前已有合作的工程商在各大路口做大型招牌，也希望藉此能將大華品牌打入消費者端，讓消費者能認識大華。張晶表示，大華在台灣除了產品的銷售與品牌的建構之外，也希望透過公益活動打造大華的社會企業形象，在代理商的協助之下，透過偏鄉的捐贈與關懷，更能實際關懷社會，替社會盡一分心力。