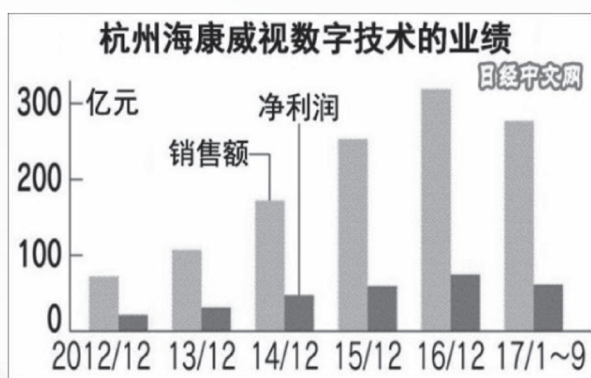




跳脫傳統思考才有競爭力—— 如果你是海康威視， 2018你會怎麼玩？

施正偉

從今周刊謝社長的「一家海康威視打趴了台灣一整個產業」，這個報導效應談起……，海康威視，這家在 2001年11月30日在中國浙江杭州所成立的公司，今天已成為全球最大在影像監控，公開上市營業額最大的公司。



海康威視從杭州的小新創起身

年前時，我與串流國際張總在網路上交流

，聊到有關於2003以前，在中國出現的所謂「數字安防」的公司。當時這個時期，在中國華北有行者貓王、黃金眼、藍色之星（現改名為藍色星際）、漢邦高科……；華中有武漢的恆毅、微創……；華東的上海數碼安防……；杭州的大立、大華、海康……；華南深圳的德加拉、圖敏（兩家源自四川，德加拉據稱有來自印度的演算技術）……。（以上僅為列舉）

不管是海康或大華，他們都僅只是這群，當時的中國安防「新創」企業，特別在2003以前，當時監控業仍是類比技術主導時代，他們的規模相較於當時，中國深圳最大攝影機廠商的宏天視（後併入CSST），這些數位安防公司，在當時都還不能稱作是一個「咖」。



「平平攏係 18 歲，漢操差這麼多」

台灣與中國兩邊，在監控產業的消長，就根源在1998-2003年間，技術、產品、產業、市場的交織變化。我在我個人臉書的動態 (Wells Shih) 也做了些陳述。如果從我個人的角度上看，台灣監控產業，當時大部分廠商是抗拒數位的，而中國則是期待的。

而在台灣，同樣有一批數位背景廠商，投入在這領域。而時間點則更早於中國的這批新創，大約至少有三年的時間。這些有一碩、圓剛（現為圓展）、幻象、圓智、洋銘、虹智、力航、廣鑫、三捷、特佳、史賓納、連昇、睿意、碩蕙、佳鋒、創視、新眾、滿景、威達電、研想、研華、瑞柯、映佳、台灣肯懋……（列舉），以及現在大家耳熟能詳的晶睿、奇偶。

而這邊也必須提及，當時在國際市場上，也同樣有一批數位監控的廠商，在過去二十年間，一代接著一代各領風騷過。如瑞典的AXIS、北美的 DPS、Loronix、Nicesystem(以色列)，德國 Dallmier、Geutebrück，韓國的Kodicom、3R等……。

數位技術導入帶來監控業一連串骨牌效應

這些數位廠商的背景技術領域，有 IPC工業電腦（這IPC不是大陸稱的 IP Cam）、多媒體技術、網路與串流技術、系統軟體技術、應用軟體技術、壓縮技術、晶片技術……等等。

因這些技術背景的不同，衍生出來的數位監控產品，就形成了派別的不同。所以形成了市場上所謂 PC Base (Window Base/Linux Base)、Stand Alone (Embedded, 嵌入式, RTOS)等，第一代的數位監控技術。

隨著影像監控的需求增加、路數增加、遠端影像傳輸的需求浮現等因素，再加上影像往高清、色彩力求真實還原等，還有如何符合網路環境上傳下載的要求，因而過去類比時代未曾碰到的技術，不斷被導入引進。

另外，對於不同環境的監控應用需求，越來越多的應用場域，對於如影像整合門禁、感應裝置的連動等，甚至到現今如臉部偵測、語音偵測、人流計數等不同的應用，不斷都在與即時影像應用互搭互整。

技術-產品-產業-市場科技產業的循環變化

所以我在臉書的動態上提到，來自產品的變化，加上產業的變化，以及需求市場的變化，三端的綜效變化所致。把產品的變化一一細剖，產業變化就進來了。



海康威視集團總裁 胡揚忠



2001年，我曾在安全 & 自動化雜誌上，發表一篇「監控產業的通路變革」，目的就在探討隨著多元不同技術的不斷導入，所引發市場的交易模式、銷售通路，也都不斷在變化中。

也就因為一出社會，我就幾乎從業於電子相關產業媒體的工作，雖然不是技術背景出身，但是從零組件、資通訊、工業電腦與自動化整合，到安全監控的媒體工作，非常感謝這一路走來有這麼多廠商，願意教導我，並分享這些科技的原理與應用。

趨勢來自於技術-產品-產業-市場的每一個現在進行式

不論在台灣，或是在中國，甚至是到了國際，我的媒體工作生涯，就是與廠商朋友們，不斷地聊技術、聊產品、聊產業、聊市場，交換心得觀點，所以永遠都有聊不完的新鮮事。

有很多廠商朋友都說，我把市場的趨勢抓得很準。事實上是電子科技產品，很多是針對同一塊領域，或相關的領域應用，而市場不就是不斷的聯合、組合與整合，以及因此不斷地產生變化與發展嗎？碰巧我又從事媒體工作，有這樣的機緣而已。

在年前從今周刊謝社長針對海康威視，發表了他對台灣產業衝擊的看法。我的好朋友智慧家庭實驗室臉書社團版主林祐祺，與我都轉貼在臉書上，得到很多的迴響，包括對海康因其有中國政府注資，而有比其他中國安防廠商，有更多的既得利益與優勢……。

當我看完這篇報導，以及臉友們的回應後

，我再到中國的網路，看看有關這家公司的相關報導。我認為不論這家公司，對於台灣的製造商是競爭者；或對於它在台灣的經銷代理商們是一個合作者，都應該要有更客觀的評析，才能對這家公司得到有更具體，還有在它的 SWOT 上有所了解。

用 SWOT 看世界

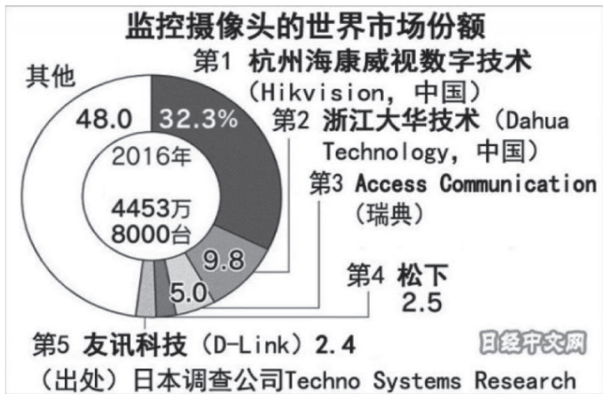


而從技術、產品、產業、市場這幾個面向，來對這家公司做一個探討，應該才能更具體看到，這家公司的基本整體面貌，還有他背後真正的競爭力。

海康威視從一家研究單位為背景的中國企業，到今天變成這麼大隻，大概也是全世界絕無僅有的奇蹟。然而它也是從一小隻，開始變得這麼大隻。這也讓我想到鴻海，在我踏入職場工作時，鴻海頂多算是國內一家 Connector 大廠而已，誰知道 2016 整個集團的營業額會到4兆3569.88億元（歷年次高）。

海康威視 2016 營業額達 人民幣 320億（合新台幣約 1600 億），對比台灣安控上市櫃公司，當然一定有很大的衝擊。但會像今週刊謝社長所說的，台灣產業幾乎滅頂嗎？

我個人的看法是，台灣監控產業的公司，沒有把「企業的 C/P 值」做好，而讓海康有機會「放大」了營業額。我無意挑戰謝社長的權威，但應該把韓國、日本、歐美相關企業一併比較，才能知道台灣這些安控公司的 C/P 值（或說 PR 值），究竟在整個國際競爭中，落在什麼平均水準上？



謝金河：「海康威視」已讓台灣安控產業滅頂 鉅亨網| NOWnews今日新聞
(Access Communication應為誤植，實際為 AXIS)

海康威視是神，還是有神？

再回來談海康，它真的無敵嗎？事實上海康從我個人的觀察，從數位影像儲存出發，向前跨到了影像輸入的攝影機，另外又把數位錄影必要的硬碟資源掌握在手中，因而在產品完備度上，比其他中國安防企業，具備更多的競爭優勢。但其他如雲技術、人臉辨識，事實上海康仍只是在發展中的應用方向，還未到足以吸引應用市場，能夠像現在呼風喚雨的地步。

一年前我在北京，也才與負責海康旗下的螢石品牌總經理聊過，同樣的這個海康想跨入智慧家庭領域的解決方案，至今仍在發展中，而其還面臨小米，還有如福斯康姆、萬佳安……一堆家用攝影機的競爭，卻也還沒有拉開競爭的差距。

大家都說海康因有中國政府注資的國營背景，所以拿公家的案子如探囊取物。事實上如果你了解中國的公共項目運作，這說法並不充分的。因為中國各片區各省，都有其當地政府的主導性，我相信海康的國營背景，

讓它接他們政府的項目，確有其優勢，但我只能接受是具有相對優勢的說法，而不是絕對優勢。

所以我必須說，很多人對海康的描述，是不完整與不客觀的。情資收集不夠徹底，只看到它大，難怪競爭力不如人。我想上面這些敘述，我已經表達了一些，對於海康的SWOT分析描述了。

我很清楚地記得，2004年我第一次與海康威視的領導人胡揚忠，在上海見面時，他的第一句話這樣說：「施先生您好，你們台灣的安防企業太了不起了。慧友、杭特、陞泰太厲害了，怎麼可以把產品做得這麼好，又這麼便宜？他們一直是我努力學習的對象……」，不到十五年的變化，今昔相比，令人感覺彷彿錯置時空！

解決方案和服務的市場來臨

大家都在說，賣單一產品的時代過去了，未來要賣的是解決方案和服務。前面我已提到，海康在這方面，離像現在能呼風喚雨的情形，還非常的遠。但是海康開始把它的解決方案，大量曝光在市場上，至少它開始在這樣在運作，但成功的機率如何？

或許大家來玩一個遊戲，來一個跳脫的思維：如果自己是海康威視，在智慧家庭領域會怎麼玩？在智慧零售會怎麼玩？在智慧交通上會怎麼玩？……

當把自己當成龍頭老大來玩，自然而然就會清楚自己要怎麼活！

(原文發表於 <http://3smarket-info.blogspot.tw/2018/01/2018.html>)