

台灣科技業競爭力的 今 昔 與 未 來

3S MARKET 施正偉

技術在變、產品在變、產業在變，當然市場也在變。

二十多年前，賣一支攝影機至少賺十支以上的利潤；現在賣二十支 AHD 攝影機，不知道是否能與二十年前，賣一支攝影機的利潤相比？

這二十多年來，監控業確實歷經了數位化、網路化、系統整合化，現在更進到垂直產業應用整合化（對岸稱之為行業化）與智慧化。每一個技術的變化，像骨牌效應一樣，會帶來產品的變化、產業的變化，以及市場的變化。差別只在速度的快慢而已。

二十多年前，很多人都說監控業不可能會數位化，如今連智慧化都出來了。當然，很多人仍在冷言冷語的說，什麼 IoT、Ai，這些都是不切實際的噱頭。

然而，過去台灣監控業完全看不在眼裡的對岸安防業，今天全世界都對他們是又愛又恨。不要說安控業，台灣資訊業的兩大 A，

因為就是忽略了技術與市場的轉變，品牌亮度急速褪色。（當然 hp 也放棄了 PC，不過 DELL 依然強悍！）

類比技術，是自有電以來的基本架構。然而數位化卻是至少五、六十年前就一路不斷在發展。電路板的出現取代了真空管，而積體電路微處理器，從幾位元到現在的奈米級，而現在又已開始喊出了量子，技術永遠在前進。

但人大多會活在過去成功的經驗，以及為反對而反對的舒適圈。因為通常新的技術出現，都會影響到舊有的既得利益者。

然而以美國為首的西方經濟型態的陣營，三十年來看到（或說貪圖）中國的人口與低薪紅利，終究把老虎養大了。主要的品牌幾乎都在歐美，台灣、韓國相對溫和，因為中小企業想經營品牌，必須要擁有足夠的通路，特別過去在做全球的外銷，誰有能力去經營通路？

因此能接到這些國際大廠的 OEM\ODM，大家也都甘之如飴，雖然很多老闆都有品牌夢。但台灣很多品牌，充其量只是那些國外進出口商能熟悉而已，真正應用市場能被指名的，大概只有 Double A 與 HTC 少數幾家而已。

速體健長大的中國廠商，一方面得天獨厚，擁有幾乎已經變成，樣樣全球第一的內需消費市場。而螞蟻雄兵（深圳）與猛虎出柙（華為），讓有連任壓力的川哥，也不得不保面子顧裡子。



中國改革開放之後，只要是新的，不僅照單全收，而且激盡全力炒作。只要炒作成功，十億人民幣放口袋，就可擠身馬雲之輩。十幾億人口，想要出人頭地，也只有這樣的捷徑。那是很多從農村到大城市，中國年輕人的憧憬。

所以 IoT炒、Ai 炒，炒出了曠世、商湯、依圖，近百上千的獨角獸，就算把國際市場拿來比，這三十年來恐怕大家只能念出亞馬遜、谷歌。而台灣就更鬱卒了，Double A、HTC之後，我們仍老是拿台積電的台灣老人之光貼臉。

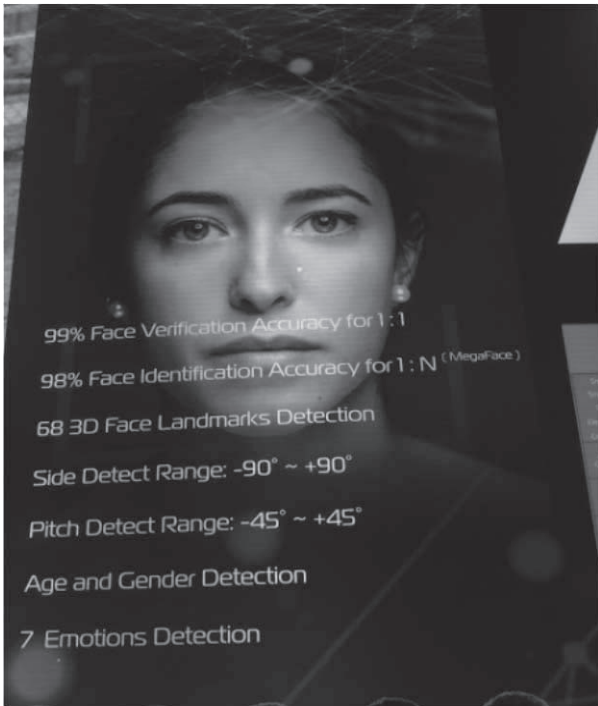


所以，每每 3S MARKET 分享這些新科技應用資訊時，都會招來不少提點，實際上我們也都習以為常了。但事實證明，比例很高的反駁者，似乎真的眼睛有業障！

當然，大家都看到中國把很多技術炒的太過度了，甚至沒熟就端上了桌。像他們一堆的無人經濟，確實也變成了無人消費。然而台灣也在這樣的氛圍下，不斷被邊緣化，這才是我們必須深刻去面對的競爭壓力。

如果台灣的科技業，與中國最大的差異，是在精實與踏實，我們更應該有很雄厚的實力，炒出這些 IoT、Ai 的盤盤好菜，為何需逢 AIoT 必咀咒？

最近與很多監控業廠商朋友們交換意見，從中發現大家也都在找 IoT、Ai，因為這些大多不是監控廠商擅長的技術。很多人也問我對岸有誰有？誰誰的是不是從對岸來的？事實上這些技術與產品，台灣都有，只是曾幾何時，大家都捨自己人不用，寧願去對岸撿一些，不一定真正能用的東西？



這些朋友也回覆了一個不是答案的答案，「我們跟台灣這群 IT 的人不熟啊！」、「我們公司沒人懂 Ai 啊！」難道中國的 IoT、Ai 就可以比較熟？就很好談？



「東風夜放花千樹，更吹落星如雨。寶馬雕車香滿路，鳳簫聲動，玉壺光轉，一夜魚龍舞。蛾兒雪柳黃金縷，笑語盈盈暗香去。眾裏尋他千百度，驀然回首，那人卻在，燈火闌珊處。」

用自己人的才會有競爭力，找對岸只像是在隔空抓藥。大家歷經這二十年來的電子資訊慘業，如果還沒覺醒，台灣的競爭力沒有辦法再提升！觀點分享，還盼不吝指正。

