



首页 | 开栏语 | 综述 | 话安防佳绩 | 观安防市场 | 议安防大事 | 查安防漏洞 | 展安防前景 | 展会

安防IT化

全球监控规模50亿美元 安防业呈现IT化

[来源] [作者]本站编辑 [发表时间] 2007/12/28 19:45:00

随着人们对生活质量要求的提高以及全球反恐大环境所需，全球的安防市场近几年可谓是红红火火，一片繁荣景象。据悉，2006年全球视频监控市场已经超过50亿美元。中国正处于经济的高速发展期，安防市场的发展也非常迅速。

自公安部颁布文件要求对首批21个城市进行“平安城市”试点以来，安防市场的需求更加火爆。安防企业都在欢呼：大蛋糕来了！面对如此庞大而且潜力巨大的市场机会，在相对饱和的it市场中挣扎的it企业当然不肯袖手旁观，眼睁睁看着蛋糕落入别人口中。于是，众多it企业纷纷加入到这个市场争夺战中。国际企业如intel、技嘉、emc、wd等，国内如tcl、清华同方等，都想在这个市场分一杯羹。越来越多的安防企业和业内人士意识到，和it企业共同竞争，共同发展已成定局，安防业的it化也是必然趋势。

其实it企业早就存在于安防市场之中。安防市场随着数字化的推进，早已经不是单纯的安防市场了。芯片技术、视频压缩算法等技术已经远远超出了传统的安防技术领域，安防产品的智能化、网络化更是将安防技术带向了高技术领域，并转向更多、更新的it、生物智能等高科技范畴。你能说视频监控的网络管理不是it技术吗？你能说视频信息的安全存储不是it技术吗？所以说，技术的集成将it企业早就绑在了安防市场这个阵线之中。在安防这个市场不够大的时候，或许并没有引起太多it企业的重视，虽然某些厂商一直身在其中。举个例子说，硬盘录像机一直在用硬盘，可是前几年并没有硬盘厂商关注过安防，这是因为相对于电脑行业，视频监控所用的硬盘还是非常少。当这个蛋糕变大以后，就足以引起it企业的关注和兴趣。中国电信等运营商如今的介入，也充分说明了这个问题。当然，还有一点不一样的是，中国电信等的加入，是一起在把监控这个市场蛋糕做大。

虽说it企业和it技术早已存在于安防业，it企业要想真正介入安防这个市场，还要认识到安防市场和it市场是有所不同的。本人作为涉足安防业不久的it界人士，有几点和大家分享。首先一点，产品导向不一样。it业发展时间较久，产品的设计相对比较成熟，产品的销售数量很大，不同品牌之间的同类产品同质化比较严重，我们称之为流通商品，通常以价格为导向；产品更倾向于厂家设计什么，用户就购买什么，以厂家为导向居多。安防行业近年来日新月异的发展，产品也是层出不穷，产品的差异化比较大，产品的设计往往是以解决方案的形势出现，以客户需求为导向居多，我们称之为增值产品。用户对增值产品最为关注的是价值，产品买来以后要经过安装、调试等环节方可使用。这中间体现了销售商的增值，产品以价值为导向。而流通产品的价值则体现在价格之中。

其次，销售模式和渠道体系不一样。it产品面对更多的是最终消费者，产品的营销需要唤醒消费者的注意力，电视等大众媒体和it专业媒体是必须的销售工具。销售渠道往往是直销或尽量少的中间商，每个销售环节以厂家资源为导向，谁能够拿到更好的厂家资源，谁胜出。而安防产品是工业用品（在没有大规模进入家庭使用之前），通常来说，产品从购买、安装、调试，大部分的工作是由工程商来完成的，产品从出厂到使用，环节非常多，本地的销售商和服务商就显得非常重要。产品面对的用户往往是企业、事业单位等，产品的设计和最终用户的需求挂钩，所以很多情况下产品的销售都需要参与到项目的运作中去。这决定了安防产品的销售中，谁能够把握客户资源，谁胜出。

安防市场的技术呈现it化的趋势，流媒体技术、互联网技术等都在促进安防市场的it化进程，这也给更多的it企业融入安防市场提供了契机。it技术与安防技术的融合（如软件企业的介入），可以弥补国内安防行业技术匮乏的现状，可以加快安防产品的开发速度和提高安防产品的稳定性。安防市场作为it企业的一个细分市场之一，有其独有的特点。it企业无论是外资还是国内企业，需要针对安防市场的特点作策略性的调整才有可能发展得更快、更好。针对前面提出的第一个产品导向的问题，企业可以考虑专门为安防行业定制产品，以迎合市场和客户的需求。另外，it产品的扁平化销售模式和安防行业众多环节的中间商的利益可能会有冲突，厂商可以考虑在销售环节上突出工程商等的服务价值，给中间商留出足够的空间来进行市场运作。

再者，从品牌建设的战略来说，it企业应把安防市场当作一个全新的舞台去发展，踏实从头做起。国内安防市场现在是百家争鸣，大小品牌不计其数。it企业可以充分利用自己在it市场已经建立起来的品牌优势和经验，继续扩大在安防市场的影响。安防市场注重的是增值和服务，对工程商的教育和培养不可缺少。争取到一个好的代理商或工程商，对产品的推广也是一种保证，对品牌形象也是一种提升。工业产品的推广和消费产品的推广也有所不一样，大众媒体不再需要而转向专业媒体，厂家或代理商的业务员上门推广也仍是一个不可或缺的手段。

还有，对于人才策略，让it人做安防还是让安防人做it，是一个仁者见仁，智者见智的问题，各企业可以采取自己合适的模式。最后一点，it企业可以采取和安防企业强强联合的方式，快速的提升自己企业在安防界的竞争力。it企业帮助传统安防企业提升it技术能力，安防企业帮助it企业提升品牌影响力，达到双赢的局面。更深入一点，因为安防的销售渠道有其特殊性，it企业也不妨考虑“借用”安防企业的销售渠道，与安防企业或是器材销售商等相结合，将产品快速渗透安防市场。举个很好的例子，西部数据公司是一个传统的国际it企业，专注于硬盘的制造和销售，国内安防行业起初并不了解这一家公司。为了尽快打开国内的安防市场，西部数据公司参与了国内知名dvr厂商—海康威视的客户年终客户答谢会，产生一定的客户认知度；把产品作相互的认证测试和推荐，并共同参加了06年北京国际安防展，在短时间内快速提升了自己的品牌知名度，成为众多安防工程商和甲方的硬盘首选品牌之一。在这同时，西部数据公司的高可靠性产品也帮助海康威视解决了硬盘在dvr长时间录像时产生的一系列问题，实现双赢。

安防行业走到今天，it技术的融合、it企业的加入都是不可避免的，安防企业必须拿出更积极的态度来面对这件事情。安防产品要想更上一层楼，必须得借助it技术，达到更高的网络化、智能化。也需要了解到，随着越来越多的it技术的使用，在it业存在的一些市场规律也会在安防业显现出来。比如说，产品的生命周期会更短，产品的推出会更快，产品的价格下降也会更为迅速。安防企业必须提早做好准备！“他山之石，可以攻玉”，不妨借用it业的先进技术来改进自己的产品，学习it业的先进管理营销模式，来提升公司在市场中的核心竞争力。如果自己的产品需要用到it技术，毕竟还是向it公司取经来得快些。又回到前面西部数据公司的例子，对于硬盘来讲，传统习惯上安防工程商或者dvr厂商都会到电脑城中购买硬盘，并没有人除了知道硬盘的容量和转速以外，对硬盘有更多的认识。这直接导致了前几年硬盘的高故障率问题在dvr的使用当中突显出来。随着西部数据等硬盘厂家的介入，对视频监控应用的了解，厂家就推荐了re系列这种高可靠性的服务器用硬盘来满足视频监控的稳定性要求。再者，dvr厂家对于硬盘设备的底层命令、硬盘的数据结构、组织结构以及一些长期存在的硬盘使用的问题都得到了更清楚的解答，使自己的软件更加完善。而对于it企业来讲，一定要清楚地认识到自己给安防企业带来的价值，自己的优势、劣势，一方面帮助安防行业解决问题，另一方面可以将自己的产品更好地与安防相结合。it企业进入安防其实是对整个行业有利的，起到相互促进，相互提升这么一个作用。当然，在某些程度上，竞争也是不可避免的。

上一篇：[市场竞争使安防行业IT化是必然趋势](#) 2007/12/28 19:44:00
下一篇：[刀片支撑全球眼！IBM与互信互通全面合作](#) 2007/12/28 19:47:00

支持单位：中华人民共和国公安部科技信息化局

主办单位：中国安全防范产品行业协会 电话：010-68730588 地址：北京市海淀区西三环北路87号国际财经中心C座1401

承办单位：中国安防行业网 电话：010-63326302 E-mail:infor@21csp.com.cn

关于我们 | 网员服务 | 广告服务 | 诚聘英才 | 站点地图 | 联系我们 | 友情链接

版权所有：北京寰岛世纪信息技术有限公司 最佳分辨率 1024*768

Copyright 2006 21csp.com.cn ALL rights reserved