

專注影像應用服務的AIoT解決方案



物聯智慧加大AI方案整合力道，推出多項雲端應用服務。(圖:業者提供)

f

Aa

📄

Tag 趨勢分析 AI 物聯智慧

今年將滿 15 歲的物聯智慧 (TUTK)([6565-TW](#))，回顧 2008 創立之時，所有人對”物聯網”的想像還在紙上談兵之際，這間初期主要以提供”軟體授權”服務的公司已經拿著圓鋤往物聯網應用服務的方向開路，前面用了六年時間累積服務的硬體才突破 300 萬台，但到今日，全球已經累積 1.4 億台物聯網設備都是採用其技術，成長幅度達 460%。

近日物聯智慧才與電信龍頭 - 中華電信完成簽訂 MOU，針對道安路口監控與警政保安監控領域，以中華電信提供的影像 AI 監控方案結合物聯智慧的 Cloud VMS，在完成技術對接整合後，也規劃以整案輸出的模式進軍國際市場。中華電信與物聯智慧合作的契機，就是看重物聯智慧累積多年的雲端應用整合能力，且對接簡單、又可兼容多樣的硬體設備、具擴充彈性與穩定性，雙方可說是一拍即合。

創立初期經歷過跌跌撞撞才站穩腳步，如今眼下的物聯智慧早已不是當初單純提供軟體授權服務的公司，在具有獨到遠見與市場敏銳度的總經理郭啟銘帶領下，多年前即提出為客戶建立”設備社群 (Device Community)”的概念，2015 年自行開發的 Kalay 雲端平台讓所有設備都上雲端，這為客戶創造出更多物聯網應用服務的可能性。郭啟銘用 5 年的時間投入雲端服務的研發，如今應運而生多項應用服務，包括雲端影像管理系統 (Cloud VMS)、IoT 設備管理平台(DMP)、Kalay 開發控制平台(KDC)等，吸引北美專業安防品牌商、大型電信商、矽谷 AI 軟體業者敲門探詢合作。客戶型態的轉變則反映在物聯智慧這兩年主要營收項目比例的結構性變化，除了穩定的軟體授權服務收入，最明顯的就是雲端服務收入的成長，也是創造穩定之”年度經常性收入 (ARR)”的關鍵。

這幾年因疫情肆虐，各產業運作都產生質變，物聯智慧所開發的應用服務也扮演著協助傳統硬體製造商、系統整合商數位轉型的推手角色，近年的雲端服務往推廣訂閱制、全雲端化發展，就以全球專業安防產業為例，品牌商多尋求把商業模式從單純硬體賣斷銷售轉變為提供雲端訂閱制 (Subscription) 服務，以創造持續性的訂閱收入；也因此，這些缺乏資源自行開發雲端平台的業者就需要一個兼具安全、穩定、性價比高，且能快速整合的雲平台，也是 TUTK 能直接切入提供服務的優勢所在。2022 年物聯智慧已經協助多個客戶完成 Cloud VMS 及 DMP 的客製化開發工作，待 2023 年客戶正式推出產品服務之後，即可帶動雙方市場份額的擴張及增長。



物聯智慧發展至此，即已走到市調機構 Gartner 所提出所謂”物聯網發展三階段”中最具價值的”應用服務期”；放眼未來，物聯智慧的雲端平台價值展現在串接更多第三方 AI 應用供應商、連線安全又不中斷的服務特性，並產生經常性的訂閱服務收入，這對於長期固定營收的挹注，以及雲端服務業務比重的提高都有推升作用，也使公司營運持續成長的後市值得期待。

Aa

📄