

저화소 디카 교체 시기와 맞물려 메이커간 치열한 경쟁 예상

디지털 카메라 시장 동향 및 전망

젊은층을 중심으로 폰카메라와 더불어 패션 아이콘으로 자리잡은 디지털카메라의 고속 성장은 계속되고 있는 가운데 올해는 3~4년전 200만 화소대 이하 제품을 구매했던 소비자 이들의 교체수요와 맞물려 그 어느때보다 카메라 메이커간 시장 1위 다툼이 치열할 것으로 보인다. 특히 세계적으로 디카 시장이 어느정도 성숙기에 접어들면서 가격경쟁이 심화됨에 따라 결과적으로 메이커들의 수익성 문제로 불거졌고 카메라 사업을 포기하거나 사업구조를 개편하면서 수익성을 확보하려는 메이커들도 생겨나는등 시장 재편의 조짐도 보이고 있다. 이는 국내 시장에도 영향을 미쳐 올해는 그 어느때보다 메이커간 치열한 공방전과 국내 시장의 지각변동이 예상되고 있다.

취재/박지연 기자

국내 시장의 디지털카메라 고속 행진이 계속되고 있다. 내수부진 및 경기불황에도 불구하고 디지털카메라는 매년 20% 이상 급성장을 기록하며 상승곡선을 그리고 있다.

시장조사업체인 마케팅서비스코리아에 따르면, 지난 99년만 하더라도 3만여대에 불과했던 시장규모는 2000년에 11만대, 2002년에는 40만대, 2003년에는 80만대, 2004년에는 140만대까지 경중 뛰어올랐다. 불과 몇 년전만 하더라도 PC환경에 친숙하고 새로운 유행에 관심이 많은 20~30대 젊은 층에만 한정되던 디카는 이제 연령과 직종을 뛰어넘어 대중적으로 크게 확산되었다. 디카가 단순 사진만을 찍는 도구가 아니라 하나의 패션 액세서리로 자리잡은지 이미 오래이며, 조만간 '1인 1 디카' 시대를 예고하고 있다.

시장조사업체인 IDC에 따르면, 지난해 전세계 디지털카메라 시장은 약 7400만대 규모로 2003년 4900만대에 비해 51%가 증가했다. IDC에서는 이러한 요인을 아시아와 유럽지역에서의 디지털카메라 구매 수요가 크게 늘었기 때문으로 풀이하고 있다. 미국의 디지털 카메라 판매 증가율은 약 10% 인 것으로 나타났다. 올해 디지털카메라의 세계 출하량은 9000만대 정도로 완만한 증가세를 보일 것으로 전망했다. 이는 전체 디카 출하량이 2003년 4793만대에서 작년 7150만대로 49.2%나 급증했으나, 올해의 경우 교체수요가 많지 않을 것으로 판단했기 때문이다. IDC는 지난해 200만 화소 카메라의 소유자들이 5~600만 화소 카메라로 교체하면서 디카 수요가 급증했으나, 올해의 경우 교체가 증가할만한 특별한 요인이 없으므로 메가픽셀 카메라에 대한 대체수요는 어느 정도 끝난 것으로 분석했다.

우리나라의 경우 업계 관계자들의 전망을 종합해보면 디지털카메라

표 1. 우리나라 디지털카메라 시장 규모

(단위: 대수)

1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년(전망)
30,000	110,000	250,000	400,000	800,000	1,400,000	1,800,000

〈출처: Gfk마케팅서비스코리아〉

시장이 올해 최저 180만대에서 최고 200만대로서 금액으로 따지면 9천억원 내외가 될 것으로 추산된다.

시장조사전문기관인 Gfk마케팅서비스코리아에 따르면 우리나라 연도별 전체 디지털카메라 판매대수는 지난해가 140만대였고 올해에는 180만대 시장에 진입할 것으로 예상하고 있다.

이처럼 디지털카메라 시장의 열기는 갈수록 고조되는 가운데 특히 올해에는 3~4년전 200만 화소대 이하의 제품을 구매했던 소비자들의 교체수요가 맞물려 시장 선점을 위한 메이커간 경쟁이 그 어느때보다 치열할 전망이다.

2004년 디카시장 동향

DSLR카메라 시장의 급성장과 '디지털 컨버전스'의 강세

2004년 국내 디지털카메라 시장은 메이커마다 제시하는 수치에 다소 차이가 있지만 전반적으로 140만대에서 150만대에 이른 것으로 파악됐다.

지난해와 같이 고유가, 환율 급락, 실업의 장기화 등 갖가지 악재가 지속되면서 IMF때보다 더 심각한 내수경기 침체기를 겪은 과정에서 디지털카메라는 고성장을 기록했다. 이는 핸드폰과 같이 '1인 1대' 보유 수준으로 시장이 확대되고 있고, 디지털카메라의 사용자층이 20~30대 위주에서 최근에는 10~60대에 이르기까지 폭넓고 빠르게 확산되고 있으며, 인터넷, TV홈쇼핑, 할인점, 양판점 등 대형 유통점에서 판매비중이 증가한 것도 주요인으로 꼽힌다.

지난해까지 디카시장의 특징이라면 디카 구입시 활용도보다는 화소위주로 구입하려는 우리나라 사람들의 속성을 그대로 반영해 주듯이 2002년도에는 200만 화소, 2003년도에는 300만 화소대가 시장의 주류로 인기를 모았고 작년에는 500만으로 평균 뛰어 오르며 시장의 메인 트렌드로 조기에 정착한 점이다.

또 한가지 큰 특징은 DSLR 카메라의 시장 분할이다. 디지털카메라 시장이 점차 커지면서 전문가용으로만 인식되어 온 DSLR 카메라 시장에 일반 유저들을 겨냥한 보급형

DSLR이 등장했다. 보급형 DSLR 시장에서는 'EOS 300D'를 앞세운 LG상사 캐논의 독주를 시작으로 니콘, 올림푸스, 미놀타, 펜탁스 등이 신제품을 출시하며 본격 경쟁 체제를 이루었다. DSLR은 2003년부터 100만원대 초반 가격의 보급형 제품이 나오면서 서서히 수요가 늘기 시작하더니 디카업체들이 경쟁적으로 보급형 제품을 내놓으면서 90만원대까지 가격이 내려왔다. DSLR시장은 보급형, 준전문가형, 전문가형 등으로 시장이 분할되고 있으며, 전반적인 디카시장으로 볼때에는 스냅용 콤팩트 디지털카메라와 보급형 DSLR로 일반 소비자들의 수요가 양분화되는 추세이다.

이밖에 작년 한 해를 즐기차게 이끌어온 디지털 가전시장의 화두는 '컨버전스'라 할 수 있다. 각 제품별 고유 기능을 강조하던 기존과는 달리 한 제품으로 다양한 기능을 발휘할 수 있는 제품이 앞 다투어 출시되었고, 시장에서 많은 인기를 얻었다. 이같은 기조는 2005년에도 계속될 전망이다. '휴대폰+무선랜+MP3+카메라' '프린터+스캐너+복사기' '영화+TV+MP3+내비게이션' 등 한 제품에서 다기능을 구현한 컨버전스 제품들의 시장 선점 경쟁이 작년 이어 올해에도 치열할 것으로 예상된다.

2005년 디카시장 전망

업계의 수익성 악화 및 국내 디카 시장의 지각변동 예상

올해 디지털카메라 시장은 메이커마다 제시하는 수치상 다소 차이가 있으나 180만대에서 200만대 규모로서 디카 매출 성장률은 10~20%선을 이어갈 것으로 전망된다. 얼마전 독도문제로 인하여 일산 제품의 홈쇼핑 방영 제한 및 불매운동으로까지 이어지는 소동을 겪고 삼성테크윈과 코닥을 제외한 대부분의 메이커들이 기대에 못미치는 실적을 내며 연초에 세운 올해 목표에 대해 비관적인 전망을 내놓기도 했으나 점차 예년수준을 되찾아가는 분위기이다.

올해에는 전반적으로 고화소 시장으로 이동하긴 하지만

국내 사진산업의 동향 및 전망

시장의 평균가격은 소폭하락이 예상되는 가운데 500만 화소대가 한동안 주류를 이루다가 서서히 700만 화소대로 이동할 전망이다. 또한 500만 화소 이상의 100만원대 DSLR도 붐을 이루는 가운데 본격 고화소대 시장 경쟁이 가속화 될 전망이다.

한국후지필름의 정해환 주임은 “올해 메이커별로 보급형 DSLR 판촉 경쟁이 치열한 가운데 70만원대 중후반까지 가격 하락이 예상된다”며 “DSLR의 경우 보수적인 입장에서는 10% 미만으로 보는 경우도 있으나 대체적으로 디지털카메라 시장 전체에서 20%까지 성장할 것으로 예상된다”고 말했다.

특히 올해는 지난 2002년 이전에 200만 화소대 이하의 제품을 구매했던 70~80만명 가량의 소비자들이 고화소 및 다기능 제품으로의 교체할 것이 예상돼, 각 메이커들의 다양한 신제품 출시와 마케팅 경쟁이 어느해보다 더 치열할 것으로 보인다.

한국후지필름의 정해환 주임은 “현재 국내 디지털카메라 보급률은 20%미만으로 아직 디카 수요가 많고 메이커간의 과열경쟁이 치열한 상황”이라며 “300만 화소 구입자 중에서 교체수요는 많지 않을 것으로 생각되나 국내에 디카가 보급되던 시기였던 2001년부터 2002년까지 구매한 200만 화소대 이하의 구매자들의 경우 올해 교체 및 신규수요가 상당할 것으로 예상하고 프로모션등을 준비중”이라고 말했다.

그밖에 올해 카메라시장의 특징으로 디지털카메라의 보편화 추세와 함께 단순히 화소를 앞세우는 것이 아니라 개인의 개성을 반영하는 다양한 디자인과 기능을 살린 실용적인 모델이 크게 인기를 끌 것으로 예상된다. 그에 맞춰 메이커들만의 특징을 살린 전략기종 개발과 홍보에 집중할 것으로 보인다.

한국코닥 관계자에 따르면 “디카의 보급이 확산됨에 따라 디카 본연의 기능적인 측면에서 벗어나 액세서리 또는 패션 아이템으로 활용이 가능한 휴대성과 디자인을 고려한 제품들이 지난해에 이어 올해에도 강세를 보일 전

망”이라고 말했다.

삼성테크윈 장재원 과장은 “국내 시장 특성상 디카 구입시 활용도보다는 화소 위주로 구입하는 소비자들의 성향이 강했고, 삼성의 경우만 보더라도 후발업체다 보니 기술력에 대한 압박감으로 인해 고화소에 주력한 이유 등이 전체시장의 고화소화를 가속화시킨 한 요인”이라며 “그러나 더 이상 국내시장에서 화소경쟁은 의미가 없어졌으며 소비자가 스스로가 자신에게 어떤 카메라가 맞는지 잘 알기 때문에 메이커들은 기능성과 디자인에 더욱 주력할 것으로 보인다”고 말했다. 이에 따라 메이커들은 지난해 액정을 키우고 배터리 성능을 높이는가 하면 크기는 더욱 작고 슬림하게 디자인성을 고려한 제품을 앞다퉈 출시한 바 있는데 올해에도 이러한 기능성과 디자인성에 더욱 주력할 것으로 보인다.

2005년 메이커들의 주요 마케팅 전략 기능성과 디자인 살린 신제품 출시 및 마케팅 경쟁 치열할 듯

올해 디지털 카메라 시장은 어느 누구도 ‘절대강자’를 자신할 수 없는 상황이다. 앞서 언급했듯이 올해는 국내에 디카가 도입된 초창기부터 2002년까지 디카를 구매한 소비자들의 재구매가 이뤄지는 시점이라 보고 시장 선점을 위한 메이커들의 치열한 접전이 예상되고 있다. 특히 국내 시장은 아직 20~30% 이상 고속성장을 계속하고 있는 시장으로서 어떻게 보면 시장 성숙기라기 보다 ‘성장기’에 가깝기 때문에 메이커들에게는 아직 ‘매력적인’ 시장임에 틀림없다.

삼성테크윈의 장재원 과장은 “올해 디지털카메라 시장의 전세계 수요를 8300만대 정도로 예상하고 있으며 앞으로 전세계적으로 볼때 1억대까지 성장할 것으로 보고 있다”고 말했다.

그러나 현재 국내를 제외한 전세계적으로 보면 디카업체들이 고전을 하고 있는 실정이라고 한다. 이유는 바로 수익성 문제. 시장이 급성장하고 어느정도 성숙기에 들어가면서 가격 경쟁률도 치열해짐에 따라 그에 따르는 수익성 문제는 시장 경쟁력이 떨어지는 업체들에게는 바로 ‘사형선고’나 다름이 없는 것이다. 현재 카메라 메이커들이 다들 어려움을 겪고 있는 가운데 메이저가 아닌 업체중에서는 디카 사업을 포기하거나 사업구조를 재편하는 쪽으로 방향을 바꾸는 것에서 잘 알 수 있다. 교세라에서 디카사업을 포기한 것과 코니카미놀타와 펜탁스가 부가가치 높은

제품에만 집중하겠다고 선언한 것 등이 대표적인 예이다. 대외적으로 디지털카메라 시장이 이렇게 급박하게 돌아가는 상황에서 국내 시장 역시 향후 판도변화에 귀추가 주목된다. 국내 토종 카메라업체인 삼성테크윈을 비롯하여 올림푸스, 캐논, 니콘, 소니, 후지필름, 코닥, 코니카미놀타 등은 한치의 양보도 할 수 없다는 입장이어서 올해 국내 디카 시장의 지각변동에 예상되고 있다.

삼성테크윈은 올해 1월 출시한 700만 화소급 '케녹스 V10'과 2월 출시한 '케녹스 U-CA5'에 이어 6월중에는 슬림한 디자인을 강조한 초박형 디카를 출시하고 하반기에 800만 화소의 고기능성 디카를 선보일 예정이다. 올해 모두 15종 정도의 신제품을 출시할 계획인 삼성테크윈은 기존에 상대적으로 열세였던 젊은층을 상대로한 프로모션 및 마케팅에 집중할 계획이다. 한편 삼성테크윈은 작년말에 필름카메라 판매를 중단하고 디지털카메라에만 집중해 나가기로 했다.

지난해에 이어 올해에도 기존 아날로그 업체의 이미지를 깨고 첨단 디지털솔루션 업체로서의 이미지를 심는데 주력하고 있는 한국후지필름은 '조인성'이라는 모델을 내세워 홈쇼핑, 인터넷, 싸이월드 홈페이지 등을 통해 이미지 개선에 계속 주력할 계획이다. 또한 후지필름의 강점인 원천기술을 앞세워 아날로그 카메라로 찍은 사진처럼 깊은 맛을 내는 디지털카메라를 만드는 회사로 강하게 소비자에게 어필하겠다는 전략을 갖고 있다. 상반기에 630만 화소의 'F10'을 선보이며 좋은 반응을 불러일으키고 있는 가운데 하반기에도 고화소 고배율의 고급기종인 F시리즈 등 15기종을 선보일 예정이다.

코니카미놀타 제품을 공급하고 있는 우성포토교역은 지난 1월 코니카미놀타의 첫 번째 DSLR 제품인 'Dynax 7D'를 출시하며 좋은 반응을 얻고 있는 가운데 800만 화소의 'A200'과 500만 화소의 슬림형 카메라 'X50', 그리고 'Z5'와 'Z20' 등을 시장에 선보였다. 우성포토교역은 5월 코엑스에서 열리는 서울국제사진영상전에서 소비자들을 상대로 대대적인 홍보를 펼치는데 이어 올해 다양한 채널을 통한 지속적인 제품홍보와 이벤트행사를 펼쳐나갈 계획이다.

최근 가정용 디카로 적합한 '이지쉐어 Z740'을 출시한 한국코닥은 앞으로 줌기능을 강화한 Z시리즈, 디자인과 성능을 겸비한 V시리즈, 고급 사용자들을 위한 기능 중심의 Pro 시리즈를 계속 출시할 예정이다. 이와 함께 디카 사용자들의 가정용 포토프린터 구입이 급증함에 따라 홈 디지털

인화시스템과의 번들 패키지 판매 및 홍보에 주력할 예정이다. 또한 온오프라인의 다양한 소비자 체험 이벤트를 통해 디지털 사진의 인화 트렌드를 유도해 나갈 예정이다. 또한 스타일리쉬한 제품으로 코닥의 주요 타겟층인 'Young Family' 뿐만 아니라 젊은 층 공략에도 나설 예정이다. 그 밖에 싸이월드 미니홈피(www.cyworld/digitalkodak)를 이용해 다양한 온라인 이벤트를 지속적으로 펼쳐나갈 계획이다.

니콘 카메라를 공급하는 아남옵틱스에서는 600만 화소의 DSLR의 해상력은 이미 35mm 필름카메라를 능가했다는 견해가 일반적인 상황에서 무의미한 화소경쟁을 접어두고 다이나믹레인지나 발색의 개선, 이미지프로세싱의 정교화 등에 중점을 둔다는 전략이다. 온라인 프로모션 강화를 중심으로 하반기 프로모션 계획을 수립하고 있으며 신규고객에게만 편향되지 않는 다양한 마케팅을 펼쳐나간다는 계획이다.

캐논 카메라를 공급하는 LG상사에서는 지난해 DSLR중 'EOS 300D'로 꾸준한 인기를 누린 가운데 올해 3월에는 후속모델로 'EOS 350D'를 출시하면서 여전히 인기를 이끌어가고 있다. LG상사는 올해 소비자들의 체험기회를 넓혀 캐논의 제품 기술력을 잠재 고객에게 알리며 다양하게 활용하는 방법을 소개할 예정이다. 특히 전국적으로 5개 설치되어 있는 캐논 플라자를 금년중으로 확대할 계획이다. 이 곳에서 실시되는 교육은 이미 다른 업체와는 차별되게 캐논 고객뿐만 아니라 일반 소비자들을 대상으로 무료로 실시하고 있다.

지난해 '국민 디카'로 불려질 만큼 'DSC-W1'로 폭발적인 인기를 몰고왔던 소니는 올해 1월에 'T33'의 다양한 컬러모델 출시를 시작으로 상반기 새로운 디자인의 P시리즈 후속모델과 W, T시리즈의 후속모델들을 출시하고, 하반기에도 새로운 라인업의 제품들을 선보일 예정이다. 소니는 올해 고객세분화를 통한 다양한 고화소대 제품들로 각기 다른 고객의 니즈를 충족시켜줄 강력한 라인업을 구축할 계획이다. 고화소, 고기능의 제품뿐 아니라 사이버샷을 구입하는 모든 고객에게 기본으로 제공되는 소프트웨어인 '픽쳐패키지'를 통해 정지영상으로도 동영상을 손쉽게 만들 수 있는 디지털 엔터테인먼트를 홍보할 계획이고, 하드웨어 뿐 아니라 소프트웨어에 있어서도 소니만의 '디지털 엔터테인먼트'로 차별화 한다는 전략을 갖고 있다. 올림푸스는 올해에 제품 브랜딩을 더욱 강화하여 '파격적인 디자인'과 '고기능 컨버전스'에 초점을 맞춘 500~

국내 사진산업의 동향 및 전망

700만 화소대의 신모델 20여종을 출시하여 초기 디카를 구입한 소비자의 재구매를 높이고 신규 수요를 창출하는데 집중할 계획이다. 특히 지난해 국내 시장에서 대성공을 거둔 '뮤 시리즈'의 신제품과 DSLR인 'E-300'을 중심으로 적극적인 마케팅을 펼칠 계획이다.

▶▶삼성테크윈이 지난 1월 출시한 700만 화소급의 '케넥스V10'

슈나يدر 렌즈를 채용한 700만화소의 이 제품은 총 10개월 동안 50억원의 연구비가 투입된 제품으로 일반사용자 뿐만 아니라 고급사용자를 만족할 수 있는 다양한 기능을 갖춘 제품이다. 초점거리는 38mm부터 114mm, 렌즈밝기는 2.8부터 시작하며 SD메모리와 전용 충전지를 사용한다. 크기는 105×56.5×29.5mm, 무게는 150g으로 비교적 작은 사이즈며, 광학 3배줌을 지원하고 MPEG-4 포맷 사용으로 256MB메모리 사용시 약 2시간 10분간 초당 30프레임의 동영상 촬영이 가능하다. 부가기능도 대폭 확대돼 사진액자를 선택해 촬영할 수 있는 포토프레임 기능, 2~4분할 촬영, 4cm 매크로 촬영 기능 등 편의 기능과 11가지 촬영모드를 제공한다.

고급사용자를 위해 조리개 우선, 셔터우선 등 수동기능을 지원하며, 노출고정 및 아웃포커싱 기능도 포함했다.

▶▶한국후지필름의 감도(ISO) 80부터 1600까지 지원하는 디지털 카메라 '파인픽스 F10'

이 제품은 후지필름이 개발한 '리얼 포토 테크놀로지'를 적용해 광량이 부족한 장소에서도 적정 노출 사진을 찍을 수 있도록 했으며 유효화소 630만 화소, 광학 3배 줌, 디지털 6.2배 줌 등을 지원한다. 또 1.3초 간격으로 최대 40장까지 연속 촬영이 가능하며 고용량 배터리를 사용, 최고 500장까지 촬영할 수 있다.

▶▶코니카미놀타를 공급하고 있는 우성포토교역의 'DYNAX 7D'

바디 자체에 손떨림방지기술을 탑재한 디지털 SLR 카메라로서 출시와 함께 세계의 주목을 받고 있는 제품이다. 이른바 Anti-Shake 테크놀러지라 불리는 바디내장형 손떨림방지기능은 셔터스피드 조절이나 삼각대 없이도 안정적인 촬영이 가능한 것은 물론 어두운 공연장에서도 플래시 없이 촬영하는 것이 가능하다. 기존의 'α 시리즈'의 렌즈와 액세서리들을 그대로 이용할 수 있다는 것도 장점이다. 또한 2.5인치 대형 LCD 모니터를 통해 카메라 설정이나 촬영정



▶▶삼성테크윈이 지난 1월 출시한 700만 화소급의 '케넥스V10'



▶▶한국후지필름의 감도(ISO) 80부터 1600까지 지원하는 디지털 카메라 '파인픽스 F10'



▶▶코니카미놀타의 'DYNAX 7D'



▶▶한국코닥의 콤팩트 광학 10배줌 렌즈를 탑재한 500만 유효화소수의 디지털 카메라 '이지쉬어 DX7590'

보를 한눈에 볼 수 있는 네비게이션 디스플레이 기능 등 다양한 기능들이 추가되었다.

▶▶**한국코닥의 콤팩트 광학 10배줌 렌즈를 탑재한 500만 유효화소수의 디지털 카메라 '이지세어 DX7590'.**

이 제품은 세계 3대 광학 렌즈 중 하나인 슈나이더 크로이츠나흐 바리오온 10배 줌 렌즈를 채용해 운동경기나 공연장처럼 피사체가 멀리 있는 경우에도 이미지의 뭉개짐 없이 선명한 사진을 촬영할 수 있다. 고속 항상 감지 기능과 오토 포커스 기능으로 연속 AF, 싱글 AF, 액세서리 AF 및 다양한 영역별 AF 등을 지원해 저조도 상에서도 빠르고 정확하게 초점을 잡아내며, 0.2초의 빠른 속도로 움직이는 피사체를 정확히 순간 포착하고 1.6초의 속도로 촬영한 사진을 검토할 수 있다는 점도 특징 중 하나다.

▶▶**니콘 수입총판인 아남옵틱스에서 최근 선보인 600만 화소 DSLR(Digital Single-Lens Reflex) 카메라 니콘 'D70s'.**

이 제품은 2인치 LCD를 장착해 찍은 사진을 큰 화면에서 확인할 수 있고 한 번 충전으로 최대 2500장까지 사진을 촬영할 수 있다는 점이 특징이다. 또한 유선 리모컨을 사용할 수 있도록 개선했으며 자동초점(AF)와 내장 플래시의 성능도 강화됐다. 한편, 6월에 600만 화소의 'D50'이 발매 예정인데 전문가에게도 전혀 부족함이 없는 모델로서 아남옵틱스에서도 이 제품에 거는 기대가 크다.

▶▶**캐논의 인기모델인 DSLR 'EOS 300D'의 후속 모델인 800만 화소의 'EOS 350D'.**

18-55mm 렌즈 포함 120만원 대에 출시된 신제품으로써 기존 모델 'EOS 300D'에 비해 가로 15mm, 세로 5mm, 높이 8mm 줄었으며 무게도 15% 가량 감소된 485g으로 휴대성을 높였다. 특히 'EOS 20D'나 'EOS 1D Mark II'와 같은 전문가용 카메라에 장착되던 'DIGIC II' 이미지 프로세서를 사용해 우수한 컬러 재현을 지원하며 $\Delta 0.2$ 초의 초기 기동 시간 Δ 감도(ISO) 100~1600 지원 $\Delta 4000$ 분의 1초 셔터속도 지원 등이 특징이다.

▶▶**소니코리아에서 선보인 두께가 불과 9.8mm인 초박형 디지털 카메라 'DSC-T7'.**

이 제품은 510만 화소급에 광학 3배 줌과 디지털 12배 줌을 지원하며, 칼 자이스 바리오테사 렌즈와 2.5인치 LCD창을 탑재하고 있다. 초슬림형 디자인에도 확대경 모드를 통해 최고 10cm 접사 촬영이 가능하며, 9장 고속 연사 촬영이 가능하다. 저장 매체는 메모리 스틱과 메모리 스틱 듀오를 사용하며, USB 크레이들을 통해 이미지 전송과 비디오 출력을 지원한다.

▶▶**'파격적인 디자인'과 '고기능 컨버전스'라는 트렌드에 맞춰 올림푸한국에서 최근 선보인 두께 18.5mm, 무게 125g인 슬림형 디지털 카메라 'FE-5500'.**

이 제품은 일반 슬림형 디지털 카메라와 달리 렌즈가 돌출하는 형태며 광학 3배줌과 디지털 4배 줌을 지원한다. 렌즈의 최대 밝기는 F 2.8이며 11만5000화소의 2인치 TFT LCD를 장착했다. 14MB의 내장 메모리를 자체 내장하고 있으며 인물사진, 풍경, 야경 등 총 8가지의 촬영 모드로 초보자도 쉽고 질 높은 사진을 찍을 수 있도록 했다.



▶아남옵틱스에서 최근 선보인 600만 화소 DSLR(Digital Single-Lens Reflex) 카메라 니콘 'D70s'



▶캐논의 인기모델인 DSLR 'EOS 300D'의 후속 모델인 800만 화소의 'EOS 350D'



▶소니코리아에서 선보인 두께가 불과 9.8mm인 초박형 디지털카메라 'DSC-T7'



▶올림푸한국에서 최근 선보인 두께 18.5mm, 무게 125g인 슬림형 디지털 카메라 'FE-5500'.