

1. 국내 카메라 시장 동향 및 주요 브랜드별 마케팅 전략 디지털 카메라의 '춘추전국시대'

점점 고기능화·다양화 되는 콤팩트 디카와 DSLR, 그리고 2010년부터 시장에 돌풍을 몰고 온 미러리스 카메라까지, 바야흐로 디지털 카메라의 춘추전국시대이다. 2009년부터 콤팩트 디카 시장이 마이너스 성장으로 돌아선 가운데 일찌감치 카메라업체들의 신규시장을 창출하려는 의지와 새롭고 다양한 기능의 카메라에 대한 소비자들의 기대심리가 맞물리면서 현재 카메라 시장은 '신기술의 경연장'으로 불릴 만큼 하루가 다르게 다양한 제품들이 시장에 쏟아져 나오고 있다. 지난해에 이어 2011년에도 미러리스 카메라의 고공행진이 계속되는 가운데 더욱 막강해진 중·보급형 DSLR의 꾸준한 상승세와 소셜 네트워크 환경에 초점을 맞춘 고기능성의 콤팩트 디카의 성장이 맞물리면서 카메라 시장은 그 어느 때 보다 치열한 각축전이 예상된다.

취재/박지연 기자

1975년 코닥에서 최초의 디지털 카메라를 개발한 후 1980년대 소니에서 제품화에 성공한 이래 30여년이 흐른 지금 전 세계는 디지털 카메라의 춘추전국시대를 방불케 하고 있다.

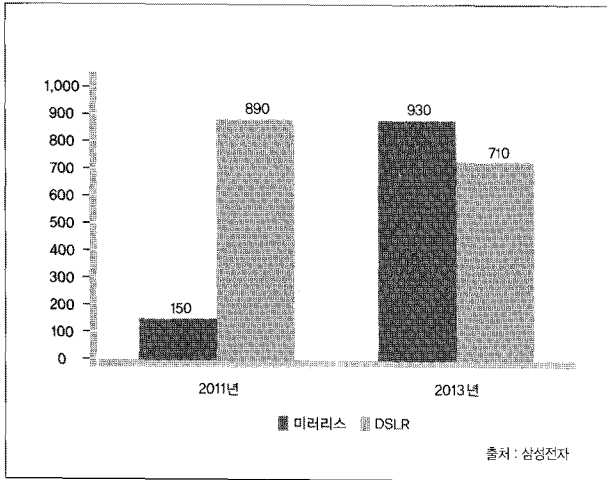
최근 카메라 시장의 특징 중 하나는 전문가급 사용자 사이에서는 DSLR이 여전히 각광을 받고 있는 동시에 준전문가급, 일반 사용자 사이에서 미러리스 카메라가 각광을 받고 있다는 것이다. 삼성 등 미러리스를 출시한 업체들에서는 미러리스 카메라가 빠르면 2012년에서 2013년이면 DSLR의 점유율을 추월할 것이라는 낙관적인 전망을 하고 있다. 반면, 캐논과 니콘 등에서는 미러리스가 DSLR이나 콤팩트 카메라와 같은 주류 시장으로 성장할 수 있을지는 좀 더 지켜볼 필요가 있다는 입장을 취하고 있다.

렌즈 라인업이나 화질, 초점의 정확성 등 DSLR의 성능과 비교하기에는 아직 무리가 있다는 견해에서이다.

미러리스 디카의 고공행진

최근 국내 카메라 시장의 가장 큰 변화는 미러리스 카메라라고 할 수 있다.

올해 디지털카메라는 전세계에서 약 1억3,110만대가 팔리고 이중에서 DSLR은 890만대, 미러리스는 150만대가 팔릴 것으로 예상된다. 2013년에는 총 예상판매량이 1억3,770만대에서 미러리스가 930만대로 710만대인 DSLR을 추월할 것으로 보이며, 2014년에는 미러리스가 약 1,280만대 규모로 커질 것으로 예상된다.<그림 1>



〈그림1〉 전세계 미러리스 및 DSLR 카메라 시장 규모(단위: 만대)

2009년 올림푸스를 시작으로 형성된 미러리스 시장은 콤팩트 카메라와 DSLR로 양분되어있던 카메라 시장에 새로운 카테고리를 형성하며 카메라 업계에 새로운 바람을 불러일으켰다. 2010년에는 삼성, 파나소닉, 소니 등이 미러리스 카메라 출시와 함께 렌즈, 플래시 등 미러리스 카메라의 라인업 구축 경쟁을 가속화했고, 캐논과 니콘까지 가세할 것으로 예상되면서 2011년도 미러리스 카메라 시장의 열기는 더욱 뜨거워질 전망이다.

DSLR의 꾸준한 진화-더 쉬워지고 성능 막강

최근 몇 년 동안 DSLR 카메라는 이제 전문가만이 아닌, 누구나 사용할 수 있는 친근한 제품으로 탈바꿈했다. 그 전방에는 보급형 DSLR의 역할이 컸다.

지난해 상반기 캐논이 내놓은 EOS 550D는 보급형이면서도 중급기 수준의 성능을 갖고 있어 '영웅바디'란 애칭으로 최단기간 10만대 판매를 기록하며 선풍적인 인기를 끌고 간 것이 좋은 예이다. 니콘도 D3100과 동영상 촬영기능이 강화된 D7000을 통해 DSLR 경쟁에 적극 나섰다. 특히 작년 하반기에 선보인 시그마의 SD1은 1800만 화소로 중형 카메라 수준의 해상력을 재현해 마니아들의 깊은 지지를 받으며 올해 DSLR 시장의 다크호스로 주목받고 있다.

이제 DSLR은 일반인들에게도 익숙한 카메라가 됐

다. 최근 콤팩트 디카와 DSLR의 장점만을 채택한 미러리스 디카가 이슈의 중간에 있긴 하지만 DSLR의 정교한 기능에는 못 미치고 있다는 지적이다. 캐논과 니콘에서는 지난해 준전문가 이상을 타겟으로 하던 것에서 방향을 바꾸어 일반 사용자들을 대상으로 한 마케팅에 더욱 열을 올리고 있다. 이처럼 DSLR 양대산맥인 캐논과 니콘이 일반인 누구나 쉽게 조작이 가능하고 성능은 더욱 막강해진 DSLR 제품 라인업 강화에 박차를 가하는 가운데, 2011년에도 이러한 중·보급형 DSLR이 시장을 움직일 것으로 예상된다.

카메라 업계에도 '스마트' 바람

스마트폰의 대중화로 급격한 수요 감소 속에서 콤팩트 디카가 진화를 거듭하고 있다. 무엇보다 쉽고 간편함을 유지하면서 고성능화를 추구하는 모습이다. 특히 소셜네트워크서비스(SNS) 사이트나 개인 블로그에 콘텐츠를 공유하는 등 급변하는 정보기술(IT)시장 환경과 맞물려 기존 사진촬영 본연의 기능은 물론, 인터넷 접속·위성항법장치(GPS), 프로젝터 탑재 등 특화된 기능을 갖춘 디카들도 눈에 띈다.

삼성전자의 'SH100'은 와이-파이(Wi-Fi)를 내장해 SNS와 다양한 필터 및 HD급 고화질 동영상 촬영을 지원하는 콤팩트 디카다. 이 제품은 무선기능을 이용해 무료 무선 네트워크가 제공되는 지역에서 정지영상과 동영상을 직접 전송할 수 있다.

캐논의 'SX230 HS'는 GPS기능을 탑재해 위성의 전파로 각 사진마다 찍은 촬영지의 좌표를 기록, '구글 맵'을 연동해 지도상에 GPS로그와 사진을 표시할 수 있다. 최신 영상처리 프로세서인 DIGIC 4에 약 1210만 화소의 고감도 센서가 더해진 'HS 시스템'이 탑재되어 깨끗한 결과물을 얻을 수 있다.

니콘에서 최근 출시한 '쿨픽스 S1100pj'는 카메라를 프로젝터로 사용이 가능한 제품으로 촬영한 사진을 바로 벽이나 흰색 종이에 투영해 볼 수 있게 했다. 이를 통해 각종 모임이나 회사에서 프레젠테이션으로 사용이 가능하다.

후지필름에서 선보인 '파인픽스 T300'은 촬영한 사진을 적외선 통신 방식으로 스마트폰이나 다른 가전

기기에 전송할 수 있는 기능을 탑재했다. 카메라폰을 시작해 스마트폰의 대중화와 미러리스 카메라 시장의 급성장이 콤팩트 디카 성장을 위협하고 있는 가운데 최근 콤팩트 카메라는 자사만의 특별한 기능 및 부가기능으로 승부하고 있다. 자동 장면인식 기능이나 뷰티 모드 등 다양한 보정 기능 등은 DSLR이나 미러리스 카메라가 갖지 못하는 콤팩트 카메라만의 장점이기 때문에 간편 촬영을 원하는 사용자들에게는 지속적으로 어필할 수 있을 것으로 전망된다. 또한 3D촬영 기능에 이어 풀HD 동영상 촬영기능 또한 콤팩트 카메라의 또 다른 경쟁력이 될 것으로 기대된다.

일본 지진 피해 여파도 시장 상황에 영향

2011년 국내 카메라 시장은 일본 대지진의 영향을 적잖이 받을 것 같다. 국내 부품업체 사이에서는 일본의 모 카메라 제조업체의 제조라인은 물론 300명이 넘는 엔지니어가 지진 쓰나미때 행방불명 됐다는 소문도 들리고 있다. 소니와 올림푸스의 경우 카메라 관련 공장이 지진 피해지역에서 벗어나 큰 피해는 없었다지만 실제 니콘, 캐논, 파나소닉, 후지필름 등 상당수 카메라 업체의 일본 생산공장들이 전력부족, 침수 등으로 피해를 보았고 사태의 장기화에 따라 제품 수급 부족 및 가격 인상이 불가피할 것으로 보여 카메라 업계의 고민이 깊어지고 있다.

반면, 국내 토종기업인 삼성 카메라의 반사이익을 무시할 수 없다. 삼성이 지난해 1월 들고 나온 'NX 시리즈'는 처음부터 기존 일본 제품과 전면 승부하겠다는 고화질과 고기능을 앞세웠다. NX10은 출시 2개월 만에 국내 판매 1만대를 달성하며 큰 인기를 누렸으며 국내 9만대를 포함해 세계시장에서 20만대의 판매량을 기록했다. DSLR 카메라와 마찬가지로 렌즈 교환이 가능한 미러리스는 렌즈 모델이 다양해야 하는데 NX10은 5종의 렌즈를 선보였다. 다른 외산 모델과 비교해 동급이거나 더 많다. 특히 삼성이 선보인 NX용 렌즈군이 최근 카메라 마니아들로부터 연일 호평을 받으며 삼성 카메라의 주가가 오르고 있다. 디지털 카메라의 후발업체로서 비난과 지적도 적잖았던 과거

와 달리 '광학의 삼성'이란 말까지 나오며 호평을 받고 있다. 삼성은 이 여세를 몰아 올해 말까지 미러리스 디카 라인업인 NX 시리즈의 교환렌즈를 10여종으로 확대한다는 계획을 발표해 카메라 마니아들의 집중 관심을 받고 있다.

주요 브랜드별 주력 제품 및 2011년 마케팅 전략

삼성전자(주)

미러리스 카메라에 집중, 글로벌 시장에서 20% 점유율 목표

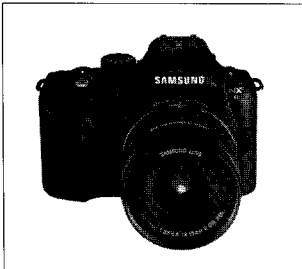
삼성전자 디지털이미징사업부는 올해 미러리스 카메라 시장이 본격적으로 형성되는 시점이라 판단하고 미러리스 카메라에 영업력을 집중한다는 계획이다. 경쟁업체들이 물려있는 일본시장을 제외한 글로벌 시장에서 약 20%의 점유율을 확보하겠다는 것이 올해의 목표이다.

이를 위해 지난 2월 17일부터 발매를 시작한 NX11를 통해 미러리스 카메라 시장의 주도권을 강화한다는 방침이다. NX11은 디자인과 기능, 성능 등에서 기존 제품과 차별화한 제품으로 삼성이 글로벌 미러리스 카메라 시장에서 점유율을 더욱 확대하기 위한 전략 제품이다. 아울러 삼성은 올해 상반기에 세련된 디자인과 마니아들의 눈길을 사로잡을 고성능의 프리미엄급 콤팩트 카메라를 대거 출시할 예정이다. 또한 이른 상반기, 늦어도 가을께 센서 성능을 높인 미러리스 디카 신제품을 출시하겠다는 목표를 정한 것으로 전해진다.

삼성전자에 따르면 지난해 출시한 미러리스 디카 NX10·NX100의 후속작인 NX20·NX200을 개발하고 있으며, 현재 개발 막바지 단계에 접어든 것으로 알려지고 있다. NX20과 NX200에는 새롭게 개발된 CMOS 센서가 탑재된다. 종전 모델인 NX10·NX100에는 과거 일본 펜탁스와 함께 삼성이 개발한 CMOS 센서가 탑재됐었다. 이 센서는 삼성 GX-20, 펜탁스 K20D에도 탑재된 바 있다.

삼성전자 관계자는 "카메라의 핵심인 센서를 개량·

탑재했기 때문에 신제품은 보다 질 좋은 사진 결과물을 내놓을 수 있게 될 것”이라고 설명했다. 다만 새로운 센서의 화소수 등 주요 사양은 알려지지 않았다. 디자인은 종전 제품과 큰 차이가 없는 것으로 알려졌다. 두 자릿수의 모델명을 가진 NX20은 클래식, 세 자릿수 모델명인 NX200은 스타일을 강조한 디자인을 채용하고 있다는 설명이다. 삼성전자는 올해 말까지 미러리스 디카 라인업인 NX 시리즈의 교환 렌즈를 10여종으로 확대한다는 계획도 세워뒀다. 망원(18200mm)·초광각(16mm)·매크로(60mm)·망원(85mm, F1.4)·고급 표준 줌 렌즈(16-80mm)를 순차적으로 출시한다. 이처럼 렌즈 라인업을 보강하면 NX 시리즈의 경쟁력도 한층 높아질 것으로 삼성전자는 기대하고 있다.



▶삼성NX11은 DSLR 카메라에 사용되는 것과 같은 크기인 APS-C규격의 1,460만 화소 대형 CMOS 이미지 센서를 채용하여 DSLR 분위기의 풍부한 색상과 섬세한 화질 표현이 가능하며, 폭 12cm·두께 3.4cm·무게 353g이다.



▶‘광학의 삼성’이란 말까지 나오며 마니아들에게 좋은 평가를 받고 있는 미러리스 디카 NX 시리즈의 교환 렌즈

소니코리아(주)

다양한 소비자를 겨냥한 타깃 마케팅과 컬러 라인업 강화에 박차

소니코리아는 올 4월부터 자사의 E마운트 렌즈 기본 규격을 렌즈와 마운트 어댑터 제작업체에 무상 공개할 예정이다. 기존의 ‘NEX-3’, ‘NEX-5’, ‘NEX-VG10’ 및 향후 출시될 E마운트 렌즈 시스템 카메라

사용자들도 마운트 어댑터를 통해 소니 렌즈는 물론 캐논, 니콘 등 타사의 다양한 렌즈를 더욱 쉽게 사용할 수 있게 되었다. 소니는 이번 E마운트 렌즈 규격 공개를 통해 전문가, 준전문가 수준의 사용자들의 만족도 및 선택의 폭을 넓힌다는 전략이다. 또한 소니코리아는 다양한 소비자의 기호를 충족시켜 줄 수 있는 타깃 마케팅과 컬러 라인업을 강화해 사용자 만족을 높이겠다는 전략을 갖고 있다. 이를 통해 젊은 여성, 학생에 이르기까지 다양한 잠재 고객들을 이끌어 낼 계획이다.

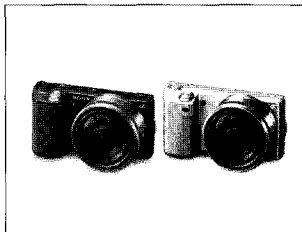
소니는 상반기에 사이버샷 카메라 신제품(DSC-TX100V, DSC-TX10, DSC-HX7V, DSC-WX10, DSC-WX7) 5종을 국내에 선 보이며, 소니의 핵심 기술 자산인 동영상 기능을 중심으로 2011년 콤팩트 카메라 시장의 새로운 트렌드를 주도할 계획이다. 이들 제품은 1,620만 화소에 콤팩트 디지털 카메라 최초로 1개의 렌즈와 이미지 센서만을 사용하여 3D 사진을 촬영할 수 있고, 혁신적인 ‘듀얼 레코드(Dual Rec, 이중 녹화)’ 기술을 도입하여 비디오 촬영 중에도 16:9 비율의 스틸 사진 촬영이 가능하다. 이 밖에도 DSC-TX100V는 콤팩트 카메라 최초로 Full HD (1920 x 1080 60p/50p) 비디오 촬영이 가능하다.

한편, 국내 핸디캠 시장에서 독보적인 행보를 보이고 있는 소니는 더욱 혁신적인 기능으로 업그레이드 된 2011년형 핸디캠 신제품 8종을 출시했다. 이번 신제품은 기존 전문가급의 방송장비 제품에만 탑재되었던 고성능 기술들이 탑재되는 등 성능이 대폭 강화된 것이 특징이다. 특히 더욱 주목할 만한 것은 ‘빌트인 프로젝터’ 기능. 세계 최초의 프로젝터 내장 캠코더 ‘HDR-PJ30’, ‘HDR-PJ50’ 모델은 별도의 케이블과 액세서리 없이 내장된 프로젝터를 이용해 언제 어디서든 촬영한 영상을 최대 60인치까지 풀HD 고화질로 감상할 수 있다. 실내는 물론 야외 캠프장, 기차안, 파티장 등의 아웃도어 환경에서도 촬영한 영상을 가족, 친구들과 함께 감상할 수 있다.

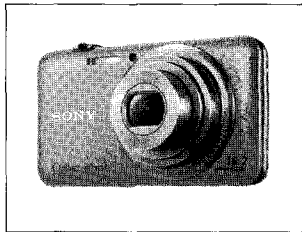
소니코리아 관계자는 “기존에 방송장비 시장과 함께 전문가급 수준의 영상 촬영을 추구하는 하이엔드 캠코더 유저들은 물론, 자녀들과의 소중한 추억을 오래

기획특집 ① 국내 카메라 시장 동향

도록 간직하고 싶은 가족 소비자들에 이르기까지 모든 고객들을 만족시키는 것이 목표”라고 설명했다. 소니는 이러한 고객 만족을 위한 마케팅 활동을 활발하게 펼침으로써 캠퍼 시장 1위 브랜드로서의 입지를 더욱 공고히 강화하겠다는 전략이다.



▶소니의 미러리스 카메라 NEX 시리즈. 소니는 올해 4월부터 E마운트 렌즈 규격 공개를 통해 전문가, 준전문가 수준의 사용자들의 만족도 및 선택의 폭을 넓힌다는 전략이다.



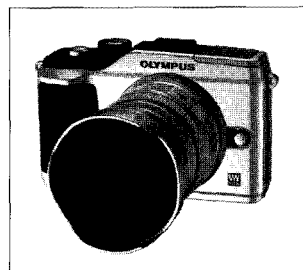
▶소니의 핵심 기술 자산인 동영상 기능을 강화한 소니 사이버샷 DSC-WX7. 1,620만 화소에 콤팩트 디카 최초로 1개의 렌즈와 이미지 센서만을 사용해 3D 사진을 촬영할 수 있다.

올림푸스한국(주)

원빈을 내세운 스타마케팅 통해 프리미엄 이미지 강화 전략

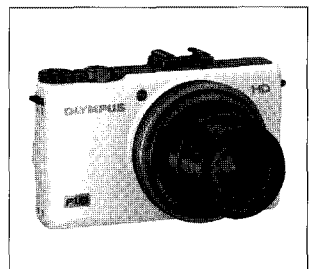
올림푸스한국은 올해 1월 출시된 신제품 PEN E-PL2를 중심으로 다시 한 번 미러리스 카메라 트렌드를 리드하는 브랜드로서의 인지도를 강화할 계획이다. E-PL2는 초소형·초경량 및 편리한 인터페이스로 호평 받은 E-PL1과 전문가급 모델인 E-P1-P2의 클래식한 디자인과 조작감의 매력을 동시에 지닌 미러리스 카메라다. 무엇보다 카메라에서 스마트폰으로 사진을 무선으로 전송할 수 있는 기능이 탑재되어 SNS를 비롯한 새로운 '소통'의 시대를 위한 신개념 카메라로, 촬영의 즐거움뿐만 아니라 촬영 후의 즐거움까지 전달함으로써, 카메라의 개념을 보다 확장시켰다는 점에서 의미가 크다. 올림푸스는 2011년 하반기에도 다양한 미러리스 카메라 및 콤팩트 카메라 라인업을 선보일 예정이다.

이에 더해 톱스타 원빈과 함께 새로운 브랜드 캠페인을 진행, 프리미엄 이미지 역시 강화한다는 전략이다. 올림푸스는 기존의 부드러운 이미지에 최근 '아저씨'를 통해 강렬한 카리스마를 더한 원빈의 복합적인 이미지는 강력한 퍼포먼스와 스타일을 아우르는 올림푸스 카메라와 일치, 둘의 높은 시너지를 기대하고 있다. 또한 올림푸스는 2011년에도 프로페셔널한 페니아들의 수준 높은 사진들을 보다 다양한 사람들과 공유할 수 있는 이벤트를 꾸준히 진행할 예정이다. 한편 프리미엄 하이엔드 카메라 XZ-1도 최근 선보이며 관심을 모으고 있다. XZ-1은 슬림하면서도 스타일리시한 디자인에 DSLR급의 화질과 성능을 갖춘 프리미엄 하이엔드 카메라로, 가장 차별화된 특징은 초점 거리 28mm~112mm, F1.8~2.5 대구경 4배줌 'i.ZUIKO DIGITAL' 렌즈를 장착했다는 것이다. 광각에서 최대 조리개 개방 F1.8, 망원에서 F2.5로 동급 카메라 중 최고의 밝기를 구현했다. 밝은렌즈를 구현하면 사진 촬영 시 어두운 곳에서 촬영이 유리할 뿐 아니라, 인물이나 사물의 아웃포커싱(배경 흐림효과)도 용이하다는 장점이 있다. 이는 콤팩트 디지털 카메라에서 처음으로 DSLR용 'ZUIKO' 렌즈를 적용한 것으로, 콤팩트 카메라로서는 드물게 1/1.63형 고감도 대형 CCD 센서도 채택하여 DSLR에 육박하는 고화질을 완성했다.



▶올림푸스의 PEN E-PL2는 초소형 초경량 및 편리한 인터페이스로 호평 받은 E-PL1과 전문가급 모델인 E-P1과 E-P2의 클래식한 디자인, 조작감의 매력을 동시에 지닌 신개념의 미러리스 카메라다.

▶올림푸스의 XZ-1은 슬림하면서도 스타일리시한 디자인에 DSLR급의 화질과 성능을 갖춘 프리미엄 하이엔드 카메라로, 가장 차별화된 특징은 초점 거리 28mm~112mm, F1.8~2.5 대구경 4배줌 'i.ZUIKO DIGITAL' 렌즈를 장착했다는 것이다.

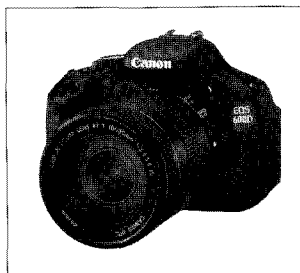


캐논코리아컨슈머이미징(주)
다양한 소비자층 흡수 위한 타깃 마케팅 활동 강화

캐논은 2011년 상반기 프리미엄 엔트리 DSLR 카메라 'EOS 600D', 엔트리 DSLR 카메라 'EOS 1100D'와 함께 콤팩트 카메라 9종, 렌즈 3종 등 신제품 16종을 출시하며 시장공략에 적극 나설 계획이다. 이중 '영웅바디'라 불리며 지난해 최고의 인기를 누렸던 EOS 550D의 뒤를 잇는 제품 EOS 600D를 통해 다시 한 번 선풍적인 바람을 불러일으킬 계획이다. 또한 아직까지 DSLR이 어려운 초보자나 여성 및 젊은 소비자층을 대상으로 EOS 1100D를 적극 홍보할 계획이다.

'EOS 1100D'는 캐논의 엔트리 DSLR 카메라인 만큼 기본 촬영성능이 뛰어나다. 약 1,220만 화소를 지원하며, 특히 ISO 감도를 100-6,400까지 확장 가능하다. 또한 'HD 동영상' 기능이 추가되어 모드다이얼을 맞추는 것으로 간편하게 촬영이 가능하며, 촬영한 동영상은 PC로 전송하여 편집하거나 TV로 출력하여 볼 수 있다.

이밖에 최신 영상처리 프로세서 DIGIC 4에 약 1,210만 화소의 고감도 센서가 더해진 'HS 시스템'이 탑재되어 본 그대로의 깨끗한 결과물을 찍을 수 있는 '익서스 310 HS'나 위성의 전파로 각 사진마다 찍은 촬영지의 좌표를 기록해 주는 기능을 탑재한 '파워샷 SX230 HS'를 주력으로 마케팅에 집중할 계획이다. 캐논은 2011년, 소비자를 위한 다양하고 세분화된 타



▶EOS GOOD는 '영웅바디'라 불리며 2010년 한 해 최고의 인기를 누렸던 'EOS 550D'의 뒤를 잇는 제품. 약 1,800만 화소를 지원하며 캐논 DSLR 최초로 Full HD 촬영 시 화면의 중심부를 약 3배부터 10배까지 확대할 수 있는 동영상 디지털 줌 기능을 지원해 사용자가 원하는 대로 개성 있는 영상 표현이 가능하다.



▶파워샷 SX230 HS는 캐논 콤팩트 카메라 처음으로 위성의 전파로 각 사진마다 찍은 촬영지의 좌표를 기록해 주는 기능을 탑재했다. 최신 영상처리 프로세서인 DIGIC 4에 약 1,210만 화소의 고감도 센서가 더해진 'HS 시스템'이 탑재되어 본 그대로 깨끗한 결과물을 찍을 수 있다.

깃 마케팅 활동들을 진행할 예정이다. 더불어 인더스트리 리더로서 사진 문화 확대에 기여하는 다양한 활동을 통해 브랜드 리더십을 확고히 한다는 전략이다. 이를 위해 다양한 문화관련 후원 활동을 확대, 강화하고 있으며, 커뮤니케이션에 있어서도 제품 자체를 강조하기 보다는 제품을 통해 사진의 즐거움을 공감하는 메시지 및 캠페인을 전개하여 고객들과 공감대를 형성하는데 주력할 방침이다. 무엇보다 2011년 캐논의 핵심전략 중에 하나는 소셜미디어나 스마트폰, IT 신기술을 이용한 통합 마케팅을 실시해 변화한 소비자의 니즈와 요구에 대응해 나간다는 전략이다.

「광학세계」 원고 모집 안내

한국광학기기협회에서 발간하는 '광학세계'의 원고를 모집하고 있습니다. 관심 있는 업체, 학계, 연구계 및 개인 구독자 여러분의 많은 참여를 부탁드립니다.

1. 원고 내용 : 연구논문, 회사소개, 제품소개, 국내·외 기술동향, 이달의 독자, 칼럼 등
2. 원고 분량 : 제한 없음
3. 원고 마감 : 수시 접수중

※ 기사로 활용할만한 좋은 소재를 알고계신 경우 연락주시면 직접 방문하여 취재하겠습니다.

- 연락처 : 한국광학기기협회 '광학세계' 편집부
- TEL : 02-3481-8931 • FAX : 02-3481-8669 • E-Mail : pjy@koia.or.kr