

'98 Photokina Show



▲ '98포토키나쇼가 열린 독일 쾰른메세 전시장 내부전경

지난 9월 16일부터 5일간 열린 '98 Photokina에는 세계 139개국 16만 8천여명에 달하는 관람객이 방문을 했다. 해외에서 온 731명의 출품자들과 142개의 대표상사 뿐만 아니라 독일의 출품자 551명, 120개의 대표상사를 포함한, 47개국에서 온 1,544개의 회사들이 총 18만㎡의 공간에 제품을 전시했다. 또한 4만여 무역상들을 포함하여 세계 139개국에서는 16만8천여명의 관람수치는 아시아 전체의 경제 위기에도 불구하고 사진 관련 산업의 관심도가 높음을 보여주고 있다. 이번 전시회의 제품경향과 이모저모에 대해 정리해 보았다.

—편집자 주—

1. Photokina의 3대 추세

1. APS가 성장수단이 되다.
2. 모든 분야에 Digital 사진
3. 더욱 사진에 흥미를 위한 새로운 서비스

새로운 APS가 많은 새로운 카메라와 악세서리물로서 성장수단이 되고 있음을 증명하고 있으며 Digital 사진은 고도의 성능과 저렴한 가격으로 아마추어시장을 공략하고 있다. 그리고 서비스라는 개념이 완전히 새로운 척도로 인식됐고 E-Mail을 통한 사진 전송 및 디지털 사진서비스로 인하여 사진에 더욱 흥미를 제공한다.

Trend 1 : The APS system as growth engine

사진산업의 모든 주요 maker들은 주로 APS에 관한 최근의 개발품들을 선보이고 있다 : 새로이 고안된 필름카셋트를 통한 훨씬 소형화된 카메라로서, 한번 촬영을 하는데 세가지 형태의 사진, 선택을 가능하게 함으로서 그리고 많은 다른 특징을 갖추어서 APS system은 시장에 그 스스로의 입지를 만들어 가고 있다. 다수의 maker들(Canon, Olympus, Nikon, Pentax, Yashica, Leica 등)이 그들의 전시장 주요 위치에 새로운 제품들을 진열하고 있다 : 훨씬 개선된 감광제로서의 새로운 필름(Kodak, Fuji,

Agfa, Polaroid, Konica), 일회용카메라, SLR 카메라 및 스캐너에서 APS에 이르기까지 광범위한 제품들.

APS는 디지털시대와 재래식 은염사진과의 결합을 가능케 한다. 연결하는 기능은 필름스캐너이다(Kodak, Fuji, Olympus, Nikon, Konica, Polaroid);최근까지는 단지 몇몇 필름현상소에만 있었으나 앞으로는 사진의 디지털화함에 아주 중요한 부분을 차지한 기계(스캐너) 여기에서 PC가 이미지(image)처리과정과 저장(Adobe, Ulead)을 가능케 하는 광범위한 기능을 갖고 디지털사진 랩(현상소)가 된다는 것이다.

현존하는 사진시스템과 필름형태는 산업에서 게을리하지 않고 재래식 35mm 콤팩트 및 SLR시장에서 새로운 시스템과 개발에도 불구하고 또다른 개발과 개선보다는 예를들면 Autofocus와 같은 선구적인 기술혁신이 적었다 하겠다.

그리하여 최근의 필름회사들(Agfa, Fuji, Kodak, Konica)은 현저하게 개선된 선명도와 칼라특성을 갖춘 제품을 PHOTOKINA에 출품했는데 그들은 또한 35mm파인더 및 SLR카메라 소유자들에게 보다 나은 사진결과를 제공하고 있다.

새로운 렌즈(Tokina,

Soligor 등)는 더많은 성능과 편리성을 제공한다. 악세서리의 범위는 수요와 더불어 확대되었고 성장했는데 예를들면 사진 가방(Hama)의 경우와 같이 세대의 정신문화와 유행의 추세에 그들 스스로가 적응해 왔다.

Trend 2 : Digital photography on the Threshold to the mass market

디지털사진에서 이미지를 검출하는 CCD센서에 관한 성능이 가파르게 오르고 있다 : 1백만 화소의 장벽이 무너졌고 몇몇 톱모델의 경우 이미 2백만 화소수에 도달했다. 급격한 성장에 따라 소비자에게 좋은 소식은 누구나 디지털카메라를 갖을 수 있도록 가격 또한 병행해서 파격적으로 내려가고 있다는 것이다.

디지털카메라(Agfa, Kodak, Fuji, Canon, Olympus, Minolta, Nikon, Konica, Yashica, Pentax)는 또한 일시적으로 디지털 주변기기(평반인쇄기, 필름스캐너, 프린터 및 여타 악세서리)에 영향을 주고 있다.

과거에는 전문인쇄회사들에게만 설치됐던 기계들이었으나 지금은 가정에서 이용가능한 것들이다. 이들은 예를들면 36bit 칼라길이와 수백만의 색조를 주사(Scan)할 수 있다.

현재 디지털 이미징시장에 거대하게 떠오름과 동시에 역동성은 잉크젯/버블젯 혹은 열승화식 프린팅등과 같은 광범위한 프린팅 기술로서 디지털 이미지 데이터 처리에 의해 증명되고 있다.

스티커사진기, 사진식염서프린팅, A5, A4, A3용 일반사무형태 및 넓은 형태의 프린팅 등 모든 분야의 프린팅물에 관한 다양한 제품들이 Photo Kina에서 출품되고 있다.

이러한 처리분야에서 괄목할 만한 것은 프린터자체가 아니라 프린트 개체와 종이분야에 가파른 성장에 있다는 것이다. 이들 이미징기술은 그들의 입지를 갖고 개선의 길을 걷고 있다.

Trend 3: New picture services thanks to digitalization
"Hybrid Technologies"가 사진의 마감과 전문가사진에 근본적 변화를 일으키고 있다. 디지털 기술은 이러한 면에서 작동하는데 예를들면 디지털 명암제어와 일련의 확대를 위한 인덱스프린트로서 소비자에게 분명히 보다 좋은 사진을 제공할 뿐아니라 완전히 새로운 서비스를 제공한다.

그리하여 e-Mail이나 다른 자료 매체를 통하여 현상소에 사진을 보내는 것이 머지않아 가능할 것이며 인터넷을 통하여 현상소에 영구저장된 사진

을 돌려보내거나 재주문시 고품질 프린트를 받는 것도 가능할 것이다. 특히 사진 무역을 위하여 이는 엄청난 도전이면서 또한 놀랄만한 기회를 의미한다. 예를 들면 새로운 디지털 이미지 서비스 공급자들은 사진거래자들을 그들의 서비스에 밀접히 통합한다.

앞으로는 사진 딜러의 특별 터미널에서 디지털카메라를 맡기는 것이 가능하거나 디스켓, CD-ROM 혹은 고품질프린트물을 위한 자료매체에 저장된 이미지를 보내는 것이 가능할 것이다.

은염필름을 사용하는 재래식 카메라나 직접 디지털 카메라에서 나오는 사진이거나 아무런 문제가 없다. 왜냐하면 사진이용이 폭발적으로 성장가능하기 때문에 아무런 차이를 없게 할 것이다.

사진의 대중성은 여전히 감소하지 않으며 이미지 매체는 인터넷 시대에 특별한 의미를 부여받을 것이다.

사진에서 얻는 흥미와 즐거움은 지금보다 더 사진을 찍게 할 것이며 일상생활의 필수가 될 것이다.

2. 세계 카메라의 동향

(1) 삼성항공산업(주)

1) 제품전시 및 '99 출시 신

기종 소개

- 기존제품 및 외관변경 신제품을 구분하여 Booth 내외부에 전시하고 입구에서연대를 마련, 관람객이 직접 조작토록 하여 좋은 반응을 얻었으며 '99년 출시예정인 신기종 Line-Up Map과 Mock-Up을 준비, 상담실에 비치하여 주요 거래선에 사전 마케팅을 실시하였다.

- 특히 3배 줌 APS 카메라 ROCAS 300과 세계 최소형 35mm 2배 줌 카메라 VEGA 70 등에 대한 반응이 좋아 기존 거래선들뿐만 아니라 카메라의 종주국인 독일, 일본업체들로부터의 공급 제의를 많이 받은 상태이다.

2) EISA/TIPA 회장 면담

- EISA/TIPA 회장 면담을 통해 당사의 사업방향과 '99년 출시예정인 초소형 35mm 4배 줌 '99년 EISA/TIPA 상 수상관련 협의를 실시하였다.

3) 수주규모

- 미국, 유럽 등 딜러들로부터 총 5,000만불 규모 수주(작년 대비 20% 증가)

(2) 제품출시 동향

1) 제품별 동향

<표 1> 참조

지·상·전·시·회

〈표 1〉 제품별 동향

구 분	35mm	APS	DSC
디자인	신개념의 디자인 Concept 적용제품은 없음(conventional Design)	각사별로 Design Identity 구축 (Canon IXY, Olympus i Zoom 등)	카메라 Style의 디자인 정착
기능	보급기종 위주로 기능 단순화 가속	35mm 기본 기능+Magnetic IX 기능	<ul style="list-style-type: none"> • 1.3 Mega 이상의 고해상도 추세 • 비압축 방식 겸용제품 다수출시 • 충실한 카메라 촬영기능
기타	<ul style="list-style-type: none"> • 단초점의 경우 대만 및 중국 업체에서의 OEM 도입경향 확대 • Yashica 세계 최소형 4배 줌 『ZOOMMATE 140』 출시→111×62×46mm • Pentax 방수용 3배 줌 『ESP10 105WR』 출시 	<ul style="list-style-type: none"> • 단초점의 경우 35mm와 마찬가지로 OEM 확대 • Olympus 최초 자체개발 2배 줌 『i ZOOM 75』 발표→OEM 도입에서 자체개발로 선회(APS에 개발력 투입) • Fuji Titanium Cover 『Fotonex 3500ix』, 『Fotonex 1000ix』를 Mold Cover로 업그레이드한 『Fotonex 3000ix』, 『Fotonex 1010ix』 출시 	<ul style="list-style-type: none"> • Floffy-DISC 방식의 SONY 『MAVICA』 인기 • Printer 일체형 DSC 샘플 전시(Fuji) • 대한회사의 제품개발력 상당 (신기종 다수 출시)

〈표 2〉 DSC 신기종 제품 특징

구 분	CANON	OLYMPUS	CASIO	RICOH
제품명	POWERSHO PRO 70	CAMEDIA 900 ZOOM	QV-7000 SX	RDC-4300
CCD	1.6 Mega	1.3 Mega	1.3 Mega	1.3 Mega
비압축기능	○	○	×	○
기타기능	- 2.5×Zoom - 음성입력	- 3×Zoom - 카메라기능	- 2×Zoom - 동영상 저장	- 3×Zoom - 음성입력

구 분	FUJI	MINOLTA	SONY	KODAK
제품명	MX-500	Dimage Ex Zoom 1500	MVC-FD71	DC 260
CCD	1.5 Mega	1.5 Mega	35만	1.6 Mega
비압축기능	×	×	×	×
기타기능	- 단초점 AF	- 3×Zoom - FlashPoint	- 10×Zoom - Floffy Disc	- 3× Zoom - USB 1/F

(2) 업체별 경향

〈표 3〉 업체별 카메라동향

	전체	35mm	APS	DSC
Canon	· 35mm보다는 APS와 DSC에 주력	2×Zoom 1 기종 출시	IXY Line-Up 강화, 세계 최경량 단초점 APS 출시	130만화소 DSC 신제품 출시
Olympus	· 35mm, APS, DSC 전부문에 걸쳐 주력, 가장 많은 제품 Line-Up 보유	μ-시리즈로 2X~4X Zoom까지 Full Line-Up 보유	최초 자체개발한 2.7X Zoom 발표(이전 OEM 도입)	130만화소 3X-Zoom 신제품 발표
Minolta	· 35mm, OEM Line-Up 강화, APS와 DSC 신제품 각각 1종 발표	단초점, 2, 3X Zoom OEM 기종 출시(자체 개발 1개 기종)	단초점(OEM) 1 기종 출시	150만화소 신제품 발표
Pentax	· 35mm에 주력. APS와 DSC는 신제품 Line-Up 없음	Cover Change한 2X-Zoom 2기종, 방수 3X-Zoom 1 기종 출시	'97년 출시된 2X-Zoom 이후 신제품 없음	'95년 이후 신제품 없음
Nikon	· 35mm 및 DSC에 주력. APS 신제품 없음	단초점(OEM) 2 기종, 2배/3배 Zoom 각 1 기종 출시	'98 PMA 출시기종 재출시	130만화소 신제품 발표
Fuji	· APS와 DSC에 주력	신기종 출시 없음	'98 PMA 발표한 세계 최소형 단초점AF 및 Compact 3X-Zoom의 Cost Down 신기종 출시	35만 화소/150만 화소 각 1 기종 출시
Yashica (Kyocera)	· 고 급 Brand인 Contax 제품 위주 진시, 35mm 주력	세계 최소형 4X-Zoom 출시	PMA 출시기종 재출시	신기종 출시 없음
Konica	· 카메라보다는 Mini-Lab, Film에 주력, 35mm는 전 기종 OEM 도입하며 DSC도 신기종 출시는 없었음.	Premier OEM 3X-Zoom 출시	PMA 출시기종 재출시	신기종 출시 없음

〈표 4〉 '98 Photokina Show 출시 신기종

구 분	신기종수				주력 광고제품
	35mm	APS	DSC	계	
CANON	1	1	1	3	- APS : IXUS M-1 - DCS : Powershot Pro 70
MINOLTA	6	1	1	7	- 35mm : CAPIOS 125 - DSC : Dimage EX ZM 1500
OLYMPUS	1	3	2	6	- APS : i ZOOM 75 - DSC : CAMEDIA 900 ZOOM
PENTAX	3	0	0	3	- 35mm : ESPIO 105 WR
NIKON	4	0	2	6	- DSC : COOLPIX 900
FUJI	0	2	3	5	- APS : FOTONEX 3000/1010 - DSC : MX-500
KONICA	3	0	0	3	
YASHICA	1	0	0	1	- 35mm : ZOOM MATE 140
SAMSUNG	3	1	0	4	- 35mm : FINO 145 - APS : ROCAS 300

(3) 업체별 주력광고제품
〈표 5〉 참조

3. 국가별 출품동향

〈영국〉

디지털 시스템 부문 뿐만아
니라 아날로그 제품들도 바이
어들의 관심을 끌었으며 특히
흑백사진술에 의해 제휴, 생산
된 제품이 호평을 받았다.

특히 디지털 부분에서 디지
털 기술을 이용한 인쇄의 질이
뛰어난 제품과 대형 영사 프로
젝션이 주목을 끌었다.

〈캐나다〉

아마추어부문에서는 사진앨
범 공급사들이 가격을 대폭 내
려 거래를 한 것으로 보고되었
으며 전문적인 부문에서는 포
토 스튜디오 장비와는 별도로
거래초점이 최고의 질적인 화
상기술에 맞춰졌다.

〈중국〉

모든 종류의 광학기구들 뿐
만아니라 사진 액세서리를 출
품했으며 아주 값싸게 거래를
맺었다.

라이트나 플래시 장비와 같

은 전문적인 스튜디오용 제품
과 함께 아주 싼 가격으로 사진
과 슬라이드용 보관시스템을
선보였으며 유럽시장에서의 활
발한 무역거래를 희망했다.

〈일본〉

아마추어부문에서는 아날로
그와 디지털 카메라의 공급사
들이 싼 가격의 주문을 보고했
으며 고품질의 사진인화용지,
무게와 크기가 줄여 기능적인
면을 강조한 APS시스템이 관
심을 끌었다.

〈표 5〉 업체별 주력 광고제품

구분	35mm	APS	DSC
CANON	-	IXUS M-1 - 23mm AF - 세계 최경량 - RP : DM199	POWER SHOT PRO 70 - 1.6 Mega - 2.5×Zoom - RP : DM 2,800
OLYMPUS	-	i ZOOM 75 - 28-75mm - 2.7×Zoom - RP : DM499	CAMEDIA 900 ZOOM - 1.3 Mega - 3×Zoom - RP : DM 1,999
MINOLTA	RIVAZOOM 125EX - 38-125mm, - 3.3×Zoom - RP : DM499	-	Dimage ZOOM 1500 - 1.5 Mega - 3×Zoom - RP : DM 2,000
PENTAX	ESPIO 105W - 38-125mm, - 2.8×Zoom - RP : DM499	-	-
NIKON	-	-	COOLPIX 900 - 1.3 Mega - 3×Zoom - RP : DM 2,300
FUJI	-	FOTONEX 3000ix - 21-58mm - 2.8×Zoom - RP : DM499	MX 500 - 1.5M Mega - 단초점 AF - RP : DM1, 200
YASHICA	ZOOMMATE 140 - 38-140mm - 3.7×Zoom - RP : DM399	-	-
SAMSUNG	FINO 145 - 38-145mm - 3.8×Zoom - RP : DM349	ROCAS 300 - 28-80mm - 2.9×Zoom - RP : DM399	-

〈미국〉

전문적인 사진과 이미징부분에서는 특히 디지털 프린터가 성장시장을 대표하는 품목으로 선보였으며 강력한 디지털 Largeformat 프린터는 관람객들의 시선을 붙들었다.

또한 필름과 인화지를 위한 인화기계부문에서는 짝 가격에 제품을 선보였으며 프로세서부문에서는 기온, 속도, 재생을 위한 정확한 컴퓨터 모니터링 시스템에 관심이 쏟아졌다.

아마추어부문에서는 고품질의 사진앨범과 사진, 비디오 매니아를 위한 재료와 액세서리 제품들에 초점이 맞추어졌다.

4. 국내 Photokina 출품업체의 수주실적 현황

국내 광학기기 및 사진관련 업체는 현 IMF체제하의 경제적인 어려움에도 불구하고 총 27개사가 출품해 여러가지 독특한 제품을 선보여 대체적으로 기대이상의 높은 실적을 보였다.

사진현상기 전문 제조업체인 CK산업(대표 이병극)은 지난 Phontokina '98 전시회에 출품해 많은 호응을 얻었다.

이번에 새로 선보인 a-858 현상기는 기존의 필름처리량의 2배인 58롤을 처리할 수 있는 현상기로서 공정은 같지만 부

가가치가 높은 제품이기 때문에 인기를 모았으며 특히 중동 지역의 주문이 많았으며 이집트, 터어키, 이란, 시리아 등지의 경쟁이 치열했다고 전한다.

현재 9, 10월의 내수물량 주문이 밀려 있어 해외 주문납기를 여유있게 잡고 있을 정도이다.

또한, CK산업은 내년 2월에 개최되는 PMA에도 참가해 브라질 시장기반을 확실히하고 아르헨티나, 페루, 칠레 등 남미시장 확보를 위한 시장동향을 살필 계획이다.

내년에는 영국 수입업체와 제휴해서 CE마크 획득으로 유럽교두보를 마련할 계획이다.

렌즈용 크린크로즈를 생산하고 있는 (주)다미상사(대표 이기철)는 110만불의 수주실적을 올렸다. 기존거래선인 미국, 독일과의 신규주문 뿐만아니라 남아프리카, 중동 멕시코 지역과 새로이 거래를 시작하여 납품.order를 주문받았다.

이후 PMA에도 출품할 계획이며 이외에도 세계전시회에 계속적으로 참여할 계획에 있다.

한편 쌍안경시장은 세계전반적인 경제위축의 탓도 있지만 중국시장 때문에 한국 쌍안경시장이 많이 위축된 것은 사실이다.

중국의 국내제품모방으로 가격을 다운시켜 시장가격을

어지럽히고 있기 때문에 국내 업체들은 중국이 모방하지 못하도록 신제품을 개발하여 고품질의 고가전략으로 시장판매 계획을 세우고 있다.

이러한 어려운 상황하에도 불구하고 국내업체들은 세계시장에서 제품을 인정받아 바이어들의 호응을 얻었다.

(주)산주(대표 김옥수)는 70-80건수의 상담을 통해 유럽지역의 40만불, 아프리카지역에 10만불, 미주 10만불의 수주로 총 60만불의 실적을 보였다.

이 회사는 20여종의 쌍안경을 출품하였으며 그 중에서도 특히 이번에 방수와 마이크로 줌 쌍안경제품이 인기와 호응을 얻었다.

또한, 삼양광학공업(주)(대표 나준남)은 이번에 8×30, 10×30, 12×30의 알루미늄 프리캐스팅 바디의 경쟁력 가격, 고품질 쌍안경제품을 내놓아 좋은 반응을 얻고 있으며, 기존바이어를 위주로한 상담을 벌였으며 그외에도 Photokina에서는 20만불의 수주를 얻었다. 내년 PMA에도 예년처럼 미국 대리점과 공동부스로 참가할 계획이다.