

디카 유저를 잡아라! 포토프린터의 '색' 있는 유혹

포토프린터 시장의 동향 및 전망

포토프린터 업계가 디카 유저를 향해 '색' 있는 유혹을 시작했다. 디지털카메라의 급속한 성장은 인터넷 블로그와 결합하여 이미지커뮤니케이션 문화를 생성하고 있다. 사진, 필름출력, 인화의 일방적인 프로세스를 거친 아날로그 시대에 비해 디지털카메라는 블로그 및 포토프린터를 통한 프린팅, 디지털/온라인 현상소 등 다양한 'Out-Put'을 생산해내고 있다. 이제 단지 출력물을 뽑던 과거에서 디지털이미지를 표현해내는 창작물의 도구로 포토프린터는 거듭나고 있다. 이에 발맞춰 최근 삼성전자를 비롯한 한국 HP, 한국 엡손, 롯데캐논, 한국코닥, 한국후지필름 등 이미지 프린팅 관련 업계들은 유저들의 소비 성향에 맞춘 다양한 포토프린터를 선보이며 공격적인 마케팅을 펼쳐나가고 있어 귀추가 주목되고 있다.

취재/윤미선 객원기자

포 토프 린 터 성 장 , H o m e P r i n t i n g 증 가 가 관 건

디카족의 사진출력 형태는 크게 블로그 커뮤니케이션을 위주로 이용하는 No Printing의 형태와 디지털/온라인 현상소를 이용하는 Shop Printing, 포토프린터를 이용해 집에서 직접출력을 하는 Home Printing의 세 가지 형태로 나눌 수 있다.

최근 삼성전자, 한국 HP, 엡손, 롯데캐논, 한국코닥, 한국후지필름 등 관련 업계의 잇따른 포토프린터 출시는 Home Printing 이미지 출력 욕구를 자극하고 있다.

포토전용 프린터와 잉크젯 프린터의 구별이 무의미해 진

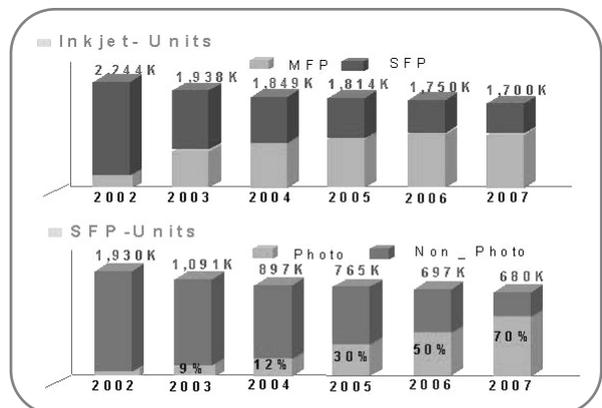


도표 1. 포토프린터 시장 규모와 향후 전망 (단위: 천대)
용어정리 : MFP (복합기) SFP (단일 잉크젯프린터)

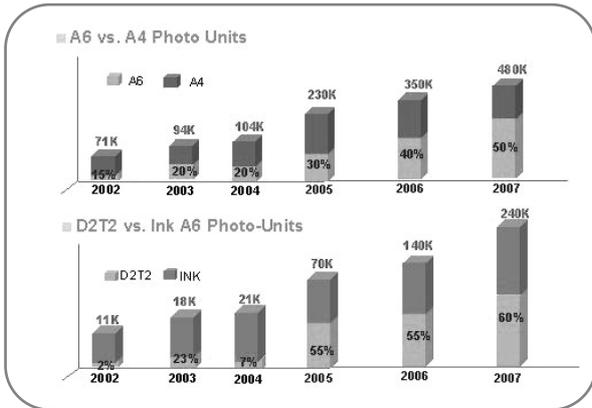


도표 2. A6/ A4 사이즈 프린터 판매현황
 용어정리 : D2T2 - 염료승화형 프린터

포토프린터 시장은 포토 기능이 포함된 복합기의 증가 추세와 맞물려 1,814천대의 잉크젯 프린터 판매량을 보이고 있으며 이중 복합기 판매는 765천대가 소비됐다. 또한 포토 프린터의 판매는 복합기를 제외한 잉크젯 프린터 시장의 70%를 차지하고 있다. 잉크젯 프린터시장은 2002년도에 비해 430대의 감소 폭을 보이며 향후 2007년도에는 1,700대 정도로 축소될 것으로 ICD는 전망하고 있지만 포토프린터 시장은 디카 유저의 Home Printing 소비 영향으로 40% 정도의 성장을 예고한다.

포토전용 사이즈 프린터 성장세 이어갈 듯

잉크젯 프린터 사이즈별 판매 현황을 살펴보면 2002년도 부터 성장하고 있는 A6 사이즈 프린터는 2002년도에 비해 배가 증가한 30%의 점유율을 차지하고 있으며 2007년까지 연간 10%씩의 성장률을 보일 것으로 예상된다. 또한 A6 사이즈의 염료승화형 프린터는 2005년 잉크젯 프린터 소비를 넘어선 55%의 점유율을 차지하고 있다.

전체 시장의 80% 저가 프린터 차지, 중/고가품의 소비도 꾸준

IT강국인 우리나라는 출력기 시장에서만 유독 IT강국의 면모에 걸맞지 않은 소비성향을 보이고 있는데 이는 블로그를 통한 이미지커뮤니케이션의 활성화와 온라인 현상소의 보급이 주요인이다.

하지만 디지털/폰카메라의 지속적인 성장과 저장장치의 고용량화, 블로그커뮤니케이션 활성화, 자아표현과 개인 맞춤화 성향 등으로 디지털 포토에 대한 수요는 증가할 것으로 예상된다. 또한 촬영한 사진을 바로 취사, 선택하는 디카족의 특성상 포토프린터를 이용한 Home Printing도 활성화 될 것으로 전망된다.

온라인에서의 프라이버시 보호와 보관용 사진에 대한 디카족의 욕망을 불러일으키기 충분한 요소를 가지고 있는 ‘포토프린터’의 소비형태는 저가 프린터가 전체의 80%를 차지하고 있으며 이러한 국내 소비심리와 트렌드는 지속될 전망이다. 게다가 DSLR카메라 유저들의 5색 이상의 정교한 색을 선호해 중/고가 프린터의 소비도 꾸준히 이뤄지고 있다.

또한 프린터의 경우 1회용이 아니라 주기를 가지고 교체되는 품목이기 때문에 포토프린터의 소비경향은 향후에도 비슷한 소비형태를 나타내며 성장할 것으로 예상된다.

이에 관련 업계들은 차세대 산업으로 포토 전용 프린터를 주 종목으로 공격적인 마케팅을 펼쳐나가고 있다.

‘色’ 있는 유혹, 이미지사냥에 나선 관련 업계들의 치열한 접전 예상

디카족을 잡아라! 포토프린터 시장의 승패를 가르는 것은 무엇보다 기능과 디자인, 소비자들을 향한 ‘色’ 있는 유혹일 것이다.

포토프린터의 선구주자를 표방하며 ‘디지털 홈 포토센터’ 구현 솔루션을 제안한 엡손을 비롯해 지난 5월 26일 런칭 이후 7월 말까지 월 평균 약 3,000대의 판매현황을 보이며 소비자 접점의 프로모션 및 전시 강화, 각종 체험 이벤트 마케팅을 준비 중인 삼성전자, 대형 프린터 제조업체인 사이텍스 비전을 인수하고 본격적인 프린팅 사업에 뛰어든 HP, 프린팅 빅 3의 발 빠른 행보에 귀추가 주목된다.

또한 지난 8월 3종의 프린터를 출시한 롯데캐논은 ‘포토프린터의 대중화’를 선언했으며 여권 사진 등 다양한 사이즈의 분할 사진 출력력을 강점으로 내세운 한국코닥에 이어 한국 후지필름은 지난 4월에 출시한 모바일용 프린터 PiVi(MP-100)의 후속 제품을 9월중에 출시할 예정인 것으로 알려졌다.

* 6색 분리형 잉크 카트리지를 탑재한 엡손의 '스타일러스 포토 R310'은 5760×1440 Optimized dpi로 고품질 사진인쇄가 가능하며 물, 빛, 오존에 강한 '파워맥스잉크'를 탑재했다.



▶ 한국엡손의 '스타일러스 포토 R310'

* 'SPP-2040'은 열 승화형 제품으로 PC없이 자유로운 편집 및 출력이 가능하고 휴대가 용이한 컴팩트한 크기, PC 없이 모바일 장비와의 무한한 확장성, 무선출력이 주요 특징이다.



▶ 삼성전자의 'SPP-2040'

* 갤러리 수준의 사진 출력을 위한 9색 잉크 포토프린터인 한국 HP의 'HP 포토 스마트 8750'는 생동감과 현실감이 넘치는 색상, 탁월한 변색방지 능력을 자랑한다.

* 'PIXMA iP1600'는 반도체 제조 공정에서 사용하는 사진 석판술을 적용, 초 미세 잉크방울을 균일한 크기로 분사시킬 수 있어 극조 입자까지 생생하게 표현할 수 있다.



▶ 한국HP의 'HP 포토스마트 8750'

* 4×6 사이즈 용지에 이미지를 2, 4, 9등분한 분할출력이 가능한 '이지쉐어 프린터 독 3'은 가정에서도 여권사진 규격의 사진을 얻을 수 있는 장점을 가지고 있으며 휴대 및 이동성이 뛰어나다.



▶ 롯데캐논의 '버블젯 프린터 PIXMA iP1600'

* 초소형 포토 프린터 'PiVi (MP-100)'는 손바닥크기의 초소형, 초경량으로 집안에서만 아니라 여행이나 출장 시에도 항상 휴대가 간편한 것이 큰 특징인 모바일용 프린터이다.



▶ 한국코닥의 '이지쉐어 프린터 독 3'

Home Printing 소비 활성화를 위한 업체들의 마케팅 전략이 관건

포토프린터의 소비 활성화를 위해 관련업체들은 높아진 디카족의 프라이버시 보호 및 디지털이미지의 보관 등의 욕구에 맞는 다양한 기능들을 선보이며 공격적인 마케팅을 펼쳐나가고 있다.

삼성전자는 오는 2007년까지 누적생산대수 1,000만대의 디지털프린팅 생산화를 선언하며 프린팅 마케팅에 주력하고 있다.

니콘의 공식 수입원인 아남옵틱스와 여름맛이 포토프린터 스페셜 프로모션을 진행 중인 한국엡손은 향후에도 디지털카메라 메이커들과의 Co-Marketing과 로드쇼 등 체험행사를 강화해 소비자들의 홈 프rinting 기회를 늘려나갈 계획인 것으로 알려졌다.

롯데캐논은 젊은 아티스트들은 지원/후원하는 다채로운 문화 마케팅을 진행하고 있으며 포토출력 욕구를 해소하기 위한 '포토 프린터 대중화' 프로모션을 꾸준히 진행 중이다.

한국코닥에서는 사진 촬영과 출력을 즐겨하는 어린 아이를 가진 부부를 타겟으로 육아 잡지 및 커뮤니티, 사진동호회를 중심으로 '이지웨어 프린터 독 3'의 다양한 테스트 및 공동구매 프로그램 등으로 소비자들로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

디카족의 Home Printing 소비 활성화는 무엇보다 디카 세대의 감성과 정확한 소비형태 분석을 통한 이미지 출력 욕구의 증가에 성패가 달려있다. 또한 중·장년층의 디카 소비에 따라 포토프린터를 통한 디지털 사진 출력, 인화에 대한 효과적인 홍보, 마케팅 전략의 수립이 관건이다.

한국광학기기협회 회원 가입안내

한국광학기기협회는 산업발전법에 의하여 설립된 산업자원부 산하

단체로서 우리나라 광학산업 발전을 위한 공익사업 및 회원사 지원업무를 수행하고 있습니다. 21세기 첨단 기술산업으로 각광을 받고 있는 국내 광학산업의 공동발전을 위해 회원가입을 안내하오니 희망업체에서는 신청해 주시기 바랍니다.

1. 회원구성 : 정회원 및 특별회원

2. 회원 서비스 및 특전

- 국내외 광산업 관련 정보 및 자료제공
- 기술개발지원 자금안내 및 사업참여
- 동종업계 공동사업 참여 및 교류
- 협회발간 '광학세계' 에 업체 및 생산제품 홍보
- 정책지원 대상업체 추천, 확인 및 수혜 안내

3. 가입금 및 기본회비 : 업체규모에 따라 차등

4. 가입신청 및 문의

- 전화 : (02)3481-8931 • 팩스 : (02)3481-8669 • 홈페이지 : www.koia.or.kr