

똑딱이·미러리스… MZ 레트로 열풍에 다시 뜨는 카메라

카메라 업계, 판매량 본격 상승세
크리에이터 중심 수요 크게 늘어
후지·소니, 촬영체험 이벤트 등
업계 다양한 경험 마케팅 진행

카메라 시장이 모처럼 활기를 띠고 있다. 코로나19 엔데믹으로 여름 휴가를 준비하는 수요가 늘어난데다가, MZ 세대를 중심으로 부는 ‘레트로’ 열풍에 필수품으로 자리매김하고 있다.

20일 업계에 따르면 최근 카메라 판매량이 상승세를 본격화했다. 구체적인 수치를 확인할 수 없지만, 큰 폭으로 반등에 성공했던 지난해보다도 좋은 실적이 기대된다.

최근 카메라 시장 특징은 크롭 바디나 ‘똑딱이’, 심지어는 캠코더까지 다양한 제품군도 다시 주목받고 있다는 것. 종전까지는 스마트폰과 경쟁에 밀리면서 고사위기에까지 놓였지만, MZ세대를 중심으로 수요가 크게 늘면서 모처럼 시장을 회복하는 분위기다.

카메라가 다시 인기를 끄는 이유 중 하나는 ‘크리에이터’다. 유튜브 등으로 콘텐츠를 제작하는 소비자들이 늘어나면서 스마트폰을 넘어선 초고성능 카메라를 필요로 하는 경우가 많아졌다. 한



캐논코리아컨슈머이미징

때 고프로와 같은 액션캠이 시장을 장악했지만, 스튜디오를 사용하는 크리에이터도 늘어남에 따라 편의성이나 휴대성보다는 화질이 높은 제품을 찾기 시작했다. 그러면서 일정 수준 편의성을 지켜야 하는 만큼 엔트리급 미러리스가 주목받았다는 전언이다.

캐논은 이를 위해 성능과 휴대성을 높이면서 조작하기 쉬운 엔트리급에 집중했다. 지난해 EOS R 시스템 처음으로 APS-C 센서를 탑재했으며, 지난 2월에는 고사양 엔트리 미러리스 카메라인 ‘EOSR50’과 ‘EOSR8’을 출시하며 ‘콘텐츠 크리에이터를 위한 제품’임을

강조하기도 했다.

무엇보다도 가장 성장이 두드러지는 수요층은 ‘MZ세대’다. 크리에이터 중 상당수가 MZ세대이기도 하지만, 레트로 인기에 따라 카메라가 유행처럼 번져가고 있다는 게 업계 관계자 설명이다.

실제로 MZ세대를 대표하는 인플루언서 사이에서는 카메라와 사진 취미가 일상이 된 모습이다. 적지 않은 글로벌 아이돌이 SNS에 카메라를 인증하거나 개인 작품을 촬영하는 등 높은 관심을 보이고 있다. 일부 인기 아이돌은 사진 작가로 변신해 작품전까지 개최했다.

카메라가 사진을 찍는 도구만은 아니

다. 패션 소품처럼 인식하는 소비자도 많다. 레트로 인기를 따라 라이카나 옛 DSLR을 닮은 제품들이 인기를 끄는 이유도 이 때문이다. 인기 연예인이 카메라 매장을 방문해 직접 디자인을 확인하고 구매하는 일도 있었다는 후문이다.

‘경험’ 마케팅도 본격화했다. 후지필름은 일찌감치 서울 압구정 ‘파티클’을 조성하고 사진전을 개최해왔고, 애비뉴엘점과 함께 제품을 3일간 무상 대여해주는 행사도 진행 중이다. 캐논코리아도 서울 강남구에 ‘캐논 플래क्स’를 통해 제품 체험과 교육 등을 제공한다. 니콘이 매달 유튜브 ‘니콘 스쿨’을 통해 무료 사진 강의를 제공하는 것 역시 카메라를 경험할 수 있도록 하는 노력이다.

후지필름일렉트로닉이미징코리아와 소니코리아가 지난해 진행한 영상 촬영 체험단도 대표적인 경험 마케팅으로 꼽힌다. 캐논코리아는 사진과 영상 전문가 ‘캐논 마스터즈’를 통해 기술과 서비스 지원을 비롯한 프로젝트를 이어가고 있다.

업계 관계자는 “종전까지는 스마트폰보다 성능이 월등한 플래그십만 성장했다면, 최근에는 성능보다는 디자인과 감성에 중점을 둔 크롭 바디 인기가 눈에 띈다”고 말했다.

/김재웅 기자 juk@metroseoul.co.kr

삼성전기 ‘손떨림 보정’ 비결은 2억화소 카메라 모듈

삼성전기가 삼각대 없이 별을 찍을 수 있을만한 손떨림 보정 기술을 강조했다.

삼성전기는 흔들림 보정 기능이 2배 향상된 2억 화소급 카메라 모듈(사진)을 선보인다고 20일 밝혔다. 갤럭시 S23 울트라에 탑재된 제품이다. 이 제품은 손떨림 보정 각도를 3.0도로, 종전보다 2배나 높였다. OIS 기능이 있는 스마트폰 중에서는 세계 최고다.

삼성전기는 보정 각도를 2배 늘리기 위해 자성체와 코일 최적 설계로 모듈 크기는 유지하는데 성공했다. ‘카툰’도 최소화했다는 얘기도.

저조도에서 많은 빛을 모을 수 있도록 밝은 렌즈도 설계했다. 고감도 센서를 적용한 불가이드 방식 OIS 액추에이터로 내구성과 정확성도 확보했다. 소비전력도 줄어든다.

삼성전기는 이를 통해 액션캠 수준 손떨림 방지 기능과 함께, 저조도 환경에서도 삼각대없이 별을 촬영할 수 있는 등 다양한 효과를 볼 수 있을 것으로 기대했다. 흔들림이 큰 자율주행차에서도 수요가 이어질 전망이다. 이를 활용해 다양한 시장으로 사업을 확대한다는 계획이다.

/김재웅 기자



지역 균형발전 강조한 삼성전자, 광주서도 스타트업 육성

C랩 아웃사이드 광주 캠퍼스 개소
내달 경북에도 새 거점 오픈 추진

삼성전자가 광주에서도 스타트업 육성 작전에 돌입했다.

삼성전자는 20일 광주 삼성화재 사무사옥에서 ‘C랩 아웃사이드 광주 캠퍼스’ 개소식을 열었다.

C랩아웃사이드 광주 캠퍼스는 삼성전자가 광주에서도 지역 혁신 스타트업을 선발하고 육성하기 위해 조성했다. 삼성전자는 2018년부터 운영한 C랩 아웃사이드 특징과 노하우를 그대로 이 전할 계획이다. 매년 별도로 공모전을 통해 지역 스타트업 지원을 받아 임직원을 1대1로 매칭, 맞춤 지원을 이어갈 예정이다. 서울과도 유기적 협력 체계를 구축하고 교류 프로그램을 제공한다.

삼성전자는 이를 통해 지역 경제를 활성화하며 균형 발전에도 기여할 것으로 기대했다. 지역 업체들이 정착하고



삼성전자 C랩 아웃사이드 광주 캠퍼스 모습.

성장해 지역 경제 발전을 촉진할 수 있다는 것.

앞서 삼성전자는 이재웅 회장이 취임 후 전국 사업장과 협력사들을 둘러보며 지역 균형에 대한 의지를 드러낸 바 있다. 지난해 대구에서 C랩 아웃사이드를 구축했으며, 광주에 이어 다음달 경북에도 새로운 거점 문을 열기로 했다.

삼성전자는 먼저 AI 혁신거점인 광주 특성에 맞게 첫 입주사 5개를 선정했다. 지난해 11월 공모전을 통해 선발된

▲클리카 ▲고스트패스 ▲인트폴로우 ▲감성택 ▲포엘이다. 최대 1억원 사업 지원금과 맞춤형 컨설팅, 삼성전자 및 계열사와 협력 기회 연결과 CES 등 전시회 참가 및 국내외 판로 개척 등을 지원한다.

클리카 공동창업자 겸 최고기술책임자(CTO) 벤 아사프는 “다양한 글로벌 인력들로 구성된 당사 입장에서 글로벌 기업인 삼성전자와의 협력이 상당한 시너지를 내는 계기가 될 수 있다”면서

“C랩의 다양한 프로그램을 통해 한 단계 더 스케일업 할 수 있도록 노력하겠다”고 포부를 밝혔다.

C랩 아웃사이드 광주캠퍼스 개소식에는 여러 정치계 인사들도 참석해 축하 인사를 전했다. 광주시 강기정 시장, 더불어민주당 송갑석 의원, 무소속 양향자 의원, 삼성글로벌리서치 김원표 사장 등이다.

강기정 시장은 “삼성전자의 지원으로 인해 창업 성공률이 높은 ‘기회 도시’ 실현에 탄력을 받게 되었다”며, “C랩 아웃사이드 광주’를 통해 글로벌 스타트업이 많이 나와 광주가 대한민국의 실리콘밸리가 되기를 기대한다”고 말했다.

양향자 의원은 “삼성전자와 같은 글로벌 기업의 지역 스타트업 지원은 지역의 창업 인프라가 활력을 얻는 데 필수적이다. ‘C랩 아웃사이드 광주’가 지역을 대표하는 스타트업 육성 프로그램이 되기를 바란다”고 밝혔다.

/김재웅 기자 juk@

금호타이어 기후변화 대응 앞장 TCFD 지지 선언

금호타이어가 ‘TCFD(기후변화 관련 재무정보 공개 협의체)’ 지지를 선언한다고 20일 밝혔다.

TCFD는 G20 재무장관회의의 금융안정위원회(FSB)가 기후변화 관련 정보 공개를 위해 설립한 협의체이다. TCFD는 기업이 기후변화 관련 정보(지배구조, 전략, 리스크 관리, 목표관리 등)를 공시하고 조직의 의사 결정에 반영하도록 권고하고 있다.

전세계 95개 국가의 약 3400개 기업 및 기관이 TCFD 지지하고 있으며 국내 타이어 업계에서는 금호타이어가 처음으로 참여한다.

금호타이어는 기후변화 관련 재무정보를 투명하게 공개하고 그로 인한 영향과 금융 리스크를 경영에 반영해 기후변화 대응 방안을 적극적으로 모색한다는 방침이다.

금호타이어는 지난해부터 지속가능경영보고서 내 TCFD 권고안에 따라 해당 내용을 공시하고 있으며 지난 7월부터 한국TCFD얼라이언스에도 참여하고 있다. 금호타이어는 이번 TCFD 지지 선언을 계기로 내년에 별도 보고서를 발간할 계획이다.

/양성운 기자 ysw@

LG전자, 공간 경계 허무는 ‘LG씽큐’ 소개

글로벌 표준 연합 CSA 정례회의
‘진화·연결·개방’ 핵심가치 강조

LG전자가 고객을 중심으로 한 스마트홈 미래를 제시했다.

LG전자는 20일부터 나흘간 서울 여의도 콘래드 호텔에서 열리는 글로벌 표준 연합 CSA ‘정례회의’에 참석한다고 밝혔다.

CSA는 스마트홈 생태계 확장을 위

해 개방형 통신 표준 매터를 개발하고 표준화하는 단체다. LG전자는 의장사로 활동하고 있다.

LG전자는 플랫폼사업센터 정기현 부사장이 기조연설 연사로 나섰다. 안팎 공간 경계를 허무는 진정한 스마트홈 경험과, 고도화하는 방안을 소개했다. LG 씽큐가 실시간으로 고객이 인지하지 못한 부분까지 알아서 챙기는 스마트홈의 미래 모습을 제시했다.

정 부사장은 “가까운 미래엔 LG 씽큐가 고객 생활패턴을 학습하고 개개인의 특성에 맞춘 최상의 스마트홈 환경을 조성해 고객 삶의 자유도를 높여줄 것”이라며 “나아가 집, 직장, 휴가지에 서까지 나를 챙겨주는 똑똑한 동반자 역할로 발전시킬 것”이라고 말했다.

특히 정 부사장은 LG 씽큐 핵심 가치로 ‘진화·연결·개방’을 강조했다. 스스로 발전하며 편리함을 찾아나서며 이를 위해 외부와도 적극 협력한다는 방침이다.

우선 빅데이터 기반 차세대 AI 스스로 작업을 수행하는 지능형 솔루션 ‘엠

비언트 컴퓨팅’ 기술을 활용해 꾸준히 진화할 수 있도록 했다. AI 챗봇 서비스와 AI 기반 음성 기술 등을 적용할 계획, 에너지 관리 기능도 더욱 고도화할 예정이다.

연결성도 강화한다. 애플 홈킷과 아카라 등 IoT 기기를 비롯해 ‘매터’ 인증 기기들을 연결할 수 있게 했다.

/김재웅 기자 juk@



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

