

2014 상반기 디지털 카메라 시장 분석



1. 디지털 카메라 업종 시장 트렌드 분석

- 1. 2014년 상반기 디지털 카메라 시장 트렌드 및 이슈
- 2. 2014년 상반기 디지털 카메라 제조사별 트렌드 및 이슈

1. 2014년 상반기 디지털 카메라 시장 트렌드 및 이슈

미러리스 카메라의 고급화

- 휴대성을 내세워 렌즈 교환식 카메라 시장에 진입했던 미러리스 카메라가 고급기(전문가급 기종)까지 영역을 늘리고 있음.
- 미러리스 카메라는 초기에 디지털 일안 반사식(DSLR) 카메라에 비해 작고 가벼우면서 고화질의 사진 촬영이 가능하다는 점을 앞세웠지만, 고급 기능을 탑재하며 보급형 제품에서 고급기까지 라인업을 확장하고 있음.
- 미러리스 카메라는 렌즈 교환식 카메라 시장에서 2012년 40%의 점유율로 DSLR(60%)에 뒤졌지만 지난해 51%로 DSLR을 앞섬.

주요 고급형 미러리스 카메라 사양 비교.
(자료=각사 종합)

구분	소니 'A7S'	후지필름 'X-T1'	올림푸스 'OM-D E-M1'
이미지센서	풀프레임 (35.6 x 23.8mm)	23.6mm x 15.6mm (APS-C) X-Trans CMOS II	4/3 Live MOS 센서
유효 화소	1220만	1630만	1628만
ISO 감도 영역	최대 409600	확장 시 100~51200	Low(100 상당)-25600
연사속도	초당 5매	초당 8매	초당 10매
AF 포인트	콘트라스트 AF (25 AF 포인트)	위상차 AF(0.08초), 트래킹 AF	콘트라스트 AF시 81포인트 위상차 AF시 37포인트
LCD 디스플레이	3.0인치, 92만 화소, 위 90 아래 45도 회전 방식	3.0인치, 104만 화소, 상하 회전 방식	3.0인치, 104만 화소, 위 80 아래 60도 회전 방식
크기 및 무게 (배터리, 메모리 카드 포함)	126.9 X 94.4 X 48.2mm, 489g	129.0 X 89.8 X 46.7mm, 440g	130.4 X 93.5 X 63.1mm, 497g
출시 시기	2014.06	2014.02	2013.11
가격(현재 판매가)	259만9900원(바디 기준)	199만9000원(XF18-55mm 렌즈 키트)	215만원(12-40mm 표준 줌 렌즈 키트)

주요 카메라 제조사들의 고급형 미러리스 카메라



소니 'A7S',



후지필름 'X-T1',



올림푸스 'OM-D E-M1'

단위 : % 수량 기준

*출처: 아주 경제 2014.05.20

1. 2014년 상반기 디지털 카메라 시장 트렌드 및 이슈

카메라 업계 수익성 악화...렌즈 교환식 카메라에 주력

- 국내 카메라 시장이 빠른 속도로 미러리스로 재편되면서 이에 따른 각 업체별 희비가 엇갈리고 있으며 전년 동기 대비 DSLR, 미러리스 카메라 출하량이 소폭 증가했지만 스마트폰, 태블릿 등 스마트 기기의 대중화로 성장 동력이 여의치 않은 상태.
- 이는 국내외 모두 출하량의 절반 가까이를 차지하는 컴팩트 카메라의 부진이 결정적이며, 렌즈 교환식 카메라가 어느 정도의 수익성을 높이는데 도움을 준다고는 하지만, 특별한 반전 요소를 찾기 어려움.
- 이에 주요 카메라 업체의 영업이익이 하락세를 면치 못하고 있으며, 캐논코리아 컨슈머이미징의 경우 전년 대비 매출과 영업이익이 모두 감소, 특히 영업 이익의 경우 3년 연속으로 줄어들고 있음.



- 업계에서는 카메라 업계 시장의 헤게모니 싸움이 격해질 것으로 보고 있으며, 미러리스 카메라가 부진한 니콘과 캐논은 보급형 DSLR로 승부를, 소니는 렌즈교환식 카메라 시장 점유율 유지에 힘을 기울이고 있음
- 올해 국내 카메라 시장은 소니 미러리스 카메라 50%대 점유율 유지와 함께 보급형 DSLR 카메라가 얼마나 선전할 수 있을 지가 관건이며, 컴팩트 카메라 물량은 계속해서 줄어들겠지만 하이엔드 카메라 수요가 늘고 있어 이 부분의 공략도 필요할 것으로 전망

2. 2014년 상반기 디지털 카메라 제조사별 트렌드 및 이슈

삼성 미러리스 카메라 NX30 해외서 호평

- 삼성전자의 미러리스 카메라 NX30이 '위치(Which)'로부터 최고 카메라 평가를 받았다. 위치는 영국 소비자연맹이 1957년부터 발간한 잡지로 업체 광고와 정부 보조금을 받지 않아 소비자의 신뢰가 높다.
- NX30은 위치가 9개 제조사 66개 제품을 대상으로 한 평가에서 86점을 얻어 니콘의 D7000과 함께 공동 1위를 차지했으며, NX30은 플래시와 뷰파인더, 모니터 화질, 자동초점, 이미지 안정성 등에서 최고 등급인 별 5개를 획득했다.
- 삼성전자의 카메라 제품이 영국 소비자 연맹지 평가에서 1위에 오른 것은 이번이 처음이며, 위치는 삼성 NX30에 대해 "거의 모든 면에서 훌륭하며 매우 뛰어난 사진 품질을 보유하고 있다"고 평가했다.



2. 2014년 상반기 디지털 카메라 제조사별 트렌드 및 이슈

"니콘 디지털 라이브 2014" 개최

- ‘니콘 디지털 라이브’는 니콘이미징코리아가 단독으로 주최하는 소비자 체험 행사로 지난 2007년부터 주요 제품의 정식 발매와 더불어 소비자가 니콘의 주요 제품을 직접 경험할 수 있도록 기획해 왔다.
- ‘니콘 디지털 라이브 2014’에서는 제품 체험뿐만 아니라 전문 작가들의 사진 강연 및 모델 촬영 시간도 주어지며, 올해 초 발표한 차세대 플래그십 D4S 및 조작성과 휴대성을 강화한 전문가급 Df 등 니콘의 주요 인기 제품도 한 자리에서 만나볼 수 있었다.
- 광학 로우패스 필터를 제거한 신개발 니콘 FX 포맷 CMOS 센서 및 D4S와 동등한 화상처리 엔진 엑스피드4를 탑재했다. 또 ISO 64부터 ISO 12800까지의 폭넓은 상용 감도, 그룹 영역 AF 적용, 풀 HD 해상도에 초당 60프레임 촬영 등의 성능을 갖췄다.



2. 2014년 상반기 디지털 카메라 제조사별 트렌드 및 이슈

캐논, 작은 DSLR이 대세... 100D 판매량 '독주'

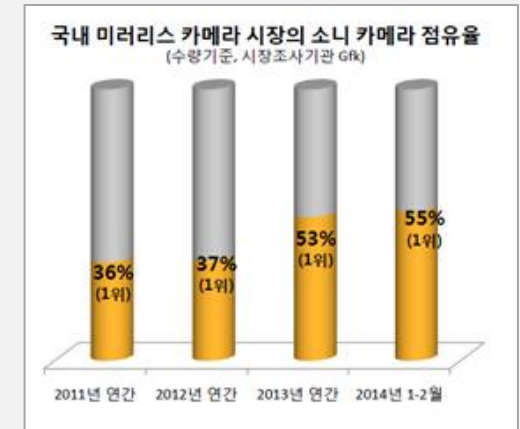
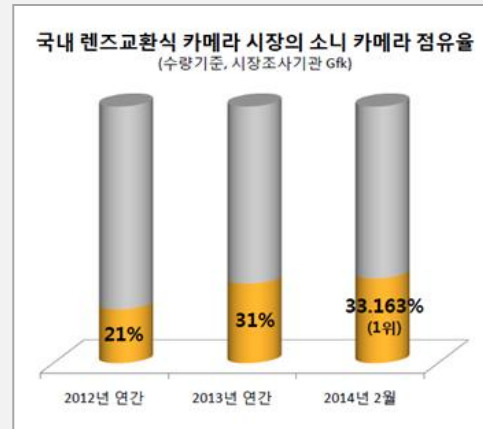
- 캐논 초 경량 DSLR 카메라 'EOS 100D'가 올해 5월까지 DSLR 카메라, 미러리스 카메라, 컴팩트 카메라를 총망라 한 국내 디지털 카메라 시장에서 5개월 연속 판매량 1위를 기록했다. 또, 2013년 4월 출시 이후 올해 5월까지 약 1년 간 판매 된 전체 디지털 카메라 누적 최다 판매량 최다 카메라에도 이름을 올렸다.
- 이번 EOS 100D의 흥행 돌풍은 DSLR 카메라의 고화질 성능은 물론 휴대성까지 겸비해 젊은 층을 사로잡은 것이 주된 이유로 초보부터 전문가까지 아우르며 사진촬영의 진입장벽을 대폭 낮추고 사용성을 크게 개선했다는 평가다.



2. 2014년 상반기 디지털 카메라 제조사별 트렌드 및 이슈

소니, 렌즈교환식 카메라 시장 판매 첫 1위 달성

- 독보적인 미러리스 카메라의 인기를 바탕으로 전체 렌즈교환식 카메라 시장 점유율 33.163% 기록
- 국내 렌즈교환식 카메라 시장에서 소니코리아가 1위를 달성한 것은 이번이 처음이며 이를 통해 2006년 렌즈교환식 카메라 사업을 시작한지 8년 만에 1위 자리를 차지하게 되었다.
- 국내 전체 렌즈교환식 카메라 시장에서 1위를 달성할 수 있었던 것은 빠르게 성장하고 있는 미러리스 카메라 시장에서 소니 알파 미러리스 카메라의 독보적인 인기 덕분. 국내 미러리스 카메라 시장에서 점유율 50% 이상을 차지하며 3년 연속 시장 1위를 이어가고 있다.



2. 2014년 상반기 디지털 카메라 제조사별 트렌드 및 이슈

파나소닉, '루믹스 GH4' 출시... 4K UHD 해상도 지원

- 세계 최초 4K UHD 해상도 지원으로 영화·방송용 카메라로 최적화된 미러리스
- GH4의 가장 큰 특징은 풀HD 화질보다 약4배 더 뛰어난 4K(4096 X 2160, 24p) UHD 영상 촬영을 지원해 고가의 방송용 카메라보다 뛰어난 경제성과 휴대성으로 부담 없이 4K UHD 콘텐츠를 제작할 수 있다.
- 4K UHD 영상 촬영 가능한 디바이스 중 4K 콘텐츠 제작에 뛰어난 경제성과 휴대성을 지니고 있다.
- 루믹스 GH3보다 센서, 엔진, ISO 감도 등 하드·소프트웨어 면에서 모두 업그레이드 된 성능을 보임.



2. 2014년 상반기 디지털 카메라 제조사별 트렌드 및 이슈

올림푸스 미러리스 카메라 2종 'iF 디자인 어워드' 수상

- 올림푸스 카메라는 세계 3대 디자인 어워드 중 하나인 독일 'iF 디자인 어워드 2014'에서 자사의 플래그십 미러리스 카메라 OM-D E-M1과 PEN E-P5 모델이 제품 디자인 부문을 수상.
- OM-D E-M1은 역대 올림푸스 카메라 중 최고의 화질을 자랑하며, 미러리스 카메라 렌즈뿐만 아니라 올림푸스 DSLR 카메라인 E-System 시리즈의 포서드 렌즈까지 호환 가능해 렌즈 활용의 폭이 넓어 해외 유수의 언론 매체로부터 '최고의 카메라'라는 호평을 받음.
- 50년의 PEN 시리즈 역사 중 최고의 퀄리티를 갖춘 플래그십 모델 PEN E-P5는 지금까지 출시된 모든 PEN이 가진 디자인의 장점을 가져온 제품으로 세계 최초 하프프레임 SLR 카메라 PEN F의 디자인을 이어가면서도 금속 소재로 현대적인 느낌을 가미했다고 평가 받고 있음.
- 올림푸스는 지금까지 세계 3대 디자인 어워드 'iF'와 '레드닷' 각각 16회 수상하며, 디자인 우수성 입증함



II. 경쟁사 온라인 광고집행 분석

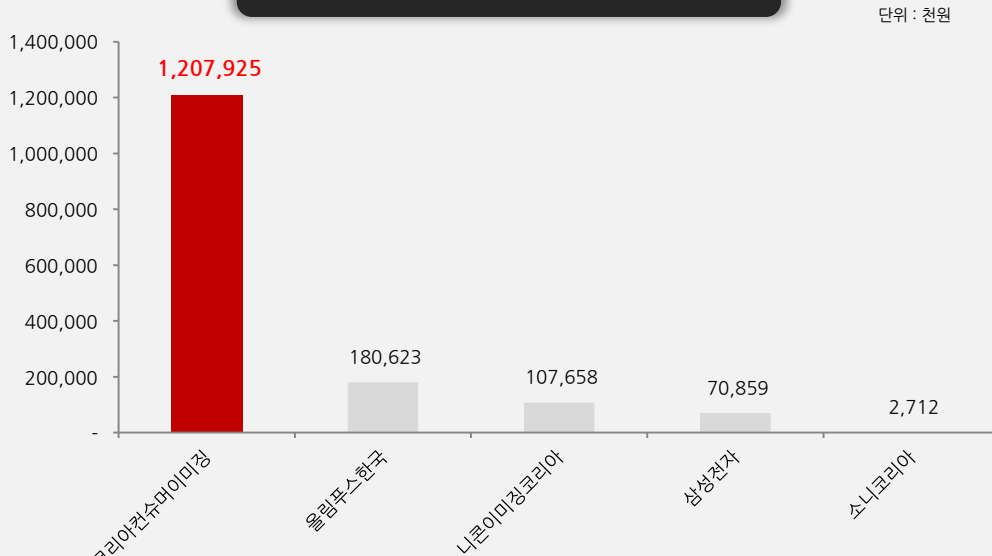
- 1. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 분석
- 2. 2014년 상반기 브랜드 별 온라인 광고 집행 분석
- 3. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 사례

1. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 분석

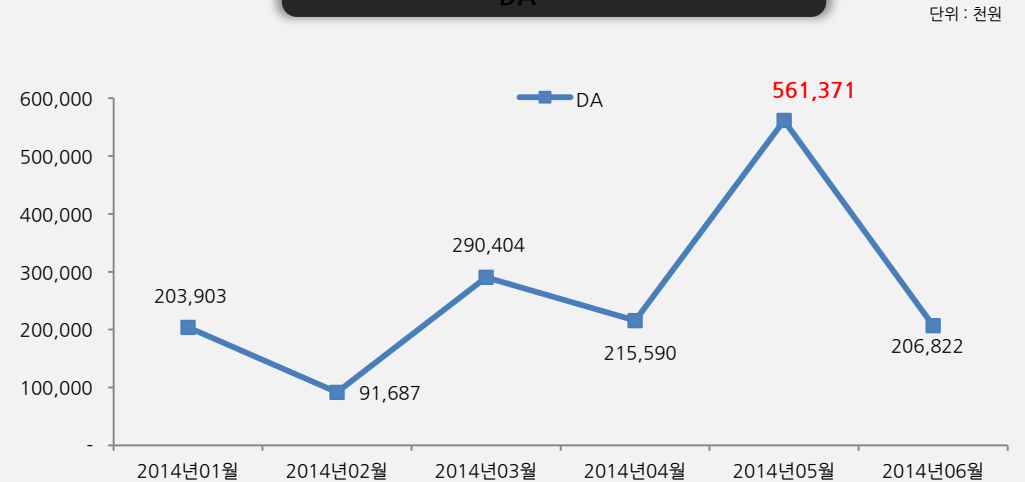
2014년 상반기 카메라 업종 광고비, 약 15.7억 원

- 카메라 업종, 2014년 상반기 약 15.7억 원의 온라인 광고비 지출
- 캐논코리아가 가장 높은 금액으로 광고 집행 → 총 광고비 1,207,925,000원
- 뒤이어 올림푸스한국(약 1.8억) > 니콘이미징코리아 (1.1억) > 삼성전자 (0.7억) > 소니코리아 (270만원) 등의 순으로 광고 집행
- 집행 월별 내역으로는 5월에 5.6억 원으로 가장 많은 광고비 지출

광고주별 집행내역



월별 집행내역



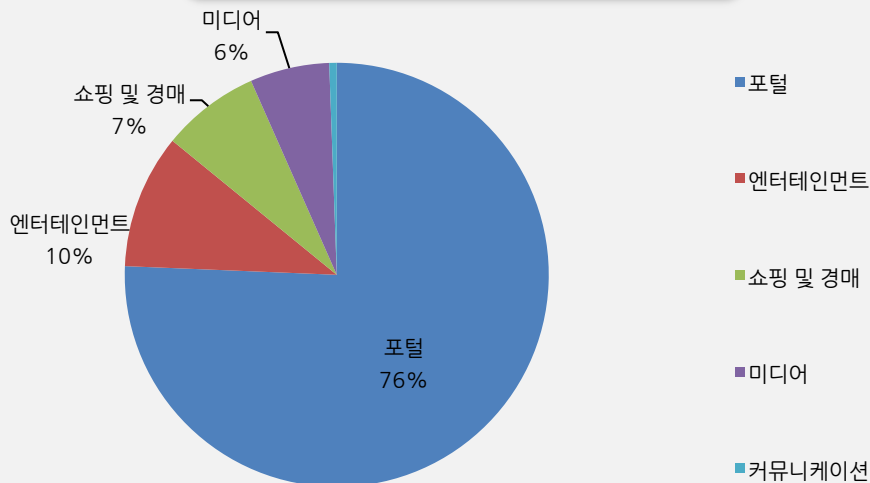
*출처: Research AD 2014.01~2014.06

1. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 분석

포털에 76% 지출, 다음 가장 높은 비중 차지

- 매체 카테고리 별 집행은 종합포털이 76%로 가장 많은 비중을 차지
그 외 엔터테인먼트10% > 쇼핑 및 경매 7% > 미디어 6% > 커뮤니케이션 1% 등의 순으로 매체 카테고리 활용
- 종합 포털인 다음에서 약 7.6억 원(49%) > 네이버(4억)> 다나와(1.2억) > 판도라TV(0.6억) 등의 순으로 높은 광고 집행을 보임
- 다음, 네이버에 전체 광고비의 74%가 집중되며 타 카테고리 대비 높은 격차를 보임

매체 카테고리별 집행내역



매체별 집행내역_상위10개



단위 : 천원

*출처: Research AD 2014.01~2014.06

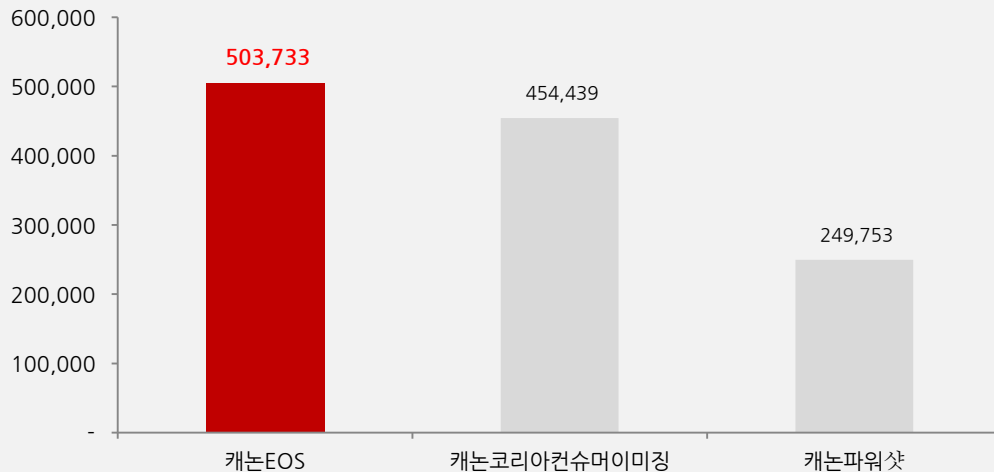
2. 2014년 상반기 브랜드별 온라인 광고 집행 분석 - 캐논코리아

EOS 시리즈 프로모션 활발히 진행

- 캐논코리아, 2014년 상반기 총 1,569,777,000원의 광고비 지출
- 브랜드 별 캐논 EOS 시리즈에 약 5억 원의 광고비로 가장 많은 지출을 보임
- 상위 캠페인 별 '캐논으로 봄 페스티벌' 캠페인에 약 3억 원, '캐논 EOS 700D 가족의 시간을 담다' 캠페인에 약 2억 원 집행
- 2014년 5월 약 4.8억 원으로 광고 집행이 가장 활발 하였으며, 뒤이어 3월에는 약 2.7억 원의 광고를 집행

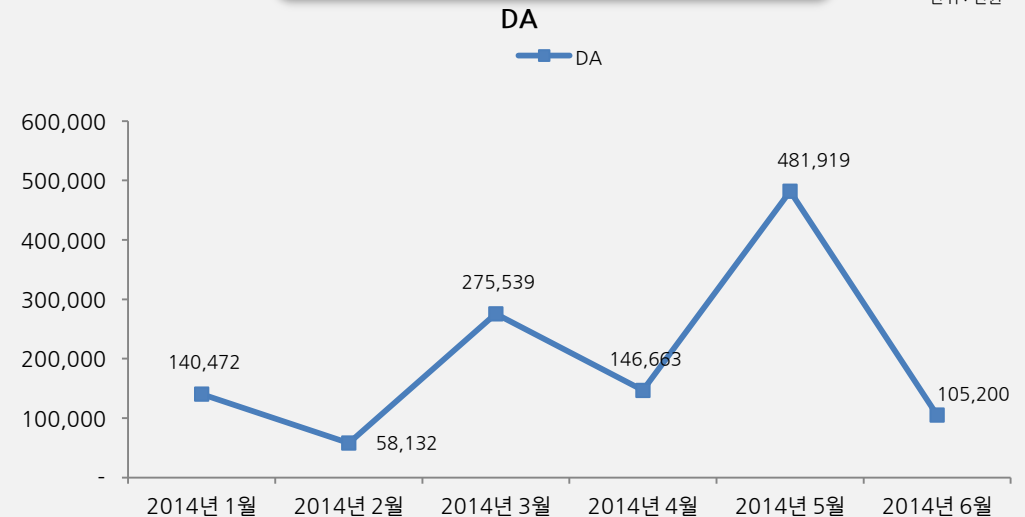
브랜드별 집행내역

단위 : 천원



월별 집행내역

단위 : 천원



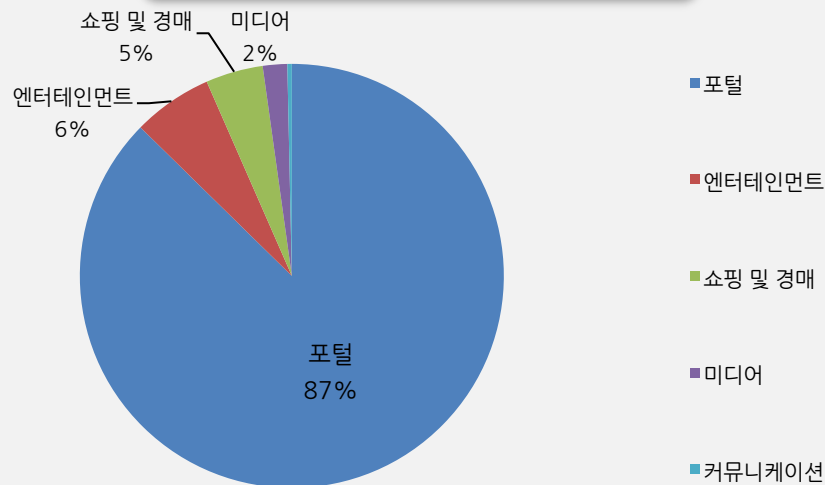
*출처: Research AD 2014.01~2014.06

2. 2014년 상반기 브랜드별 온라인 광고 집행 분석 - 캐논코리아

웹 광고비 약 12억, 포털에 87% 지출

- 웹 매체 카테고리 별 집행은 포털이 87%로 가장 많은 비중을 차지
그 외 엔터테인먼트 6% > 쇼핑 및 경매 5% > 미디어 2% > 커뮤니케이션 순으로 매체 카테고리 활용
- 종합 포털인 다음에서 약 7.6억 원(64%) > 네이버(2.6억)> 다나와(0.5억) > 유튜브(0.3억) 등의 순으로 높은 광고 집행을 보임
- 다음, 네이버에 전체 광고비의 86%가 집중되며 타 카테고리 대비 높은 격차를 보임

매체 카테고리별 집행내역



매체별 집행내역_상위10개



단위 : 천원

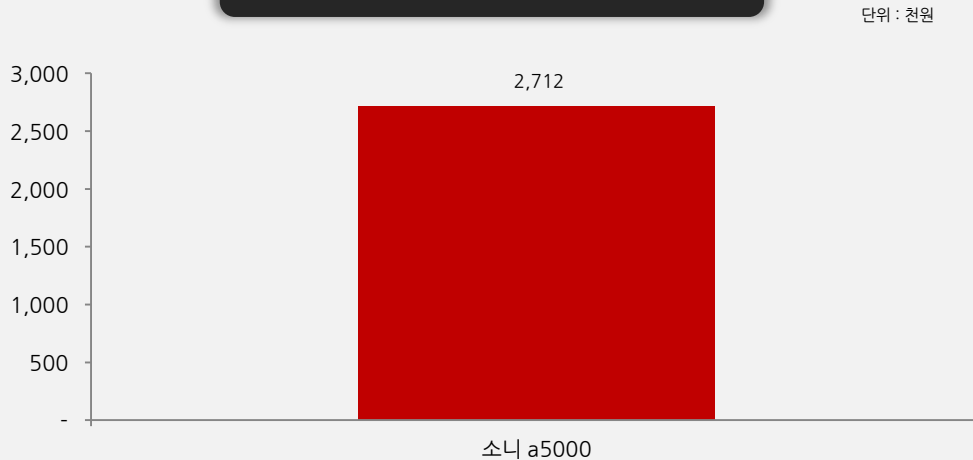
*출처: Research AD 2014.01~2014.06

2. 2014년 상반기 브랜드별 온라인 광고 집행 분석 - 소니코리아

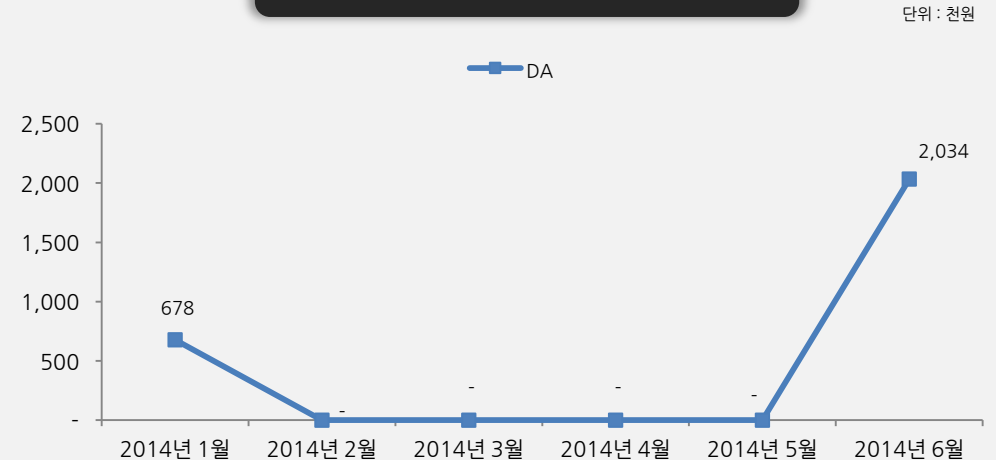
미러리스 카메라 소니 a5000에 광고 집중

- 소니코리아, 2014년 상반기 총 2.7백만 원의 광고비 지출
- 브랜드 별 소니 미러리스 a5000 유일 약 2.7백만 원의 광고비 지출을 보임
- 상위 캠페인 별 '소니 a5000!' 캠페인에 약 2백만 원, 'The 1st Full-Frame mirrorless'에 약 60만 원 집행
- 2014년 6월 약 2백만 원으로 광고 집행이 가장 활발 하였으며, 뒤이어 1월에는 약 60만 원의 광고를 집행

브랜드별 집행내역



월별 집행내역

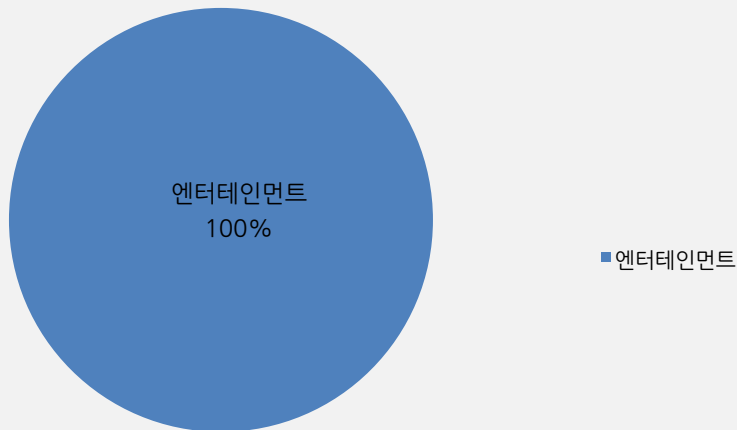


2. 2014년 상반기 브랜드별 온라인 광고 집행 분석 - 소니코리아

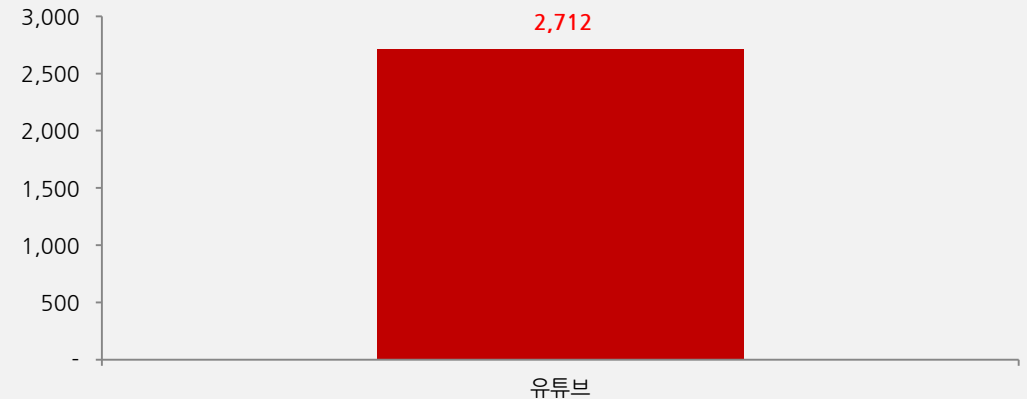
웹 광고비 약 2.7백만, 유튜브에 100% 지출

- 웹 매체 카테고리 별 집행은 유일하게 엔터테인먼트 활용
- 엔터테인먼트 매체 카테고리 중 유튜브에서 2.7백만 원의 광고비 지출

매체 카테고리별 집행내역



매체별 집행내역

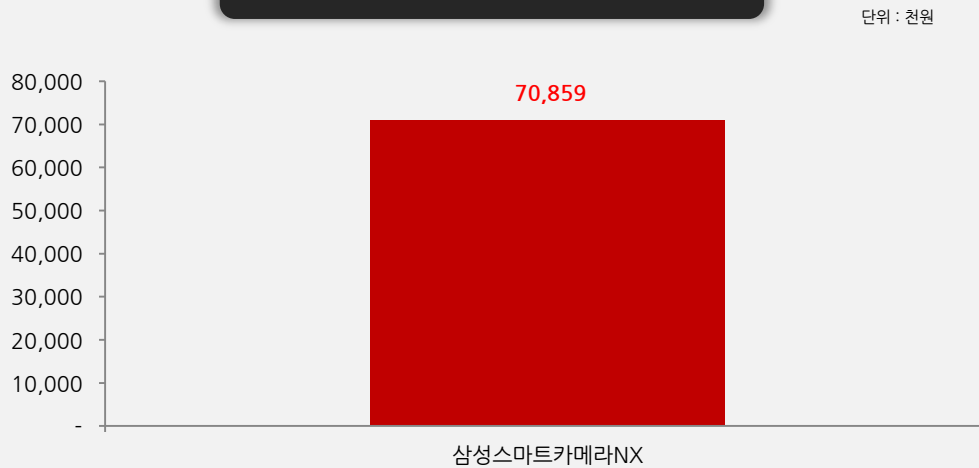


2. 2014년 상반기 브랜드별 온라인 광고 집행 분석 - 삼성전자

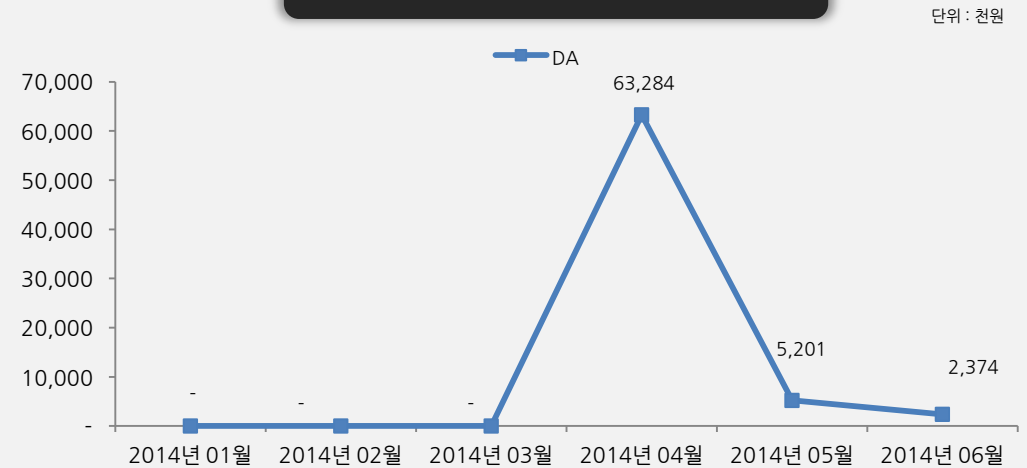
삼성 스마트카메라NX 프로모션에 광고 집중

- 삼성전자, 2014년 상반기 총 7천만 원의 광고비 지출
- 브랜드 별 삼성스마트카메라NX 시리즈에 약 7천만 원의 광고비로 가장 많은 지출을 보임
- 상위 캠페인 별 '삼성 스마트카메라 NX miniMini Stage로 초대합니다' 캠페인에 약 6.7천만 원, '삼성스마트카메라 NX miniMini Stage-최종편' 캠페인에 약 230만 원 집행
- 2014년 4월 약 6.3천만 원으로 광고 집행이 가장 활발 하였으며, 뒤이어 5월에 약 5백만 원의 광고를 집행

브랜드별 집행내역



월별 집행내역

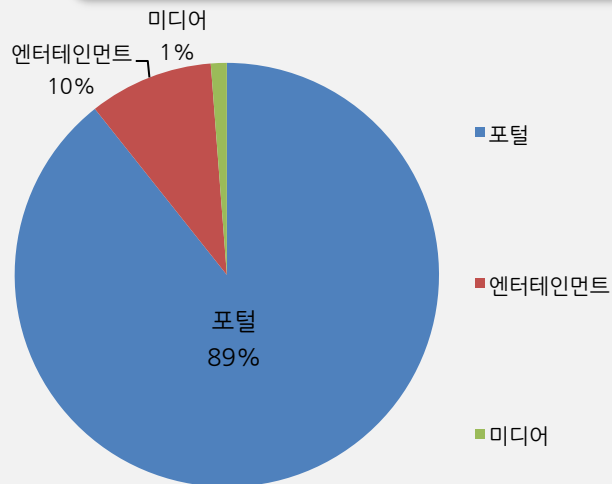


2. 2014년 상반기 브랜드별 온라인 광고 집행 분석 - 삼성전자

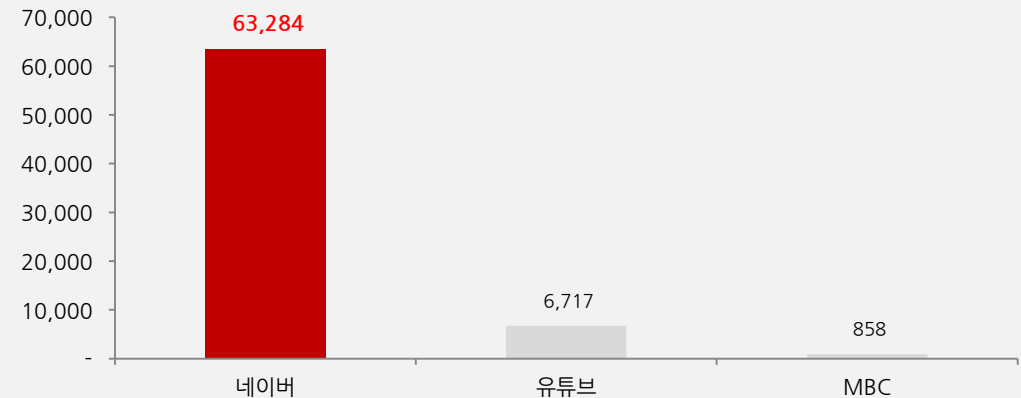
웹 광고비 약 6.3억, 포털에 92% 지출

- 웹 매체 카테고리 별 집행은 포털이 89%로 가장 많은 비중을 차지
그 외 엔터테인먼트 10% > 미디어 1% 등의 순으로 매체 카테고리 활용
- 종합 포털인 네이버에서 약 6.3천만 원(89%) > 유튜브(6.7백만) > MBC(8.5십만 원) 순으로 높은 광고 집행을 보임
- 네이버에 전체 광고비의 89%가 집중되며 타 카테고리 대비 높은 격차를 보임

매체 카테고리별 집행내역



매체별 집행내역



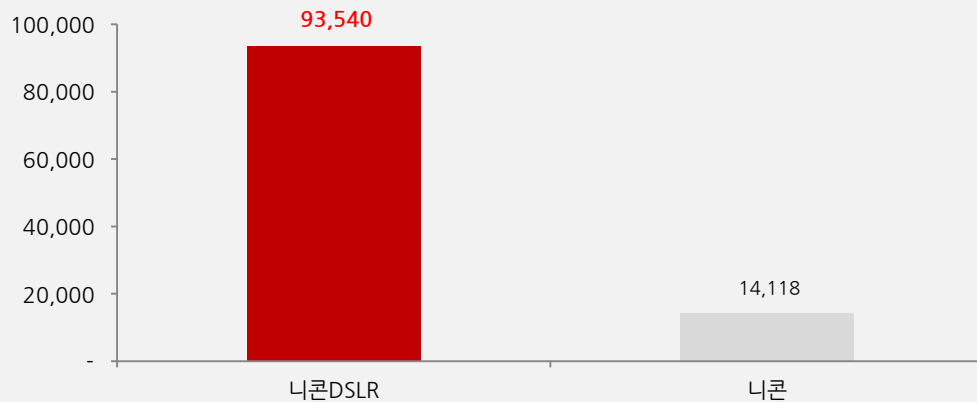
2. 2014년 상반기 브랜드별 온라인 광고 집행 분석 - 니콘이미징코리아

DSLR 시리즈 프로모션에 광고 집중

- 니콘이미징코리아, 2014년 상반기 총 1억 원의 광고비 지출
- 브랜드 별 니콘DSLR 시리즈에 약 3천만 원의 광고비로 가장 많은 지출을 보임
- 상위 캠페인 별 'D5300 or D3300 구매 후 정품등록하고 푸짐한 상품도 받아가자!' 캠페인에 약 3천만 원, '사랑이도 반한 아빠카메라 D5300' 캠페인에 약 1.9천만 원 집행
- 2014년 2월 약 3.3천만 원으로 광고 집행이 가장 활발 하였으며, 뒤이어 6월에 약 3.1천만 원의 광고를 집행

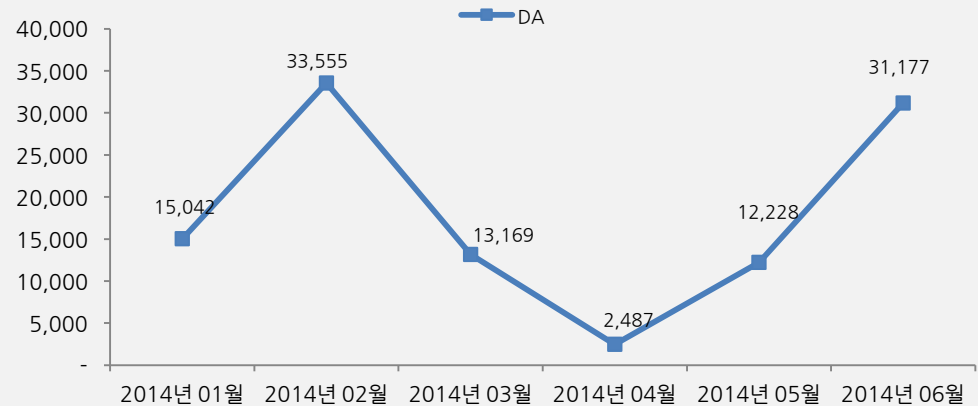
브랜드별 집행내역

단위 : 천원



월별 집행내역

단위 : 천원

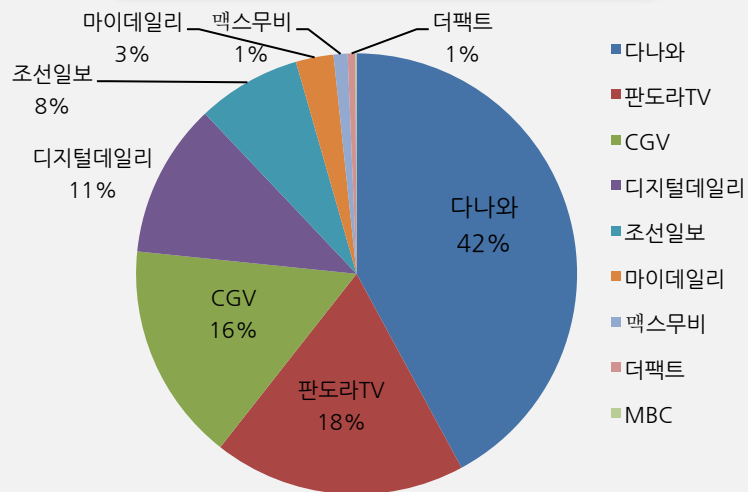


2. 2014년 상반기 브랜드별 온라인 광고 집행 분석 - 니콘이미징코리아

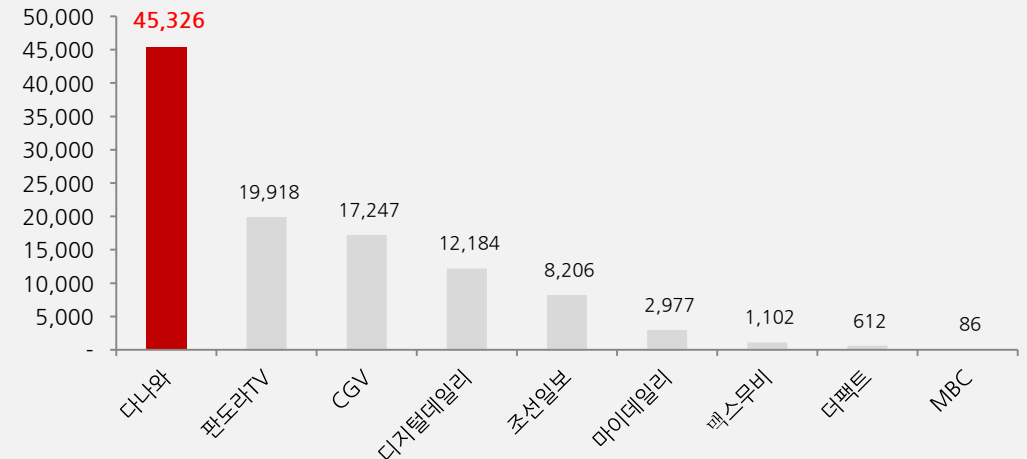
웹 광고비 약 1억, 가격정보 매체에 42% 지출

- 웹 매체 카테고리 별 집행은 쇼핑 및 경매가 42%로 가장 많은 비중을 차지
그 외 엔터테인먼트 36% > 미디어 22% 등의 순으로 매체 카테고리 활용
- 가격정보 매체인 다나와에서 약 4,500만원(42%) > 판도라TV(1,990만원) > CGV(1,700만원 등의 순으로 높은 광고 집행을 보임
- 가격정보 및 동영상매체 카테고리에서 전체 60%를 지출, 타사 대비 포털의 비중이 매우 낮음

매체 카테고리별 집행내역



매체별 집행내역



단위 : 천원

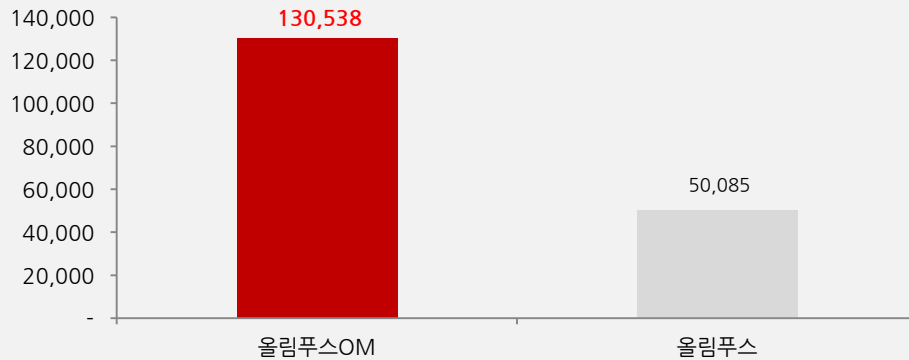
2. 2014년 상반기 브랜드별 온라인 광고 집행 분석 - 올림푸스

올림푸스OM 프로모션에 광고 집중

- 올림푸스, 2014년 상반기 총 1.8억 원의 광고비 지출
- 브랜드 별 올림푸스OM에 약 1.3억 원의 광고비로 가장 많은 지출을 보임
- 상위 캠페인 별 'TV CF 영상 스크랩 이벤트' 캠페인에 약 8천만 원, '올림푸스 팍팍 드림 페스티벌' 캠페인에 약 4천만 원 집행
- 2014년 6월 약 6.6천만 원으로 광고 집행이 가장 활발 하였으며, 뒤이어 5월에 약 6.2천만 원의 광고를 집행

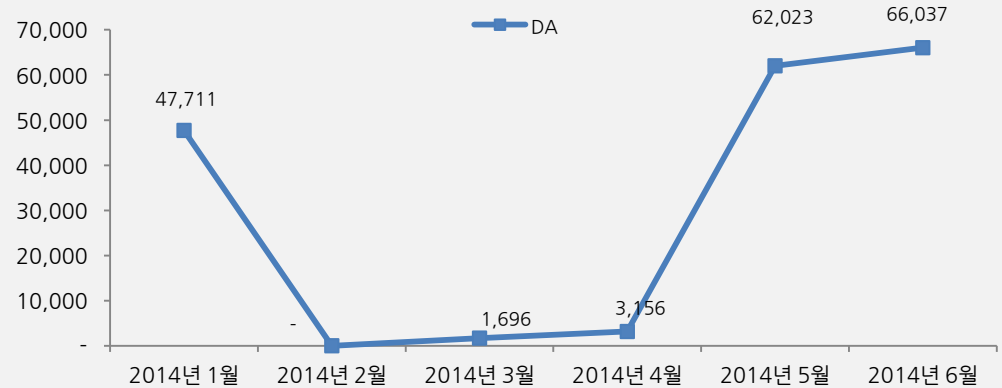
브랜드별 집행내역

단위 : 천원



월별 집행내역

단위 : 천원

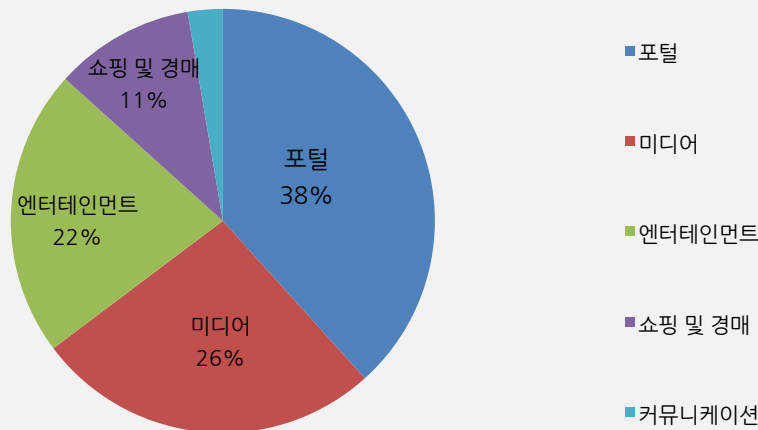


2. 2014년 상반기 브랜드별 온라인 광고 집행 분석 - 올림푸스

웹 광고비 약 1.8억, 포털에 38% 지출

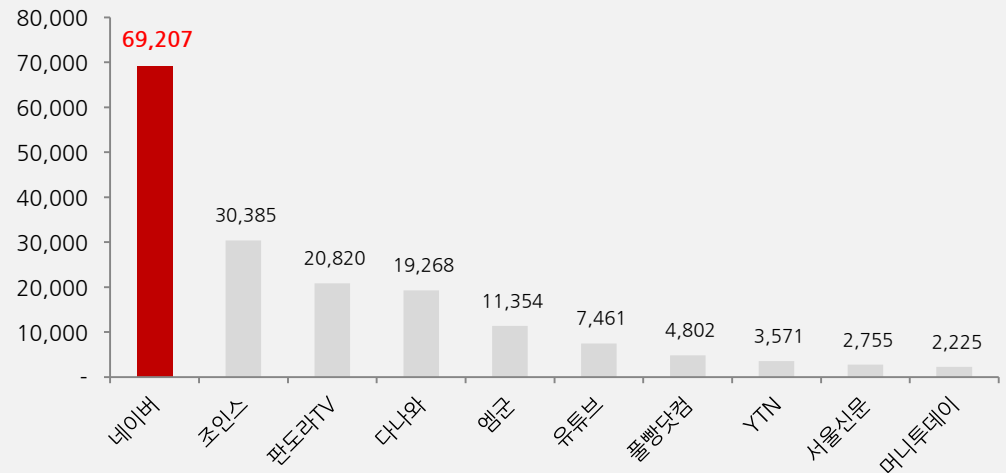
- 웹 매체 카테고리 별 집행은 포털이 38%로 가장 많은 비중을 차지
그 외 미디어 26% > 엔터테인먼트 22% 등의 순으로 매체 카테고리 활용
- 포털 매체인 네이버에서 약 7천만 원(38%) > 조인스(3천) > 판도라TV(2천) > 다나와(1.9천) 등의 순으로 높은 광고 집행을 보임
- 타사 대비 매체 별 집행 비중의 차이가 크지 않은 수준으로 진행됨

매체 카테고리별 집행내역



매체별 집행내역_상위10개

단위 : 천원



3. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 사례 - 캐논컨슈머이미징코리아

캠페인명	캐논으로 봄 페스티벌	집행기간	2014.02.21~2014.03.31
집행매체	네이버, 다음, 다나와	집행금액	303,822,000원
이벤트내용	1. 이벤트 내용 : 기간 내 제품 구매 후 정품 등록된 고객 대상 봄 선물 증정 2. 경품 : 블루투스 스피커, 정품 배터리, 포토프린터 중 택 1		

Banner Creative

Event Page



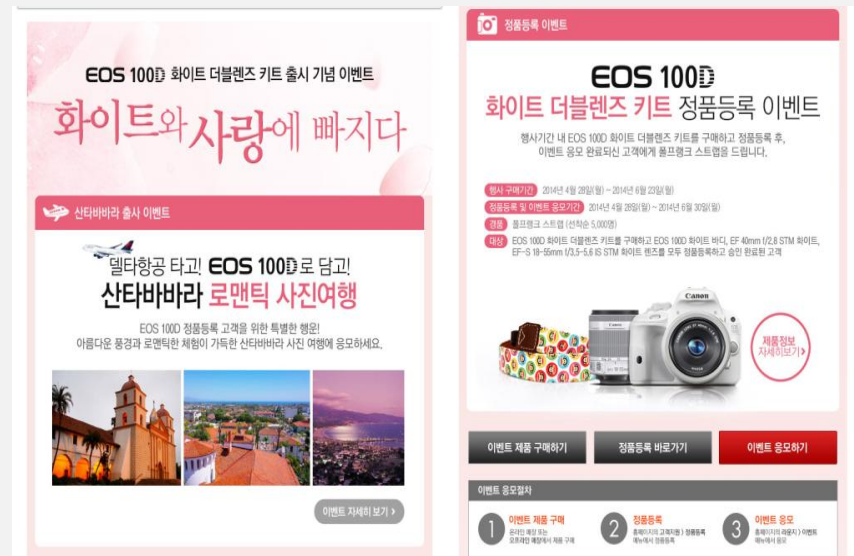
3. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 사례 - 캐논컨슈머이미징코리아

캠페인명	EOS 100D 화이트 더블렌즈 키트 출시	집행기간	2014.04.25~2014.06.30
집행매체	네이버, 다나와	집행금액	50,438,000원
이벤트내용	1. 이벤트 내용 : 이벤트1. 기간 내 제품 구매 및 정품등록 후 산타바바라 사진여행 가고 싶은 이유와 블로그 URL 입력후 응모 이벤트2. 기간 내 제품 구매 및 정품등록 후 이벤트 응모 고객 대상 풀 프랭크 스트랩 증정 2. 경품 : 산타바바라 여행권(10명), 풀프랭크 스트랩		

Banner Creative



Event Page



3. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 사례 - 캐논컨슈머이미징코리아

캠페인명	캐논 EOS 700D 가족의 시간을 담다	집행기간	2014.04.15~2014.06.27
집행매체	네이버, 다음, MBC, 유튜브, 곰TV, 다나와	집행금액	231,993,000원
이벤트내용	1. 이벤트 내용 : 이벤트1. 너의 모든 순간 영상 감상 후 페이스북을 통해 해당 영상 공유 이벤트2. 가족의 행복한 시간, 닳은 모습을 이벤트 페이지에 업 로드하여 참여 이벤트3. 기간내 EOS 700D 구매 후 정품 등록된 고객 대상 추첨을 통해 경품 증정 2. 경품 : EOS 700D, 코웨이 공기청정기, 오디션캠, 휴롬, LG 광파오븐, 포토프린터, 베스킨라빈스&스타벅스 기프티콘 등		

Banner Creative

Event Page

3. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 사례 - 올림푸스

캠페인명	TV CF 영상 스크랩 이벤트	집행기간	2014.05.12~2014.06.30
집행매체	네이버, 유튜브, 판도라TV, 엠군, 풀빵닷컴, 다나와	집행금액	85,905,000 원
이벤트내용	1. 이벤트 내용 : OM-D TV CF 영상을 스크랩 후 SNS를 통해 공유, 공유 된 URL을 이벤트 페이지에 남긴 고객 대상 경품 증정 2. 경품 : EM-10 카메라, 백화점 상품권, 영화예매권, 아이스크림 교환권		

Banner Creative



Event Page



3. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 사례 - 올림푸스

캠페인명	OM-D카메라에 어울리는 선물다운 선물	집행기간	2014.06.04~2014.06.30
집행매체	네이버, 다나와	집행금액	38,851,000 원
이벤트내용	1. 이벤트 내용 : 광고, 뉴스, 로드쇼 등 다양한 채널에 노출된 하정우를 찍어 응모 등 이벤트 참여 고객 대상 경품 증정 2. 경품: 스타일러스1, TG-850, 영화예매권, 스타벅스 교환권 등		

Banner Creative



Event Page



3. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 사례 - 니콘이미징코리아

캠페인명	D5300 or D3300 구매 후 정품등록하고 푸짐한 상품도 받아가자!	집행기간	2014.02.06~2014.03.09
집행매체	판도라TV, 디지털데일리, 다나와, CGV	집행금액	37,825,000 원
이벤트내용	1. 이벤트 내용 : D5300 / D3300 제품 구매하여 정품등록 및 무상 서비스 기간 연장 신청 고객 대상 경품 증정 2. 경품 : 네파 윈드자켓&니콘 쌍안경		

Banner Creative

당신의 완벽한 첫 시작,
Nikon 과 함께 하라

D5300
성능까지 작아지지 마라
2416만 고화소
멀티 앵글 액정 모니터

D5300
순간을 바로 전송하는
Wi-Fi 기능

D5300 or D3300 구매 후
정품 등록하고
푸짐한 상품도 받아가자!

**가이드 모드로 더 쉽게
D3300**

제품 구매 기간
2014년 2월 6일(목)
~3월 9일(일)까지

네파 윈드 자켓
니콘 쌍안경

Event Page

Action Start! Nikon

D5300, D3300
구매 후, 이벤트에 참가하면 푸짐한 상품이 쏟아집니다.

D5300 or D3300

NEPA
[네파 윈드 자켓] & [니콘 쌍안경]

대상제품 | D5300 or D3300
 | 경품 | 네파 윈드 자켓 & 니콘 쌍안경(ACULON T01)
 | 제품구매기간 | 2014년 2월 6일 ~ 3월 9일까지
 | 무상서비스 기간 연장 신청 기간 | 2014년 2월 6일 ~ 3월 12일까지
 | 정품선택기간 | 2014년 2월 6일 ~ 3월 18일까지

이벤트 참여방법 >>> 정품등록 >>> 무상서비스 기간연장 신청 >>> 승인 후 경품 선택

3. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 사례 - 니콘이미징코리아

캠페인명	Himart와 함께하는 아빠는 SUPERMAN	집행기간	2014.05.26~2014.06.29
집행매체	다나와, CGV	집행금액	14,435,000 원
이벤트내용	1. 이벤트 내용: 하이마트에서 니콘D5300 구매 및 정품등록 후 '아빠는슈퍼맨'이벤트 페이지 내 이벤트 응모 고객대상 경품증정 2. 경품: 홍콩 디즈니랜드 2박3일 가족여행권, 아쿠아리움, 치즈스쿨, 아빠는 슈퍼맨특강, 프로야구 이용권 선착순 증정		

Banner Creative



Event Page



3. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 사례 - 삼성전자

캠페인명	삼성 스마트카메라 NX mini mini stage로 초대합니다	집행기간	2014.04.14~2014.05.18
집행매체	네이버, MBC, 유튜브	집행금액	67,331,000 원
이벤트내용	<p>1. 이벤트 내용: 본인의 SNS 프로필을 셀카로 변경 및 커버걸이 되고 싶은 이유 댓글로 응모, 심사를 통해 top10 선정 후 온라인 투표로 최종 우승자 결정 (오프라인으로도 참여 가능)</p> <p>2. 경품: 패션 매거진 세씨 커버걸 데뷔 & 삼성카메라 모델계약 & 상금 1천만원 증정</p>		

Banner Creative

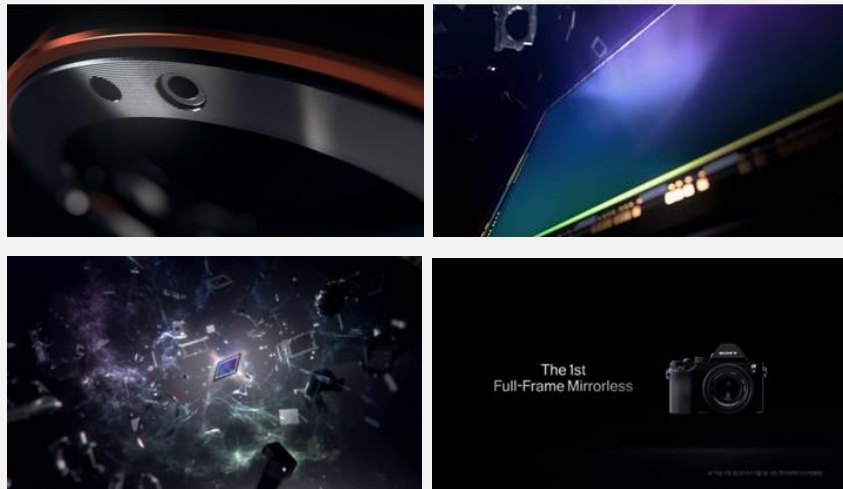
Event Page



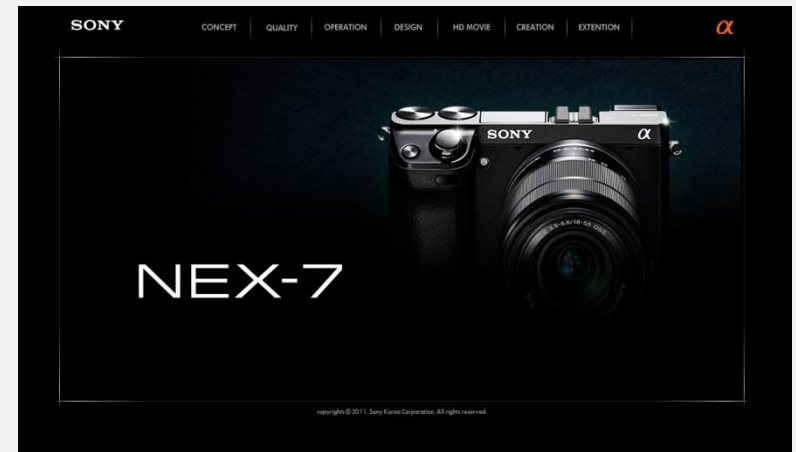
3. 2014년 상반기 경쟁사 온라인 광고 집행 사례 - 소니코리아

캠페인명	The 1st Full-Frame mirrorless	집행기간	2014.01.23~2014.01.24
집행매체	유튜브	집행금액	678,000 원
이벤트내용	1. 내용: The 1st Full-Frame mirrorless 브랜딩 & 홍보		

Banner Creative



Event Page





감사합니다