

數位相機市場現況

文 / 葉德川

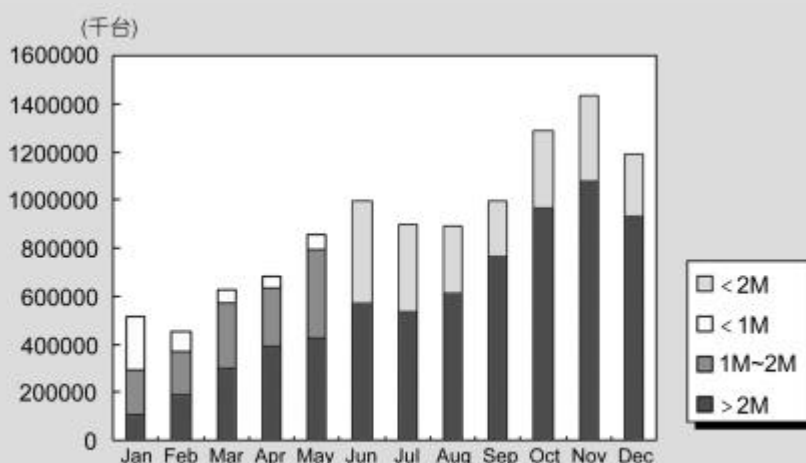
前言

進入 2001 年後，數位相機市場不若前一年活躍。從 2000 年下半年數位相機的市場成長率，就可以發現成長已出現趨緩現象，此一市場中主要的各家日本廠商，紛紛在 2001 年初修正未來的量產計畫。不僅如此，2001 年第一季推出的數位相機新機種，也沒有 2000 年初來得多；在功能上也無太大的突破，大多只是將 2000 年數位相機做小部份改款。至於一般人所關心的畫素議題，在 2001 年初大多廠商仍以 300 萬畫素為上限，更高畫素的機種，可能要到 2001 年的下半年才會在市場出現。以下將對 2001 年上半年的出貨現況及產品動態逐一介紹，並對未來的趨勢作一分析。

出貨現況

根據日本寫真機工業會觀察，以及日本數位相機出貨情況之資料顯示（詳圖一），2000 年下半年出貨量的成長率已經開始趨緩。2000 年在全球經濟不景氣的情況下，屬於消費性電子產品的數位相機，其市場多少受到大環境的影響。因此，根據預估 2001 年景氣依舊低迷，其數位相機市場成長率將較 2000 年下降。此外，在數位相機畫素方面，從 2000 年下半年以來，日本數位相機廠商的出貨量，多集中在 200 萬畫素以上的機種。未來日本廠商也將以 200 萬畫素以上的機種，做為生產的重心。

圖一 2000 年日本數位相機廠商出貨量

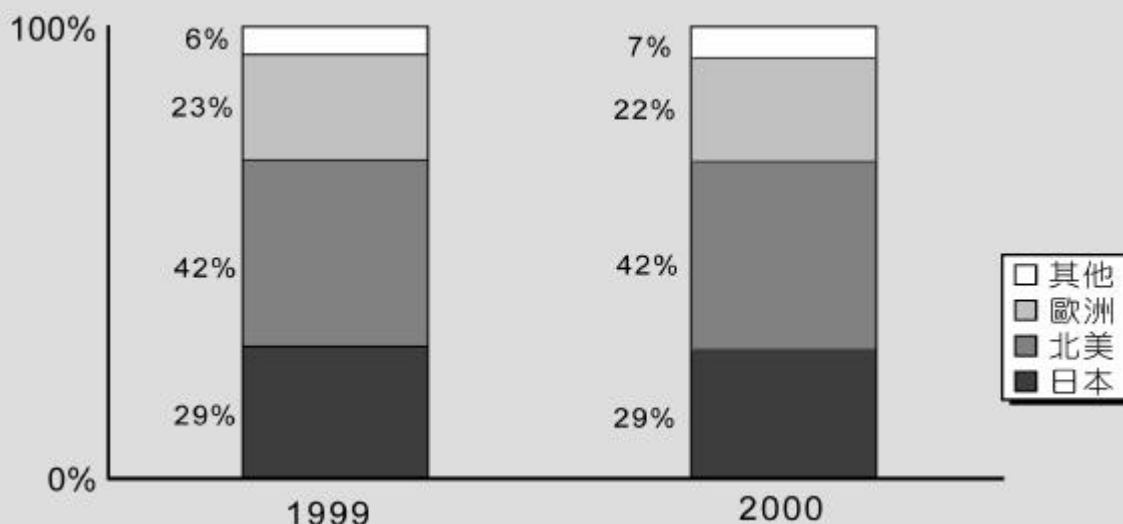


資料來源：日本寫真機工業會，2001/03

台灣位居全球第二大的數位相機生產國，2000 年的表現相當突出；原先日本廠商已經放棄的百萬畫素以下的數位相機，在我國廠商的努力下，2000 年產量達 400 萬台的規模。但是在 2001 年上半年的出貨狀況，我國也跟全球市場一樣，出貨成長率開始趨緩。

另外，在日本數位相機廠商出貨地區分佈的變化方面，根據日本寫真機工業會的數據，發現 2000 年與 1999 年並無太大的改變。反觀是 1998 年到 1999 年日本數位相機輸出至海外市場的比例，有較大的變化；1999 年日本以外的市場所佔的比例，較 1998 年提升了 11%。2000 年歐洲市場不若預期中的成長，使得整個全球市場的分佈，維持原來的規模。預估 2001 年在整體消費環境沒有太大的變動下，全球市場的分佈變化不大。

圖二 日本數位相機廠商輸出地區分佈



資料來源：日本寫真機工業會，2001/03

新產品動態

2001 年上半年數位相機市場不若 2000 年上半年活躍。首先，超過 300 萬畫素以上的機種並不多；相較於 2000 年此時的市場，當時正是 200 萬畫素跨入 300 萬畫素世代交替的時刻。

目前市面上現有超過 300 萬畫素的產品有 Olympus Camedia E-10，其畫素達到 400 萬畫素，是 2000 年 10 月推出的機種；專業單眼型數位相機，則有 547 萬畫素 Nikon 的 D1X；已知計畫推出 524 萬畫素數位相機的僅有 Minolta DiMAGE 7。觀察各廠商發展的

情況，發現往高畫素發展的腳步較過去緩慢。不僅如此，數位相機在功能與外型方面，變化也不如前兩年多。

Sony 在 2000 年 10 月推出 P 系列第一款機種 334 萬畫素的 P-1，強調機身的小巧；2001 年 4 月更推出了 211 萬畫素的 P-50，及 130 萬畫素的 P-30，使 P 系列的產品線更加完整。Sony 其他的產品線只是小改款，沒有太大的變動。如 STAMINA 系列，推出 DSC-S70 的後續機種 DSC-S75；Mavica 系列推出 MVC-FD87、MVC-FD92、MVC-FD97 來取代 MVC-FD85、MVC-FD90、MVC-FD95；F 系列中的 DSC-F55DX 為 DSC-F55V 的 2001 年版。在 P 系列、STAMINA 系列、Mavica 系列、F 系列四個系列中，各有不同的市場區隔：P 系列為因應消費性產品體積小巧的需求；STAMINA 系列則較接近於市場上一般的商品定位；Mavica 系列強調使用軟碟、光碟及高倍數鏡頭；Sony 發展至此，產品線已經相當完整。因為 Sony 不是一般傳統相機廠商，不擅長單眼相機的製造，故無發展單眼數位相機的計畫。

Sony 無發展單眼數位相機的計畫，Canon 則將高倍數光學變焦鏡頭融入一般體積的數位相機中。

而 Fujifilm 則是採將畫素向上發展的廠商，在 2001 年推出高階機種，採用 603 萬畫素 Super CCD 的 FinePix 6800Z 來取代 2000 年同期 432 萬畫素 Super CCD 的 FinePix 4700Z，中階機種則為 432 萬畫素 Super CCD 的 FinePix 4800Z，低階機種則為 2000 年 11 月 211 萬畫素 CCD 的 FinePix 2500Z。由 Fujifilm 的產品線規劃，可發現該公司在高畫素上的發展並未停止。

另一大廠 Olympus 大致延續過去的產品線，2001 年比較特殊的是，推出 10 倍光學變焦的 Camedia C-700 Ultra Zoom；過去消費者對高倍數光學變焦數位相機的印象，多是體積較大、單眼設計的機型，Camedia C-700 Ultra Zoom 一改過去的設計方式，將高倍數光學變焦鏡頭，融入一般體積的數位相機中，與一般市場將高倍數光學變焦與高階機種搭配的考量，有所不同，至於市場的反應如何，則有待觀察。

除了上述的 Sony、Fujifilm、Olympus 及 Canon 等大廠，較積極計畫推出新產品小廠只有 Minolta。Minolta 尚在計畫的 524 萬畫素 DiMAGE 7，是目前知道最高畫素的量產型數位相機。

發展趨勢

在外型上，輕、薄、短、小是市場上的需求；不少 OEM 訂單已經開始要求袖珍型的產品。如同其他消費性電子產品，在功能要求無法突破時，體積與重量的縮減便成為發展的目標；最明顯的例子，便是手機近兩年在體積及重量上大幅縮減，而體積大與重量重的產品，市場銷售成績明顯下降。

以附加價值維持數位相機的售價，也是廠商經營的策略之一。其他附加功能的發展，從 1999 年推出的利用 PHS 傳輸、直接列印名片大小的照片，到 2000 年附加近來發燒的“MP3”功能，都是屬於利基性的產品；Fujifilm 在 2000 年 7 月推出的 FinePix 40i，就是一台具 MP3 功能的高畫素定焦數位相機。

實用性的考量也慢慢受到重視，防水、防塵等設計，讓消費者可從事戶外工作或休閒活動。

而實用性的考量也慢慢受到重視，防水、防塵等設計，讓消費者從事工地拍攝等戶外工作，或是玩水等戶外休閒活動，也可以放心地使用數位相機。Ricoh RDC-200G 的防水設計，可以在雨中拍攝。Kodak 的 DC5000，在機身接縫處以橡膠包覆，可以防水及防塵，還有輕微的抗震效果。Sony P1 本身雖然沒有防水的設計，但是其選購配件中有防護套可供選擇，讓消費者在戲水時也可使用。

結語

2001 年的數位相機市場已經開始降溫，產品已經有開始進入成熟期的跡象。雖然往高畫素發展的腳步趨緩，但並不代表高畫素的發展已至極限，只是發展的時程表向後遞延。除了體積與重量的縮減，仍是往後數位相機發展的重點外，其他功能的變化應該不會很大。至於在 2001 年整體經濟蕭條的環境與消費環境不佳的情況下，大多數數位相機的廠商，勢必會將發展的重點集中在如何降低成本，以低廉的售價刺激消費者的採購意願。