



Beyond Fair & Exhibition  
Building Enhanced Family Experiences, BeFe

# 제 33회 베페 베이비페어 PRESS KIT

[자료 문의]

플랜얼라이언스 김동욱 팀장 ☎ 010-2530-9817/kdw@planall.co.kr



## 행 사 개 요

- 일시 : 2018년 2월 8일(목)~2월 11일(일), 오전 10:00 ~ 오후 18:00
- 장소 : 삼성동 코엑스 1층 Hall A/Hall B(18,378㎡)
- 규모 : 참가업체-165개사 920부스 380개 브랜드  
 관람객수-10만명 이상 예상(임신부, 아기엄마/아빠, 조부모 등 친지, 업계 관계자)
- 주최 : (주)베페
- 협찬 : 오브맘
- 후원 : 산업통상자원부

태교용품	태담, 태교 관련 도서, 음반
임산부용품	임부복 및 속옷, 피부보호제, 보조식품, 임산부의료기기
임산부 서비스	산부인과, 산후조리원, 산후도우미
출산용품	의류, 침구, 영유아 전용 스킨케어 및 기타 용품
영유아식품	분유, 이유식, 생수, 음료수, 보조식품
영유아 서비스	제대혈은행, 스튜디오, 생활가전, 신생아보험, 베이비시터, 기념소품
안전용품	유모차, 캐리어, 카시트, 보행기, 안전용품, 웰빙아기방꾸미기제품, 유아침대, 영유아 가구
지능개발프로그램	놀이완구, 교육교재 및 프로그램, 플레이스쿨, 지능개발용품, 육아잡지
인터넷 서비스	임신, 출산, 육아, 여성관련 인터넷 정보제공 업체
기타	베이비 유기농·로하스 제품군, 유해환경 보호제품, 영유아용 아이디어 개발 상품

## (주)베페(BeFe) 기업소개

(주)베페는 1999년 7월 설립되어 국내 최초 임신 출산 육아용품 전시회를 개최하는 등 다양한 전시회 주최, 전시/컨벤션 기획 및 운영, 온라인 비즈니스 등 종합 서비스를 제공하는 전시/컨벤션 전문기업이다. 2011년 6월에는 임신 출산 육아 산업과 문화, 교육 사업 등을 아우르는 임신출산육아 토틸 브랜드로 진화하기 위해 '베페'라는 통합 브랜드를 발표하고, 사명도 (주)베페로 변경했다.



(주)베페는 기존 전시회인 베페 베이비페어를 기반으로 온라인 베페, 모바일 베페, 베페몰, 베페TV 등 전시와 온라인 사업을 연계한 새로운 서비스를 제공하고 베페 맘스쿨, 태교음악회 등을 통한 임신 출산 육아 전반의 문화 서비스를 확대해 나가면서 임신 출산 육아의 토틸 마케팅 브랜드로 자리매김해 왔다.

### 베페(BeFe)란?

베페는 'Beyond Fair & Exhibition', 'Building Enhanced Family Experiences'의 줄임말로, (주)베페의 고유 사명이자 상표권을 가진 브랜드명이다. (주)베페는 베페 베이비페어 전시회를 넘어 임신출산육아에 대한 새로운 문화와 가치를 창출하는 문화기업으로 점차 발전해 가고 있다.

(주)베페는 '베페 베이비페어'의 주최사로 2000년부터 2017년 9월까지 총 32회에 걸쳐 전시회를 개최하고 있으며, 특히 제 17회 이후부터는 매회 평균 10만 명 이상의 관람객이 찾는 국내 최고·최대 규모 전시회로 성장해왔다. 오는 2월 8일 개최되는 제33회 베페 베이비페어에도 165개사 920부스, 380개 브랜드가 참여하며 기존의 명성을 이어갈 예정이다.



베페 베이비페어는 국내 퍼블릭 전시회 중에서 최초로 국제 전시 협회인 UFI(The Global Association of the Exhibition Industry)의 국제인증을 획득했으며, 산업통상자원부가 주최하는 '한국 전시산업 발전 대상' 우수 브랜드 전시회 부문에서도 최우수상을 3회 수상하였다.

(주)베페를 이끌고 있는 이근표 대표이사는 지난 2009년 국내 전시산업 선진화에 공적이 현저한

모범 경영인을 대상으로 하는 '제1회 전시산업발전유공자 포상'에서 공로상을 수상했고, '제50회 무역의 날' 기념식에서는 전시업계 대표로 산업포장을 수상하기도 했다. 이러한 성과는 베페 베이비페어의 성공을 기반으로 베이비 포털 사이트, 온라인 쇼핑몰, 임산부 교육까지 그 분야를 확장시키며 육아산업에 대한 끊임없는 고민을 이어가고 있는 (주)베페의 집념이 이뤄낸 성과다.

1991년부터 10년간 전자신문사에 근무하면서 탁월한 기획력으로 각종 IT전시회, 컨퍼런스를 국제적인 수준으로 끌어올리는 데 기여해 온 이근표 대표. 그는 1999년 (주)베페를 설립, 베페 베이비페어를 기획해 참신한 운영과 적극적인 홍보/마케팅 활동으로 전시문화를 주도하고 있다.

베페는 연중 언제 어디서나 임신 출산 육아 관련 정보를 얻고 관련 상품을 구매할 수 있는 온라인 사이트와 쇼핑몰인 베페몰(mall.befe.co.kr)을 운영 중이며, 각각 2014 웹사이트 Award와 웹어워드 코리아에서 대상을 수상하는 등 국내 전시사업 및 웹 비즈니스 산업 활성화에도 기여한 공로를 인정받게 되었다. 이어 2014년 7월에는 인터넷 방송 '베페TV'를 개국하며 전시와 온라인 사업을 연계한 새로운 서비스로 기존 고객들의 만족도를 더욱 높여가고 있다.

## (주)베페(BeFe) 주요사업

- 전시·컨벤션 관련 종합 서비스로 국내 전시산업의 리딩 기업으로 '우뚝'
- 임신출산육아용품 멀티 플랫폼 '베페 온라인', '베페 모바일' 운영
- 임신출산 육아관련 트렌드와 정보 전달하는 '매거진 <베페>', '웹진 <베페>' 발행
- 예비맘 위한 교육 프로그램 '베페 맘스쿨', 태교 음악회 등 각종 문화행사 활발

### 국내 임신 출산 육아용품 전시회의 새 역사 쓰다

(주)베페(대표 이근표, [www.befe.co.kr](http://www.befe.co.kr))는 1999년 7월 설립되어 다양한 전시회 주최, 전시·컨벤션 기획 및 운영, 온라인 비즈니스 등 전시·컨벤션 관련 종합 서비스를 제공하는 전시·컨벤션 전문기업이다. (주)베페는 2000년부터 '베페 베이비페어'를 31회에 걸쳐 개최하며 이제는 매회 평균 10만 명 이상의 관람객이 찾는 국내 최고·최대 규모 전시회로 성장시켜 왔다. 이처럼 우수한 전시 운영 노하우와 고객 서비스로 산업통상자원부가 주최하는 '한국 전시산업 발전 대상' 우수브랜드전시회 부문에서 2008년, 2009년, 2011년 최우수상을 받는 등 국내 전시산업의 리딩 기업으로 자리매김하고 있으며, 2014년 2월에는 국내 퍼블릭 전시회 중에서 최초로 국제 전시 협회인 UFI(The Global Association of the Exhibition Industry)의 국제인증을 획득했다.

### 임신출산육아 멀티 플랫폼, 베페 웹사이트와 베페몰 운영

베페는 지난 2007년 8월 임신, 출산, 육아용품 전문 플랫폼인 베페 온라인 사이트를 오픈했다. 전시회의 시간적, 공간적 제약에서 벗어나 관련 기업과 관람객들이 1년 365일 만날 수 있는 공간을 마련함으로써 육아를 하는 부모들의 육아용품 정보에 대한 니즈를 충족하고, 육아용품 시장을 활성화시켰다.

특히 베페 홈페이지에서 유·무료 체험단 이벤트, 브랜드보드 및 신상품 소개 페이지 등 소비자들이 구매 전 제품을 직접 체험하고 정보를 얻을 수 있는 공간을 마련해 정보 제공 및 선택의 폭을 더욱 넓혔다. 뿐만 아니라 2009년 1월에는 온라인 쇼핑몰인 베페몰을 오픈하여 신상품전, 체험 상품전 등 다양한 기획전을 진행해 소비자들에게 전시회만큼의 다양한 혜택을 주고 있다.

이처럼 다양한 창구를 통해 소비자들은 임신 출산 육아 교육에 대한 다양한 상품과 콘텐츠를 제공받을 수 있고, 육아용품 공동구매와 여러 이벤트를 통해 좋은 제품을 저렴한 가격에 구매할 수도 있다. 베페 베이비페어 참가기업은 전시를 통한 사전/사후 마케팅이 가능해지면서 참가 효과가 점차 극대화됐다.

주최사인 베페는 소비자와 직접 소통하여 피드백을 얻을 수 있어 브랜드 인지도와 신뢰도를 높이는 데 큰 도움을 줄 것으로 기대한다. 매년 베페 웹사이트 회원 수 및 방문 수가 가파르게 증가하고 있으며, 현재 누적 회원 105만여 명의 온라인 회원을 보유하고 있어 참가 기업들의 홍보 효과가 더욱 높아지고 있다.

베페몰의 경우 사용자가 보기 편하고 브랜드, 사용자들이 서로 소통할 수 있는 메뉴 등으로 지난 2013년 한국인터넷전문가협회(KIPFA)가 개최한 '웹어워드 코리아'에서 종합 쇼핑몰 부문 대상을 받기도 했다. 베페몰은 이제 단순 쇼핑 플랫폼을 넘어 커뮤니티 쇼핑공간의 장으로 특히 모바일 및 태블릿 PC 사용에 익숙한 베페몰 고객을 위해 어느 디바이스에 관계없이 쉽고 편하게 쇼핑할 수 있는 시스템으로 구축된 것이다.

### 베페 모바일 어플리케이션 런칭

베페 베이비페어 방문자 중 모바일 회원으로 입장한 방문객은 2010년 초기 앱 출시 이후 계속 증가하고 있다. 모바일을 통한 입장객은 약 44%로 초기 17%에서 약 2.5배 이상 증가한 셈이다. (2017년 기준) 현재 안드로이드 및 애플 버전 모두 운영 중이며 행사기간 내 고객은 이벤트, 상품할인, 상품증정 등 다양한 브랜드의 쿠폰을 다운로드 받을 수 있다. 또 어플리케이션 내 탑재된 전시회 안내 지도를 통해 자신이 원하는 브랜드를 손쉽게 찾아 관람할 수 있어 편리하다.



### 베페TV 홈쇼핑 인터넷 방송 런칭

2014년 7월, 베페는 임신 출산 육아 교육 정보를 많은 부모들에게 제공하기 위해 인터넷 방송 채널인 '베페TV'를 개설했다. 베페는 육아용품 판매는 물론 예비맘과 초보맘들을 위한 육아정보를 공유하는 등 다양한 방송 프로그램을 진행한 바 있다.



### 베페가 진행하는 임신출산 육아관련 문화사업

지난 2007년 10월 처음 개최된 이래 현재까지 총 93회 (2018년 1월 기준) 진행된 '베페맘스쿨'은 매회마다 국내의 임신, 출산, 육아 분야 의사와 전문가가 함께하며 현재까지 약 4만 2천여 명의 임산부가 거쳐 간 교육과정이다.

베페 맘스쿨은 매월 400명의 임신부와 예비 부모를 초청해 진행하는 임신·출산·육아 관련 무료 강좌이다. 베페 맘스쿨은 신생아 육아법을 비롯 임신부가 궁금해하는 다양한 정보를 제공하고 직접 참여할 수 있는 체험 프로그램으로 400명 모집에 매회 2500여 명 이상이 신청, 선정 인원 중 90% 이상의 참석률을 보이는 등 예비 엄마들의 입소문을 타며 큰 호응을 얻고 있다.

이 외에도 2011년 7월, 미혼모 돕기 성금 모금을 위한 베페 나눔 유모차 콘서트를 시작으로, 임신부를 위한 태교음악회 등 다양한 문화 행사를 진행하고 있다.

### 임신출산 육아관련 트렌드와 정보를 전달하는 '베페 매거진', '베페 웹진' 발행

베페는 연 2회 동명의 매거진 '베페(BeFe)'를 발행하고 있다. 2012년 8월 창간한 베페 매거진은 관람객 편의를 위해 전시회 전용 매거진으로 등장, 전시회 참여 브랜드 소개, 육아 콘텐츠, 육아용품 화보와 참가기업 브랜드 제품 구매 시 사용 가능한 각종 쿠폰을 동봉한 모습이었다. 유아용품부터 패션, 뷰티, 문화예술, 가전, 리빙제품에 이르기까지 에디터들이 추천하는 신제품 및 리뷰를 매거진 리포트로 만나볼 수 있는 것도 프리미엄 육아 정보 매거진 '베페(BeFe)'의 매력 중 하나다.



특히 베페 매거진에는 신제품 정보 및 대형 전시장 지도와 참가 기업 브랜드의 추가 할인 쿠폰북을 수록해 전시장 내 제품 구입 시 실질적 혜택도 제공한다. 2018년 2월 코엑스에서 열리는 33회 베페 베이비페어 입장 시에도 무료로 받아볼 수 있다.

또한 베페 매거진과 함께 2012년부터 발행된 웹진 '베페(BeFe)'는 임신 출산 육아관련 정보 및 최신 트렌드를 담아 매월 베페 온라인 사이트 회원을 대상으로 발행된다. 구독 희망자는 베페 홈페이지에 가입 시 기재한 이메일로 웹진을 받아볼 수 있으며, 홈페이지 내 웹진 베페 메뉴를 통해서도 콘텐츠 확인이 가능하다.

한편, 베페가 자체적으로 발행하는 매거진 '베페(BeFe)'와 웹진 '베페(BeFe)'는 실제 예비엄마·아빠 및 육아중인 부모로 구성된 베페 명예기자들이 육아관련 진정성 있는 콘텐츠를 담는 것이 특징이다.

## 해외진출 통한 국내 유아용품 수출 촉진 및 유망기업 판로 개척 지원

베페 베이비페어는 국내 대표의 유아전시회를 넘어, 세계 속에서도 주목 받는 전시회로 자리매김하고 있다. 해마다 전 세계 메이저급 유아용품 브랜드들의 상품개발자와 CEO들이 찾고 있으며, 베페는 이러한 전시회 노하우와 명성을 바탕으로 유아용품의 수출 및 해외진출에 적극 나서고 있다.



특히 베페는 대한무역투자진흥공사(KOTRA)와 함께 중국 상하이에서 열린 '2017 중국 상하이 유아산업 전시회(CBME China 2017)'에서 역대 최대 규모의 '한국관'을 구성, 3700만 달러의 상담 실적을 기록한 바 있다. CBME China 에는 4년 연속 참가했으며, 지난 1월에는 2017 홍콩 'Baby Products Fair' 에서도 최초로 '한국관'을 구성해 운영하며 그 위상을 넓힌 바 있다. 또한 지난해 9월에는, 유럽 최대의 유아용품 박람회인 독일 쾰른 유아 및 아동용품 전시회(Kind + Jugend 2017)에서도 '한국관'을 주관하여 아시아를 넘어 유럽시장까지 그 영역을 확장했다. 이처럼 앞으로도 베페는 국내 우수 유아용품 업체들의 해외진출 및 수출증대를 위한 노력을 펼쳐 향후 다양한 국가에서 행사를 개최해 전시 수출 지역을 확대해 나갈 계획이다.

또한 베페는 유아용품 업계의 내수시장 활성화는 물론 해외시장 개척을 위한 기업간 거래(B2B) 서비스에도 힘을 쏟고 있다. 이에 제31회 베페 베이비페어에서는 유아용품전시회 최초 '해외 바이어 초청 수출상담회'를 성공적으로 개최했다. 8개국 41개사가 참가한 수출상담회에서는 기존 해외 유아용품 박람회 참가 때보다 높은 계약 실적을 나타내며, 약 7800만 달러 이상의 현장 수출상담 실적을 달성했다. 오는 제33회 베페 베이비페어에서도 '해외 바이어 초청 수출상담회'가 열리며, 지난해 대비 참가국과 업체가 늘어 중국, 일본, 독일, 러시아 등 13개국 50개사가 참여할 계획이다.





최근 산업통상자원부는 국제경쟁력을 갖춘 글로벌전시회를 육성하고, 해외바이어의 참가·상담을 통한 국내 중소기업과의 수출 연계를 위해 2018년도 국내전시회 개최지원 대상사업 선정계획을 공고했으며, 이에 베페 베이비페어가 해당 공고의 유망전시회로 선정되어 산업통상자원부의 후원을 받게 됐다. 이를 계기로 베페는 중소기업에 효과적인 수출 마케팅 기회를 더 적극적으로 제공하고, 국제 비즈니스와 교류의 장소로서 해외바이어가 찾아오는 국제 경쟁력을 갖춘 전시회로서의 입지를 굳건히 할 것으로 기대된다.

## 베페 베이비페어가 전하는 “대한민국 육아 트렌드”

올바른 임신 출산 육아 문화를 만들어가는 기업 ㈜베페는 연 2회 관련 전시회를 개최하며, 해당 시기 국내 육아분야 현상을 분석하고 트렌드를 주도하는 역할을 도맡아왔다. 최근 5년간 베페 베이비페어를 통해 확인할 수 있었던 대한민국 육아시장 현황을 정리하고, 2018년 육아 트렌드를 미리 살펴 다음과 같이 제시한다.

연도	회차별 육아 트렌드	
2013년	23회(2013.02)	24회(2013.08)
	“알뜰소비”	“프렌디”
	불황으로 전반적인 소비가 위축되며 육아용품 소비 트렌드 역시 가성비 중시되는 패턴으로 변화	아빠육아 주목받으며 친구 같은 아빠에 대한 이슈 증가와 아빠 육아를 돕는 육아용품 출시
2014년	25회(2014.01)	26회(2014.08)
	“팸 육아, 조부모 육아”	“공유 육아 + 8-pocket”
	젊은 부모 세대의 사회 경제적 문화적 환경 변화로 다시 떠오르는 황혼 육아, 육아 주체의 확장	부모, 조부모부터 삼촌, 이모까지 온 가족이 돕는 육아
2015년	27회(2015.02)	28회(2015.08)
	“옴니 육아”	“안심 육아”
	다양한 주체, 다양한 채널, 다양한 기능의 제품으로 육아환경 변화	부모가 안심할 수 있는 육아 환경을 만들기 위한 노력
2016년	29회(2016.02)	30회(2016.08)
	“Baby Effect”	“Family Balance”
	힘든 상황 속에서도 아이로 인해 파급되는 경제 사회 문화적 긍정 효과	아이의 탄생으로 다시 필요해지는 가정 내 균형, 행복한 육아의 시작
2017년	31회(2017.02)	32회(2017.09)
	“팩트육아”	“육아있는 삶, 볼로(B.O.L.O) 라이프”
	육아 정보의 홍수 시대 팩트를 적극 추구하는 육아로의 변화	아이만이 줄 수 있는 새로운 경험에 주목하며 일상 속의 참된 보람을 느낀다
2018년	33회(2018.02)	
	" 베페 케어 "	
	세분화된 부모의 니즈를 만족시키고, 임신·출산·육아·교육 등 아이의 성장단계에 따라 필요한 제품과 서비스를 제공	

임신부터 교육까지, 까다로운 부모들도 만족시키는 ‘베페 케어’

## 미리보는 제33회 베페 베이비페어

- 오는 8일(목)부터 나흘간, 임신부터 교육까지 아이 성장에 필요한 제품과 서비스 한자리에
  - 부모들의 다양한 니즈 만족시키는 기발한 아이디어, 신규 라인업 상품도 가득
- 현장서 임신, 출산, 육아의 순간을 작품으로 재탄생시킨 ‘베페모먼트 이벤트’ 작품전 열려
  - 온라인에서 진행되는 다양한 이벤트, 체험단 혜택도 풍성

[베페=2018.02] (주)베페(www.befe.co.kr, 대표: 이근표)는 오는 2월 8일(목)부터 11일(일)까지 나흘간 서울 삼성동 코엑스 Hall A, B에서 제33회 베페 베이비페어를 개최한다. 이번 전시는 임신, 출산, 육아, 교육까지 부모들의 고민을 모두 아우르는 한편, 세분화된 다양한 고객의 니즈에 맞춘 전방위적인 코디네이션을 뜻하는 ‘베페 케어’를 주제로 했다.

### ● 출산, 육아 넘어 임신부터 교육까지 챙겨야 진짜 베이비페어

저출산 기조가 이어짐에 따라 정부와 유관 업계는 출산을 넘어 임신부터 육아, 교육 등 아이와 관련한 모든 분야에 신경 쓰는 모양새다. 민간기업들도 출산을 넘어 임신과 교육에까지 영역을 넓히고 있다. 2000년, 국내 최초로 베이비페어를 소개하며 국내 육아시장 트렌드를 주도해온 ‘베페 베이비페어’에서도 이 같은 경향을 볼 수 있다.

제33회 베페 베이비페어에는 공식 협찬사인 오브맘을 포함해 임신, 출산, 육아, 교육 관련 380여 개 브랜드가 참여한다. 10년전인 2007년 11회차 전시회와 비교해보면, 올해 전시에는 출산용품 이외에 임부용품과 육아리빙, 교육과 관련된 제품들의 전시 참여가 상당히 늘었다.

먼저 임신부의 편의를 위한 블룸마터니티의 임신부 전용 속옷, 수영복, 요가복이 눈에 띈다. 맘스데이, 마더스베이비등의 임부속옷, 산전후복대, 실내복, 임부내의도 호평을 받은 제품들이다. 교육 분야의 참가도 많다. 잉글리시에그, 디즈니월드잉글리쉬는 영유아를 위한 영어교재를 소개한다. 핀덴, 브레인나우는 영유아를 위한 교육프로그램을 선보인다. 이외에 아이챌린지, 웅진북클럽, 프뢰벨 등 다양한 영유아 교육 관련 기업들이 참여한다.

### ● 베페 베이비페어, 세분화된 고객 니즈 맞춘 다양한 상품으로 부모 마음 공략

출산율은 떨어지고 있지만 오히려 고객 니즈는 세분화되고 있다. 소중한 산모와 아이를 위해 꼼꼼히 따져보고 아낌없는 투자를 하는 경우가 증가함에 따른 것으로 보인다. 이에 따라 업체들은 프리미엄 등 제품 라인업을 확장하거나, 새로운 아이디어를 적용한 신상품을 선보이고 있다.

어깨에 메고 다닐 수 있는 퀴니의 초경량 유모차 YEZZ나 해님의 블루투스 기술을 적용한 젓병소

독기와 무선 충전겸용 수유등, 온도에 따라 색상이 변하는 에브리데이베이비의 패드 등이 좋은 예다. 또, 포맘스 스마트바운서 플러스는 5가지 유니크한 모션과 5단계 스피드조절, 4가지 백색소음 내장, MP3플레이어, 블루투스 컨트롤 등의 다양한 기능을 갖췄고, 실제 양배추 성분을 함유한 튠튼맘스의 양배추가슴마사지팩은 젖몸살 완화와 피부 유연화 효과가 뛰어나 주목을 받고 있다.

바쁜 맞벌이 부부들에게는 배달이유식이 각광을 받고 있다. 유기농 쌀을 주원료로 이유식을 만드는 베베쿡과 당일생산, 당일배송을 원칙으로 하는 루솔이 대표적인 예다. 위생을 중시하는 부모들에게는 친환경 유리병에 담은 푸드케어의 이유식과 특허 받은 위생관리 시스템을 적용한 엘빈즈 이유식도 인기다.

아예 아이들을 위한 식재료를 판매하는 업체도 있다. 헬로네이처의 베이비키친은 아이들을 위한 친환경 이유식 푸드마켓몰로 입소문이 나고 있다. 이외에도 아이들에게 부드럽게 흡수되는 이온음료 베베스트와 친환경 유기농 간식 해피베이비, 내이브로, 엘라스키친, 프리미엄 액상분유 오브맘과 성장강화 분유인 뉴트리시아 인파트리니도 눈길을 끄는 상품들이다.

- **베페모먼트 작품전, 그림 작품으로 재탄생한 임신, 출산, 육아의 순간 만날 수 있어**

제33회 베페 베이비페어에서는 베페모먼트 이벤트를 통해 아름다운 그림 작품으로 재탄생한 임신, 출산, 육아의 순간을 만나볼 수 있다. 베페모먼트 이벤트는 엄마, 아빠들이 임신, 출산, 육아를 하며 겪은 잊지 못할 순간(모먼트·moment)을 제33회 베페 베이비페어와 남기게 하자는 취지로 기획됐다. 개인 인스타그램과 페이스북에 부모들이 관련 사진과 사연을 등록하면 30명을 뽑아 응모한 사진을 전문 작가 6명이 직접 그림으로 그린 것.

작품들은 별도로 제33회 베페 베이비페어 전시장 내 '베페모먼트 작품전' 갤러리에 걸려 현장을 찾은 관람객들에게 임신, 출산, 육아에 대한 소중한 추억을 되새기게 할 예정이다. 특히, 원본 사진과 함께 작품을 예쁜 액자에 걸어 마치 유명 미술관의 전시공간처럼 꾸며져 더욱 볼만하다. 당선작들은 현장에서 확인 후 바로 수령해갈 수 있으며, '베페모먼트 작품전' 갤러리를 방문하는 관람객에게는 전시 기간 내 매일 선착순 500명(총 2000명)에게 베페모먼트 참여 작가의 그림이 그려진 미니파우치를 증정한다.

- **온라인과 모바일로 참여하는 이벤트, 체험단도 풍성**

온라인과 모바일을 통한 혜택도 풍성하다. 제33회 베페 베이비페어 참가 업체들의 푸짐한 경품 혜택과 육아용품 전문 쇼핑몰인 베페몰(mall.befe.co.kr)만의 특별 기획전과 상품 구성까지 볼 수 있어 더욱 알찬 쇼핑을 할 수 있다.

베페 참가업체인 오브맘, 아이맘, 보숨이 등의 브랜드가 온라인에서 퀴즈, 소문내기 이벤트 등을

실시 중이다. 또한 '2018 페도라 신상품 무료체험단' '무스텔라 임신부라인 무료체험단' '퀴니 YEZZ 3.0 시리즈 무료체험단' 등 고객을 대상으로 한 베페 체험단 이벤트도 함께 진행하고 있다. 뿐만 아니라 베페몰에서는 최대 85% 할인된 가격에 베페 주요 인기품목을 한 자리에서 만날 수 있어 알뜰한 쇼핑이 가능하다.

베페 공식경품 이벤트도 놓쳐선 안될 이벤트다. 오는 2월 11일(일)까지 베페 홈페이지에 올라온 '베페모먼트 소문내기' 이벤트 페이지를 '#베페모먼트', '#베페베이비페어' 해시태그와 함께 본인의 SNS에 공유하고, 해당 게시물 url을 '베페모먼트 소문내기' 이벤트 페이지 댓글창에 입력하면 된다. 이벤트 종료 후 추첨을 통해 42명에게 △두나 유모차&카시트(1명) △보령아이맘셀 10년 보관(1명) △맥시코시 엑시스픽스 플러스(1명) △포맘스 스마트 바운서 플러스(1명) △위닉스 타워XQ600(1명) △다이치 퍼스트세븐 오가닉 블랙(1명) △뉴나 짜즈 식탁의자(2명) △알집매트 네오 칼라폴더(2명) 등 총 1000만원 상당의 상품을 준다.

이근표 베페 대표는 "임신·출산·육아의 소중한 기억을 영원히 남길 수 있는 베페모먼트 이벤트를 보다 많은 분들에게 알리고, 참여하도록 하기 위해 이번 영상을 론칭했다."라고 말하며, "대한민국 대표 베이비페어를 이어나가는 기업으로서 앞으로도 엄마, 아빠들에게 임신·출산·육아가 주는 진정한 기쁨과 행복을 전할 수 있는 다양한 활동을 전개해나갈 계획"이라고 밝혔다. **[끝]**