



결과보고서

34th
BeFeBABYFAIR

주최 **BeFe** **BeFe** 협찬 **Ofmom** 후원 서울특별시

8.23-8.26 COEX

목 차

Section 1. 전시개요3

Section 2. 관람객 데이터 분석자료.....7

Section 3. 광고 · 홍보 활동.....13

Section 1.

전시개요

Section 1. 전시 개요

1) 명 칭

- 한 글: 제34회 베페 베이비페어
- 영 어: The 34th BeFe BABYFAIR

2) 기 간

- 2018. 8. 23(목) ~ 8. 26(일)/ 10:00~18:00

3) 장 소

- 코엑스 Hall A, B

4) 주 최

- (주)베페

5) 협 찬

- 오브맘

6) 전시품목

- 태교용품: 태담, 태교관련도서, 음반
- 임산부용품: 임부복 및 속옷, 피부보호제, 보조식품, 임산부의료기기
- 임산부서비스: 산부인과, 산후조리원, 산후도우미
- 출산용품: 의류, 침구, 영유아 전용 스킨케어 및 기타용품
- 영유아식품: 분유, 이유식, 생수, 음료수, 보조식품
- 영유아서비스: 제대혈은행, 스튜디오, 생활가전, 신생아보험, 베이비시터, 기념소품
- 안전용품: 유모차, 캐리어, 카시트, 보행기, 안전용품, 아기방꾸미기, 영유아 가구
- 지능개발프로그램: 놀이완구, 교육교재 및 프로그램, 플레이스쿨, 지능개발용품
- 인터넷 서비스: 임신, 출산, 육아, 여성관련 인터넷 정보제공 업체
- 기 타: 베이비유기농·로하스제품군, 유해환경 보호제품, 영유아용 아이디어개발상품

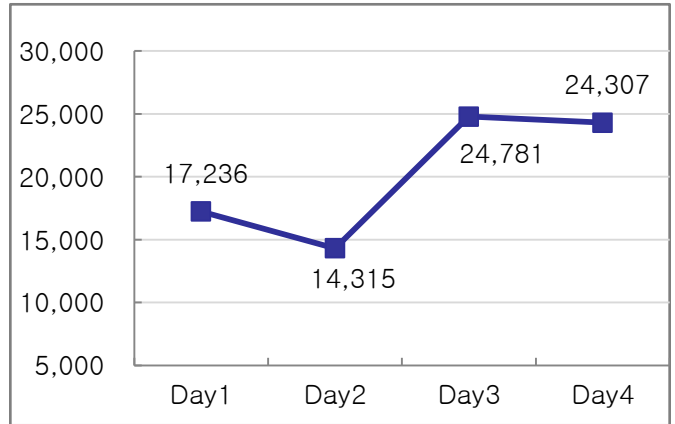
Section 2.

관람객 데이터 분석자료

Section 2. 관람객 데이터 분석자료

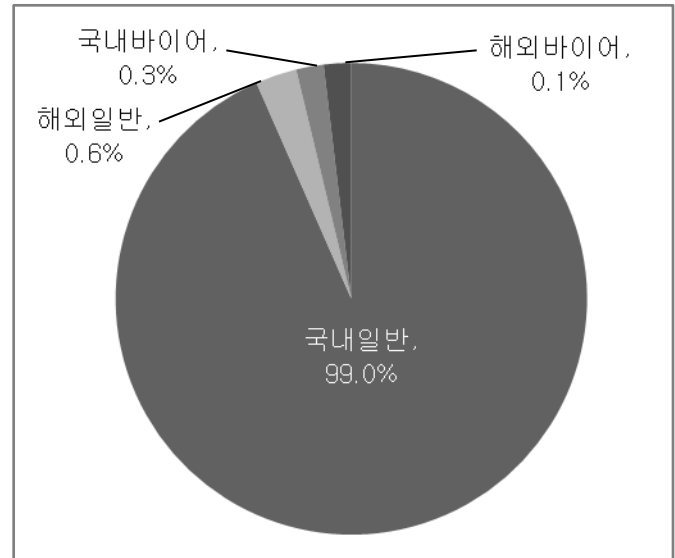
1. 일자별 참관현황

일 자	인 원(명)	비 율(%)
8월 23일(목)	17,236	21.4
8월 24일(금)	14,315	17.8
8월 25일(토)	24,781	30.7
8월 26일(일)	24,307	30.1
합 계	80,639	100.0



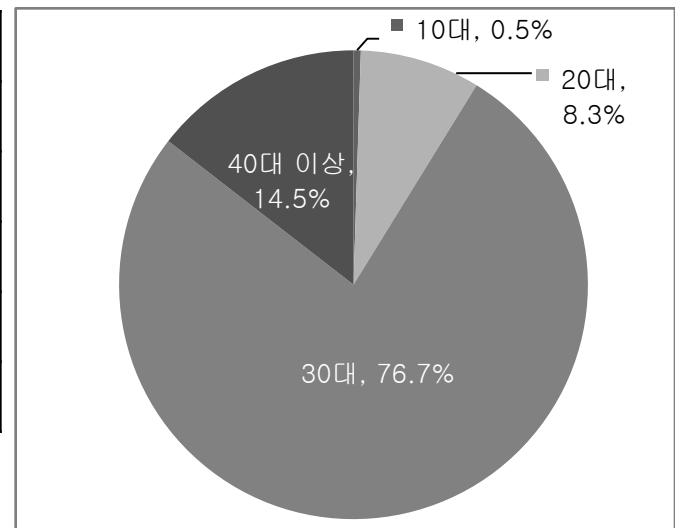
2. 참관객 구분

구 분	인 원(명)	비 율(%)
국내일반	79,852	99.0
해외일반	449	0.6
국내바이어	242	0.3
해외바이어	96	0.1
합 계	80,639	100.0



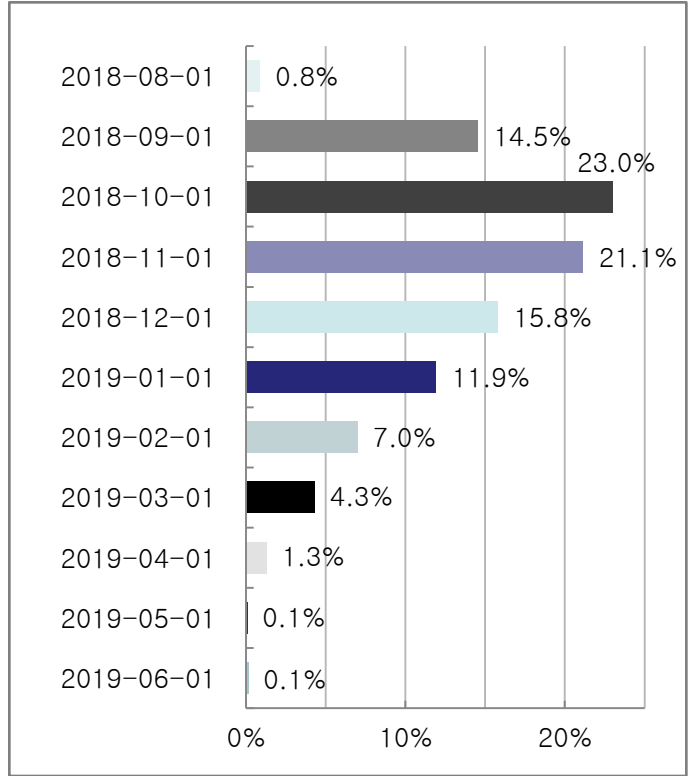
3. 관람객 연령대 분포도

연령대	인 원(명)	비 율(%)
10대	403	0.5
20대	6,693	8.3
30대	61,851	76.7
40대 이상	11,692	14.5
합 계	80,639	100.0



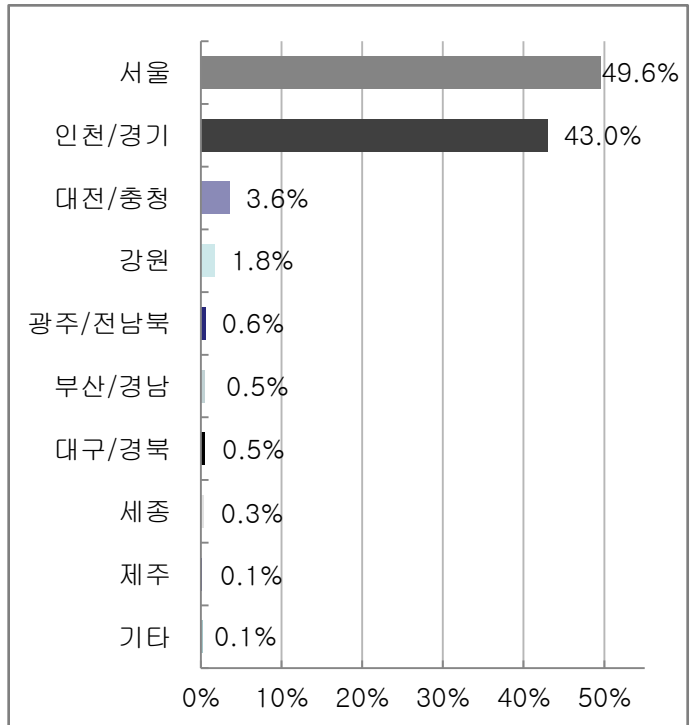
4. 임신부 출산예정일별 현황

출산예정 월	인 원(명)	비 율(%)
2018년 08월	174	0.8
2018년 09월	3,026	14.5
2018년 10월	4,792	23.0
2018년 11월	4,406	21.1
2018년 12월	3,289	15.8
2019년 01월	2,479	11.9
2019년 02월	1,450	7.0
2019년 03월	897	4.3
2019년 04월	272	1.3
2019년 05월	20	0.1
2019년 06월	28	0.1
합 계	20,842	100.0



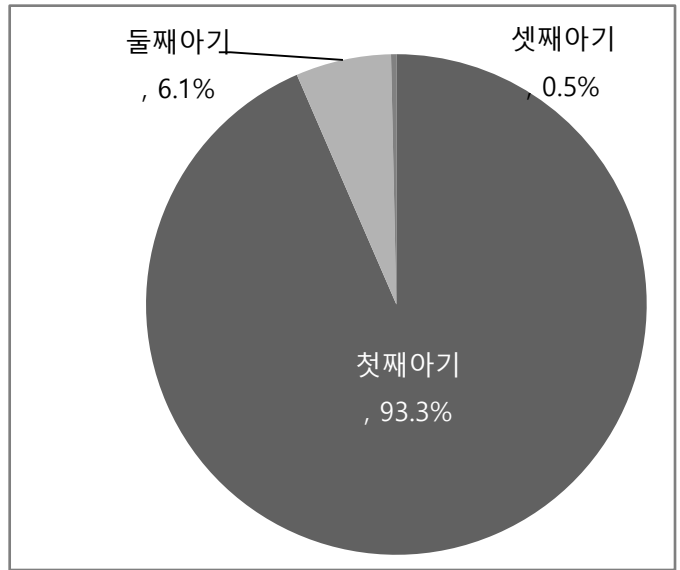
5. 임신부 지역별 등록현황

지 역	인 원(명)	비 율(%)
서울	10,335	49.6
인천/경기	8,957	43.0
대전/충청	754	3.6
강원	366	1.8
광주/전남북	122	0.6
부산/경남	102	0.5
대구/경북	96	0.5
세종	63	0.3
제주	19	0.1
기타	28	0.1
합계	20,842	100.0%

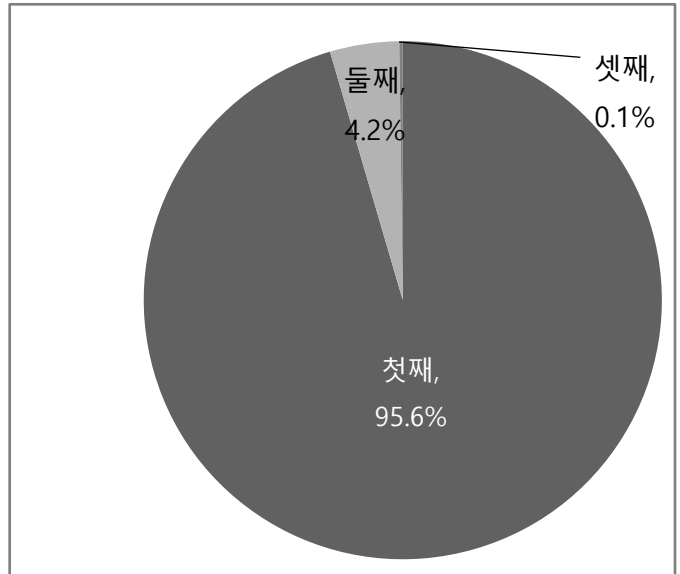


6. 아기 수 현황

전체관람객 대상

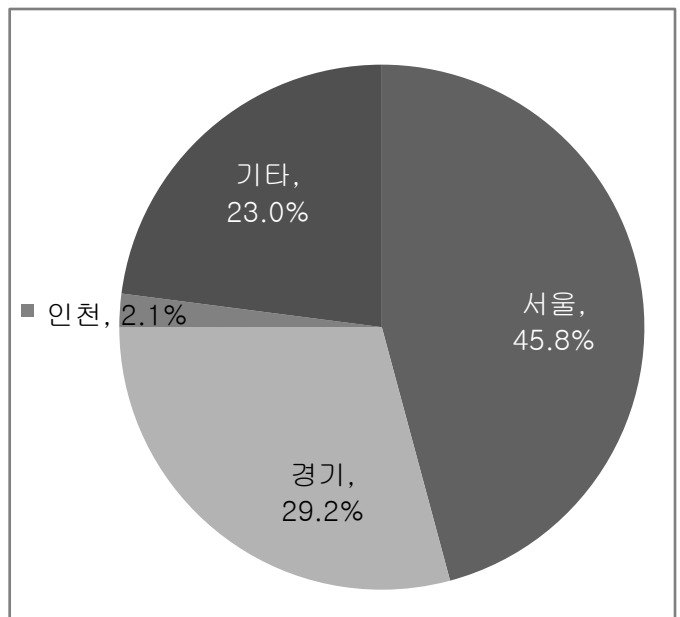


출산예정(임신중)



7. 지역별 등록현황

지역	인원(명)	비율(%)
서울	36,941	45.8
경기	23,532	29.2
인천	1,657	2.1
기타	18,509	23.0
합계	80,639	100.0



8. 서울·경기·인천 구별 참관 현황

1) 서울시

지역	인원(명)	비율(%)
송파구	5,110	13.8
강남구	4,383	11.9
서초구	2,749	7.4
강동구	2,198	6.0
광진구	2,154	5.8
성동구	2,089	5.7
관악구	1,967	5.3
동작구	1,738	4.7
노원구	1,351	3.7
중랑구	1,285	3.5
영등포구	1,254	3.4
강서구	1,231	3.3
성북구	1,226	3.3
마포구	1,048	2.8
동대문구	1,022	2.8
구로구	989	2.7
용산구	843	2.3
양천구	710	1.9
은평구	629	1.7
서대문구	564	1.5
도봉구	562	1.5
중구	501	1.4
강북구	499	1.4
금천구	488	1.3
종로구	351	1.0
합 계	36,941	100.0%

3) 인천광역시

지역	인원(명)	비율(%)
인천시 서구	357	21.5
인천시 남동구	314	18.9
인천시 부평구	307	18.5
인천시 연수구	222	13.4
인천시 남구	144	8.7
인천시 계양구	137	8.3
인천시 중구	83	5.0
인천시 미추홀구	44	2.7
인천시 동구	32	1.9
인천시 강화군	15	0.9
인천시 옹진군	2	0.1
합계	1,657	100.0%

2) 경기도

지역	인원(명)	비율(%)
성남시 분당구	2,218	9.4
화성시	1,753	7.4
남양주시	1,440	6.1
광주시	1,296	5.5
용인시 수지구	1,255	5.3
수원시 영통구	1,191	5.1
용인시 기흥구	1,128	4.8
하남시	1,085	4.6
성남시 수정구	928	3.9
안양시 동안구	845	3.6
광명시	715	3.0
성남시 중원구	715	3.0
부천시	667	2.8
구리시	658	2.8
수원시 권선구	614	2.6
평택시	612	2.6
의정부시	531	2.3
군포시	514	2.2
시흥시	484	2.1
안양시 만안구	473	2.0
김포시	420	1.8
안산시 상록구	390	1.7
수원시 장안구	338	1.4
용인시 처인구	309	1.3
오산시	290	1.2
고양시 덕양구	270	1.1
이천시	261	1.1
안산시 단원구	246	1.0
수원시 팔달구	244	1.0
파주시	235	1.0
양주시	209	0.9
의왕시	203	0.9
고양시 일산서구	144	0.6
안성시	144	0.6
과천시	141	0.6
고양시 일산동구	118	0.5
포천시	109	0.5
양평군	89	0.4
가평군	63	0.3
여주시	59	0.3
동두천시	52	0.2
부천시 원미구	26	0.1
부천시 소사구	24	0.1
연천군	22	0.1
부천시 오정구	4	0.0
합계	23,532	100.0%

Section 3.

광고 · 홍보활동

Section 3. 광고 · 홍보활동

1. 전문지

- 전시관련 전문지광고 4회(2018년 7~8월)

2. Radio 광고

- 공중파 라디오 광고 총 1,000회(2018년 7~8월)
- 힙한 육아 컨셉에 맞춘 '힙합 음원의 광고'를 새롭게 시도

3. 온라인/모바일 홍보

3-1 기존 채널

- 공식 홈페이지운영(www.befe.co.kr): 행사홍보 및 회원가입시스템 구축
- 모바일 웹 페이지(m.befe.co.kr) 운영
- 스마트폰 어플리케이션 '베페'를 통한 서비스 제공 및 광고홍보
- 공식 블로그 운영: 네이버 '베페맘 스토리'운영 및 전문지식인 답변 활동
- Kakaostory, Instagram, Facebook등 SNS 채널 활용 타겟 광고 및 홍보
- CJ ONE 회원 중 타겟 고객대상 앱 푸쉬 및 무료입장 이벤트 실시

3-2 신규 채널

- 온라인, 모바일, 검색어 광고 실시(신규 타겟 서비스 L9 시스템 도입)
- 세이베베 광고 실시(임신부 최다 사용 어플리케이션)
 - : 서울지역, 수도권 지역 임신부 5만명을 대상으로 한 푸쉬 광고
 - : 전체회원 대상으로 EDM 발송 및 세이베베 배너 광고 진행
- 유튜브 바이럴 홍보영상 제작
 - : 3편으로 제작, 유튜브와 인스타그램에 각각 게재
 - : 총 조회수 148,645명
- 스타필드 제휴를 통해 8만명 이상의 앱 회원에게 무료초청장 제공

4. 옥외광고물 설치홍보

- 서울시내 육교 현판 32개소 설치(2018년 7~8월)
- 전시장 내,외부 홍보물 설치

Section 3. 광고 · 홍보활동

5. 매거진 <BeFe>

- 베스트 브랜드 부스, 용도별 추천 코스 등 전시회 및 참가브랜드 안내
- 참가기업 정보 및 전시장 도면, 참가사 이벤트 프로그램, 브랜드 광고 수록
- 4만 5천부 발행, 1만 5천부 사전배포
 - : 서울지역 주요 병원 및 갤러리, 카페, 은행 사전배포
 - : 서울지역 커피빈 매장 60곳에 사전배포
 - : 전국 함소아한의원 66곳에 사전배포

6. Press Release

- 베페 베이비페어 공식 홍보 대행사'플랜얼라이언스'에서 홍보대행
- 각 언론사 및 방송매체에서 700회 이상 보도자료 배포(임신, 출산, 육아 Trend Report 15호 발행)

7. 서포터즈 운영

- 베페 서포터즈 명예 150명/ 일반 150명 운영
- 활동기간: 2018년 7월 5일~ 2018년 8월 29일(8주)
- 베페 참가업체 홍보 및 베페 베이비페어 블로그, 인스타그램 홍보

8. 모객을 위한 서비스 추가

- 임신부 서비스
 - : 임신부 라운지 운영(모션베드, 발마사지, 임신부 전용 차 비치)
 - : 국민건강보험공단 서울지역본부를 초빙하여 임신부 혜택 및 건강상담 제공
 - : 기존의 임신부 선착순 선물을 대폭 확대하여 4일 전일간 실시
- 베페몰 SNS 마켓
 - : 총 11개사의 인스타파워 업체들을 모집(총 팔로워수 30만)
 - : 이벤트를 통해 30만 팔로워 중 상당수가 모객에 기여(바이럴, 관람객)
 - : B홀에 위치하여 관람객들이 해당 홀로 유입되는 것을 유도
- 기타 사항
 - : 강남경찰서를 초빙하여 유아지문등록서비스 현장 진행
 - : 유모차 니즈에 따라 100대를 더 추가하여 총 500대의 유모차 대여 서비스 실시
 - : 네이버 키워드 광고를 실시하여 5주간 파워링크 상위 유지(37개 키워드)
 - : 7개월 이상의 임신부와 3대 가족 방문객을 위한 주차권 제공(선착순)

언론배포용_임신 출산 육아 트렌드 리포트 발행 Vol.15



2018.08.13
BeFe Trend Report VOL. 15

“육아가 HIP해졌다”

본 리포트는 제34회 베페 베이비페어 주회사 (주)베페에서 발행합니다.



베페 홍보영상 공개 - 당신의 모든 스타일이 육아가 된다

베페 직원이 직접 출연한 베페 베이비페어 홍보영상이 화제가 되고 있습니다. 그 아빠가 말하는 힙한 육아가 궁금하다면? 지금 바로 영상으로 만나보세요!

[자세히보기](#)



2018년, 육아 시장 선도할 키워드는... '힙한 육아'

국내 최대 규모의 임신, 출산, 육아 박람회, 제34회 베페 베이비페어가 오는 8월 23일부터 4일간 여러분을 찾아갑니다. 이번 베페에서 눈여겨 봐야 할 SPOT과 EVENT를 소개합니다!

[자세히보기](#)

힙(H.I.P)맘을 알면 트렌드가 보인다

아기 울음 소리는 줄어드는데, 유아용품 시장이 커지는 이유는 무엇일까요? 업계에서는 큰 손으로 부상 중인 '힙맘'들을 주목했습니다. 힙맘의 특성들, 알고 보니 HIP이라는 단어가 담겨있다고 하네요. 자세히 알아보실까요?

[자세히보기](#)



유통업계에 부는 'SNS 마켓' 바람

'SNS마켓'이라고 들어보셨나요? 생소하다면 베페의 행보를 주목해주세요. 인스타그램에서 큰 인기를 끌고 있는 10개 브랜드 셀러들이 이번 제34회 베페 베이비페어에서 핫한 유아용품들을 선보인다는 사실! 어떤 브랜드가 참여하는지 궁금하다면 클릭 클릭!

[자세히보기](#)

베페(BeFe)는?

베페는 (주)베페의 고유 사명이자 상표권을 가진 브랜드명으로 코엑스에서 연2회 개최되는 베페 베이비페어 이외의 타전시회를 지칭하거나 홍보하는 문구로 사용할 수 없습니다.

홍보바이럴 영상_34회 베페 베이비페어 "힙한육아" (2018.08)



방송보도_서울경제 2018.08.23



입한 젊은 맘·대디 "육아도 입하케"



펼치고 접을 수 있는 유모차 눈길



실시간 체온 재고 아이 건강상태도 알려줘



육아에도 개성 추구...편리함과 스타일까지 살려



젊은 부모를 SNS서 인정받은 제품 선호



SNS 화제 제품 한 데 모은 매장도 처음 선보여



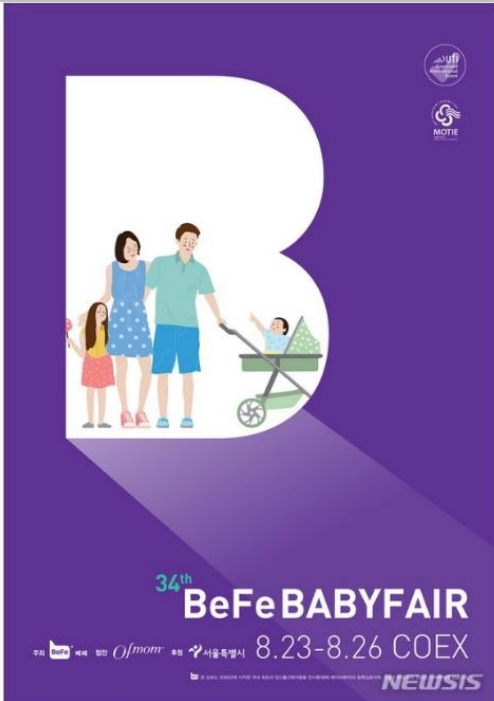
어인모 (주)배혜 전시팀 과장
(예전에는) 대형 브랜드나 일만 한 브랜드만 나왔다면 이번부터는 인스타, SNS에서 유명한 브랜드들이 나와서, 새롭게 유아 시장에 뛰어들어...



유동현기자 donghyun@sedaily.com

온라인_중앙일보 2018.07.23

'제34회 베페 베이비페어' 내달 23일 개최...'ힹ한 육아'가 키워드



【서울=뉴스IS】최현호 기자 = 주식회사 베페는 8월23일부터 3일간 임신·출산·육아 박람회 '제34회 베페 베이비페어'를 진행한다고 23일 밝혔다.

코엑스에서 개최되는 이번 행사에서는 임신·출산·육아 교육 관련 350여개 브랜드를 한 자리에서 만나볼 수 있다.

특히 베페 측은 이번 행사에 대해 자기만의 육아 스타일을 추구하는 젊은 부모들이 많아지고 있는 추세를 반영해 'ힹ한 육아'를 핵심 트렌드 키워드로 선정하고 관련 행사 등을 준비했다고 전했다.

먼저 베페 측은 인스타그램에서 인기를 얻고 있는 셀러(Seller)들을 베페에 초대하는 '베페물 SNS마켓'을 연다고 밝혔다. 육아용품들을 비교해 보고, 할인 혜택을 받을 수 있는 행사다.



또 '나만의 ힹ한 육아' 온라인 경품 이벤트도 진행한다. 다음달 26일까지 베페 홈페이지 회원 가입 후 본인이 생각하는 'ힹ한 육아'의 정의를 댓글로 남기면 추첨을 통해 총 141명에게 유모차, 카시트, 유아 식탁의자 등의 경품을 제공하는 행사다.

그 외에도 ▲평일 선착순 입장객 총 4000명 대상 알레바x파마코튼 '트래블세트' 증정 ▲임산부 선착순 총 2000명 대상 산모수첩뱀부베베 '울인원 수유베게' 제공 행사도 진행한다.

온라인_JTBC 2018.07.23

제34회 베페 베이비페어 개최..'ힹ한 육아' 트렌드 경험하러 오세요"



임신·출산·육아 박람회 '제34회 베페 베이비페어(이하 베페)'가 다음달 23일 부터 나흘 간 열린다.

코엑스에서 8월 26까지 개최되는 이번 행사는 국내외 임신·출산·육아 교육 관련 350여개 브랜드를 한 자리에서 경험할 수 있는 박람회다. '해외 바이어 초청 수출상담회', '국내 유통상담회' 등의 동시 개최를 통해 참가 기업들의 육아용품 판로 확대를 지원하는 대표 유통 플랫폼으로도 자리잡았다.

특히 이번 베페는 육아에서도 자기만의 취향과 스타일을 추구하는 젊은 부모들이 많아지고 있는 최근의 흐름을 반영, 'ힹ한 육아'를 핵심 트렌드 키워드로 선정하고 관련 행사와 이벤트 마련에 박차를 가할 계획이다.

우선 인스타그램에서 개성 있는 육아용품 판매로 품질대란 인기를 얻고 있는 셀러(Seller)들을 베페에 초대한 '베페물 SNS마켓'을 업계 최초로 연다. ힹ한 육아용품을 한자리에서 비교하고 흥 큰 할인혜택까지 누릴 수 있다.

ힹ한 육아를 주제로 한 '나만의 ힹ한 육아' 온라인 공식 경품 이벤트도 진행한다. 8월 26일까지 베페 홈페이지 회원 가입 후 본인이 생각하는 'ힹ한 육아'의 정의를 댓글로 남기면 추첨을 통해 총 141명에게 유모차, 카시트, 유아 식탁의자 등 꾸민 경품을 제공한다.

현장 방문객들을 위한 선착순 선물 증정 이벤트도 준비돼 있다. 평일 선착순 입장객 총 4000명에게 식물성 스킨케어와 기저귀 봉투가 포함된 알레바x파마코튼의 '트래블세트'를 증정한다. 또한, 임신부 중 선착순 총 2000명을 대상으로 산모수첩 또는 진료카드 지참 시 미국 풍 화작가 에릭칼의 그림에 최고급 솜과 원단을 사용한 리틀포레스트 '에릭칼 아기베게' 또는 부드러운 촉감과 대나무 자연항균항취 작용이 특징인 입부베베 '울인원 수유베게'를 축하선물로 제공한다.

온라인_중앙일보 2018.08.07

온라인_JTBC 2018.08.09

유통업계의 'SNS 마켓' 열풍...파워셀러를 잡아라



【서울=뉴시스】최현호 기자 = 최근 유통업계는 블로그, 인스타그램 등을 통한 'SNS 마켓'을 활용하기 위해 '파워 셀러'들과 협업하는 데 힘을 쏟고 있다.

SNS 마켓은 기존의 쇼핑몰이나 오픈마켓이 아닌 SNS 상에서 상품을 거래하는 것을 말한다. 이 시장을 이끄는 '파워 셀러'들은 패션, 육아 등 특정 분야에 대한 전문성을 통해 많은 팔로워들을 보유하고 있다.

8일 업계에 따르면 오는 23일부터 개최되는 '제34회 베페 베이비페어'에서는 인스타그램 인기 셀러들을 한 자리에 모은 '베페몰 SNS 마켓'을 연다. 이번 행사에서는 '마이유니버스'부터 '울포홈', '수르웃장', '타코베베', '모어댄라봉', '마망블랑', '그레이시 그레이', '우트베이바', '키미티즈', '라메종드씨'까지 인스타그램에서 인기를 끈 10개 브랜드 의류, 식기, 침구류, 가방, 헤어 액세서리 등의 육아용품들을 만날 수 있다.

백화점들은 이미 지난해부터 'SNS 스타 브랜드' 모시기 경쟁에 나섰다.

백화점 빅3 중 가장 먼저 SNS 파워 인플루언서의 팝업스토어를 선보인 현대백화점은 지난해 진행한 팝업스토어를 통해 목표 대비 10~20%의 매출을 달성했다.

현대백화점 대구점에서는 인스타그램 팔로워 수가 20만명에 달하는 파워 인플루언서 한연아씨의 패션.뷰티 브랜드 '숏컷스타'를 팝업스토어를 선보였다. 무어센터점에서도 1세대 쇼핑몰 '업타운걸'로 유명세를 탄 강희재의 '희재마켓'을 열기도 했다.



신세계백화점은 SNS 유명 패션 브랜드를 한데 모아 진행한 '신세계 브랜드 서울' 이벤트를 정례화 한다. '신세계 브랜드 서울'은 SNS를 통해 정담동, 한남동, 연희동 등에서 인기를 끄는 브랜드들을 신세계 바이어들이 직접 섭외해 백화점 고객들에게 소개하는 행사다. 지난해 9월 일회성 이벤트로 진행된 행사지만 고객들이 많은 관심을 보이면서 매년 5월과 9월에 행사를 진행하기로 했다.

베페, SNS 소상공 셀러들과 함께 '베페몰 SNS 마켓' 개최



올바른 임신, 출산, 육아 문화를 만드는 기업 ㈜베페가 오는 23일~26일 개최되는 '제34회 베페 베이비페어' 기간 동안 인스타그램 인기 셀러들을 한 자리에 모은 '베페몰 SNS 마켓'을 연다고 밝혔다.

'베페몰 SNS 마켓'은 주로 온라인으로만 판매를 진행하던 국내 소상공인들의 판로 개척을 지원하고, 전사회 방문객들에게는 작지만 개성 있는 유아용품 브랜드를 소개하기 위해 기획된 행사다. 이번 행사에서는 '마이유니버스'부터 '울포홈', '수르웃장', '타코베베', '모어댄라봉', '마망블랑', '그레이시 그레이', '우트베이바', '키미티즈', '라메종드씨'까지 인스타그램에서 큰 인기를 끌었던 10개 브랜드의 의류, 식기, 침구류, 가방, 헤어 액세서리 등 핫한 육아용품들을 한 자리에서 만나 볼 수 있다.

'베페몰 SNS 마켓' 개최를 기념해 오는 8월 25일(토)까지 베페 공식 홈페이지에서는 10개 브랜드별 대표 제품 중 갖고 싶은 아이템을 뽑는 투표 이벤트가 진행되고, 총 10명의 당첨자에게 대표 제품 중 1개를 제공한다. 투표 참여 후에는 '베페몰 SNS마켓' 현장 이벤트 등도 자격이 주어지고, 추첨을 통해 1명에게 '사이판 4인 왕복 항공권'을 증정한다.

이 외 현장 방문객들을 위한 다양한 이벤트도 마련돼있다. '베페몰 SNS 마켓' 부스를 방문해 인증샷 찍고 #베페SNS마켓, #베페 총 2가지 해시태그와 함께 인스타그램에 업로드 시 평일에는 매일 선착순 500명에게 밤부베베 손수건을, 주말에는 매일 선착순 500명에게 보습이 물티슈 2팩을 증정한다. 또한, 각 부스에서도 선착순 방문객을 대상으로 브랜드 대표 상품을 최대 50%까지 할인 판매하는 '핫딜전'을 진행한다.

온라인_중앙일보 2018.08.28

온라인_JTBC 2018.08.28

베페, '제34회 베페 베이비페어' 성료

[일간스포츠] 입력 2018.08.28 09:46



(주)베페 주최 국내 최대 규모의 육아 박람회 '제34회 베페 베이비페어'가 성황리에 막을 내렸다.

국내외 임신·출산·육아·교육 관련 380여개 브랜드가 참가한 이번 '제34회 베페 베이비페어'에는 지난 23일부터 4일간 약 8만여 명의 관람객이 방문해 성황을 이뤘다. 특히, SNS를 중심으로 개성 있는 육아 라이프를 추구하는 사람들이 많아지고 있는 흐름을 반영, '힙(hip)한 육아'를 테마로 다양한 행사와 이벤트를 마련한 점이 돋보였다.

그 중에서도 전시장에 최초로 시도한 '베페물 SNS 마켓'이 큰 주목을 받았다. 인스타그램에서 육아맘들에게 인기몰이 중인 11개 힙한 브랜드들을 모은 '베페물 SNS 마켓'은 온라인 판매에 국한됐던 소상공인들의 판로 개척을 지원하고, 전시 방문객들에게는 개성 있는 육아용품 브랜드를 소개하는 장으로서 존재감을 독특히 발휘했다.

육아산업 전반의 동반 성장을 위한 베페의 행보도 이어졌다. 전시 둘째 날에는 중국 알리바바 그룹의 온라인 쇼핑몰 '티몰(Tmall)'과의 파트너십 구축을 위한 MOU 체결식을 진행했다. 베페는 이번 MOU 체결을 통해 육아용품의 중국 수출을 원하는 국내 중소기업 및 소상공인들에게 티몰 입점을 연결해주는 핵심 플랫폼 역할을 담당하게 됐다. 전시기간 4일 동안 현장에서는 티몰 내수팀 및 글로벌팀과 국내 중소기업간 50여 건의 입점 상담도 진행됐다.

한편, 베페는 이번 전시기간 동안 중화권 바이어들이 주축이 된 '해외 바이어 수출상담회'를 통해 3백만분의 상담 실적을 달성하는 등 참가기업들에게 해외 시장 진출을 위한 발판을 제공했다. 이와 함께 내수 시장 활성화를 위해 이번엔 처음 진행한 '국내 바이어 유통상담회'에서는 113건의 상담을 통해 총 20건의 입점 성과를 기록하기도 했다.

(주)베페 이근표 대표는 "전시 기간 중 태풍 예보에도 불구하고 약 8만여 명의 관람객들이 베페를 찾아주시는 등 '힙한 육아'를 필두로 한 최신 육아 트렌드에 대한 뜨거운 관심을 확인할 수 있었다"고 말하며 "특히 이번 제34회 베페 베이비페어는 알리바바 티몰과의 파트너십 체결, 참가기업 대상 수출상담회 및 유통상담회 개최 등 국내 유아용품 기업들의 판로 확대 차원에서도 의미 있는 성과를 거두며 대한민국 대표 베이비페어로서의 진면목을 입증했다"고 밝혔다.

베페, '제34회 베페 베이비페어' 성료

[일간스포츠] 입력 2018-08-28 09:48

안내 JTBC 뉴스는 여러분의 생생한 제보를 기다리고 있습니다.



(주)베페 주최 국내 최대 규모의 육아 박람회 '제34회 베페 베이비페어'가 성황리에 막을 내렸다.

국내외 임신·출산·육아·교육 관련 380여개 브랜드가 참가한 이번 '제34회 베페 베이비페어'에는 지난 23일부터 4일간 약 8만여 명의 관람객이 방문해 성황을 이뤘다. 특히, SNS를 중심으로 개성 있는 육아 라이프를 추구하는 사람들이 많아지고 있는 흐름을 반영, '힙(hip)한 육아'를 테마로 다양한 행사와 이벤트를 마련한 점이 돋보였다.

그 중에서도 전시장에 최초로 시도한 '베페물 SNS 마켓'이 큰 주목을 받았다. 인스타그램에서 육아맘들에게 인기몰이 중인 11개 힙한 브랜드들을 모은 '베페물 SNS 마켓'은 온라인 판매에 국한됐던 소상공인들의 판로 개척을 지원하고, 전시 방문객들에게는 개성 있는 육아용품 브랜드를 소개하는 장으로서 존재감을 독특히 발휘했다.

육아산업 전반의 동반 성장을 위한 베페의 행보도 이어졌다. 전시 둘째 날에는 중국 알리바바 그룹의 온라인 쇼핑몰 '티몰(Tmall)'과의 파트너십 구축을 위한 MOU 체결식을 진행했다. 베페는 이번 MOU 체결을 통해 육아용품의 중국 수출을 원하는 국내 중소기업 및 소상공인들에게 티몰 입점을 연결해주는 핵심 플랫폼 역할을 담당하게 됐다. 전시기간 4일 동안 현장에서는 티몰 내수팀 및 글로벌팀과 국내 중소기업간 50여 건의 입점 상담도 진행됐다.

한편, 베페는 이번 전시기간 동안 중화권 바이어들이 주축이 된 '해외 바이어 수출상담회'를 통해 3백만분의 상담 실적을 달성하는 등 참가기업들에게 해외 시장 진출을 위한 발판을 제공했다. 이와 함께 내수 시장 활성화를 위해 이번엔 처음 진행한 '국내 바이어 유통상담회'에서는 113건의 상담을 통해 총 20건의 입점 성과를 기록하기도 했다.

(주)베페 이근표 대표는 "전시 기간 중 태풍 예보에도 불구하고 약 8만여 명의 관람객들이 베페를 찾아주시는 등 '힙한 육아'를 필두로 한 최신 육아 트렌드에 대한 뜨거운 관심을 확인할 수 있었다"고 말하며 "특히 이번 제34회 베페 베이비페어는 알리바바 티몰과의 파트너십 체결, 참가기업 대상 수출상담회 및 유통상담회 개최 등 국내 유아용품 기업들의 판로 확대 차원에서도 의미 있는 성과를 거두며 대한민국 대표 베이비페어로서의 진면목을 입증했다"고 밝혔다.

서지영 기자 seo.jiyeong@jtbc.co.kr

온라인_한국경제 2018.08.07

온라인_한국경제 2018.08.20

유통업계에 몰아친 'SNS 마켓' 바람



블로그, 인스타그램 통해 상품 거래
유통업계, SNS 파워 셀러 영향력 활용한 마케팅 활발

블로그, 인스타그램 등 소셜네트워크서비스(SNS) 이용이 활발해지면서 'SNS 마켓'이 새로운 쇼핑 플랫폼으로 부상하고 있는 가운데 이를 활용한 유통가(街) 마케팅 열풍이 한창이다.

SNS 마켓이란 기존의 쇼핑몰이나 오픈마켓이 아닌 SNS 상에서 상품을 거래하는 것을 말한다. 이 시장을 이끄는 파워 셀러들은 패션, 육아 등 특정 분야에 대한 세련된 감각과 취향을 공유하며 많은 팔로워 수를 보유하고 있는 것이 특징이다.

7월 업계에 따르면 이들은 자신의 계정에서 제조업체와 협업해 공동구매 형식으로 물품을 판매하거나, 직접 선택한 상품 또는 자체 제작한 상품 등을 판매하기도 한다.

인스타그램에 육아 일상을 공유하고, 개성있는 라이프스타일을 추구하는 요즘 엄마들의 합한 트렌드에 발맞춰 베이비페어 업계에서도 새로운 볼거리를 선보이고 있다.

베페는 오는 23일부터 26일까지 열리는 제34회 베페 베이비페어 기간 동안 인스타그램 인기 셀러들을 한 자리에 모은 '베페를 SNS 마켓'을 연다.

이번 행사에서는 '마이유니버스'부터 '울포츨' '수르웃장' '타코베베' '모어댄라' '봄' '마왕블랑' '그레이시 그레이' '우트베이비' '키미티즈' '라메종드시'까지 인스타그램에서 큰 인기를 끌었던 10개 브랜드의 의류, 식기, 침구류, 가방, 헤어 액세서리 등 핫한 육아용품들을 한 자리에서 만나 볼 수 있다.

- 폭염 덕에 서핑도 테니스도 실내에서 '복작'
- 주식 "이것"만 따르면 "대박"난다⁴⁰

빠르게 변화하는 고객들의 취향에 따라 백화점에서도 'SNS 스타 브랜드' 모시기 경쟁에 나섰다.

백화점 빅3 중 가장 먼저 SNS 파워 인플루언서의 팝업스토어를 선보였던 현대백화점은 올해도 행사를 지속적으로 확대한다는 계획이다. 지난해 진행된 팝업스토어는 모두 목표 대비 10~20% 높은 매출을 달성했다.

대구점에서는 인스타그램 팔로워수가 20만명에 달하는 파워 인플루언서 한연아의 패션뷰티 브랜드 '숏컷스터닝' 팝업스토어를 선보였다. 한연아가 매장을 방문한다는 소식을 SNS에 올리면서 수백 명의 팔로워가 백화점을 찾아 매출을 견인했다. 무역센터점에서도 1세대 쇼핑물 '업타운걸'로 유명세를 탄 강희재의 '희재마켓'을 열어 매출 효과를 톡톡히 봤다.

신세계백화점은 SNS 유명패션브랜드를 한데 모아 진행했던 '신세계 브랜드 서울' 이벤트를 정례화한다.

신세계 브랜드 서울은 청담동, 한남동, 연희동 등 최근 서울의 인기 지역에서 SNS를 통해 뜨거운 관심을 받는 소셜 브랜드를 신세계 바이어들이 직접 섭외해 백화점 고객들에게 소개하는 행사다. 지난해 9월, 일회성 이벤트로 진행된

베페, 中 알리바바 '티몰'과 손잡고 중국 진출 본격화



사진=연합뉴스

임신 출산 육아 박람회 주최사 ㈜베페가 중국 알리바바 그룹의 온라인 쇼핑몰 '티몰(Tmall)'과 파트너십을 맺고, 국내 중소 육아용품 기업들과 함께 중국 대륙 공략에 본격 나선다고 밝혔다.

베페는 오는 23일~26일간 열리는 '제34회 베페 베이비페어'에서 티몰과 파트너십 구축을 위한 MOU 체결식을 진행한다. 이번 제휴를 통해 베페는 육아용품의 중국 수출을 원하는 국내 중소기업 및 소상공인들에게 티몰 입점을 연결해주는 핵심 플랫폼 역할을 담당할 예정이다.

중국 최대 전자 상거래기업 알리바바 그룹의 B2C 플랫폼인 티몰은 중국 주요 역직구몰로 중화권 소비자들이 주로 이용하는 온라인 쇼핑몰이다. 연간 집계되는 활동 고객 수만 무려 5억 명이 넘는다.

온라인_한국무역신문 2018.08.27

온라인_패션비즈 2018.08.28

News > 국내 > 전시

[전시회 리뷰] 제34회 베페 베이비페어
 국내 대표 B2B2C 전시회 중... 수출상담회서 300만 달러 상당 실적
 2018.08.27 20:56 달미



제34회 베페 베이비페어에 입장하기 위해 내방객들이 길게 줄을 서 있다. [사진=(주)베페 제공]

SNS 육아 트렌드 반영해 '입(hip)한 육아'를 테마로 다양한 행사 이벤트 전시업계 최초로 시도한 '베페로 SNS 마켓'은 소상공인 판로개척 플랫폼 덕분에 국내 50개 중소기업 입점 상담 등 '비즈니스쇼'로서 면모도 발휘

유아용품 박람회는 전형적인 퍼블릭 전시회(Public Show)다. 그런데 '베페 베이비페어'는 퍼블릭 전시회임은 물론, 비즈니스 전시회(Business Show)로서도 자리를 굳혔다.

국내외 임신-출산-육아-교육 관련 380여 개 브랜드가 참가한 올해 '제34회 베페 베이비페어' 역시 이런 면모를 유감 없이 드러냈다. 지난 8월 23일부터 4일간 서울 삼성동 코엑스에서 열린 이 전시회에는 약 8만 명의 참가객이 내방해 대한민국 대표 B2C 전시회임을 다시 증명했으며 바이어 수출상담회 등을 통해 B2B 전시회로서의 위상도 확실히 했다.

올해 전시회는 특히, SNS를 중심으로 개선 있는 육아 라이프를 추구하는 사람들이 많이지고 있는 흐름을 반영, '입(hip)한 육아'를 테마로 다양한 행사와 이벤트를 마련한 점이 돋보였다.

그 중에서도 전시업계 최초로 시도한 '베페로 SNS 마켓'이 큰 주목을 받았다. 인스타그램에서 육아맘들에게 인기몰이 중인 11개 합한 브랜드들을 모은 '베페로 SNS 마켓'은 온라인 판매에 국한했던 소상공인들의 판로 개척을 지원하고, 전시 방문객들에게는 개선 있는 유아용품 브랜드를 소개하는 장소로서 존재감을 뚜렷히 발휘했다.



육아용품 박람회인 베페 베이비페어는 34회 해 개최되는 동안 대표적인 대한민국 B2C 전시회 자리잡았을 뿐만 아니라 수출상담회, 유통상담회 등을 통해 B2B 전시회로서도 입지를 굳혔다는 평가를 받는다. 사진은 올해 전시장 일부 전경. [사진=(주)베페 제공]

육아산업 전선의 동반 성장을 위한 베페의 행보도 이어졌다. 전시 둘째 날 중국 알리바바 그룹의 온라인 쇼핑몰 '티몰(Tmall)'과의 파트너십 구축을 위한 MOU 체결식을 진행했다. 베페는 이번 MOU 체결을 통해 육아용품의 중국 수출을 원하는 국내 중소기업 및 소상공인들에게 티몰 입점을 연결해주는 핵심 플랫폼 역할을 담당하게 됐다.

전시기간 4일 동안 현장에서는 티몰 내수팀 및 글로벌팀과 국내 중소기업간 50여 건의 입점 상담도 진행했다.

베페는 이번 전시기간 동안 중화권 바이어들이 주축이 된 '해외 바이어 수출상담회'를 통해 300만 달러 상당의 상담 실적을 올리는 등 참가기업들에게 해외 시장 진출을 위한 발판을 제공했다.

이와 함께 내수 시장 활성화를 위해 이번에도 처음 진행한 '국내 바이어 유통상담회'에서는 113건의 상담을 통해 총 20건의 입점 성과를 기록하기도 했다.

이근표 (주)베페 대표는 "전시 기간 중 태종 예보에도 불구하고 약 8만여 명의 관람객들이 베페를 찾아주시는 등 '입한 육아'를 필두로 한 최신 육아 트렌드에 대한 뜨거운 관심을 확인할 수 있었다"며 "특히 이번 제34회 베페 베이비페어는 알리바바 티몰과의 파트너십 체결, 참가기업 대상 수출상담회 및 유통상담회 개최 등 국내 유아용품 기업들의 판로 확대 차원에서 더욱 의미 있는 성과를 거두며 대한민국 대표 베이비페어로서의 진면목을 입증했다"고 밝혔다.

김영재 기자

Today's News

<이벤트>
베페 심포, 8만명 방문에 3백만불 수출 달성
 Buskyle, Aug. 28: 2018 | 0271-9-7171 | bang@thehorizon.co.kr VIEW | HOT



베페(대표 이근표)가 육아 박람회 '제34회 베페 베이비페어'를 성공리에 종료했다. 지난 23일부터 4일간 380여 개 브랜드가 참여한 이번 페어에는 8만여 명의 관람객이 방문, 수출상담으로 3백만불의 거래가 이뤄지는 등 가시적인 성과가 이어졌다. SNS를 중심으로 개선 있는 육아 라이프를 추구하는 사람들이 많아지고 있는 흐름을 반영해 여러 행사와 이벤트를 마련한 점도 돋보였다.

이번 페어에서는 처음 시도한 '베페로 SNS 마켓'이 큰 주목을 받았다. 인스타그램에서 육아맘들에게 인기몰이 중인 11개의 인기 브랜드들을 모은 '베페로 SNS 마켓'은 온라인 판매에 국한했던 소상공인들의 판로 개척을 지원하고, 전시 방문객들에게는 개선 있는 육아용품 브랜드를 소개하는 장소로서 존재감을 발휘했다.


중국 판로 확보 면에서도 성과가 있었다. 이번 전시기간 동안 중화권 바이어들이 주축이 된 '해외 바이어 수출상담회'를 진행했는데, 총 2백만불(39만 4000만위)의 상담 실적을 달성했다. 이와 함께 내수 시장 활성화를 위해 이번에도 처음 진행한 '국내 바이어 유통상담회'에서는 113건의 상담을 통해 총 20건의 입점 성과를 기록하기도 했다.

또한 전시 둘째 날에는 중국 알리바바 그룹의 온라인 쇼핑몰 '티몰(Tmall)'과의 파트너십 구축을 위한 MOU 체결식을 진행했다. 베페는 이번 체결로 중국 수출을 원하는 국내 육아용품 중소기업과 소상공인들에게 티몰 입점을 연결해주는 핵심 플랫폼 역할을 담당한다. 전시기간 4일 동안 현장에서는 티몰 내수팀 및 글로벌팀과 국내 중소기업간 50여 건의 입점 상담도 진행했다.





이근표 베페 대표는 "전시 기간 중 태종 예보에도 불구하고 약 8만여 명의 관람객들이 베페를 찾아주시는 등 최신 육아 트렌드에 대한 뜨거운 관심을 확인할 수 있었다"며 "특히 알리바바 티몰과의 파트너십 체결, 참가기업 대상 수출상담회 및 유통상담회 개최 등 국내 유아용품 기업들의 판로 확대 차원에서 더욱 의미 있는 성과를 거두며 대한민국 대표 베이비페어로서의 진면목을 입증했다"고 밝혔다.



베페, 알리바바, 진화적 파트너십 체결
 阿里巴巴集团-BeFe 战略合作签约仪式
 2018. 8. 24

온라인_베이비타임즈 2018.08.07

온라인_베이비타임즈 2018.08.21

『최소비용으로 최고의 개성 강한 엄마들』

사이드에어

[베이비타임즈=이경열 기자] 국내 저출산 기조가 심각한 상황 속에서도 유아용품 시장은 성장하고 있어 그 배경에 관심이 쏠리고 있다.

통계청 사회에 따르면 국내 유아용품 시장 규모는 2009년 1.2조 원에서 2015년 2.4조 원에 육박했고, 2016년에는 업계 추산 3.0조 원 정도로 꾸준히 증가하고 있다. 유아용품 시장 규모와 신생아 수를 비교한 1인당 평균 출생률에 대한 2009년 2.79만명에서 2015년 5.48만명으로 지속적으로 증가하고 있는 추세다.

업계에서는 편안한 육아 환경이 출산 후 회복에 따른 지출을 아끼지 않는 새로운 소비층이 등장한 것으로 분석하고 있다. 트렌드에 민감하고(Highly sensitive), 인스타그램으로 육아 일상을 나누며(Instagram-friendly), 아이 옷지 않게 개인적 삶을 중시하는(Personal life), 소위 '집 (H4P)족'이 떠오르면서 이들의 특성을 공략한 업계의 움직임이 빨라지고 있다.

트렌드에 민감한 '맘답'들에게 최신 정보 제공

육아 관련 다양한 브랜드와 정보를 한 눈에 확인할 수 있는 베이비페어는 트렌드에 맞춘 '맘답'들이 놓치지 않는 필수 코스다.

코엑스에서 오는 23일~26까지 개최되는 '제34회 베페 베이비페어'는 국내외 임신 출산 속이었고 육 관련 350여개 브랜드를 한 자리에 경험하고 각종 이벤트 혜택을 풍성하게 즐길 수 있는 대표 행사이다.

이번 제34회 베페 베이비페어에서는 기존의 다양한 프로그램과 함께 브랜드가 추구하는 다양한 모습을 겨냥해 SNS와 소셜 미디어를 활용한 '오픈-에어'를 SNS와 소셜 미디어를 중심으로 선보일 계획이다.

베페 관계자는 "취향에 맞는 유아용품을 구입하고, SNS를 통해 육아 일상을 공유하면서 나만의 육아 스타일을 추구하는 젊은 엄마들, 이른바 '맘답'들이 많아지고 있다"며 "이러한 흐름을 반영해 이번 제34회 베페 베이비페어에서는 '맘답' 육아를 핵심 트렌드 키워드로 선정하고, 주목 받는 육아 라이프스타일을 다양하게 제안할 예정"이라고 전했다.

본문 콘텐츠는 시장조사로 대표하여 베이비페어, 베이비타임즈, 베이비타임즈, 베이비타임즈, 베이비타임즈

맘답들이 애용하는 인스타그램 경품 이벤트 진행

맘답들에게 인스타그램은 아이들의 사진을 올리고 지인들과 일상을 교류하는 대표 SNS 플랫폼이다. 업계에서는 인스타그램을 활용한 이벤트 진행으로 맘답들에게 사랑을 높이고 있다.

대나무 섬유 울산 유아 브랜드 발부베리는 최근 자사 공식 인스타그램 계정에서 사진 이벤트를 진행했다. 여미담, 육아맘을 대상으로 출산준비를 하며 행복했던 순간을 찍어 '출산준비'는 발부베리 해시태그와 함께 본인의 인스타그램에 업로드하면 추첨을 통해 경품을 제공하는 이벤트다. 이 외에도 발부베리는 '우유자판사'와 '하드 이밴트' 등 맘답들이 쉽게 접할 수 있는 재미있는 인스타그램 이벤트를 정기적으로 진행하고 있다.

유니크한 디자인의 아기 이불이나 가방, 등을 판매하는 키미티즈는 자사 인스타그램에서 매 주 수요일(월) 무료월기 리그(탈출) 이벤트 등을 진행하고 있다. 매 주 수요일 개최되는 이벤트는 자사 제품 키미티즈, 유아용품 중 필수 해시태그와 함께 리그월일 추첨을 통해 상품을 제공한다. 사은품은 아이를 위한 내일학부터 기차기 과자까지 종류가 다양하다.

아이맘들 내 살도 중요해.. 맘답 해방시키는 '육아맘' 놀이

아이가 소중한 만큼 본인의 행복도 관심이 많은 맘답들에게 시간과 체력 소모를 줄여주는 육아맘들이 인기다.

아이들 자주 안아줘야 하는 엄마들에게 상자를 흔쾌하게 갈라주는 짐스키는 이른바 '육아맘' 중 하나다. 짐스키 컬러 인문브랜드 아이인텔의 '더블 리프트'는 복부압력 또는 계층별로 인한 상처부터 놀릴 정도로 가벼이는 몸중으로부터 자유로울 수 있도록 유달리 설계했다. 짐스키 몸도 복부 늘림을 최소화 하고는 아기의 무게를 고스란히 견디는 복부 아웃 부분도 탄성력 있고 혁신한 시크로우성이 내성해 편안하게 아기를 안아줄 수 있다.

출산 직후 뱃속을 누르는 엄마들에게는 큰 부담이다. 뱃살 한 김만이라도 빠져서 피로감을 덜 느끼지 못하게 하고, 유유 직후 풀러오는 허기에 아슬을 막기 위해서. 맘중유가 콘크리트 엄마들에게는 유아용품 전문 브랜드 스와비베리의 '아랑호복'이 매력이다. 손잡이가 아랑호복으로 되어 있어 아기가 차다 일어나도 쉽게 찾아 들 수 있기 때문에 아이도 엄마도 편하게 수면 중 잠을 꿀 수 있도록 도와주는 아이담으로 인기를 끌고 있다.

베페, 中 알리바바 '티몰'과 손잡고 중국 진출 본격화

'베페-티몰 MOU 체결식' 진행

사진=베페

[베이비타임즈=이경열 기자] 임신·출산·육아 박람회 주최사 베페가 중국 알리바바 그룹의 온라인 쇼핑몰 '티몰'과 파트너십을 맺고, 국내 중소 유아용품 기업들과 함께 중국 대륙 공략에 본격 나선다고 밝혔다.

중국 최대 전자 상거래기업 알리바바 그룹의 B2C 플랫폼인 티몰은 중국 주요 역직구물로 중화권 소비자들 주로 이용하는 온라인 쇼핑몰이다. 연간 집계되는 활동 고객 수만 무려 5억 명이 넘는다.

베페는 오는 23일~26일 간 열리는 '제34회 베페 베이비페어'에서 티몰과 파트너십 구축을 위한 MOU 체결식을 진행한다. 이번 제휴를 통해 베페는 유아용품의 중국 수출을 원하는 국내 중소기업 및 소상공인들에게 티몰 입점을 연결해주는 핵심 플랫폼 역할을 담당할 예정이다.

전시 기간 동안 베페는 티몰 입점 기업들의 제품 쇼케이스를 선보이는 한편, 별도 부스를 통해 티몰 입점을 원하는 참가기업들을 대상으로 체계적인 1:1 상담도 실시한다.

베페 이근표 대표는 "이번 베페와 티몰의 만남은 중화권 유통망을 확장하고 국내 육아 브랜드들의 중국 진출을 본격화하는데 의미가 있다"며 "티몰과의 긴밀한 협력관계 구축을 통해 베페가 국내 중소기업 및 소상공인들의 글로벌 수출 길을 열어 주는 유통 플랫폼으로서 단단히 자리매김할길 기대한다"고 전했다.

정청권 알리바바 그룹 한국 총괄 대표는 "최근 중국에서 한국 유아용품에 대한 관심이 높아지고 있는 가운데, 한국에서 가장 큰 베이비페어 주최사(베페)를 통해 전도유망한 한국 육아 브랜드를 만날 수 있을 것을 기대하고 있다"며 "이번 '제34회 베페 베이비페어' 부스 참여를 통해 참가 기업은 물론 방문객들에게도 티몰을 널리 알리는 기회로 삼겠다"고 말했다.

온라인_연합뉴스 2018.08.23



포토홀

'베페 SNS 마켓에서 육아용품 만
 (서울=연합뉴스) 진연수 기자 = 23일 서울
 있다.
 베페를 SNS 마켓에선 SNS상 가장 인기 많
 2018.8.23 jin90@yna.co.kr (끝)



포토홀

'태어날 우리 아이를 위해'

(서울=연합뉴스) 진연수 기자 = 23일 서울 강남구 삼성동 코엑스에서 열린 제34회 베페 베이비페어에서 출산을 앞둔 예비엄마가 BYC의 르송 마티니와 라미 영유아복을 살펴보고 있다.
 2018.8.23 jin90@yna.co.kr (끝)

온라인_연합뉴스 2018.08.23



포토출

유모차의 모든 것
(서울=연합뉴스) 진연
국내외 임신·출산·육아
2018.8.23 jin90@yna.



포토출

인파로 붐비는 베이비페어

(서울=연합뉴스) 진연수 기자 = 23일 서울 강남구 삼성동 코엑스에서 열린 제34회 베페 베이비페어를 찾은 관람객들이 입장을 기다리고 있다. 국내외 임신·출산·육아 관련 380여 개 브랜드를 경험할 수 있는 베이비페어는 오는 26일까지 열린다.
2018.8.23 jin90@yna.co.kr (글)

온라인_연합뉴스 2018.08.24



포토홀

베페, 중국 알리바바 '티몰'과 MOU 체결

(서울=연합뉴스) 임신·출산·육아 박람회 핑몰 알리바바 '티몰(Tmall)'과 파트너십을 위한 업무협약 체결을 마친 후 악수하고 있다. 왼쪽은 ㈜베페 이근표 대표, 오른쪽은 알리바바 그룹 한국총괄대표와 파트너십을 위한 업무협약 체결을 마친 후 악수하고 있다. 2018.8.24 [㈜베페 제공] photo@yna.co.kr

저작권자 (C) 연합뉴스 무단전재 및 재배포 금지



포토홀

베페, 중국 알리바바 '티몰'과 MOU 체결

(서울=연합뉴스) 이근표 (㈜베페 대표(왼쪽))가 24일 서울 코엑스에서 열린 '제34회 베페 베이비페어'에서 정형권 알리바바그룹 한국총괄대표와 파트너십을 위한 업무협약 체결을 마친 후 악수하고 있다. 2018.8.24 [베페 제공] photo@yna.co.kr (끝)

저작권자 (C) 연합뉴스 무단전재 및 재배포금지 [2018-08-24 15:39 송고]

지면_이데일리 2018.08.03

아기 울음소리 줄어도 유아용품은 잘나가... '힙맘' 덕이죠

〈육아·자기계발에 투자하는 엄마〉

3B 법칙이 광고계뿐 아니라 유통업계에도 통하고 있다. 3B 법칙이란 아기(baby)-미인(beauty)-동반(Beast)이 광고에 등장하면 주목도가 높아지는 현상을 말한다. 반려동물 연관 산업 시장 규모가 오는 2020년 6조원에 육박할 것으로 예상되는 가운데, 유아용품 시장 역시 급속도로 커지고 있다.

특히 국내 저출산 기조가 심각한 상황 속에서 유아용품 시장은 성장세를 보이고 있어 그 배경에 관심이 쏠리고 있다.

여성이 기유기가 동양 남을 것으로 기대되는 평균 출생아 수를 의미하는 합계출산율은 감소했다. 2013년 1.19명인 합계출산율은 지난해 1.05로 줄었다.

반면 통계청에 따르면 국내 유아용품 시장 규모는 2009년 1조 2000억원에서 2015년 2조 4000억원을 기록, 배로 늘었다. 업계에선 올해 3조 8000억원 규모로 증가할 것으로 추산하고 있다. 유아용품 시장 규모를 신생아 수와 비교하면 1인당 연 평균 투입 금액은 2009년 270만원에서 2015년 548만원으로 지속적으로 증가하는 추세다.

업계에선 변이인과 광복관 육아 환경을 위해 시중을 아끼지 않는 새로운 소비층 '힙(L.I.P)맘'이 등장한 영향이 큰 것으로 보고 있다. 이에 따라 이들의 특성을 공략하기 위한 업계의 움직임도 빨라지고 있다.

육아 관련 다양한 브랜드와 정보를 한 눈에 확인할 수 있는 베이비페어는 트렌드

신기한 저출산에도 유아시장 성장

편안한 육아 추구하는 젊은 엄마들
체력 소모 줄여주는 시트·젓가락
'유기농' 영유아식사는 떼놓을 안 아껴

아기 1인당 비용 6년새 두배 늘어
울 시장규모는 4조원대로 커질 듯

힙맘(H.I.P+Mom)
△트렌드에 민감(Highly sensitive) △인스타그램으로 육아 일상 공유(Instagram-friendly) △육아 못지않게 개인적 삶을 즐김(Personal life)하는 엄마들을 말한다.

드에 밝은 힙맘들의 필수 코스가. 서울 강남 코엑스에서 오는 23~26일까지 열리는 '제34회 베이비페어'는 국내의 임신·출산·육아·교육 관련 350여 개 브랜드를 한 자리에서 경험할 수 있는 대표 전시회다. 기존의 다양한 프로모션과 함께 트렌드인 힙맘들을 겨냥해 인스타그램 인기 셀러들을 한 자리에 모은 '베베콜 SNS마켓'을 개최하는 등 새로운 시도를 선보일 계획이다.

베베콜 관계자는 "취향에 맞는 유아용품을 구입하고 SNS를 통해 육아 일상을 공유하면서 나만의 육아 스타일을 추구하는 젊은 엄마들이 많아지고 있다"며 "워킹맘 육아를 핵심 트렌드 키워드로 선정하고 독특한 육아 라이프 스타일을 다양하게 제안할 예정"이라고 말했다.

편안하게 아기를 얻을 수 있도록 한 '힙시트', 방충 수유의 수고를 덜어주는 '야광노리개 젓가락' 등 힙맘들의 시간과 체력 소모를 줄여주는 용품도 인기다.

베이비푸드 시장에 새로 진출하는 식품업체도 늘고 있다. 영유아식의 시장 규모가 2014년부터 2016년까지 연 평균 35% 성장률을 기록할 정도로 빠른 성장세를 보이고 있기 때문이다.

롯데푸드 파스타는 새 브랜드 '아이생각'을 론칭, 베이비푸드 시장에 뛰어 들었다. 분유 위주의 유아식 사업을 해 온 파스타가 영유아 종합식품 브랜드로 사업을 확장한 셈이다. 유통점을 통해 판매되는 이유식은 분유, 우유를 하던 다음 날 바로 만들어 배송해주는 배달 이유식을 중점 운영한다.

이유식 제조업체 현대백화점은 최근 100억원을 투자해 부군 공성 설비 등 신규 라인을 도입한 롯데푸드는 온라인 전용용 '아이생각'도 내놓았다.

롯데푸드는 오는 2023년까지 아이생각을 1000억원 브랜드로 육성해 파스타의 신성장 동력으로 삼을 계획이다. 한편 매일유업도 아이진전 전문 브랜드 '요미요미' 인삼아이지 2종을 출시했다. 국내 유아음료 시장점유율 1위 브랜드 요미요미는 유기농 주스 6종, 야채와 과일 4종, 저음과립 3종 등을 선보이고 있다. 이상기 기자 beyond@

국내 유아용품 시장 규모

2009년	1조 2000억원
2015년	2조 4000억원

출생아 1인당 평균 투입 금액

2009년	270만원
2015년	548만원

연도별 합계출산율

2013년	1.19명
2015년	1.24명
2017년	1.05명 (합계)

자료: 통계청, 관계사, 현대백화점, 유엔개발기구(UNDP)

지면_한국경제 2018.08.20

아기 덜 낳아도 유아시장은 쑥쑥 흠쩍 커버린 4兆 키즈 시장 ... 업계 프리미엄 전쟁

2018년 8월 20일 월요일 A19면 경제

한국경제

세계 매출은 2016년 42.0%, 2017년 17.0% 늘어나며 두 자릿수 성장률을 이어가고 있다.

소셜네트워크서비스(SNS)를 통해서도 시장이 넓어지고 있다. 신생 브랜드들은 트렌드에 민감한 젊은 부모들을 공략하기 위해 SNS를 통한 마케팅을 적극 펼치고 있다. 출산-육아 관련 브랜드를 전시하는 베이비페어 관계자는 "트렌드에 민감하고 사진 기반 SNS인 인스타그램으로 육아 일상을 나누는 부모들이 새로운 소비층으로 떠오르고 있다"고 설명했다.

베이비푸드 시장에 진출하는 식품업체도 늘고 있다. 롯데푸드 파스타는 새 브랜드 '아이생각'을 선보였다. 이유식뿐 아니라 유아용 음료와 과자 등 간식까지 라인을 확대해 베이비푸드 전반으로 브랜드를 육성한다는 계획이다.

유아 시장의 성장이 속속 양극화에서 비롯됐다. 저소득층은 고소득층을 따라잡고, 소외 규모가 커지는 분석이다. 국민건강보험공단에 따르면 2015년 소득분위 기준 상위 20%는 평균 출생아 수 2.1명을 기록한 반면, 하위 20%는 0.7명에 그쳤다.

인호주 기자 jooh@hankyung.com

국내 유아용품 시장 규모
(단위: 억원)

2012년	1355100
2014년	221100
2016년	233700
2018년	338000

※2018년은 업계예상 자료: 통계청, 시장조사

**아기 한명에 친척까지
지갑 여는 '에이포켓' 트렌드**

신생아 1인당 투입금액
270만→548만원으로

현대백 등 키즈전문관 확대
베이비푸드 고급화에
식품업체도 속속 진출

영이 높아진 것과 밀접한 관계가 있다. 국내 평균 초혼 연령은 1990년 여성 24.8세, 남성 27.8세에서 지난해 각각 30.2세, 32.9세로 뛰었다. 결혼 시기가 늦어지면서 초산 연령도 올라갔다. 지난해 기준 국내 여성

의 평균 출산연령은 경제협력개발기구(OECD) 국가의 평균(30.3세)보다 2년가량 높은 32세다. 늦게 결혼하고 늦게 아이를 낳는 만큼 경제적 여유가 더 확보되면서 아기에 쓰는 돈도 늘었다는 분석이다.

출산을 하러야 되며 시장을 키우고 있다는 분석도 나온다. 한 자녀 가정이면서 부모뿐 아니라 자녀 조부모와 삼촌, 이모들도 한 아이에게 지갑을 여는 '에이포켓(8-pocket)' 트렌드가 등장했기 때문이다. 현대백화점 관계자는 "30대 미혼 고객들의 유아동복 매장 방문 횟수가 2011년 평균 4.4회에서 2016년 5.7회로 늘어났다"며

"조카들이나 친인척에게 선물하기 위해 아기용품을 사는 경우가 증가했다"고 설명했다.

너도나도 유아 시장에 '눈독'
유통·식품업계는 유아동 전문관을 넓히고 인기 브랜드를 적극 유치하고 있다. 현대백화점은 지난 1월 천호점에 4000㎡ 규모의 '키즈전문관'을 열었다. 프리미엄 키즈 편집숍인 '뽀따따뽀따'를 비롯해 유아동 의류 및 잡화, 가구 브랜드 등 80여 개 브랜드의 매장을 열었다. 신세계백화점 강남점도 2016년 10층 전체를 아동 전문관 '리틀신세계'로 확장해 열었다. 라틴스

현대백화점 천호점에 있는 키즈카페 '릴리피'

현대백화점 제공

지면_일간투데이 2018.08.07

일간투데이

2018-08-08 (수) 011면

임현지 기자 right@tdtoday.co.kr

인스타그램과 페이스북, 블로그 등 소셜네트워크서비스(SNS) 이용이 활발해지면서 'SNS마켓'이 새로운 쇼핑 플랫폼으로 부상하고 있는데, 유통업계에서 이를 활용한 마케팅 열풍이 한창이다.

7일 유통업계에 따르면 달라지는 쇼핑 트렌드를 반영해 SNS 셀러들과의 콜라보레이션을 통해 특색 있는 고객 접점 마련에 앞장서고 있다.

SNS마켓이란 기존의 쇼핑몰이나 오픈마켓이 아닌 SNS상에서 상품을 거래하는 것을 말한다.

이 시장을 이끄는 판매자들은 패션과 육아 등 특정 분야에 대한 세련된 감각과 취향을 공유하며 많은 팔로워 수를 보유하고 있다. 이들은 자신의 계정에서 제조업체와 협업해 공동구매 형식으로 물품을 판매하거나 또는 직접 고른 제품이나 자체 제작한 상품을 판매하기도 한다.

백화점 업계 '팝업스토어'

빠르게 변화하는 고객들의 취향에 따라 백화점에서도 'SNS 스타 브랜드' 파자키 경쟁에 나섰다.

현대백화점은 백화점 업계 중 가장 먼저 인플루언서(인터넷스타)의 팝업스토어를 선보였다. 지난해 진행된 팝

팔로워가 '고객' SNS마켓 '열풍'



팝업스토어·마켓 등 인플루언서 활용 마케팅 '활발'

업스토어는 모두 목표 대비 10~20% 높은 매출을 달성했다.

신세계백화점은 SNS 유명패션브랜드를 한데 모아 진행했던 서울 인기 지역에서 관심을 받는 소셜 브랜드를 신세계 바이어들이 직접 섭외해 백화점 고객들에게 소개하는 '신세계 브랜드 서울' 이벤트를 정례화한다.

SNS 셀러 활용 '트렌디 마켓'

최근 팔리마켓의 변신이 새롭다. 종고 거래를 주로 하는 벼룩시장이 아니라, 사업자로 구분되는 셀러들이 참여해 자신들이 직접 만든 제품을 판매하는 형태다.

'남양창고'는 라이프스타일 콘텐츠로 인기를 끌고 있는 크리에이터들을 비롯한 셀러들을 모아 새로운 오프라인 유통 플랫폼을 전개하면서 주목을 받고 있다.

국내 최대 팔리마켓 '뽕글시장'도 주목할만하다. 주최자부터인 '뽕글마님'은 살림 파워블로거로 누적 방문자만 2천500만명에, 12만명의 인스타그램 팔로워 수를 보유한 인플루언서다.

박람회 등장한 'SNS 마켓'

인스타그램에 육아 일상을 공유하고, 개성있는 라이프스타일을 추구하는 요즘 엄마들의 트렌드에 맞춰 베이비페어 업계에서도 새로운 볼거리를 선보이고 있다.

주베페는 오는 23일부터 26일까지 개최되는 '제34회 베페 베이비페어' 기간 동안 인스타그램 인기 셀러들을 한 자리에 모은 '베페를 SNS 마켓'을 연다. 이번 행사에서는 인스타그램에서 인기 셀러를 끌었던 10개 브랜드의 의류·식기 등의 육아용품들을 한 자리에 만나 볼 수 있다.

지면_내일신문 2018.08.10

내일신문

2018년 8월 10일 금요일 016면 상단

SNS스타, 유통업계 대박 판매자로

업계, 유명 인플루언서 잡기 열풍 ... "중국 왕홍 거래액 18조원"

국내 유명 화장품 제조판매회사인 A사는 최근 신제품으로 커팩트를 출시했다. A사는 신제품 홍보를 고민하다가 최근 잘 나간다는 화장품 유명 유튜버를 만나 제품을 홍보해 달라고 요청했다. 이 유튜버는 A사에게 제품을 소개하는 조건으로 1억 원을 요구했다.

A사는 고민 끝에 유명 연예인을 모델로 하면 더 많은 비용이 들어가고 이 유튜버 파급력을 생각하면 1억 원은 큰 돈이 아니라고 판단해 요구를 받아들여하기로 했다.

단 A사는 이 유튜버에게 "당분간 타 회사 유사제품 소개는 자제해 달라"고 요청했다. 하지만 이 유튜버는 "이미 6개 회사와 유사한 제품 홍보를 계약하고 영상을 준비 중"이라며 A사 요구를 받아 주지 않았다. 결국 A사는 이 유튜버를 통해 제품을 홍보하는 것에 대해 재고하는 것을 포기했다.

유튜버 페이스북 인스타그램 등 소셜네트워크서비스(SNS)를 통해 제품을 홍보하는 마케팅이 열풍이다. 9일 유통업계에 따르면 SNS스타로 이름이 난 인플루언서(콘텐츠 제작자)를 잡기 위해 다양한 방법이 도입되고 있다. 수백만 구독자와 팔



롯데백화점이 운영하는 인플루언서 플랫폼 '네온' 모바일 초기 화면. 사진:롯데백화점

로워를 가지고 있는 인플루언서는 소개하는 제품마다 완판행진이 이어지기 때문이다. 지난해 인플루언서 등 국내 1인 커머스 사업자는 약 10만명으로 추정되고 있다.

백화점 중 가장 먼저 SNS 파워 인플루언서 팝업스토어를 선보였던 현대백화점은 행사를 확대한다는 계획이다. 지난해 진행된 인플루언서 팝업스토어는 목표 대비 10~20% 이상 매출을 달성했다. 대구점에서는 인스타그램 팔로워수가 20만명에 달하는 파워 인플루언서 한언아의 패션·뷰티 브랜드 '아웃렛스타일' 팝업스토어를 선보였다. 한언아가 매

장을 방문한다는 소식을 SNS에 올리자 수백명의 팔로워가 백화점을 찾아 매출을 견인했다.

롯데백화점은 인플루언서를 한 곳에서 만나볼 수 있는 플랫폼인 '네온'(NEON)을 최근 오픈했다. 내온은 유통업계 최초로 인플루언서 일상과 콘텐츠를 고객들이 공유할 수 있도록 제작한 쇼핑 플랫폼이다. 내온은 현재 남·여 의류 및 잡화, 화장품과 관련된 인플루언서 30여명과 함께 약 1000개 기획상품을 판매하고 있다. 향후 100명 이상 인플루언서를 모으는다는 계획이다.

롯데백화점 관계자는 "중국에서

SNS 스타 왕홍을 통해 거래되는 금액만 약 18조원 정도 추정된다"며 "인플루언서들은 라이프스타일, 감성 등 젊은 소비자들이 관심을 가질만한 콘텐츠를 활용하기 때문에 인기를 얻고 있다"고 말했다.

신세계백화점은 SNS 유명패션 브랜드를 한데 모아 진행했던 '신세계 브랜드 서울' 행사를 정례화한다.

유아동복 제조업체인 베페는 23일부터 26일까지 열리는 인스타그램 인기 인플루언서를 한 자리에 모은 '베페를 SNS 마켓'을 열기로 했다. 이번 행사에서는 인스타그램에서 인기를 끌었던 의류 친구류역 세서리 등 육아용품들을 한 자리에 만나 볼 수 있다.

유통업계 관계자는 "기존 유통 홍보 방식으로 새로운 매출을 창출하기 힘들다"며 "향후 SNS를 활용한 제품 홍보와 판매는 더욱 늘어날 것으로 전망된다"고 말했다.

인플루언서 마케팅에 대해 우려의 시선도 있다. 인플루언서간 지나친 경쟁으로 소비자들 불신을 부를 수 있다는 우려도 존재한다. 온라인 상에서 진행되는 홍보영상에 대한 제도장치가 부족하기 때문이다.

정현용 기자 syun@naeil.com

지면_아주경제 2018.08.19

아주경제 2018년 8월 23일 목요일 010면 경제

성장잠재 유아용품 업계 “665조 中 시장 잡아라”

**저출산 분위기에 중국 진출 ↑
제품 개발·박람회 등 행보 눈길**

중국 유아용품 시장이 급격하게 성장하면서 국내 유아용품 업계가 중국 진출에 적극 나서고 있다.

국내 시장이 저출산 기조로 성장 동력을 잃자 중국 시장으로 발길을 돌린 것. 중국 쇼핑몰과의 제휴를 통해 역직구족들의 쇼핑 편의를 증대하려는 움직임부터 품질을 강화한 프리미엄 제품 개발, 중국 유아용품 전시회 참가 등 중국 진출을 위한 다양한 행보가 이어지고 있다.

중국 전자상거래업체 징둥(京東)이 21세기경제연구원과 공동으로 발표한 '2017 중국 영유아용품 온라인 소비 트렌드 보고서'에 따르면 향후 5년 간 중국 영유아시장이 매년 16% 이상 성장해, 오는 2020년에는 4조위안(665조원) 규모에 이를 것으로 전망했다. 국내 최대 규모의 입산·출산·육아 박람회 주최사 베페는 중국 알리바바 그룹의 온라인 쇼핑몰 '티몰(Tmall)'과 파트너십을 맺고, 국내 중소 유아용품 기업들과 함께 중국 대륙 공략에 본격 나선다.

베페는 23~26일 열리는 '제34회 베페 베이비페어'에서 티몰과 파트너십 구축을 위한 양해각서(MOU) 체결식을 24일 진행한다.

이근표 베페 대표는 “이번 베페와 티몰의 만남은 중화권 유통망을 확장하고 국내 육아 브랜드들의 중국 진출을 본격화하는 데 의미가 있다”며 “국내 기업들에게 새 활로를 열어주는 한편, 중국 소비자들에게도 품질 좋은 한국 유아용품을 보다 쉽게 구매할 수 있는 계기가 되길 바란다”고 전했다.

중국 내 결혼력기에 접어든 주림허우(1990년대생)와 바림허우(1980년대생)가 유아용품의 주력 소비층으로 급부상하고 있는 점도 국내 업체들의 중국 행을 자극하고 있다. 부모의 경제적 능력 하에 어려서부터 소비에 익숙한 이들은 품질 안전 기준을 따지고 인터넷을 통한 정보 검색 등에 능해 유아용품 업계는 이들의 소비성향을 고려해 품질과 안전성을 강화한 프리미엄 제품 개발에 주력하고 있다.

유아동 침구 전문 브랜드 보니타 배베의 '구르구르 범퍼침'은 침대, 패밀리소파, 놀이매트로 활용되는 다기능 침대다. 신생아부터 활동량이 많은 유아동기까지 오래도록 사용할 수 있으며 층간소음 방지에도 효과적이다. 현재 '구르구르' 제품은 대만에 수출되고 있으며, 최근 중국 MD들도 제품에 주목하고 있는 것으로 알려졌다.

제로투세븐은 이달 초 중국 상하이 노블 호텔에서 열린 '2019 봄·여름(S/S) 중국 수주회'를 성공적으로 마쳤다. 제로투세븐 대표 브랜드 알모엔투와 알폰소의 신제품을 선보이는 수주회에는 상하이를 포함한 중국 주요 백화점, 쇼핑몰 등의 바이어 300여명이 참석했다.

2017년 중국에 진출한 알폰소는 합리적인 가격의 실속형 제품을 지속적으로 선보여 현지 바이어들의 러브콜을 받고 있다. 알폰소는 현재 중국 성도완상청(成都万象城) 매장을 포함해 10개의 매장을 보유하고 있으며, 연내 10곳을 추가 오픈할 계획이다.

제로투세븐 중국 법인 관계자는 “최근 중국 내 산아제한 정책 폐지와 소득 증가로 국내 유아동복에 대한 관심이 증가하고 있다”라며 “앞으로도 트렌디한 디자인과 차별화된 소재로 중국 소비자들의 만족도를 높이는 제품을 지속해서 선보일 것”이라고 말했다. 이근지 기자 seven@

지면_서울경제 2018.08.23

서울경제

2018년 8월 24일 금요일 A18면 산업



“베페를 SNS 마켓서 다양한 육아용품 만나세요”

23일 서울 강남구 삼성동 코엑스에서 열린 제34회 베페 베이비페어에서 홍보 모델이 '베페를 SNS 마켓'을 소개하고 있다. 베페를 SNS 마켓에서는 소셜네트워킹서비스(SNS)에서 인기를 끌고 있는 육아 브랜드의 의류·식기·침구류 등 다양한 제품을 한자리에서 만날 수 있다. /연합뉴스

지면_아주경제 2018.08.19

아시아투데이

2018년 8월 24일 금요일 009면 사회



아기옷 뭐가 좋을까 23일 서울 삼성동 코엑스에서 열린 '제34회 베페 베이비페어'를 찾은 관람객들이 부스를 돌며 아기용품들을 살펴보고 있다. 국내외 임신·출산·육아 관련 브랜드를 경험할 수 있는 베이비페어는 26일까지 열린다. /송의주 기자

지면_문화매일 2018.08.27

문화매일

2018년 8월 27일 월요일 002면 종합

‘합한 육아’ 제34회 베페 베이비페어 성황리 개최

(주)베페가 주최하고 오브맘이 협찬하는 임신·출산·육아 박람회 '제34회 베페 베이비페어'가 지난 23일부터 26일까지 나흘간 삼성동 코엑스 1층 Hall A, B에서 성황리에 개최됐다.

베페 베이비페어는 국내외 임신·출산·육아·교육 관련 380여개 브랜드를 한 자리에서 경험할 수 있는 대한민국 최대 규모의 육아용품 전시회다.

특히 이번 전시회는 육아에서도 자기만의 취향과 스타일을 추구하는 젊은 부모들이 많아지고 있는 최근의 흐름을 반영, '합한 육아'를 전시 테마로 선정하고 관람객들이 즐길 수 있는 풍성한 행사와 이벤트를 마련했다.

Hall B에서는 SNS에서 이목을 끌고 있는 합한 육아 브랜드들을 한데 모은 '베페몰 SNS 마켓'이 전시업계 최초로 개최된다. 이어 베페는 이번 SNS 마켓 오픈을 기념해 3M 크기의 대형 SNS 마켓 자판기 모형을 설치해 방문객 대상 인증샷 이벤트를 진행했다.

이외에도 총 141명에게 유모차, 카시트 등 꾸밈한 경품을 제공하는 '나만의 합한 육아' 경품 이벤트부터 6000명의 현장 방문객을 대상으로 한 선착순 선물 증정 이벤트까지 다양한 혜택들을 준비했다.

/강태훈 기자

캠페인_참가사 이벤트 총집합

BeFe BABYFAIR 34회 베페 베이비페어
2018.8.23 ~ 8.26 COEX

무료입장	참가기업	전시도면	주최단체
서울버스	유모차대여	전시장소는길	#홍보영상
BeFe's PICK	베페잡담(코퓰)	베페잡담(전남)	베페잡담(전서사)

베페/베페몰 이벤트

34회 베페 베이비페어 공식 후원사 이벤트 나미리 나미리 유아용품 기획전 총 4,000명 증정	34회 베페 베이비페어 특별한 선물 Special Gift 총 4,000명 증정	베페몰 기획전 데이보컬 상담 이벤트 100% 선착순 증정
베페몰 기획전 롯데행복카드 이벤트 선착순 총 1,000명 선착순 증정	베페몰 기획전 베페 앱으로 즐기는 34회 베페 베이비페어	34회 베페 베이비페어 브랜드 클래스
34회 베페 베이비페어 미미 Mimi BeFe 34회 온라인 베이비페어 총 47% 할인	34회 베페 베이비페어 인신보험 34회 베페 베이비페어 인신보험 이벤트 총 100명 증정	34회 베페 베이비페어 베페몰 앱 다운로드 이벤트 선착순 2,000명 선착순 증정
34회 베페 베이비페어 베페몰 SNS 마케팅 베페몰 SNS 마케팅	34회 베페 베이비페어 인신보험 34회 베페 베이비페어 인신보험 이벤트 총 100명 증정	34회 베페 베이비페어 영상보고 사이먼 기자 총 100명 증정

34회 베페 참가브랜드 이벤트

Patel 베이비파스텔 이벤트 만사신 무료, 가족사진 촬영권 증정	BABYZEN 베이비젠, 두나 이벤트 미디움레시 스트로우보틀, 키트함 증정	Co-back 코백룩 이벤트 코백룩 그릴저니세트 증정
부디 부디 베이비 이벤트 부디 베이비 세트, 베이비양말(선착순 2,000명) 증정	베페몰 베페몰 이벤트 베페몰 13호, 프리미엄 베페, 베페몰 포인트 증정	Bambur 밤부베베 이벤트 가드쇼우-스킨케어, 베페, 이불, 피드 세트, 예코백, 보냉팩 증정
핀덴 핀덴 이벤트 핀덴 빅토리아-그릴팩 증정	Joie 조이 시그니처 이벤트 제주 롯데호텔 숙박권 증정	Joie 조이 시그니처 이벤트 제주 롯데호텔 숙박권 증정
Joatte 조아트 이벤트 듀얼 T500 범퍼침대, 방수오 증정	현대상상 현대상상 이벤트 신도보림 상담 이유서일체증가 증정	꾸고 꾸고 이벤트 프리미엄 푸고 빨래제, 티셔츠 증정
LANDSCAPE 랜드스케이프 일라린 이벤트 일라린 프리미엄 구스불방정 증정	메리몽롱 메리몽롱 이벤트 메리몽롱 패턴 불방정 아니-파우치, 예코백 증정	나이브로 나이브로 이벤트 퓨어잇 빅텐 유가닉 알과자 증정
파넛 파넛 이벤트 파넛 세트, 2인원 할인권 증정	NUVA 누나 펠프넥스트 이벤트 누나 펠프넥스트, 스타넥스트 아이라이프 증정	RECARO 레카로 이벤트 이카로 스텝볼, 베비리본 인형 증정
BABYU 베이비유 이벤트 스튜디오 세트 사진 촬영권 증정	BeSafe 비세이프 이벤트 그룸에그, 비세이프 전환장식책자 증정	ALZIP 알지프 이벤트 피크니세트 증정

보솜이 보솜이 백신티 출시 이벤트	Richell 릿첼 원퍼플 700원 및 구베코백 500원 증정	mumum 머머 화장지가 7천원 이상 구매시 코디백 1개 증정
modern-bust slasher 모던트위스트, 스타서	suovinex 스오비넥스 베일 신제품 구매 34명에게 시용용 레고세트 증정	솔소리 솔소리 스토퍼 유아용 확립 알인 이벤트
본베베 본베베 친환경 아유르비드 증정, 화려한 패키지 증정	프라젠트라 프라젠트라 100% 포뮬러 증정 스킨케어, 부스 빙문 시안용역 이벤트	아이앤젤 아이앤젤 더 뉴 미라클 구매시 이벤트 증정
애기바탕 애기바탕 "애기바탕" 출시 이벤트 선착순 100명 증정	루솔* 루솔 부스 빙문 신제품 출시 이벤트, 앙리앙리 구매 이벤트	에이치비카펜트리 에이치비카펜트리 인사이드 발동 및 발동 이벤트 7월 31일까지 증정
Ecodoo 에코두 일일 신제품 출시 이벤트 에코두 20% 할인 증정	베베스타 베베스타 부스 빙문 신제품 출시 이벤트, 앙리앙리 구매 이벤트	미라 미라 베비리본 신제품 출시 이벤트, 미라 구매시 증정
vrai 브라이 베비리본 신제품 출시 이벤트, 베비리본 구매 증정	젤리포 젤리포 베비리본 신제품 출시 이벤트, 베비리본 구매 증정	ALVINS 엘빈즈 베비리본 신제품 출시 이벤트, 베비리본 구매 증정
BLUE MAMA 블루마마 블루마마 신제품 출시 이벤트, 블루마마 구매 증정	BLOOM 블룸마더티니 블룸마더티니 신제품 출시 이벤트, 블룸마더티니 구매 증정	굿버블 굿버블 블룸마더티니 신제품 출시 이벤트, 블룸마더티니 구매 증정
egg 에그 에그 유아용 출시 이벤트, 에그 구매 증정	mellipou 멜리포 멜리포 신제품 출시 이벤트, 멜리포 구매 증정	일루마 일루마 일루마 신제품 출시 이벤트, 일루마 구매 증정
보령메디앙스 보령메디앙스 보령메디앙스 신제품 출시 이벤트, 보령메디앙스 구매 증정	리구 리구 리구 신제품 출시 이벤트, 리구 구매 증정	JILGYUNGYI 질경이 질경이 신제품 출시 이벤트, 질경이 구매 증정
toner 타너 타너 신제품 출시 이벤트, 타너 구매 증정	맘스데이 맘스데이 맘스데이 신제품 출시 이벤트, 맘스데이 구매 증정	아리베베 아리베베 아리베베 신제품 출시 이벤트, 아리베베 구매 증정
Bonita BeBe 보나타베베 보나타베베 신제품 출시 이벤트, 보나타베베 구매 증정	BRAUN 브라운 채운계 브라운 채운계 신제품 출시 이벤트, 브라운 채운계 구매 증정	SCANDI 스칸디 스칸디 신제품 출시 이벤트, 스칸디 구매 증정
베그베레고 베그베레고 베그베레고 신제품 출시 이벤트, 베그베레고 구매 증정	아그드 아그드 아그드 신제품 출시 이벤트, 아그드 구매 증정	CGUMBI 곰비 곰비 신제품 출시 이벤트, 곰비 구매 증정
셀트리 셀트리 셀트리 신제품 출시 이벤트, 셀트리 구매 증정	인글레시나 인글레시나 인글레시나 신제품 출시 이벤트, 인글레시나 구매 증정	BYC BYC BYC 신제품 출시 이벤트, BYC 구매 증정
b box 비박스 비박스 신제품 출시 이벤트, 비박스 구매 증정	자연생각 자연생각 자연생각 신제품 출시 이벤트, 자연생각 구매 증정	SOONSUNG 순성, 듀클 순성, 듀클 신제품 출시 이벤트, 순성, 듀클 구매 증정
COZYNEST 코지네스트 코지네스트 신제품 출시 이벤트, 코지네스트 구매 증정	해브어헬프 해브어헬프 해브어헬프 신제품 출시 이벤트, 해브어헬프 구매 증정	babycan 베이비칸 베이비칸 신제품 출시 이벤트, 베이비칸 구매 증정

디엘 디엘 디엘 신제품 출시 이벤트, 디엘 구매 증정	마더스베이비, 인젤비닷 마더스베이비, 인젤비닷 마더스베이비, 인젤비닷 신제품 출시 이벤트, 마더스베이비, 인젤비닷 구매 증정	ONSPA 이온스파 이온스파 신제품 출시 이벤트, 이온스파 구매 증정
vasty 바스틀리 바스틀리 신제품 출시 이벤트, 바스틀리 구매 증정	toobal 투드비 투드비 신제품 출시 이벤트, 투드비 구매 증정	BFF 블레스싱모유 블레스싱모유 신제품 출시 이벤트, 블레스싱모유 구매 증정
모닝 모닝 모닝 신제품 출시 이벤트, 모닝 구매 증정	MOTHER-K 마더케이 마더케이 신제품 출시 이벤트, 마더케이 구매 증정	NAOBAY 나오베이 나오베이 신제품 출시 이벤트, 나오베이 구매 증정

34회 베페 베이비페어 참가브랜드의 다양한 이벤트를 지금 확인하세요!
* 일부 이벤트는 선착순으로 진행됩니다. 자세한 내용은 해당 브랜드의 이벤트를 참고.

베페몰 쇼핑기획전

리틀포레스트 베게세트 29,000원	알자메트 전시장동일 3만원 단독	세움 땀도장 3만원 단독
자연생각 수유쿠션 49,500원	머머 아기베데 35,000원	팀스키즈 리얼주방놀이 3만원 단독

베페 모바일 앱으로 즐기는 34회 베페 베이비페어

앱스토어, 플레이스토어에서 '베페' 앱을 다운로드 받으세요!

코엑스에서 열리는 베페 베이비페어에 무료 입장은 물론 아이와 엄마를 위한 베이비 관련 브랜드 쿠폰이 한 가득! 베페 베이비페어 전시장 정보 및 참가브랜드 정보를 한 손에! 베페 베이비페어 콘텐츠가 모바일 앱 '베페' 안에 있습니다.

캠페인_베페스픽



BeFe's PICK 콤포트
다용도 유아용 장-베페스픽(아기띠)
BeFe No. C240



BeFe's PICK 오가닉
베제 베이비푸드(유아용 베이비푸드)
BeFe No. H152



BeFe's PICK 스마트
레고 듀플로 차량놀이
BeFe No. E140



BeFe's PICK 에코
에코 베이비 로션
BeFe No. H120



BeFe's PICK 미니멀
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. A242



BeFe's PICK 콤포트
포티투어 유아용
BeFe No. H154



BeFe's PICK 오가닉
베제 베이비푸드(유아용 베이비푸드)
BeFe No. C145



BeFe's PICK 스마트
리본플레이팅 스몰스피드(아기띠)
BeFe No. B140



BeFe's PICK 에코
베제 베이비 배낭
BeFe No. A254



BeFe's PICK 미니멀
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. H119



BeFe's PICK 콤포트
그랑데인 유아상
BeFe No. D210



BeFe's PICK 오가닉
베제 베이비푸드(유아용 베이비푸드)
BeFe No. B118



BeFe's PICK 스마트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. H142



BeFe's PICK 에코
아우터뷰(아기띠) 스텝스(아기띠)
BeFe No. B114



BeFe's PICK 미니멀
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. H104



BeFe's PICK 콤포트
인텔리트(아기띠) 카시트
BeFe No. E100



BeFe's PICK 오가닉
베제 베이비푸드(유아용 베이비푸드)
BeFe No. G140



BeFe's PICK 스마트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. B155



BeFe's PICK 에코
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. C140



BeFe's PICK 미니멀
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. H134



BeFe's PICK 콤포트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. F130



BeFe's PICK 오가닉
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. E230



BeFe's PICK 스마트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. E145



BeFe's PICK 에코
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. A115



BeFe's PICK 미니멀
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. A210



BeFe's PICK 콤포트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. C245



BeFe's PICK 오가닉
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. A230



BeFe's PICK 스마트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. A204



BeFe's PICK 에코
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. D225



BeFe's PICK 미니멀
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. H114



BeFe's PICK 콤포트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. H155



BeFe's PICK 오가닉
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. E135



BeFe's PICK 스마트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. D100



BeFe's PICK 에코
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. B240



BeFe's PICK 미니멀
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. H140



BeFe's PICK 콤포트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. E240



BeFe's PICK 오가닉
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. F210



BeFe's PICK 스마트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. A206



BeFe's PICK 에코
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. G245



BeFe's PICK 미니멀
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. C110



BeFe's PICK 콤포트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. F140



BeFe's PICK 오가닉
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. A242



BeFe's PICK 스마트
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. C250



BeFe's PICK 에코
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. H215



BeFe's PICK 미니멀
베제 베이비 배낭(아기띠)
BeFe No. D100

캠페인_꿀팁 관람, 교통, 편의시설



캠페인_무료입장, 공식경품, 선착순 이벤트



캠페인_브랜드클래스, 베페몰 SNS 마켓, 임신부 라운지



34회 베페 베이비페어와 함께 해주신
참가기업 여러분께 진심으로 감사드립니다.
더욱 발전된 모습으로 다시 찾아 뵙겠습니다.

제35회 베페 베이비페어

2019년 2월 21일(목) ~ 2월 24일(일)

COEX / Hall A, B



(주) 베페

06083 서울특별시 강남구 봉은사로 109길 4(삼성동, 베페하우스)
TEL. 02-556-2236 | FAX. 02-556-2261 | befe.co.kr