



Beyond Fair & Exhibition  
Building Enhanced Family Experiences, BeFe



# 42<sup>nd</sup> BeFe BABYFAIR

## — PRESS KIT —

[자료 문의]

(주) 베페 김희진 주임 / ☎ 010-4725-8979 / ctoam05@befe.co.kr



## 코로나로 지친 부모들을 위한 2억 상당의 '친환경 선물팩' 증정 이벤트 눈길 제42회 베페 베이비페어 개최...'새로운 육아를 경험하세요'

- 오는 9월 15일(목)~18(일)까지 4일간 코엑스에서 개최... 300여 브랜드 참가
- 코로나로 지친 부모들을 위한 2억 상당의 '친환경 선물팩' 증정 이벤트 눈길
- '육아 새로고침'을 테마로 선정하고 다양한 특별존 구성하여 새로운 육아법 제안
- 해외바이어 수출상담회 등 다양한 B2B 프로그램으로 참가업체 성과 제고 노력

㈜베페가 주최하는 국내 대표 임신·출산·육아 박람회인 '제42회 베페 베이비페어'가 서울 코엑스에서 9월 15일부터 18일까지 4일간 개최된다. 베페 베이비페어는 국내 최초, 최대 규모의 유아용품 전시회로 국내외 임신, 출산, 육아, 교육 관련 180개사 300여개의 다양한 브랜드를 한 자리에서 경험할 수 있다.

그동안 코로나19로 인해 육아 환경이 힘들었던 부모들을 위한 대대적인 '육아지원 이벤트'가 눈길을 끈다. 팬데믹과 환경오염 등의 문제에 민감한 젊은 부모들의 염려를 덜어주고자 참가업체들의 우수한 친환경 제품들로 구성된 2억원 상당의 '친환경 선물팩'을 전시 4일간 매일 천명씩 4천명에게 증정할 계획이다. 임신부 2천명에게는 100% 대나무 섬유 소재로 제작된 밤부베베의 목욕타올을, 육아맘 2천명에게는 밤부베베의 고리타올, 베베온맘의 유기농 바디로션, 베베스트의 유기농 보리차, 그로미미의 스테인레스 보온용기로 구성된 푸짐한 선물팩을 증정한다. 또한 전시장에서 현금처럼 쓸 수 있는 베페 상품권을 최대 75% 할인된 금액으로 판매하여 큰 인기를 끌었으며 최근 물가폭등으로 인해 시름이 깊은 부모들의 주머니 부담을 덜어줄 예정이다.

매회 육아 트렌드를 반영한 전시 테마로 화제가 됐던 베페는 이번 42회에서는 코로나19로 인해 모든 분야에서 뉴노멀이 대세가 되는 상황에서 기존의 육아법에서 벗어나 새로움을 추구하는 요즘 맘들의 트렌드를 반영한 '육아 새로고침'을 테마로 삼아 전시회를 기획했다. 전시장에는 '테마 스트리트 with 레드카펫'이라는 특별존을 구성하여 관람객들의 눈길을 끌 전망이다. 아기와 가족을 위한 리빙용품을 선보이는 패밀리 라이프 스타일존, 요즘 엄마들의 최대 관심사인 친환경/오가닉존, 최근 핫한 영유아 식품들을 선보이는 푸드존, 건강한 아기로 자라길 바라는 엄마의 마음을 담은 헬스케어존 등 4개의 트렌디한 테마존에는 새로운 제품과 서비스로 무장한 다양한 브랜드가 참여하여 새로운 육아법을 제안할 계획이다. 또한 관람객들의 많은 참여와 흥미를 유발하고자 테마존 4개소에 비콘을 설치하여 모바일 스탬프투어를 실시하고 미션을 완료한 고객들에게 푸짐한 선물도 제공한다.

42회 베페 베이비페어는 다양한 정부지원 사업에 선정되어 행사의 품격과 성과를 높일 전망이다. 먼저 2022년 산업통상자원부 수출유망전시회로 선정된 이번 전시회에서 전 세계 15개국 50여 해외 바이어가 참여하는 '온라인 해외바이어 수출상담회'와 국내 유수의 온오프라인 유통채널이 참여하는 '국내바이어 유통상담회'를 개최함으로써 우수 유아용품 업체들의 해외진출 및 수출진작, 내수시장 개척 및 판매 활성화를 도모할 계획이다. 또한 서울시의 국내전시회 종합지원 프로그램인 라이브커머스 지원사업에 선정되어 전시장 내에 스튜디오를 설치하고 라이브커머스 방송을 실

시간으로 송출함으로써 참가업체의 판매 성과를 높일 예정으로 베베슌, 유팡, 루솔 등 소비자들에게 인기있는 10개 우수 브랜드가 출동한다. 아울러 서울관광재단의 미래서울마이스 지원사업으로 첨단 미팅테크놀러지를 전시회 운영에 적용한다. 모든 참가업체들에게 모바일 앱을 활용한 실시간 참관객 정보 수집 및 참관패턴 분석 서비스를 무료로 제공함으로써 업체들의 현장 및 사후 마케팅에 도움을 줄 것으로 기대된다.

(주)베페 관계자는 “코로나로 인해 육아에 어려움을 겪었던 부모님들과 국내외 판로 확보가 힘든 중소 유아용품 업체들을 위해 다양한 이벤트와 부대행사를 기획하여 전시회를 진행하게 됐다”며 이번 42회 베페 베이비페어 행사에 참여해 새로운 육아 정보도 얻고 다양한 선물 등 푸짐한 혜택도 받아 가셨으면 좋겠다”고 밝혔다./끝.

## 행사 개요

# 42<sup>nd</sup> BeFe BABYFAIR 9.15 - 9.18 coex

- **일시** : 2022년 9월 15일(목)~9월 18일(일) / 10:00~ 18:00
- **장소** : 삼성동 코엑스 Hall A
- **규모** : 국내외 186여개사 530부스 (11,088㎡)
- **주최** : (주)베페
- **전시품목**

태교용품	태담, 태교관련 도서, 음반, 영상콘텐츠
임산부용품	임부복 및 속옷, 피부 보호제, 보조식품, 임산부의료기기
임산부 서비스	산모교육프로그램, 산후조리원/ 산후도우미, 건강관리서비스
출산용품	의류, 침구, 영유아 전용 스킨케어 및 기타용품
영유아식품	분유, 이유식, 생수, 음료수, 보조식품
영유아 서비스	제대혈은행, 스튜디오, 생활가전, 신생아보험, 베이비시터, 기념소품
안전용품	유모차, 캐리어, 카시트, 보행기, 안전용품, 아기방꾸미기, 영유아 가구
교육콘텐츠	지능개발용품, 외국어 교육프로그램, 놀이교구, 코딩완구
스마트&리빙	IP콘텐츠, 스마트 유아기기, 친환경 리빙제품

## (주)베페(BeFe) 기업소개

(주)베페는 1999년 7월 설립되어 국내 최초로 개최한 임신 출산 육아용품 전시회를 포함 다양한 전시/ 컨벤션 기획 및 운영, 온라인 비즈니스 등 종합 서비스를 제공하는 전시/ 컨벤션 전문기업이다. 2011년 6월에는 임신 출산 육아 산업과 문화, 교육 사업을 아우르는 임신 출산육아 토탈 브랜드로 진화하기 위해 '베페'라는 통합 브랜드를 발표하고 사명도 (주)베페로 변경했다.



(주)베페는 기존 전시회인 베페 베이비페어를 기반으로 '온라인 베페', '모바일 베페', '베페TV' 등 전시와 온라인 사업을 연계한 새로운 서비스를 제공하고 '베페 맘스쿨', '태교 음악회' 등을 통한 임신 출산 육아 전반의 문화 서비스를 확대해 나가면서 임신 출산 육아의 토탈 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 문화 기업으로 점차 발전해 가고 있다.

(주)베페는 '베페 베이비페어'의 주최사로 2000년부터 2022년 3월까지 총 40회에 걸쳐 전시회를 개최하고 있으며, 특히 제 17회 이후부터는 매회 평균 10만 명 이상의 관람객이 찾는 국내 최고, 최대 규모 전시회로 성장해 왔다. 베페 베이비페어는 국내 퍼블릭 전시회 중에서 최초로 국제 전시 협회인 UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) 국제 인증을 획득했으며, 산업통상자원부가 주최하는 '한국 전시산업 발전 대상' 우수 브랜드 전시회 부문에서도 최우수상 3회, 대상 1회를 수상했다. 2018년 10월에는 대한민국 최초로 아시아전시컨벤션협회연맹(AFECA)이 수여하는 'AFECA 어워즈 2018'에서 소비재전시부문 대상을 수상했다.

(주)베페를 이끌고 있는 이근표 대표는 지난 2009년 국내 전시산업 선진화에 공적이 현저한 모범 경영인을 대상으로 하는 '제 1회 전시산업발전유공자 포상'에서 공로상 수상에 이어 '제50회 무역의 날' 기념식에서는 전시업계 대표로 산업포장을 수상했다. 이러한 성과는 베페 베이비페어의 성공을 기반으로 베이비 포털 사이트, 임산부 교육까지 그 분야를 확장시키며 육아산업에 대한 꿈

임없는 고민을 이어가고 있는 ㈜베페의 집념이 이뤄낸 성과다. 1990년부터 10년간 전자신문사에 근무하면서 탁월한 기획력으로 각종 IT전시회, 컨퍼런스를 국제적인 수준으로 끌어올리는데 기여해온 이근표 대표. 그는 1999년 ㈜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 상품에 대한 정보를 구할 수 있는 온라인 사이트를 운영 중이며, 2014 웹사이트 Award에서 대상을 수상하는 등 국내 전시사업 및 웹 비즈니스 산업 활성화에도 기여한 공로를 인정받게 되었다. 이어 2014년 7월에는 인터넷 방송 '베페TV' 개국을 비롯, 베페 담당자이자 아빠들의 솔직한 육아 이야기를 담은 유튜브 채널 '빠빠튜브' 운영까지 전시와 온라인을 연계한 새로운 서비스로 기존 고객들의 만족도를 더욱 높여가고 있다.

## (주)베페(BeFe) 주요사업

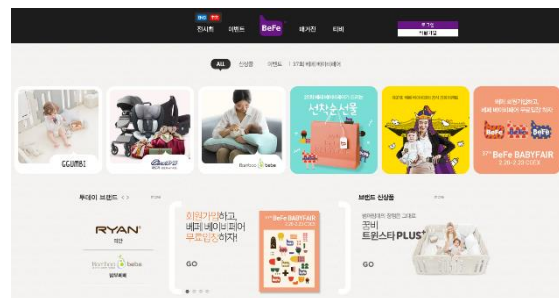
- 전시, 컨벤션 관련 종합 서비스로 국내 전시산업의 리딩 기업으로 자리매김
- 임신, 출산, 육아용품 멀티 플랫폼 '베페 온라인', '베페 모바일' 운영
- 임신, 출산, 육아 관련 트렌드와 정보 전달하는 '매거진 <베페>', '웹진 <베페>' 발행
- 예비맘 위한 교육 프로그램 '베페 맘스쿨', '태교 음악회' 등 각종 문화행사 활발

### 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 관련 종합 서비스를 제공하는 전시·컨벤션 전문기업이다. (주)베페는 2000년부터 '베페 베이비페어'를 40회에 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 최우수상 수상에 이어 2018년 대상 수상까지 국내 전시산업의 리딩 기업으로 자리매김하고 있다. 2014년 2월에는 국내 퍼블릭 전시회 중에서 최초로 국제 전시 협회인 UFI (The Global Association of the Exhibition Industry)의 국제인증을 획득했다. 또한 2018년 10월에는 대한민국 최초로 아시아전시컨벤션협회연맹(AFECA)이 수여하는 'AFECA 어워즈 2018'에서 소비재전시부문 대상을 수상했다.

### 임신출산육아 멀티 플랫폼, 베페 웹사이트 운영

베페는 지난 2007년 8월 임신, 출산, 육아용품 전문 플랫폼인 베페 온라인 사이트를 오픈 했다. 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 베페 및 브랜드 이벤트, 제품사용 후기, 베페 기프트 등 소비자들이 육아용품 구매 전 제품을 직접 체험하고 정보를 얻을 수 있는 공간을 마련해 정보 제공 및 선택의 폭을 더욱 넓혔다.

이처럼 다양한 창구를 통해 소비자들은 임신 출산 육아 교육에 대한 다양한 상품과 콘텐츠를 제공받을 수 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 120만여 명의 온라인 회원을 보유하고 있어 참가 기업들의 홍보 효과가 더욱 높아지고 있다.

### 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. (2019년 기준) 현재 안드로이드 및 애플 버전 모두 운영 중이며 행사 기간 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.



### 홈쇼핑 인터넷 방송, 유튜브 채널 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. 2018년에는 유튜브채널 '빠빠튜브'를 오픈 했다. 공식 홍보영상을 비롯해 아빠의 입장에서 들려주는 생생한 육아 이야기로 많은 공감을 이끌어 내고 있다.

### 베페가 진행하는 임신출산 육아관련 문화사업

지난 2007년 10월 처음 개최된 이래 현재까지 총 108회 (2019년 7월 기준) 진행된 '베페 맘스쿨'은 매회마다 국내의 임신, 출산, 육아 분야 의사와 전문가가 함께하며 현재까지 약 5만여 명의 임산부가 거쳐 간 교육과정이다.

베페 맘스쿨은 매월 400명의 임산부와 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, 유아용품 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.

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 담은 것이 특징이다.

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

베페 베이비페어는 국내를 대표하는 육아전시회를 넘어, 세계 속에서도 주목받는 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.

베페는 2015년부터 대한무역투자진흥공사(KOTRA)와 함께 세계 유아용품 박람회에 한국관을 구성해 운영해오고 있다. 2014년 '중국 상하이 유아산업 전시회(CBME China)'를 시작으로 2017년과 2018년 독일 쾰른 유아 및 아동용품 전시회(Kind + Jugend), 2018년과 2019년 라스베이가스 ABC 유아 박람회(ABC Kids Expo)까지 세계 3대 유아용품 전시회에 참여해 한국관을 운영하며 아시아를 넘어 전 세계로 영역을 넓혀가고 있다.



특히, 중국 상하이에서 열리는 '중국 상하이 유아산업 전시회(CBME China)'는 2014년부터 2019년까지 7년 연속 참가하고 있으며, 지난해 7월에 열린 '2019 중국 상하이 유아산업 전시회(CBME China 2019)'에서는 대한무역투자진흥공사(KOTRA)와 경기중소기업연합회 FTA활용지원센터(GSMBA) 공동으로 역대 한국관 중 최대 규모인 43개사 59부스의 '통합한국관'을 구성해 749건, 약 1617만 달러 상당의 상담 실적을 기록한 바 있다.

또한, 2017년과 2019년 홍콩 유아용품 전시회(HK Baby Products Fair), 2019년 일본 도쿄 베이비 앤 키즈 엑스포(Baby & Kids Expo Tokyo JUNE)에 이어 지난해 11월에는 인도네시아 자카르타에서 열리는 인도네시아 출산·육아·유아용품전(IMBEX)에도 참여해 아시아 지역에서도 영역을 확대해 나가고 있다. 이처럼 앞으로도 베페는 국내 우수 유아용품 업체들의 해외진출 및 수출증대를 위한 노력을 펼쳐 향후 다양한 국가에서 행사를 개최해 전시 수출 지역을 확대해 나갈 계획이다.

이외에도 베페는 육아용품 업계의 내수시장 활성화는 물론 해외시장 개척을 위한 기업간 거래 (B2B) 서비스에도 힘을 쏟고 있다. 이에 2017년 제31회 베페 베이비페어에서는 육아용품전시회 최초 '해외 바이어 초청 수출상담회'를 개최해 총 8개국 41개사를 통해 약 7,800만 달러의 현장 수출상담 실적을 달성했다. 2019년 제 35회 베페 베이비페어에서는 전년대비 확장된 규모로 총 14개국 46개사가 참석하여 약 4,370만 달러의 수출계약 실적을 달성했다



베페는 우수한 제품 및 브랜드를 보유한 국내외 참가기업의 국내 판로 개척 기회를 제공하고 실질적 비즈니스 성과 창출을 도모하고자 '국내바이어 유통상담회'를 진행했다. 지난 34회 베페에서 업계 최초로 진행된 유통상담회를 통해 현장 입점 계약 20여 건이라는 성과를 달성한 바 있으며, 지난해 36회 베페 베이비페어에서 진행된 유통상담회에서도 국내 대표 유통사 MD 30여 명을 초청하여 45여 개 참가사와 비즈니스 상담을 진행해 현장 입점 계약 30여 건의 성과를 달성한 바 있다.

**[해외전시회 국고지원사업 한국관 수행 내역]**

연도	전시회명(국문)	전시회명(영문)	기간	국가	지원기관
2021	중국 상하이 유아산업 전시회	CBME China	0714-0716	중국	KOTRA
2020	홍콩 유아용품 전시회	Hong Kong Baby Products Fair	0106-0109	홍콩	
2019	인도네시아 출산·육아·유아용품전	IMBEX	1129-1201	인도네시아	
	라스베이가스 ABC 유아 박람회	ABC Kids Expo	1023-1025	미국	
	독일 유아 및 아동용품 전시회	Kind+Jugend	0919-0922	독일	
	중국 상하이 유아산업 전시회	CBME China	0724-0726	중국	
	일본 도쿄 베이비 앤 키즈 엑스포	Baby & Kids Expo Tokyo JUNE	0626-0628	일본	
	홍콩 유아용품 전시회	Hong Kong Baby Products Fair	0107-0110	홍콩	
2018	독일 유아 및 아동용품 전시회	Kind+Jugend	0920-0923	독일	
	중국 상하이 유아산업 전시회	CBME China	0725-0727	중국	
2017	독일 유아 및 아동용품 전시회	Kind+Jugend	0914-0917	독일	
	중국 상하이 유아산업 전시회	CBME China	0719-0721	중국	
	홍콩 유아용품 전시회	Hong Kong Baby Products Fair	0109-0112	홍콩	
2016	중국 상하이 유아산업 전시회	CBME China	0720-0722	중국	
2015	중국 상하이 유아산업 전시회	CBME China	0722-0724	중국	
2014	중국 상하이 유아산업 전시회	CBME China	0721-0725	중국	

## 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 7년간 베페 베이비페어를 통해 확인할 수 있었던 대한민국 육아시장 현황을 정리하고, 2022년 육아 트렌드를 미리 살펴 다음과 같이 제시한다.

연도	회차 별 육아 트렌드	
2016년	29회(2016.02)	30회(2016.08)
	<b>“Baby Effect”</b>	<b>“Family Balance”</b>
	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)
	<b>“팩트육아”</b>	<b>“육아있는 삶, 볼로(B.O.L.O)라이프”</b>
	육아 정보의 홍수 시대, 팩트를 적극 추구하는 육아로의 변화	아이만이 줄 수 있는 새로운 경험에 주목하며 일상 속의 참된 보람 추구
2018년	33회(2018.02)	34회(2018.08)
	<b>“베페 케어”</b>	<b>“힙한 육아”</b>
	임신, 출산, 육아, 교육 등 아이의 성장단계에 따라 필요한 제품과 서비스 제공	SNS를 적극 활용, 나만의 개성 있는 육아 라이프를 추구하는 트렌드 등장
2019년	35회 (2019.02)	36회 (2019.08)
	<b>“하트 육아”</b>	<b>“컬러풀 베이비”</b>
	아이의 발달과정, 취향에 주목한 예술친화적 체험형 육아스타일	유행과 대세를 벗어나 우리 아이에게 맞는 특색 있는 육아 방식을 찾으려는 트렌드 등장
2021년	39회 (2021.03)	
	<b>“세이프 베페”</b>	
	신종 코로나 바이러스 감염증으로 불안해하는 부모들을 위해 안전한 관람 환경 조성	
2022년	41회 (2022. 3)	42회(2022.09)
	<b>“강철 육아”</b>	<b>“육아 새로고침”</b>
	코로나 19로 인해 혹독한 육아의 계절을 겪고 있는 상황에서 안전하고 우수한 유아용품으로 사랑하는 내 아이를 지키는 육아 비법	모든 분야에서 뉴노멀이 대세가 되는 상황에서 기존의 보편적인 육아법에서 벗어나 새로움을 추구하는 요즘 맘들의 트렌드를 반영

[끝]