

제43회 베페 베이비페어
테마스트리트 with 레드카펫 제안서

테마스트리트 with 레드카펫 소개

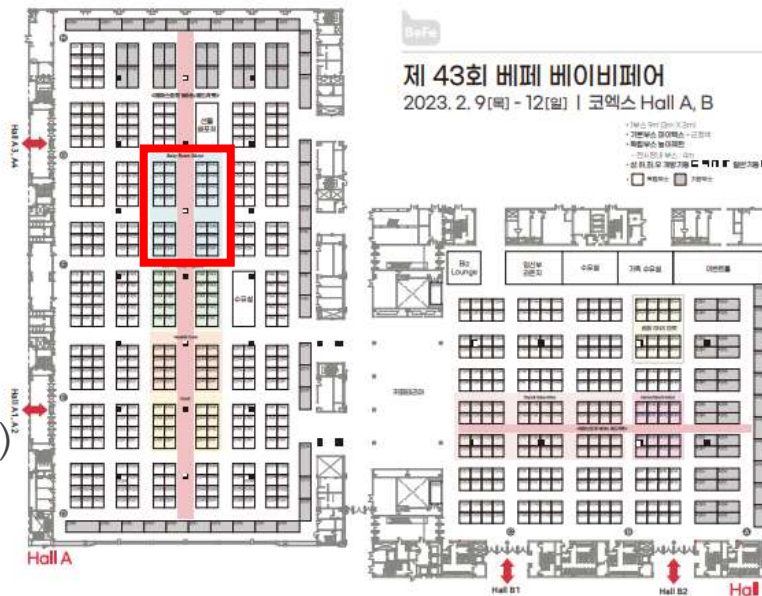
- 행사명 : 제43회 베페 베이비페어(The 43rd BeFe BABYFAIR)
- 특별관명 : 테마스트리트 with 레드카펫 (Theme Street with Red Carpet)
- 운영목적 : 베이비룸 데코, 친환경/유기농, 헬스케어, 완구&교육, 가전제품 등 각 주제의 브랜드들을 한 자리에 모아 선보이고, 주최사가 브랜드를 엄선하여 제품력을 인증, 다양하고 품질 좋은 제품을 관람객들에 소개
- 기간 : 2023년 2월 9일(목) - 12일(일), 10:00 - 18:00, 4일 간
- 장소 : 코엑스 Hall A, 3~4열/ Hall B, 3~4열 레드카펫 구역
- 규모 : 총 144부스, 테마 별 규모 상이 (다음 상세페이지 참고)
- 주최 : (주)베페



테마스트리트 with 레드카펫 테마관 별 안내

1] Baby Room Décor

- 주제 : 아기방 꾸미기
- 전시품목 : 홈&데코, 리빙(가구, 침구, 벽지, 매트 등)
- 규모 : 총 28부스 (확장가능)
- 배정기준 : 소셜미디어 활동 및 인지도에 따라 순차 배정,
소셜미디어 계정 공유 必
(인스타그램 팔로워 수, 스마트스토어 스토어짐 수)



Baby Room Décor

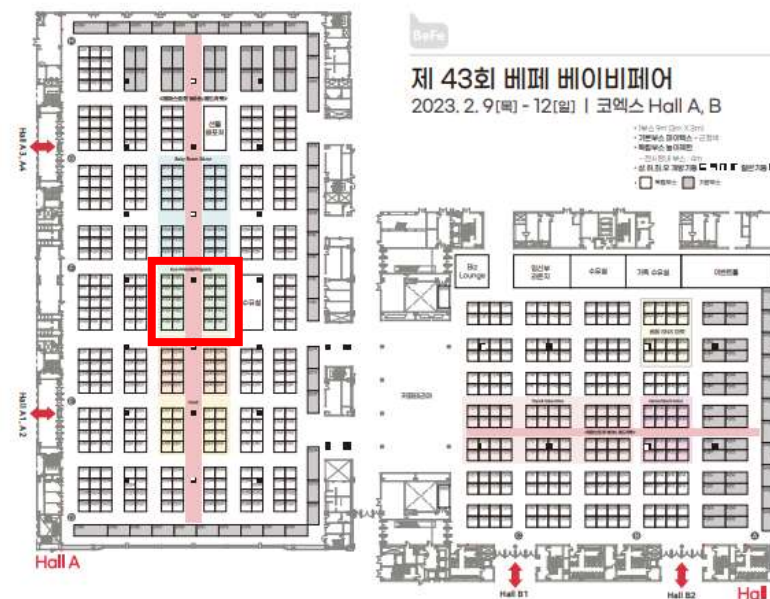
- 홈퍼니싱, 리빙 시장의 급성장 (연간 40조 규모)
- 3040세대를 중심으로 인테리어 관심도 증가 (인테리어 플랫폼 1000만 다운로드 돌파)
- 아이만을 위한 육아용품이 아닌 가족이 함께 사용하는 합리적인 제품 소비로 성향 변화
- 모던한 디자인의 육아용품 수요 급증



테마스트리트 with 레드카펫 테마관 별 안내

2] Eco-Friendly/Organic Zone

- 주제 : 소중한 우리 가족을 위해
- 전시품목 : 친환경/유기농 식품, 스킨케어, 세제, 침구 등
- 규모 : 총 20부스 (확장가능)
- 배정기준 : 국내 또는 해외 유기농 인증 제품,
관련 인증서 제출 권장 (추후 홍보에 활용)



MZ세대 부모 타겟 집중 마케팅

MZ세대의 미닝아웃(Meaning Out)소비, 물질 자체를 소비하기보다 브랜드에 담긴 철학과 의미를 소비

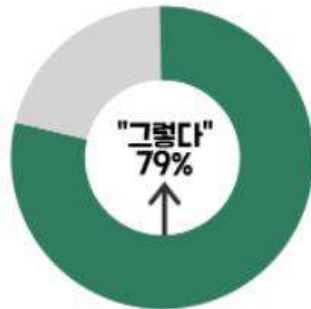
미닝아웃의 대표적인 소비 트렌드는 친환경

저출산 추세로 인한 한 자녀 임신·출산으로 프리미엄, 친환경, 유기농 제품 선호

일시적으로 유행하는 현상이 아닌, 장기적인 현상으로 자리 잡을 것으로 전망

MZ세대는 가치 소비자인가?

매일경제, "2030세대 79%가 돈보다 가치에 열광 '미닝 아웃' 트렌드 주도(21.7.30.)"



대상: MZ세대 928명
자신은 가치 소비자인가?에 대한 응답

미닝 아웃 소비를 하는 이유

"트렌드 모니터", <2020 착한 소비 활동 및 SNS 기부 캠페인 관련 조사>



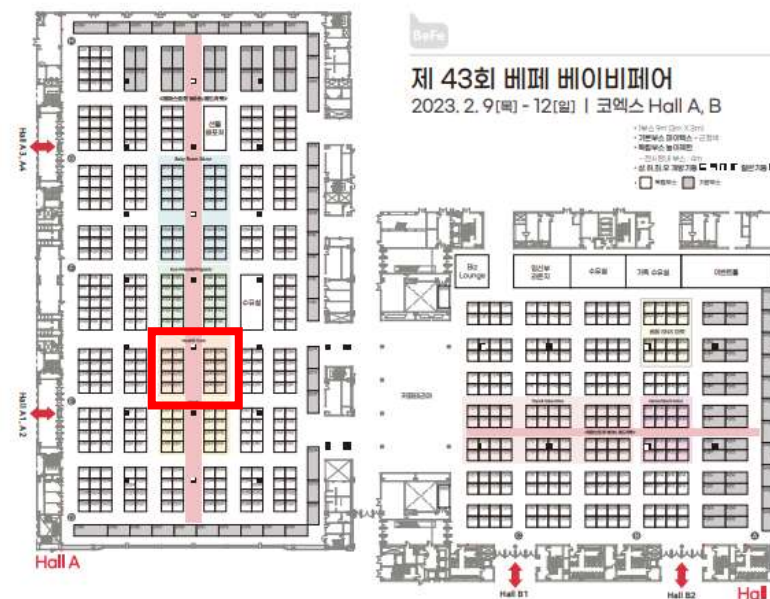
대상: 착한 소비 활동 참여자 923명
*복수응답



테마스트리트 with 레드카펫 테마관 별 안내

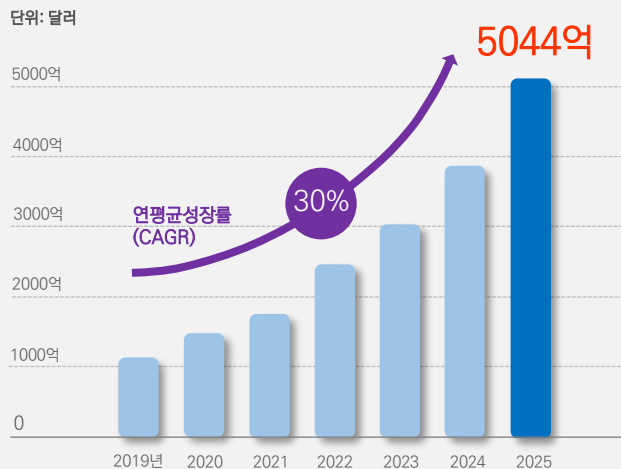
3] Health Care Zone

- 주 제 : 엄마와 아기의 건강 지키미
- 전시품목 : 건강기능제품/식품, 제대혈은행, 아기 케어 제품, 임산부 케어 서비스 등
- 규 모 : 총 16부스 (확장가능)
- 배정기준 : 건기식의 경우 '건강기능식품' 마크 必, 국내 또는 해외 안전성 인증 완료 제품

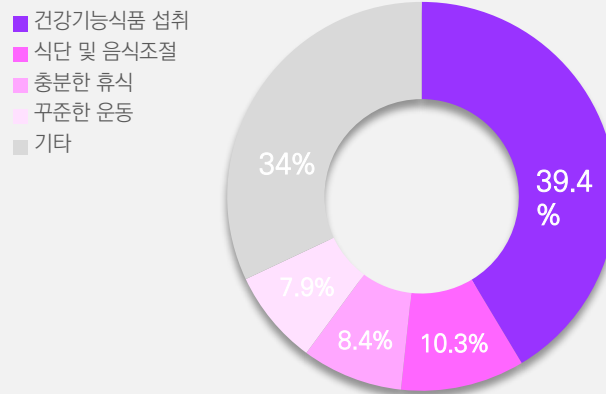


엄마와 아기를 위한 Health Care Zone

전세계 디지털 헬스케어 시장 전망



자녀의 면역력을 높이기 위한 대처방법 순위

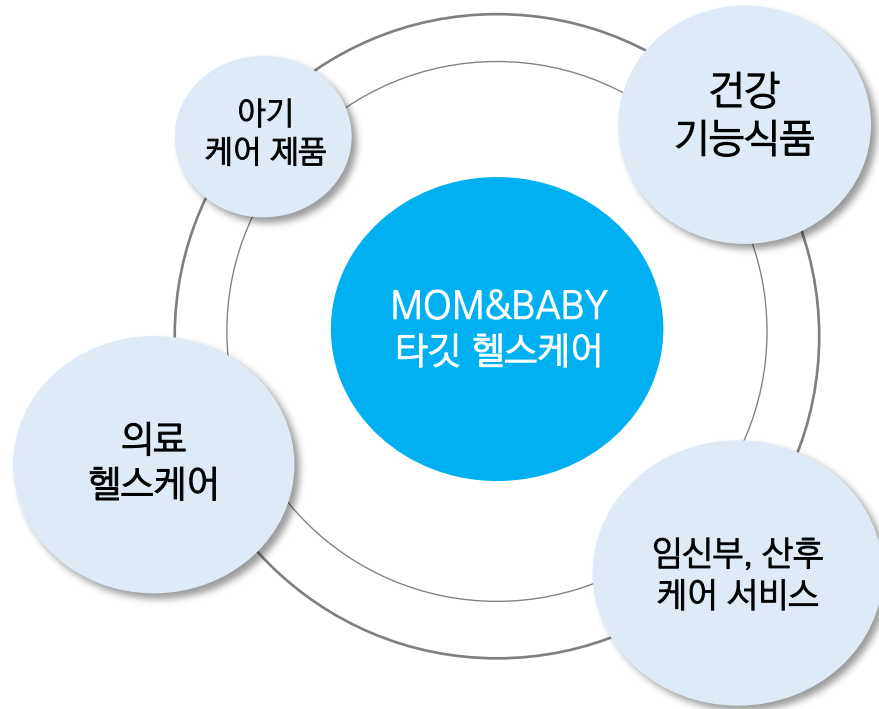


출처 : 글로벌 마켓 인사이트, 한국건강기능식품협회

코로나 19 이후 건강관리에 대한 관심이 높아짐에 따라 헬스케어 관련 산업 규모 확대
 그 중 자녀의 면역력을 지키기 위한 키즈 건강기능식품 산업이 초고속 성장을 이루며
 키즈 헬스케어 분야에 대한 미래 가능성 제시



엄마와 아기를 위한
Health Care Zone



- 건강기능식품, 임산부 케어 서비스, 의료 헬스케어 등 MOM&BABY 타깃 중심의 건강 테마존 구성
- 베페 베이비페어 내 발육기, 출산, 육아용품 등 관련 산업군 참가사와의 유기적 시너지 창출
- 구매력 높은 강남, 서울권 방문객을 통한 매출 확보



테마스트리트 with 레드카펫 테마관 별 안내

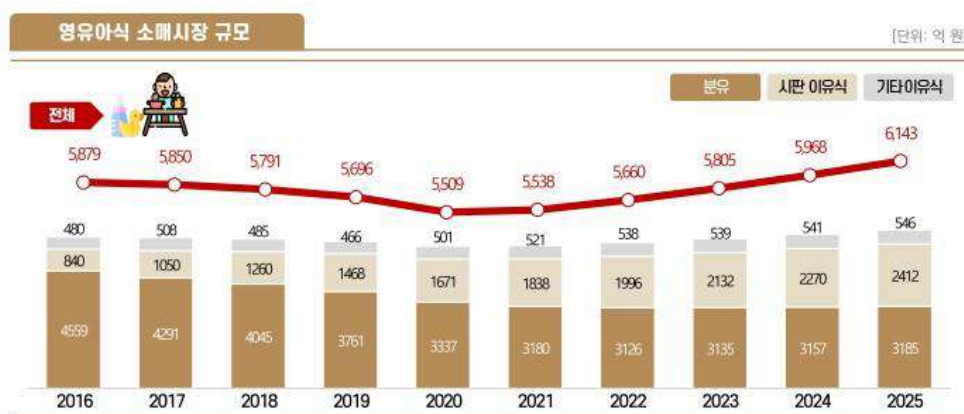
4] Food Zone

- 주제 : 아이와 함께 즐기는 식탁
- 전시품목 : 이유식, 유아식, 음료, 건강식, 간편식, 비건 등
- 규모 : 총 16부스 (확장가능)
- 배정기준 : 국내 또는 해외 품질인증 완료 제품,
관련 인증서 제출 권장 (추후 홍보에 활용)



식품 시장의 변화 - 온 가족이 함께 즐기는 간편 & 프리미엄 식탁

- 유기농, 비건 등 친환경 자연식품 시장의 꾸준한 성장세 (연평균 10% 이상 성장)
- 유럽 시장 - 6개월 이상 영유아와 함께 먹는 가족식 시장 성장
https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=90554
- ‘프리미엄’, ‘수제’, ‘유기농’과 함께 ‘간편식’, ‘시판’, ‘배달’ 등의 상충되는 트렌드가 특징
- 고객과의 대면 접점을 통해 식품 전문 브랜드에 대한 신뢰도와 충성도 향상 기대



※ Baby Food in South Korea, Euromonitor International, 2021.09
1) 2021~2025년은 예상치



테마스트리트 with 레드카펫 테마관 별 안내

5] Toy & Education Zone

- 주제 : 우리 아기의 오감발달을 위해
- 전시품목 : 교구, 완구, 교재, 도서, 에듀테크 등
- 규모 : 총 48부스 (확장가능) / B홀



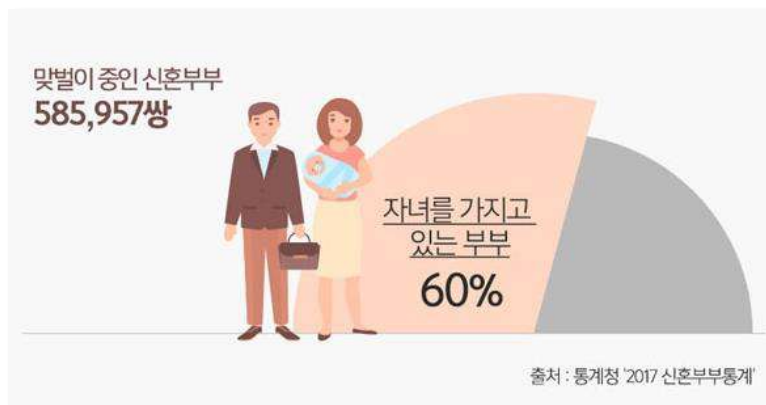
아이의 오감발달을 위해

저출산 시대인만큼 아이를 위한 제품 선택 시
고품질의 프리미엄 완구, 교구, 교재, 에듀테크 등 교육에는 아낌없이 지갑을 여는 MZ세대 부모
특히, 아이의 연령, 시기별 필요한 맞춤형 교육/교구와 완구 제품이 대세



아이를 위한, 부모를 위한 가정 필수 아이템 Home Electronics

- 맞벌이 가구비율의 지속적인 증가 그 중 자녀를 가진 신혼부부는 60% 육박
- 빠른 육퇴를 위한 육아 고민을 해결해주는 편리한 가전제품에 대한 수요 및 관심 증가
- 기존의 가전제품에서 IoT를 접목한 스마트 제품으로 육아 안심과 편리함을 추구하는 베이비 테크로의 확장으로 신시장 제시



42회 테마스트리트 운영사진



오직 테마스트리트 참가 브랜드만을 위해!
스페셜 온라인 홍보 제공



홍보페이지 제작 및
별도 이벤트 기획

테마스트리트 입점 브랜드,
모객 이벤트가 포함된
별도 홍보 페이지 제작



자체 SNS를 통한
바이럴 홍보

베페 인스타, 카카오톡,
블로그 등 온드미디어
활용한 노출 및 홍보

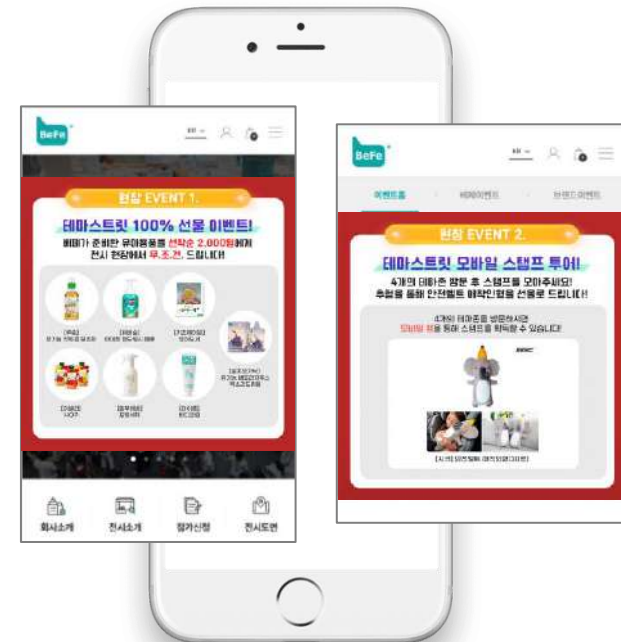


네이버 뷰탭
상위노출 광고

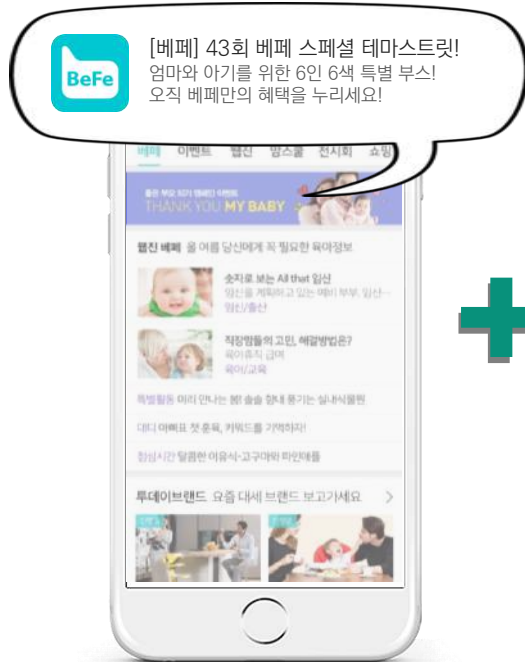
네이버 관련 키워드 검색
시 테마스트리트 관련
포스팅 상위링크 보장



사전 홍보 페이지 제작 및 120만 명 베페 회원 대상 집중 온라인 프로모션



홍보에 최적화된 다수의 자체 SNS 채널 보유



(광고) 43회 베페 베이비페어 6인 6색 테마스트릿 OPEN!

- 일정 : 2023.02.09~12
- 장소 : 코엑스 A,B홀 중앙 레드카펫존

베페만의 스페셜 로드가 펼쳐진다!
레드카펫 위 쏟아지는 혜택!

EVENT1 방문후기 이벤트
베페 테마스트릿 with 레드카펫 방문하고 선물 받자!

EVENT2 맘투유 이벤트
테마스트릿 현장에서 증정하는 시크릿 방문 현장 선물!

지금, 베페의 6인 6색 테마존과 스페셜 선물을 확인해 주세요!

내 육아는 남들보다 특별하니까!
43회 베페의 테마스트릿에서 남다른 육아를 확인해 주세요!

- 인스타, 블로그, 유튜브 등 베페 온드미디어를 통해 컨셉 및 참가 브랜드 적극적인 노출
-> 인스타그램 광고비 별도 예산 투입
- 베페 앱 사용자 약 6만명 대상 푸시 메시지 발송을 통해 지속적인 행사 홍보 가능
- 임신부, 육아맘 회원 대상 LMS, 카카오톡 플친 메시지 발송
-> 사전 이벤트 홍보 및 유입률 극대화



네이버 뷰탭 상위노출 광고를 통한 유입 극대화



- 전시회 개최 전 43회 베페 관련 포스팅 개제, 테마존 홍보 페이지 삽입 및 콘텐츠 노출도 확대
- 전시 4주 전부터 네이버 뷰탭, 인플루언서 탭 상위랭킹 지속 노출
- 베페 별도 예산 투입하여 광고 진행



오프라인 홍보방안 1. 전시장 배너 설치

- 규 격 : 천정배너(2,000 x 4,000), X배너(600 x 1,800)
- 삽입내용 : 특별관명 및 참가사 로고
- 예 시



[천정배너]



[X배너]

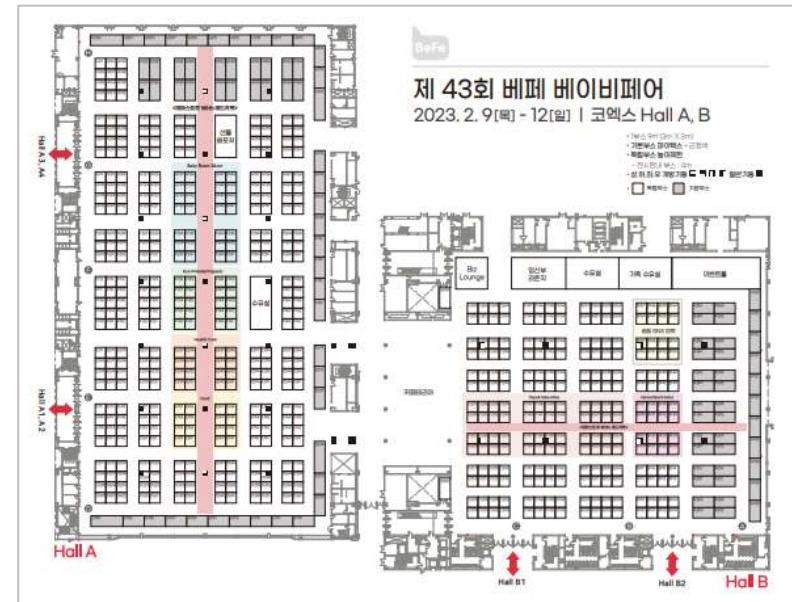


[천정배너]



오프라인 홍보방안 2. 전시장 도면 및 대형 현황판 표기

- 베페 홈페이지, 인쇄용 도면 및 전시장 입구 대형 현황판에 특별관 강조 표기



오프라인 홍보방안 3. 테마스트리트 현장 이벤트

- 테마스트리트 전용 이벤트를 통한 참관객 유입량 증가 유도
- 테마스트리트 참여기업 제품 활용 이벤트를 통한 홍보 효과 극대화



[현장사진]



[이벤트]



신청방법

- 신청방법 : 첨부 된 43회 참가신청서와 함께 본 파일의 특별관 신청서를 작성하여 날인 후 사업자등록증과 함께 메일 또는 팩스로 제출
- 선정방법 : 선착순 및 브랜드 인지도에 따라 선정

문의처

| 담당자 | 테마관 | 연락처 | 메일 |
|--------|------------------------------------|--------------|----------------------|
| 장미은 과장 | Eco-Friendly / Food | 02-2138-2349 | jme@befe.co.kr |
| 이정환 과장 | Toy & Education / Home Electronics | 02-2138-2243 | jhlee@befe.co.kr |
| 김희진 주임 | Health Care | 02-2138-2249 | ctoam05@befe.co.kr |
| 이아영 주임 | Baby Room Decor | 02-2138-2385 | dkdud5208@befe.co.kr |



감사합니다

