

**Beyond Fair & Exhibition
Building Enhanced Family Experiences, BeFe**



35th BeFe BABYFAIR

— PRESS KIT —

[자료 문의]

(주)베페 황동욱 대리 ☎ 010-5359-2714 / dawnhwang@befe.co.kr
 (주)브릿지컴퍼니 이주희 이사 ☎ 010-8702-3646 / ju4le3@prbridge.com
 (주)브릿지컴퍼니 최인형 대리 ☎ 010-4124-2060 / ihchoi@prbridge.com



아트육아? 하트육아! 2019 육아 트렌드 경험하러 오세요

제34회 베페 베이비페어 개최....

아이 마음 이해하는 '하트(HEART) 육아' 선보여

-오는 2월 21(목)~26(일)까지 4일간 코엑스에서 개최

- 업계 최초 '찰스장'과 아트 콜라보레이션 진행... 아트 체험 공간 및 아트클래스 진행
- 아이의 감성발달과 예술 체험 교육 중시하는 육아 트렌드 키워드 '하트(HEART)육아'제시
- 선착순 이벤트 및 육아 관련 특별 강좌 제공하는 브랜드 클래스까지 다양한 이벤트 마련



국내 대표 임신, 출산, 육아박람회 '제35회 베페 베이비페어'가 서울 코엑스에서 2월 21일부터 24일까지 4일간 개최된다. 베페 베이비페어는 국내외 임신, 출산, 육아, 교육 관련 190여 개 브랜드를 한자리에서 경험할 수 있는 전시회이다.

올해는 예술적 경험, 감성 등 예술적 콘텐츠로 자녀의 감성발달과 교육을 중시하는 부모들이 많아지고 있는 최근의 흐름을 반영하여 '하트(HEART)육아'를 전시 테마로 선정했다.

'하트(HEART)육아'는 '마음', '심장'을 뜻하는 영어 단어 '하트 (HEART)'의 각 글자를 따온 말로 ▲나에게 솔직한 (Honest to me) ▲내 아이에게 쉬운 (Easy for my baby) ▲아트와 가까운 (Art-friendly) ▲주목할 만한 발견 (Remarkable discovery) ▲행복한 가족 (Truly happy family)을 의미한다.

하트육아는 부모와 아이의 유대감, 아이와 제품의 애착관계를 중시하여 글보다는 그림이나 예술을 직관적으로 받아들이는 아이의 특성에 주목한 육아법이다. 아이의 마음을 이해할 수 있는 체험 및 아트 클래스 등을 운영하여 아이의 감성과 예술적 재능 개발에 힘써야 하는 육아의 중요성을 내포하고 있다.

이에 베페는 '해피 하트' 시리즈로 잘 알려진 팝앤팝아트팩토리 소속 팝아티스트 찰스장 과 손잡고 업계 최초 아트 콜라보레이션을 진행했다. 기존 베페 로고에 찰스장 작가의 해피 하트가 어우러져 긍정의 행복 기운이 널리 퍼지는 이미지를 표현했다. 이와 함께 올해의 팬톤 컬러로 선정된 리빙 코랄을 메인 컬러로 사용해 온화한 생명의 에너지를 감성적으로 연출했다.



개막 첫날에는 팝앤팝아트팩토리 소속 찰스장 작가가 진행하는 아트 클래스가 개최된다. 관람객이라면 누구나 선착순으로 참여 가능하다. 베페는 이번 아트 콜라보레이션을 기념해 찰스장 작가와 협업한 대형 하트 조형물을 활용한 아트 체험 공간도 구성 예정이다.

'하트(HEART)육아'를 주제로 한 '나의 하트 육아' 온라인 댓글 이벤트도 진행 중이다. 2월 24일까지 베페 홈페이지 회원 가입 후 본인이 생각하는 '나의 하트 육아'에 대해 댓글을 남기면 추첨을 통해 총 106명에게 유모차, 카시트, 범퍼침대 등 푸짐한 경품을 제공한다. 현장 방문객들을 위한 선착순 선물 증정 이벤트도 마련되어 있다. 평일 선착순 입장객 총 4000명에게 '밤밤 라군 엘리펀트'를 증정한다. 또한 임산부 중 산모수첩 또는 진료카드를 지참한 선착순 2000명에게 '던바이디어 쥬프림 유아식기세트'를 증정한다.

이와 함께 참가 기업을 위한 프로그램도 마련되었다. 전시 기간 동안 '해외 바이어 수출 상담회'를 비롯, 국내 유통 판로 개척을 위한 '국내 바이어 유통 상담회'도 진행된다.

베페 이근표 대표는 "지난 2000년을 시작으로 대한민국 대표 임신 출산 육아용품 전시회로 성장한 베페는 매회 새로운 육아 트렌드와 육아교육 문화를 제안하며 국내 육아용품 산업을 이끌어왔다"며 "올해 35회 베페 베이비페어에서는 업계 최초로 아트와의 만남을 진행한 만큼 방문객들에게 '하트육아'에 맞는 다양한 행사와 이벤트를 경험하게 하고, 참가 기업들에게는 베페와의 동반 성장을 위해 마련한 수출 및 유통 상담회 등을 제공하여 보다 발전된 미래와 새 활로를 찾을 것으로 기대한다"라고 전했다.

행 사 개 요

The 35th BeFeBABYFAIR 2.21-2.24 COEX

- **일시** : 2019년 2월 21일(목)~2월 24일(일) / 10:00~ 18:00
- **장소** : 삼성동 코엑스 Hall A,B
- **규모** : 국내외 190여개사 1,000부스 (18,378m²)
관람객수- 10만명 이상 예상 (임신부, 아기엄마/ 아빠, 조부모 등 친지, 업계 관계자)
- **주최** : (주)베페
- **협찬** : 오브맘, 뉴트리시아
- **후원** : 서울특별시
- **부대행사** : 베페 SNS마켓, 포토존 이벤트, 국내 바이어 유통상담회, 해외 바이어 수출상담회, 아트클래스, 브랜드 클래스
- **전시품목**

| | |
|---------|--|
| 태교용품 | 태담, 태교관련 도서, 음반, 영상컨텐츠 |
| 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 |
| 교육컨텐츠 | 지능개발용품, 외국어 교육프로그램, 놀이교구, 코딩완구 |
| 스마트&리빙 | IP컨텐츠, 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', '베페몰', '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 2018년 2월까지 총 34회 걸쳐 전시회를 개최하고 있으며, 특히 제 17회 이후부터는 매회 평균 10만 명 이상의 관람객이 찾는 국내 최고, 최대 규모 전시회로 성장해 왔다. 오는 2월 21일 개최되는 제 35회 베페 베이비페어 에서도 190여 개사, 450여개 브랜드, 1,000개 부스의 규모로 기존 명성을 이어갈 예정이다.

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. 지난 10월에는 대한민국 최초로 '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 무역

의 날' 기념식에서는 전시업계 대표로 산업포장을 수상했다. 이러한 성과는 베페 베이비페어의 성공을 기반으로 베이비 포털 사이트, 온라인 쇼핑몰, 임신부 교육까지 그 분야를 확장시키며 육아 산업에 대한 끊임없는 고민을 이어가고 있는 (주)베페의 집념이 이뤄낸 성과다. 1990년부터 10년간 전자신문사에 근무하면서 탁월한 기획력으로 각종 IT전시회, 컨퍼런스를 국제적인 수준으로 끌어 올리는데 기여해온 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 Award 와 웹 어워드 코리아에서 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 온라인 사업을 연계한 새로운 서비스로 기존 고객들의 만족도를 더욱 높여가고 있다.

(주)베페(BeFe) 주요사업

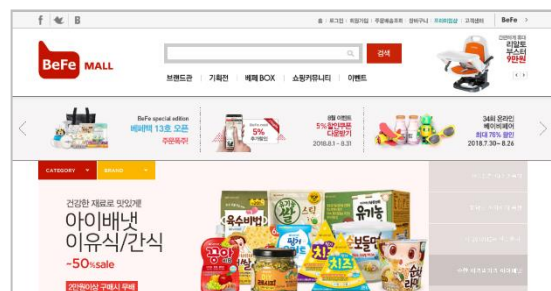
- 전시, 컨벤션 관련 종합 서비스로 국내 전시산업의 리딩 기업으로 자리매김
- 임신, 출산, 육아용품 멀티 플랫폼 '베페 온라인', '베페 모바일' 운영
- 임신, 출산, 육아 관련 트렌드와 정보 전달하는 '매거진 <베페>', '웹진 <베페>' 발행
- 예비맘 위한 교육 프로그램 '베페 맘스쿨', '태교 음악회' 등 각종 문화행사 활발

국내 임신 출산 육아용품 전시회의 새 역사 쓰다

(주)베페(대표 이근표, www.befe.co.kr)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 34회에 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 지난 10월에는 대한민국 최초로 'AFECA 어워드' 소비재전시부문 대상을 수상했다.

임신출산육아 멀티 플랫폼, 베페 웹사이트와 베페몰 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 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. 2009년 1월에는 온라인 쇼핑몰인 베페몰을 오픈하여 신상품전, 체험상품전 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. (2018년 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 104회 (2019년 1월 기준) 진행된 '베페 맘스쿨'은 매회마다 국내의 임신, 출산, 육아 분야 의사와 전문가가 함께하며 현재까지 약 4만 2천여 명의 임신부가 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. 2019년 2월 21일(목)부터 24일(일)까지 코엑스에서 열리는 35회 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 담은 것이 특징이다.

해외진출 통한 국내 육아용품 수출 촉진 및 유망기업 판로 개척 지원

베페 베이비페어는 국내를 대표하는 육아전시회를 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 '2018 중국 상하이 유아산업 전시회(CBME China 2018)'에서 역대 최대 규모의 '한국관'을 구성, 3700만 달러의 상담 실적을 기록한 바 있다. CBME China 에는 5년 연속 참가했으며, 2017년 홍콩 유아용품 전시회(HK Baby Products Fair)에서도 최초로 '한국관'을 구성해 운영하며 그 위상을 넓힌 바 있다. 2019년에도 대한무역투자진흥공사(KOTRA)와 두 번째로 한국관을 22개 참가사, 32개 부스 규모로 구성해 전시에 참가했다. 이를 통해 약 1910만 달러 상당의 상담 실적과 1389만 달러 상당의 계약 추진 실적을 기록하여 2017년 대비 5배 증가한 계약 실적을 기록했다. 또한 2017년, 2018년 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 2017년 제31회 베페 베이비페어에서는 유아용품전시회 최초 '해외 바이어 초청 수출상담회'를 개최해 총 8개국 41개사를 통해 약 7,800만 달러의 현장 수출상담 실적을 달성했다. 2018년 제 33회 베페 베이비페어에서는 전년대비 확장된 규모로 총 13개국 48개사가 참석하여 약 860만 달러의 수출계약 실적을 달성했다



또한 베페는 우수한 제품 및 브랜드를 보유한 국내외 참가기업의 국내 판로 개척 기회를

제공하고 실질적 비즈니스 성과 창출을 도모하고자 '국내바이어 유통상담회'를 진행한다. 지난 34회 베페에서 업계 최초로 진행된 유통상담회를 통해 현장 입점 계약 20여 건이라는 성과를 달성한 바 있으며, 35회 유통상담회에는 면세점, 백화점, 대형마트, 유아전문몰 등 온/오프라인을 아우르는 국내 대표 유통사 MD 30여 명을 초청하여 50여 개 참가사와 비즈니스 상담을 진행한다. 국내바이어 유통상담회는 오는 21일과 22일 양일간 개최된다.



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, 2019년 육아 트렌드를 미리 살펴 다음과 같이 제시한다.

| 연도 | 회차별 육아 트렌드 | |
|-------|--|---|
| 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 보람 추구 |
| 2018년 | 33회(2018.02) | 34회(2018.08) |
| | “베페 케어” | “힘찬 육아” |
| | 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) |
| | ‘하트 육아’ | |
| | 아이의 발달과정, 취향에 주목한 예술친화적 체험형 육아스타일 | |

[끝]