

행복이 가득한 집

Media Kit 2026

행복이 가득한 집

Media Line Up

모든 것을 온라인으로 해결할 수 있지만 삶의 근거지가 되는 것은

여전히 실제의 공간, ‘집’입니다.

<행복이 가득한 집>은 ‘집’을 매개로 월간지의 매력에 새로운 플랫폼을 더해갑니다.

집주인의 개성 넘치는 삶을 소개하는 유튜브 채널 ‘행가집’을 비롯,

공간과 여행, 미식의 풍성한 정보를 담은 인스타그램과 모든 채널을 통합한

웹사이트 하우스플러스(2026년 오픈 예정)를 통해 라이프스타일 관련 정보를

가장 빠르고 정확하게 확인할 수 있습니다.



Magazine

<행복이 가득한 집>

Digital Media

1집구석

Brand Website

HOUSE+

*2026년 오픈 예정

SNS

► @hgzip-space:행가집

► @homelivingkorea

► @homelivingkorea

► @happy_designhouse

EVENT

서울리빙디자인페어

행복작당

“콘텐츠가 넘쳐 나는 세상에서 놓치지 않고 정기구독을 하는 잡지”

“멋진 집과 멋진 사람들이 등장해서 부럽기도 하고,

동시에 ‘나도 이런 삶을 살아보고 싶다’는 열망을 불러일으키는 책”

1987년 창간한 <행복이 가득한 집>은 국내 1호 라이프스타일 매거진입니다.

‘생활을 디자인하면 행복이 더 커진다’는 캐치프레이즈 아래

국내외 대표 디자이너·작가·브랜드와 협업,

집을 매개로 한 ‘프리미엄 라이프스타일’의 진면목을

선보이고 있습니다.

Audience Profile

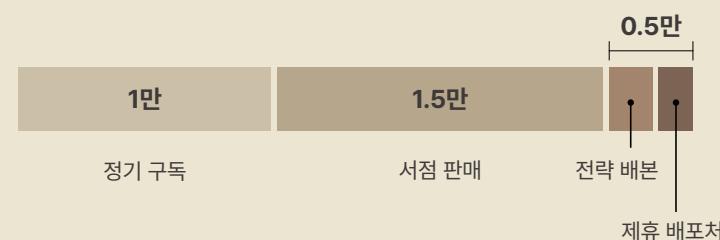
우리나라에서 가장 많은 정기구독자와
66%의 재 구독률,
21%의 장기구독자*를 가진
로컬 매거진입니다.

*6차수(1년 구독 × 6회) 이상

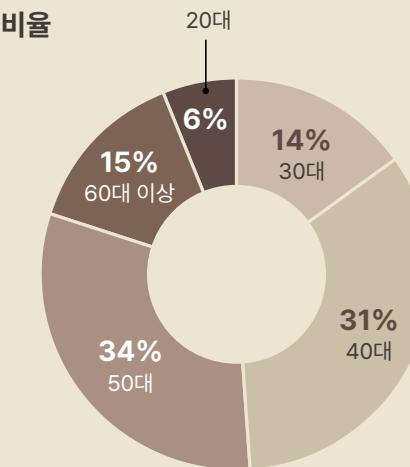
신규 구독자의 65%가 40, 50대
가격과 상관 없이 물건과 경험의 가치를 알고
비용을 지불하는 구매력 있는 소비자입니다
구독자 가구 구성은 2인 거주가
35%로 가장 많습니다.

구독자의 65%가 수도권에 거주하고 있습니다.
전체 구독자 중 81.5% 자가 소유,
69%가 아파트에 거주 중이고,
51%가 40평형대 이상에
거주하고 있습니다.

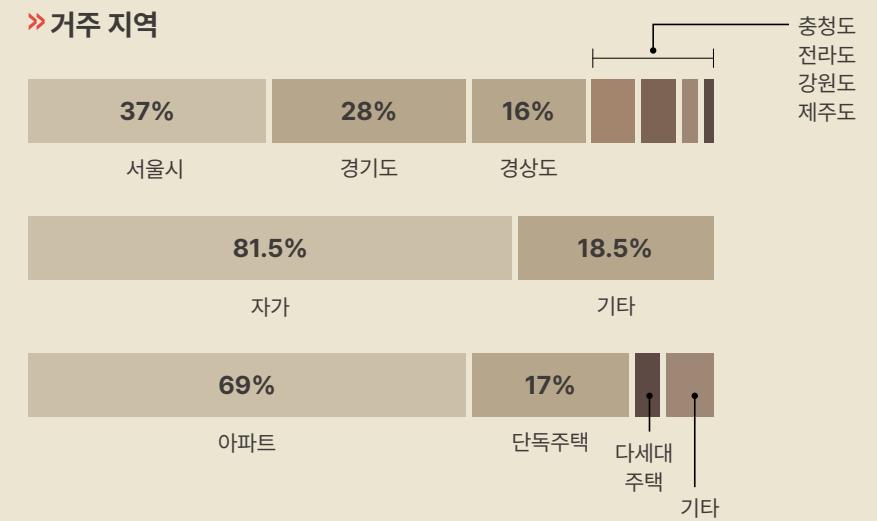
» 발행 현황: 월 평균 3만부 발행



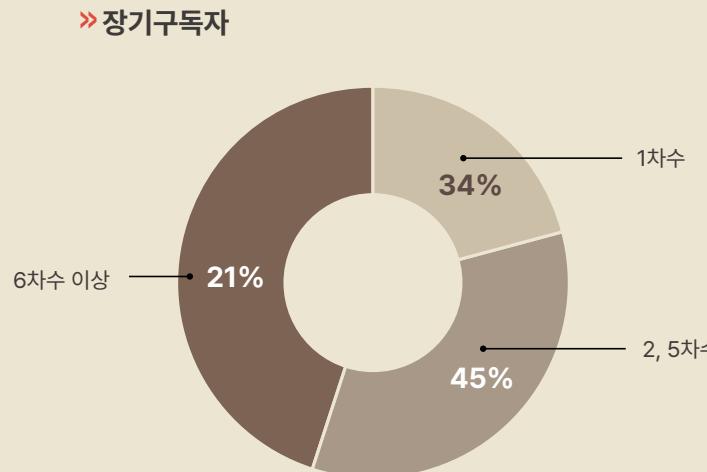
» 구독자 비율



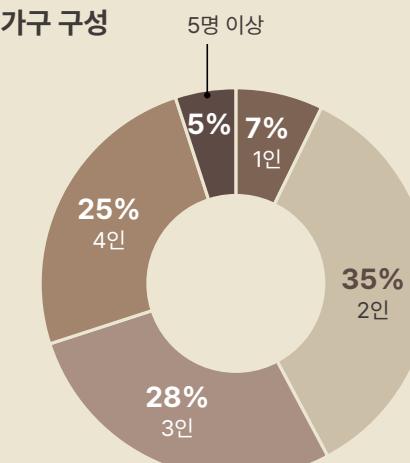
» 거주 지역



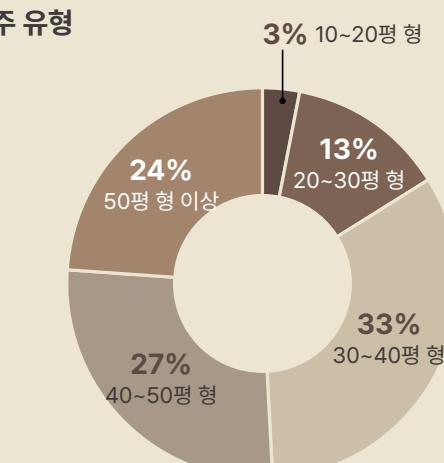
» 장기구독자



» 구독자 가구 구성



» 거주 유형



총 57.2만 팔로워&구독자 보유,
인스타그램: 월 평균 조회수 3.28M, 인게이지먼트 52K
유튜브: 월 평균 노출 10M, 시청자 수 400K

인테리어(SLDF* 참관객)와
디자인(SDF* 참관객)에 관심있는
구매력 있는 15만 뉴스레터 구독자를 보유하고 있습니다.

*리빙디자인페어
1994년부터 시작된 디자인하우스의 리빙&라이프 전시.
한발 앞선 리빙 트렌드를 제시하며 국내 리빙 산업을 선도.

*디자인페스티벌
2002년 개막한 디자인 전문 전시.
디자이너 프로모션을 모토로 지난 20여 년간 총 2,674개 브랜드,
5,615여 명의 디자이너를 배출.

Source: 2025. 12 Meta, 유튜브, 네이버, 스티비, 웹사이트

» 소셜 팔로워

209K

인스타그램

119K

유튜브

1078명

네이버 블로그

77K

페이스북

158K

디자인하우스 뉴스레터

8K

M+멤버십

» 월 사용 현황

1M

월 평균 도달

2M

월 평균 조회수

52K

인게이지먼트

10M

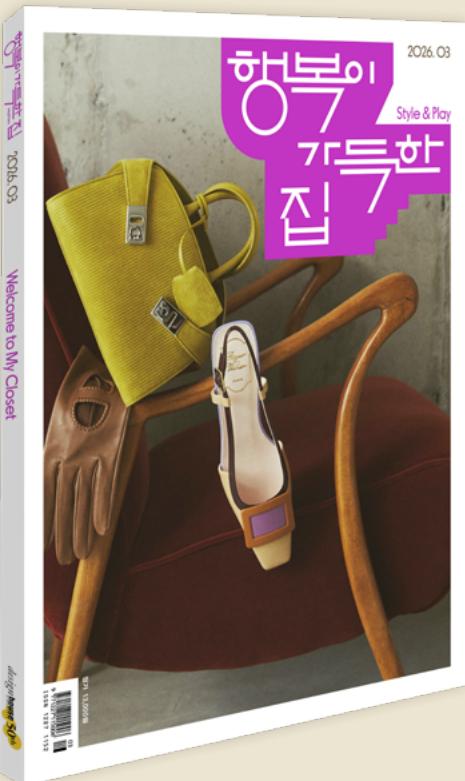
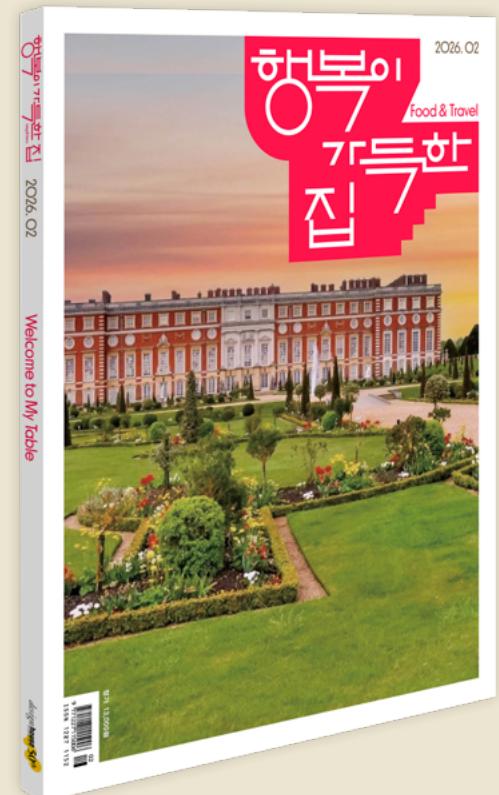
노출

» 뉴스레터 구독자(2025년 12월 기준)

120K
리빙디자인페어
참관객

88K
디자인페스티벌
참관객

2026년 <행복이 가득한 집>이 다루어야 할
행복의 풍경이 넓어지고 있습니다.
39년 전 창간할 때 이야기하고 싶었던 ‘집’은
하우징과 데커레이션 이었습니다.
그것이 행복을 만드는데 매우 중요하다고 믿었습니다.
그래서 ‘행복이 가득한’이라는 서술형 제호를
최초로 사용하고,
‘생활을 디자인하면 행복이 더 커진다’는
캐치프레이즈도 만들었습니다.
그리고 이제 표현을 하는 것 자체가 행복한 사람들의
특징이 되었다고 해도 과언이 아닌 시대가 되었습니다.
행복을 말하기에 부족했던 지면을 세 갈래 리듬으로
나누어 매달 특집 섹션을 강화합니다.

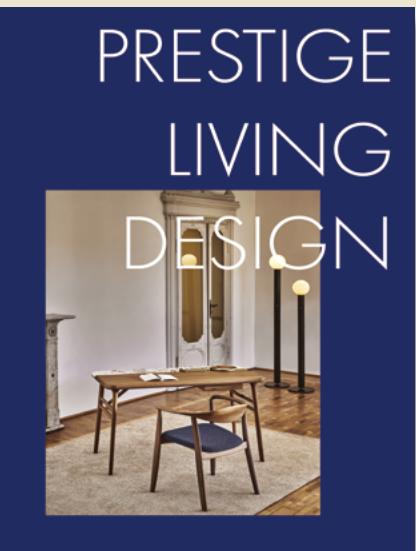
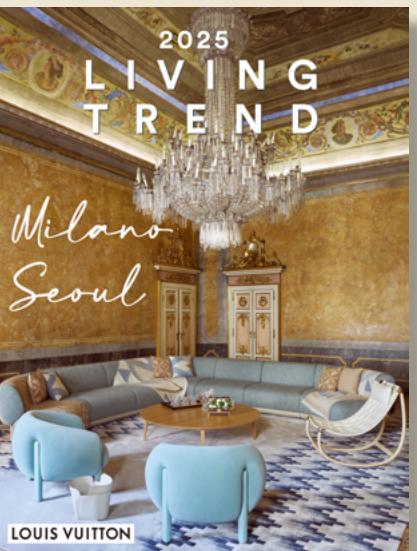


2026 Living&Deco

Issue Themes

마음을 빛어내는 공간 만들기

행복은 가장 가까운 곳, 침대에서부터 시작되는지도 모릅니다. 그리고 화장실 욕실, 부엌, 리빙 룸...
여기 놓인 가구의 결과 색상, 사소한 장식 하나가 삶의 속도를 조절하고 마음의 숨결을 정돈합니다.
행복하다고 느끼게 하고 때론 슬픔도 치유해주는 역할도 합니다.
이 섹션은 그동안 해오던 것에 더해 공간이 감정에 미치는 영향, 개인의 취향을 담는 방식,
그리고 일상을 아름답게 편집하는 기술을 더욱 깊이있게 전하고자 합니다.
삶을 창조하는데 가장 기본적인 시나리오가 만들어지는 공간,
어디를 갔다가도 결국 돌아오는 공간, 끌어당김의 공간, 한 가족의 취향과 의지와 태도가 한 눈에 느껴지는
실존 공간이므로 너무나 중요한 사회 구성의 핵심공간입니다.



01: Welcome to My home

인플루언서 10인의 집&라이프스타일

04: Living Design

SLDF 리뷰, 리빙 트렌드 리포트
리빙인플루언서 10인 큐레이터로 선정,
베스트 리빙 디자인 큐레이션.

07: Renovation Workshop

비포&애프터, 아파트 인테리어
하이엔드 주거 트렌드

10:Storage Story

수납의 기술, 정리의 미학

+

지면

커버 패키지_ 커버+브랜드 스토리
브랜드 스토리 AD(특집/ 별책/ 북인북)
페어 취재(매종오브제, 리빙페어, 밀란페어)

오프라인

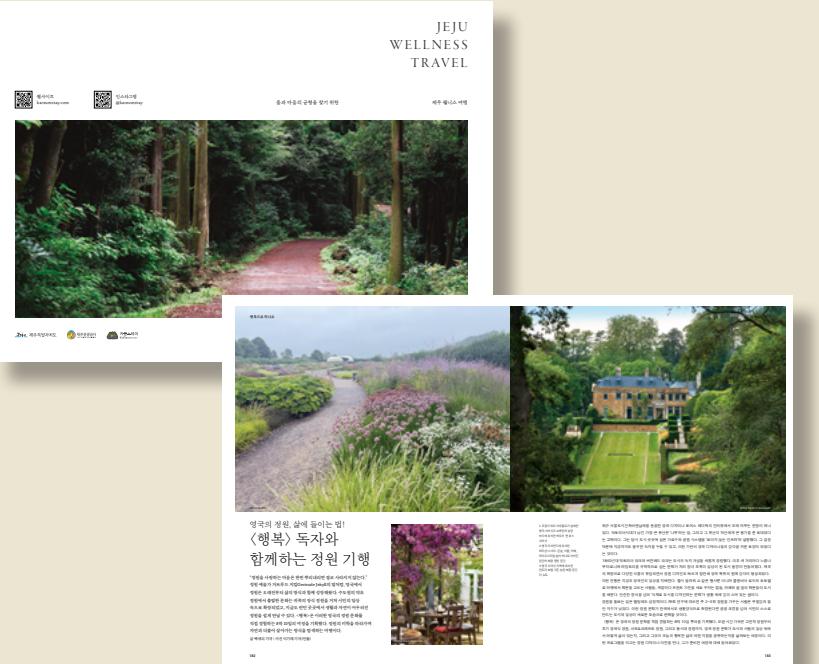
SLDF 행복기획관 행복라운지 협업
인플루언서가 선정한 베스트 리빙 PPL
행복작당 전시

디지털

유튜브 행가집 집들이 선물 PPL
행복 IG_ 브랜디드 유가 콘텐츠,
지면 미러링
하우스플러스 웹사이트 지면 미러링, 브랜드 사이트
아웃링크 연동,
배너 광고

맛과 여행이 삶을 넓히는 방식

어쩌면 인류는 주변에서 나오는 재료만의 음식으로는 살아갈 수 없었을 것입니다.
그래서 스스로 심고 거둔 콩과 바닷가에 사는 사람이 잡은 물고기 몇 마리와 바꾸기 위해 길을 떠났을 것입니다. 그러다가 그 생선으로 만든 음식을 맛보고 나아가 그 바닷가의 다른 햅볕과 바람과 체취가 좋아서 더 머물렀을지도 모릅니다. 낯선 도시의 냄새, 길 위에서의 자유, 한끼의 남다른 식사가 기대되기에 여행을 하는 것이지 않을까요?
이 섹션은 맛있는 음식을 만드는 방법이나 재료, 시절음식 등을 비롯 테이블 위의 상차림과 남다른 조리 도구 등의 정보와 더불어 여행이 연결됩니다. 맛있는 먹거리 탐험, 지역 특산물 체험 등으로 음식과 여행이 주는 행복의 경계를 넓히고 감각을 깨우는 경험으로 삶을 더 풍부하게 하는 감성적 모험을 담아냅니다.



2026 Food&Travel

Issue Themes

02: Welcome to My table

인플루언서 10인의 키친&테이블 세팅

05: go together, eat together

가정의 달을 맞아 연인, 친구, 가족, 반려견이 함께 즐길 수 있는 미식 여행

08: Garden Life

세계의 정원 디자이너, 영국 정원 기행

11: Food Metary

전국 곳곳 제철재료, 셰프, 지역, 생산자 이야기.



지면

주목할 공간, 플레이스(특집/ 별책/ 북인북)

오프라인

SLDF 행복기획관 행복라운지 협업

인플루언서가 선정한 베스트 리빙 PPL

독자와 함께하는 여행 프로그램

디지털

유튜브 행가집 집들이 선물 PPL

행복 IG_ 브랜디드 유가 콘텐츠,

지면 미러링

하우스플러스 웹사이트 지면 미러링, 브랜드 사이트

아웃링크 연동, 배너 광고

2026 Style&Play

Issue Themes

나를 표현하고 깨우는 기술

스타일은 단순한 치장이 아닙니다. 각자가 지닌 고유한 기질과 감각을 곁으로 번역해 내는 조용하면서도 강렬한 자기 표현입니다. 외면을 가꾸는 행위가 곧 내면을 세우는 일임을 이미 우리는 알고 있습니다. 또한 자신을 끌어올리는 즐거움이며 자신만의 정체성과 삶의 모양을 만들어냅니다. 시계의 정교한 매커니즘에서 시간을 대하는 태도를 배우고, 주얼리의 섬세한 반짝임에서 자신을 사랑하는 법을 익히며, 화장품을 통해서도 어떤 모습으로 살아가고 싶은가를 질문하려 합니다.

이 섹션은 자기 표현의 자유가 자기 스타일을 만드는 행위요 소비라는 것, 놀이를 통한 건강과 행복감의 신체회복, 그리고 새로움을 향한 용기를 이야기합니다. ‘놀이하는 인간’에서 규정짓듯 플레이이는 우리를 다시 살아 움직이게 만드는 원초적 에너지입니다.

정신적 놀이에서부터 심장을 두드리는 스포츠에 이르기까지 건강을 향한 본능적인 회귀이므로 플레이이는 몸을 다루는 기술, 마음을 다독이는 지혜를 함께 표현합니다.



03: Welcome to my Closet

2026 한국 패션을 이끄는 패션 디자이너/ 인플루언서/ 스타일리스트의 옷장

06: Outdoor

러닝, 스포츠, 홈엔터테이닝, 캠핑, 취미, 웰니스

09: Art&Craft

패션 브랜드의 아트 신, 우리 문화 다시보기

12: All about Heritage

하이주얼리&워치, 크리스마스 선물

+

지면

하이패션주얼리 전략 AD

주얼리 별책

스페셜 게스트 에디터 화보

오프라인

여행+러닝 이벤트

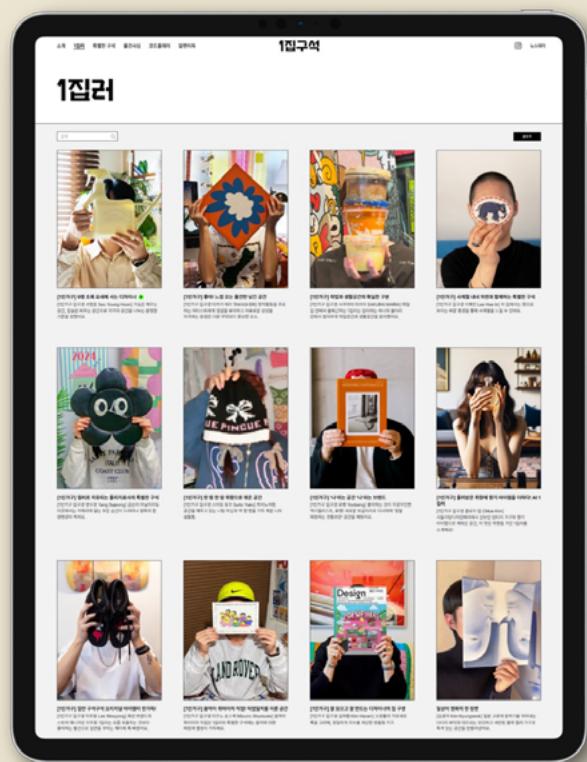
디지털

하우스플러스 웹사이트 지면 미러링,

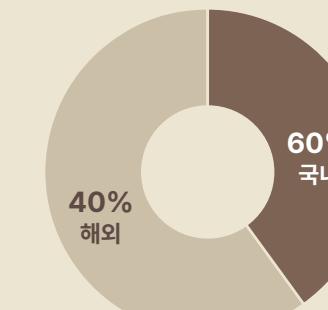
브랜드 사이트 아웃링크 연동, 배너 광고

혼자서도 행복하게, 혼자서도 충만하게

주거의 형태가 다양해지고 가족의 형태도 다양해지는 요즘, 꿈에 그리는 삶의 모습도, 필요로 하는 정보도 각자 다를 것입니다. 1집구석(1hows.com)은 다양한 1인 가구의 삶을 소개하는 글로벌 디지털 미디어입니다. 국내는 물론 미국·인도네시아·일본 등 다양한 국가의 1인 가구의 공간, 취향, 생활 방식을 큐레이션 해 소개하며, ‘혼자서도 행복하게 사는 방법’을 전합니다.

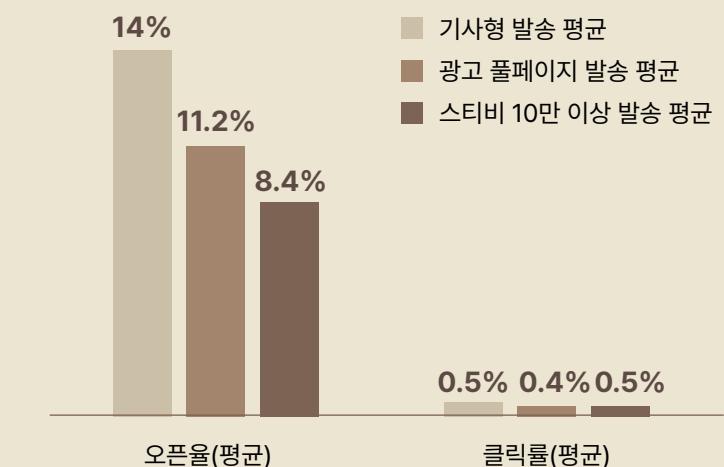


월 평균 48 만 도달, 5만 5천 건의
뉴스레터 오픈, 클릭, 인스타그램 좋아요 등
콘텐츠 상호 작용이 활발하게
일어나고 있습니다.



1집구 거주 지역

» 뉴스레터 현황: 약 12만 발송



» 인스타그램 현황: 피드 1개 기준(평균)



158K



디자인하우스뉴스레터

86K



인스타그램

124K



브랜드 사이트

189K



MPV

월 평균 인게이지먼트

480K

(인스타그램+사이트+뉴스레터)

14K

조회수/오픈/클릭
좋아요/댓글/저장

'이 집에 살고 있는 사람들은 어떤 이야기를 품고 있는가'에
 초점을 맞추며 사물보다 사람에 시선이 머무는 집 콘텐츠를 발행합니다.
 30-50 구독층이 가장 활발하게 활동하는 매체로 감도 높은
 영상 콘텐츠를 통해 라이프스타일에 관한 좀더 전문적 지식과 취향의 레이어를
 한 단계 높여주는 역할을 합니다.
 2024년 8월 16일 첫 콘텐츠를 업로드한 이후 1년여 만에
 구독자 10만 명을 달성(현재 11.8만), 실버 버튼을 획득했습니다.

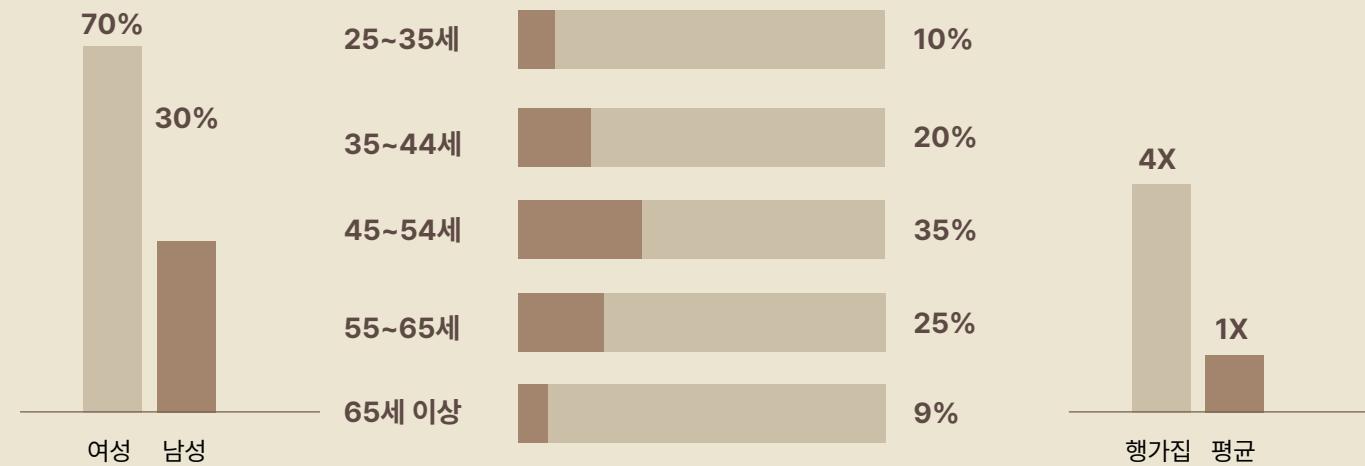


유튜브 행가집



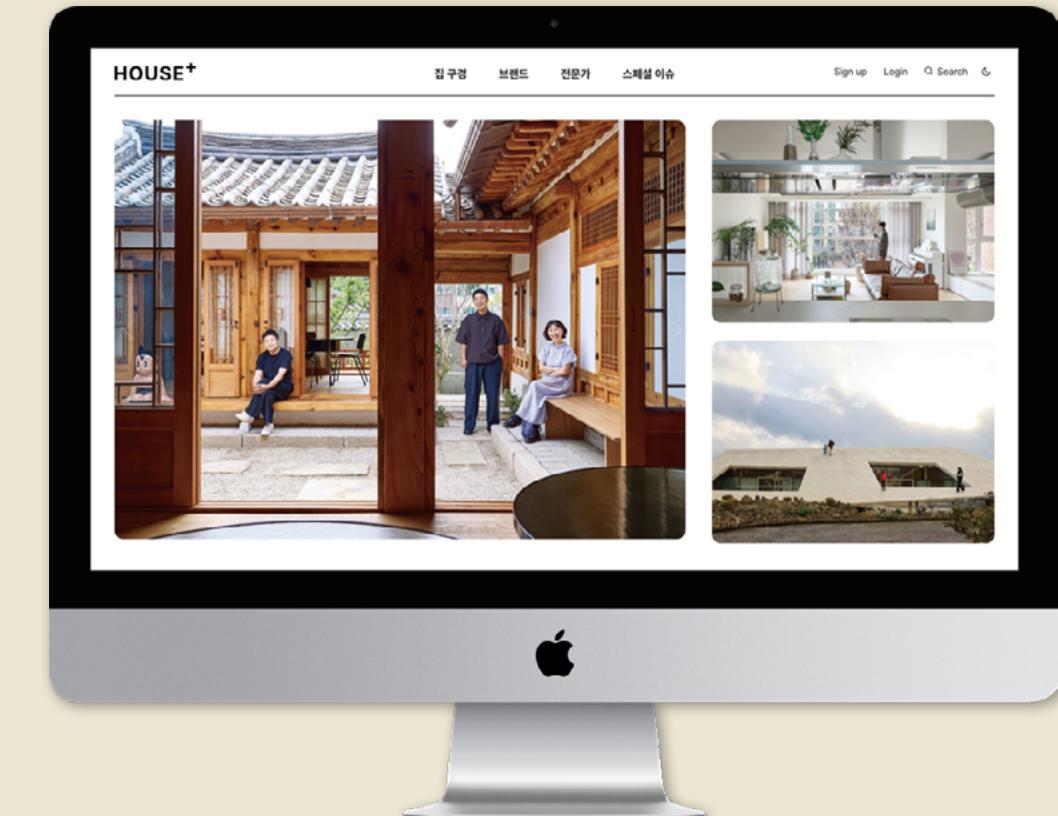
인스타그램

광고 상품	단가(편당)	내용	비고
중간 광고 삽입	3,000,000	5분 이내, 인서트 이미지 삽입	브랜드 광고 이미지 삽입 가로 세로 16:9 비율, 해상도 4K
집들이 PPL	8,000,000	풀 영상 내 15~30초 분량	공간주&모더레이터 집들이 선물 멘션 수정(팩트 체크) 1회
브랜디드 콘텐츠	20,000,000	브랜드 스토리 풀 영상	브랜드 에셋에 맞춰 사전 기획, 컨펌 수정 2회



'감각적이며 소비력이 높은 40~50대 중장년이'이 주 시청자

하우스플러스는 2026년 새롭게 선보일, <행복이 가득한 집>의
브랜드 사이트입니다. 디지털 미디어의 장점을 살려, 한정된 지면에 미처
담지 못한 콘텐츠를 확장, 집과 공간, 여행, 미식,
스타일에 관한 풍부한 이야기와 정보를 빠르고 정확하게 확인할 수 있습니다.
<행복이 가득한 집>의 리뉴얼과 함께 선보일 실용적이고
유용한 라이프스타일 허브 하우스플러스는 2026년 오픈 예정입니다.



가장 단단하고 흥미로운 ‘취향’의 커뮤니티

<행복>은 우리나라에서 가장 많고 가장 열성적인 팬을 독자로 보유하고 있습니다. 북촌 일대를 대상으로 한 ‘행복 작당’을 비롯한 오픈하우스는 물론 전문가의 설명으로 현지의 라이프스타일 대가들을 만나 이야기하는 특별한 여행, 예비 건축주를 위한 건축주 학교와 글쓰기, 디자인 강연 등 새로운 경험과 자기 개발을 위한 각종 클래스 등 훨씬 다양해진 프로그램을 진행합니다.

행복작당

한국의 동시대 라이프스타일의 지표인 매거진 <행복이 가득한 집>의 오픈하우스 이벤트입니다. 한국의 헤리티지를 경험할 수 있는 북촌을 비롯해 한남, 서촌 등 다양한 지역을 거점으로 <행복이 가득한 집>에서 소개한 국내외 유수의 리빙 디자인 브랜드, 작가와 함께 인스톨레이션 전시를 펼치고, ‘생활 속에서 즐기는 미감’을 키워드로 다양한 경험 콘텐츠를 소개합니다. 2016년부터 2025년 10월까지 총 12회 진행되었으며 브랜드 VIP와 정기구독자, 일반 관람객을 포함 총 3만 8천여 명의 누적 관람객을 기록했습니다.

일정_ 2026년 9월 예정
장소 및 참여 방법 개별 문의



서울리빙디자인페어

리빙 산업을 선도하는 브랜드와 소비자들의 좋은 동반자가 되어 온 서울리빙디자인페어는 단순히 신제품을 소개하는 것을 넘어 동시대를 대표하는 역량있는 디자이너와의 협업을 통해 고부가가치 리빙 콘텐츠를 생산하고 토클 마케팅 솔루션을 제시합니다. 인테리어 디자이너, 마케터, 트렌드 리서치 기관, 문화계 인사를 비롯해 누적 000 여명의 참관객이 방문했으며, 매년 최신 트렌드를 반영한 흥미로운 리빙 콘텐츠를 선보입니다.

일정_ 2026년 2월 25일-3월 1일
장소_ 서울 코엑스 A, B, C, D홀 전관



Appendix

지면 구분	PAGE	POSITION	AD RATE(KRW)
표지+커버스토리 8P			50,000,000
게이트 폴더	4		40,000,000
표2 표2 대면	2	1st DPS Inside Front Cover DPS (IFC)	26,000,000
내지 2번째 양면 페이지	2	2nd DPS	24,000,000
3번째 양면 페이지	2	3rd DPS	22,000,000
4번째 양면 페이지	2	4th DPS	20,000,000
5번째 양면 페이지	2	5th DPS	18,000,000
6-10번째 양면 페이지	2	6th DPS	16,000,000
목차 대면	2	Content	9,000,000
판권 대면 외	2	Masthead, Reader's letter	8,000,000
일반 기사 대면		Single page facing articles	6,000,000
기사식 광고		Advertorial	6,000,000
표3 표3 대면	2	Inside Back Cover DPS	15,000,000
표3	1	Inside Back Cover single page	8,000,000
표4	1	Outside Back Cover	26,000,000

Appendix

Channel	광고상품		단가(원/ VAT 별도)	비고
브랜드 사이트or M+ DA(Mobile+ Desktop)	메인 상단 롤링 베너	IMAGE(SOV 20% / 1Week)	1,000,000	1구좌 기준, 1주일 노출 아웃 링크 랜딩 가능 (브랜드 사이트 2026년 리뉴얼 예정)
소셜미디어	웹 애드버토리얼	브랜드 에셋(이미지/ 보도자료) 제공 기준 *편집용(사진/ 영상 촬영)은 추가 비용 발생	5,000,000	텍스트 워드 1P 이내 분량
		피드 1회(캐러셀)	3,000,000	광고주 에셋 제공 기준
		릴스 1회(영상)	3,000,000	
	인스타그램&페이스북 미러링	추가 옵션) 스토리/ 핀고정 추가 1회	+각 500,000	피드, 릴스 게재 기준 추가 옵션 1Week
		추가 옵션) 현장 취재	+1,000,000	매체 제작
		추가 옵션) 전문 포토그래퍼 촬영	+2,500,000	
	네이버 블로그 웹 애드버토리얼	브랜드 에셋(이미지/ 보도자료) 제공 기준 *편집용(사진/ 영상 촬영)은 추가 비용 발생	5,000,000	텍스트 워드 1P 이내 분량
	행가집 유튜브		별도 문의	
1집구석			별도 문의	

