

2019

ECONET WAY

꿈을 함께 하는 행복한 일터 A community where all can share purpose, dreams & happiness together

# A Beautiful, Successful, Sustainable Company



---

4

Chairman Message

10

Part 1

Portfolio

36

Part 2

Science

60

Part 3

ECONETian

98

ECONET News

# Build a Sustainable Company: Value, Vision, and Profit

지속가능기업을 만들자  
가치, 비전, 수익





에코넷의 한 해는 언제나 불확실성에 대한 도전입니다. 사업 구조상 농사, 연구, 생산, 유통의 유기적 시너지를 추구하기 때문에 불확실성의 강도는 다른 어느 기업보다도 언제나 심합니다. 그래도 매해 반복되는 힘든 도전을 비교적 담대한 마음으로 헤쳐나갈 수 있는 것은 우리 모두의 마음 속에 가치와 비전이 자리잡고 있기 때문일 것입니다. 에코넷 사람들은 지구촌 구석구석에서 정말 다양하게 일 합니다. 하지만 어디서 무엇을 하든 우리가 하는 모든 일은 ‘자연의 혜택을 인류에게’ 전하는, 가치를 실천하는 것입니다. 내가 하는 일이 이 세상 누군가의 삶을 향상시킨다는 분명한 자부심을 마음에 품고 도전하는 2019년의 에코네시안들이 되시길 바랍니다.

작년 10월, 에코넷이 ‘글로벌 단일 지주회사(Global One Holding Company)’로 새로이 출범한 핵심적인 이유 역시 우리가 지향하는 가치를 좀 더 잘 실현하자는 데 있습니다. 지난 40여 년 추구한 노력의 결과가 자연의 혜택을 인류에게 전할 수 있는 든든한 기초를 다지는 것이었다면 100년 기업을 향해 새로 나아가는 오늘, 우리는 에코넷의 가치를 온 인류에게 전하는 일에 정조준 해야 합니다. 한 산업 분야의 전문기업으로서, 또 많은 시행착오를 겪으며 크고 작은 성공을 이루어 본 지속가능기업으로서 에코넷은 이제 다양한 투자를 통해 성장 시너지를 낼 수 있는 기회를 포착해야 합니다.

다양하게 펼쳐질 에코넷의 투자 활동에서 가치와 비전만큼 중요한 것은 수익성입니다. 경영학의 거장인 드러커 박사는 기업의 이익이란 한 기업의 현재와 미래의 비용이라고 명료하고 공정하게 정의합니다. 이 정의를 다시 풀어보면 수익이 없는 기업은 제품과 서비스의 질을 유지할 수 있는 재원도 없을뿐더러 미래를 위한 핵심경쟁력 향상을 위한 투자도 할 수 없습니다. 그리고 주주, 임직원 등 기업을 이루는 이해당사자들에게 만족스러운 보상도 할 수 없으니 결국 지속 불가능한 기업입니다. 가치와 비전만을 앞세우며 기업 활동의 수익 창출에 소홀한 기업은 결국 도태될 수밖에 없는 무책임한 기업인 것입니다. 우리 에코넷도 가치지향적 속성을 지닌 기업으로서 자기 가치에 도취되어 수익과 성과에 무책임했던 아픈 경험이 있습니다. 앞으로 미래에 반드시 경계하며 분발해야 할 교훈입니다.

에코넷의 새로운 출발에 담아보는 또 하나의 소망이 있습니다. 이 세상에 빛과 소금이 되는 에코넷이 되었으면 하는 바람입니다. 안타깝게도 200여 년 남짓 되는 현대 기업의 역사는 어두운 굴곡이 너무 많아 수없이 많은 기업들의 순기능이 그늘에 가려지는 것이 오늘의 현실입니다. 하지만 한 기업이라도 가치와 비전에 열정으로 충실하여 사람을 건강하고 풍요롭게 만들고, 그 일을 도모함에 모두가 꿈을 함께하여 행복하고 지속가능하게 된다면 어두운 기업 역사에서 충분히 빛과 소금이 될 것입니다.

“끝이 없는 고난과 도전에 힘들고 상처 받아도 나는 또 꿈을 꾸다.”라고 말씀하셨던 창업자 청강의 마음을 헤아려 봅니다. 그리고 오늘을 함께하는 에코네시안들과 세상의 빛과 소금이 되어 세계인들이 사랑하는 우리 기업의 꿈을 나눕니다.

에코넷 회장

이 경 호

Each year, ECONET takes on the uncertain. As our company subsists on the organic synergy between cultivation, R&D, manufacturing, and distribution, our uncertainty is higher compared to other corporations. Each year, however, we tackle tough challenges and come out victorious because we share a value and vision. The people at ECONET are placed on various lines of work worldwide. No matter where and what they work on, the value of ECONET remains the same—“bringing the best of nature to humankind.” I encourage all “ECONETians” to take pride in the knowledge that the work you do improves the life of someone around the world as you continue your work in 2019.

Last October, ECONET restarted as a Global One Holding Company to better realize our value and vision. The last 40 years were about building a firm foundation to bring the best of nature to humankind. From now on, with the goal of one day becoming a 100-year-old company, we have to focus on delivering this value to all of humanity. As a domain expert in a single industry, and a sustainable company that has achieved many small and large victories through trial and error, it is time to diversify our investment portfolio to create synergistic growth.

What will be as important as value and vision in ECONET’s various investment activities is profitability. Management expert Dr. Peter Drucker aptly defines the concept of profit, saying, “Profit is a condition of survival. It is the cost of the future, the cost of staying in a business.” In other words, a company without profit holds neither the resources to maintain the quality of products and services nor the ability to make investments to enhance the company’s competitive edge in the future. Furthermore, such a company cannot properly compensate stakeholders including employees, executives and stockholders, which means it is unsustainable. A company that focuses wholeheartedly on value and vision while neglecting profit is irresponsible and bound to failure. At one point, ECONET was also a value-centric company that made the costly mistake of ignoring profit and performance. The lesson was learned the hard way, but we shall always keep it close to heart.

Coming into this new leg, I have another wish for ECONET. Unfortunately, the 200-year history of modern business has been marked with many dark moments, overshadowing the numerous good functions of many companies. I believe, however, that even a single company can become the salt and light of the world by remaining passionate toward its value and vision, and working together to create a world in which people live a sustainably healthy and bountiful life. I believe ECONET is, and can continue to be, such a company.

“Even though I am scarred and weary because of endless struggles and challenges, I am dreaming again.” I sign off thinking of these words by ECONET’s founder Chungkang Yunho Lee. As Chungkang envisioned, today’s ECONET thrives to be a value-driven corporation, beloved by people around the world not despite, but for honoring a collective mission.

**Bill Lee**, Chairman & CEO, ECONET



## The Elderly as our Parents, All Children as our Own

모든 어른을 부모같이, 모든 아이를 자식같이

### 에코넷홀딩스 ECONET Holdings

서울 성동구 아차산로 78 에코넷센터 (우)04782  
ECONET Center,  
78 Ahasan-ro, Seongdong-gu, Seoul, 04782, Korea  
Tel: +82-2-460-8865, Fax: +82-2-467-9988  
www.econetholdings.com

### 유니베라 한국 Univera Korea

서울 성동구 아차산로 78 에코넷센터 (우)04782  
ECONET Center,  
78 Ahasan-ro, Seongdong-gu, Seoul, 04782, Korea  
Tel: +82-2-460-3100, Fax: +82-2-463-9162  
www.univera.com

### 네이처텍 Naturetech

충북 진천군 초평면 용정길 29-8 (우)27858  
29-8 Yongjeong-gil, Chopyeong-myeon,  
Jncheon-gun, Chungbuk, 27858, Korea  
Tel: +82-43-532-5144, Fax: +82-43-532-5328  
www.naturetech.co.kr

### 알로Corp 중국 Aloecorp China

상해영업부 / Aloecorp China, Shanghai Branch  
上海市闵行区金汇路538号金汇四季广场619室  
Room 619, No. 538 Jinhui Road,  
Minghang District, Shanghai 201103, China  
Tel: +86-21-6352-3266

### 알로Corp 중국 Aloecorp China

만녕사무실 / Wanning Office / 万宁办公室  
海南省萬寧市禮紀鎮茄新村 南洋蘆薈基地 郵編 : 571529  
Hainan Aloecorp, Jiaxin Village, Liji Town,  
Wanning, Hainan 571529, China  
Tel: +86-898-6258-5078 FAX: +86-898-6258-5018  
www.aloecorp.com.cn

### 유니베라-루스 Univera-RUS

17 Novoselov St. Kamyshovoe village, Khasan district,  
Primorsky territory 692715, Russia  
Tel: +7-42331-30-977

**에코넷 USA ECONET USA**

2121 South State Street, Suite 400,  
Tacoma, WA 98405, USA  
Tel: +1-253-274-7130  
[www.econetholdings.com](http://www.econetholdings.com)

**유니젠 미국 Unigen Inc.**

2121 South State Street, Suite 400,  
Tacoma, WA 98405, USA  
Tel: +1-253-274-7160  
[www.unigen.net](http://www.unigen.net)

**알로콧 미국 Aloecorp USA (Headquarters)**

2121 South State Street, Suite 400,  
Tacoma, WA 98405, USA  
Tel: +1-253-274-7120  
[www.aloecorp.com](http://www.aloecorp.com)

**유니베라 미국 Univera USA**

3005 1<sup>st</sup> Ave. Seattle, Washington 98121, USA  
Tel: +1-360-486-7500  
[www.newunivera.com](http://www.newunivera.com)

**유니베라 캐나다 Univera Canada**

479 West 16<sup>th</sup> Avenue, Vancouver,  
BC V5Y1Z2, Canada  
[www.newunivera.com](http://www.newunivera.com)

**힐탑가든 Hilltop Gardens**

100 Lee Lane, Lyford, TX 78569, USA  
Tel: +1-956-262-2176, Fax: +1-956-262-2487  
[www.hilltopgarden.com](http://www.hilltopgarden.com)

**알로콧 멕시코 (생산) Aloecorp Mexico (Farm & Operations)**

Aloecorp de Mexico  
Carretera Tampico-Mante km 89, Gonzalez, Tamaulipas 89700, Mexico  
Tel: +52-836-273-2146, Fax: +52-836-273-2146

Aloecorp de la Peninsula  
Carretera Campeche-Hopelchen, Km 23.5, Campeche, Campeche state, Mexico

# ECONET Holdings: Global One Holding Company

에코넷홀딩스: 글로벌 단일 지주회사

By **Mana Kim** Executive Vice President | ECONET Holdings  
글 | 김교만 부사장 | 에코넷홀딩스



ECONET Holdings renewed a firm determination.

Last year, it underwent a series of organizational reforms, which is a necessary step to renew our drive and strength. It has hitherto focused on services toward our affiliate companies. The relationship between ECONET Holdings and its affiliates has been loose, even in terms of results. Operations were evenly divided between the United States and Korea. Recently, business-to-business (B2B) and business-to-consumer (B2C) models worked. However, business environments are rapidly changing. Market changes mean that we can no longer predict the future—even five years ahead of us. The same goes for affiliates that caused us to make modifications in our system. Chairman Bill Lee spoke of the need for “Holdings to whole transition into an investment company” when ECONET restarted as a Global One Holding Company.

For the last ten years, despite our best efforts, ECONET failed to create corresponding results. Some of our affiliates were unsuccessful to gain a firm foothold into growth. Some of those who did grow raised concerns about profitability. Others were also marked by growth slower than their projection, while some needed adventurous projects. Of course, we still have affiliates that are pursuing aggressive expansion with record sales.

As a holding company, core management indices, such as stability and profitability, need to be examined in addition to growth. This is why we emphasized the role of the holdings once again. Let us look at the changes in the situation by reexamining and reevaluating our strategy and power to help create an organization that can lead and support these efforts to redeem and clarify our role.

Thus, ECONET Holdings has established the following points to share with our affiliates:

First, we reorganize the business structure of the ECONET family of companies according to the changes in the market environment. ECONET has grown significantly over the past decades thanks to our vertical structure,

에코넷홀딩스가 신발끈을 동여맸다.

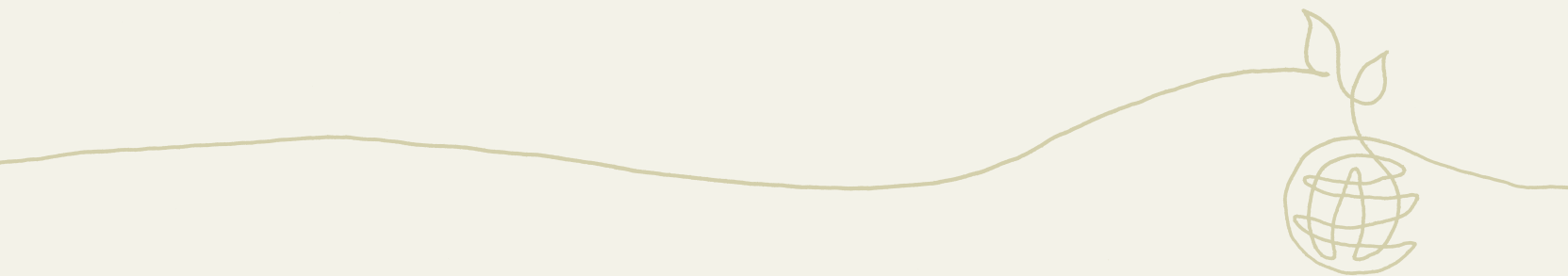
홀딩스는 지난해 조직개편을 단행했다. 새롭게 태어나기 위한 조치였다. 그동안 홀딩스는 자회사 관련 서비스 업무에 집중해 왔다. 성과와 관련하여 홀딩스와 자회사 관계도 매우 느슨했다. 운영도 한국과 미국 홀딩스로 따로 했다. 최근에는 B2B, B2C 비즈니스를 기반으로 운영하기도 했다. 하지만 비즈니스 환경이 빠르게 변하고 있다. 시장변화는 5년 뒤 예측을 불가능하게 만들고 있다. 자회사들의 사업환경도 마찬가지다. 이에 걸맞게 홀딩스도 변해야 했다. 이병훈 회장은 2018년 한미통합 원 홀딩스 출범을 계기로 “홀딩스는 이제 투자회사로 전면적인 전환이 필요하다”고 강조했다.

에코넷은 지난 10년간 많은 노력에도 불구하고 기대만큼 성과를 손에 쥐지 못했다. 일부 자회사들은 확고한 성장추세에 올라서지 못했다. 성장하고 있지만 수익성이 우려되는 회사도 나왔다. 성장 속도가 예상보다 늦어진 회사, 여전히 도전적인 사업을 시도해야 하는 회사도 있다. 물론 역대 최고의 실적을 올리며 사업확장에 나선 회사도 있다.

홀딩스로서는 성장성은 물론 안정성과 수익성 등 핵심 경영지표들을 다 시 볼 수밖에 없게 됐다. 홀딩스의 역할을 분명하게 선언하고 나선 이유는 이런 사정과 관련이 있다. 달라진 사업환경을 보자. 우리의 전력도 재평가, 재편성하자. 이를 이끌고, 지원할 수 있는 조직을 만들자. 그리고 이 조직의 역할을 명확하게 하자는 것이다.

이에 따라 홀딩스는 몇 가지 중요한 점을 정리하여 자회사들과 공유한다.

우선, 변화한 시장에 걸맞게 자회사들의 사업구조를 혁신하자는 것이다. 에코넷은 지난 수십 년 동안 수직계열화, R&D역량, 혁신적인 알로에 원료, 강력한 유통채널 등에 힘입어 크게 성장해 왔다. 하지만 시장환경 변화는 과거 우리의 강점을 그대로 놔두지 않고 있다. 과거 성공에 안주할 수만은



research and development (R&D) capabilities, innovations in aloe materials, and powerful distribution channels. These strengths, however, are under siege by the changes in the market environment. We cannot further rely on the successes of the past anymore.

This is why ECONET family of companies must expand their business based on their existing core competencies and seek development of new business for sustainable growth. Fortunately, all of our affiliate companies have seized their growth momentum in 2019. They have developed new business areas and markets under these drives. So, just as we expect, they will probably show new growth in the history of ECONET for this year.

Second, we handle investments. Every investor wants one thing, in strategy or finance: they want their investments to have good returns. The same goes for ECONET Holdings. Clearly, our investments shall go to places with high potential for growth.

ECONET companies are engaged in their own fierce battles against their competitors in different markets. Affiliates, themselves, discuss different strategies for growth. ECONET Holdings will invest for the long run, but will not invest in organizations and projects that do not point to the future. Through these creative investments, we hope to facilitate the strong growth of our affiliates and help new business ventures.

Finally, we will also focus on cost structures. ECONET must attain a certain amount of financial stability in a short period. The most important thing in achieving this goal is the growth of our affiliates, and structural innovations must pave the way for mid- to long-term solutions. However, we must also examine the applicability and effectiveness of our affiliate cost structures. This task covers everything to be reviewed from heavy cost problem due to habitual practices to issues that require a more fundamental change in the structure itself.

All of these are for increasing the value of our affiliates, as well as the value of ECONET as the umbrella organization.

없게 되었다.

따라서 에코넷 가족 회사들은 기존 핵심 역량을 기반으로 사업을 확장해야 한다. 동시에 여기에 머물지 않고 지속 가능한 성장을 위해 신사업 탐색도 적극적으로 추진해야 한다. 다행히 2019년 에코넷 모든 회사들이 성장 모멘텀을 포착해 뛰고 있다. 회사별로 새로운 사업영역을 개척하여 신규 시장도 열어가고 있다. 올해가 에코넷 성장의 새로운 한 해가 될 것이라는 기대감을 주는 이유다.

둘째, 홀딩스 투자관점이다. 모든 투자자들이 원하는 공통점이 있다. 재무적 투자든, 전략적 투자든 모두 투자 대비 성과가 높길 원한다. 에코넷홀딩스도 예외일 수 없다. 홀딩스는 향후 성장성이 있는 곳에 투자한다는 원칙을 분명히 했다.

에코넷 자회사들은 서로 다른 시장과 산업에서 경쟁자들과 전투를 벌이고 있다. 또 자회사 내부에서도 성장전략을 둘러싸고 다양한 의견이 나오고 있다. 홀딩스는 미래가 있는 곳에 투자하되, 그렇지 못한 조직이나 사업에 관행적 투자는 더 이상 하지 않을 계획이다. 이러한 생산적 투자를 통해 자회사의 성장을, 미래 신사업 분야를 돕고자 한다.

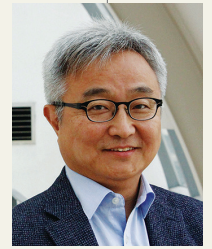
마지막으로 비용구조 개선이다. 현재 에코넷은 단기간 내에 재무 안정성을 확보할 과제를 안고 있다. 이를 위해서 가장 중요한 것은 자회사들의 성장이다. 나아가 구조혁신을 통해 중장기적인 해법도 확보해야 한다. 하지만 각 사 비용구조의 적정성과 합리성도 검토해야 할 숙제다. 작게는 관행적으로 이루어지고 있는 비용 누수문제다. 크게는 근본적인 변화를 수반하는 사안들이다. 모두 검토대상이 아닐 수 없다.

이 모든 일은 자회사의 기업가치를 높이기 위한 일이다. 동시에 자회사들의 우산 역할을 하는 에코넷 가치를 높이는 일이기도 하다.

# Univera Korea: Comprehensive Wellness Marketing Company

유니베라: 웰니스 마케팅 컴퍼니

By **Young Joo Park** President & CEO | Univera Korea  
글 | 박영주 사장 | 유니베라 한국



*The Original Aloe Cosmetics  
Univera Aloen*

Univera Korea is a wellness marketing company "bringing the best of nature to humankind." We have expanded upon our accomplishment in healthy functional food and cosmetics to other areas within wellness and life services. By expanding our business repertoire to include products and services that help customers find healthy everyday habits, Univera Korea assists customers in attaining holistic health. This goal is supported by our position as the world's foremost natural ingredient research specialist as we seek to establish our leadership in existing door-to-door sales markets and expand our business areas to retail and overseas markets.

## 2018: Basis for Growth

Our 2018 goals were not fulfilled because of the worsening conditions in the domestic and Chinese market caused by the Terminal High Altitude Area Defense (THAAD) controversy and the slowing economy. However, 2018's successes can be found in our brighter prospects for the future, such as the renewal of door-to-door business, Health and Beauty (H&B) authorized distributors, the successful launch of our cosmetics brand, the Botanity, and the entrance of the Hug to Mannings in Hong Kong. The concurrent effort to strengthen mobile distribution channels has been successfully started through the launch of customer management e-tools and e-commerce channels.

## New Products

The year 2018 was characterized by the successful launching of more products compared to previous years, such as wellness lifestyle products, the renewal of the popular W389 line's derma-brightening products, and the cosmetics brand Botanity, which specializes in skin care for young women.

유니베라는 '자연의 혜택을 인류에게' 전하는 웰니스 마케팅 컴퍼니이다. 건강기능식품과 화장품 시장의 성공을 기반으로 사업 영역을 웰니스 라이프 전반으로 확대하고 있다. 소비자의 건강한 생활습관을 돕는 제품과 서비스 영역으로 진출하여 소비자의 온전한 건강을 돕는 기업이 될 것이다. 또한 유니베라는 독보적인 천연물 연구를 기반으로 기존 방판시장에서 리더십을 공고히 하고 시판 시장, 해외 시장까지 사업을 확대하고 있다.

## 2018년, 성장 기반 형성

2018년은 국내 경기상황의 악화와 사드 여파 등으로 인한 중국 시장의 악화로 목표를 달성하지 못했다. 하지만, 방문판매사업부문의 신제도, H&B 대리점 모델 등 새로운 사업모델의 구축을 완료하고, 시판유통부문의 신규화장품 브랜드인 보타니티의 성공적인 런칭, 글로벌 영업부분에서 허그 브랜드의 홍콩 매닝스 입점 등 성장 기반의 전망을 밝게 만들었다는 데 의미를 찾을 수 있다. 또한 모바일 유통 트렌드에 대응하여 방문판매사업부문의 모바일 고객관리 채널 구축(E-tool), 시판시장부문의 이커머스 채널 구축을 통해 본격적인 모바일 채널 강화도 순조롭게 진행되고 있다.

## 신제품 출시

2018년은 비움, 채움 등 본격적인 웰니스 라이프 스타일 제품군의 출시, 꾸준히 소비자로부터 사랑 받고 있는 W389 라인의 더마 브라이트닝 리뉴얼 출시, 20대 여성을 대상으로 한 시판 화장품 브랜드인 보타니티의 성공적인 출시 등, 예년에 비해 더 많은 제품을 출시하여 시장확대를 위해 적극적으로 움직인 해였다.



## Plan for 2019

The year 2019 will be crucial for Univera Korea than ever before. Univera Korea will become a marketing company which places a priority on a team above an individual. We describe ourselves as a "marketing company" not only because we focus on marketing competence as a whole, but because every single member of our company engages with their work from the perspective of marketing. The most important thing for any corporation is its customers. If our interactions with our customers are limited to the sales and marketing departments, we can neither grow nor survive in this hypercompetitive market. Every member of our company, whether in finance, human resources, or IT, must become sensitive to the customer's needs and work from the customer's perspectives.

The other direction of change is to create the culture of achieving outcomes as a team rather than an individual. There is a saying, "no player is greater than the team." No matter how great a particular talent is, his or her achievements cannot be as big as the results of teamwork. Carrying out tasks as a team creates greater aspirations for success to its members, which forms the virtuous cycle as a motivation of greater growth.

Major strategic goals for Univera in 2019 are:

Door-to-door sales will be recreated with a new evolution of methods, while our global business earnestly expands its market by capitalizing on the successful launch of new products in 2018.

Our door-to-door business will utilize the renewed model and e-tools as new drivers for existing distributors, and help new and small distributors to grow through H&B model.

Domestic team of global business division will not only focus on the expansion of market sales through the newly launched Botanity brand, but also develop health functional and general food products to expand Univera's retail market. International team of global business division will make inroads into the long awaited Chinese market after Mannigs in Hong Kong with the Hug, and then to the Indonesian and Vietnamese markets. The new E-commerce Team, created through the integration of E-commerce members across the Univera companies, will allow us to develop efficient and effective approaches toward the emerging e-commerce market.

On the other hand, corporate culture and human resource reforms will provide further motivation and growth for our members. Reorganization in work processes and practices will allow the company to shift its focus to a team-oriented model of success, helping members work and create achievements as a team.

## Mid- to Long-Term Vision

Univera Korea has implemented a three-stage strategy and action plans to achieve INSPIRE 2026 vision since 2016. INSPIRE 2026 is based on the threefold focus of creating new growth drivers through innovative new businesses, market expansion through new models of door-to-door busi-

## 2019년 사업계획

2019년은 유니베라에게 어느 때보다도 중요한 시기가 될 것이다. 앞으로 유니베라는 마케팅 컴퍼니로서 개인보다 팀을 우선하는 기업으로 거듭날 것이다. '마케팅 컴퍼니'란 단순히 마케팅 역량을 강화한다는 뜻이 아니라 구성원 모두가 마케팅 관점에서 자신의 업무에 몰입하고 수행하는 것을 말한다. 기업에게 가장 중요한 것은 고객이다. 단지 영업부서, 마케팅부서만이 고객을 찾고 고객을 만족시키기 위해 일해서는 지금과 같은 치열한 시장에서 생존·성장할 수 없다. 재무, 인사, IT 등 전 구성원이 고객과 시장에 대해 민감도를 높이고 고객 관점에서 업무를 수행해야만 가능하다.

또 하나의 변화 방향은 개인이 아닌 팀으로서 성과를 만들어내는 유니베라이다. "팀보다 위대한 선수는 없다"는 말이 있다. 이는 곧 위대한 한 개인이 만들어내는 성과보다 팀으로 뭉친 사람들이 만들어내는 성과가 더 크다는 뜻이다. 팀이 만들어내는 성과는 구성원 모두에게 성장 동기로 전환하고 이것이 더 큰 성장을 재생산하는 선순환고리를 만들어낸다.

2019년의 유니베라 각 사업부문의 주요 전략은 다음과 같다.

방판사업부문은 '진화하는 방판'으로 새롭게 태어나는 해가 될 것이고, 글로벌 사업부문은 지난해의 안정적 신제품 런칭을 기반으로 본격적인 시장 확대의 해가 될 것이다.

방판사업부문은 지금까지 준비한 신제도와 E-tool의 현장 적용을 통해 기존 대리점의 성장을 활성화하는 것과 함께 H&B 대리점 모델로써 신규 대리점의 확대 및 특약점 등 소형대리점의 성장을 도모할 것이다.

글로벌 사업부문의 국내 부분은 보타니티 브랜드의 제품 확대를 통한 본격적인 매출 증대와 함께 건강기능식품, 일반식품으로 제품을 확대하여 유니베라의 시판시장 영역을 확대할 계획이다. 해외부문은 전년도 허그 브랜드의 홍콩 매닝스 입점에 이어 그간 노력해온 중국시장으로 본격적으로 진출할 뿐 아니라 인도네시아, 베트남까지 해외시장을 개척할 계획이다. 또한, 빠르게 유통시장을 장악하고 있는 이커머스 트렌드에 대응하기 위해 유니베라 전사의 이커머스 인력과 업무를 통합 구성한 이커머steam을 통해 이커머스 시장 확대를 더욱 효율적이고 효과적으로 추진할 것이다.

이와 함께 내부구성원의 성장과 동기부여를 위해 기업문화 및 인사제도 전반에 대해 개선작업을 진행할 예정이다. 또한 불필요하고 효율적이지 않은 업무프로세스, 팀플레이를 저해하는 관행과 인식의 전환을 통해 팀으로서 탁월한 성과를 만들어내는 유니베라를 만들어가고자 한다.

## 중장기비전

유니베라는 2016년 INSPIRE 2026 중장기 비전 수립과 함께 비전달성을 위한 전략방향 및 세부과제를 3단계로 설정하여 추진해 왔다. INSPIRE 2026의 전략은 첫째, Innovative New Business로서 신규사업의 활발한 시

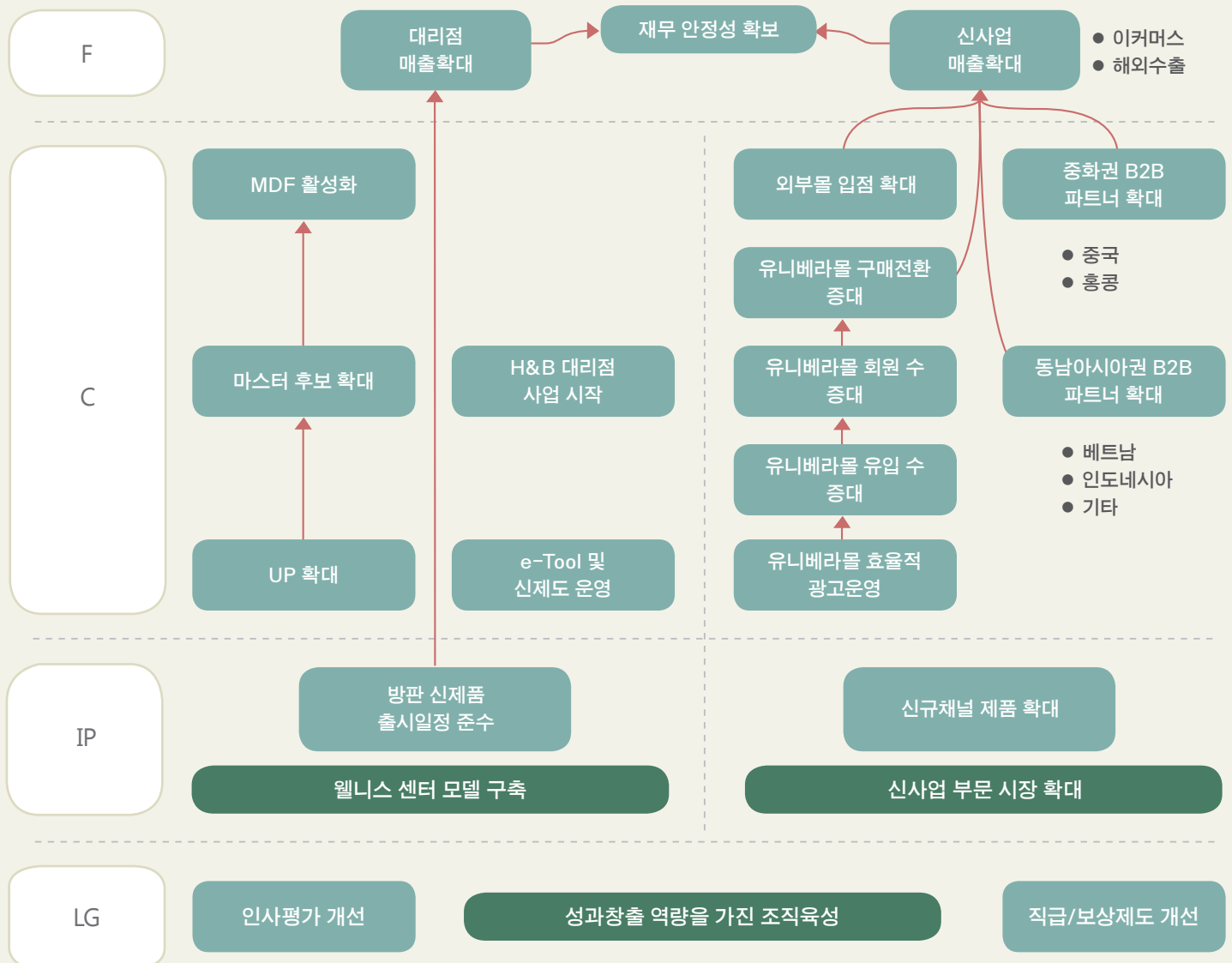
ness, or senior playground, and nurturing innovative and creative leaders of the future through the creed of intense responsibility. These three strategies are the basis for our goal of KRW 250 billion by 2026.

This year is the start of the Second Base Camp for this mid- to long-term strategic road map, where the implemented projects during the First Base Camp will create tangible results. As such, monitoring the results of these projects, reviewing the projected scenarios, and creating a stronger and more detailed blueprint are the main focus for 2019.

도로 신성장동력 확보, 둘째, Senior Playground로서 방문판매 시장에서 진화하는 방판모델의 설계를 통한 시장확대, 셋째, Intense Responsibility로서 협력과 창의로 도전적인 미래를 만들어가는 우수인재 육성이다. 세 가지 전략을 통해 2026년 2,500억의 재무 성과를 달성할 것이다.

올해는 중장기 전략 로드맵의 2nd Base Camp를 시작하는 해로서 1st Base Camp에서 추진한 과제들이 본격적인 성과를 창출하는 단계로 들어갈 것이다. 올해는 이러한 성과창출에 대한 모니터링과 함께 순조로운 목표 달성을 위해 설정한 시나리오의 리뷰 및 과제 재설정을 통해 한층 탄탄하고 치밀한 청사진을 준비할 것이다.

2019 Strategy Map



# Univera North Amrica: Move to Customer Centric Model

유니베라 미국: 고객 중심 서비스

By **H.Y. Sung** Global CEO | Univera North Amrica  
글 | 성한용 사장 | 유니베라 미국





### Overview: 2016-2021

Focus during the past three years (2016-2018) had been made in the strategic and financial restructuring and also the foundation improvement. 2018 was the year of transition into the customer based model.

Next three years (2019-2021)' focus will be top line growth to result in the improved investment returns on lower cost base with no added investment.

### 2018 Progress Highlights

Strategic transition has been made from money and opportunity based only model to customer centric model. Successful expansion of gift card customer program and customer acquisition showed 20% growth in recruiting. Along with our "GTE (gifting-team-enrollment)" method of operation, all the platform programs such as 4 and Free, GR 8! and fast start bonus showed the positive growth.

In terms of internal operation, management team has been stabilized and strengthened. Field leadership has been united and aligned for the future growth. Also cost for call center and distribution has been optimized. Financially, multi-year top line decline has stopped and the bottom line has been improved.

In summary, 2018 was the year built for strategic and financial foundation positive and high leverage for future positive returns on top line growth.

### 2019 Strategy Priorities and Plans

2019 will continue and accelerate the transition toward including a viable part time customer path. At the same time, associate recruiting and retention must increase as the primary source of customer expansion.

Our focus will be made to resolve the following issues; (1) uncompetitive shipping model and an increasing impact to recruiting and retention of both associates and customers (2) associate recruiting decline as customer option was created (3) lower average order from customers vs associates (4) role of associates in customer acquisition.

### 2016~2021년 개요

유니베라는 지난 3년(2016~2018)간 전략적 재정적 개혁 및 토대 마련에 많은 노력을 기울여 왔다. 특히, 2018년은 고객 중심 비즈니스 모델로 가는 과도기였다. 향후 3년(2019~2021)간은 더 이상의 투자 없이 적은 비용을 기반으로 최대치의 투자 수익을 내는 데 집중할 예정이다.

### 2018년 성과

재정/기획 중심 비즈니스 모델에서 고객 중심 모델로 전략적 과도를 거쳤다. 기프트 카드 프로그램을 성공적으로 확대하고 더 많은 고객을 확보함으로써 신규 충원자 수도 20% 증가하였다. 유니베라의 GTE(Gifting Team Enrollment) 운영방식과 더불어 4 & Free, GR 8!, 조기 보너스와 같은 모든 플랫폼 프로그램 역시 회사의 성장에 긍정적인 영향을 미쳤다.

내부 운영과 관련하여 경영관리팀의 안정화를 이루었다. 향후 성장과 관련하여 현장 리더십을 강화하고 집중하였다. 콜 센터 관리비와 유통비 역시 최적화되었다. 재정적으로는 여러 해 동안 진행된 매출 하락에서 벗어났고 매출의 최저선 역시 상승하는 성과를 냈다.

결론적으로, 2018년은 향후 회사의 성장과 함께 수익을 창출하기 위한 전략적 재정적 기반을 마련한 한 해였다.

### 2019년 전략과 계획

2019년에도 계속해서 다양한 시간제 고객 확보에 집중할 예정이다. 동시에, 고객 확대를 위해 가장 먼저 어소시에이트의 신규 충원과 잔류를 적극 도모할 것이다.

특히, 다음과 같은 문제 해결에 집중할 것이다. (1) 고객과 어소시에이트의 충원이나 잔류에 부정적인 영향을 끼치는 배송 프로그램, (2) 고객 옵션의 생성에 따른 어소시에이트 충원 감소, (3) 어소시에이트 대비 고객의 낮은 주문량, (4) 고객 확보에 작용하는 어소시에이트의 역할.

## Key Strategies 핵심 전략

1

Launch a radical and innovative shipping program to improve associate recruiting, and retention of associates and customers

신규 어소시에이트 충원과 기존 어소시에이트와 고객의 잔류를 향상시키기 위한 진보적이고 혁신적인 배송 프로그램 시행

2

Increase the focus on the gift card and customer expansion as a method of operation

기프트 카드를 활용한  
고객 확장 운영 방식 집중 제고

3

Improve the focus, training and utilization of existing key successful platform programs

성공적인 기존 핵심 플랫폼  
프로그램에 대한  
교육과 활용을 집중 제고

## Action Plans 실행 계획

### 1 Free Shipping Program Launch

Key actions underway for planned Q1 launch to accommodate the consumer expectation driven by amazon and e commerce migration to free shipping and industry adoption of various versions of enhanced shipping program, and to resolve the increased negative reaction to current model impacting recruiting and retention

By launching an industry first free shipping program, we may create the major new recruiting story: free shipping on all orders. It has potential to create dramatic top line impact and offset financial impact with minor price change

### 무료 배송 프로그램 시행

무료 배송을 비롯하여 다양한 형태의 확대 배송 프로그램을 도입한 아마존이나 다른 전자상거래 업체가 촉발한 고객의 기대치에 부응하고, 충원과 잔류에 영향을 미치는 기존 모델에 대한 거부감을 해소하기 위한 배송 프로그램의 1사분기 시행을 추진 중이다. 업계 최초로 '모든 주문 무료 배송'이라는 프로그램을 시행함으로써 전과는 전혀 다른 새로운 충원 스토리를 만들 것이다. 이는 상위권 매출 상승을 불러일으켜 작은 가격 변화로 인한 재정적 충격을 상쇄할 것이다.

### 2 Accelerate Customer Expansion with Gift Card Program

- Promote as new associate pathway
- Improve social media functionality
- New associate usage in on boarding program
- Promote CP customer acquisition benefit to existing programs such as 4 and Free, GR 8!, Fast Start Bonus

### 기프트 카드로 고객 확장 가속화

- 어소시에이트로 전환 유도
- SNS의 기능 향상
- 신규 어소시에이트의 온-보딩(on boarding) 프로그램으로 활용
- 4 & Free, GR 8!, 조기 보너스 등 기존 프로그램의 CP 고객 확보 혜택 장려

### 3 Promote 90 Day Fast Start Program

- Promote CP customer impact
- Integrate to 90 day on boarding
- Promote fast bonus benefits in associate recruiting message

### 90일 간의 '조기 시작 프로그램(Fast Start Program)' 권장

- CP 고객 효과 장려
- 90일간의 온 보딩 프로그램과 통합
- 어소시에이트 채용 공고에 조기 시작 보너스 혜택 기재

### 4 Increase 4 and Free Program Recipients

- Identify and target the unqualified associates
- Promote CP gift card usage as vehicle to qualify

### 4 & Free 프로그램 수혜자 증대

- 자격 상실 어소시에이트 대상
- CP 기프트 카드를 활용해 해당 어소시에이트가 자격을 얻도록 유도

### 5 US Hispanic Pilot Program to Expand the Market

- Geographical focus in California and Texas
- Narrow product focus aligned with the Hispanic culture

### 시장 확대를 위한 히스패닉계 대상 파일럿 프로그램

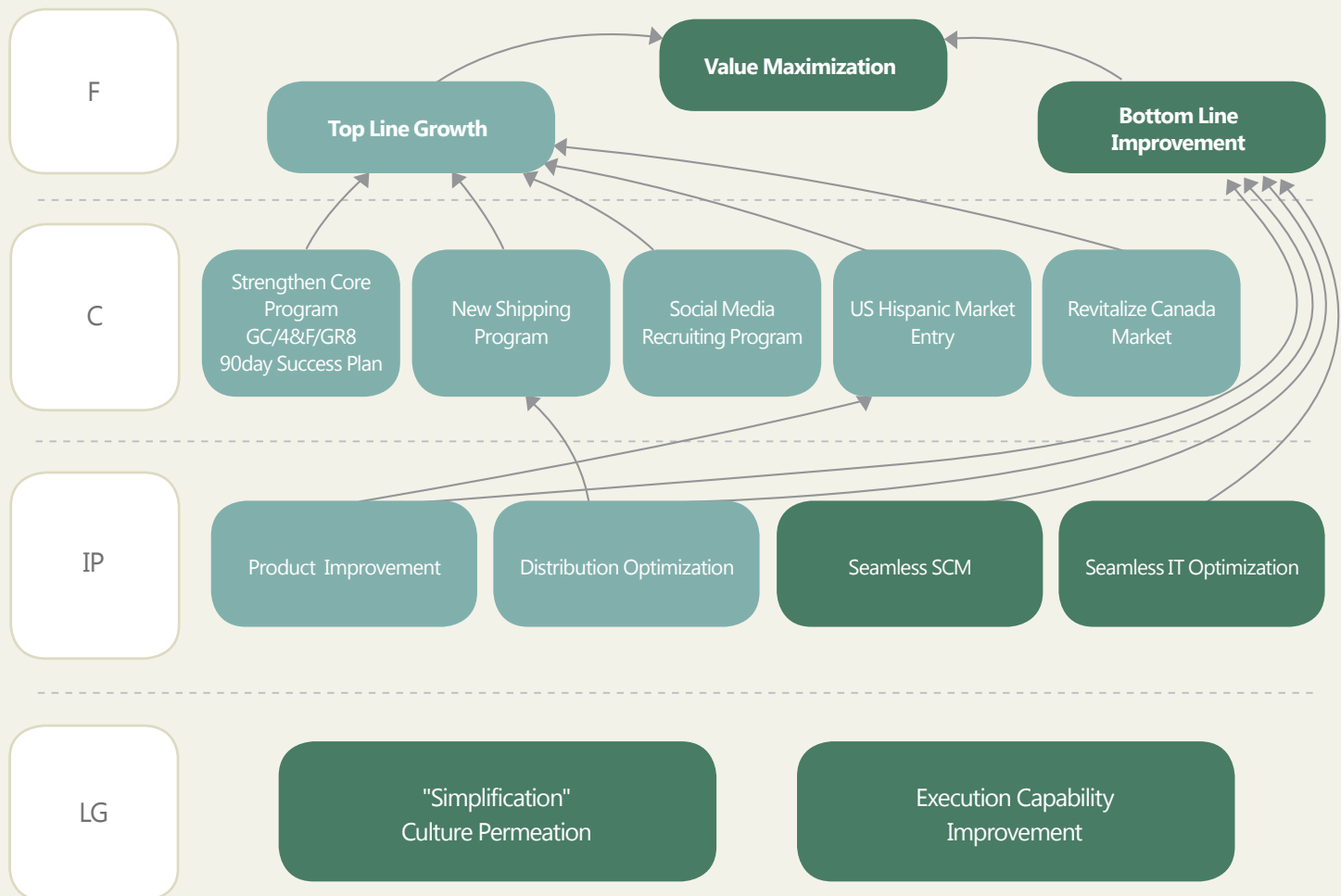
- 텍사스와 캘리포니아에 집중
- 히스패닉 문화와 연관된 특정 제품에 집중

In summary, year of 2019 will be positive to create returns from experience, leadership, product, and solid financial foundation. Top line growth will create strong profit improvement on restructured cost base.

All the platform programs are working and proven. Free shipping program will create a new industry story and potential for high impact associated with successful MLM model.

요약하면, 2019년에는 그 동안의 경험과 일선 지도력, 우수한 제품, 탄탄한 재정적 기반을 바탕으로 수익을 낼 수 있을 것이다. 상위권 매출 성장은 개선된 비용 구조를 바탕으로 수익을 큰 폭으로 향상시킬 것이다. 모든 플랫폼 프로그램이 제대로 운영되고 있음이 입증되었다. 무료 배송 프로그램은 업계에 새로운 성공 스토리를 만들어 MLM 유통 모델을 성공적으로 운영했다는 결과를 내놓기에 충분할 것이다.

2019 Univera North America Strategy Map



# Naturetech: Domain Expert for Health Functional Food and Cosmetics OEM/ODM

네이처텍: 건강기능식품과 화장품 OEM/ODM 전문기업

By **Kieok Ahn** CEO | Naturetech  
글 | 안기억 사장 | 네이처텍



With years of research, development and production experience, Naturetech has managed to grow from being the best manufacturer of aloe products to a professional manufacturer of natural material-derived products. Naturetech pledges to grow to be the world leader of natural material-derived OEM/ODM products through customer, quality and research centric operations.

Naturetech's management focuses on quality assurance for our customers and environmental management for the next generation. Starting with our ISO 9001, ISO 14001, ISO 22716, and OHSAS 18001 certifications, we have obtained a series of quality certifications (GMP in 2005, Australian TGA GMP in 2010, HACCP in 2012, and halal certification in 2014) as testimonies of our products' superior quality.

The driving force behind our excellence is our tireless R&D efforts. Co-operative projects with government agencies, universities, and research centers allow us to continue our efforts to develop the best of natural ingredients, recipes, and production techniques as well as stability.

Naturetech also possesses state-of-the-art technologies and facilities. Our liquid products are offered in different forms, including bottles, pouches, and vials. Our automated production and water treatment facilities allow us to create the best products using the best-quality purified water, while our suite of disinfection treatments, including HTST and UHT, allow us to guarantee the safety of our products. Our tablet products are formed into different shapes using modern compression and shaping techniques, brought by a state-of-the-art coating facility, fillers, and metal detector facilities. Our powder products are packaged into sticks and individual packages.

### Establishing New Lines and Stabilizing Production Quality

Naturetech started its OEM/ODM business in 2015 to cope with the drastic changes in the international business environment. The concurrent modifications made to the existing SOP process allowed us to enhance our productivity and minimize our losses considerably. As a result, our OEM/ODM sales reached KRW 10 billion in 2015 and KRW 20 billion in 2017. Currently, we are working toward the KRW 40 billion goal by 2021.

May 2018 was characterized by the new vial production line to keep up with the demand. The new line took over the 560-m<sup>2</sup> space on the third floor of the food production area. Vial filling lines, tanks, and high-temperature sterilization system allowed us to solve the existing problems of vial line CAPA shortage and productivity loss. With this step forward, we can now establish a system of cost reduction and mass production which, coupled with enhanced quality and new products, can be used to work toward an increased sales figure.

Naturetech's 2018 also featured huge efforts toward material development. Naturetech managed to acquire four new national projects and one technology transfer. These materials out of these projects will guarantee hefty returns and play a role to push the growth as a domain expert of ODM.

다년간에 걸친 연구, 개발, 제조 경험을 바탕으로 네이처텍은 최고의 알로에 제품 제조기업에서 천연물 소재 제조 전문기업으로 성장했다. 앞으로 네이처텍은 고객 제일주의, 품질 제일주의, 연구 제일주의를 원칙으로 건강기능식품과 기능성 화장품 분야에서 세계적인 천연물 전문 OEM/ODM 기업으로 성장할 것이다.

네이처텍은 고객을 위한 품질경영과 다음 세대를 위한 환경경영에 초점을 맞추고 있다. 품질과 환경 기준 "ISO 9001, ISO 14001, ISO 22716, OHSAS 18001" 인증을 기반으로 다양한 국내외 품질 인증(2005년 GMP 인증, 2010년 호주 TGA GMP 인증, 2012년 HACCP 인증, 2014년 HALAL 인증 등)을 차례로 획득하면서 최고의 품질을 대외적으로 인정 받았다.

네이처텍은 끊임없는 연구개발로 천연물 소재 개발의 핵심기술을 확보하고 있다. 정부기관과 학교, 연구기관과 협력하여 천연물을 이용한 기능성 화장품 원료 개발, 천연물 소재를 상품화하는 레시피와 공정 개발, 안정성 연구를 꾸준히 진행하고 있다.

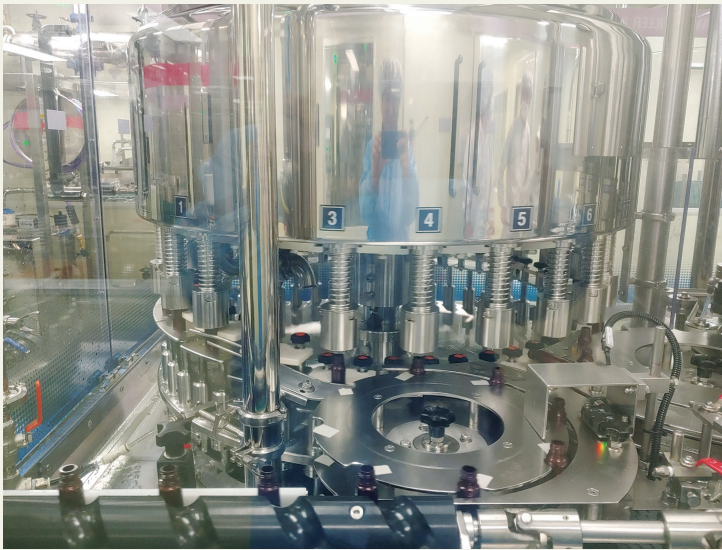
네이처텍은 탁월한 액상 기술력과 설비를 다양하게 갖추었다. 액상 제품은 병, 파우치, 바이알 등 다양한 방식을 통해 제품화한다. 우수한 자동화 생산설비와 수처리 시설로 최상의 수질인 정제수로 최고의 제품을 생산하고 살균장치인 HTST, UHT, 후살균기, 레토르트로 제품의 안전성을 확보한다. 정제 제품은 분말 혹은 과립의 제품을 압축, 성형 등의 타정 공정으로 제형을 개발한다. 이를 위한 최신식 코팅기계, 계수충전기, 멀티 충전기, 금속 검출기 등의 설비를 보유하고 있다. 분말과 과립 제품은 일정 용량의 파우치에 균일하게 충전 · 포장하는 스틱 충전기, 포장기를 통해 생산 · 공급한다.

### 신규 라인 구축과 품질 안정화

네이처텍은 대외시장환경의 급격한 변화에 따라 2015년부터 OEM/ODM 사업을 본격적으로 확대했다. 이에 생산성 및 공수효율 향상을 위한 개선활동으로 비효율적인 S&OP Process를 재정립하여 생산계획과 조달계획을 효율적으로 수립하면서 생산성을 향상시키고 손실을 크게 줄였다. 따라서 OEM/ODM 매출은 2015년 100억 원 달성을 시작으로 2017년 200억 원을 달성했고 2021년 400억 원 달성을 목표로 설정했다.

2018년 5월부터 바이알 제품의 수요에 대응하기 위해 신규 바이알 자동 라인을 구축했다. 신규 바이알 공정은 식품동 3층 부자재 보관소, 약 170평을 활용하여 구축했다. 바이알 충전 라인과 조제 탱크, 초고온 순간 살균 시스템을 도입하여 기존 바이알 라인의 CAPA 부족, 생산성 저하 등의 문제점을 해결했다. 이로써 원가절감과 대량생산체제를 구축하고 품질 향상과 신규 제품 수주 확보 등을 통해 매출 증대를 도모할 수 있게 되었다.

네이처텍은 2018년도에 소재개발 및 확보에 심혈을 기울인 결과 신규 국책과제 4건과 타 기관 기술이전 1건의 성과를 거두었다. 여기에서 확보



From June to December 2018, Naturetech implemented a project that enhanced the profitability of the company. Analyzing the production capability allowed us to find the optimal production procedures and action plans to increase profitability. The analysis, which divided causal analysis and improvement activities into four CFTs, yielded the: 1) standardization of documents to reduce labor force by lines, 2) back data for high return through the operating profit and thruput analysis for each product unit, and 3) two daytime shifts operation to increase line activity to 30%. Thirty-day production plan systems, which will be the next big change in our production plan, will allow us to minimize production losses and maximize client trust.

### Innovation in General Productivity

Naturetech's 2019 focus is the "Innovation in General Productivity." Our efforts for 2019 is not limited to production lines but is rather aimed at creating innovation across all divisions to enhance our competitiveness as an OEM/ODM specialist. This will allow us to obtain greater cost, material, and business competitive power in the mid- to long-run.

First, the production innovations starting with the two daytime shifts will allow us to achieve cost competitiveness. Reorganizing the production facility operation will allow us to focus on high value-creating processes, while our efforts to overhaul our facility layout will allow us to overcome the existing limitations in our production operation. By reducing production losses and increasing product efficiency, we aim to enhance labor productivity with the ultimate goal of improving the production costs by more than 5%.

Second, the most important tasks in increasing ODM sales and our leadership of the OEM market are to continue our efforts in proprietary material development. To obtain an edge in the materials market, we have finalized our takeover of Unigen Korea in July 2017 and established the Research Planning Team. Starting with four new national projects

한 소재는 수익성 확보뿐 아니라 전문 ODM 회사로 성장을 견인하는 역할을 할 것이다.

네이처텍은 2018년 6월부터 12월까지 수익성 개선 프로젝트를 진행했다. 제조현장의 생산역량을 분석하여 제약 공정을 찾아내고 수익성 향상을 위한 개선과제를 도출하여 실행했다. 4개 CFT별로 원인분석 및 개선활동을 통해 1) 라인별 공수를 절감하기 위해 문서를 표준화하고, 2) 주요 제품 단위당 매출이익 및 Thruput 분석을 완료하여 고수익 포트폴리오 구성을 위한 Back Data를 확보하고, 3) 주간 2교대 운영으로 일 평균 가동라인을 30% 향상시킬 수 있는 기반을 마련했다. 이제 30일 생산계획 확정 체계 설계를 통해 생산계획 변경으로 인한 생산 손실 최소화, 고객 납기에 대한 신뢰도 향상을 이룰 수 있을 것이다.

### 전사적 생산성 혁신

2019년 네이처텍의 경영방침은 '전사적 생산성 혁신'이다. 생산 현장의 생산성 향상에 국한하지 않고, 모든 부서에서 생산성 혁신을 달성하여 OEM/ODM 전문 제조사로서 경쟁력을 높일 것이다. 이로써 중장기적으로 네이처텍은 원가경쟁력, 소재경쟁력, 영업경쟁력을 확보할 것이다.

첫째, 주간 2교대 방식의 성공적 적용을 시작으로 생산방식을 개선함으로써 '원가경쟁력을 확보'할 것이다. 설비 운영방식을 재점검하여 고부가가치 생산에 집중하고 설비 Lay-out을 개선하여 생산설비 운영의 한계를 극복한다. 제조 손실 개선, 제품별 공수효율을 향상시켜 인당 생산성을 지속적으로 높여 2021년까지 제조원가를 5% 포인트 이상 개선할 것이다.

둘째, ODM 매출을 늘리고 OEM 시장을 주도하기 위해서는 독자적인 소재 확보가 무엇보다 중요하다. '소재 경쟁력을 확보'하기 위해 2017년 7월 유니젠 영업권을 양수하고 연구기획팀을 신설했다. 2018년 신규 국책과제 4건을 포함한 과제연구를 비롯해서 타 기관과 기술이전을 통해 2022년까

acquired in 2018, we plan to acquire six individual approval materials by 2022 through technology transfer.

Third, we plan to “enhance the management competitiveness” for us to realize the goal of achieving ODM and strategic sales of KRW 13 billion by 2021. Developing products tailored for the overseas market will allow us to capitalize on our ODM sales, while products that utilize the company's materials, such as Neoflex, will help improve profitability. And, our company brand products will be developed for direct distribution projects through the T-commerce channels.

These steps will bring Naturetech one step closer to becoming a global specialist of natural materials through healthy and sustainable management and future growth drivers.

지 6건의 개별인정 소재 확보를 계획하고 있다.

셋째로, 기존 OEM 제품 영업을 넘어 2021년까지 매출이익이 높은 ODM 및 전략매출 130억 원 달성을 목표로 좀 더 능동적으로 ‘영업경쟁력을 증대’할 것이다. 해외시장에 판매할 제품을 기획하여 ODM 매출을 본격화하고, Neoflex를 시작으로 자사 소재를 활용한 제품 판매로 수익성을 개선하며, 자체 브랜드를 개발·활용하여 T-Commerce 채널에 진출해 직접 유통을 펼칠 것이다.

아름답고 건강한 세상을 만들어가는 네이처텍은 건강하고 지속가능한 경영을 바탕으로 미래 성장 동력을 꾸준히 발굴하여 글로벌 천연물 전문 기업의 꿈을 실현할 것이다.

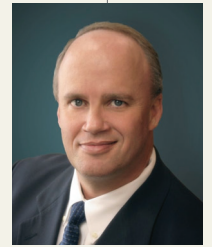
2018 Naturetech Strategy Map



# Unigen: Aggressive and Extensive Growth Goals

유니젠: 공격적인 성장과 사업 다각화

By **Regan Miles** President & CEO | Unigen  
글 | 리건 마일즈 사장 | 유니젠



## CORPORATE OVERVIEW

Established in January 1996, Unigen has been in the research and development of plant-driven, proprietary raw materials for more than two decades. Unigen applies natural product and analytical chemistry, biochemistry and proteomics, cell biology, molecular biology and genomics, and clinical trials to the discovery of active compounds and novel ingredients from botanical sources, providing key ingredients for pharmaceutical, nutraceutical and cosmetic products.

Unigen's team of 15 highly qualified and experienced researchers includes eight Ph.D./MHA scientists. Unigen's research and development team runs a world-class discovery program through worldwide collaborations with universities, research institutes, industries and government agents. Located in Tacoma, Washington (USA), Unigen's premier lab facilities include its PhytoLogix™ Plant Library, Natural

## 회사 개요

유니젠은 1996년 1월 설립한 이래 지난 20년이 넘는 세월 동안 식물 유래 전매특허 원료의 연구 개발에 매진해왔다. 천연물과 분석화학, 생화학, 단백질 유전정보학, 세포생물학, 분자생물학, 유전체학, 임상시험 등 광범위한 분야를 아우르며 식물 자원을 활성 합성물과 신원료로 개발해 의약품과 건강 기능성 식품, 화장품의 주원료로 쓰일 수 있도록 지원하는 역할을 수행하고 있다.

유니젠은 의학 보건 관련 석·박사급 8명의 과학자를 비롯하여 고도로 숙련된 연구자 15명으로 구성되어 있다. 유니젠의 연구개발팀은 전세계 대학과 연구소, 산업 및 정부기관과 협력하며 세계적 수준의 발굴·탐색 프로그램을 운영하고 있다. 미국 워싱턴 주 타코마에 위치한, 최고급 유니젠 연구시설은 파이토로지스 식물 라이브러리(PhytoLogix™ Plant Library)와 천연물연구소(Natural Products Lab), 품질관리연구소(Quality Control Lab), 발굴탐색연구소



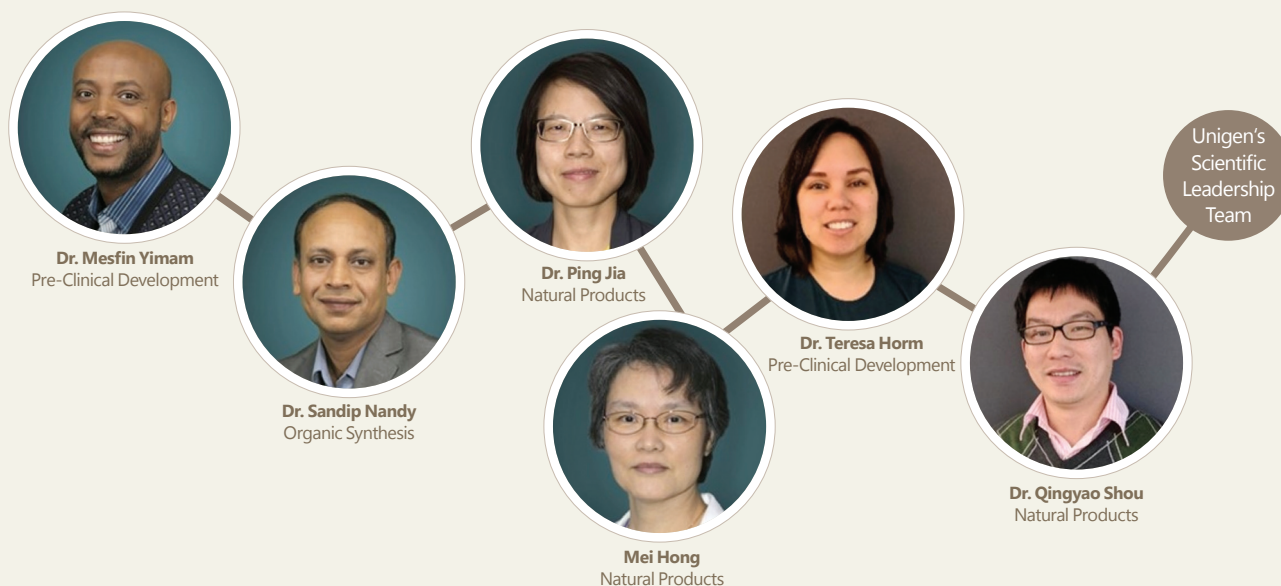


Products Lab, Quality Control Lab, Discovery and Screening Lab and Organic Synthesis Lab. Scientists focus on identifying and studying the unique bioactive natural products of medicinal botanicals and then developing them into proprietary standardized extracts for use as novel, patent protected ingredients in cosmeceutical, and nutraceutical products. Unigen manages a worldwide patent portfolio with 54 issued US patents, 107 issued foreign patents in 31 different countries, 26 pending US and 70 pending foreign patent applications.

Unigen has available fully researched (i.e., human clinicals), market-ready botanical ingredients that address a variety of global issues, including joint comfort, weight management, immune enhancement, energy, mental acuity and healthy skin. PhytoLogix™ is a proprietary technology platform that includes Bioprospecting, Bioinformatics, High Throughput Purification and Structure Dereplication processes.

(Discovery and Screening Lab), 유기체합성연구소(Organic Synthesis Lab)로 구성되었다. 유니젠 소속 연구진은 약용식물에 포함된 독특한 생체활동 천연물을 식별하여 연구하고, 이를 표준화된 전매특허 방식으로 추출하여, 특허 제도의 보호를 받는 약용화장품 및 기능성 식품의 신원료로 개발하는 것을 주업무로 활동한다. 54개의 미국 특허권 및 총 31개국 107개 해외 특허권을 취득하며 전 세계를 무대로 특허 포트폴리오를 구축하였다. 현재, 26개의 미국 특허 및 70개의 해외 특허 출원 절차를 진행 중이다.

유니젠은 (인간 대상의 임상시험을 포함하여) 모든 연구 절차를 거친 후 시장에 선보일 준비가 된 식물 원료 라인업을 지니고 있다. 이러한 원료는 관절 건강 관리나 체중 조절, 면역체계 강화, 기력 회복, 정신 및 피부 건강 관리 등 전 세계적으로 쉽게 찾을 수 있는 다양한 보건 문제 해결에 기여할 것이다. 파이토로지스는 전매특허 기술 플랫폼으로, 생물자원탐사(Bioprospecting)와 생물정보



This extensive plant library is a fully indexed research resource that allows us to quickly search through tens of thousands of ethnomedicinal plants categorized by traditional and historic uses. PhytoLogix™ is one of the world's largest information sources for predictive discovery of ethnomedicinal plants, saving considerable time from the front end of the research process. Unigen's research and discovery process is second to none, and includes work at the human, cell and genomic levels.

## 2018 PERFORMANCE

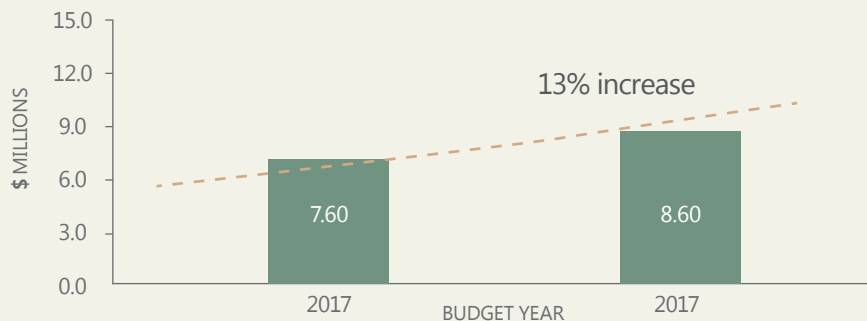
Unigen closed 2018 with \$8.6M in revenue, realizing a 13% increase in sales from 2017 which registered \$7.6M. Solid growth was reflected in product sales from prior year in Cosmetic and Non-Cosmetic, as well as increase in non-product related Services sales. Total sales reflected Unigen's focus toward a more balanced portfolio and diversified client base. Domestic sales of \$4M remained comparable with 2017, while International sales exploded with growth! Sales in Japan and India contributed significantly to the impressive increase of sales from 2017 (\$3.5M) to 2018 (\$4.6M).

학(Bioinformatics), 고성능정화처리(High Throughput Purification), 구조적 중복분리방지(Structure Dereplication) 등 다양한 역할을 수행한다. 이렇듯 광범위한 식물 라이브러리는 완벽하게 색인 처리된 연구 자원으로, 전통적으로, 또 역사적으로 활용되었던 수천 수만의 민속약용식물 검색을 가능케 한다. 파이토로지스는 전세계에서 가장 큰 규모의 정보를 보유하고 있기 때문에 민속약용식물을 찾기가 용이하다. 이를 통해, 연구개발 착수 단계부터 엄청난 시간을 절약할 수 있다. 유니젠의 연구/발굴 절차는 단연 세계 제일이며, 인간이나 세포, 유전체 등에 다양하게 적용 가능하다.

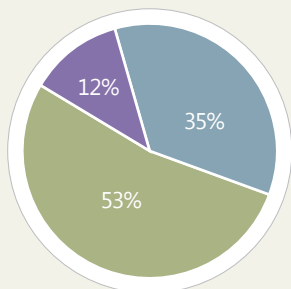
## 2018년 실적

유니젠은 총 매출 860만 달러(약 96억 원)를 기록하며 2018년을 마무리하였다. 이는 2017년 매출액인 760만 달러(약 85억 원)에 비해 13% 증가한 수치다. 회사의 탄탄한 성장 추세는 전년도부터 화장품 및 비화장품뿐만 아니라 서비스의 매출 증가로 가능했다. 더욱 균형 잡힌 포트폴리오와 다채로운 고객층을 구축하고자 하는 유니젠의 노력이 매출에도 반영된 것이다. 국내 매출액은 400만 달러(약 44억 원)를 기록하며 2017년과 비슷한 수준이었지만, 해외 매출액은 회사의 성장과 함께 치솟고 있다! 특히, 일본과 인도에서의 활약 덕분에 해외 매출액이 2017년 350만 달러(약 39억 원)에서 2018년 460만 달러(약 51억 원)로 급증했다.

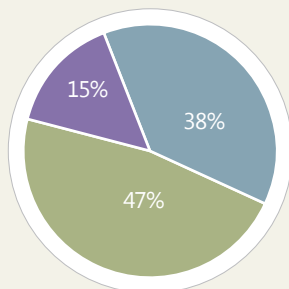
Revenue Growth Trend 2017-2018(\$M)



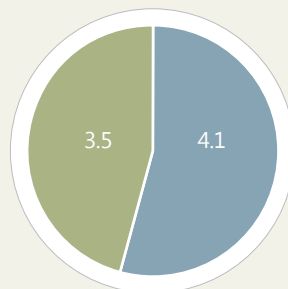
2017 Sales Categories



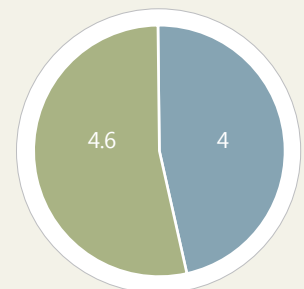
2018 Sales Categories



2017 Sales Areas(\$M)



2018 Sales Areas(\$M)



■ Cosmetic ■ Non-Cosmetic ■ Services

■ Cosmetic ■ Non-Cosmetic ■ Services

■ Domestic ■ International

■ Domestic ■ International

## 2019 BUSINESS GOALS

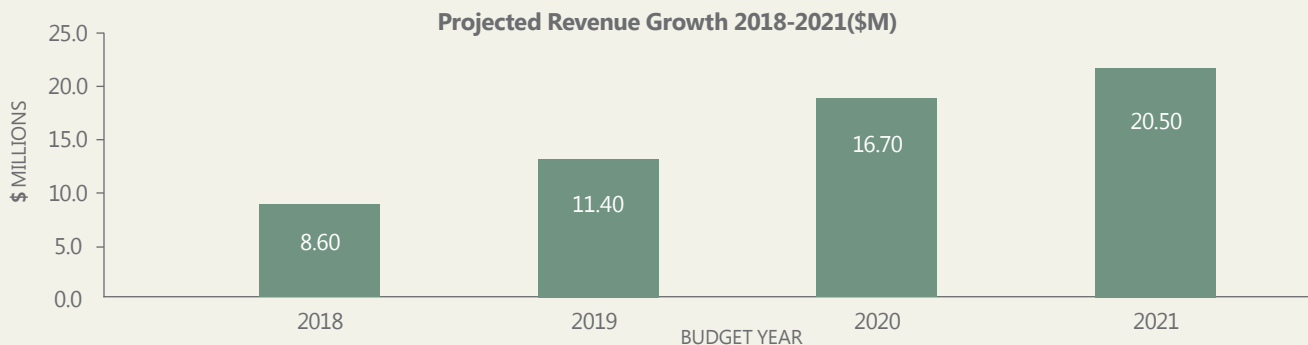
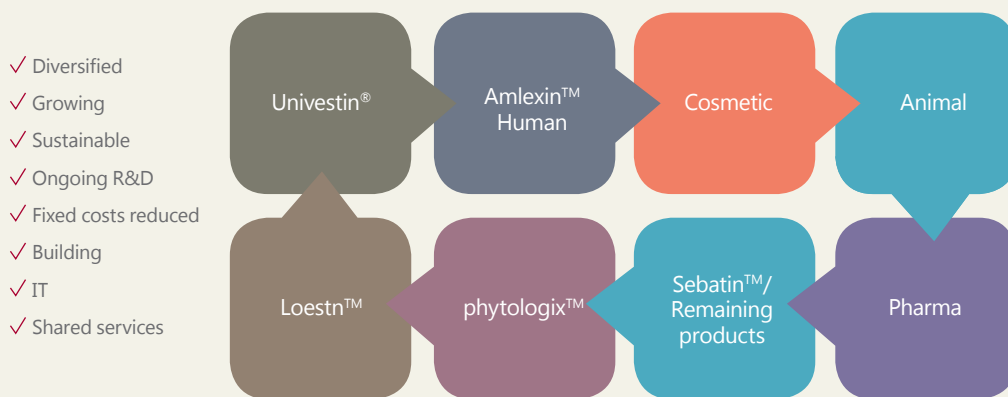
Unigen's goals in 2019 represent an aggressive growth plan and business diversification model. Revenue goal is set at \$11.4M, with Operating Income goal of \$394K. Progress will continue towards 2020 and 2021 revenue goals of \$16.7M and \$20.5M, respectively. Operating income goals are forecasted at \$1.47M (2020) and \$3.17M (2021). Expanding existing and new PhytoLogix™ partnerships is a key initiative in 2019, as well as continuing the DNA barcoding project (now going into its third year of collaboration with China's Institute of Materia Medica). Sales and R&D direction will be on achieving growth goals in focus areas of Univestin®, AmLexin™, Cosmetic, Animal and International. R&D energies will be on New Product Research surrounding Cosmetics, Joint Care, Immune Support, Weight Management and Pet Health, including collaborating with outside partners on relevant clinical trials. Unigen anticipates its science resources to expand in 2019, commensurate with the extensive business goals.

## 2019년 계획

유니젠의 2019년 목표를 요약하면, 공격적인 성장 계획과 사업 다각화 모델 추구 일 것이다. 매출 목표는 1,140만 달러(약 127억 원)이며, 영업이익 목표는 39만4천 달러(약 4억 4천만 원)다. 2020년과 2021년 매출 목표는 각각 1,670만 달러(약 186억 원)와 2,050만 달러(약 228억 원)로, 향후, 계속 증가할 것이다. 영업이익 역시, 2020년에 147만 달러(약 16억 원), 2021년에 317만 달러(약 35억 원)를 목표로 잡았다. 기존 및 신규 파이토로지스(PhytoLogix™) 협력관계 확충을 2019년 주요 목표로 잡고, 이어서 DNA 바코딩 프로젝트를 전개할 예정이다. (중국약물연구소와 협력관계는 올해로 3년째가 되었다.) 영업 및 연구개발 분야의 경우, 매출 목표를 달성하기 위해 유니베스틴(Univestin®)과 암렉신(AmLexin™), 화장품, 동물생명과학, 해외 시장을 중심으로 활동을 전개할 것이다. 화장품 개발과 관절 건강 관리, 면역력 향상, 체중 조절, 애완동물 건강 관리와 관련하여 신제품 연구개발에 매진할 것이며, 외부 파트너와 협력하여 적절한 임상시험을 진행할 것이다. 2019년에 유니젠은 영업 목표를 폭넓게 추구함과 동시에, 현재 보유한 과학적 자원을 계속해서 확대해나갈 것이다.

### 2019 business diversification plan - \$11.4 million

- Forecast of 33% revenue increase from 2018
- Growth all categories



# Aloecorp: The World's Greatest Aloe Material Specialist

알로콧: 세계로 성장하는 세계 최고의 알로에 원료 기업

By **KS Yoon** President & CEO | Aloecorp  
글 | 윤경수 사장 | 알로콧



### A Grand Return for the 30th Anniversary

Aloecorp's sales grew from USD 4.42 million in 1996, which is the first year on record, to USD 20.56 million in 2018, marking a growth of 465%, including 403% growth for nonaffiliated companies. For the last 10 years, its overall sales figure grew by 32%, while its nonaffiliated sales increased by 104%.

### Inching Forward

Aloecorp's growth strategy is to inch forward with a steady stream of new customers. The market for natural materials is saturated with numerous materials that come and go, which shows that the key to growth is a steady effort toward quality control and scientific verification of efficacy. Aloecorp is renowned for its rigorous quality control system, backed by certification systems such as Current Good Manufacturing Practice (CGMP), International Standardization Organization (ISO), and International Aloe Science Council (IASC). The MAP production process, a patented technique to increase the Medium-sized Aloe Polysaccharides (MAP) that strengthens the immunity three times, guarantees the scientifically-proven effect of health functional food and cosmetics. Raw Material businesses cannot grow sustainably without the expansion of

### 창립 30주년, 최대 실적

알로콕의 매출은 기록을 확인할 수 있는 1996년 442만 달러에서 2018년 2,056만 달러로 465% 성장했으며 비관계사 영업은 같은 기간 중 403% 성장했다. 최근 10년을 살펴보면 전체 매출은 32% 성장했고 비관계사 영업은 104% 증가했다.

### 조금씩 더 성장하기

알로콕의 성장 전략은 새로운 고객을 꾸준히 확보하여 과거보다 조금씩 더 성장하는 것이다. 천연물 시장에서 유행처럼 나타났다 사라지는 수많은 원료들의 사례가 반증하듯이 성장의 비밀은 꾸준한 품질관리와 효능의 과학적 검증이다. 알로콕은 cGMP, ISO, IASC 등 각종 인증과 엄격한 내부품질관리로 업계에서 자타가 인정하는 최고의 알로에 품질을 자랑하는 회사이다. 또한 면역력을 3배로 증가시키는 다당체 활성특허인 MAP 생산공정을 바탕으로 건강기능식품과 기능성 화장품에 과학적으로 검증된 효능을 담보한다. 원료 영업은 농장과 생산설



farms and production facilities. Rapid growth, on the other hand, may result in an excessive burden in quality management systems, which may, in turn, cause the sales process itself to crumble. Thus, Aloecorp has maintained a steady rate of growth at an average of 10% per year since 2010 by steadily gaining new over 50 clients.

The year 2019 and the two subsequent years will serve as a basis for a new leap forward. In Mexico's Campeche farm, which was bought in 2017 and brought under cultivation last year, we have started to harvest new aloe leaves and constructed a new processing facility that will be operational in 2021. Aloecorp China will join the campaign of Chinese government to focus on domestic consumptions with aggressive sales.

### **A Perfect Production Base for Aloe Materials in Campeche, Mexico**

In March 2017, Aloecorp obtained 333 ha of farmland in Campeche, Mexico, and the aloe harvest will begin in early 2019. The new farm is named Ceiba Farm after the Ceiba trees, which are considered sacred by the Mayan in Yucatan. In 2018, 30 ha of aloe grew well, thanks to high-quality soil and underground water resources, which paved the way for the 70 ha extension in 2019. Production facilities are being built 30-min away from the farms with the goal of completion by the end of 2020. Campeche farm and production facility will serve as the bridgehead to the Central and South American markets in addition to the North American and European markets.

A concerted effort by the sales team in Mexico City's cosmetics and health functional food fair since 2017 will allow USD 0.5 million in expected sales for the year 2019. Our sales figures are expected to rise to up to USD 2 million by 2021 when the Campeche production facility starts operating. Central and South American markets have already seen a rise in the popularity of aloe beverage products, signified by the entrance of local firms into the market. Aloecorp is currently leveraging its renowned quality and services in Mexico, Colombia, and Chile markets.

### **Aloecorp China's Shanghai Sales Division to Enter into China's Domestic Market**

Domestic market growth is the solution envisioned by the Chinese government to its slow economic growth. Even though the increase in wages and costs have diminished China's competitiveness as the production center of the world, the Chinese government has sought the solution to the problem within the context of the problem itself by supporting the 1.3 billion domestic market. With an increase in income and quality of life comes increased attention to beauty and health and its associated industries will grow. Aloe, a plant familiar to the Chinese, is expected to contribute significantly to the growth of the China domestic demand consumption market. On the other aspect of business in China, Hainan's production facility plans to implement various solutions to the increasing obstacles of higher production costs through automation, changes in planting methods, yield rate improvement and efficient use of assets.

비의 확장 없이는 지속적으로 성장할 수 없다. 오히려 급속한 성장은 회사에 과부하를 낳아 관리체제의 부실과 고객 상실로 이어져 영업이 붕괴할 수 있다. 알로콧은 지난 2010년부터 매년 50여 신규고객을 꾸준히 개발하여 연평균 10%의 성장을 이루고 있다.

2019년부터 향후 2년은 새로운 도약을 준비하는 해가 될 것이다. 지난해 기반을 마련한 멕시코 캄페체(Campeche) 농장에서는 새 잎을 수확하기 시작했고, 2021년 생산을 시작할 공장을 새로 짓고 있다. 중국에서는 국가의 내수시장 확대 전략에 맞추어 공격적으로 영업을 펼칠 예정이다.

### **완벽한 알로에 생산기지로 발돋움할 멕시코 캄페체**

2017년 3월 캄페체 지역에 333ha의 농장을 확보했고, 2019년 초부터 알로에 잎을 수확한다. 새 농장은 유카탄 마야사람들이 신성시하는 나무인 세이버(Ceiba)가 자라는 까닭에 세이버 농장(Ceiba Farm)이라 이름 붙였다. 2018년에 30ha에 식재한 알로에가 좋은 토질과 풍부한 지하수 덕분에 잘 자라고 있으며, 2019년에는 70ha를 추가로 확장한다. 농장에서 30분 거리에 생산설비를 건축하고 있으며 2020년 말에 완공한다. 앞으로 캄페체 농장과 공장을 바탕으로 미국과 유럽 시장에 더해 중남미 시장으로 영업을 크게 넓힐 계획이다.

2017년부터 멕시코시티에서 매년 열리는 건강기능식품과 화장품의 무역박람회에 중남미 영업팀이 꾸준히 참가한 결과, 2019년에는 50만 달러의 실적을 기대하고 있으며, 캄페체 생산설비를 가동하는 2021년에는 중남미에서 200만 달러 이상의 영업실적을 예상한다. 이미 중남미에는 알로에 음료 수입제품이 시장에서 인기를 끌고 있으며, 현지의 내수기업이 경쟁에 뛰어들었다. 알로콧은 우수한 품질과 서비스를 바탕으로 멕시코, 콜롬비아, 칠레 시장을 공략하고 있다.

### **중국의 내수시장 성장을 겨냥하는 알로콧 중국 상해영업부**

중국 정부는 내수시장의 성장으로 최근 침체를 보이는 경제를 회복시키려 하고 있다. 그 동안 고도성장에 따른 각종 물가과 임금의 상승으로 중국은 세계의 생산공장으로서는 경쟁력을 점점 잃어가고 있지만, 13억 인구의 소비시장을 공격적으로 부양해 내수시장을 성장시켜 지속적인 경제발전을 꾀하고 있다. 소득과 삶의 질이 향상되면 건강과 아름다움에 관심이 높아지고 그에 따라 관련산업도 크게 성장한다. 알로에는 중국인에게 친숙한 천연물로 앞으로 중국 내수시장의 성장에 기여할 것으로 본다. 한편 해남도 생산공장은 가중되는 원가상승 요인에 효과적으로 대처하기 위해 설비의 자동화, 농장 식재 방식의 변경, 수율의 향상, 자산의 효율적 이용 등 다양한 시도를 할 계획이다.

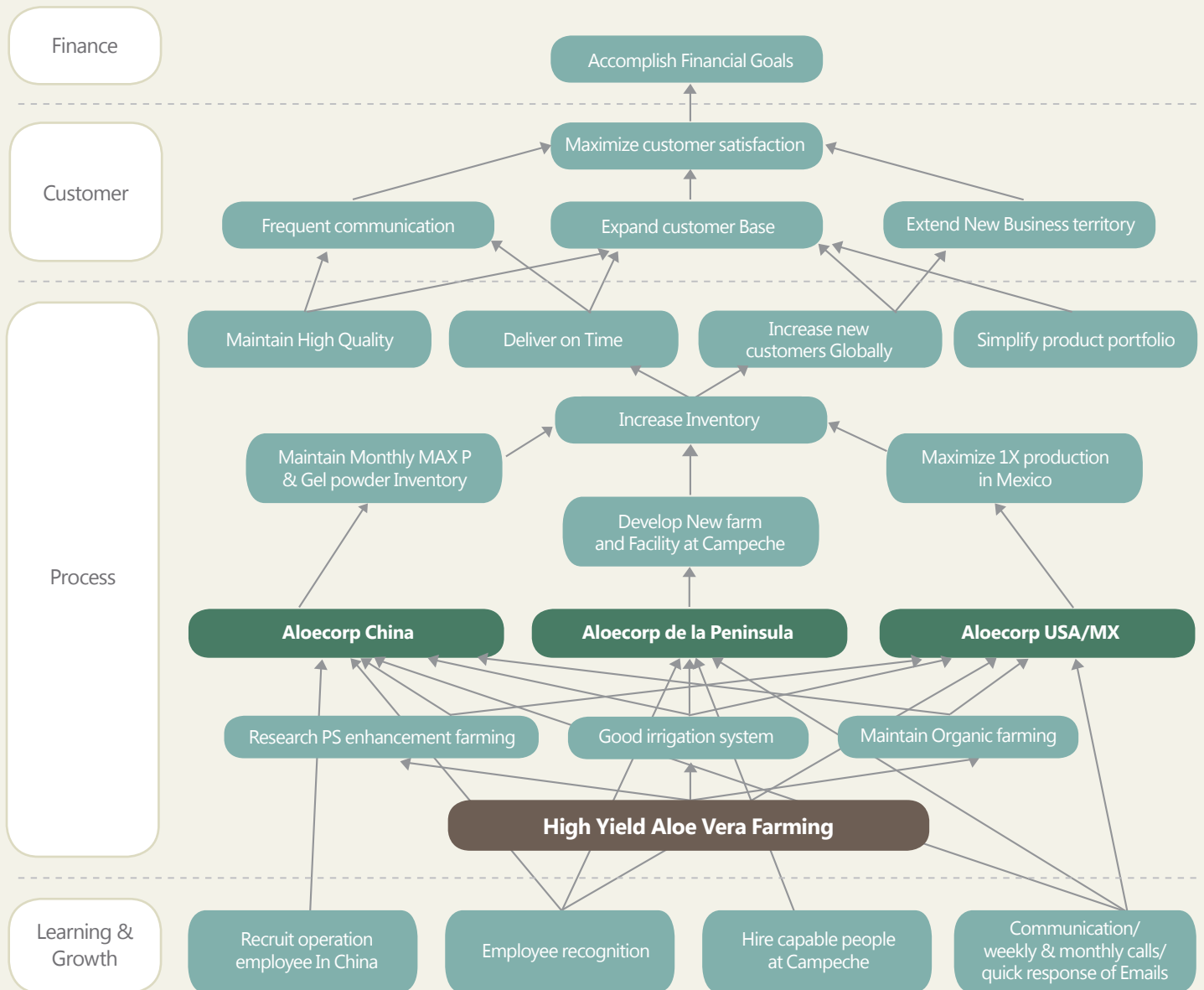
## A Strategy to Encircle the World

Aloe is native to the southern portion of the Arabian Peninsula around the Tropic of Cancer and moves into Northern Africa, India, Central and South America, and China. Aloecorp's strategy is to encircle the world along these regions, starting from the line that connects the Tamaulipas and Campeche farms in Mexico to Hainan in China and to the path along the Tropic of Cancer. This expansion, much like the expansion of human farming, cattle breeding and civilization along the same line, will take Aloecorp to areas such as northern India, Vietnam, and northern Africa. This path will allow Aloecorp to expand its market to the newly emerging markets of the Indian Ocean and the South Atlantic.

## 세계를 껴안을 전략

알로에는 지구의 북회귀선이 지나가는 아라비아 반도의 남단에서 서식하기 시작하여 아프리카 북단, 인도, 중남미와 중국 등지로 퍼졌다. 알로코프의 향후 성장 전략은 현재 자리잡은 멕시코 탐피코, 캄페체와 중국 해남도를 이은 선을 연장해 북회귀선을 따라 세계를 감싸는 것이다. 인류의 문명이 동일한 위도선을 따라 농사, 목축, 문화가 번져나갔듯이, 알로코프는 생산기반을 인도의 북부, 베트남, 아프리카 지역으로 확장할 것이다. 새로운 생산거점을 바탕으로 새롭게 도약하는 시장인 인도양과 남대서양의 주요국가들을 알로에의 시장으로 넓혀갈 것이다.

2019 Aloecorp Global Strategy Map



# Univera-Rus: Combining Agriculture, Dairy Farming, Tourism: Sixth Industry

유니베라-루스: 영농 낙농 관광이 어우러진 6차산업

By **Minseok Jang** President | Univera-Rus  
글 | 장민석 법인장 | 유니베라-루스



## About Univera-Rus

ECONET's business in Russia consists of three corporations: Univera-Rus, the presiding manager; UBICOM, which oversees agriculture; and KRASKINSKOE, for dairy farming. Univera-Rus also oversees healing tourism and natural material trade business in addition to its management duties. It is a 56-person firm with two Korean members, President and the Dairy Team Leader.

KRASKINSKOE has been offering milk free of charge to a nearby orphan-

## 유니베라-루스 사업 개괄

에코넷의 러시아 사업은 사업 총괄 유니베라-루스(UNIVERA-RUS), 작물재배 유비콤(UBICOM), 낙농사업 크라스킨스코예(KRASKINSKOE)의 3개 법인으로 운영한다. 유니베라-루스는 사업관리 외에 힐링 관광과 천연물 수출입사업도 준비한다. 현재 총 56명이 근무하고, 이중 한국인은 법인장과 낙농팀장 2인이다.



age since October 2016. Every July and August each year, it also provides milk to the joint Korean–Russia excavation team in the remains of ancient Balhae in Kraskino. Kindergartens nearby also enjoy fresh milk at discounted prices. KRASKINSKOE's fresh milk, cheese, and fermented goods are on sale in two direct sellers in Khasansky District with positive reviews.

A memorial for Korean independence activist An Jung-geun, which was built within the farm, has become a popular destination not only for Koreans but also tourists from other parts of Russia and the Korean diaspora.

## Results for 2018

The third year of dairy farming in Russia failed to meet the expected levels of production because of falling birth rates and interruption in fecundation. The decline in birth rate affects not only the immediate production of milk but also the growth of dairy cows and meat for the next two years. Back in the Soviet era, the region had a national farm that housed more than 2,000 cows. The fall of the Soviet Union and the economic collapse, however, meant that most of the skilled technicians were unable to resume their duties after 30 years of inactivity. As a result, many of the important tasks, such as artificial insemination, had to be learned anew by the employees. These difficulties, however, will likely become an essential asset to our future efforts in finding insemination and management systems for the new environmental conditions of the 21st Century.

Other than dairy products, the farm was able to sell 40 male beef cattle that the farm had raised during the last two years.

크라스킨스코예는 2016년 10월부터 인근 고아원에 목장의 신선한 우유를 무상으로 지원하고 크라스키노(Kraskino)에 있는 발해의 염주성 한·러 공동발굴단에도 매년 7~8월 우유를 무상 지원한다. 또한 지역 내 유치원에는 할인가격으로 신선우유를 공급한다. 현재 하산군 2곳의 직영매장에서 우유, 치즈, 발효제품 등을 판매하는데 소비자로부터 품질이 우수하다는 평가를 얻었다.

또한 농장 안에 조성한 '안중근 의사 단지동맹비'도 힘써 유지·관리하는데, 이 기념물은 한국인뿐 아니라 조선족 동포와 여름철 바닷가를 찾는 러시아인 등 많은 사람이 찾는 명소가 되었다.

## 2018년 실적

3년째를 맞은 낙농사업은 적은 수태로 인한 번식 차질로 예정한 궤도에 진입하지 못하였다. 적은 출산은 착유량 감소뿐 아니라, 향후 2년간 젖소후보 암송아지 육성과 육우용 숫송아지 비육에도 차질을 낳는다. 소련 시절에는 농장 근처에 2천 두 이상의 대규모 국영목장이 있었는데, 소련이 해체하고 경제기반이 붕괴한 후 거의 30년이 지나며 당시 유능했던 숙련기술자들이 현재는 현업을 담당할 수 없다 보니, 가장 중요한 인공수정 등을 담당직원이 새로 교육받으며 수행할 수밖에 없었다. 이러한 시행 착오는 적합한 번식과 사육관리 시스템을 수립하는 데 오히려 소중한 자산이 될 것이다.





For agricultural products, increased cost efficiency, thanks to the elimination of redundant expenditure, were offset by low yields because of unexpected rainfall during the harvest season. Furthermore, winter oat seedlings, which were tested over the last winter to provide a more diverse source of forage for the dairy cows, were successfully harvested after winter. Successful harvest in next year will allow us to plant the seedlings to be used as dry feed in the third year.

Visa-free travel agreement between Korea and Russia, coupled with the improvements in the inter-Korean relationship, helped increase the number of tourists visiting the Kraskino area and An Jung-geun memorial. The corresponding increase in the number of visitors to the Wisdomplace created a positive drive for our preparations for healing tourism projects.

#### Plan for 2019

The most important task in the fourth year of a dairy farming is implementing a scientific and efficient system for managing the dairy cows and breeding program, which will help improve the business efficiency of the project. A key component of this task is providing an "animal welfare farm," which aims to create a natural and comfortable environment for the dairy cows in the farm setting. Creating such a favorable environment for the untainted nature of Kraskino and the physiological instincts of animals will allow us to produce dairy cows and products far beyond the quality of mass-produced and artificial factory farming methods.

A new direct store will be established in Barabash, which sits in between the urban areas and the Kraskino farm, and cheese deliveries will be implemented in urban areas in conjunction with the expected increase in production. In terms of grass cultivation, the primary focus in this year is assuring a constant

유제품의 가공판매 외에 2년간 비육한 수송아지 40두를 판매했다.

작물재배는 사업비 지출을 줄여 비용 최적화는 달성했으나, 수확 시기에 예년에 없던 잦고 많은 비로 수확량은 적고 품질은 낮았다. 젖소 풀 사료를 다원화하기 위해 겨울호밀을 시험재배한 결과 월동에 성공하여 종자를 수확했다. 2년째도 성공하면 증식한 종자를 심어 3년째는 건초사료로 이용할 것이다.

한·러 무비자 협약과 경색되었던 남북관계 개선으로 한국의 연해주 관광객이 증가하고 크라스키노 지역과 안중근 의사 단지동맹비 방문객이 증가하면서 위즈덤플레이스(Wisdomplace) 이용 수요도 증가해 힐링관광사업 준비에 긍정적인 영향을 주었다.

#### 2019년 계획

4년차 낙농사업의 최우선과제는 젖소를 개체별로 과학적으로 관리하고 효율적인 임신출산 시스템을 구축하여 사업성을 높이는 것이다. 또한 생산성 외에 젖소의 생리적 본성을 중시하고 자연환경과 조화로운 '동물복지형 목장'을 조성하는 것이다. 동물의 생리적 본성을 체쳐두고 생산성만을 앞세운 인위적 사육이 아니라 드넓은 청정 자연환경과 조화로운 목장은 젖소 사육환경뿐 아니라 유제품의 품질도 차별화된 브랜드로 알려질 것이다.

도시와 크라스키노의 사이 바라바쉬에 추가로 직영매장을 개설하고 생산량 증가에 맞춰 도시에도 교민들에게 치즈를 공급할 것이다. 작물 재배는 예측할 수 없는 기상조건의 악영향을 최소화하여 풀사료 공급

supply of grass feed by minimizing the adverse impact of weather conditions.

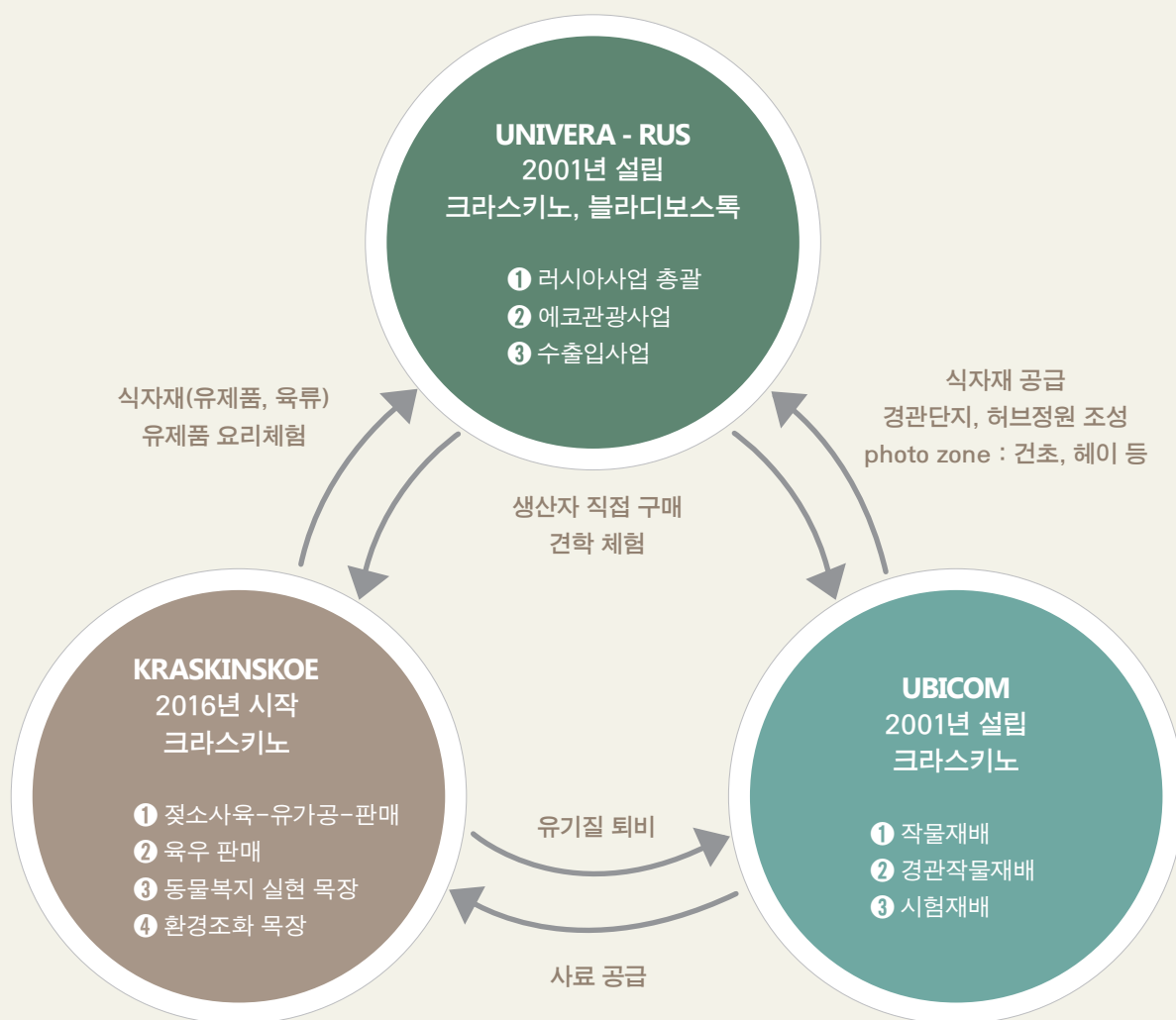
The Wisdomplace management will also be reviewed to cater to the increase in visitors from Korea and the societal attention drawn toward the North Korean borders following the improvement of inter-Korean relations.

All in all, these steps will serve as the basis of the emergence of the sixth industry, which combines the primary industries of agriculture and dairy, the secondary industry of dairy production, and the tertiary industry of tourism for the Wisdomplace.

을 최대한 보장하는 방향으로 영농체계를 재편할 것이다.

증가하는 한국 관광객과 남북관계 발전에 따른 접경지역에 대한 관심에 발맞춰 좀더 많은 사람들이 자연 속에서 힐링을 할 수 있도록 위즈덤플레이스 운영방안도 개선할 예정이다.

‘작물재배-젖소 사육과 유가공 제품 판매-자연 속의 위즈덤플레이스’가 상호 시너지 효과를 내는 6차산업을 러시아에서 열어나갈 것이다.





# Science: A Guidepost that leads us to the Truth

과학: 에코넷 핵심역량

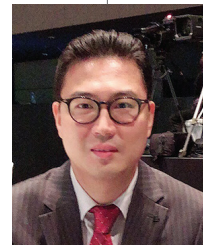




## Hug, the Global Business Leader

글로벌 비즈니스의 선도자, 허그(Hug)

By **Eui Seon Jeong** Manager | Global Business Team, Univera Korea  
글 | 정의선 팀장 | 유니베라 글로벌 영업팀



In Fall 2015, a meeting room was abuzz with vibrant discussions on a new project happening between the Market Development Team and the Strategy Planning Team. This meeting marked a historic update of Univera Korea's 40-year door-to-door sales model and distribution channels: A series of discussions culminated in two new directions for the project (firstly, assisting the traditional door-to-door sales, and secondly, moving toward global business including the Chinese market) and a new brand that would encompass this new distribution channel and products. China's phenomenal population growth, driven by its shift from one-child policy

2015년 가을, 시애틀 회의실은 시장개척팀과 전략기획팀의 신규 사업에 대한 논의로 열기가 가득했다. 40여 년 동안 방문 판매 비즈니스 모델을 고수해 온 유니베라는 변화하는 미래에 대비하기 위해 새로운 유통 채널 발굴이 절실했다. 수 차례에 걸친 논의 끝에 사업의 방향을 크게 2가지(첫째, 기존 방문 판매 사업에 도움이 될 것. 둘째, 중국을 비롯한 해외 글로벌 비즈니스로 나아갈 것)로 정리하면서 신규 브랜드를 개발하여 신규 유통 비즈니스에 적합한 새로운 제품을 기획하기로 했다. 중국은 매년 2,500만 명이 새로 태어나고 '인구가 곧



to two-child policy, resulted in the sizable potential of infant products in the Chinese market, something that Univera Korea, the No.1 aloe company globally, was prepared to capitalize upon with its premium line of infant skincare products. This was the beginning of the Hug brand.

### Characterized by Stringent Standards

As a brand, Hug focused on infant's mother, one of the most stringent customer groups in terms of purchase decision, and this meant that Hug itself had to abide by the stringent standards of quality and safety. This led to Hug using only the patented baby aloe vera as its ingredient and obtaining natural and organic certification in Europe, particularly, from the BDIH (Germany). After nine months of development, the Hug brand was released with the SKU 6EA product (soothing gel, lotion, cream, facial wash, shampoo, sun protection) in June 2009. The journey toward the release was quite a rocky one. An obstacle from an unexpected angle forced us to adopt and improve our approach.

### Unexpected Obstacle: CFDA Permit in China

In order to export cosmetics to China, you should obtain a permit from

경쟁력이라는 정책으로 기존의 한 자녀 정책이 두 자녀 정책으로 확대되는 등 영유아 소비시장이 매우 유망하게 변화했다. 이에 글로벌 NO.1 알로에 기업, 유니베라의 이미지에 부합하는 프리미엄 영유아 스킨케어 출시하는 것으로 의견을 모았다. 이것이 Hug의 시작이었다.

### 허그는 매우 간단한 브랜드

허그의 주 고객은 구매 결정이 까다롭기로 유명한 신생아 영유아의 어머니기에 안전하고 간단한 제품이어야만 했다. 이러한 이유로 첫째, 특허 받은 베이비(새순)알로에를 원료로 사용하고, 둘째, 유럽 천연/유기농 인증(독일 BDIH)을 획득하기로 했다. 2009년 6월, 총 9개월의 개발 기간을 거쳐 SKU 6EA(수딩 젤, 로션, 크림, 워시, 샴푸, 썬크림)로 허그를 출시했다. 출시하기까지 어려움도 많았다. 예상하지 못했던 영역에서 변수가 생겨 수정과 개선이 불가피했다.

### 예기치 않은 시련, 중국 CFDA 위생 허가

화장품을 중국에 수출하려면 중국 CFDA의 승인을 받아야만 하는데, 승인을 얻기까지 보통 1년에서 1년 6개월 정도 걸렸다. 허그의 중국 시장 진출은 기



the Chinese CFDA, a process which takes about 1 to 1.5 years. Since Hug was intended to be exported to China from the get-go, we applied for the CFDA process in September 2016, 3 months after we released the product to the Korean market. There were no hiccups to the process at the start, but the process ran into unexpected obstacles in March 2017: the Chinese government had reacted with trade obstructions to the deployment of the THAAD missile defense system in Korea.

We prepared our basic materials and sent out our samples to the Chinese testing agency, but our samples were held up in customs. Not being able to send the samples over for testing obviously meant that we had no way to get our products certified, and we had to resort to some unconventional solutions to make it work. In October 2017, about 40 UPs of Univera Korea went to a business meeting in Hainan, China, and we asked them to take the samples along. With the cooperation of the Training Planning Team, we were able to ask the UPs to take the samples along, and our samples, divided into 40 packages, were sent over with their luggage to China for testing. Without their help, we would not have had any means of securing tests or certification for our products. Truly, a disaster was averted at the last moment. I want to offer my thanks to the Training Planning Team and the UPs for their cooperation.

확할 때부터 세운 본연의 목표였으므로 한국에서 허그를 출시하자마자 3개월 만에 신속하게 2016년 9월, 중국 위생 허가 절차를 신청했다. 초기에는 별다른 이슈 없이 순조롭게 진행됐다. 그런데 2017년 3월, 예기치 않은 난관에 봉착했다. 한국의 사드 배치에 대해 중국이 대응 조치로 한한령(한류 금지령)을 내리면서 화장품 위생허가 취득에 비상이 걸렸다.

기초 자료를 준비한 후 중국 시험기관으로 제품별로 샘플을 발송했으나 통관에서 막혀 버렸다. 샘플을 시험기관에 보내지 못하는 난감한 상황이 벌어지면서 가능한 루트를 탐색하던 중 해결할 방도가 떠올랐다. 바로 2017년 10월, 중국 하이난으로 연수를 떠나는 40여 명의 유니베라 간부 유포님들이 일명 파이공(代工, 보따리상 운송 방식)으로 샘플을 갖고 가는 방법이었다. 글로벌 영업팀은 교육기획팀의 협조를 얻어 간부 유포님들께 샘플을 짐으로 부쳐주시도록 부탁했다. 이러한 우여곡절 끝에 40 묶음으로 나뉘어 선물처럼 포장한 필요 샘플을 무사히 중국으로 들여갈 수 있었다. 그때 그분들의 헌신적인 협조가 없었더라면 시험이고 뭐고 허가를 받을 수 없었을 것이다. 지금 생각만 해도 아찔하다. 이 글을 빌어 다시 한번 교육기획팀과 간부 유포님들께 진심으로 감사하다는 뜻을 전한다.



### Hug Right Now

After its release in Korea, Hug is being sold in various channels across Korea and the international market. Its distribution in Korea is handled by online platforms, specifically the official online mall ([www.hugalo.com](http://www.hugalo.com)), which handles everything related to the brand. This is a very important part of Hug's international outreach efforts. In terms of the international market, Hug has already been released in the Hong Kong and Taiwanese markets, while our entry into the Chinese market is waiting for the cooperative agreement to be sealed with an established buyer. We have made significant forays into the Southeast Asian market, centered around Vietnam and Indonesia.

### The Hug Vision

Hug was born out of a great vision of realizing 'global success for Univera Korea.' Firmly rooted in our 40-year legacy of success in domestic door-to-door sales, the Hug brand seeks to make Univera Korea an international success by embracing new door-to-door sales and logistics platforms.

### 지금 허그는

허그는 한국 출시 이후 국내외 유통 채널에서 판매한다. 국내에서는 온라인 플랫폼 중심으로 판매하는데, 특히 자사몰([www.hugalo.com](http://www.hugalo.com))의 가격 유지로 브랜드를 철저히 관리한다. 이는 궁극적으로 허그 브랜드의 글로벌 시장 진입을 위한 중요 전략이다. 해외 비즈니스도 이미 시작되어 중화권에서는 홍콩과 대만에 출시했고, 중국 대륙 시장에는 CFDA 위생허가에 따라 BIG 바이어와 협업을 목전에 두고 있다. 또한 베트남과 인도네시아를 중심으로 동남아시아 시장 개척에도 박차를 가하고 있다.

### 허그의 꿈

허그는 '유니베라의 글로벌 비즈니스 성공'이라는 원대한 비전을 갖고 태어났다. 40여 년에 걸쳐 국내 방문 판매 시장의 선두주자로서 입지를 공고히 다져온 유니베라가 더 나은 미래를 만들기 위해 방문 판매 시스템을 진화시키고 신규 유통 플랫폼을 새롭게 구축하고 글로벌 시장에 진출하는 데 프리미엄 영유아 스킨케어 브랜드 허그가 선도자의 역할을 다 할 것이다.

# Go Natural to Win

## 천연물이 이긴다

By **Dong Soo Lee** Director | E-Commerce Team, Univera Korea  
글 | 이동수 부장 | 유니베라 이커머steam



December 2015, the Chairman's orders were clear:

"Develop cosmetics, health functional foods, and other food products using ECONET's natural materials."

"Meet different experts outside the company, engage with the market, and develop products from a new perspective."

"I will not interfere for a year. Do what you will freely."

His understanding lasted much more than a year, and he supported us with great patience to experiment with new things.

2015년 12월 회장님(당시 총괄사장님)의 오더는 간명했다.

"에코넷의 천연소재로 효능을 발휘하는 화장품, 건강기능식품, 일반식품을 개발하라."

"회사 밖에서 다양한 전문가들을 만나고 시장을 만나고 새로운 시각에서 제품을 개발하라."

"그리고 1년간 간섭하지 않겠다. 자유롭게 개발하라"

회장님께서 1년은 물론 그 후로도 충분히 자유롭게 도전하고 실험할 수 있게 인내를 가지고 긴 시간 응원해주셨다.



## What is a good cosmetics?

I was a middle-aged man, who didn't really have much experience with buying cosmetics. It was definitely a new challenge for me. I visited a lot of experts, followed them around to learn about their experience and know-how, and studied cosmetics with books and the Internet for market research. Most market leaders at that time were focusing on easy-to-use, easy-to-apply cosmetics with a good scent but have a harsh feel. This market trend changed with a smartphone application called Whahae (Cosmetics Dissection), which broke down the ingredients in the cosmetic products for the consumers. Whahae's release in 2013 achieved a public interest on the ingredients of cosmetic products, while 2009 legal mandate on ingredient descriptions failed to achieve it.

"What do we do with the natural materials of ECONET?" The answer to this question came in the form of a report, 'Advice to American Cosmetic Companies on entering the Korean Market', released by the United States Department of Commerce in 2016. The advice turned out to be quite simple: "Korean cosmetics market has changed considerably. People no longer buy according to the brand. People buy commodities based on the effect and the reviews."

That gave us a simple conclusion: create cosmetics with unique 'effects' using the natural materials of ECONET.

## 어떤 화장품이 좋은 화장품인가?

화장품을 직접 구매한 경험도 드문 40대 남자에게 화장품 개발은 새로운 도전이었다. 사내의 여러 전문가들을 찾아가 만나보고, 그들을 따라다니며 그들만의 경험과 노하우를 배우고, 인터넷과 책으로 화장품 산업을 공부하며 소비자 트렌드를 분석하기 시작했다. 당시 국내외 화장품 강자들은 피부 자극은 심하지만 사용감, 냄새, 발림성은 좋은 화장품을 만들고 있었다. 그런데 화장품 성분을 해석해주는 화장품 어플(화해<화장품 해부>: Whahae)이 인기를 끌면서 큰 변화가 생겼다. 용기와 단상자에 전성분 표기가 의무화된 2009년엔 큰 변화가 없었으나, 화해 어플이 출시된 2013년부터 화장품 시장은 급변했고 성분에 대한 관심이 크게 늘어나기 시작했다.

'에코넷의 천연물로 어떤 화장품을 만들어야 하는가?' 깊은 고민에 빠졌을 때, 2016년 미국 상무성의 「한국에 진출하는 미국 화장품 기업에 보내는 조언」을 읽게 되었다. 조언은 간단했다. "한국의 화장품 시장은 변했다. 브랜드가 아닌, 효능과 사용후기를 보고 제품을 구매한다."

그 순간 결론은 간단해졌다. 에코넷의 천연소재를 중심으로 '효능'을 내는 화장품을 만들어야 한다고.



## Uniflavin

We narrowed the candidates to five to six materials from ECONET, and Dr. Jo, Tae Hyoung, an expert who served as our mentor from the get-go, recommended for us to try the material, Uniflavin, a compound of bamboo and *Scutellaria baicalensis*. Uniflavin's clinical test with a testing agency showed its potent power toward atopy. Leukotriene and histamine are some of the major compounds causing skin issues, and Uniflavin helped to mitigate the production of these compounds. Aloe had about 70% effect of Uniflavin, too. Based on these experiments, we decided that having enough quantities of Uniflavin and aloe (at least 2%) would give us a chance in the market.

But as with all good projects, we ran into unexpected issues. The cosmetics laboratory of Naturetech found that a Uniflavin quantity of more than 0.1% would be unsuitable for cosmetics (due to changes in color, sediment formation, foul smell, and high costs), and developers with more than 20 years of experience told us that Uniflavin didn't work in concentrations of more than 1%, let alone our goal of 2%.

In the end, we had two samples using 3% or more of Uniflavin and aloe from a company that specializes in soap and has more than 20 years of experience, and a 30-year-old company who collaborated with CNP Cosmetics for performance cosmetics.



## 유니플라본

5~6개 에코넷의 화장품 소재를 놓고 고민하던 중에, 프로젝트 내내 든든한 스승이 되어주신 조태형 박사님께서 가장 효능이 뛰어난 대나무와 황금의 혼합물인 '유니플라본(Uniflavin)'을 추천하셨다. 유니플라본은 임상 기관에서 20명을 상대로 한 실험에서 강한 '아토피' 피부에도 효능이 있음이 확인된 특허소재였다. '류코트리엔(leukotriene)'과 '히스타민(histamine)'이라는 과민성 물질이 각종 피부 트러블의 주원인인데, 유니플라본은 이 물질의 배출을 억제해서 결과적으로 피부 개선을 보인다는 실험이었다. 함께 실험한 '알로에' 역시 유니플라본의 70% 정도의 효능을 보였다. 이 연구 결과를 토대로 유니플라본과 알로에를 충분히(2% 이상) 넣으면 승산이 있다고 판단했다.

그런데 생각지 못한 난관에 봉착했다. 네이처텍 화장품연구개발실은 0.1% 이상의 유니플라본은 화장품 소재로 부적절하다(색이 시간에 따라 점점 짙어지고, 침전물이 생기고, 냄새가 고약하고 비싸다)는 실험 경험을 가지고 있었고, 외부에서 만난 20년 이상 개발 경력을 가진 개발자들 대다수와 대형 OEM 개발회사 역시 2%의 유니플라본 화장품은 커녕 1% 이상도 성공해내지 못했다.

최종적으로 '비누'를 많이 만들어본 경험이 있는 20년 이상 경력의 여성 개발자를 보유한 회사와 차앤박 화장품을 만들면서 다양한 '기능성화장품'을 만든 경험이 있는, 거의 30년 가까운 경력의 회사가 최초로 화장품 제형에 유니플라본과 알로에를 3% 이상 녹인 시제품을 만들어 주었다.

애초에 피부에 가장 강한 효능을 주기 위해 연고나 크림 형태로 만들어서 유효물질이 최대한 오래 피부에 머물러 있게 하고자 했다. 그런데, 대나무와 황금 성분으로 인해 얼굴이 심하게 누렇게 보였고, 옷이나 베개에 많이 묻어 나와 제품으로 출시하기엔 부적절했다. 다시 새로운 제형 실험을 수 개월을 더한 끝에 지금의 '에센스' 형태의 세럼을 만들게 되었다. 지금도 왜 동일 농도의 세럼이 크림보다 덜 묻어나고 덜 누렇게 변하는지는 정확히 알지 못한다. 다만 피부각질층에 스며들어 덜 묻어나는 게 아닌지 추정할 뿐이다.

## 보타니티 플라본 세럼

2018년 4월 10일 출시 이후 '플라본 세럼(Flavon Serum)'은 우리의 목표를 훨씬 넘어 소비자의 뜨거운 환영을 받았다. 실제로 '홍조', '결 개선'뿐 아니라 간단한 '피부 트러블'에도 효과가 있었고, 처음에 우려했던 '알러지' 반응도 매우 낮았다. 또한 걱정했던 냄새에 대한 반응 역시 '용서하기 힘든 냄새'라는 의견보다 '오히려 성분이 좋은 화장품인 것 같다', '진짜 천연성분인 것 같다.'는 의견이 더 많았다. 아내와 장모님도 꾸준히 바른다. 본인들이 피부 변화를 겪었기에 그러할 것이다. 좀 더 피부가 나아질 수 있다면 건널 수 있는 인내의 깊이가 남성과 비교도 되지 않게 여성들이 더 깊은 듯하다.

These samples came in the form of ointments or cream, which allowed them to stay on the skin for extended periods of time. However, their Uniflavin content means that these products made the face yellow when used excessively, along with its tendency to smear on pillows and clothing. After months of testing, we came up with the skin serum product that we have now. We still don't know why the serum isn't worse than cream when it comes to colors or smearing. We only have a hypothesis that being absorbed into the skin may leave less material on the surface.

Our Flavin Serum product, released on April 10, 2018, received great acclaim far beyond our expectations. It was quite effective in treating flushing, wrinkles, simple skin troubles, and the allergic reaction turned out to be much less than we feared. Our other concern with regard to having a foul smell was actually received positively, with customers telling us that 'the serum really seems like a natural product' and 'there must be something different in it'.

I am happy to announce that my wife and my mother-in-law also eagerly use the product, motivated by the changes in their skin after using the product for some time. It seems that women are much more persevering than men when it comes to the effort necessary for achieving a better skin.

Dr. Jo, our 'mentor' for this project, had told us 3 years ago that 'the human body is simply more in harmony with the plants we have lived with for thousands of years, as opposed to the chemicals we began synthesizing only decades ago.' His point seems to be validated by the positive reactions we have seen from our customers. Uniflavin was the most difficult material to use in ECONET, but in the end it showed the most dramatic effect in the shortest amount of time.

Our team for this project was made up of people without any experience whatsoever in the cosmetics business. We read books, surfed the web, and met experts together to create the products that millions can use. Dr. Jo led us on with great patience and passion, while Dr. Lee Yeong Cheol, General Manager Kim, Mi Ran, and General Manager Kim, Hyeon Jin supported us in our numerous experiments and projects. No matter where we were, whether in Byeongcheon, Jincheon, or Seongsu-dong, the discussions and experiments continued. Naturetech and other developers helped us brave the numerous inevitable failures we faced during the process.

Dr. Lee in particular accompanied us to meetings with cosmetics labs and developer meetings to assist us with his expertise. The efforts of these unsung heroes allowed BOTANITY to be established on a trustworthy and scientific basis, and this basis allowed our products to be rated highly in Kakao Makers and Hwahae, the platform for actual users to exchange their own experiences, as well as being highly recommended by the influential Director PI (Pi Hyeon Jeong) and entering the Oliveyoung and LOHB's stores.

We were once again reminded of the simple fact that 'true products' are bound to succeed, even without huge investments in marketing and promotion.

Our project for 2019 includes special cosmetics using other materials like Bakutrol, Soliprin, Immuno 10, and Purinol in addition to Uniflavin.

Finally, I once again extend my humble and heartfelt gratitude to the researchers working tirelessly in the ECONET laboratory.

이 프로젝트 내내 '스승'이 되어 이끌어 주신 조태형 박사님이 3년 전 '합성한 지 수십 년 된 화학물질보다 인류와 함께 수천 년, 수만 년을 살아온 식물이 인간과 훨씬 친숙하다'고 하신 말씀이 수많은 소비자의 경험을 통해 증명되었다. 유니플라본은 에코넷 소재 중 가장 적용하기 어려운 소재였지만 결과적으로 가장 극적인 효과를 단기간에 보여준 소재가 되었다.

이 제품 개발을 함께 한 사람들은 '화장품 산업'에 전혀 경험이 없는 사람들이었다. 오직 책과 인터넷을 통해, 그리고 사내의 전문가와 면담하면서 100만 명이 살 수 있는 화장품 개발에 몰두했다. 조태형 박사님은 언제나 친절하게 그리고 열정적으로 우리를 가르쳐주셨고, 이영철 박사님, 김미란 차장님, 김현진 차장님은 수많은 실험과 도전을 묵묵히 지원해주셨다. 회의와 실험 토론은 병천에서 진천에서 성수동에서 지속적으로 이어졌다. 네이처텍과 외부 개발회사들은 수많은 실패에도 포기하지 않고 새로운 제품개발에 힘을 쏟아주었다.

특히 이영철 박사님은 개발자 미팅도 직접 참여하셔서 열정적으로 도와 주셨다. 이 분들의 헌신적인 도움으로 보타니티(Botany)가 실제 믿을 수 있는 과학적 기초를 쌓을 수 있었다. 이를 통해 '실제 사용후기'가 쌓이는 곳이라고 평가 받는 '카카오 메이커스(Kakao Makers)'와 '화해'에서 최고 점수를 받을 수 있었고, 뷰통령이라 불리는 '괴현정(디렉터 파이: Director PI)'의 선택을 받았고 올리브영(Oliveyoung)과 롭스(LOHB's: 롯데 H&B)에도 입점할 수 있었다.

'진짜배기 제품'은 많은 돈을 쓰지 않아도 빠른 속도로 확산될 수 있다는 평범한 진리를 한 번 더 확인했다.

2019년에는 유니플라본 이외에, 바쿠트롤(Bakutrol), 솔리프린(Soliprin), 이뮤노텐(Immuno 10), 퓨리놀(Purinol) 등 화장품 소재로 소비자의 가려운 곳을 긁어주는 '효능화장품'을 한층 신속하게 개발 출시할 예정이다.

에코넷 연구소에서 오늘도 묵묵히 소재 연구에 몰두하시는 모든 연구원들께 깊은 감사를 드린다.



# The World's Best SOP to Grow Aloe

## 세계 최고의 알로에 재배 SOP

By **Byoung Gug Min** Vice President | SCM Project Center, Univera Korea (Former Head of Aloecorp China)  
글 | 민병국 상무 | 유니베라 SCM프로젝트실 실장, 전 알로콕 중국 법인장



"I think back to a day in February 2009 when I first arrived at Sanya Airport. My time in China began with a disheartening view of flooded farms and factories, but through our combined efforts, we were able to establish aloe farms in Dongfang and Huangzhu areas over the next 10 years."  
(Farewell Speech, October 1, 2018)

I still cannot find the words to describe the sense of hopelessness that we felt when we started planting aloe on the farm around Wanning factory because we had no one to turn to for help or advice despite our wishes to see the project through.

Aloecorp's current Standard Operating Procedure (SOP) for growing aloe was developed using ECONET's 40-year archive of aloe farms worldwide. This SOP, which can very well be called the culmination of ECONET's data and knowledge, served as the instrumental basis of Aloecorp's growth to become a world-renowned aloe plantation.

Starting from the aloe farms in Hilltop Gardens in Harlingen, United States, the archive of aloe growing was systematized in Gonzalez, Mexico, where the aloe farming process was distinguished into individual stages

"2009년 2월 어느 날, 새벽녘에 산야 공항에 도착하면서 중국 생활을 시작했습니다. 홍수로 인해 농장과 공장이 침수되어 아찔한 속에서도 직원들과 협심하여 어려움을 극복했던 일부터 동방(東方)과 황죽(黃竹) 지역에 알로에 농장을 개발하며 중국현지법인을 안정된 기반 위에 올려놓으려고 노력했던 지난 10여 년간의 시간들이 하나 둘 떠오릅니다." (2018년 10월 1일 이임사)

2009년도 말 만녕(萬寧) 시 공장 주변에 있는 1농장에 알로에를 처음 심고 키우면서 지금 하고 있는 방법이 잘못된 것은 아닌지-잘 하고는 싶은데 누구도 가르쳐주는 사람이 없어서 막막했던 느낌은 어떻게 설명이 불가능할 것 같다.

현재 알로콕이 활용하는 알로에 농사 SOP(Standard Operating Procedure: 표준운영절차)는 지난 40여 년간 에코넷이 전 세계적으로 알로에 농장을 운영하면서 정리한 경험과 기록, 이를 바탕으로 한 자료와 노하우를 기준으로 완성한 것으로 알로콕이 세계적인 알로에 기업으로 성장하는 데 밑거름이 되었다.

미국 할링젠, 힐탑가든에서 축적하기 시작한 자료는 멕시코 곤잘레스 알로콕 농장에서 체계화되었다. 알로에 농사의 과정을 단계별로 구분하고 각 과정

CONTROLLED

**STANDARD OPERATION PROCEDURE  
OF ALOECORP DE MEXICO**

Aloecorp de Mexico

Title: <b>Cultivating</b>	Effective date:	SOP Number:
Page 1 of 3	Supersedes issue dated:	TI - FMDIC - 003
Approved by:	Approved by:	Revision: A
Title: <b>Farm Manager</b>	Title: <b>C.O.O.</b>	
Date:	Date:	

**1.0 PURPOSE**

1.1 To eliminate some break over the furrows, avoid the hardening of the ground (because it must remain loose to a correct working of the plant roots) and the ridging, which consists on move up the ground to the stems of the plants to avoid the aeration of the roots.

**2.0 SCOPE**

2.1 This procedure applies to all the personnel involved in Cultivating (Farm Manager, Farm Supervisors and tractor drivers).

**3.0 RESPONSIBILITIES**

3.1 It is responsibility of the tractor driver to check his unit for being in good condition to do this procedure and also make sure that all the equipment is complete and well assembly.

3.2 It is responsibility of the Farm Supervisors to provide the proper tools and indicate the tractor drivers in which areas of the land will be applied this procedure and also monitor and ensure this is fully implemented.

3.3 It is responsibility of the Farm Manager to enforce this procedure for the correct Cultivating in the designated ground.

**4.0 REFERENCES**

4.1 N/A

**5.0 FORMS**

5.1 TI - FMDIC - 003 "Form Register"

5.2 TI - FMDIC - 006 "Concedimiento de Actividades"

5.3 TI - FMDIC - 004 "Reporte de tractoristas"

**6.0 DEFINITIONS**

6.1 N/A

**7.0 PROCEDURE**

CONTROLLED

**Farm Procedures of Aloecorp de Mexico**

Document Number: TI-FMDIC-003, Revision: A Page: 2 of 3

Title: Cultivating

**Equipment and tools**

7.1 High clearance tractor with thin tire (13.6-40).

7.2 Cultivating machine 4 or 6 furrows with double bar.

7.3 Flat grid of 10" wide for the back bar.

7.4 Two chisels by furrow in the front bar.


**Cultivating**

7.5 The tractor is placed in front of the area to plant aligning the cultivating machine with the furrows.

7.6 The tractor is started and goes through the area until compacted soil is loosened.

7.7 This procedure is repeated for all the areas in the land.

NOTE: On rising season or in lands with little slope for irrigation it will be used a single grid of deep cut (Alabama grid) which will allow a faster water flow avoiding ponding.



CONTROLLED

**Farm Procedures of Aloecorp de Mexico**

Document Number: TI-FMDIC-003, Revision: A Page: 3 of 3

Title: Cultivating

**8.0 ATTACHMENTS**

8.1 N/A

**DOCUMENT HISTORY**

REV	DCN. NO.	SECTION/CHANGE	DATE
A	---	ALL - INITIAL RELEASE	---

CONTROLLED

**STANDARD OPERATION PROCEDURE  
OF ALOECORP DE MEXICO**

Aloecorp de Mexico

Title: <b>耕作</b>	Effective date:	SOP Number:
Page 1 of 3	Supersedes issue dated:	TI - FMDIC - 003
Approved by:	Approved by:	Revision: A
Title: <b>Farm Manager</b>	Title: <b>C.O.O.</b>	
Date:	Date:	

**1.0 目的**

1.1 为了避免土地过于坚硬，铲除犁上的硬木块（因为犁的硬木块会保持土壤硬度），同时，把犁上的硬木块移动到犁的侧边位置，避免产生硬木块留在外边。

**2.0 范围**

2.1 本规程适用于所有耕种相关人员（包括农场组长、农场主管和拖拉机司机）。

**3.0 职责**

3.1 拖拉机司机负责检查完成此规程所需拖拉机的运行状况，并保证所有附件完好。

3.2 农场主管负责给拖拉机司机提供所需工作区域，并确保所有步骤严格按照此规程。

3.3 农场组长负责监督记录正确耕作方式并监督此规程的完成情况。

**4.0 参考文献**

4.1 N/A

**5.0 表格**

5.1 TI - FMDIC - 003 "Form Register"

5.2 TI - FMDIC - 006 "Concedimiento de Actividades"

5.3 TI - FMDIC - 004 "Reporte de tractoristas"

**6.0 定义**

6.1 N/A

**7.0 程序**

7.1 拖拉机配备为(13.6-40)的高底架拖拉机。

CONTROLLED

**Farm Procedures of Aloecorp de Mexico**

Document Number: TI-FMDIC-003, Revision: A Page: 1 of 3

Title: Cultivating

**7.0 耕作设备**

7.1 高底架或六速犁内的耕作机。犁的前面应有一个锋利的犁头。

7.2 高底架犁，4或6个犁的犁头。

7.3 宽10英寸的背犁。

7.4 两个犁头在犁的前面。


**耕作过程**

7.5 拖拉机放在要耕作的区域前面，将耕作机对准犁头。

7.6 启动拖拉机，在整个区域耕作，直到犁头的土壤被疏松。

7.7 重复上述步骤直到所有土地都被疏松。

注意：如果在雨季或者排水系统的坡度较小，用一个犁头的犁头，犁的深一些会使排水系统的水流更快。



CONTROLLED

**Farm Procedures of Aloecorp de Mexico**

Document Number: TI-FMDIC-003, Revision: A Page: 3 of 3

Title: Cultivating

**8.0 附件**

8.1 N/A

**DOCUMENT HISTORY**

REV	DCN. NO.	SECTION/CHANGE	DATE
A	---	ALL - INITIAL RELEASE	---

and standardized in accordance with procedure. The current SOP for growing aloe has 12 stages: The two basic tasks for site selection (Selection of soil /Taking of soil samples), three preparations stage for planting (ground preparation / pup selection for planting / planting design), and seven post-planting management stages (cultivation / Fertilization / Irrigation / Harvesting, packaging, and transportation / Weed control / Depupping / Diseases and control).

The SOP was handed to us by Aloecorp in 2010, and we immediately began to think about the ways we could apply the SOP in China. First, we began to exchange e-mails and had discussion with the managers of Aloecorp Mexico, helping each other catch up to speed up the tasks described in the SOP. We conducted different experiments to accumulate sufficient data that we could use to apply the SOP in the different contexts of Hainan. After all, even though Hainan and Gonzalez farms were located at similar latitudes, they differed significantly in rainfall, soil conditions, sunlight, and other significant areas.

Today's aloe farm in China would not have existed without the sweat and effort of Aloecorp China's coworkers, but Aloecorp Mexico's SOP

에 필요한 작업을 정리하여 표준화했다. 알로에 농사 SOP는 과정 전체를 기본적인 12단계로 정리했다. 농장을 선택하기 위한 기초 작업 2단계(Selection of soils / Soil sample talking), 농장 선택 후 알로에 식재 전 준비 업무와 식재 3단계(Preparation of the ground / Selection of pups for plantation / Planting design), 식재 후 관리 7단계(Cultivating / Fertilization / Irrigation / Harvesting, Packaging and Transportation / Weed control / Depupping / Diseases and Control )가 그것이다.

2010년에 알로콧에게서 SOP를 전달받고 농장장을 비롯한 농장의 주요 관리 자들과 알로콧 중국에 이를 어떻게 적용할 것인가에 대해 고민했다. 우선 알로콧의 SOP에 대해 회의나 이메일을 주고 받으면서 공부하고 이해하기 시작했다. 멕시코와 다른 환경과 조건에 대해서는 여러 실험을 통해 데이터를 축적하면서 하이난에 맞는 SOP를 만들려고 노력했다. 이런 노력이 필요했던 이유는 하이난과 멕시코 농장의 위도 등 지정학적 위치는 비슷하지만 토양의 구성과 질이 다르고 강수량, 일조량 등도 달라서 알로콧의 SOP를 하이난에 그대로 적용하기 어려웠기 때문이다.



also played a pivotal role in guiding our efforts in avoiding preventable mistakes. One good example of how we used the SOP in action would be our Dongfang farm project. We found the second farm of Aloecorp China in Dongfang area using the basic procedures provided by Aloecorp SOP, and the SOP went on to guide our efforts in preparing the Dongfang area for planting. The reason why we enjoyed a relatively stable process of development and growth in Dongfang area was that we had Aloecorp's expertise and the SOP to guide our efforts.

#### SOP of Hainan

However, even the most perfect SOP has to be improved and corrected through use and experience. Therefore, Aloecorp China is currently working on improving the current SOP with its experience in the last 10 years as a reference. Simply put, the new SOP will feature the following changes:

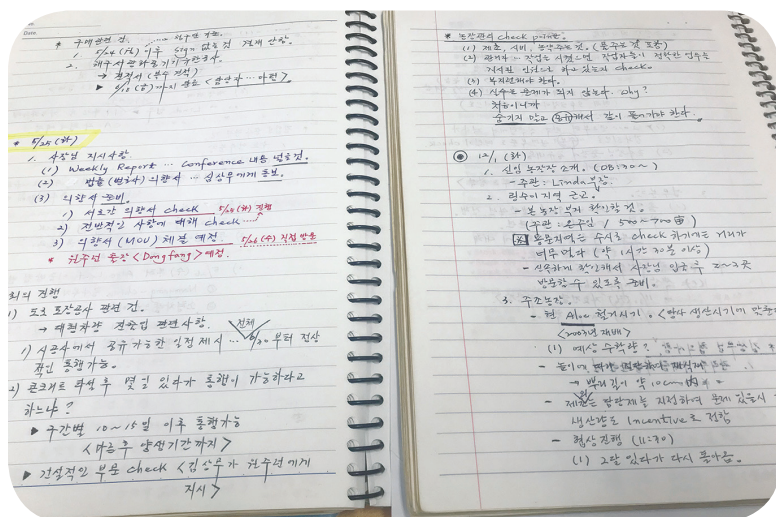
First, the aloe planting design will be adjusted to take into account the different environments of Hainan. The current SOP mandates the interval of 1 m for the furrows and 0.6 m for the aloe rows. The new SOP will change the interval of aloe rows to 0.45 m, thereby improving the ef-

물론 현재 알로콧 중국에서 활용하는 농사 방법은 알로콧 중국의 직원들의 땀과 노력으로 이루어졌다 하겠지만 기본적으로 알로콧의 SOP가 없었다면 체계화하는 데 시행착오가 많았을 것이다. 알로콧 SOP를 활용한 대표적인 경우는 동방농장 개발 과정일 것이다. 알로콧의 SOP가 안내하는 기초 작업을 토대로 알로콧 중국의 제2농장을 동방 지역에서 찾았고, 그 기초 작업을 근거로 동방농장을 개척했다. 동방농장을 개발하면서 시행착오를 줄이고 알로에를 안정적으로 재배할 수 있었던 것도 40여 년의 알로에 재배기술이 집약된 SOP와 알로콧 선배들의 조력이 있었기 때문이다.

#### 알로콧 중국의 SOP

하지만 아무리 좋은 SOP라고 하더라도 실제 재배 경험을 통해 수정하고 보완해야 한다. 현재 알로콧 중국은 지난 10여 년의 알로에 재배 경험을 토대로 기존 SOP를 보완하는 작업을 진행하고 있다. 이를 간략히 정리하면 이렇다.

첫째, 알로에 식재 디자인을 현지 사정에 맞게 조정한다. 기존 SOP는 고랑 간격을 1m로 알로에와 알로에 간격을 0.6 m로 설계하고 있는데 하이난에서는 고



efficiency of aloe harvest and allowing the company to reduce the production costs of aloe per unit.

Second, the new SOP will adjust the aloe planting cycle. Under the new SOP, the planting cycle will be shortened to five years from the existing six-year cycle, which will help reduce soil erosion.

The greatest lesson we have learned from our work with the new SOP was the importance of records and systemization. Even if we make significant improvements in technique through experience, memories fade and do not get shared with the entire farm without systematic record-keeping. If you are too absorbed in problem-solving to provide records and organization, you would not be able to solve the same problems in the future without the same difficulty.

The next task that we must focus on is improving the aloe yield. Considering the current situation in China, aloe farms are likely to face greater acidity as time goes by because of environmental changes and acid rain. As aloe grows best in neutral (pH 7) soil, aloe farming in China can only be sustained when we find ways to mitigate the increasing soil acidization.

랑 간격은 1m로 유지하더라도 알로에 간격은 0.45m로 조정하여 토지를 효율적으로 이용함으로써 단위 면적당 수확량을 높여 제조원가를 낮추는 방안을 제안한다.

둘째, 식재 주기의 조정이다. 기존 SOP에 따르면 6년으로 되어 있는 식재 주기를 5년으로 조정하여 토양의 황폐화를 줄이는 방법을 제안한다.

SOP를 개선하는 작업을 수행하면서 기록과 체계화의 소중함을 절감했다. 경험이 쌓이며 농사 기술이 좋아지더라도 이를 기록하여 체계화하지 않으면 경험은 혼자만의 기억 저편으로 사라지고 농장 전체의 노하우로 발전하기 어렵다는 사실을 실감했다. 당장 문제를 해결하는 데 급급하다가 기록과 정리에 소홀하면, 차후에 비슷한 문제에 맞닥뜨리더라도 우왕좌왕 하게 된다.

앞으로 더 연구하고 정리해야 할 과제는 알로에 수확량 증가 방안이다. 현재 중국 농장의 상황을 고려할 때 토지는 환경의 변화, 산성비의 영향 등으로 시간이 지나면 지날수록 산성화가 심화할 것이다. 알로에는 중성(pH 7) 토양에서 잘 자라기 때문에 산성화하는 토지에 대해 연구하여 개량하는 방법을 찾아야만 알로에를 안정적으로 재배할 수 있을 것이다.

# Ceiba farm in Campeche: the Project to Expand our Process through a Second Farm and Processing Site

캄페체 세이버 농장: 알로콥 멕시코 2단계 비약 프로젝트

By **Ramiro Gallegos** Director of QU & Scientific and Regulatory Affairs | Aloecorp Mexico  
글 | 라미로 갈레고스 품질관리, 연구개발 및 규제 문제 관련 담당 부장 | 알로콥 멕시코



Back in 2015, it was decided that the processing capabilities in Mexico would need to expand in order to keep up with the upward trend of aloe vera growth in the market. As one of the biggest aloe vera raw material suppliers, this would mean that we would meet our processing capability within a few years at our current Aloecorp de Mexico facility in Gonzalez, Tamaulipas Mexico. It was in 2016 that Aloecorp, Inc. initiated the project to expand our process through a second farm and processing site. This would start by scouting for a large enough plot of land to properly farm and supply this future processing site. We knew that we had to meet certain criteria not only meet our processing needs at the new site, but to assure future growth of the company. The criteria included:

- ① Soil Quality
- ② Water quality/Well water availability/Rainfall
- ③ Land preparation cost and expansion
- ④ Demographics
- ⑤ Topology
- ⑥ Employment statistics and wages
- ⑦ Utility availability
- ⑧ Transportation infrastructure
- ⑨ Logistics
- ⑩ Cost of land

Starting with the most important aspect of the land, the soil quality needed to be well balanced and acceptable for the growth of aloe vera. Taking into account that there was already a hand full of small aloe vera leaf growers, it was known that aloe vera could grow well in the areas of

2015년에 시장에서 알로에 베라의 수요가 늘어나고 있는 추세에 발맞춰 멕시코의 가공능력을 확장할 필요가 생겼다. 이는 곧, 전세계에서 가장 큰 규모의 알로에 베라 원료 공급자로서 향후 몇 년 내에 멕시코 타마울리파스 곤잘레스에 위치한 알로콥 멕시코 공장의 가공능력을 높여 목표치에 도달해야 함을 의미했다. 2016년에 이르러 알로콥은 농장 및 가공시설 2호를 구축하는 프로젝트에 착수했다. 가장 먼저 해야 할 일은 향후 제대로 농사를 짓고 가공시설을 운영하기 위해 제법 큰 규모의 토지를 확보하는 것이었다. 새로 마련할 시설은 가공능력을 높여야 한다는 회사의 요구에 부응할 뿐만 아니라 회사의 향후 성장에도 기여할 수 있어야 했다. 즉, 우리의 독자적 기준에 따라 토지를 물색해야 하는 것이다. 이를 위해, 고려해야 할 사항은 다음과 같다.

- ① 토질
- ② 수질 / 우물 이용 가능성 / 강수량
- ③ 토지 개간 비용 및 확장
- ④ 인구
- ⑤ 위치
- ⑥ 고용 현황 및 임금 수준
- ⑦ 공공재 이용 가능성
- ⑧ 교통기반시설
- ⑨ 물류
- ⑩ 토지 가격





the Yucatan peninsula but in very small section due to the land conditions throughout the region. This is mostly due to the rocky surface conditions in all areas of the Yucatan peninsula. For the Ceiba farm, the overall site had the best balance of clay/lime/sand mixture compared to the other sites tested. The pH of the soil was good but some elements of the soil were slightly higher. This can be offset through good farming practices to level them out to a normal range. Elements like iron, magnesium and copper averaged out to be within a normal range. Most importantly, the carbon-to-nitrogen ratio was very good in the rear as it was in the front of the land. The labs risk analysis for crop growth rated the soil at a low risk.

The farm consist of four known water wells throughout the 333-Hectare property that would work well for irrigation of all the land. The wells align with the water aquifers of the Yucatan peninsula that are nearly limitless availability of water. When tested, the water tested with very good water conductivity and well balanced with a pH of 7.5. Mineral content was within normal range and not considered hard water. Potassium was the only cation registered in the high range. Nitrogen and sulfates are borderline from normal to high but was within acceptable values. Its heavy metals tested to be not detectable. Since the area of the Yucatan peninsula rains frequently, the use of irrigation is only needed for 4-5 months of the year. The average rainfall in the Yucatan peninsula is 45 inches per year.

The chosen farm land needed to have sufficient area for future expansion in order to grown aloe vera for many years and supply the processing facility as it expands its capacity. With 333 hectares, the Ceiba farm has plenty of area for growth. We also needed to take into account what activities needed to be done to prepare the land for aloe vera planting such as brush, rocks and deforestation of trees. The land was 85% free of trees and only a minimal amount were removed and kept those trees of significance.

Demographics played a large role in the criteria such as what would be the proximity to the potential processing site, existing leaf vendors, nearby or largest city and proximity to main road in order to transport the harvested leaf to processing site. With the Ceiba farm, all of the above are

토양에 대해 이야기할 때 가장 중요하게 살펴야 할 사항은 토질은 반드시 균형 잡힌 상태여야 하며, 알로에 베라 재배에 적합해야 한다는 점이다. 소규모이긴 하지만 활발히 활동 중인 알로에 베라 잎 생산자가 어느 정도 있다는 사실에서 유카탄 반도에서 실제로 알로에 베라 재배가 충분히 가능하다는 것을 알 수 있다. 하지만, 해당 지역의 특수한 토지 조건 때문에 오직 국지적으로만 생산이 이루어지는 편이다. 특히, 유카탄 반도 전 지역에 걸쳐 표면이 바위로 되어 있다는 점이 크게 영향을 미친다. 세이버 농장(Ceiba farm)의 경우, 고려 대상이었던 타 지역에 비해 전반적으로 진흙과 석회, 모래의 혼합 비율이 가장 이상적인 편이었다. 토양의 pH농도도 나쁘지 않았다. 일부 성분 함유량이 미세하게 높게 나타났을 뿐이다. 이렇게 미미한 정도는 제대로 된 농경방식을 채택하면 보통 수준으로 회복이 가능하다. 철분이나 마그네슘, 구리와 같은 성분의 함유량은 평균적으로 보통 수준을 넘어서지 않았다. 무엇보다 주목할 만한 사항은 토양 내 탄소와 질소의 비율이 매우 좋았다는 점이다. 특히, 토지의 앞쪽보다는 뒤쪽의 비율이 우수했다. 연구소 내부에서 작물 재배와 관련해 작성한 위험 분석에 따르면 해당 토양은 위험 요소가 적은 편이다.

3.3km<sup>2</sup>(333 ha) 규모의 대지에 총 4개의 우물이 있으므로 농장 전반에 걸쳐 관개시설을 구축하기도 용이하다. 이 우물들은 유카탄 반도의 체수층과 연결되어 사실상 거의 무한히 물 공급이 가능하다고 볼 수 있다. 수질을 검사하니 우수한 수분 전도와 평균 수준의 미네랄 함유량을 보였다. 산도는 균형 잡힌 수준인 7.5pH를 유지했고, 경수(硬水)라고 보긴 어렵다. 정상 범위를 벗어난 수치는 칼륨 함유량뿐이었다. 질소와 황산염 함유량은 정상과 높음의 경계에 있었지만 허용 가능한 수준이었고, 중금속은 검출되지 않았다. 유카탄 반도에는 비가 자주 내리는 편이기에 매년 4~5개월 정도만 관개시설을 활용하면 된다. 유카탄 반도의 연평균 강우량은 1,143mm(45 inches)이다.

선정된 농장 부지는 향후 확장이 가능하도록 충분한 규모가 되어야 했다. 다년 간에 걸쳐 알로에 베라 재배를 지속해야 할 뿐만 아니라 자체 수확량이 늘

within 12-14 Km.

As mentioned, the Yucatan peninsula has lower lithosphere material throughout the surface that makes it difficult for a conventional agriculture plantation without proper land preparation. With aloe, we need at least 10-16 cm of depth for a good root system and growth of the aloe vera plant. This meant removing any obstacles the land contained to be able to utilize the vast majority of the land without limitations of steep hills or rocks preventing planning and the time needed for this land development.

Another criterion that was taken into account was that the land needed to be in a location with plenty of agriculture-experienced workforce. These workers are of close proximity to the farm that no bus or shuttle is needed at the moment. Population living near the farm is about 3,000 that live within 10 kilometer distance. The workforce is distributed by the five small towns of Castamay, Xtum, Ticul, Cyal and Tikimul. The wages are in line with the national minimum salary of Mexico.

The utilities of the farm are important but none more than that of the electrical. The property at Ceiba farm consisted of direct connection to electrical grid that was established by the previous owner. As for the water, no need for local city water as the farm had the previously mentioned water wells on site.

A very important question was transportation infrastructure and logistics of the leaf. It was important that the roads used to transport the leaf were in good state that it would prevent leaf trucks from needing to take alternate and longer routes to deliver the leaf to the processing site. This would mean the roads had to be wide enough, sound construction to carry the weight and in good conditions with limited pot holes or other cautionary conditions that might limit the use of the leaf trucks on the road by the transit department. In the state of both Yucatan and Campeche, the government is constantly funding roads-work improvements to attract national and inter-national businesses.

Lastly, the criteria of cost of land. The cost of the land should be at a fair market value and comparable to the local region. The price needed to take into consideration the needed work that the land would need to detail in order to have a well-prepared planting ready farm. This was at the end compared with the three final sites chosen and determined that the Ceiba farm outweighed the other two with the most pros and needed cost of land development vs. cost of the land.

### How did we narrow down to choose the Ceiba farm?

The scouting started in the state of Yucatan. Reviewing numerous sites, it was evident that excess surface rocks would be an obstacle with all the sites. These was one pre-farmed site that offered lots of land with minimal land preparation and checked off many of the criteria including acceptable soil and water quality. It was decided to leave that site open for negotiation while Campeche, that was not as dense with surface rocks, was scouted.

While in Campeche, a number of sites were reviewed but only two checked off the most variables to the list of criteria on the land. For all sites,

어떤 가공 시설도 추가로 구축해야 하기 때문이다. 3.3km<sup>2</sup> 규모의 세이버 농장은 향후 성장을 위한 공간이 충분하다. 고려해야 할 또 다른 요소는 알로에 베라 재배에 앞서 필요한 땅 개간이다. 덩굴이나 바위 제거, 나무 벌목 등을 해야 하는데, 토지의 75%밖에 나무가 심어져 있지 않았기 때문에, 꼭 필요한 나무만 남겨두고 최소한으로 제거 작업을 진행하였다.

인구 통계 정보의 경우, 가공 시설이 들어설 부지와 기존의 알로에 베라 잎 판매자, 근교에 위치한 도시나 대도시, 대로(大路)에 대한 접근성을 파악하는데 많은 도움이 된다. 수확한 잎을 가공 시설로 원활히 운반하기 위해 필요한 정보다. 세이버 농장의 경우, 위에 언급한 모든 지점까지의 거리가 12~14km 내로 파악된다.

이미 언급한 것처럼, 유카탄 반도에는 표면 가까이 암석권이 존재하기 때문에 일반적으로 적절한 수준의 준비 절차 없이 작물을 재배하기란 쉽지 않다. 알로에의 경우, 뿌리를 건강하게 유지하며 작물을 재배하기 위해서는 최소 10~16cm 깊이의 토양이 필요하다. 즉, 부지에 포함되어 있는 모든 장애물을 제거해야만 계획 실행에 방해가 되는 경사/암반 지대 없이 토지 개발에 따로 시간 들이지 않고 대부분의 부지를 활용할 수 있다.

고려해야 할 또 다른 사항은 “농업 경험에 풍부한 노동력을 충분히 공급할 수 있는 지역인가”이다. 노동자는 농장에 쉽게 접근이 가능하기에 지금 상황에서는 따로 버스나 셔틀을 마련할 필요가 없다. 농장 반경 10km 안에 살고 있는 인구는 약 삼천 명이며, 카스타마이(Castamay), 스톼(Xtum), 티쿨(Ticul), 씨알(Cyal), 티키몰(Tikimul), 이렇게 다섯 개의 작은 마을이 산재해 있다. 이 지역의 임금 수준 역시 멕시코 최저 임금과 비슷한 편이다.

전력 이외에도 활용할 수 있는 농장 내 공공재에 대해서도 검토할 필요가 있다. 예를 들어, 이전 소유주가 구축한 전력망으로서 직접 접속로는 세이버 농장의 자산이다. 농업용수의 경우에도, 위에서 언급한 것처럼 부지 내에 우물이 있기 때문에 지역 상수도에 의존할 필요가 없다.

알로에 베라 잎의 운송과 교통기반시설의 문제 역시 반드시 고려해야만 한다. 알로에 베라 잎을 운반할 도로가 최적의 상태로 유지된다면, 가공 시설로 향하는 운송 트럭이 굳이 다른 길로 빠지거나 최단거리가 아닌 길을 선택할 일도 줄어들기 때문이다. 도로는 충분한 너비와 안전한 설계가 보장되어 화물의 무게를 감당할 수 있어야 한다. 도로 요철이 별로 없는 등 도로 상태가 좋을수록 수송팀이 지상으로 알로에 베라 잎을 운반하기도 용이할 것이다. 유카탄과 캄페체 주 정부의 경우, 해외 및 국내 기업 유치를 위해 지속적으로 도로 노면 향상 작업에 예산을 투자하고 있는 상황이다.

마지막으로 고려해야 할 사항은 부지 가격이다. 부지 가격은 공정시장가치를 지녀야 하며, 지역 실정에 맞게 형성되어야 한다. 부지 가격을 결정할 때는 작물 재배에 이상적인 환경을 조성하는 데 필요한 업무까지 모두 고려해야만 했다. 최종 후보로 오른 세 곳의 토지 개발 비용과 부지 가격 모두를 비교/대조한 결과, 다른 두 곳보다 장점이 더 많다는 점에서 세이버 농장이 최종 부지로 결정되었다.



we needed to review land's legal status, land or owner debt/leas, land cost and land preparation costs. We first needed to determine if the sites of interest contained any debts or bank loans that would prevent that purchase of the land. For the Ceiba farm and Yucatan site, they had already been registered for agriculture and animal gain use as its legal status.

Next, followed testing of soil and well water quality. A composite sample of the wells for each site was tested to result in favorable conditions for the use as irrigation water. The Yucatan site also had good water quality, but not as those in the Ceiba farm.

Finally, the Ceiba farm known as Corpus Christi before changing the name along with the Yucatan site and a third site in Campeche were side-by-side evaluated based on the established criteria. Although the Ceiba farm was not the lowest costing, it covered the great majority of the criteria and offered the best potential for Aloecorp de la Peninsula now and for the future.

#### After the purchase and farm plans

These were much work needed in order to prepare the land for planting. This included large rock removal. Although there were significantly much less surface rocks in Campeche than in Yucatan, large rock removal was still needed to be performed prior to prepping the soil for planting. The use of a series of claws into the soil was dragged throughout the first half if the land to lift large rocks from just below the soil level to the surface. The farm does have restriction to removing large trees in order to comply with the UNFCCC Paris agreement in order to prevent deforestation. Luck-

#### 세이버 농장으로 최종 결정된 이유는?

부지 섭외는 유카탄 주를 중심으로 시작되었다. 다수의 부지를 검토하였지만 항상 과도한 양의 지표면 암석이 골치거리였다. 유카탄 주의 어느 농장 부지의 경우, 땅 개간의 필요성이 적고 토질 및 수질이 우수하다는 등 지금까지 언급한 입지조건을 많은 부분 충족하고 있는 것으로 밝혀졌지만 추가 논의가 더 필요하다고 생각했다. 그 와중에, 표면 암석 비율이 유카탄 주만큼 높지 않은 캄페체 주가 새롭게 후보로 떠올랐다.

캄페체에 머무는 동안, 수많은 부지를 방문했다. 하지만, 이들 중 오직 두 곳만이 우리가 원하는 입지조건을 충족하였다. 부지를 선정할 때는 해당 부지의 법적인 상태와 소유주의 부채/대출 현황, 부지 가격, 부지 개발비 모두를 검토해야만 한다. 그래서 가장 먼저 관심이 가는 부지에 부채 혹은 은행 대출이 걸려있는지 확인했다. 이러한 내용을 확인하지 않았다면 차후 부지 구매에 차질을 빚을 수 있기 때문이다. 세이버 농장과 유카탄 부지의 경우, 법적으로 작물/가축 재배 가능 지역으로 등록되어 있었다.

그 다음 절차는 토질 및 수질 검사였다. 세이버 농장의 우물에서 채취한 샘플을 검사한 결과, 관개 용수로 사용 가능한 품질임을 확인했다. 유카탄 부지의 경우, 수질이 나쁘지 않았지만 세이버 농장만큼은 아니었다.

명칭을 바꾸기 전까지 '코퍼스 크리스티(Corpus Christi, 성체축일)'라 불렸던 세이버 농장과 유카탄 주의 부지, 캄페체 주의 또 다른 부지, 이렇게 세 곳으로 선택지를 좁힌 후에 우리가 언급한 모든 입지조건을 충족하는지 하나하나 비

ily for us, much of the land was bare of large trees and the majority of that remained was brush and small trees. Brush and small trees were allowed to be removed but those larger trees like the Ceiba trees, of which the farm is named after and very well known in the state of Campeche, were kept. Of all the criteria items, the Ceiba farm did score low on its existing irrigation system. The system it had was outdated and all the sub-surface lines would need to be replaced. A new irrigation system was quoted for replaced the old one to irrigate about 120 Hectares of planted aloe.

Aloe vera planting consists of various sections. The farm is separated into five sections, sections A through E. Of which, only section A has been planted with are already showing leaf weight of 700 grams on some plants. On February of 2018, we planted 30 Hectares of section A of locally sourced pups to start growth of the plant and re-harvest those new pups in 2019. Currently, there are only 2019 plans for sections B and C. In 2019, it is expected to harvest pups from section A and plant 800,000 pups on section B and C. As for section D, that consists of 40 hectares and is expect to be planted in 2020 as organic. Section E is big enough to be further fractionated but at the moment, there is no need to prep that area of land. It can be taken into consideration the possibility of more organic sections but need to wait for the organic allowed grace period set by the organic authorities.

In 2019, section A of 30 hectares, harvesting is expected to be in the neighborhood of 1.1 million kilograms of aloe vera leaf. We are making plans to process locally with a juice production vendor as a fillet. That fillet will then be transported to our current processing plant in Gonzalez, Tamaulipas for further processing. This will continue until the new aloe vera processing facility in the city of Campeche is completed and ready for start-up.



교/대조하였다. 세이버 농장은 사실 가격 면에서 가장 이상적인 것은 아니었지만, 대부분의 입지조건을 만족했을 뿐만 아니라, 알로코프 데 라 페닌술라 (Aloecorp de la Peninsula)의 현재와 미래 상황을 비추어 볼 때, 가장 발전 가능성이 있다고 판단되는 곳이었기에 최종적으로 선정했다.

#### 부지 구매 이후, 농장 활용 계획

다음의 내용은 작물 재배에 앞서 준비해야 하는 사항에 관한 것이다. 우선, 거대한 암석을 제거하는 것이 급선무였다. 유카탄 주보다야 표면 암석의 비율이 낮긴 했지만, 캄페체 주 부지에서도 여전히 암석 제거와 땅 고르기 작업은 필요했다. 준비 작업이 중반에 이르기까지 토양 바로 아래에 위치한 암반을 표면 위로 꺼내놓는다는 느낌으로 장비를 활용해 암석을 제거하는 지난한 작업을 이어갔다. 추가로, 무분별한 산림 파괴를 제재하는 파리협정 혹은 유엔기후변화협약에 따라 대형 나무의 제거는 쉽지 않다. 우리 입장에서 다행인 것은 대부분의 부지에 대형 나무가 없었다는 것이다. 덩굴과 소형 나무가 주를 이뤘고, 이들은 제거가 가능했다. 한편, 캄페체의 명물인 세이버(혹은 케이폭) 나무와 같은 대형 나무는 남겨두었다. 농장 이름을 세이버 나무에서 따온 점도 있으니까 말이다. 세이버 농장은 모든 입지 조건 가운데 관개용수시설의 활용도와 관련해서는 낮은 점수를 기록하였다. 기존 시설이 워낙 낡은 상태라 지표면 아래의 관을 모두 대체해야 했다. 그 결과, 총 1.2km<sup>2</sup>(120 ha) 규모의 알로에 재배에 필요한 관개용수를 공급할 수 있도록 낡은 관개수로 교체에 필요한 비용에 대해 예산을 마련하였다.

알로에 베라 재배는 부지를 여러 개 구역으로 나누어 실시한다. 농장은 A부터 E까지 총 다섯 개의 구역으로 나누었는데, 이 중에서 오직 A 구역에만 이미 잎 무게 700g에 달하는 알로에 모종을 심었다. 2018년 2월에 0.3km<sup>2</sup>(30 ha) 규모의 A 구역에 세심히 선별한 지역 산 모종을 심고 재배를 시작했으며 2019년에 다시 한 번 새로운 모종을 수확할 예정이다. 2019년 현재 B와 C 구역에 한해 재배 계획을 구상 중이다. 2019년 A 구역에서 모종을 수확하고 난 후에 약 80만 포기의 모종을 B와 C 구역에 심을 예정이다. 0.4km<sup>2</sup>(40 ha) 규모의 D 구역의 경우, 2020년까지 유기농 기법으로 알로에를 재배할 계획이다. E 구역의 경우, 규모가 방대하여 차후 추가로 구획을 정할 수도 있겠지만, 현재로서는 부지를 개발할 계획이 없다. 좀 더 많은 유기농 제품을 생산하는 쪽으로 가닥을 잡을 수도 있다. 하지만, 유기농 인증 기관에서 책정한 유예기간 동안은 어쩔 수 없이 대기해야 하는 것도 사실이다.

2019년, 0.3km<sup>2</sup>(30 ha) 규모의 A구역에서 110만 kg의 알로에 베라 잎을 수확할 수 있을 것이다. 지역 주스 제조업자와 협업하여 알로에 베라 잎을 성형틀에 채워 넣고 현재 운영 중인 타마울리파스, 곤잘레스 가공 공장으로 운반하여 추가 가공할 예정이다. 캄페체 시에 새로운 알로에 베라 가공 시설을 구축/개장하기 전까지는 본 절차를 계속해서 반복해야 할 것이다.

# Unigen Receives Co-Recognition in International Award for Contribution to Chinese Medicine and DNA Barcoding Technology

유니젠, 중국의학 국제공헌상 수상  
DNA 바코딩 기술로

By **Qi Jia, Ph.D.** Chief Scientific Officer | Unigen  
글 | 치 지아 박사, 최고과학책임자 | 유니젠 미국

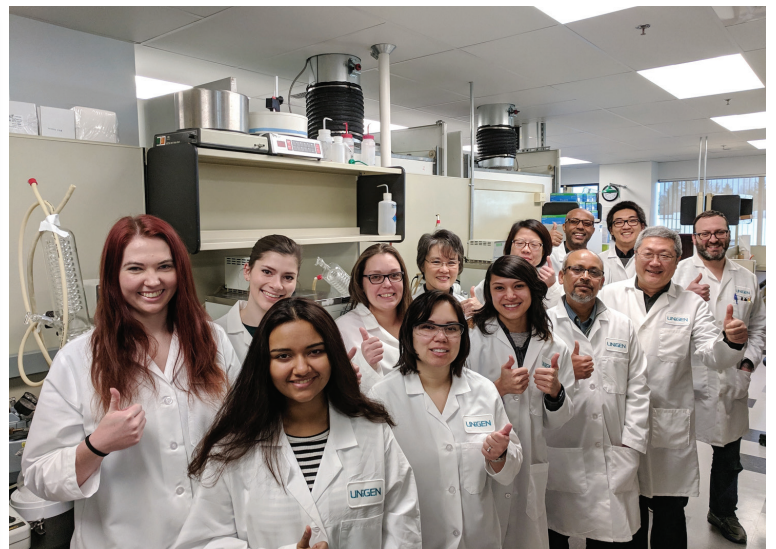


Unigen's exceptional collaborative research on DNA barcoding was recognized as playing a vital role in the *Institute of Chinese Materia Medica* winning first place in the International Award for Contribution to Chinese Medicine. The award was presented December 2018 to the institute in recognition of its outstanding research on DNA barcoding technology and its significant contribution to Chinese medicine. Unigen's meaningful collaboration on this project was honored in the official award certificate.

Unigen is partnering with China's top tier *Institute of Chinese Materia Medica* to complete DNA barcoding of botanicals and marines in Unigen's proprietary PhytoLogix™ plant collection. The 3-year project began late 2016, placing Unigen at the forefront of the industry's pursuit of a suite of botanical identification standards with DNA barcoding data. DNA barcoding is becoming a practical and powerful tool for identifying plants and other biomass to prevent their adulterants in trade and to ensure safety in their use. Unigen will provide botanical samples from up to 8000 plant species to the institute to complete DNA barcoding of two DNA regions: ITS2 and psbA-trnH. Because Unigen's plant collection includes botanical taxonomy, the botanical identification can be established not only by DNA sequence com-

중국의학에 대한 기여도를 바탕으로 수상자를 결정하는 중국의 국제공헌상 시상식에서 협력 단체인 중국약물연구소(Institute of Chinese Materia Medica)가 1위를 수상하면서, DNA 바코딩(DNA Barcoding)에 대한 획기적인 연구를 함께 진행해온 유니젠도 성과를 인정받았다. 지난 2018년 12월, 중국약물연구소는 DNA 바코딩 기술 연구로써 중국의학 발전에 크게 기여했음을 인정받아 이 상의 수상자로 결정되었다. 주목할 만한 점은, 본 프로젝트에 유니젠이 얼마나 의미 있는 기여를 했는지 표창장에 명시되었다는 사실이다.

유니젠은 중국의 일류 연구 기관인 중국약물연구소와 공동으로 유니젠이 구축한 파이토토크스(PhytoLogix™) 식물 데이터베이스에 포함된 육상 및 해양 식물의 DNA 바코딩 작업을 완료하였다. 본 공동 연구 프로젝트는 2016년 말에 시작되어 약 3년간 계속되었다. 이 과정에서 유니젠은 DNA 바코딩 데이터를 바탕으로 식물식별기준을 마련하려는 업계의 추구에 선두주자로 나설 수 있었다. DNA 바코딩은 식물을 비롯한 여러 바이오매스의 식별에 쓰이는 강력하고 실용적인 수단이다. 거래 과정에서 불순물이 섞이는 것을 예방하거나 사용시 안전을 확보하는 데에도 매우 효과적이다. 유니젠은 중국약물연구소에 최대 8,000종의 식물 샘플을 제공하여 ITS2와 psbA-trnH, 이 두 구간의 DNA 바코딩 작업을 완료할 수 있



Unigen was recognized in the award certificate presented to China's Institute of Materia Medica for its work on DNA Barcoding in Chinese herbal medicine. The International Award is for Contribution to Chinese Medicine Achievement Award in Medical Science

중국약물연구소가 받은 표창장에는 유니젠이 중국 약초학에 쓰이는 DNA 바코딩 기술에 어떻게 기여했는지 가 분명히 기록되어 있다. 이 상은 의학 분야 중에서도 특히, 중국 의학의 성과를 기리는 국제상이다.

parison, but also confirmed by traditional botanical identification with microscopic and macroscopic examination. Completion of the project will compliment one of the most extensive global DNA barcoding databases for herbal identification.

DNA barcoding for global plant species identification was first introduced by Canadian biologist Dr. Paul Hebert 15 years ago. DNA molecules from plant, as well as animal and marine species, were selected for sequencing in order to match with global and/or private DNA sequence databases for identification. DNA barcoding research targeted as many as 17 short regions of DNA molecule within the genome located in the nucleus, mitochondrion or chloroplast (e.g., psbA-trnH, matK, rbcL, rpoC1, ycf5, ITS2, ITS).

DNA barcoding as a new technology for botanical identification has its own limitations. It relies on the existence and integrity of the targeted DNA regions in the sample that can be extracted, amplified and then sequenced. The plant harvesting, processing, formulating and storage conditions may not preserve the targeted DNA sequences, plus complicated formulation in finished products may interfere with DNA extraction, which could very well lead to false negative identification of the plant origin or exaggerate the existence of minor amount of

도록 조치할 예정이다. 유니젠의 식물 데이터베이스에는 식물 분류 체계가 적용되어 있기 때문에, DNA 염기서열 비교분석뿐만 아니라 현미경이나 육안 검사와 같은 전통적인 방법으로 식물 식별이 가능하다. 본 프로젝트를 완수하게 되면 약초 식별에 적합한, 사상 최대 규모의 국제적 DNA 바코딩 데이터베이스를 구축하는데 기여하게 될 것이다.

전세계 식물 중 식별에 쓰이는 DNA 바코딩은 15년 전, 캐나다 생물학자인 폴 허버트(Paul Hebert) 박사가 처음 제시한 개념이다. 육상 및 해양 생물 종뿐만 아니라 식물에서 채취한 DNA 분자를 국제적으로 통용되거나 개인이 개별적으로 수집한 DNA 염기서열 데이터베이스의 정보와 짝을 맞추어 식별한다. DNA 바코딩 연구는 핵, 미토콘드리아, 혹은 엽록체에 자리한 유전체 내, 17개 정도의 짧은 DNA 분자 구간(psbA-trnH, matK, rbcL, rpoC1, ycf5, ITS2, ITS 등)을 대상으로 이루어진다.

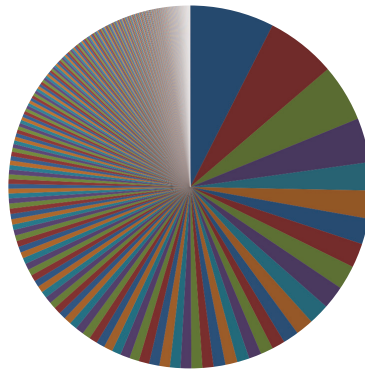
식물을 식별하는 새로운 기술인 DNA 바코딩도 한계는 있다. 샘플 속 대상이 되는 DNA 구간이 추출과 증폭, 염기서열분석에 얼마나 적합한지, 다시 말해, 얼마나 온전하게 보존되어 있는지에 따라 연구 결과가 크게 달라지기 때문이다. 식물이 채취와 가공, 제조, 저장 과정을 거치며, 연구에 필요한 DNA 염기서열이 제대로 보

## Phytologix™ Library

### • COUNTRY ORIGIN

Asia	6950
N. America	2564
Africa	1423
S. America	365
Atlantic islands	251
Others	139
Total:	11,692

• EXTRACTS	15,559
• FRACTIONS	316,800
• COMPOUNDS	610



- ASTERACEAE
- FABACEAE
- MARINE
- ROSACEAE
- LILIACEAE
- LAMIACEAE
- RUBIACEAE

- 440 families & 2940 genus
- 3209 plants listed as food ingredients
- 2646 plants on DSHEA Grandfather list
- 470 plants on FDA GRAS list
- 637 fruits different countries

## Plant Library

- Marine biomass is stored in -70°C freezers
- Ground powder is stored in plastic jar
- Plastic jars are stored in a storage room with temperature at 60°C, and 50% humidity



Two Retains per collect are kept –  
Material as received and the powder after ground

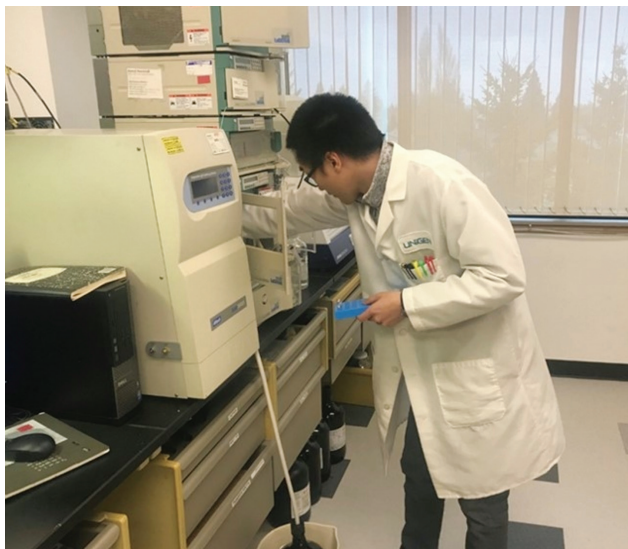


irrelevant biomass. Examples include inert filler or minor contaminants that contain fully preserved genome, easily extracted and amplified. If the botanical origin of the reference material in DNA sequence database is not correctly identified or inaccurate in DNA sequence, then the conclusion could also be wrong. Lack of DNA sequence information in available databases also could lead to disqualify the identity of the authentic plant.

Unigen requires plant materials to be tested and confirmed for authentication with valid and proper method(s) which may include DNA barcoding, if appropriate. There is no “single magic bullet” that applies to different type of plant-based ingredients and products for identification purpose. Good science is critical to develop, evaluate and validate a testing method for its intended use. DNA tests are normally carried by specialized laboratories and cannot be easily adapted at the plant collection filed, storage location and trading stores and manufacturing site. Unigen prefers traditional methods such as botanical taxonomy, microscopic and macroscopic examination, visual and taste identification, colorimetric reaction, instrument methodology targeting specific marker compounds (using TLC, HPTLC, HPLC, UV/VIS, FTIR, LC/MS, GC/MS, NMR) or other methods that can be adopted by the

존되지 않을 수 있다. 또한, 완성품의 복잡한 배합을 고려하면, DNA 추출이 그리 쉽지만은 않다는 것을 알 수 있다. 식물 식별이 잘못 되거나 관계 없는 미량의 바이오매스를 부각시킬 수 있기 때문이다. 추출과 증폭이 쉬운 온전한 유전체를 지닌 샘플이라도 불활성 충전제나 미량의 오염물질을 포함할 수 있다. DNA염기서열 데이터베이스 내 표준 물질의 식물적 기원이 제대로 식별되지 않거나 DNA 염기서열 자체가 부정확하다면, 연구 결과에도 오류가 생길 수밖에 없다. 마찬가지로, 데이터베이스에 DNA 염기서열 정보가 부족할 경우에도 식물 식별에 적합하지 않을 것이다.

유니젠에서는 가능하면 DNA 바코딩과 같은 (여러 가지의) 유효하고 타당한 방법으로 식물 재료를 검사하고 인증하는 절차를 거친다. 각기 다른 식물 기반의 성분과 제품 모두를 식별할 수 있는 ‘단 하나의 해결책’은 없다. 훌륭한 과학은, 원래의 목적에 맞게, 검사 방법을 개발, 평가, 입증할 때 비로소 가능한 것이다. DNA 검사는 보통 전문 연구소에서 이루어지고는 한다. 식물 데이터베이스 저장소나 영업점, 생산시설 등에서는 검사를 진행하기 어렵기 때문이다. 유니젠의 경우, 식물 분류 체계나 현미경 및 육안 검사, 시각과 미각을 기반으로 하는 식별 검사, 비색 반응, (TLC, HPTLC, HPLC, UV/VIS, FTIR, LC/MS, GC/MS, NMR와 같은) 특정 표식



plant farm and the manufacturing site.

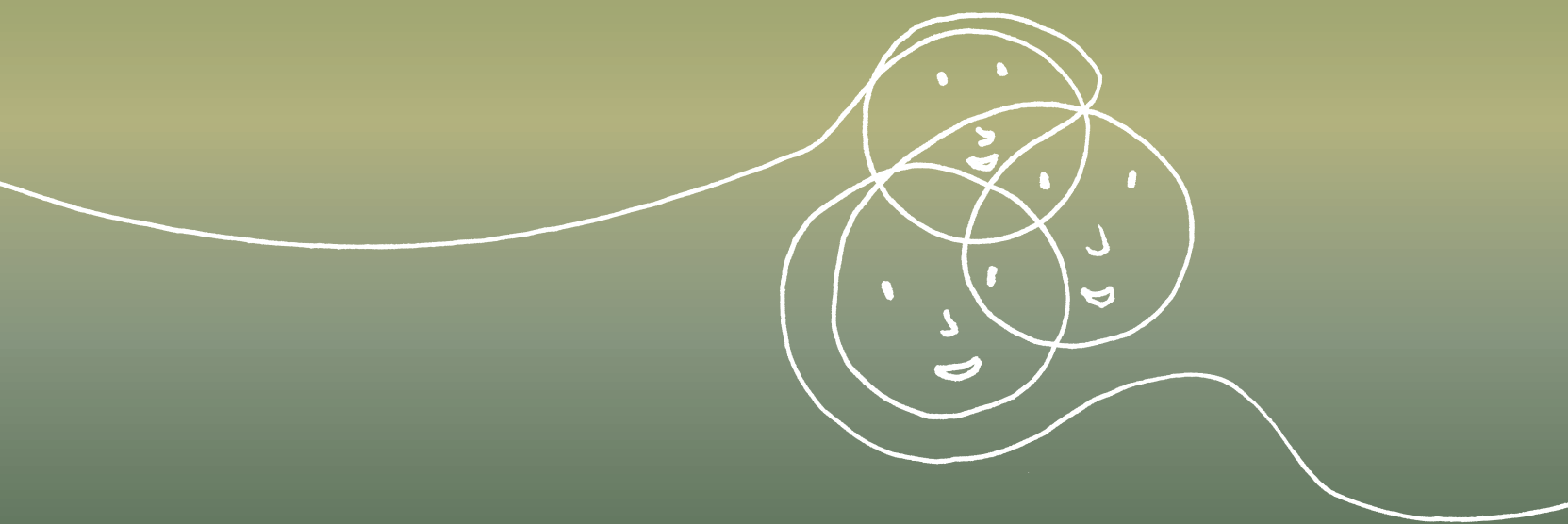
Introducing such a new technology like DNA barcoding initially garnered some controversial results and conclusions. In 2015, the New York Attorney General issued Cease and Desist Letters to GNC, Target, Walgreens and Walmart, with most store brand supplements found to contain contaminants and not identified plants on ingredient labels based on DNA barcoding tests. It was a sharp learning curve both for the DNA barcoding operators, regulatory/political agency, DSHEA industry and general population.

Certainly, DNA barcoding has its value for the species authentication for plants and unprocessed plant material. In near future, DNA barcoding technology will become a validated and routine methodology for botanical origin identification. It will become more and more accepted and utilized. This is due in part because of significant accumulation of DNA sequence data from plants, reduction in equipment costs and improvement for DNA amplification and sequence, as well as increase of awareness and usage of DNA barcoding. Unigen is proud to be a forerunner in the advancement of DNA barcoding in the natural product industry.

화합물을 대상으로 하는 기기 분석법을 포함하여, 식물 재배 농장이나 생산 시설에서도 쉽게 적용이 가능한, 더 전통적인 방법 또한 적극 채택하고 있다.

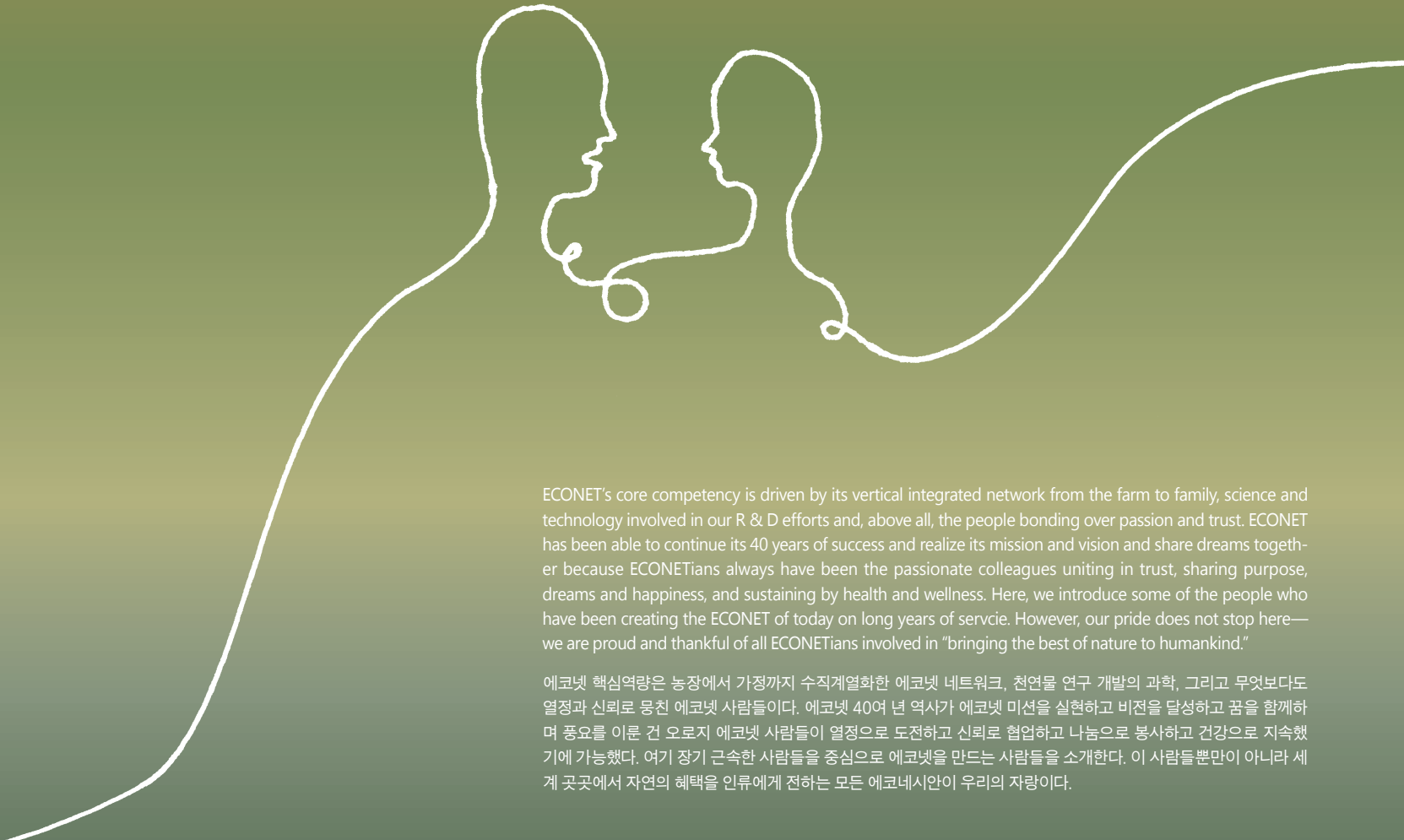
DNA 바코딩과 같은 신기술을 소개할 때 으레 그렇듯, 도입 초창기에는 논란의 여지가 있는 결과나 결론을 마주해야 할 때가 있었다. 2015년에 뉴욕 주 법무장관은 GNC, 타깃, 월그린, 월마트 등 자가 브랜드 식품 보조제를 판매하는 대부분의 기업에 판매정지명령을 내렸는데, DNA 바코딩 검사에 따라 성분 표시 라벨에 불순물이나 미식별 식물을 명시했다는 것이 그 이유였다. 이런 사례는 DNA 바코딩 업체와 규제/정치 기관, 영양보조식품건강교육법(DSHEA) 관련 업계, 그리고 일반 대중에게까지 귀중한 경험이 되었다.

물론, DNA 바코딩은 식물 및 미가공 식물 재료의 종 식별을 가능케 한다는 점에서, 그 자체로도 매우 의미가 있다. 가까운 미래에 DNA 바코딩 기술은 그 유효성이 입증되어 식물적 기원 식별에 빈번히 쓰일 것으로 예상된다. 장비 가격의 절감, DNA 증폭 및 염기서열분석 기술의 향상, DNA 바코딩에 대한 인식 제고 및 사용 증가와 더불어, 식물에서 추출한 DNA 염기서열 정보가 상당량 수집되었기에, 앞으로 이 기술은 더욱더 활발하게 도입되고 활용될 것이다. 유니젠은 천연 제품 산업과 관련해 DNA 바코딩 기술의 발전에 누구보다 앞장서서 기여하고 있다는 점을 매우 자랑스럽게 생각한다.



# ECONETian the Star Bearer

세상에 별을 전하는 사람들



ECONET's core competency is driven by its vertical integrated network from the farm to family, science and technology involved in our R & D efforts and, above all, the people bonding over passion and trust. ECONET has been able to continue its 40 years of success and realize its mission and vision and share dreams together because ECONETians always have been the passionate colleagues uniting in trust, sharing purpose, dreams and happiness, and sustaining by health and wellness. Here, we introduce some of the people who have been creating the ECONET of today on long years of service. However, our pride does not stop here—we are proud and thankful of all ECONETians involved in "bringing the best of nature to humankind."

에코넷 핵심역량은 농장에서 가정까지 수직계열화한 에코넷 네트워크, 천연물 연구 개발의 과학, 그리고 무엇보다도 열정과 신뢰로 뭉친 에코넷 사람들이다. 에코넷 40여 년 역사가 에코넷 미션을 실현하고 비전을 달성하고 꿈을 함께하며 풍요를 이룬 건 오로지 에코넷 사람들이 열정으로 도전하고 신뢰로 협업하고 나눔으로 봉사하고 건강으로 지속했기에 가능했다. 여기 장기 근속한 사람들을 중심으로 에코넷을 만드는 사람들을 소개한다. 이 사람들뿐만이 아니라 세계 곳곳에서 자연의 혜택을 인류에게 전하는 모든 에코네시안이 우리의 자랑이다.

Answer: **Ramos Medina Honorio** Montacarguista, Produccion, Forklift driving, Production | Aloecorp Mexico  
 라모스 메디나 오노리오 포크리프트 운전자 | 알로콧 멕시코  
 Entro trabando 2 de Noviembre de 1990 / Started to work at November 2, 1990 / 1990년 11월 2일 입사

**Q** ¿Cuándo entraste en la empresa, cómo?

When did you enter the company, how?

언제 어떻게 입사하게 되었나?

**A** Yo trabajaba en las algodonerías y le pedí a un amigo que me consiguiera trabajo en Aloecorp, Mi amigo Raul trabajaba en el campo, ahora ya está retirado y Yo aún continúo después de más de 30 años trabajando para Aloecorp.

I worked in a cotton farm and asked a friend to get a job in Aloecorp, the friend is Raul who had worked in the farm and he was already retired, but I still continue to work around 30 years.

옛날에 목화 농장에 일하고 있었는데 알로콧에 다니는 한 친구에게 부탁을 해서 일하게 되었지, 라울이라는 이름의 그 친구는 농장에서 오래 일하다 지금은 은퇴했고 나는 아직 계속 일하고 있어.

¿Cuál fue su actividad la primera vez?

What was the main job at the first time?

처음 맡은 일은 무엇이었나?

Mi primer trabajo fue en campo hacienda labores de corte y carga y en la noche se procesaba entonces pasaba de campo al área de fileteo.

My first job was leaf harvesting in the farm and at night he was processing, then moving from the farm to the filleting area.

처음엔 농장에서 잎을 수확하는 일을 하였고 밤에는 가공하는 작업을 했지. 그러다 농장에서 아예 잎 껍질 제거 작업장으로 옮겼어.

(그때부터 지금까지 같은 공정에서 일하는 있음)

¿Tuviste algún momento interesante? ¿Y cuál fue?

Do you have any interested moment? If yes, what is it?

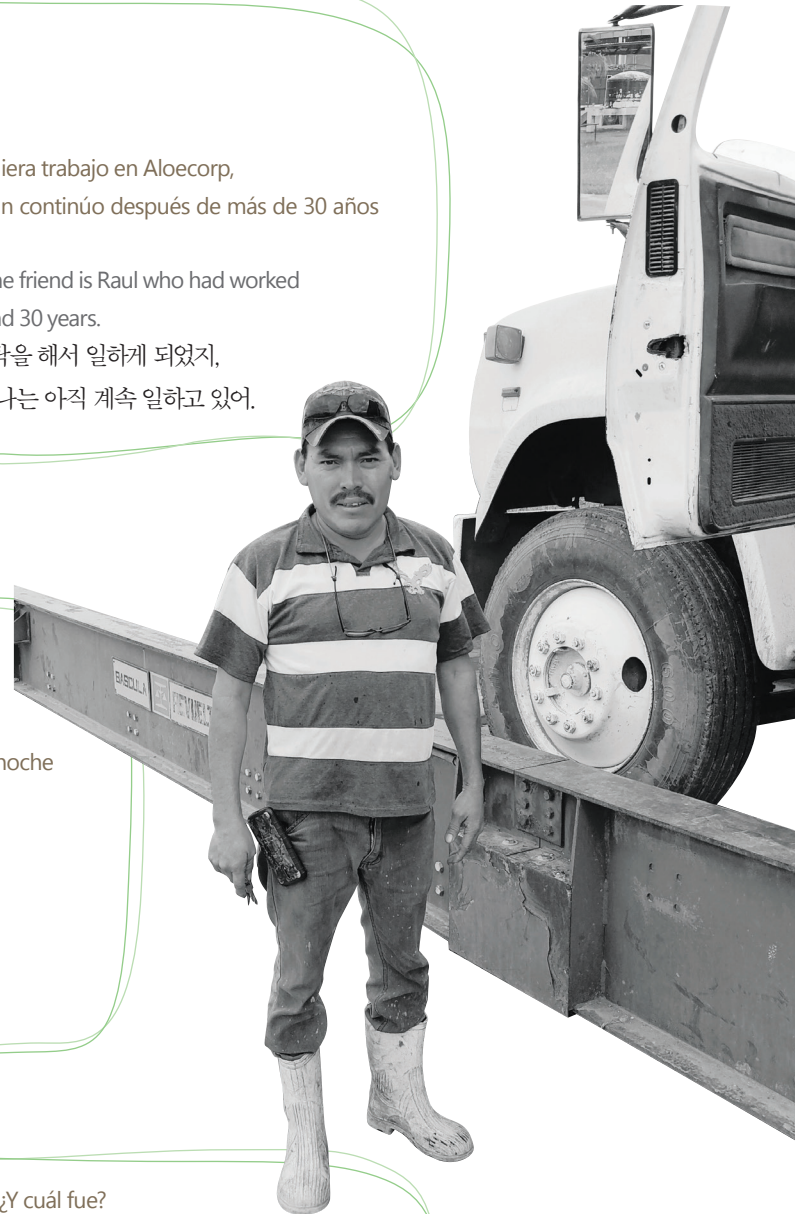
기억에 남는 추억이 있다면 무엇이었는지?

Haber conocido a mi esposa pues ella trabajaba en el área de fileteo.

Having met my wife because she worked in the area of filleting.

내 처를 만난 일, 그녀도 잎 껍질 제거 작업장에서 일하고 있었거든.

(지금은 초등학교 교사)



¿Cuál fue el tiempo más difícil?

When was the time so hard?

무척 힘들었던 때가 있었다면 언제?

Momento duro en mi experiencia es que nunca me dieron el puesto de tractorista aun cuando se estuvo trabajando por mucho tiempo.

Hard moment in my experience is that I was never given the position of tractor driver even when I was working for a long time.

여기서 힘들었던 적은 오랫동안 트랙터 운전 일을 맡지 못했을 때야.

(제거된 일을 옮기는 트랙터 운전일을 원했는데 한참 동안 그 일을 회사에서 주지 않았거든.)



¿Alguna persona que recuerdes? Algún recuerdo de algún incidente?

Any person in your memory? Any remembering incident?

기억에 남는 사람이 있다면? 혹은 기억에 남는 일이 있다면?

Al momento de hacer el cambio de la concentradora sufrí una fractura de mano derecho al realizar una maniobra, ese momento lo recuerdo ahora con una sonrisa.

One time I was moving concentrator, I suffered a fracture of the right hand at this time.

Whenever I remember it, I smile on my face.

기억에 남는 일 하나는, 농축기를 옮기고 있던 중이었는데 작업 중에 잘못해서 오른손을 골절 당했어.

그 때 당황했던 내 모습을 떠올릴 때마다 웃음을 짓게 돼.

¿Por favor, hable de sus compañeros de trabajo! Si tienes algo que decirles, qué es?

Si tienes algún comentarios a cerca de su compartamiento, qué sería?

Please tell about your coworkers! If you have something to tell them, what is it?

If you have another thing for them to take a behavior, what is it?

동료에게 한마디 한다면?

Nunca he tenido ningún problema con compañeros a los que se han ido los recuerdo con respeto y cariño.

I have never had any problem with any companion to those who have left.

I remember them with respect and affection.

일하는 동안 지금은 떠난 동료들과 어떤 문제도 일으키지 않았어.

그 사람들은 존경할 만했고 (함께 하기가) 편안했던 기억이 있지.

¿Qué le gustaría que la empresa hiciera por Usted o por los empleados?

Do you want the company to do for you or employees?

회사가 당신이나 동료들에게 해 주기를 바라는 것이 있다면?

Que no nos falle el trabaja y que haya más trabajo.

That we do not fail the work and that there is more work.

우리는 우리 일을 잘 완수하고 있고 또 (회사가 잘 되어서) 여기 일도 점점 많아져 좋아.

¿Qué querrás hacer en el futuro?

What will you want to do in the future?

미래에 하고 싶은 일이 있다면?

Pensionarme en esta compañía.

I want to retire in the company.

이 회사에서 일을 하다가 은퇴하고 싶어.

Answerer: **Garcia Hernandez Leobardo** Supervisor, Produccion, Supervisor, Production | Aloecorp Mexico  
 가르시아 에르난데스 레오바르도 공장장 | 알로콧 멕시코  
 Entro trabando 25 de Mayo de 1990 / Started to work at May 25, 1990 / 1990년 5월 25일 입사

**Q** ¿Cuándo entraste en la empresa, cómo?  
 When did you enter the company, how?  
 언제 어떻게 입사하게 되었나?

**A** Entre a trabajar en el campo ahí dure alrededor de 5 años trabajando y después me movieron a producción  
 First time, I entered to work in farm department, worked hard around 5 years and then moved to production.  
 처음에는 농장에서 일하기로 하고 들어 왔지. 대략 5년 동안 열심히 일하다가 그 뒤에 공장으로 옮겨서 지금까지 쪽 공장에서 일해.

¿Cuál fue su actividad la primera vez?  
 What was the main job at the first time?  
 처음 맡은 일은 무엇이었나?

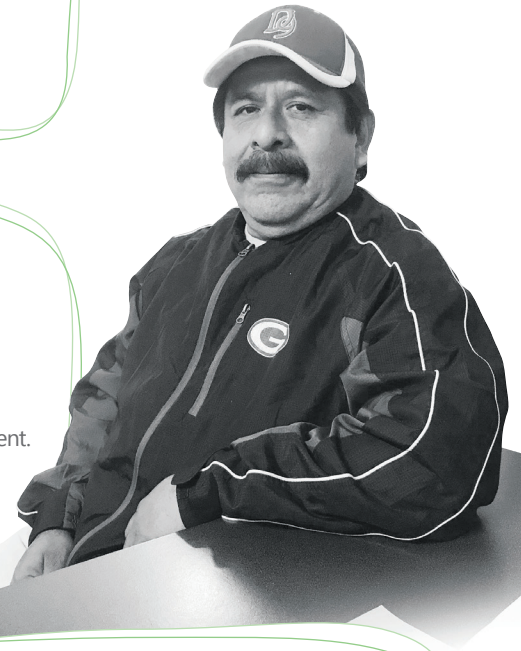
Contador, azadoneo, plantar hijoelo  
 Accountant, hoeing, planting.  
 농장 지출 관리, 쾡이질, 그리고 (알로에) 심기 등이었지.

¿Tuviste algún momento interesante? Y cuál fue?  
 Do you have any interested moment? If yes, what is it?  
 기억에 남는 추억이 있다면 무엇이었는지?

Entre soltero y aquí encontré a mi esposa quien es la señora Ofelia ella trabaja aun aquí en el departamento de Administración  
 I entered single and here I met my wife, Mrs. Ofelia, who has worked in the Administration department.  
 처음 입사할 때는 충각이었다가 여기서 평생의 반려자를 만난 것.  
 오펠리아는 지금까지 함께 회사에서 일하고 있지.

¿Cuál fue el tiempo más difícil?  
 When was the time so hard?  
 무척 힘들었던 때가 있었다면 언제?

Cuando no había transporte viajaban en bicicleta y cuando llovía no podían llegar porque aún no había camino, teníamos que llegar arriba de unas trailas remolcadas por un tractor  
 When there was no transport we commuted by bicycle and even when it rained we should get there because of no road, and there was making the way for few trailers towed by a tractor.  
 교통 수단이 없어서 오토바이로 출근해야 했던 것. 특히 비가 올 때도 그렇게 갈 수밖에 없었지.  
 더구나 길도 없어서 엉망이었는데 그 당시에 트레일러를 위해 길을 만들고 있었어.





¿Alguna persona que recuerdes? ¿Algún recuerdo de algún incidente?

Any person in your memory? Any remembering incident?

기억에 남는 사람이 있다면? 혹은 기억에 남는 일이 있다면?

Mario Zuñiga quien era muy estricto pero nos daba buenos consejos.

Mario Zuñiga who was very strict but gave us good advice.

마리오 수니가, 그 사람은 매우 엄격했지만 좋은 조언을 주곤 했어.

¿Por favor, hable de sus compañeros de trabajo! Si tienes algo que decirles, qué es?

Si tienes algún comentarios a cerca de su compartamiento, qué sería?

Please tell about your coworkers! If you have something to tell them, what is it?

If you have another thing for them to take a behavior, what is it?

동료에게 한마디 한다면?

Solo les mando un saludos a todos tus compañeros por el tiempo que han estado conmigo, por los que se fueron y por los van a llegar.

I just give greetings to all my colleagues for the time.

They have been with me, for those who left and for those who will arrive.

그때의 모든 동료들에게 감사하다고 말하고 싶어.

많은 시간을 함께 했지만 어떤 이는 이미 떠났고 또 어떤 이는 지금 들어 와서 함께 일하고 있지.

¿Qué le gustaría que la empresa hiciera por Usted o por los empleados?

Do you want the company to do for you or employees?

회사가 당신이나 동료들에게 해 주기를 바라는 것이 있다면?

Que sigan avanzado en sus metas y mejorando así todos nos beneficiaremos.

It is that we continue advancing and improving our goals, therefore we will benefit all.

우리가 좀 앞서 가고 우리의 목표를 발전시켜서 그것으로 인해 모두가 혜택을 받았으면 해.

¿Qué querrás hacer en el futuro?

What will you want to do in the future?

미래에 하고 싶은 일이 있다면?

Aguantar hasta pensionarme en buen estado fisico.

Hold my job until my pension in good physical condition.

연금 받을 때까지 건강하게 계속 일을 할 수 있기를 바래.

Answerer: **Sabas Galvez** Master Gardener | Hilltop Gardens  
사바스 갈베즈 정원장 | 힐탑가든

**Q** How and when did you come into the company for some reason?  
언제, 어떻게 입사하게 되었나요?

**A** I started with the company back in 1987 not sure what month. My mother Sara Galvez was working with the company (Vera Product) and wanted me to be a part of Aloecorp. She talked to some people to open door for me. So I started to work at Aloecorp doing field work and got paid \$ 3.35 hrs. I did that for a few years in Lyford and after then I was moved to Harlingen into Aloecorp where I learned more thing as a production processing aloe juice and running concentrator machine and then moved on to spray dryer and also worked 7 days a week. By then I was getting paid \$ 5.35 hrs. I have also worked as a truck driver to move aloe juice from Lyford to Harlingen and have done welding mechanic worked plumbing, chauffeur and a little bit of everything cleaned palm trees. I'm called the handyman throw out the years.

정확한 달은 기억나지 않지만 1987년에 회사에 입사했습니다. 당시, 저의 어머니, 사라 갈베즈(Sara Galvez)는 베라 프로덕트(Vera Product)에 근무하셨는데, 제가 알로콥에 입사했으면 하는 바람을 갖고 계셨어요. 어머니는 회사 사람들과 이야기해 제가 기회를 잡을 수 있도록 도와주셨습니다. 그렇게 알로콥에 입사해 농장에서 시간당 3.35 달러를 받으며 근무하게 되었고, 라이포드에서 몇 년을 일한 다음, 할링겐 알로콥으로 자리를 옮겼습니다. 그곳에서 알로에 주스 생산 과정과 농축기 및 분무기 사용법을 익혔고, 일주일에 7일 내내 근무하였습니다. 그때쯤에는 시간당 5.35 달러를 받았고, 라이포드에서 할링겐까지 알로에 주스를 운반하는 트럭 운전수로도 활약했었습니다. 용접공부터 배관공, 운전수, 야자나무 청소부까지 이런저런 일을 조금씩 했는데 여러 가지 일을 돌보는 잡부로 일했다고 볼 수 있습니다.



What was the main task? How did you learn the work and how did you work with colleague?  
가장 큰 성취감을 느낀 일이 있다면? 어떻게 기여하셨나요?

What are main achievements and how have you been achieved?

I'm very satisfied with all my work with the company. I have learned a lot with the company. 회사에서 진행한 모든 업무에 만족감을 느낍니다. 회사 덕분에 정말 많은 것을 배웠습니다.

When was the hard time and how did you overcome that?

가장 힘들었던 때는 언제였으며, 어떻게 극복했나요?

In July 4, 2017 I had a massive heart attack. I couldn't work for a few months. All my life I have worked for the company. I couldn't find myself. I stayed home. I didn't know anything else but work for this company. But with the help of Hilltop Gardens Family and the help of my wife and family, I was able to overcome my medical issues. I stand tall and proud to say that I'm still a part of the Hilltop Gardens Company.

2017년 7월 4일, 심각한 심장마비를 겪은 적이 있습니다. 그 후, 몇 달간 근무를 할 수 없었습니다. 평생을 바쳐 이 회사에 헌신했기 때문에 집에서 요양하는 동안 일 말고는 뭘 해야 할지 몰랐습니다. 삶의 의미를 찾기 어려웠지요. 하지만, 힐탑가든 가족들과 아내, 친구들의 도움으로 차츰 건강을 회복할 수 있었고, 지금은 건강하게 힐탑가든의 일원으로 남아있다는 데 큰 자부심을 느끼고 있습니다.

When was the happiest moment and how did you share things with people around you?

가장 행복했던 때는 언제인가요? 다른 사람들과 그 기쁨을 어떻게 나누었나요?

I have talked to my colleagues throw out the year that I have spent with Aloecorp and Hilltop Gardens about how I started with the company and how far I have come with the coming. I have met so many people with the company. Some have passed and some have just moved on. I'm glad to say that after 30 years I still here with the company.

알로콥과 힐탑가든에서 보낸 시절 내내 동료들과 참 많은 이야기를 나누었습니다. 회사에 입사하게 된 계기와 그 동안 어떤 일을 해왔는지에 관해서 많은 이야기를 했습니다. 회사 덕분에 많은 사람들을 만났고, 회사를 거쳐가거나 그만 둔 사람도 있었습니다. 입사하고 30년이 지난 지금까지 회사에 남아있을 수 있어서 기쁘게 생각합니다.

Who was the one who enjoyed working with you? Do you have any episode with the person?

가장 기억에 남는 사람은 누구인가요? 그 사람과 관련된 에피소드가 있다면?

I have enjoyed talking and learning from Hector. I don't recall his last name. People like Mr. Lee, Paul Thornton, Jerry Pilgrim, Andres Cruz, Linda Cruz, Edwin Frankie, Aurora, Santo Salinas Jr. , Rosa Rosales, Joseph Kim, Mario Sunor, Benny Espinosa, Jose Carrizales, Juan Saldana, Steven Guzman, Sara Galvez & Jesus Tejerina.

성이 잘 기억나지 않지만 헥터(Hector)라는 이름의 동료와 이야기를 나누는 것을 좋아했습니다. 그에게는 참 배울 점이 많았거든요. 회장님이나 폴 쏘튼(Paul Thornton), 제리 필그림(Jerry Pilgrim), 안드레스 크루즈(Andres Cruz), 린다 크루즈(Linda Cruz), 에드윈 프랭키(Edwin Frankie), 오로라(Aurora), 산토 살리나스 주니어(Santo Salinas Jr.), 로사 로살레스(Rosa Rosales), 김수겸(Joseph Kim) 상무, 마리오 수너(Mario Sunor), 베니 에스피노사(Benny Espinosa), 호세 카리잘레스(Jose Carrizales), 후안 살다나(Juan Saldana), 스티븐 구즈먼(Steven Guzman), 사라 갈베즈(Sara Galvez), 헤수스 테헤리나(Jesus Tejerina) 등도 기억에 납니다.



What would you like to say to colleagues?

회사 동료들에게 하고 싶은 말이 있다면?

I have been 30 years with the company. I learned so much and I have worked with them like family.

They helped my family when I need years back.

회사에서 30년간 일하면서 너무나도 많은 것을 배웠고 이제는 정말 가족 같은 사이가 된 것 같습니다.

몇 년 전, 저희 가족에게 도움이 절실할 때, 회사에서 물심양면으로 도와주기도 했었거든요.

Do you have anything you want to give back to your colleagues?

회사 동료들에게 하고 싶은 말이 있다면?

Work hard and be responsible and set goals and Hilltop Gardens and Aloecorp will stand by you anytime. They work with you all the time.

책임감을 갖고 목표를 설정하고 열심히 일하면 힐탑가든과 알로콥은 언제나 우리의 편이 되어줄 것이라고 생각합니다. 항상 함께 하고 있다는 것을 잊지 말았으면 합니다.

What do you want to do in the future?

향후 계획에 대해 말해달라.

Retire but continue working as a part time.

은퇴한 후에도 시간제로 근무하고 싶습니다.

Answer: **Ernesto Salgado** Commercial Director of Mexico and Latin America Sales | Aloecorp  
 어네스토 살가도 영업부장 | 알로콥

**Q** When, how and why you started working at this company?  
 언제 어떻게 입사하게 되었나?

**A** Empecé a laborar en Aloecorp a mediados del año 1989 en departamento de Control de Calidad. Para mí fue buena oportunidad para ejercer mi profesión en una compañía enfocada a procesar aloe Vera ya que siempre me intereso el área de productos naturales en la extracción y caracterización de Fito componentes para su aplicación en productos que fueran benéficos para una buena salud lo cual el aloe lo cumple.

I started working at Aloecorp in the middle of 1989 in the Quality Control department. For me it was a good opportunity to practice my profession in a company focused on processing Aloe Vera since I was always interested in the area of natural products in the extraction and characterization of Fito components for its application in products that were beneficial for good health, which Aloe meets him.

1989년 중반부터 알로콥 품질관리부서에서 일을 시작했습니다. 저는 항상 천연제품 분야와 건강에 유익한 제품에 응용되는 천연 성분 추출과 특성 분석에 관심이 많았기 때문에 건강에 좋은 알로에 전문 회사에서 일하게 된 것을 좋은 기회라고 생각했습니다.

What has your job main position been for last 10 years?

지난 10년 동안 어떤 직책을 주로 맡으셨나요?

Durante los últimos diez años he estado al cargo de las Operaciones en nuestras instalaciones de México.

During the last ten years I have been in charge of Processing Operations in our facilities in Mexico.

Recently in Sales Department as Commercial Director for Latin America.

지난 10년 동안 저는 멕시코 공장에서 생산업무를 담당했고 최근에는 라틴아메리카 영업부의 영업부장으로 근무하고 있습니다.

How did you learn it?

어떻게 배우셨나요?

El haber trabajado como gerente del Departamento de Control de Calidad por tres años me permitió adquirir la experiencia necesaria en lo referente a los parámetros de calidad necesarios para garantizar la calidad e inocuidad del producto elaborado en México el cual era enviado a la planta de Harlingen, Texas para su posterior transformación en los diferentes productos finales, tanto líquidos como polvos.

Having worked as a manager of the Quality Control Department for three years allowed me to acquire the necessary experience in relation to the quality parameters necessary to guarantee the quality and safety of the product made in Mexico which was sent to the Harlingen plant. Texas for its subsequent transformation into the different final products, both liquids and powders.

3년 동안 품질관리본부에서 관리자로 일하면서 제품의 품질과 안전을 보증하기 위해 필요한 품질 변수에 관련한 경험을 축적했습니다. 우리 제품은 멕시코에서 텍사스 주 할링겐 공장으로 보내져 추가 공정을 거친 후 액상 및 가루 형태의 최종 제품으로 완성됩니다.



and how you worked it with your colleagues?

회사 동료들과는 어떻게 일하고 계신가요?

Siempre trabajando en equipo:

Estableciendo los objetivos y metas comunes creando y manteniendo un fuerte sentido de pertenencia a la empresa, motivando la responsabilidad y el compromiso mutuo en el cumplimiento de nuestras metas.

Always working as a team by establishing common objectives and goals creating and maintaining a strong sense of belonging to the company, motivating responsibility and mutual commitment in the fulfillment of our goals.

우리는 항상 팀원으로서 동일한 목적과 목표를 세우고 회사에 강한 소속감을 느끼며 목표를 달성하기 위해 책임감과 사명감을 가지고 함께 일하고 있습니다.

What is your major achievement? How did you achieve it?

가장 큰 성과는 무엇이었고 어떻게 달성하셨나요?

Uno de los logros que han impactado en su eficiencia operativa a la industria de manufactura de aloe Vera a nivel internacional ha sido el mecanizar el proceso de extracción de filete interno por medio de las maquinas fileteadoras de rodillos y navajas y me agrada en compartir que esta mecanización tiene su origen en Aloecorp de México en 1994-1995 y me toco participar en el desarrollo del prototipo y su posterior fabricación en serie.

La industria del aloe para extracción de filete interno, anteriormente usaba los métodos de fileteo manual o bien el uso de máquinas Thomson las cuales eran mucho muy difíciles de mantener en operación ya que contaban con partes internas que fácilmente se averiaban y se descalibraban constantemente atrasando el proceso y dando rendimientos productivos muy bajos.

One of the achievements that have had an impact on the operative efficiency of the aloe Vera manufacturing industry at the international level has been the mechanization of the process of extraction of internal fillet by means of the filleting machines of rollers and knives and I am pleased to share that this mechanization has its origin in Aloecorp de México in 1994-1995 and I have to participate in the development of the prototype and its subsequent manufacture in series.

The industry of the aloe for extraction of internal fillet, previously used the manual filleting methods or the use of Thomson machines which were very difficult to keep in operation since they had internal parts that easily broke down and were constantly decalibrated and slowing down the process and giving very low productive yields.

세계 알로에 생산업계의 운영 효율성에 영향을 미친 우리의 성과 중 하나는 롤러와 나이프로 된 필레 기계를 이용해서 알로에 이파리 속, 겔을 추출하는 공정을 도입한 것입니다. 이러한 공정이 1994~1995년 멕시코 알로코프 공장에서 시작되었다는 것을 자랑스럽게 생각합니다. 기존에 알로에 이파리 속, 겔 추출은 수작업이거나 톱슨 기계를 사용했었지요. 그런데 톱슨 기계는 부품 고장이 잦아 연속 작업이 어려웠습니다. 속도는 느리고 생산성이 매우 낮아 매우 불편했습니다.

이후 프로토타입 개발과 제작에도 참여했습니다.



Q

When was the most difficult times?

가장 힘들었던 적은 언제였나요?

A

Dos de los mayores tiempos difíciles nos los ha ocasionado la madre naturaleza y estos han sido:

La helada de 1989 en el Valle de Texas y la inundación del río Panuco en 2008 experimentando en ambas la devastación de nuestras plantaciones de aloe Vera.

Two of the greatest difficult and sad times have been caused by Mother Nature and these have been: The frost of 1989 in the Valley of Texas and the flooding of the Panuco River in 2008 experiencing in both the devastation of our aloe Vera plantations.

가장 힘들고 슬펐던 것은 자연 재해로 인한 피해였지요. 1989년 텍사스에 닥쳤던 냉해와 2008년 멕시코 파누코 강에 홍수가 나서 농장이 황폐화되었던 적이 있습니다.

How did you overcome?

어떻게 어려움을 극복하셨나요?

Toda las afectaciones y problemas se superan implementando correctamente las estrategias diseñadas por la Alta Dirección para reducir riesgos de recurrencia sin temor a empezar de nuevo cuando se tiene el compromiso de proveer lo mejor de la naturaleza a la humanidad.

These affectations were overcome starting again the restabilization of our aloe plantations implementing the strategies designed by the Senior Management to reduce risks of recurrence without fear of starting again always bearing in mind the commitment to provide the best of nature to humanity.

처음부터 다시 시작해야 한다는 두려움을 떨쳐내고 경영진이 세운 위험 감축 전략을 따라 알로에 농장을 재건했고 자연의 혜택을 인류에게 전한다는 사명감을 항상 마음에 새겼습니다.

When was the happiest or best time?

가장 행복했거나 최고의 순간은 언제였습니까?

Estar presente en la iniciación de las instalaciones operativas en México en 1990 y participar en el proyecto de las nuevas instalaciones durante el periodo 2009-2010.

Be present at the initiation of the operational facilities in Mexico in 1990 and participate in the project of the new State of the Art facilities during the period 2009-2010.

1990년 멕시코 생산 시설 준공 현장에 참석했을 때와 2009~2010년에 첨단 시설 프로젝트에 참여했을 때입니다.



Who do you most remember?

가장 기억에 남는 사람은 누구인가요?

Chairman Mr. Yunho Lee

To whom I always remember with deep appreciation and gratitude is Chairman Mr. Yunho Lee

저는 항상 이연호 회장님을 감사하는 마음으로 기억하고 있습니다.

Who is the person and what is the story?

그분이 누구이며 어떤 스토리가 있나요?

La historia misma de Aloecorp

He is the very history of Aloecorp

회장님은 알로콧의 산 역사입니다.



What would you like to say to your colleagues and what do you wish for them to do?

회사 동료들에게 하고 싶은 말이나 바라는 점이 있다면?

Que siempre tengan presente que alguien en algún lugar del mundo recibirá a través de nuestro esfuerzo y dedicación los beneficios del aloe Vera y quiero que tengamos presente nuestro compromiso de dar lo mejor de la naturaleza a la humanidad.

Always keep in mind that someone somewhere in the world will receive through our effort and dedication the benefits of Aloe Vera and I want us to keep in mind our mission to bring the best of nature to humanity.

우리가 항상 노력과 헌신을 투여한 알로에 제품이 세계 어느 곳 누군가에게 유익하게 쓰이고 있다는 사실을 잊지 말고 자연의 혜택을 인류에게 전하자는 미션을 명심했으면 좋겠습니다.

What work do you want to do in the future?

앞으로 이루고자 하는 게 있다면?

Con plena certeza de la calidad y pureza de nuestros productos quiero maximizar el alcance y su disponibilidad en México y America Latina por medio de su comercialización la cual no tengo duda que será ampliamente reconocida y aceptada.

With full certainty of the quality and purity of our products, I want to maximize the reach and its availability in Mexico and Latin America through its commercialization which I have no doubt will be widely recognized and accepted.

우리 제품의 품질과 순도를 확실히 보장하여 멕시코와 라틴아메리카 유통을 최대로 늘리고 싶습니다.

저는 우리 제품이 널리 사랑 받으리라는 것을 믿어 의심치 않습니다.

What is the vision of company in the future?

향후 회사의 비전은 무엇인가요?

Mantener su liderazgo en el mercado internacional basando su éxito en su fuerte orientación a la satisfacción del cliente.

I see Aloecorp maintaining its leadership in the international market basing on the purity, excellent quality of its products and its strong orientation to customer satisfaction.

알로콧 제품의 뛰어난 순도와 품질을 유지하고 고객 만족을 최우선으로 하여

세계 시장에서 선두를 유지하는 것입니다.

Answerer: **Wenwen Ma Ph.D.** Vice President of Operations | Unigen  
 윈윈 마 부사장 | 유니젠

**Q** When, how and why you started working at this company?  
 언제 어떻게 입사하게 되었나요?

**A** I started working at Unigen in 2004. I had heard that Unigen was developing products based on R & D of natural product which has been my lifetime interest.  
 2004년에 유니젠에 입사했습니다. 천연물을 연구·개발하여 제품을 생산하는 데 매력을 깊게 느꼈습니다. 오랫동안 제 관심사였기 때문입니다.

What has your job main position been for last 10 years, how you learned it, and how you worked it with your colleagues?

주 업무는 무엇이었나요? 그 과정에서 무엇을 배우셨나요? 또, 회사 동료와 어떻게 일했습니까?

I started at QCQA in 2004 and then became involved in Operations in 2014. There are many challenges in term of technical, regulatory and customer requirements. No school can prepare one for all the challenges in the job. It is critical to keep up with the new developments in science, technology and regulation. I have been very fortunate to work with a dedicated and talented group of former and current QCQA, Manufacturing, SCM teams and several key suppliers and contract manufacturers, particularly Unigen Korea and now NatureTech. I value and count on their support to accomplish all tasks small or big.

2004년부터 QC/QA팀에서 근무했고, 2014년에는 운영본부에 합류했습니다. 기술 문제나 당국의 규제, 고객의 요구 등을 충족하는 과정에서 수많은 도전과 마주쳤어요. 학교에서 배운 것만으로는 이런 도전 과제를 해결할 수 없었기에, 항상 과학과 기술, 규제 분야의 개발 현황을 예의주시하였습니다. 품질관리·보증팀, 생산팀, SCM팀을 거쳐갔거나, 현재 근무하는 성실하고 재능 있는 동료들과 함께 할 수 있어서 아주 운이 좋았다고 생각합니다. 또한, 유니젠 한국이나 네이처텍 같은 주요 공급업체나 위탁전문회사와 협력할 수 있어서 좋았습니다. 업무의 규모가 크던 작던 관계없이, 이들의 전폭적인 도움과 지지 없이는 실적을 내기 어려웠을 것입니다. 항상 감사하게 생각하고 있습니다.



What is your major achievement? How did you achieve it?

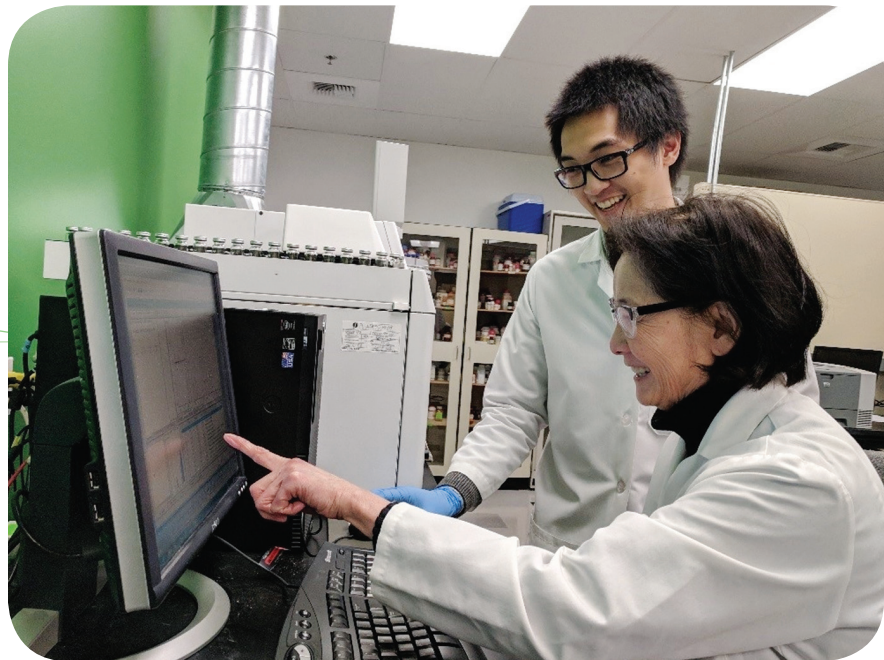
주요 성과는 무엇이고 어떻게 달성하셨나요?

Our products are known for their high quality. Unigen, Unigen Korea /NatureTech QCQA, Manufacturing and SCM team have achieved ZERO single product failures caused by quality and manufacturing in the past 14 years or more.

As part of QCQA and Operations, and working with R & D side by side, we have supported the development of many products including Univestin, Nivotol, Bakutrol, and AmLexin. With Regulatory & Clinical, we have filed the Product Master File (PMF) of Univestin, Loesyn, and AmLexin with Health Canada. With former QA of Unigen Korea, we have raised the GMP level of our key raw material suppliers. With the former Unigen Korea teams, we successfully passed FDA inspection and customer audits. With the Sales and Marketing team, we have supported our customers with technical information and Chemical, Manufacturing and Quality Control (CMC) documents. With the strong support of management, we have established a solid quality system and built up a highly effective QC lab.

저희 제품은 품질이 우수하기로 유명합니다. 유니젠과 유니젠 한국, 네이처텍의 품질관리·보증팀과 생산팀, SCM팀은 지난 14년 여 동안, 단 한 번도 결함이 있는 제품을 출시하지 않았습니다. 혹 있었다 해도, 품질이나 생산 문제로 인한 것은 결코 아니었죠.

품질관리·보증팀과 생산팀 소속으로, 연구팀과 협력하여 유니베스틴(Univestin), 니비톨(Nivotol), 바쿠트롤(Bakutrol), 암렉신(AmLexin) 등 수많은 제품 개발에 참여했습니다. 법규·임상(Regulatory & Clinical)팀의 지원을 받아, 캐나다 보건 당국과 공동으로 유니베스틴과 로에신(Loesyn), 암렉신의 제품표준서(PMF: Product Master File)를 작성했습니다. 전 유니젠 한국의 품질보증팀과 함께 주요 원료 공급업체의 의약품제조품질관리기준(GMP)을 개선하였고, 또한, 유니젠 한국의 여러 팀과 공동으로 FDA 심사 및 고객 만족도 감사를 무사히 마칠 수 있었습니다. 영업팀 및 마케팅팀과는 제품에 대한 기술 정보뿐만 아니라, 화학, 생산, 품질관리(CMC) 관련 서류를 제공함으로써 성공적으로 고객을 만나고 있습니다. 끝으로, 경영진의 전폭적인 지지 덕분에 탄탄한 품질 관리 체계 및 효과적인 품질관리연구소를 구축할 수 있었다고 생각합니다.



When was the most difficult times? How did you overcome?

힘들었던 때는 언제였으며, 어떻게 극복하셨나요?

I was hospitalized 3 times in 2016 and unable to walk more than a hundred feet. Thanks to modern medical science, the doctors and the support from Unigen, friends and family I was able to recover. I also have to thank the VPN, my laptop and iPhone which allowed me to continue working with the suppliers, customers, sales, QC and others from my hospital bed and home and kept my mind busy during the difficulty time!

2016년에 세 차례에 걸쳐 병원 신세를 졌습니다. 30미터도 걷지 못할 정도로 아픈 상태였습니다만, 눈부신 현대 의학과 유니젠의 전폭적인 지원, 의사 선생님과 가족, 친구들 덕분에 건강을 되찾을 수 있었습니다. 병원과 집을 오가며 침대에 누워있는 중에도, VPN과 노트북, 아이폰을 이용해 공급업체와 고객들과 소통하며 영업이나 품질관리 등 관련 업무를 계속했습니다. 힘든 시절이었지만 바쁘게 지내면서 심란한 마음도 안정될 수 있었습니다.

When was the happiest or best time? How did you share the moment with others?

행복한 때는 언제였나요? 다른 사람들과 어떻게 나누었나요?

When Unigen reached the sales of \$25 Million in 2007 ... when Unigen Korea passed the FDA GMP inspection and was highly praised by the inspector ... when we passed the tough and length Perrigo audit ... when Chinese regulatory approved the Nivitol registration ... when Michael Zahn had his second baby ... when Thao Hong get married, ... we celebrated together for all these happy moments!

2007년에 유니젠이 총 매출 2천 5백만 달러를 기록했을 때입니다. 유니젠 한국이 FDA GMP 심사를 통과하였고, 심사담당자로부터 굉장한 호평을 받았을 때도 기억에 남습니다. 길고 지난했던 페리고(Perrigo)사의 감사를 끝냈을 때와 중국 규제기관이 니비톨(Nivitol) 등록을 승인했을 때도 무척 기뻐했습니다. 마이클 잔(Michael Zahn)이 둘째를 가졌을 때도, 타오 홍(Thao Hong)이 결혼식을 올렸을 때요. 인생에서 가장 행복한 순간을 함께 모여 축하할 수 있어서 좋았습니다.

Who do you most remember? Who is the person and what is the story?

기억에 남는 사람은 누구이며, 그 사람에 대해 설명해 주세요.

Thao Hong, Dr. Mijeong Jeong, Michael Zahn, Dr. Kang Woo Lee, Jaeho Yoo and many other former QC and Manufacturing team members of Unigen and Unigen Korea. We sweated and celebrated together for each method development, each QC test, every production, all regulatory inspections and customer requirements.

타오 홍, 정미정 박사, 마이클 잔, 이강우 박사, 유재호 님을 비롯하여, 유니젠과 유니젠 한국 품질관리 팀 및 생산팀에서 근무했던 모든 분들이 기억에 남습니다. 새로운 생산기법을 개발하고, 품질관리 검사를 진행하고, 제품을 생산하고, 관리 당국의 심사를 받고, 고객의 요구사항을 충족하는 매 순간순간, 함께 노력하고 함께 기뻐했기 때문입니다.

Who do you most respect? While you worked here, who was the good person to work with?

가장 존경하는 인물은 누구이며, 함께 일하니 좋았던 사람이 있다면?

I respect the upper management and the ECONET culture. My team and colleagues from other departments, Unigen Korea and NatureTech teams have all been good to work with.

회사의 고위 경영진 및 에코넷 문화에 대해서 깊은 존경심을 갖고 있습니다.

우리 팀, 타 팀 가릴 것 없이 유니젠 한국과 네이처텍 모두, 함께 일하는 것이 즐거운 사람들로 가득 차 있습니다.

What would you like to say to your colleagues and what do you wish for them to do?

회사 동료들에게 하고 싶은 말이 있다면?

I'm thankful and wish for their continued success.

항상 감사하게 생각하고 있습니다.

그리고, 앞으로 계속해서 성공가도를 달릴 수 있길 바랍니다.

What do you want to repay to your colleagues if you have any?

회사 동료들에게 보답하고 싶은 것이 있다면?

Give back the support and help they provided to me.

동료들에게 많은 지원과 도움을 받은 만큼 저 역시 그들에게 도움이 되는 사람이 되고 싶습니다.



What work do you want to do in the future?

앞으로 하고 싶은 게 있다면?

Continue to do the best I can and achieve the company goals.  
계속해서 최선을 다해서 회사의 목표 달성에 기여하고자 합니다.

What is the vision of company in the future?

향후 회사의 전망은 어떤가요?

Meet the financial goal and achieve profitability, launch new products, expand markets and IPO.  
신제품을 출시하고 시장을 확대하고 IPO를 성공시킴으로써 재정적 목표를 달성하여 수익을 창출할 것입니다.

# Quality and People

## 품질과 사람

By **Jae-hyon Lee** General Manager | Production Division, Naturetech  
글 | 이재현 부장 | 네이처텍 생산본부

I joined Naturetech in 1997 and spent my entire career there. I mostly worked on quality control (QC) including government relations, subsidiary materials, and microorganisms.

From March 2009 to March 2011, I was sent to Mexico. At first, I was assigned to Lyford in the United States to participate in constructing a manufacturing plant, but the company policy changed to construct a material processing plant in Mexico. So, I had to work in the United States for one week and work in Mexico for another week by turns. It takes 5–6 hr to drive from McAllen in the United States to González in Mexico. If I set out early in the morning on Mondays, I would arrive there at 1 p.m. I would then have lunch and start work right away in the afternoon. Vice President Joseph Kim helped and guided me during those days. We worked together, ate together, and slept at the same accommodation. At the beginning of my stay in González, I stayed in a hotel. However, I decided to rent an apartment to reduce the costs. Having acquired the necessary technology with the help of President Jo, Tae Hyoung, we set out to design and plan out the factory, build it with local firms, and install the facilities with local engineers. As the factory was nearing its completion, however, the security situation of González went to worse. Some of our Aloecorp employees fell victim to robberies, and we had to move around with an airplane for the remainder of the six months until the completion of the factory.

Building a material processing plant according to the GMP standards requires the factory to be managed to the stringent standards of temperature and humidity. What matters is cleanliness. We thus tried our best to provide the optimal location and layout for the facilities, with technological advice from experts. Another thing that complicated our project was the task of overcoming cultural differences with our Mexican partners. It was often difficult to get their laid-back approach in our need for schedules. At the end of our construction period, we

1997년 입사해서 줄곧 네이처텍에 근무했다. 대관 업무, 부자재 관리 업무, 미생물 관련 업무 등 대부분 QC 업무를 주로 맡았다.

2009년 3월부터 2011년 3월까지 멕시코에 파견 나갔다. 처음엔 미국 라이포드에 완제품 공장을 건설할 예정이어서 미국에 파견 나갔는데, 멕시코에 원료 가공 공장을 짓기로 정책이 바뀌어 미국에 숙소를 마련하고 1주일은 미국에서 다음 1주일은 멕시코에서 번갈아 근무했다. 미국 맥칼렌에서 멕시코 곤잘레스로 가자면 차로 5–6시간이 걸렸다. 월요일 아침 일찍 출발하면 오후 1시경 도착하는데 점심 먹고 오후에 바로 일을 시작했다. 김수겸 상무의 지도와 도움을 많이 받았다. 일하고 먹고 자고 거의 온종일 붙어 있으니 부부가 따로 없었다. 곤잘레스에선 처음엔 호텔에 묵었는데 경비를 절감하려고 얼마 지나지 않아 아파트를 임대하여 지냈다. 조태형 사장이 기술 지원을 했고 설계사를 고용하여 도면작업을 하고 업체 찾아 공장 짓고 멕시코인 엔지니어와 함께 설비를 설치했다. 공장 완공이 다가올 무렵 치안 상태가 안 좋아졌다. 알로코프 직원 중에도 차와 컴퓨터를 빼앗기는 사고가 나서 준공 6개월을 남기고는 비행기로 이동할 수밖에 없었다.

원료 가공 공장을 GMP 기준에 맞게 지으려면 온도, 습도와 같은 환경을 위생적으로 철저하게 관리해야 한다. 청결 문제가 중요한 문제라는 뜻이다. 설비의 위치 설정, 레이-아웃도 기술 자문을 받으며 심혈을 기울였다. 공장을 건설하면서 멕시코 인들과 문화적 차이를 극복하는 문제가 어려웠다. 느긋한 성격의 사람들을 조직하여 일정



had to treat the floor of the factory with epoxy. We once had to scrape out the floor with a grinder and paint it again from the beginning because the workers did not brush off the remaining sand from the floor before painting it.

A production plant requires, above all, a solid system of QA/QC. Health functional foods, in particular, require the most stringent standards of quality control because they must not, in any circumstance, be contaminated with microorganisms. This, in turn, puts quite a strain on the management of personnel who are working on the field. With nearly 20 years of history in working for the company, I am now a senior. A vast majority of the colleagues with whom I have started working have moved onto different places. There was once a time when I would work hard; enjoy football; bowl; eat; and, above all, laugh together with my trusted colleagues, but that time seems far away now. We were a tight group capable of handling difficult problems together, but times and the people have changed. Our business changed with our expansion to original equipment manufacturing and original design manufacturing, as well as our working conditions and environment. We can no longer work like machines that look after one order to the next. I also understand the reluctance to work into the night or on the weekends. However, I still remember the brotherhood that we had in our small but tight community. I think back to the times when we would talk with and rely on each other as a team.

I want to use the experiences that I gained from the Mexico plant to the other plants that we may build in the future. I have always been grateful for the benefits that I received from the company as I moved around working for the Russian, Chinese, and Mexican corporations. I want to help motivate our junior members in getting those opportunities for themselves and assist in creating a community where all can share purpose, dreams and happiness together.

에 맞게 일을 하자니 어긋나는 경우도 있었다. 준공 막바지에 공장 바닥에 에폭시 작업을 할 때는 바닥을 그라인더로 갈아내고 다시 칠하는 일도 있었다. 깨끗한 환경이 중요하다는 점을 이해하지 못한 탓에 바닥에 남은 모래를 청소하지 않고 페인트 칠을 한 때문이었다.

뭐니뭐니해도 제품을 생산하는 공장은 QA, QC, 품질 관리가 제일 어렵다. 특히 건강기능식품은 미생물에 오염되면 안 되기 때문이다. 한편으로 그 일을 하는 사람 관리도 어려운 일이다. 이제 20여 년 근속하다 보니 어느새 회사에서 고참이 되었고 함께 근무를 시작한 동료들은 거의 보이지 않는다. 마음 맞는 동료들과 함께 열심히 일하고 회식이며 친럼이며 축구며 볼링이며 웃고 떠들었던 때가 아득히 멀게 느껴진다. 어려움이 있으면 어려운 대로 함께 해결했을 텐데, 사람도 바뀌고 세월도 바뀌었다. 회사 영업도 OEM, ODM으로 확대 변화하다 보니 작업 조건이나 환경도 많이 바뀌었다. 주문을 맞추려고 더 이상 기계적으로 일에 쫓겨 근무할 수만은 없을 것이다. 밤 늦게, 또 주말까지 일하기를 힘들어 하는 심정도 이해할 수 있다. 그래도 지역 사회에서 형, 동생하며 일하던 때가 그립다. 지치고 힘들 때 서로 상의하여 일을 풀어나가면 좋겠다는 생각을 한다.

앞으로 새 공장을 짓게 되면 멕시코 공장을 지었던 노하우를 활용하여 힘을 보탤 수 있기를 소망한다. 러시아, 중국, 멕시코 해외 법인을 두루 다닌 사람으로서 회사로부터 많은 혜택을 받았다고 생각한다. 후배들도 그런 기회를 가질 수 있도록 동기를 촉발하고 싶고, 그래서 꿈을 함께하는 행복한 일터를 만드는 데 기여하고 싶다.

# Learn More at the Company

## 회사에서 더 많이 배웠다

By **Kyungah Oh** Director | ECONET Holdings  
글 | 오경아 부장 | 에코넷홀딩스

It has been 26 years since I joined the company in July 1992. I was 19 then and just graduated from high school. Twenty-six years later, I am now the director. Having spent much of my life in the company, I am now at an age where I have learned more from the company than from school. After all, I acquired the skills on how to draft reports and ledgers in the company. Now, I must ponder whether I want to stay until my 30th year, how I should say goodbye, or whether I have done the company justice as a role model. I suppose I am now well aware of how not to complain, and how the things we take for granted are actually the most precious to us.

The people I worked with, Assistant Manager Lee, Seung-Hye, Manager Kim, Moon-Kyeong, Deputy General Manager Moon, Won-Young, Manager Han, Sang-Joon, and Manager Kim, Seok-Won, were patient enough to teach me everything from the basics and how to set ourselves up for challenges so we can reach higher goals. I spent most of my career as a secretary, so I studied how to be careful and keep to myself. Working alongside late chairman Lee, Yunho for the duration of my career taught me the value of a warm heart and a friendly smile. Chairman Bill Lee taught me what kind of person a leader is. He showed me how to speak of good—and not the bad—aspects of a person, how to stay healthy while traveling the world, how to resist trickery and deceit, and how to encourage rather than speak down. I felt that he respected my opinions as a coworker, even when I couldn't provide a clear answer to his questions.

I am quite proud to be the creator of ECONETWAY. The idea for a house journal came in early 2004. At that time, the chairman Bill Lee spoke of the need for it. He had seen the house journal of Humax and thought we needed such a thing in our company. Most of the time, a house journal is produced by marketing departments, but we were not entirely sure if we could take that task as we were working at the secretariat's office. Manager Kim said that we

1992년 7월 입사했으니 올해로 만 26년이다. 19살 고등학교 3학년 풋내기였는데, 어느새 부장이 되었다. 회사의 부침을 함께 하면서 학교에서 배운 것보다 어느덧 회사에서 배운 게 더 많은 나이가 되었다. 장부 만드는 것, 보고서 작성하는 것도 회사에서 배운 것이다. 30년을 채울 수 있을까, 어떻게 마무리해야 하나, 후배들에게 모범이 되어야 하는데, 이제 그런 생각을 한다. 투덜거리지 않는 나이, 당연하다고 여기는 것들이 사실은 소중한다는 것을 아는 나이가 되었다는 뜻이겠다.

이승혜 주임, 김문경 과장, 문원용 차장, 한상준 과장, 김석원 과장... 함께 일한 동료 선배배들이 생각한다. 작은 일 하나하나 기본을 배우고 도전을 함께 했다. 주로 비서실에 있다 보니 말을 삼가고 조심하는 게 몸에 배었다. 이연호 선대회장님의 친근하고 자상한 모습을 옆에서 보며 절로 마음이 따뜻해졌다. 이병훈 회장을 보좌하면서 리더란 어떤 사람인지 알게 되었다. 사람의 좋은 얘기만 하고 나쁜 얘기는 하지 않는다는지, 세계 곳곳으로 출장을 다니면서도 건강을 유지하는 비결이 라든지, 편법은 단호히 배격하는 강단이라든지, 야단보다 칭찬을 더 많이 한다는지, 배울 점이 한둘이 아니다. 또 굳이 의견을 물어보실 때면 명쾌하게 답을 드리진 못해도 존중 받는 느낌으로 뿌듯하다.

지금 연간으로 나오는 <에코넷웨이> 사보를 내가 처음 만들었다는 게 참 자랑스럽다. 2004년 초였던가, (당시) 총괄사장이 사내보가 있으면 좋겠다는 말씀을 하셨다. 휴맥스의 사보를 보고 오셔서 우리 회사도 이런 게 있으면 좋겠다는 생각을 하셨던 것이다. 사보라면 보통 마케팅 부서에서 만드는데, 비서팀에서 낼 수 있을까 싶었는데, 김석원 과장이 대뜸 해보겠습니다, 라고 답을 드렸다. 그러더니 나보고 하라는 것이



could indeed do it and asked me to take on the responsibility. My first thought was that it was his responsibility and I should not have to do it. However, things like that are normal in the corporate world. People often delegate responsibilities to the others because they trust them to step up to the task, and the delegate learn and grow through that opportunity. Manager Kim and I share a laugh about it whenever I run into him.

I paid Humax a visit to see how they produce their house journal. Making a house journal were not easy jobs since I had to prepare for interviews, visit affiliates, and publish the ECONETWAY every two months. Once I had been done with an issue, I had to start working on the next one. However, even though the job was difficult, I got ahold of interesting news from affiliates, especially from our international partners. It considerably helped me in my job as a secretary. I took pride in the fact that I was helping the company record its history. One day, I even showed ECONETWAY to my daughter, telling her that her mother made this: "Here's mom, and here's a picture." Now, I have something else to talk about with my children.

What an honor it was for me to lead the prayer for the late chairman Lee, Yunho at his memorial in 2016. It was six months after I converted to Christianity. I am very thankful to the chairman and his family to grant me such a privilege. Perhaps, they recognized that even though I committed mistakes while serving the late chairman since the beginning of my career, I had still given my best. The new headquarters was built in 2005, which made me so happy; it was as if I had bought my own house. During that time, I was telling all my friends to come and visit me at the office and to have lunch in the new cafeteria.

I still want to work for Univera as a distributor even if I leave the company. I want to prove that I can still do well with a distributor. Finally, I am thankful for my family's support and encouragement. They are the reason why I have managed to come so far.

다. 어라, 하면 자기가 하지, 나한테 넘기네. 그런데, 회사 일이란 게 그런 것이다. 할 만하니 시키는 것이고, 기회를 줄 때 하면서 일을 배우며 경험이 쌓이고 능력이 커지며 성장하는 것이다. 요즘도 김과장님을 만나면 그런 얘기를 하며 웃는다.

휴맥스를 찾아가 물어 보았다. 실제 일을 시작하면서 직원 인터뷰도 하고 가족회사 소식도 취재하며 두 달에 한 번씩 발행하려니 몸도 마음도 참 바빴다. 한 호가 끝나면 바로 다음 호를 준비해야 했다. 그래도 일은 힘들지만 각 회사의 소식도 알게 되고 직원들, 특히 해외 직원도 알게 되어 비서 업무에도 도움이 되었다. 회사 역사를 기록으로 남기는 일을 했다는 자부심도 생겼다. 늦게 얻은 딸이 글을 알게 될 나이에 <에코넷웨이>를 보여주며 엄마가 만든 거라고 자랑했다. 여기 엄마 이름이 있고 사진도 있어. 애한테 자랑거리가 하나 더 있는 것이다.

2015년 이연호 선대회장님 추모식 때 대표 기도를 할 수 있어 영광이었다. 기독교인이 된 지 6개월밖에 되지 않은 때였다. 그런 자리를 주신 회장님과 가족분들에게 감사하다. 어린 나이에 선대회장님을 옆에서 모신 내가 서툴렀겠지만 그래도 정성은 있었다는 점을 인정하신 게 아닌가 싶다. 2005년 사옥을 지었을 때는 마치 내 집을 산 것처럼 기뻐다. 주위에 우리 회사로 와, 식당도 있어, 자랑하고 다녔더랬다.

언젠가 퇴사하면 남편과 함께 유니베라 대리점을 계속하겠다. 대리점을 키워 잘 되는 걸 모두에게 보여주고 싶다. 지금까지 성원하고 격려한 가족이 있어 이 자리까지 올 수 있었다. 감사하다.

# If you Believe in Even One Percent of Possibility, Knock on it

믿음이 하나라도 있으면 부딪쳐 보자

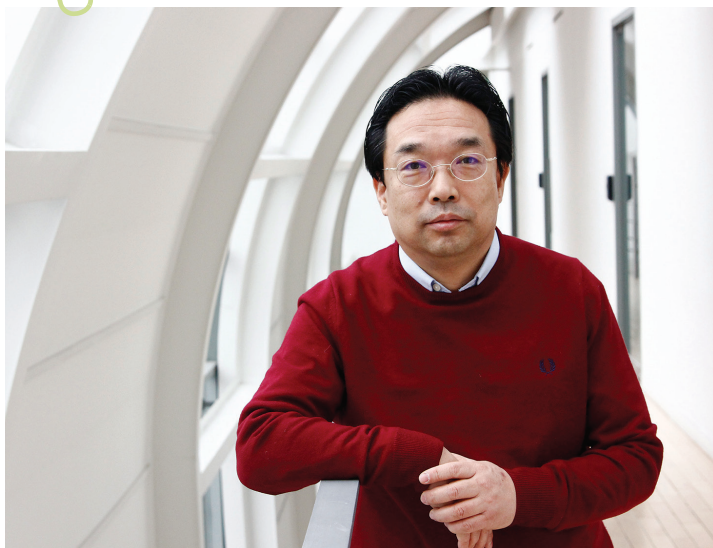
By **Jaeyoung Choi** Director | General Management Division, Univera Korea  
글 | 최재영 부장 | 유니베라 경영지원실

I joined Namyang Aloe (dba. Univera Korea) in 1992 and worked my way through different departments. My career took me to sales and marketing etc. Sometimes it was ebb, sometimes it was flow. I was there at Namyang Aloe's greatest growth between 1992 and 1994, and also when the headquarters relocated to Jincheon in 1996 because of a decline in sales. In 1997, I moved to Univera's Biological Science Division and contributed to the creation of Unigen Korea. I experienced the second growth spurt for Namyang Aloe in the early 2000's. In mid-2008, I was called to lead the Secretary Team of ECONET Holdings. I was sent to the Russian corporation in 2010 and worked as the director of Naturetech's General Management Division in 2013. Eventually, I returned to Univera Korea, working in its Global Business Division and Communications Team, and now, I am the director of the General Management Division. Among the people currently working in ECONET, I am probably the one with the most diverse work experience among ECONET affiliates.

The most challenging time I had was in Russia. The prevailing emotion at that time was fear because I did not have any command of Russian nor a firm understanding of our business there. I prayed every morning. It was quite a desperate time. I had searched desperately for an answer and found it in the people around me. Life is actually same for everyone in the world. They struggle with similar issues, so once I began to open up to them, on the contrary, I found that they were the ones comforting me. Their kindness allowed me to grow and become stronger. Indeed, the livelihood of our coworkers in Russia was quite difficult. I thought that increasing the size of the company could help them out with their lives. On the other hand, the endless plains of Manchuria gave me a sense of pride: I was, after all, serving as a spearhead down in the field. I learned to enjoy my work in Russia. After the summer seeding, we had gone to the beach and enjoyed a barbecue. After the winter harvest, we had had a thanksgiving party. We were bound by a sense of pastoral camaraderie that is possible only in a rural area. I think back to Mr. Vitaly Nam, a Korean-Russian foreman of the farms. He was instrumental in stabilizing our business right after I joined the Russian corporation, but he passed away a year later due to brain tumor. I was away in Korea on a business trip, so I was not able to attend his funeral. If we had supported his treatment as a com-

1992년 남양알로에에 입사해서 여러 부서를 경험했다. 영업도 하고 마케팅도 했다. 부침도 겪었다. 1992-4년 남양알로에가 가장 큰 폭으로 성장할 때도 1996년 매출 하락으로 본사를 진천으로 옮길 때도 함께 했다. 1997년에는 유니베라 생명과학사업부로 자리를 옮겨 한국 유니젠을 탄생시키는 데 한몫 했다. 2000년대 초 2차 성장기도 보았다. 2008년 중반에는 에코넷 기업본부 비서팀장으로 발령받았다. 2010년에는 러시아 법인에 근무했고 2013년에는 네이처텍 경영지원본부장으로 일했다. 이후 유니베라 글로벌사업본부, 커뮤니케이션팀을 거쳐 경영지원실장으로 일한다. 아마 현재 에코넷 사람들 중에서 가장 많이 여러 회사에서 근무한 사람일 것이다.

가장 힘들었던 때는 러시아에서 근무할 때였다. 언어도 안 되고 사업에 대한 이해도 부족한 채 가게 되어 두려움이 컸다. 매일 아침 기도했다. 절박했다. 어떻게 견뎌낼까, 고민했는데, 사람들 덕에 극복했다. 사람 사는 모습은 똑 같고 마음을 열고 일하니 오히려 직원들에게 위로 받았다. 그렇게 극복했고 덕분에 단련되었다. 사실 러시아 직원들의 삶은 열악했다. 회사가 커지면 이들의 삶이 개선될 것이라 생각했다. 한편으로 끝없는 만주벌판을 보며 자부심도 갖게 되었다. 거친 현장에서 남이 하지 않는 일을 하고 있다는 자부심이었다. 재미도 생겼다. 여름 파종이 끝나면 바닷가로 나가 고기 굽고 야유회를 열었다. 겨울 추수가 끝나면 추수감사절 파티를 가졌다. 순박한 러시아 사람들 속에서 푸근했다. 남 비탈리라고 고려인 농장장이 생각한다. 부임 초기 농장 안정화에 기여한 사람인데, 뇌종양인가 병이 생겨 1년 후 사망했다. 마침 출장으로 한국에 들어와 있던 때라 장례식에도 참석하



pany, Mr. Nam might have lived. It is one of the great regrets I have.

I had many moments of happiness. When Univera's Biological Science Division managed to achieve more than KRW 100 million in sales for the first time, I recognized the success as a congenial person with a chairman. We celebrated the success quietly with soju and pork belly, but it was such a memorable dinner. In 2002, Unigen Korea was promoting a ginsenoside compound in the Newark Convention. It was the first Korean company to take part in a natural-product show in the United States. I was hoping that we would get some broadcasting coverage, but our promotion agency told us that it would be quite difficult to pull that off. I thought about the options we had and decided to write an e-mail to the correspondents of Korean broadcast stations in the United States. I tried to convince them that the first entrance of a Korean firm into a product convention in the United States, especially with Korea's well-known ginseng products, would be quite newsworthy to those back home. I did not receive any answer, but when I stepped out for a moment on the second day of the convention, a broadcasting company came to our booth. The correspondent was unable to make it here, so they wanted to send over a filming team the next day. I called President Jo, Tae Hyoung right away and put together an interview. Two days later, I arrived at Incheon International Airport and saw the interview being aired on a TV screen at the airport. That was such a triumphant moment. It felt as if the show was welcoming me back to Korea.

Company work is like that. It is important to do what you can rather than give up early on. Some people decide to surrender and give many reasons, which are not necessarily wrong, but if you believe that it must be done, you need to knock on the opportunity even if there are a hundred reasons why you cannot do that. You need to step out and engage yourself with the work at the field level rather than just sit comfortably at your desk. The same thing happened when I applied for a KOBACO funding for a promotion back in Unigen Korea. We failed to make it through the review, but we sought out the reviewers for five times in the next month and appealed our case, hoping that they would at least see our eagerness. That is what happens. If you do not want to regret later on, you have to try, even if the results may not turn out the way you want.

지 못했다. 적극적으로 치료를 후원했다라면 결과가 다르지 않았을까, 안타깝다.

보람도 많았다. 유니베라 생명과학사업부가 처음 월 매출 1억 원을 달성했을 때 회장님과 동료로서 함께 이루었다는 공감이 있었다. 삼겹살에 소주 한 잔이 참 달았다. 2002년 미국 뉴욕 컨벤션에 유니젠이 진세노사이드 컴파운드를 출품했다. 한국 업체로서 천연물(Natural Product) 쇼에 처음 참가했다. 방송에 나갔으면 싶어 홍보대행사에 의뢰했으나 어렵다는 답변을 들었다. 어떻게 할까 고민하다가 현지 방송3사 특파원에게 이메일을 보냈다. 한국의 대표적인 천연물 소재인 인삼으로 컨벤션 쇼에 참가했으니 충분한 이슈가 될 것이라고 썼다. 아무 연락이 없다가 둘째 날 저녁 잠깐 자리를 비운 사이 한 방송사에 찾아왔다. 내일 시간 되느냐, 기자가 직접 올 수 있는 상황은 아니라서, 대신 촬영팀을 보내겠다는 것이었다. 급히 조태형 사장을 인터뷰 하도록 자리를 만들었다. 이를 뒤 인천공항으로 귀국했는데 공항 TV에서 인터뷰 방송을 보았다. 얼마나 기뻐했는지. 나를 환영하는 방송이었다.

회사 일이 그렇다. 무조건 안 된다, 어렵다고 포기하기보다 일단 해 보는 자세가 필요하다. 이런저런 이유를 대는 사람이 있는데, 틀린 말은 아니겠으나, 할 수 없는 이유가 100가지라도 해야 한다는 믿음이 하나라도 있으면 부딪쳐 보아야 한다. 책상에 앉아 있지만 말고 현장으로 가서 궁리하고 도전해야 한다. 유니젠에 있을 때 코바코 광고 지원비를 따낼 때도 그랬다. 처음에 심사에 떨어졌지만 한 달에 5번이나 담당자를 다시 찾아가 소명했다. 마음이라도 읽어주지 않을까 싶었다. 그런 것이다. 나중에 후회하지 않으려면 결과에 상관없이 도전해야 한다.

# 18 Years in ECONET: Why did I stay?

18년, 무엇이 나를 계속 에코넷에 남아 있게 했나

By **Byung-il Sohn** Vice President of Administration | Univera North America  
글 | 손병일 상무 | 유니베라 미국

I came to the United States in 1996. After earning my master's degree in 1998, I worked for a bank in Denver, Colorado. At that time, Korea was in the middle of a financial crisis, so it was really difficult to get a job. I was planning to get a job in the United States and see what would happen. In the United States, the greatest barrier a foreigner can have is to acquire legal status to work. The bank supported me in getting a work visa, but they did not help much with my green card. I had my first son at that time, and I was feeling the pressure to become more stable for my family. That was when I got to know Oasis Wellness (dba. Univera), which was one of the clients at the bank. In late 1999, I asked for a position in the company from President HY Sung. There wasn't any position left for me at that time, but at the end of December that year, he hired me with a design for the future. So, I joined the company at the start of the new millennium.

Maybe I should return to Korea and I had no long-term plan to stay in the company, so my priority was on solving personal problem about the green card. I also did not have any experience with multi level marketing (MLM), so I could not understand why Oasis Wellness was entering in MLM. I still remember HY's answer to that.

"We focus on high-end prime products with a scientific background, so if we sell our products in Walmart or Target like normal products, we can't really explain the value, the effect, and the benefits of our product. So, having people who actually understand the product's benefits and functions explain the product is the best way for us." Of course, I understand it.

After that, I had a chance to meet the chairman, Bill Lee who emphasized the company mission, "Bringing the best of nature to humankind." It was so much more than words by a businessman. Mr. Lee really took the lesson to heart as seen through his actions. I thought he was really a special person. He was relatively young, but he started with numerous difficul-

1996년 미국으로 유학 와서 1998년 대학원 석사 과정을 마치고 미국 콜로라도 주 덴버에 있는 은행에 다니고 있었다. 그 당시 한국은 IMF 외환위기 여파로 취업 사정이 매우 어려워 우선 미국에서 취업하고 한국 여건을 두고 볼 생각이었다. 미국에서 외국인이 안정적으로 타국 생활을 유지하려면 신분 문제 해결이 큰 숙제였다. 그런데 은행이 취업비자는 지원하였으나 영주권에 대한 지원은 차일피일 미루어서, 갓 태어난 큰아기와 아내에게 안정감을 주어야 하는 가장으로서 책임이 막중했다. 마침 이때 은행의 클라이언트였던 오아시스 웰니스(현 유니베라)를 알게 되었고, 1999년 하반기 성한용 사장에게 입사를 타진했다. 자리가 당장은 없다는 답에 실망하고 있던 차에 12월 말 미래를 위해서 뽑겠다는 연락을 받았고 2000년 1월 1일자로 입사하여 새 천 년을 유니베라와 함께 시작했다.

한국으로 돌아갈 생각이 있었기 때문에 회사를 계속 다닌다는 장기적인 계획은 없었고 당장 영주권 문제 등 개인 문제 해결이 급선무였다. 특히 MLM(multi level marketing)에 대해 경험이 전혀 없었던지라 오아시스 웰니스가 왜 MLM 시장에 진출했는지 궁금했다. 그에 대해 성사장이 한 답변이 기억난다.

"우리 제품은 과학이 뒷받침하는 최상등급 제품이기 때문에 월마트나 타겟에서 일반 제품처럼 전시 판매하면 제품의 가치, 효능과 혜택을 소비자에게 정확하게 전달하기가 쉽지 않다. 따라서 전문지식을 습득한 사람이 제품의 효능과 기능에 대해 직접 설명하는 것이 최선의 판매방식이다."

이해가 갔다.

그 후 총괄사장님을 뵈고 우리 회사의 미션, '자연의 혜택을 인류에게'에 대해 자주 들었다. 사업가로서 말로만 그리는 것이 아니라 몸소 실천하시는



ties a primary industry company in the form of Aloecorp, full of wisdom like old professional artisanship. He was a remarkably upstanding person. I realized that this company is different from other companies, and that made me love the company. In 2012, the company relocated from Lacey to Seattle. I once entered the chairman's room by chance and saw that the pieces of furniture there were really worn. He had been using the same furniture since Texas days, took them to Denver, Lacey, and, eventually, to Seattle. I asked him to change the furniture as they had been in use for 20 years and was getting quite old. However, Mr. Lee told me, "Director Sohn, furniture doesn't make the man, you know." That summed up everything I respected about the man.

With the relocation of the company to Seattle in 2004, I was able to experience different tasks like asset management and commission distribution. Our sales doubled every year since 2004. It was still a small company, but I expected that I would feel a sense of achievement with the growing company by success. I was transitioned into a holding company, and I took over the investment management. I got my green card in 2006, and I had already changed my mind to stay in the company for a long time.

I joined the company coincidentally, but as I grew with it, I felt a sense of achievement there and, more importantly, hope. I realized that there was something different about the corporate mission and the owner's philosophy and leadership. Even at the darkest hours, the founder stood by his dedication to create a company that can contribute to society. That tenacity and passion led me to stay here.

I met Univera by coincidence, but it was destined to become a part of my life, and the mission of the company is now part of my dream. Like the old saying, "War is but a process of confirming your victory," I believe that business is but a process of realizing your success. I hope that I can share my dream with Univera on its road to realizing its mission.

모습이 사회적 기업이 추구하는 이상향으로 나에게 다가왔다. 참 특별하신 분이라고 생각했다. 젊은 분이 온갖 역경 속에서도 1차 산업인 농사로 시작하여 알로콧을 만드셨고, 하시는 언행이 마치 오래 묵은 장인정신이 시현한 듯했다. 참 곧은 분이네, 라고 생각했다. 이 회사의 기업철학은 일반 기업과 다르구나. 그런 점이 좋았다. 2012년 레이스에서 시애틀로 이사할 때였다. 총괄사장실 가구를 보니 매우 낡았더라. 텍사스 시절부터 쓰던 것으로 덴버를 거쳐 레이스로 시애틀로 가져온 것이었다. 20년 이상 사용한 가구라 상태도 좋지 않아 바꾸시라고 권했다. 그때 하시는 말씀이 "손부장, 가구가 사람을 빛나게 하는 게 아니에요." 그 말 한 마디로 그분을 알겠더라.

2004년 회사가 시애틀로 이사하면서 자산 관리, 커미션 분배 등 다양한 경험도 했다. 2004년, 2005년, 2006년, 매출이 배로 성장했다. 아직 작은 기업이지만 같이 성장하면 성취감을 충분히 가질 수 있겠다고 생각했다. 2005년 홀딩스로 옮기면서 투자 관리 업무를 담당했다. 2006년 영주권을 받았는데, 이미 나는 전망이 장기로 바뀌었다.

우연한 기회로 입사했으나 회사가 성장하면서 성취감을 느끼고 희망을 보았다. 회사가 추구하는 철학과 오너의 철학, 봉사, 서번트 리더십에서 남다른 느낌을 받았다. 회사가 재무적인 어려움을 겪고 지속적인 지원을 필요로 하여도 회사를 시작한 목적, 사회에 기여하는 기업을 만들자는 목적을 포기하지 않더라. 그 끈질김과 초심을 잃지 않는 열정이 나를 이 회사에 있게 했다.

내게 유니베라는 우연으로 만났으나 필연으로 삶의 일부가 되었고, 회사가 추구하는 미션을 이루는 것이 꿈이 되었다. 옛말에 전쟁은 승리를 확인하는 과정이라고 하였듯이 사업은 성공을 실천하는 과정이라고 본다. 유니베라의 미션을 성공할 때까지 꿈을 함께하는 기업으로 영원히 지원한다.

# Promise to ECONETian

## 알로콥 중국 법인장의 각오

By **Jeong Bum Nam** President | Aloecorp China  
글 | 남정범 법인장 | 알로콥 중국

### Going to Hainan

When I first received the recruitment notice from Hainan, the “Hawaii of the East,” I was still working at UNIGEN as a researcher for 13 years. It was a difficult decision to make as I had to think about my career, language barriers, and the difficulties that my family will inevitably face in a foreign country. In the end, I decided to challenge myself for the future of my family and my career. After 20 months, I am already trying my best to teach Korean to my children who speak Chinese at home.

### Aloecorp China's Performance for 2018

Since its first sales figure in 2008, Aloecorp China showed an average growth of 17.3% for the next 10 years. In 2018, the 10th anniversary of the Wanning factory, Hainan Aloecorp reached USD 6.5 million sales—a 12.8% increase from the previous year and the largest sales figure since its establishment. While most of our sales still come from our affiliates, nonaffiliates contributed 25% of the total sales. By expanding our business to Southeast Asia to supplement our sales in China, we have managed to gain more customers, leading to sustainable growth.

### 2019 Strategy and Prospect

An economist described China as “smelling like money,” and, indeed, it has become a gigantic consumer of the global market with a 20%–30% share in the markets of high-end vehicles and luxury goods. The Chinese market, in particular, remains especially sensitive to culture, cosmetics, and

### 하이난 부임

동양의 하와이라 부르는 하이난 주재원 모집 공고가 났을 때, 13년 동안 유니젠 연구원이었던 나는 경력, 언어, 가족의 해외생활 등 여러 문제로 고민했다. 나의 발전과 가족의 미래를 위해 도전한 지 20개월이 지난 지금, 집에서 중국어로 대화하는 아이들을 보며 한국어 가르치는 데 열중이다.

### 알로콥 중국 2018년 실적

알로콥 중국은 2008년 첫 매출을 낸 후 10년 동안 평균 17.3% 성장했다. 하이난 완닝 시에 공장을 설립한 지 10년이 되는 2018년에는 약 650만 달러 매출을 달성하여 전년 대비 12.8% 증가했다. 중국 현지법인 설립 후 최대 매출이었다. 아직 관계사 매출이 크지만, 비관계사 매출이 전체 매출 가운데 25%로 확대됐다. 중국 내수 영업에 더하여 동남아시아로 영업을 확대하면서 고객사를 점차 늘림으로써 건전하고 안정적으로 매출이 증가한 결과이다.

### 2019년 전략과 전망

‘돈 냄새 나는 중국’이라고 모 경제학자는 말했듯이, 자본주의 맛을 알게 된 중국은 전세계 고급 자동차와 사치품 소비의 20~30%를 차지할 정도로 소비 대국이 되었다. 한류가 증명하듯이 문화, 미용, 건강에 대해 중국인의 관심과 구매력은 가히 폭발적이다. 이러한 중국 시장에 경쟁력 있는 가격과 우월한 품질로 적극 들어가야 한다.



health products, as evidenced by the K-wave phenomenon. This means that we must strive to enter the Chinese market with competitive prices and superior quality.

Our sales for 2019 is expected to grow by 12% from the previous year. We aim to increase our nonaffiliate company sales to 28.8% of the total through proactive participation in product exhibitions and differentiated quality control. We will automate our production facilities and improve our production process and asset management to increase our cost efficiency. Furthermore, we will implement pilot planting schemes to help us increase the yield of aloe.

#### Pledge and Vision

Aloecorp China has created a stable basis for production and sales for the last 10 years by building our farms and factories from scratch. Like many other cities in China, Hainan's designation as a free-trade zone means that it has seen a sizable influx of capital and human resources. Labor force is a fundamental requirement for aloe production, so we must compete with other industries to offer competitive jobs. We also expect to see an increase in cost driven by the environmental regulations supporting Hainan's booming tourist industry. These factors require us to implement efficient and effective methods of management for the next two years, which will undoubtedly be crucial times for our ascent in the Chinese market. I will use my experiences in research and development to help transform Aloecorp China into a more efficient and effective organization.

2019년 알로콧 중국의 매출은 전년 대비 12% 증가할 것으로 예상된다. 비관계사 매출 비중 28.8%를 목표로 적극적으로 전시회에 참가하고 차별적인 품질관리로 중국과 동남아시아에서 신규고객을 발굴할 것이다. 가격 경쟁력 확보를 목표로 원가상승요인을 개선하기 위해 생산설비를 자동화할 것이다. 아울러 알로에 식재 방법 개선 또는 변경으로 수확량을 증가시키는 시험 재배를 운영할 것이다. 생산수율을 증가시키기 위한 생산공정 개선, 자산의 효율적인 관리로 비용절감에 힘쓸 것이다.

#### 각오와 다짐

알로콧 중국은 지난 10년 동안 안정적인 원료 생산을 위해 농장을 개척하고 공장을 설립하여 생산과 매출 기반을 튼튼하게 갖추었다. 하이난은 중국의 여러 도시들이 그러하듯이, 작년 자유경제무역항으로 선포된 이래로 부동산 개발과 관광산업으로 많은 자금과 인력이 유입되고 있다. 알로에 생산에는 노동력은 필수이다. 농장과 공장에 필요한 인력을 수급하기 위해 여타 산업의 인건비와 경쟁해야 한다. 관광산업 육성으로 인한 환경 규제로 비용 증가가 예상된다. 이러한 때에 중국에서 제조업의 경쟁력 우위를 선점하기 위해 향후 2년간 효율적이고 효과적인 경영이 필요하다. 나의 연구개발 경험이 알로콧 중국을 좀더 효율적이고 효과적으로 개선하고 변화시키는 데 도움이 되도록 매진하겠다.

# ECONET Heroes

## 우수 에코네시안

All of ECONETians the Star Bearers did their best to accomplish the ECONET mission last year like every other year. There were also many ECONETians who displayed exemplary efforts to practice the core values of ECONET. By commending and remembering those colleagues, ECONET would like to highlight the significance of ECONET mission, vision and core values.

어느 해와 마찬가지로 지난 한 해도 에코넷 사람들은 에코넷의 미션을 실현하기 위해 최선을 다했다. 모두 세상에 별을 전하는 사람들이다. 그 중에서도 에코넷의 핵심가치를 실천하는 데 모범을 보인 사람들이 있다. 에코넷은 이러한 우수사원들을 칭찬하고 기억함으로써 에코넷의 미션과 비전, 핵심가치의 의미를 분명히 하고자 한다.

温德宏 后勤部 主管

温德宏主管, 自2015年11月入职公司, 做为当年的应届毕业生, 可以说是“一张白纸”, 公司里的每一件事、每一项工作, 对他来说都是一项挑战。他首先从后勤助理做起, “在干中学, 在学中干”, 经过近三年的磨砺, 如今已经从一个十分稚嫩的“大男孩”成长为能够独档一面、有见解、有独立处理事务能力的后勤部主管了。

众所周知: 后勤部在任何一家企业都扮演着一个“费力不讨好”的角色, 特别是在我们这样一家外商投资企业, 员工集体生活在一个区域内, 吃在一起、住在一起、工作在一起, 自然相关问题也会增加。比如: 伙食的品种、口味; 员工宿舍的安排与调配; 外出办事车辆的安排等等, 涉及到每个员工。除此之外, 由于公司地理位置的特殊性, 后勤部还额外地承担着为工厂和农场生产招临时工的工作。

1、在后勤管理上, 他能做到事无巨细, 从每一件小事、实事做起, 比如: 为支援一线生产, 清洁班的大姐被调到生产部临时援助, 没有时间打扫卫生时, 他就默默地地点上一支檀香放在办公楼的每一个洗手间内, 清除异味, 以方便办公室的全体员工;

2、公司距万宁县城有38公里的距离, 而公司的很多业务又只能到万宁办理,

符文敏 生产部 包装技术员

符文敏同志是生产部包装岗位技术员。

1. 符文敏同志自入司七年多以来, 工作勤勤恳恳, 用心, 细心; 该员工人品端正, 工作热情高, 工作中锐意进取, 有团队精神, 善于合作, 与同事相处和谐。

2. 今年以来, 生产产量迅速增加, 全年粉粹及包装量达到244批次, 她带领两操作工不辞劳苦, 任劳任怨, 2017年全年粉粹、包装二百多批次中未出现差错, 合格率100%。今年第1季度至今, 粉粹、包装70批未出现差错, 合格率也是100%。

她的认真、仔细、用心是生产部的楷模, 深得大家的认同。

特推荐符文敏女士为公司2018年第1季度优秀员工。

## Aloecorp 中国 优秀员工 2018

第一季度  
优秀员工

如: 财务部取现、报税、领发票; 其他部门的样品邮寄、发货、取货; 政府各部门的会议、各级检查人员的到访等等, 每天至少一次往返万宁县城, 特别是自今年上半年, 后勤部的一名司机因个人原因辞职, 考虑到成本等诸多因素一直没有补充人员, 温德宏同志就默默地承担起司机的角色, 如果说工作时间开车是“分内”工作的话, 下班后的“分外”工作他也不含糊, 住厂员工夜晚突然发病, 送往医院的路上有他; 外招临时工生产完工后前往回家的路上也有他。。。。而这些工作都是在夜幕降临后完成的。

3、后勤部负责招临时工、承包工是南洋芦荟的一项特别工作, 为支援农场和工厂, 为他们做好后勤保障工作, 后勤部扮演着到处“拉人”的角色, 茄新村、新村、南林、陵水、黄竹、大坡、南桥、牛漏都是他们常去的地方, 许多包工头都知道南洋芦荟有个“毛经理”, 毛经理手下有个“小温”。在海南劳动力市场的“淡季”找临时工还相对容易, 如果遇到“旺季”, 他们经常是“空手而归”! 这其中的苦与难他们从不诉说, 相信只有深入其中的人才能体会到!

综合温德宏同志的工作表现, 我们推荐她为2018年度第一季度优秀员工, 以资鼓励。



李小册 质量部 主管

第二季度  
优秀员工

1. 推荐说明

- 在人员频繁离职的情况下, 保证工作不出现中断
- 培训新员工
- 人员缺编的情况下, 主动承担分析及其他质量管理工作

2. 推荐理由

- 质量部人员频繁离职的情况下, 李小册主管亲自参与分析试验并通过其他质量管理没有出现缺人停工的情况发生。
- 协助李经理进行认证准备工作, 取得了ISO9001认证。
- 带新员工进行岗位培训, 在提高新员工专业能力方面做出了成绩。



林小丽 生产部 去头尾技术员

第二季度  
优秀员工

林小丽同志是生产部去头尾岗位技术员。

- 1, 林小丽同志自入司至今已10年, 是位老员工10年以来, 工作勤勤恳恳, 用心, 细心; 该员工人品端正, 工作热情高, 工作中锐意进取, 有团队精神, 善于合作, 与同事相处和谐。
  - 2, 今年以来, 生产量迅速增加, 而去头尾岗位又是劳动密集型岗位, 今年以来人力资源受周边企业影响巨大, 我公司劳动力严重短缺, 特别是今年第1季度至今, 而她积极配合公司的人力调整, 在工作上肯干, 敢管, 敢说。
  - 3, 在班组里, 认真配合生产部, 认真做好本岗位员工的思想工作, 保持了队伍的稳定性。为圆满完成公司的生产任务打下了坚实的基础。
  - 4, 她的认真、仔细、用心是生产部的楷模, 深得大家的认可。
- 特推荐林小丽女士为公司2018年第2季度优秀员工。



吴娇艳 生产部 脱色

第三季度  
优秀员工

吴娇艳同志是生产部脱色岗位技术员。

- 1, 吴娇艳同志自入司至今已11年, 是位老员工10年以来, 工作勤勤恳恳, 用心, 细心; 该员工人品端正, 工作热情高, 工作中锐意进取, 有团队精神, 善于合作, 与同事相处和谐, 对公司忠心耿耿。
  - 2, 脱色岗位是整个生产部污染最严重的岗位, 10年来, 工作没有挑三捡四, 一直在脱色岗位默默的工作, 本岗位出现问题都可独立解决。
  - 3, 她的认真、仔细、用心、忠心是生产部的楷模, 深得大家的认可。
- 特推荐吴娇艳女士为公司2018年第三季度优秀员工。



符娇玉 生产部 去头尾技术员

第四季度  
优秀员工

能够快速成长为一名优秀员工, 这就是我们生产部去头尾岗位操作工符娇玉女士。

- 1, 符娇玉女士—她在进工厂不到一年时间内通过自身努力, 不断的挑战自我, 以最短的时间学习去头尾、剥皮技术, 工作诚恳恳, 认真负责, 积极。
  - 2, 在干燥岗位缺员的情况下, 听从主管的安排, 顶岗干燥岗位, 在干燥技术员的指导下, 在很短的时间内就能独自操作。
  - 3, 从七月份起, 粗洗岗位对外承包, 最后一罐料液出渣时间过晚, 与王李香相互配合, 很好的完成去渣任务。作为一名新人, 她工作认真负责, 用心主动, 服从安排, 爱岗敬业, 踏实前进, 为车间整个团队带来新的风气。
- 特推荐符娇玉女士为公司第四季度优秀员工。

第四季度  
优秀员工

王花明 中税农场 芦荟管理

中税农场芦荟管理工人王花明,不但工作积极认真负责,而且还起到领导的作用,带领新员工一起工作,敢于面对问题,敢于批评指正。对农场拖拉机拉运叶片车箱的改装和芦荟收割承包,道路修整等方面,提出许多合理的建议和帮助,使农场在收割芦荟叶片方面,能顺利进行,工作效率明显提高。为此,特推荐中税农场王花明,为农场部2018年第四季度优秀员工。



优秀承包

文诗强 符春桃 东方农场 主管

文诗强、符春桃等两名承包人在2018年第四季度中,工作认真负责,尽职尽责,积极服从农场安排,对农场的工作计划都能严格执行。

两人的田间管理工作都非常出色,如杂草控制均做到95%,植株完成率均达到100%。工作态度较为积极,能吃苦耐劳,乐于助人,不是自己岗位的工作也能主动承担。

综上所述,我推荐两人为东方农场2018年第四季度优秀承包入奖。





**Q1 2018**

**Kent Gossman**  
ECONET Facilities Manager

Kent worked tirelessly to ensure as smooth a transition as possible during the move from Seattle to Tacoma. His management of the complicated process to move both offices and biotech labs was nothing short of amazing. Moves are rarely this complicated and always present problems, all of which he simply rolled with and got Unigen to land in the new Tacoma offices without a glitch. Not to mention changing Univera's space, getting the Seattle building ready for tenant changes as Unigen moved out, and moving Aloecorp and ECONET all simultaneously. Hats off to the effort both nights and weekends and thank you for a job well done.



**ECONET  
West**

The Winner  
of the Employee  
of the Quarter 2018



**Q1 2018**

**Tod Arndt**  
Univera IT Operations Manager

Tod's wonderful contribution to IT operations makes him a real asset. He is always happy to lend a helping hand when IT support is needed. He is genuine and kind when he quickly responds to needs that are brought to him. Tod worked many extra hours to reduce the rack in our data center. His hours of service both nights and weekends were given happily during the move process. His efforts really made a difference.



**Alex O'Neal**  
UNIGEN Research Associate

**Q3 2018**

Alex has a great work ethic, and is a joy to work with. She readily manages tasks outside of her routine lab work, and she does it all with a smile. Alex's help setting up waste storage and handling chemicals was invaluable during the move to Tacoma, often done after hours. Her willingness to help was truly appreciated.



**Candice Johnson**  
Univera Senior Graphic Designer

**Q4 2018**

Candice continually goes above and beyond to bring the best graphics possible to Univera. She designed new packaging, product fliers, and other creative, beautiful, and out of the box designs. Her designs bring the Univera brand to a new level that is modern and powerful. Her uplifting personality is a ray of sunshine brought daily to the office.

## 네이처텍 우수사원



이성호 대리 | 생산관리팀

“생산관리팀 자재부분 파트장으로서 식품, 화장품, 수출용 선적제품, 원료, 포장재로 관리, 어느 것 하나 놓치지 않습니다. 자신의 업무에 애정과 자긍심을 느끼며 야근과 주말근무도 마다하지 않습니다. 팀원들의 고충이나 고민이 팀장에게 잘 전달될 수 있도록 중간관리자 역할을 잘 수행합니다. 업무에 과부하가 걸리는 팀원이 있으면 발벗고 나서서 도와주고 업무의 노하우를 친절히 알려줍니다. 업무를 하다 보면 정신적으로나 신체적으로 지치기 마련인데, 평소에 꾸준한 운동으로 건강을 관리하고 항상 밝은 모습으로 주변 사람에게 긍정적인 에너지를 전파합니다.”



김대환 사원 | 생산팀

“일에 대한 열정으로 남달라 빠른 기간 내에 화장품 제조 기술을 익혀 금방 화장품 제조 조장의 직책을 맡았습니다. 최근에는 식품동 3층 바이알라인 제조까지 새로 맡아 1인2역으로 항상 최선을 다합니다. 식품 1층에 조기 출근하게 되었을 때도 기꺼이 하나부터 열까지 열정적으로 배웠습니다. 단기간 내에 식품 제조를 습득하여 식품동 3층 바이알라인 제조는 문제 없이 진행되고 있습니다.”



박수연 대리 | QA팀

“팀의 선임으로서 항상 업무를 제일 먼저 접수하고 앞장서 수행합니다. 높은 목표의식과 회사에 대한 애정으로 클레임률을 낮추고자 노력하고 클레임이나 실사 대응 준비를 끝까지 책임져 완수합니다. 팀원과 타 팀 담당자를 항상 존중하고 배려합니다. 다른 사람의 말을 주의 깊게 듣고 신속하고 정확하게 피드백합니다. 타 팀의 담당자들과 협업할 때 공정하고 정의롭게 처리하고자 노력합니다. 지식과 경험을 후배들에게 아낌없이 나누어 주어 업무가 원활하게 진행되도록 합니다. 누구보다 일찍 출근하고 꾸준하게 자기관리를 하여 항상 건강을 유지합니다. 항상 웃는 얼굴로 주변에 건강한 에너지를 전파합니다.”



1<sup>st</sup>  
semester

WALTER GOMEZ

Por su capacidad, manejo y supervisión de los campos de Rayón y Green Farm al mantener el equilibrio entre un ambiente laboral ente el personal que ahí labora

## Aloecorp Mexico

Empleados del  
Trimestre 2018



1<sup>st</sup>  
semester

JOSE MARTINEZ

Siempre se ha caracterizado por brindar apoyo cuando se le solicita en las diferentes áreas dentro del área de proceso y dando sus comentarios para hacer alguna mejora



2<sup>nd</sup>  
semester

Ruiz Hernandez Victor Juan

Incremento en la producción en cantidad de hoja y 1X al hacer comentarios para poder alcanzar mayor rendimiento

Carlos Maldonado



2<sup>nd</sup>  
semester

En la búsqueda de nuevos proveedores se consigue un ahorro anual de alrededor de 20,000 DLS y actualmente se continúa en la búsqueda de nuevos ahorros



2<sup>nd</sup>  
semester

Brenda Mendez

Da seguimiento oportuno a las observaciones encontradas en las materias primas, buenas practicas de manufactura y control de plagas, reportando y contribuyendo a la mejora de las observaciones.



## A Mediator to Bring the Best of Nature to Humankind

자연의 혜택을 인류에게 전하는 매개자

By **Byung Hwi Kang** 2018 Yunho Lee Award Recipient | Namyang-Cheongju Distributor, Univera Korea  
글 | 2018년 청강상 수상자 강병희 국장 | 유니베라 청주남양대리점

"You know our slogan, right? Help people enjoy a healthier life, no matter how little it may be. We aren't some simple aloe sellers, you know. We distribute hope and life to people. If we want to make money so much that we produce whatever bad things we can but cause negative effects or affect hygiene, then what? Think about it, man. Our customers are eating our products."

-1986, Late Chairman Chungkang Yunho Lee

Back then, the aloe business took off in Korea. There was a great shortage of raw materials, so President Bill Lee established an aloe company in the United States, Aloecorp, and did his best to source aloe there. To do that, however, President Lee needed someone to

"우리 모토가 뭐니까, 사람들이 조금이라도 더 건강한 인생을 즐기게 하자는 것 아니었습니까. 우리는 단순히 알로에를 파는 기 아입니다. 사람한테 희망과 생명을 보급하는 회사입니다. 돈이나 벌자고 아무케나 제품 생산해서 자칫 효능이 떨어지거나 위생 상태에 문제가 생기면 우쭐잡니까. 그걸 소비자가 먹는다고 함 상상해 보이소"

-1986년 청강 이연호 회장

알로에가 한국에서 부흥하게 된 계기가 있습니다. 당시 원료가 많이 부족해서 이병훈 회장님께서 미국에 알로에 회사(알로콧)를 설립하고, 그곳에서 원료를 조달하기 위해 무진 노력을 많이 하셨는데, 회사 설립에 맞추어 연구와 생산, 품질관리 쪽으로 도



help out with R&D, production, and quality control. President Lee thought about my condition and asked me to come to the States with him, so that's how I ended up there. Back then, it was quite difficult for us, but I did my best with President Lee to overcome the difficulties and get the business started, and that, I think, is the reason I am so driven to assist the company however I can.

I started the distributor office because I wanted to promote good things about aloe in the field with my own two hands. My wife, Kyung Mi Leem, said that she was interested in the distribution business as well, so we decided to take the opportunity. It was difficult, sure, but having my wife around really helped me overcome the difficulties.

Ever since my work started, my creed has been "Bringing the best of nature to humankind." It's a simple phrase, but it tells a lot of things. I have always thought about playing the role of a mediator between nature and humankind, and I still think about it a lot. As I stand here now and think back of the days when we started, I think I am taking one step at a time with a clear vision of abundant and happy life for all. I am then rewarded with the happy and healthy faces of our UP members in the distribution office. I hope all of us can keep this lesson to heart. I am the first generation of Namyang Aloe (dba. Univera) hires. I have studied aloe for many years, and now, I have come back to do my business with confidence in my heart. I will do my best to keep my sense of direction as I move forward with everything I have.

By **Kyung Mi Leem** 2018 Yunho Lee Award Recipient | Namyang-Cheongju Distributor, Univera Korea  
글 | 2018년 청강상 수상자 **임경미** 실장 | 유니베라 청주남양대리점

When I first went to the United States with my husband, every women was working, so I decided that I should start my business when I become 40. I chose to do the distributor work for Univera because my husband's work touched me. The United States is such a large land, but we Korean people managed to do great things there. I was also quite deeply moved by how he drank so many aloe vera juice. I asked him if I could give some to the children, and he answered, "Of course! I'm enjoying every second of it," and that was when I thought that I could do it. I came back to Korea when I was 33, and I started working as a distributor in Cheongju. It was difficult at the beginning as I had no relationship to the place, but I think my husband really helped me pull through those difficult days. I have always prayed that my husband's job will bring goodness to many others. I am really happy that my prayer is being realized with aloe, and that I am also taking part in the business. I want to do my best to share this happiness with others.

와야 할 사람이 필요했습니다. 그때 이병훈 회장님께서 저를 생각하시고 같이 와서 공부도 하고 함께 일을 하면 좋지 않겠느냐고 제의하셔서 제가 미국으로 건너가게 되었던 것이죠. 초창기에는 어려움이 참 많았습니다만, 그런 어려움을 헤쳐나가며 이병훈 회장님과 함께 알로에를 성장시켰던 시절이 있었기 때문에 제가 더욱 최선을 다해서 이 회사를 살려가고 회사의 규모를 크게 향상시키는 데 도움이 되는 사람이 되겠다는 마음을 가질 수 있었다고 생각합니다.

대리점 영업을 시작하게 된 이유는 회사가 성장하고 저 스스로도 발전하면서 알게 된 알로에의 장점, 효능을 현장에서 직접 전파하고 싶다는 생각 때문이었습니다. 그런 생각을 하고 있던 차에 아내 임경미 실장이 대리점 사업을 해보고 싶다는 말을 해서 고민 없이 시작했습니다. 처음엔 어려움도 많았지만 아내와 함께 일을 하면서 잘 이겨낼 수 있었습니다.

저는 '자연의 혜택을 인류에게'라는 말을 항상 가슴에 품고 이 사업을 하고 있습니다. 참 쉽지만 어려운 말입니다. 어떻게 자연의 혜택을 인류에게 전달하는 매개자로서 일을 할 것인가, 많이 고민했고 그 고민을 지금도 계속하고 있습니다. 사업을 시작할 때부터 지금까지를 돌이켜보면 모두가 활짝 웃고 풍요롭고 아름다운 삶을 살 수 있는 사회를 만든다는 것에 기초를 두고 성실하게 한 가지 한 가지씩 풀어가고 있지 않나 생각합니다. 대리점에 출근하는 유포들이 건강과 활기를 되찾는 모습을 볼 때마다 보람을 느끼고 있습니다. 우리 모두가 이러한 마음을 끝까지 지켜갔으면 하는 바람이 있습니다. 제가 남양알로에 공채 1기로 연구실에 입사하면서 알로에를 공부하고 이에 대해 확신을 가지고 돌아와서 사업을 하고 있는데, 앞으로도 중심을 잃지 않고 최선을 다해서 앞으로 나가도록 노력하겠습니다.



남편을 따라 미국에 가보니 여성들이 다들 일을 하고 있더라구요. 그래서 저는 40세가 되면 사업을 시작해야겠다고 생각했어요. 그 사업의 시작이 유니베라 대리점 사업이었던 가장 큰 이유는 남편의 일하는 모습 때문이었습니다. 큰 미국 땅에서 작은 한국 사람이 엄청난 일을 해내는 것을 보면서 감동도 받았고 알로에를 벌컥벌컥 들이키는 모습이 신기하게 느껴지기도 했죠. 아이들에게 먹여도 괜찮냐는 물음에 '내가 이렇게 잘 마시고 있는데 당연한 것 아니냐'는 대답을 들으면서 '이 사업은 해봐도 좋겠다'는 생각을 품게 되었죠. 그래서 33세에 한국에 들어오자마자 청주에서 대리점 사업을 시작했습니다. 연고도 없는 지역에서 처음 사업을 시작하다 보니 처음 몇 년은 참 어려웠어요. 의지하고 함께 이겨나갈 남편이 있었기에 지금의 대리점, 그리고 제가 있다고 생각합니다. 저는 남편의 직업이 많은 사람들에게 유익을 주는 직업이면 좋겠다는 기도를 꾸준히 해왔습니다. 그것을 알로에를 통해 이루고 있고, 그 사업에 제가 동참하고 있다는 것이 정말 행복합니다. 제가 느끼고 있는 이 행복을 다른 사람들과 나누기 위해 노력하고 있습니다.

# Life is not a Dress Rehearsal

삶은 리허설이 아니다

By **Glen and Reagan Hubbard** 2018 President's Award Recipients | Univera North America Diamond Associate

글 | 2018 최우수상 수상자 글렌 허버드, 리건 허버드 | 유니베라 미국

Each year Univera honors an outstanding leader for their dedication, leadership, courage, innovation and adopting innovation, and their willingness to do whatever is right to benefit the greater good of Univera Nation, Univera Inc. and the greater Univera community. Our President's Award Recipients are specially selected by the President to recognize the Associates fueling Univera's future.

This year, we are so pleased to announce the winner is Glen Hubbard and his wife Reagan Hubbard. They have demonstrated these attributes in unselfish leadership spirit of a true Univera Servant Leader, and in an ECONETian like spirit. As demonstrated by their sustained growth, these Award Recipients have channeled their passion for Univera's quality products and helping others into a solid foundation for their businesses, stimulating a strong future for themselves, their Teams, and our Univera Family. Glen and Reagan Hubbard have had a long journey with Univera, and their root run deep in Univera Inc. history.

Their journey, in their own words, is as follows;

유니베라 미국은 해마다 헌신과 리더십, 용기, 혁신, 그리고 유니베라와 유니베라 공동체에 유익한 일이라면 무엇이든지 기꺼이 하겠다는 의지를 보여준 훌륭한 리더, 즉 유니베라의 미래를 선도하는 어소시에이트를 최우수 어소시에이트로 선정하여 치하합니다.

올해 수상의 영예는 글렌 허버드와 부인 리건 허버드에게 돌아갔습니다. 두 사람은 진정한 유니베라의 서번트 리더로서 헌신적인 리더십과 에코넷 정신을 보여주었습니다. 수상자는 꾸준한 성장에서 알 수 있듯이, 유니베라의 고품질 제품을 위해 열정을 바치고 다른 사람들이 사업의 기반을 다질 수 있도록 도왔으며, 자신들은 물론 소속 팀과 유니베라 가족을 위해 튼튼한 미래를 만드는 데 공헌하였습니다. 글렌 허버드와 리건 허버드는 유니베라와 긴 여정을 함께 하면서 깊은 유대를 맺고 있습니다.

그들이 직접 설명하는 오랜 여정의 이야기는 다음과 같습니다.





Reagan and I have always had as our North Star the realization that this life is not a dress rehearsal. It is to be lived fully, in discernment with each endeavor, to hunker down in commitment, trust belief and dedicated to consistent work. Looking back, that last part might be why we stayed with our first Relationship Marketing Company for 11 years only making \$200 a month with 88 people in our downline.

When Kenny Rossi initially introduced us to this most incredible, visionary company, Univera, we actually said we were not interested. But Kenny was brilliant in understanding we did not know what we were saying no to and invited us on a 3 day due diligent tour.

We flew to Portland and met Al and Jan Kearmen. Where we were gifted with Xtra and within 10 minutes Reagan, who had been suffering with low energy, interrupted sleep patterns, brain fog and aging, discovered what we coined a Zen like energy and incredible mental clarity. WE continued our journey and met the chief Science officer, toured the labs, attended wellness events and got to know the heart and soul of this Company.

We experienced firsthand its culture of true Servant Leadership. We threw our hearts over the bar and with such gratitude, committed to going platinum our first month to help Kenny Rossi go Diamond. Because of our commitment to Bill Lee's Vision of "Bringing the Best of Nature to Humankind" Reagan and I went Diamond in 9 months and created 4 Diamonds in our first year. We became the Associates of the Year in 2010 and received our million dollar Club membership in 2016.

Today January 2019 is Univera's Year. With free shipping starting in February, our Secret Community called Health for Good with over 1,100 members, and our simple sign up procedure we are ready to explode in American and Canada. Soon Univera will be launched to the World...

Exciting times to come...!!!

저와 리건은 항상 우리의 삶은 무대 리허설이 아니라는 깨달음을 신조로 살아왔습니다. 그리하여 삶에 최선을 다하고 분별력 있게 행동하며 약속과 신념을 지키고 꾸준히 일에 헌신해 왔습니다. 돌아보면, 첫 관계마케팅 회사에서 단 88명만을 이끌고 한 달에 200달러밖에 벌지 못하면서도 11년을 계속 함께 한 이유가 바로 그 때문입니다.

케니 로시가 유니베라라는 엄청나게 전망이 밝은 회사를 처음 우리에게 소개했을 때, 우리는 그다지 관심을 갖지 않았습니다. 하지만 케니는 우리가 잘 모르기 때문에 거절한다는 것을 간파하고 우리를 3일간의 견학 투어에 초대했습니다.

우리는 포트랜드로 날아가서 알과 켄 키어넨 부부를 만났습니다. 그곳에서 엑스트라(Xtra)를 선물로 받았는데, 10분도 안되어 에너지 부족, 불규칙 수면, 정신 혼미(Brain Fog)와 노화 증세로 힘들어하던 리건이 우리가 '참선'이라고 이름 붙인, 충만한 에너지와 놀랍게도 맑은 정신을 느끼게 되었습니다. 투어를 계속하며 최고과학책임자를 만나고, 연구실을 견학하고, 웰니스 행사에 참석하며 회사의 열정과 정신을 배우게 되었습니다.

또한 진정한 서번트 리더십 문화를 직접 경험했는데요. 감사하는 마음으로 목표에 전념하여 케니 로시가 다이아몬드를 달성하는 걸 도우면서 우리도 첫 달에 플래티넘을 달성했습니다. '자연의 혜택을 인류에게' 전하자는 이병훈 회장의 비전을 바탕으로 저와 리건은 9개월 안에 다이아몬드가 되고 첫 해에 4개의 다이아몬드를 달성했습니다. 2010년에 올해의 어소시에이트로 선정되었고 2016년에 백만 달러 클럽 회원이 되었습니다.

2019년은 유니베라의 해입니다. 2월에 무료배송 시작, 1,100명의 이상의 회원들을 둔 '헬스 포 굿' 시크릿 커뮤니티, 간단한 가입절차를 기반으로 이제 우리는 미국과 캐나다 전역으로 확장할 준비를 마쳤습니다. 유니베라는 곧 전 세계로 뻗어 나가게 될 것입니다.

그날을 고대합니다.

## Our Credo

We passionately pursue  
and discover the benefits  
that nature offers,  
and share these precious gifts  
with the world,  
promoting health and wellness  
that enriches our lives.  
As a successful leader  
in the wellness industry,  
with trust, cooperation and diligence,  
we contribute to a healthier world  
that will endure.

## 에코넷 헌장

정직하고 깨끗한 자연에서  
인류에게 이로운 선물을 찾은 우리는  
'자연의 혜택을 인류에게' 전하자는 열정으로  
건강하고 아름다운 세상을 만든다는 자부심으로  
치열하게 최선을 추구합니다.  
자연에서 발견한 소중한 가치를 나누는 것이  
우리의 사명이고  
사람을 건강하고 풍요롭게 하는 것이  
우리의 보람입니다.  
그리하여 우리는  
'꿈을 함께하는 행복한 일터'에서  
정직하고 성실하게 존중과 신뢰로 협력하여  
건실한 성공 기업으로서  
건강하고 지속가능한 세상을 만드는 데  
기여하겠습니다.

## Nuestro Credo

Apasionadamente buscar y descubrir los beneficios que la naturaleza ofrece y compartir estos preciosos dones con el mundo, promoviendo la salud y el bienestar para enriquecer nuestras vidas.

Como líderes exitosos en la industria del bienestar, con confianza, cooperación y diligencia, contribuimos a un mundo mas saludable que perdurara.

## Кредо ЭКОНЕТ

Мы ищем и находим полезные человечеству дары природы.

Мы стремимся обеспечивать людей благами природы,

С гордостью создаем здоровое и красивое общество,

И всегда стремимся стать лучшими в своем деле.

Наша миссия

— разделить с людьми,

найденные нами

сокровища природы.

Мы с достоинством делаем человека здоровым и богатым.

Следовательно,

Мы работаем честно и с

большим трудолюбием,

уважаем и доверяем друг другу

«в счастливом обществе,

в котором у нас общая мечта».

Будучи благонадёжной и

успешной компанией,

мы будем всегда вносить

свой вклад в создание мира,

в котором здоровое общество

живет в гармонии с природой.

## ECONET 宪章

寻找正直、

清洁的大自然赠与人类的礼物的我们

充满着“带给人类大自然最珍贵的”

的热情

以创造健康美丽的世界而自豪

致力于追求最优。

分享从大自然发掘的珍贵的价值是我们的使命

使人们健康、富裕是我们的责任所在。

因此，我们

作为“一个让所有人都能实现梦想，

幸福快乐的社团”

共同本着正直、诚实、尊重、信任

基于健康充实的成功企业

向打造健康、持续的世界前进。



- 0102 Unigen relocated to Tacoma, Washington USA  
유니젠 미국, 워싱턴 주 타코마로 이전 유니젠 미국 Unigen
- 0109 Seminar for Distributor Presidents (9~10)  
전국 대리점 사장 세미나 유니베라 Univera Korea
- 0112 Leadership Development Workshop, San Antonio Texas (12~13)  
현장 리더 연례 워크숍 유니베라 미국 Univera North America
- 0114 The Young Board of Univera Korea visited Aloecorp China for training (14~17)  
유니베라 영보드, 알로콥 중국 연수 유니베라 Univera Korea
- 0123 Aloe Summit in Hilltop Gardens (23~25)  
알로에 서밋 에코넷 ECONET

- 0222 R&D Strategy seminar of Univera Korea and CAP (22~26)  
유니베라 CAP R&D 전략세미나, 중국 하이난 유니베라 Univera Korea

2018

01  
January

02  
February

03  
March

04  
April



- 0306 Participated in Natural Products EXPO West tradeshow, Anaheim CA (6~10)  
천연물 EXPO 참가 유니젠 미국 Unigen
- 0322 Participated in FIC, China 2019 (22~24)  
제22회 중국 국제 식품첨가제 및 식품원료 전람회 참가 알로콥 중국 Aloecorp China
- 0405 Celebrate ECONET's 42<sup>nd</sup> Anniversary  
창립 42주년 에코넷 ECONET
- 0409 Aloecorp Mexico set up a new Ceiba farm  
멕시코 세이버 농장 신규 개설 알로콥 멕시코 Aloecorp Mexico
- 0410 Univera Korea Launchrd a new cosmetic blend "Botanity" with "Flavon Serum"  
보타니티 브랜드 플라본세럼 출시 유니베라 Univera Korea
- 0427 Univera Korea attended at a symposium organized by the Korean Society of Community Nutrition  
유니베라 2018 대한지역사회영양학회 춘계심포지엄 발표 유니베라 Univera Korea



05  
May

0518 REACH registration number is obtained for aloe vera product  
EU REACH(신화학물질관리제도)의 등록번호 획득 알로컴 멕시코 **Aloecorp Mexico**

0518 Lacey call center open house  
고객 콜센터 이전 재개장 유니베라 미국 **Univera North America**

0519 Univera/Serve First 5Km Run  
유니베라 미국 서브 퍼스트, 후원 행사 유니베라 미국 **Univera North America**

0523 Univera Korea received a commendation from the Minister of the Ministry of Health and Welfare  
제2회 희귀질환 극복의 날, 보건복지부 장관상 수상 유니베라 **Univera Korea**

0604 Univera Korea released new dietary supplement products, "Bium Cleanse" and "Cheum Protein"  
유니베라 신제품, <비움 클렌즈>와 <채움 프로틴> 출시 유니베라 **Univera Korea**



06  
June

07  
July

08  
August



0720 Convention in Denver (20~21)  
연례 컨벤션 유니베라 미국 **Univera North America**

0803 "Hug", a skin care bland for babies, launched in the Hong Kong and Macao markets  
허그, 홍콩 마카오 시장 진출 유니베라 **Univera Korea**

0817 Event of Inviting Employee's Children  
제7회 임직원 자녀 초청 행사 네이처텍 **Naturetech**



0901 Jeong Bum Nam became the president of Aloecorp China

알로corp 중국, 남정범 법인장 취임 **알로corp 중국 Aloecorp China**

1001 Young Joo Park became the president & CEO of Univera Korea

유니베라, 박영주 대표 취임 **유니베라 Univera Korea**

1004 Kentuckianna Univera & Serve First Events

유니베라 미국 서브 퍼스트 모금 행사 **유니베라 미국 Univera North America**

09

September

10

October

11

November

12

December



1101 CAP of Univera Korea invited to an international symposium of the Korean Society of Food Science and Nutrition

유니베라 CAP 알로에 연구 결과 발표, 2018 한국식품영양과학회 국제 심포지엄 **유니베라 Univera Korea**

1108 SupplySide West 2018 tradeshow, Las Vegas NV

유니젠 미국 라스베이거스 식품 및 원료 박람회 참가 **유니젠 미국 Unigen**

1122 Sharing Kimchi with Love Event

사랑의 김장 나누기 **네이처텍 Naturetech**

1128 Increasing a vial production line

액상 바이알 라인 증설 **네이처텍 Naturetech**

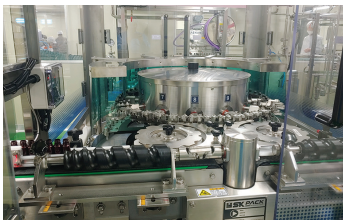


1201 Unigen lauded in award from China

유니젠 미국, DNA 바코딩 기술로 중국의학 국제공헌상 수상 **유니젠 미국 Unigen**

1214 ECONET Aloe selected as the World Class Product for the 16 consecutive years

'유니베라 알로에', 세계일류상품 16년 연속 선정 **유니베라 Univera Korea**





- 0108 Seminar for Distributor Presidents (8~9)  
전국 대리점 사장 세미나 유니베라 Univera Korea
- 0111 Leadership Development Workshop, San Diego California (11~12)  
현장 리더 연례 워크숍 유니베라 미국 Univera North America

- 0226 Chairman & CEO Bill Lee received an appreciation plaque  
from the Korea Health Supplements Association  
이병훈 회장, 건강기능식품협회 창립 30주년 공로패 수상 유니베라 Univera Korea

2019

01  
January

02  
February

03  
March

04  
April



- 0303 Releasing a Joint Care Product through Television Home Shopping Networks  
황금소재 관절 제품 홈쇼핑 출시 네이처텍 Naturetech
- 0305 Univera Korea signed a memorandum of understanding with Women's Health Foundation  
유니베라, 건강한여성재단과 사회공헌활동 협약 체결 유니베라 Univera Korea
- 0305 Participated in Natural Products EXPO West tradeshow, Anaheim CA (5~9)  
천연물 EXPO 참가 유니젠 미국 Unigen
- 0318 Participated in FIC, China 2019 (18~20)  
제23회 중국 국제 식품첨가제 및 식품원료 전람회 참가 알로코프 중국 Atoecorp China
- 0405 Celebrate ECONET's 43<sup>rd</sup> Anniversary  
창립 43주년 에코넷 ECONET

발행인 **이병훈**

Publisher **Bill Lee**

발행처 **남양**

Published by **Namyang company**

편집기획 **(주)남양 에코넷홀딩스**

Editing and planning by **ECONET Holdings, Namyang Company**

편집 **문선유**

Editor **Sunyu Moon**

디자인 **디자인모루**

Design by **deMORU**

인쇄 **정광인쇄(주)**

Printed by **Jeonggwang Printing**



**ECONETWAY**  
FOR TRUE WELLNESS