

ECONET WAY

꿈을 함께 하는 행복한 일터

A community where all can share purpose, dream & happiness together



Vol. 010 / October 5, 2005



에크네시아 에크네시아는 미생물 감염에 대한 인체의 면역 기능을 도와주는 것으로 알려져 있으며, 세균성 감염과 바이러스 감염 모두에 효과적으로 쓰인다.

Echinacea Echinacea is the prime remedy to help the body rid itself of microbial infections. It is effective against both bacterial and viral attacks.

웰빙의 시대인 만큼 건강과 미에 대한 관심과 욕구는 어느 누구도 예외일 수 없다.
신진대사를 촉진시켜 호르몬의 분비를 원활하게 하는 것은 물론 쌓인 스트레스와 피로를 풀어주고 피부에 건강과 탄력을 선사해 주는 목욕 또한 웰빙의 바람을 타고 단순히 ‘씻는다’ 는 개념에서 벗어나 ‘목욕시간을 즐기자’ 는 개념이 강화되었다. 몸을 씻는다는 것은 더 이상 깨끗함만을 추구하는 행위가 아니다.

김이 모락모락 올라오는 욕조, 향기로운 꽃잎과 가득한 거품 속에 반쯤 몸을 담근 누군가가 행복한 미소를 짓고 있다. 텔레비전이나 영화 속에서 봐 왔던, 시간 많고 돈 많은 이들이나 누리는 사치라고만 생각했던 장면이 집안으로 들어오고 있으며 건강을 위한 반신욕, 족욕 등은 이미 우리 생활의 또 다른 문화로 자리잡고 있다.



고보습 헤어 & 바디케어 전문 브랜드
베라스파(Veraspa)

자연의 촉촉하고 풍부한 영양과 부드러움을 소중한 당신께 ...

웰빙의 바람은 머리 끝에서 발끝까지 우리의 생활에 영향을 미쳐 자외선을 비롯한 수 많은 자극으로부터 혹사당하는 게 비단 피부만은 아니라는 것을 깨닫게 해 주었다.
길을 지나다보면 몇 년 전만해도 알록달록 물들인 헤어 컬러링은 쉽게 찾아볼 수 있었지만 ‘아름다운 갈색 머리’ 라는 노래가사도 있듯 최근에는 남녀 모두 차분하고 자연스러운 컬러의 물결임을 알 수 있듯이 이젠 지나친 화려함보다는 그 동안 손상된 모발을 회복시키고 두피의 건강을 지키는 일이 우선순위가 되었다.
알로에가 주는 생생한 느낌과 생기, 촉촉함을 느낄 수 있는 베라스파의 용기만 보더라도 빛나는 머리결과 촉촉한 바디를 원하는 우리는 유혹될 수 밖에 없다.

알로에의 촉촉함을 담은 베라스파

남양알로에에서 새롭게 선보인 베라스파는 클레오파트라가 목욕물과 눈·입술 화장품에 첨가해 사용했었다는 기록이 있을 만큼 피부에 좋은 식물로 널리 알려진 천연알로에보다 보습능력이 3배 이상 뛰어난 액티브알로에를 비롯한 천연성분 소재가 피부의 보습력을 높여주고 천연향이 피로회복과 마음의 안정을 주는 고보습·고품격 헤어 & 바디케어 전문 브랜드이다.

보습효과가 우수한 액티브알로에, 두피 보호 효과를 지닌 디엘판테놀·솔싹 추출물, 모발 보호 효과가 있는 피탄트리올, 컨디셔닝 성분인 열대야자열매 추출물이 함유된 베라스파 헤어케어 제품은 두피는 물론 손상된 모발보호를 책임지며 바디케어 제품은 보습효과가 높은 액티브알로에, 피부 진정 및 청정에 탁월한 효과를 지닌 플로랄워터, 뛰어난 향균·항염의 솔싹 추출물, 사용감이 매끄럽고 피부의 유연성을 부여해 주는 고순도의 식물성 오일의 함유로 피부의 촉촉함과 건강을 책임지고 있다.

기분 좋은 향과 탁월한 보습력을 지닌 남양알로에 베라스파와 함께 오랫동안 꿈꿔왔던 촉촉한 피부를 만끽해 보자.



제품 구성

- | | |
|---|---|
| • 베라스파 헤어케어 베라스파 컨디셔닝 샴푸 베라스파 컨디셔닝 린스 (200ml 8,000원 / 500ml 16,000원) | • 베라스파 바디케어 베라스파 미용비누(100g *3ea) 12,000원 베라스파 바디클렌저 250ml 14,000원 베라스파 바디로션 250ml 16,000원 베라스파 샤워코롱 120ml 15,000원 |
|---|---|



In the age of well-being, everyone without exception has a strong interest in and desire for health and beauty. Thanks to the boom in well-being, bathing, which helps relieve stress and exhaustion and gives skin a healthy appearance and firmness as well as facilitating the production of hormones by accelerating metabolism, is no longer simply for the purpose of “getting clean.” Today, the concept of “enjoying a bath” is stressed. Washing one’s body is no longer simply for cleanliness.

In a steaming, bubbly bathtub sprinkled with floating scented petals, a woman with a radiant smile is half immersed in the water. Such a scene, which we have seen only on television or in a movie and considered a luxury enjoyed only by the rich with a lot of free time, has now found a place in our homes. A bath immersing only the lower half of the body and a footbath, which are all known to be good for health, are now establishing themselves as another part of the culture of our daily lives.

Special intensely moisturizing brand for hair and body care

Veraspa

Bringing moisture, rich nutrients and the gentleness of nature to you, who are most precious...

The boom in well-being has thoroughly influenced every part of our lives. It has made us realize that it is not only our skin that is irritated by numerous harmful elements, including ultraviolet rays. Up until a few years ago, it was easy to spot people with hair dyed in colorful shades. However, just as in the lyrics “beautiful brown hair,” both men and women have recently been keeping their hair in subdued and natural colors. Instead of excessively ornate styling, the restoration of damaged hair and maintaining a healthy scalp has now become high priority. The freshness, vitality and moisture of aloe spring from the containers of Veraspa products, which appeal to our desire for shiny hair and healthy, moisturized skin.

Veraspa - offering the moisture of aloe vera

Veraspa, which was recently launched by Namyang Aloe, contains natural ingredients, including ACTIValoe. They are effective at keeping the skin hydrated, and their natural scents soothe the tired mind and body. ACTIValoe’s moisturizing effect is three times greater than ordinary natural aloe, a plant already so beneficial to the skin that history says that Cleopatra added it to her bath water and her eye and lip cosmetics. Veraspa is a specialized brand for intensely moisturizing, luxurious hair and body care.

Veraspa hair care products, which contain ACTIValoe for intense moisturizing, DL-panthenol and pine bud extracts to protect the scalp, phytantriol as a protective shield for hair and tropical coconut extracts for conditioning, protect damaged hair and the scalp. Veraspa body care products keep skin hydrated and healthy with their ACTIVEaloe ingredient for intense moisturizing, flower extracts to effectively soothe and cleanse skin, pine bud extracts for antibacterial and anti-inflammatory effects, and high purity vegetable oil to add smoothness and softness to the skin.

Fully enjoy the smooth and moisturized skin you’ve always dreamed of with Veraspa by Namyang Aloe, featuring pleasant fragrances and superior moisturizing effects.

Product line

- Veraspa Hair care
 - Veraspa conditioning shampoo
 - Veraspa conditioning rinse
 - (200ml / 500ml KRW 8,000 / KRW 16,000)
- Veraspa body care
 - Veraspa facial soap (100g x 3) KRW 12,000
 - Veraspa body cleanser 250ml KRW 14,000
 - Veraspa body lotion 250ml KRW 16,000
 - Veraspa shower cologne 120ml KRW 15,000



알로에



알로에는 아열대 식물로 백합과에 속한다. 백합과에는 200가지 이상의 속이 있으며, 이중 하나가 알로에 속이다. 또한, 알로에 속에는 300여종의 알로에가 있는데, 이 수백 가지에 달하는 알로에종은 전세계 곳곳에서 발견되며 약용으로 쓰인다. 인류는 수천년전부터 알로에를 사용한 것으로 알려져 있다.

알로에를 화상, 감염, 기생충 치료에 사용했다는 최초의 기록은 기원전 1500년경으로 추정되며 이집트에서 발견되었다. 과거 기록에 따르면 절세의 미인으로 알려진 클레오파트라가 피부 미용을 위해 알로에를 사용했다고 한다. 이집트, 아랍, 아프리카, 아시아, 미국의 고대 기록들에서는 알로에가 사용되었던 여러 가지 용도 및 병리학적 사례들을 찾아볼 수 있다.

알로에 식물의 잎에 존재하는 알로에 젤은 외용 연고로 사용시 화상, 발진, 여드름 치료에 효과적이며, 섭취 시에는 변비, 위 십이지장 궤양, 위염에 도움이 되는 것으로 알려져 있다. 여러가지 알로에종 중에서 가장 널리 사용되는 종은 Aloe barbadensis 이다. 알로에는 미국내에서 판매량이 가장 많은 10대 약초 성분중 하나로, 국제 알로에 기준심의 협회 (IASC)가 실시한 조사에 따르면 지난 12개월간 부가적인 기능의 알로에 유효성분을 함유하는 새로운 화장품과 식품이 총 1,557가지나 선보였다. 에코넛은 현재 텍사스, 멕시코, 중국 농장에서 Aloe vera를 재배하고 있다.

유니젠 미국이 알로에에 대한 연구를 시작한 것은 1995년 5월이다. 총 72종의 알로에 식물을 수집하여, 알로에에 함유된 크로몬 성분의 화학적 분석표를 완성했다. 여러가지 종의 알로에에서 분리 추출한 저분자량 크로몬은 여러가지 생물학적 활성을 보유하고 있는 것으로 보고되었다. 알로에신은 C-glucosylated 5-methylchromone으로 야기 교수 등이 효과적인 티로시나아제 억제제로 보고한 바 있다. 알로에신의 멜라닌 형성 억제 효과도 세포 단위 분석과 인체 피부 시험 모두에서 유니젠에 의해 확인되었다. 텍사스 산안토니오에 위치한 텍사스 대학의 유명팔 교수 및 동료 연구진은 쥐의 뇌를 이용한 연구에서 알로에 크로몬의 항산화제 기능이 알파 토로페롤과 유사하다고 보고한 바 있다. 또한 유니젠 소속 과학자들은 알로에신 유도체들이 강력한 지질 과산화 억제제 작용을 한다고 밝혔다. 알로에신의 Oxygen Radical Absorbance Capacity (ORAC) 측정결과, 녹차와 포도씨에서 추출한 90% 폴리페놀보다 알로에신의 ORAC 수치가 더 높았다. 따라서, 알로에의 크로몬 성분은 지질 과산화 억제와 활성산소종 (ROS)의 생성 기능이 있는 바이오 스킨케어 성분으로서 노화 억제에 효과적인 것으로 보인다.



일본 후쿠야마 대학의 아키라 야기 교수가 주도한 알로에 연구에 기초하여 유니젠은 알로화이트라는 화장품 성분을 선보였다. 알로화이트는 노화와 햇빛에 의해 손상된 피부를 복구하며, 피부색을 젊게 보이도록 변화시키는 효과가 있는 것으로 나타났다. (주: 최근 IASC는 2005년도 알로에 명예의 전당 후보자로 야기 교수를 선정했으며, 알로에 명예의 전당 후보 지명은 학계에서 매우 영광스러운 명예로 여겨짐.) 알로화이트는 원산지가 남 아프리카 공화국인 Aloe ferox의 노란색 수액을 이용하여 미국 워싱턴주 레이스에 위치한 유니젠의 생산 시설에서 특허 공정에 따라 생산된다. Aloe ferox는 남 아프리카 공화국의 해안 지방에서 폭넓게 자라지만, 수확은 대부분 남부 해안 벨트 지역을 따라 이루어진다. 이스턴 케이프 지방의 세이모어 지역에서는 알로에신 함량은 높고 하제 효과가 있는 알로인 함량은 낮은 Cap알로에가 재배된다. Aloe ferox가 대량으로 재배되는 남 아프리카의 농촌 지역에서는 마을 전체가 알로에 산업의 수혜자라는 것을 알 수 있다. 아무리 기술이 없는 사람이더라도 알로에 수확과 공정 단계중 어디에선가 일자리를 얻을 수 있기 때문이다.

알로화이트는 독일 회사인 로비에 라이선스 되었으며, 에코넛의 화장품 제품에 이용되어 왔다. 알로화이트는 미국과 유럽에 위치한 여러 세계적인 화장품 회사에서 폭 넓은 평가 과정을 거쳤다. 제 24차 IASC 국제 학술 세미나에서 유니젠의 CSO 치 지아 박사는 유니젠이 알로에 추출물을 기초로 개발한 스킨케어 성분인 알로화이트의 인체 안전성에 대한 임상 연구 자료를 발표했다. 치 지아 박사는 피부 노화 방지 및 미백 부분에서 혁신적인 효능이 있는 스킨케어 제품이라고 소개하며, 성분의 안전성 분석표와 효과를 강조했다. 유니젠의 연구원들은 Aloe ferox에서 추출한 또 다른 크로몬계 물질인 알로에레진 A를 이용하여 또 하나의 화장품 성분 필바린을 개발했다. 필바린은 강력한 항산화제로서 노화 억제 효과가 있으며, Free Radical의 생성 억제 및 간과 뇌세포에서의 말론디알데하이드의 분비 억제를 통한 지질 과산화 억제 효능에 대해 특허를 획득했다.

유니젠은 현재 고형암의 항암 효과, 항당뇨 효과, 체중 감량 효과가 있는 추출물을 심사하여 선별하는 과정에 있다. 그동안 가려낸 2천여 가지의 식물중에서 혈당 강하 효과가 있는 알로에 종 두가지를 찾아냈다. 또한 유니젠은 IASC와 긴밀히 협조하여 알로에 젤에 의한 비타민의 생물학적 이용효능 강화, NRM 및 단백질 기술을 이용한 알로에 전체 잎의 Specific marker의 파악, DNA micro-array 기술을 이용한 알로에 성분의 평가 등에 대한 연구를 수행하고 있다.

한마디로, 향후 알로에 연구의 잠재력은 무궁무진하다고 할 수 있다.

글 - 유니젠 미국 치 지아 연구소장 (CSO) & 바비해나 연구원



The Aloe Plant

By Bobby Hanna & Qi Jia (Unigen, Research Associate, Chief Scientific Officer)

The aloe plant, which is considered semi-tropical, belongs to the liliaceae family. The liliaceae family contains over 200 genera with the aloe genus being one of them. In the aloe genus there are over 300 species of aloe. These hundreds of aloe species are found all over the world and are known for their medicinal properties. Mankind has used aloe for thousand of years. The first written records of aloe for burns, infections and parasites was found in Egypt dated 1500 BC. History shows that Cleopatra used aloe as a cosmetic aid for her skin, which is said to be of legendary beauty. Ancient records of the Egyptians, Arabs, Africans, Asians and Americans discussed the different uses and pathological cases in which aloe was administered.

Aloe gel, which is found inside the leaves of the aloe plant, is known to be effective to treat burns, skin rashes, acne, used as a moisturizer, taken internally for laxatives, peptic ulcers and gastritis. The Aloe barbadensis is one of the most popular species of aloe. Aloe is a top 10 best selling herbal ingredient in the U.S. Based on a survey conducted by the International Aloe Science Council (IASC), during the past 12 months, 1,557 new cosmetic and dietary products contain value-added, efficacious aloe-based ingredients. Econet grows aloe vera in its Texas, Mexico and China farms.

Unigen USA started aloe research in May 1995. It collected 72 different species of aloe plants and completed a chemical profiling of chromones in those aloe plants. Low molecular weight chromones isolated from various aloe species have been reported to have diverse biological activities. Aloesin is a C-glucosylated 5-methylchromone that has been reported by Yagi et al. as an effective inhibitor of tyrosinase. Inhibition of melanin formation by aloesin was also confirmed at Unigen, both in a cell-based assay and on human skin. The antioxidant activities of aloe chromones have been reported by Professor Byung Pal Yu and his colleagues at the University of Texas at San Antonio as similar to that of alpha-tocopherol based on a rat brain homogenates model. Unigen scientists also found that Aloesin derivatives acting as potent lipid peroxidation inhibitors. The measurement of the Oxygen Radical Absorbance Capacity (ORAC) for Aloesin showed potent activity with an ORAC value higher than 90% polyphenol extracts from green tea and grape seed extracts. Therefore, aloe chromones may offer anti-aging benefit as bioactive skin care ingredients with ability of suppression lipid peroxidation and reactive oxygen species generation.

Based on the aloe studies led by Professor Akira Yagi of Japan’s Fukuyama University, Unigen has launched a cosmetic ingredient called AloeWhite. It has demonstrated the ability to repair aged and

photo-damaged skin with the effect of modulating skin tone to a youthful appearance. (NOTE: Professor Yagi was recently elected by the IASC as the 2005 Aloe Hall of Fame nominee, a very prestigious honor in the science community.) AloeWhite is manufactured according to a patented process at Unigen’s Lacey facility from the yellow leaf sap of Aloe ferox, which is indigenous in South Africa. Aloe ferox grows widely throughout South Africa’s coastal providences, though it is mostly harvested along the southern coastal belt. The area around Seymour in the Eastern Cape yields aloe bitters high in Aloesin and low in an irritant laxative aloin. In the rural areas of South Africa where Aloe ferox grows abundantly, it is noticeable that the whole community benefits from this industry, since even the most unskilled person can be involved in some aspect of the harvesting and processing.

AloeWhite has been licensed to a Germany company called Rovi and has been utilized in cosmetic products in Econet. AloeWhite has been extensively evaluated by several international cosmetic companies located in the USA and Europe. Speaking at the IASC’s 24th International Scientific Seminar in early September, Unigen’s Chief Scientific Officer, Dr. Qi Jia, presented recent human clinical safety study data for Unigen’s Aloe-originated skincare ingredient, Aloewhite®. Dr. Jia highlighted the ingredient’s safety profile and benefits as an innovative skin care product in the anti-aging and skin lightening arenas.

At Unigen, scientists also developed another cosmetic ingredient called Pervarin based on another chromone type compound - Aloeresin A from the Aloe ferox plant. Pervarin has anti-aging benefits as a potent antioxidant that has been patented and approved with ability of suppression lipid peroxidation through suppression of free radical generation and suppression of the production of malondialdehyde on liver and brain cells.

Unigen is currently in the process of screening extracts for anti-solid tumor, anti-diabetic and weight loss targets. From more than 2000 plants screened, we have found 2 aloe species that have a hypoglycemic effect (lowering blood glucose). Unigen is also working closely with the IASC on the studies of enhancing bioavailability of vitamins by aloe gel, identifying specific aloe whole leave markers with NMR and protein technology and evaluation of aloe ingredients with DNA micro-array technology.

The future potential for aloe research is truly infinite.

글로벌 브랜딩

에코넷의 미래 성장의 비결

세심한 브랜드 관리는 미래의 치열한 경쟁 시장에서도 생활건강설계사와 고객간의 지속성 있는 관계 구축을 가능하게 한다.



에코넷의 철학은 “자연의 혜택을 인류에게”이며, 2011년까지 세계 최고의 건강기능식품 회사로 성장하는 것이 에코넷의 사명이다.

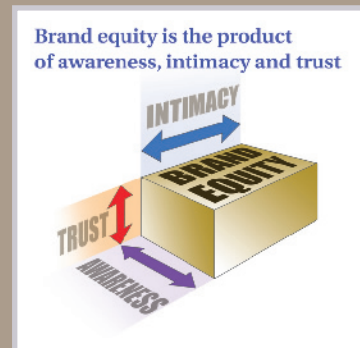
에코넷의 이 같은 목적과 사명이 실현되면 앞으로 6년내에 남양알로에와 오아시스 라이프 사이언스의 소비자 브랜드는 전 세계적으로 인정받는 소비재로 등장하여 세계의 대표적인 브랜드인 마이크로 소프트, 코카콜라, IBM, 메르세데스-벤츠 등과 함께 어깨를 나란히 한다는 것을 의미한다. 현재, 에코넷의 글로벌 시장 진출이 한참 진행중이다. 오아시스 제품이 2005년 캐나다에 소개되며, 오아시스와 남양알로에 제품이 2006년부터 2009년 사이에 주요 아시아 시장에 선보일 계획이다. 이를 통해 우리는 진정한 의미의 글로벌 확장 및 성장 시대에 돌입하게 된다. 이 성장기는 우리의 사기를 매우 고조시키는 동시에 에코넷의 모든 자원이 인류의 혜택을 위해 조화를 이룰 수 있도록 세심하고 철저한 브랜드 전략이 요구되는 시기이다.

오아시스와 남양 알로에 제품을 위한 브랜드 자산의 구축

세계적인 브랜드의 탄생은 우연히 이루어지지 않는다. 이는 단순히 브랜드 인지도 (Brand Awareness) 내지는 브랜드 인식 (Brand Recognition)의 문제가 아니다. 이는 생활건강설계사와 고객의 기대와 니즈를 반복적으로 충족하고 초월하여 회사가 진출해 있는 모든 시장에서 브랜드 충성도 (Brand Loyalty)를 얻었을 때 비로소 가능해진다. 사람들의 삶의 질에 진정한 변화를 불러일으키는 제품과 서비스를 지속적으로 제공하다보면, 제공업체와 수혜자간에 관

계가 형성되고 이는 궁극적으로 브랜드 자산 (Brand Equity)의 구축으로 이어진다. 브랜드 자산은 지속성 있고 수익성 있는 위대한 브랜드를 위한 핵심 요소이다.

브랜드 자산은 3차원의 “부피 방정식”



기본적으로 브랜드 자산은 회사와 제품에 대한 고객 감정의 총합을 의미하며, 인지도, 친밀도, 신뢰도의 3개의 차원으로 구성되어 있다. 브랜드

자산 구축을 위한 이 3가지 요소의 상호작용은 3차원의 직육면체 모양의 이미지를 이용하여 설명할 수 있다. 이 도형은 3가지 축 모두가 양의 값을 유지하는 한, 3가지 방향중 어느 하나만 커지더라도 부피가 커지게 되어있다.

인지도 이는 고객들이 회사를 얼마나 가장 먼저 떠올리는지(Top-of-mind)를 측정하는 기준이다. 고객들은 제품과 관련하여 질문이 있을 때, 답을 구하기 위하여 그 회사를 생각하는가? 고객들은 그 회사가 어떤 회사라는 것을 알고 있는가? 회사 이름은 기억할 수 있는가? 회사에 대한 언론 보도는 인지도를 증대시키며, 광고, 판촉 또는 모든 공공 장소에서의 회사명 및 메시지 이용도 마찬가지이다. 오아시스와 남양알로에에서도 인지도는 주로 영업 사원에

의한 판매 또는 ‘구전’ 효과를 통해 형성된다. 이 같은 강력한 판매 접근법은 고품질의 건강 보조 제품을 위한 이상적인 방법이다. 제품 홍보시 개인적인 제품 체험담이나 제품의 효능을 함께 소개할 수 있기 때문이다. 브랜드 자산의 토대는 마케팅 및 영업에 대한 이 같은 개별적인 대면 접근법을 통해 형성된다.

친밀도 인지도가 폭을 측정하는 기준이라면, 친밀도는 깊이를 측정하는 기준이다. 고객들은 회사와 얼마나 관계되어 있다고 생각하는가? 회사의 제품은 이들의 생활에서 얼마나 큰 비중을 차지하고 있는가? 고객들은 주문 접수, 대금 결제, 고객 지원 등과의 접촉에서 회사와 긍정적인 교류가 이루어졌는가? 친밀도는 개인적인 경험, 구전, 고객들이 회사를 개인화하는 ‘사건’에 따른 결과물이다. 대부분의 중소기업체들은 급격히 성장하는 시장 진출시 바로 이 친밀도 때문에 고전을 겪게 된다.

에코넷은 높은 신망, 성실성, 서번트 리더십에 기반을 두는 훌륭한 문화를 보유하고 있다. 이 같은 문화는 친밀도와 충성도를 형성하는 서비스 기대 수준과 믿음 체계를 자연스럽게 조성한다. “자연과 과학이 제공할 수 있는 최고의 혜택을 인류에게 전달”하고자 하는 회사의 철학을 생활건강설계사와 고객이 받아들이기 시작하면 상호간에 친밀한 약속이 이루어진다. 궁극적으로 에코넷의 모든 계열사는 바로 이러한 문화를 토대로 위대함을 인정받을 것이다.

신뢰도 신뢰는 고객의 느낌이 무엇인지 그리고 고객이 회사와의 관계를 얼마나 중시하는지를 측정한다는 의미에서 친밀도와 차이점이 있다. 어떤 면에서는 장기간에 걸친 인지도와 긍정적인 친밀도의 산물이라고 할 수 있으며, 관계가 앞으로 계속 가치를

창출할 것이라는 표시이기도 하다.

모든 유명 브랜드가 그러하듯이, 오아시스와 남양알로에 역시 Associate과 고객들에게 모든 주문건마다 항상 우수한 효능의 안전한 제품을 일관성있게 공급함으로써 신뢰를 쌓는다. “농장에서 가정으로” 이어지는 에코넷의 자원 덕분에 품질에 대한 이러한 약속이 회사의 중심이 될 수 있는 것이다. 오아시스는 사실 고객들이 신뢰할 수 있는 제품 제공에 대한 약속의 의미로 “고객 평생 보증제”를 도입하였다.

브랜드 자산은 성장의 핵심 키

에코넷이 글로벌 확장 단계로 진입함에 따라 오아시스와 남양 알로에는 브랜드 요소를 합치고 통합하기 위하여 협력을 증대하게 될 것이다. 양사 협력에 따른 시너지는 삶을 향상시켜주는 제품을 전세계에 선보일 수 있는 강력한 플랫폼을 제공한다. 글로벌 브랜딩 위원회는 새로운 시장에서 제품과 서비스를 선보일 때 기존의 브랜드 자산을 이용하여 막강한 우위를 확보할 수 있도록 노력하고 있다. 세심한 브랜드 관리는 미래의 치열한 경쟁 시장에서도 생활건강설계사와 고객간의 지속성 있는 관계 구축을 가능하게 한다.

전환기 동안 조직 문화가 계속 발전하듯이 브랜드 자산의 성장은 좀 더 시장 중심적인 문화의 형성에 기여할 것이며, 이 같은 문화는 기업이 업무 프로세스를 고객의 니즈와 요구에 맞출 수 있도록 할 것이다.

자연의 혜택을 인류에게...

머지않은 어느 날, 이 문구는 전세계에서 에코넷의 미덕을 알리는 상징으로 떠오를 것이다.

글 - 오아시스 마케팅 이사 스텐 와이스

Global Branding

Key to the future growth of the ECONET

By Stan Weiss (Oasis, Executive VP of Marketing)

The purpose of the ECONET is to “Bring the Best of Nature to Mankind.” Its mission is to be the leading Nutraceutical company in the world by the year 2011.

The realization of the purpose and mission of the ECONET means that over the next six years, the consumer brands of Namyang Aloe and Oasis LifeSciences™, will emerge as globally recognized consumer products, sharing the spotlight with world giants such as Microsoft, Coca-Cola, IBM, Mercedes Benz, and others. The ECONET global expansion is now underway, with the introduction of Oasis LifeSciences™, products into Canada in 2005 and with both Oasis and Namyang Aloe product introductions planned for key Asian markets from 2006 - 2009. We are truly entering an era of global expansion and development. This phase of growth, while incredibly exciting, will require meticulous Brand Planning to ensure that all the resources of the ECONET work harmoniously together for the blessing of mankind.

Building Brand Equity for Oasis and Namyang Aloe products

Building great global brands does not come by accident. It is much more than Brand Awareness or Brand Recognition. It comes with repeatedly

meeting and / or surpassing the wants and needs of Associates and Customers until Brand Loyalty is achieved in every market where the company operates. By consistently providing products and services that truly change the quality of one’s life, a relationship is developed between the provider and receiver that ultimately produces Brand Equity. Brand Equity is the key factor in ensuring lasting, great and profitable brands.

Brand Equity can be equated to “Volume” with 3 Dimensions

Brand Equity is essentially the totality of the customer’s feelings about the company and its products in three different dimensions: awareness, intimacy and trust. The interaction of these elements to create the critical mass of brand equity can be illustrated with a three-dimensional rectangular image. The volume of the shape increases with expansion in any direction, as long as all dimensions have a positive value.

Awareness This is a measure of how top-of-mind the company is with its customers. When they have a product-related question, do they think of the company as a source for an answer? Do they know who the company is? Can they remember its name? Media coverage of the company generates awareness as does

advertising, promotion or any use of the name and message in any public forum.

At Oasis and Namyang Aloe, the main form of Awareness comes from personal selling or “word-of-mouth” advertising. This powerful selling approach is ideal for its sophisticated health-enhancing products since the selling message is accompanied by a personal testimonial of the effectiveness of the product. It is this person-to-person approach to marketing and sales which forms the foundation for Brand Equity.

Intimacy If awareness is a measure of breadth, intimacy is a measure of depth. How connected do customers feel to the company? How much are its products a part of their lives? Have they had positive interactions with the company in order-entry, billing, or customer support? Intimacy is the result of personal experience, word-of-mouth, and the events that personalize the company for its customers. It is intimacy that most small and mid-sized companies struggle with as they enter the rapid growth marketplace.

The ECONET has a wonderful culture based on honor, integrity and servant leadership. This culture naturally cultivates a service expectation and belief system that builds intimacy and loyalty. As Associates and Customers embrace the company purpose “to bless mankind through the best products nature and science can provide,” an intimate mutual commitment develops. It is this culture that will ultimately define the greatness of all of the ECONET companies.

Trust Trust differs from intimacy in that it measures what the customer’s feelings are, the value the customer places in his relationship with the company. In some respects, it is the product of awareness and positive intimacy over time, an indication the relationship will continue to provide value.

As with all great brands, Oasis and Namyang Aloe build trust by delivering consistent, effective, safe products to its Associates and Customers with every order, every time. The “Farm to Family” resources of the ECONET enable this promise of quality to be a mainstay of the company. In fact, Oasis has just introduced a “Lifetime Customer Guarantee” as evidence of its commitment to products you can trust.

Brand Equity as part of the Growth Strategy

As the ECONET moves into its Global Expansion phase, Oasis and Namyang Aloe will increase their cooperation to merge and integrate brand elements. The synergy of working together provides a powerful platform for taking life-enhancing products to the world. A Global Branding Committee is working to ensure that existing brand equity is used to give the companies a huge advantage in introducing their products and services to new markets. Careful brand management will define the Associate and Customer relationships that will be maintained in the competitive marketplace of the future.

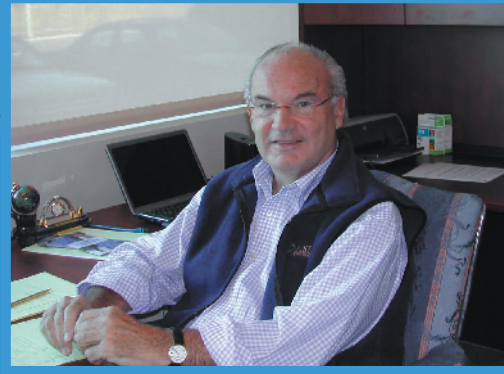
As the culture of the organization evolves during this transition, brand equity development will help create a culture that is more market-based. Such a culture will enable the company to align its business processes with customer needs and wants.

Imagine... Bringing the best of Nature to Mankind.

One day soon, this phrase will be known around the world as a beacon of goodness from the ECONET.



서번트 리더십



글 - 오아시스 이사회 의장 스튜어트 오킬트리

故 청강 이연호 회장과 그의 아들 이병훈 사장의 꿈이 에코넷으로 실현되고 있다. 그 꿈은 크게 두 부분으로 정리할 수 있는데, 하나는 과학적 연구를 발판으로 고품질의 혁신적인 제품을 생산하여 자연의 혜택을 인류에게 전달하는 것이고, 또 다른 하나는 꿈을 함께하는 행복한 일터를 전 세계에 만드는 것이다.

이 두 가지 목표는 서로 불가분의 관계에 있으며, 궁극적으로는 에코넷의 창립 이념인 봉사를 의미한다. 즉, 고객에 대한 봉사, 환경에 대한 봉사, 직원 및 생활 건강 설계사에 대한 봉사, 커뮤니티에 대한 봉사, 그리고 궁극적으로 인류에 대한 봉사를 의미한다.

따라서, 서번트 리더십의 정신은 에코넷의 창립이념에 이미 내재되어 있다. 개인으로서 우리의 역할은 항상 다른 이들을 위해 봉사하는 개인적 리더십을 발휘하는 것이다. 우리의 진정한 목적은 동료들로 하여금 자신의 목적을 이룰 수 있도록 도울 때에만 달성될 수 있다. 우리 모두가 지켜야 할 이 원칙은, 에코넷의 모든 기업이 사업뿐만 아니라 개인적인 생활에서도 익히고, 모델로 삼고, 실천하겠다는 의지를 나타낸다.

서번트 리더십의 정신은 추상적이지 않으며, 다각적인 방법으로 배울 수 있으며 배워야 한다. 이는 모든 에코넷 기업이 실천하기로 한 목표 설정, 개선 방안, 결과에 대한 책임 등의 과정을 통해 익힐 수 있다.

이미 미국에서는 서번트 리더십에 대한 공식적인 교육 과정이 시작되었다. 교육 내용과 과정은 장차 모든 에코넷 미국 기업들이 이해를 확대하고 적용하는데 보탬이 될 것이다. 이러한 과정은 곧 한국을 비롯한 다른 지역에서도 시작될 것이다. 궁극적으로 글로벌 차원에서 서번트 리더십이 에코넷 기업 문화의 중추적인 부분으로 정착시키는 것이 목표이다. 이를 통해, 우리는 자연의 혜택을 인류에게 인류가 최고의 삶을 누릴 수 있도록 한다는故 이연호 회장과 이병훈 사장의 꿈을 실현 할 수 있을 것이다.

Servant Leadership

By - Oasis / Chairman of the Board / Stuart Anderson Ochiltree

The ECONET represents the fulfillment of a dream inspired by Chairman Yun Ho Lee and his son, Mr. Bill Lee. This dream has two parts; first to bring the best of nature to mankind through scientific discovery, and the creation of innovative high quality products. Second, to build a global community where all can share in quality of life, happiness and purpose.

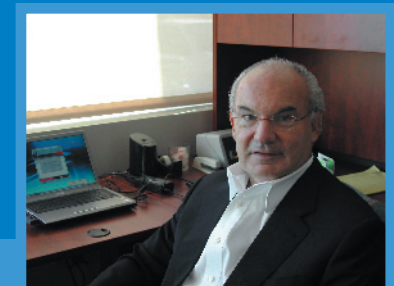
These two goals cannot be separated and ultimately represent the underlying principle of the ECONET which is service. Service to customers, service to the environment, service to employees and distributors, service to our community and ultimately service to mankind.

The concept of Servant Leadership is therefore contained within the principles which the ECONET was founded upon, which is that our role as individuals is always one of personal leadership in offering service to others. Our true purpose can only be achieved as we help others achieve theirs. These principles are within us all, and represent a commitment on the part of all ECONET companies to learn, to model and to live these principles in both our business and personal lives.

The concept of Servant Leadership is not abstract, and can and in many ways must be learned. It is learned through a process that all ECONET companies are committed to which is one of goal setting, plans for improvement, and accountability for results.

The formal part of the education process regarding Servant Leadership has already begun in the United States with education and processes which will support the creation of understanding and application across all the US companies in the years ahead. This process will also begin soon in Korea and elsewhere, with the ultimate goal to ensure that Servant Leadership becomes an integral part of the ECONET culture on a global basis. In this way, we can and will help fulfill the dreams and aspirations of Chairman Yun Ho Lee and his son;

Bringing the best of nature to mankind
Helping mankind to become it's best





크라스키노 발굴단과 함께(왼쪽에서 두번째가 필자)
The excavation team working in Kraskino (Prof. Song second from left)

연해주 크라스키노를 다녀와서...

송기호(서울대학교 국사학과 교수)

연해주 블라디보스톡에서 출발하여 두만강 쪽으로 4시간을 가야만 크라스키노라는 조그만 도시에 도착할 수가 있다. 러시아와 북한, 중국의 국경이 만나는 곳이기도 하지만, 과거에는 이렇게 오지처럼 되어 버렸지만, 과거에는 두만강을 건너면 바로 도착할 수 있는 지근거리에 있었다. 중국 훈춘으로 향하는 트럭과 버스들이 줄을 잇는 것을 보니 오래지 않아 번잡한 도시로 탈바꿈될 것이란 생각이 들었다.

이곳에 남양알로에 농장이 있고, 발해가 있고, 고려인의 자취가 있다. 회사측의 배려로 8월 26일에서 28일까지 그야말로 번개작전 하듯이 이곳을 10여년만에 다시 방문할 수 있었다. 가을빛이 도는 석양을 받으면서 크라스키노 마을에서 가장 높은 곳으로 올라가보았다. 거기에는 중국과의 국경분쟁에서 전사한 '하산의 영웅'들을 기리는 탑이 서 있었다.

붉은색과 보라색의 예쁜 꽃을 피운 약초가 자라고 있는 농장이 햇살 아래에 내려다 보였다. 전체가 650만평이라 하는데 그 끝이 제대로 보이지 않았다. 좁은 한국 땅에서 부대끼며 사는 한국인도 너른 땅에 오면 스케일이 커지는가보다.

이 농장 주변에 발해 자취가 널려 있다. 농장 앞으로 흐르는 하천에 지금은 추카노프카강이란 팻말이 붙어있지만, 과거에 고려인들은 안치헤라 불렀었다. 안치헤는 염주하(鹽州河)란 말이 변한 것이고, 이것은 발해시대

에 설치한 행정구역인 염주에서 비롯되었다. 크라스키노 마을의 과거 명칭이 연추(煙秋)였던 것도 역시 그런 인연 때문이다. 발해시대 염주 성터가 농장 경계선에서 얼마 떨어지지 않은 바닷가에 지금도 남아 있다. 크라스키노 성터라는 곳이다. 일본으로 파견된 발해 사신이 배를 타던 항구도시였다. 겨울에 이 일대의 바다가 얼 텐데 초겨울에 파견되던 사신들이 어떻게 배를 탔겠는가 하는 의문이 제기된 기억이 있어서, 이번 기회에 러시아 학자에게 물어보았다. 그랬더니 이곳의 포시엣 바다만은 겨울에 얼지 않는다고 한다. 이렇게 현장에 와야만 의문이 풀리는 경우가 있다.

마침 여기서 발굴이 진행되고 있어서 방문할 수 있었다. 마을에서 1km 정도 떨어져 있지만 길이 워낙 질퍽거리어서 보통 차로는 갈 수가 없는 곳에 발굴 캠프가 있었다. 한 달 가까이 발굴하여 마무리 단계에 있어서 유적들이 잘 드러나 있었다. 신문에 크게 났던 온돌 집자리도 북쪽 성벽 가까이에 자리잡고 있었다. 지금의 온돌과는 달리 이 당시에는 방의 일부에만 구들을 놓았다. 중국의 칸과 비슷한 것이다. 그래서 이를 쪽구들(부분구들)이라 부르기도 한다.

방 안에 3개 벽을 따라 구들을 놓아서 ㄷ자형을 이루고 있었다. 지금은 방 밖에서 불을 때지만, 당시에는 방 안에서 불을 때다. 러시아의 빼치카를 연상하면 된다. 이런 난방장치는 이 성터에서 처음 발견되었다. 그리고 이것은 고구려로부터 전수받은 전통임에 틀림없다. 그러나 이 유적 하나가 나왔다고 해서 발해가 고구려의 계승자임이 확인되었다고 하는 것은 성급한 일이다. 그것은 마치 당나라 물건이 하나 나온 것을 보고 발해는 당나라 속국이라 주장하는 것처럼 비학문적인 것이다.

성 밖으로는 지금 습지처럼 되어 있지만, 과거에 고려인들이 벼를 재배하던 논이었다. 열심히 농사짓다가 어느날 갑자기 중앙아시아로 강제 이주당한 고려인들의 한숨이 서려 있는 곳이다. 연해주를 다니다보면 발해 유적이 있는 곳에 고려인들의 흔적이 남아 있다. 1천년전이나 1백년전이나 우리 눈에 살기 좋은 곳은 비슷하였던 것 같다. 그런 곳에 다시 남양알로에 농장이 자리잡았으니 우연은 아닌 듯하다.

농장 부근에 안중근 의사가 손가락을 잘라 맹서를 했던 사실을 기리는 단지동맹비가 서 있었다. 그 옆으로 해서 농장을 통과하여 훈춘으로 가는 길이 발해시대에 중요한 교통로였다. 그래서 이번 기회에 검문서까지 차를 몰아보니 아주 가까운 거리였다. 훈춘은 발해시대에도 중요한 거점도시였는데, 여기서 두만강 수로보다 이 도로가 바다로 나오는 지름길이었다.

이렇게 보니 농장은 발해에 포위되어 있었다. 발해 안에 농장이 놓여 있었다. 탑 아래에서 내려다보니 왼쪽으로 멀리 바닷가에 크라스키노 성터가 보였고, 그 옆으로 흐르는 안치헤를 따라 올라오다보면 오른쪽으로 농장이 보였다. 그리고 그 사이를 훈춘으로 향하는 도로가 지나가고 있었다. 그러니 앞으로 농장을 개척해가면 서 발해 유적이 발견될 가능성이 충분히 있다. 그것이 기회가 되어 언젠가 농장 안에 발해와 고려인에 관한 조그만 전시관도 마련될지 모르겠다.

동네 아이들이 놀러 올라왔다가 우리를 보고 야생화 묶음을 건네주었다. 그 꽃다발 속에는 아이들의 웃음과 함께 발해인, 고려인, 러시아인의 역사가 들어 있었다.

Traveling to *Kraskino* in the Maritime Province of Russia

Prof. Kiho Song (Department of Korean History, Seoul National University)

Only after traveling another four hours from Vladivostok toward the Duman-gang (Tumen) River will you arrive at a small town called Kraskino. Although it has become a remote town today where the borders of Russia, North Korea and China join, the place was easily accessible by crossing the Duman-gang River in the past. Endless rows of trucks and buses headed to Hunchun, China hinted that the town would probably become a bustling city in the near future.

In Kraskino, one can find Namyang Aloe's plantation as well as traces of the Balhae Kingdom and Korean ancestors. Thanks to arrangements made by Namyang Aloe, I was able to revisit the area in ten years from August 26 through 28. Because of the tight schedule, the trip resembled a kind of spy operation. Under the autumn-colored evening sunlight, I visited the highest spot in Kraskino. There stood a tower in memory of the "Heroes of Khasan" who died in battle against China defending the border.

Basked in sunlight, a plantation of herbs with beautiful red and purple flowers growing was on display below. Its area is 6.5 million pyeong and its boundary was too far away to be visible.

The traces of Balhae are scattered around the plantation. A river running in front the plantation has a sign marked "Tsukanovka River" today. However, ethnic Koreans in Russia, still calls it Yanchikhe which had been modified from Yeomju-ha. The name originates from Yeomju, an administrative district established during a period of Balhae. Yeonchu, the former name of Kraskino, also shares the same origin. The site of a fortress from the Balhae period still exists on the shore near the plantation. It is the site of Kraskino fortress. The place was a port city where Balhae envoys dispatched to Japan would board ships. I once wondered how the envoys, usually dispatched in early winter, were able to board a ship here when the ocean around the area was frozen. On this trip, I remembered to pose this question to a Russian scholar. The answer was that only the waters here at Posyet port did not freeze in winter. Sometimes, your questions get answered only when you come to the location.

Fortunately, excavation work was underway and I had a chance to visit the site. The camp for the dig was only about one kilometer away from the town, but it was not accessible by ordinary vehicles because the road was so muddy. As the excavation had been going on for the past month and was nearing its completion, remains had been revealed. The site of a house with an ondol heating system (hypocaust), which was featured prominently in newspapers, was located near the northern fortress wall. Unlike the ondol system used today, at that time only some parts of a room were heated. It is somewhat similar to kang in China. That is why it is called 'partial' under-floor heating.

Under-floor heating systems were U-shaped as flues were laid along three walls of a room. Although a fire is lit outside the room today, at that time, the fire was ignited inside the room, which is quite similar to pechka in Russia. This type of heating system was first discovered at this site. The system must have been a traditional practice passed down from the Goguryeo era. However, asserting that Balhae was a successor to the ancient Korean kingdom of Goguryeo based solely on the discovery of one remains would be a hasty conclusion. It is as unscientific as claiming that Balhae was a subject of the Tang Dynasty because an artifact from the Tang Dynasty had been unearthed.

Although the area around the fortress is wetlands today, ethnic Koreans in Russia used to grow rice here. It is a place where resentment of Koreans who suddenly forced to migrate to Central Asia still lingers. When you travel Russia's Maritime province, you will notice traces of the Korean people in areas where remains from the Balhae Kingdom are found. Whether it was one thousand years ago or one hundred years ago, people must have had the same eye for a good living environment. I don't believe it is purely coincidental that Namyang Aloe created a plantation here.

Near the plantation stood a monument in commemoration of patriot Jung-geun Ahn's cutting off of his finger as a token of faith. Beside this, a road passing through the plantation toward Hunchun was an important route during the Balhae period. Therefore, during this trip I drove up to a checkpoint a short distance away. Hunchun was a strategically important city during the period of the Balhae Kingdom. Actually, this road was a shortcut to the sea that was faster than the Duman-gang River waterway.

In fact, the plantation is encircled by Balhae; it is situated within Balhae. When I looked down from the tower, the site of Kraskino fortress could be seen near the beach to the far left, and after moving along Yanchikhe, which runs past the site, the plantation came into view to the right. The road headed to Hunchun passed through between the two. Therefore, there is a great chance that the ruins of Balhae may be discovered in the process of cultivating the plantation. If the opportunity arises, a modest exhibition hall about the Balhae Kingdom and ethnic Koreans in Russia may be opened within the plantation some day.

Children from the town dropped by and presented us with a bunch of wild flowers, which hold within them the smiles of the children as well as the history of the people of Balhae, ethnic Koreans in Russia, and Russians.



Ondol heating system unearthed at the site of Kraskino Castle
크라스키노 성터에서 발굴된 온돌

블라디보스톡 크라스키노 농장 방문기

무사히 통과할 수 있을까? 블라디보스톡 크라스키노 농장의 촬영 제의를 받고 허겁지겁 관광 비자를 받아 오긴 했지만, 이렇게 큰 방송용 카메라를 들고 관광을 왔냐고 하면, 뭐라 우겨대야 할지 난감했다. 러시아 취재를 하다 곤욕을 당했다는 취재팀들의 이야기들이 생각나 손바닥에 땀이 났다.

승객들의 짐과 함께 컨베이어 위를 돌고 있는 촬영 장비들은 벌써부터 러시아 세관원들의 시선을 받고 있다. 하필 알루미늄 박스들까지 끼여 있어 유난히 반짝 거리는게 자꾸 마음이 쓰인다. 모두 합쳐 200kg, 13개나 되는 짐을 찾아 움직이기 무섭게 세관의 부름을 받았다. 방송장비는 대부분이 고가라, 무역협정국 간엔 임시 통관증이 있어야만 들고 날 수 있다. 흔히 까르네라고 하는 것이다. 몇 날 며칠 서류를 떼고, 보험금까지 두둑이 걸어 만든 까르네를 아무리 세관 직원에게 내보여도 필요 없단다. 자기네 양식대로 신고를 안했다는 트집에 맞서, 이 서류가 더 좋은(?) 것이라 해도 막무가내다. 더 이상 길어졌다간 일 나겠다 싶은 순간, 마중 나오셨던 구원모 지사장님이 봉합에 들어갔다. 덕분에 양쪽 모두 서류는 주지도, 받지도 않는 걸로 얼렁뚱땅 합의가 이뤄졌다.

다음 날 아침, 쾌속선을 타기 위해 블라디보스톡항으로 갔다. 8등신, 아니 10등신은 될듯한 러시아 여인들이 눈길을 끈다. 아무래도 오늘은 설 새 없이 카메라를 돌려야 할 것 같다.

IM TV / PD 황 정 혜



서울을 떠난 지 하루하고도 만나질 만에 도착한 농장엔 에크네시아와 황금이 있었다. 허리춤에 닿을 정도로 자란 붉은 꽃들이 지천이다. 바람이 불때마다 진하지 않은 꽃 냄새가 조금씩 훑날린다. 작년 이맘 때, KBS <신화창조의 비밀>을 제작하면서 말로만 듣던 녀석들을 실제로 보니 반갑다. 장비들을 챙겨 촬영을 시작했다. 같은 것들을 반복해서 찍고, 앵글을 바꾸고, 카메라 워킹을 달리하면서 찍고 또 찍

었다. 해가 구름 사이를 들락거려 타이밍을 맞추는데 애를 먹었다. 잠시 숨을 돌리려 고개를 들어보니, 끝없이 펼쳐진 붉은 에크네시아 꽃들과 하늘이 맞닿아 있었다. 1년간의 시험재배 치곤 썩 괜찮아 보인다. 문득 올 할매 생각이 났다. 할매 손길이 닿으면 더 빛이 나는 잎새를 보면서, 어린 생각에도 나무며 화초를 잘 키우는 손은 따로 있나보다 했다. 이렇게 에크네시아와 황금을 키워낸 손이 궁금해진다.

다음 날 아침, 황금 밭부터 촬영을 시작했다. 키가 작고, 보라색 꽃들이 줄줄이 달린 황금은 생김새가 소

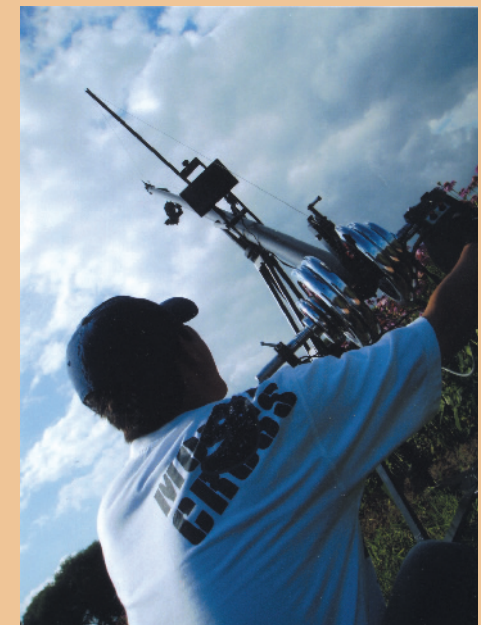


박해서 좀처럼 화면밖이 서지 않는다. 한참을 밭에 엎드린 채 끙끙대던 촬영감독이 카메라를 고랑에 내려놓았다. 그리곤, 다 떨어진 담요를 구해와 카메라 위에 덮고는 살수차를 운전하는 러시아 직원에게 손짓발짓을 해댄다. 황금 사이에 놓아둔 카메라 위로 물을 뿌리며 지나가라는 것이다.

탐피코 촬영에서도 그랬다. 텍사스농장에 냉해가 닥쳤던 밤 상황을 재연하기로 한 날이었다. 하지만, 그 넓은 알로에 농장엔 가로등이 없었다. 프로그램 초반에 가장 비중을 두고 있는 부분이라, 어떻게든 찍어야만 했다. 빛이 될 수 있는 건 뭐라도 좋았다. 트럭들을 모으고, 모닥불을 지핀 후, 김수겸 이사님께 부탁해 햇불을 만들었다. 수많은 멕시코 직원들과 어둠이 내린 알로에밭, 그 사이를 휘젓고 다니던 햇불은

묘한 조화를 이뤄냈다. 썬 하나를 2시간 넘게 촬영한 끝에, 나는 지금껏 보지 못한 최고의 장면을 얻었고, 촬영감독은 군데군데 화상을 입었다. 약이라도 발라줘야 될 미안할 것 같아 수선만 떨고 있는데, 이병훈 사장님이 알로에를 꺾질까지 벗겨 내미셨다. 이래저래 그날 밤은 가슴이 먹먹했다.

한참을 탄 생각에 빠져있는데, 멀리서 '오토바이차'가 달려온다. 오토바이도 아닌 것이, 자동차도 아닌, 4바퀴가 달린 '탈 것'을 농장에선 그렇게 불렀다. 누군가 손을 번쩍 들어서 인사한다. "우린 깡촌에서만 만나네요?" 이병훈 사장님이셨다. 촬영을 마치고, 잠시 '깡촌 인연'을 이어갈 짝이 생겼다. 우리와 무관하지 않은 이 지역의 역사며, 앞으로의 계획을 설명하시는 목소리는 낮지만, 힘이 실려 있다. 머잖아 이곳에서 또 다른 신화가 이루어질지도 모른다는 생각에, 고개를 돌려 농장 구석구석을 머릿 속에 담는다. 러시아 속 우리 땅, 크라스키노 농장에 가을 햇살이 기분 좋게 내려앉고 있다.



A Trip to the Kraskino Plantation in Vladivostok

By Jeonghye Hwang, Producer, IM TV



Would I arrive safely without any hassles? Although I hurriedly had a tourist visa issued after being asked to film at the plantation in Kraskino, Vladivostok, I had no idea how I should respond if I were questioned about why I am carrying such a large TV camera when I am a tourist. I had heard about the unpleasant experiences of other crews filming in Russia. These thoughts nagged at me and my palms were sweaty. The camera equipment going around on the baggage carousel along with the luggage of other passengers was already drawing the attention of the Russian customs officers. To make matters worse, it included a few aluminum cases, which couldn't be any more eye-catching. All combined, the 13 pieces of baggage weighed 200 kg. No sooner had I claimed the baggage than the customs officers stopped me. As broadcast equipment is generally expensive, a temporary clearance permit called an ATA Carnet is required by signatories of the Trade Agreement to bring them in and out of a country. No matter how vehemently I tried to present my carnet, which had been issued after several days of arranging documentation and the payment of a hefty insurance premium, customs officers would not approve it. They claimed that it didn't comply with their regulations. I rebutted in vain that my permit is "better." Just as I began to sense that there would be serious trouble if this continued any longer, CEO Koo, who came out to meet us, stepped in. Thanks to him, both sides somehow miraculously reached an agreement without the request or presentation of any documents.

The next morning, we went to Vladivostok Port to board a high-speed liner. Well-proportioned, attractive Russian ladies caught our eye. Gazing at them, film director Sang-muk Choi said unthinkingly, "What a wonderful world" I had a foreboding feeling that I should keep myself busy filming all day long.

The plantation we finally arrived at a day and a half after leaving Seoul was teeming with echinacea and skullcap. Waist-high red flowers were everywhere. Each breeze carried with it the gentle scent of flowers without being overpowering. I was excited to actually see these plants, which I had only heard about while working on the KBS feature *Secrets Behind the Creation of a Legend* around the same time last year. Once the equipment was set up, the camera began rolling. The same scenes were filmed over and over - we changed angles, we tried different camera movements. We had trouble capturing the right moment because the clouds frequently blocked out the sun. When I raised my head to take a short break, I saw red echinacea spread out before me until the horizon. The one-year trial cultivation appeared to be an enormous success. Suddenly, my grandmother came to mind. Although I was very young at the time, I had believed that a plant's leaves looked better after receiving the caring touch of my grandmother and that some must have hands especially gifted at gardening. I wondered what the hands that grew this echinacea and skullcap would look like.

The next morning, we began filming skullcap fields. Skullcap, which is a short plant covered with branches of purple flowers, appears so plain that it is not very photogenic. After crouching in the field and agonizing for a while, the film director put his camera down in a furrow in the ground. Then he pulled a ragged blanket out from somewhere to cover the camera. He gestured to a Russian worker driving a sprinkler truck to drive by the field and spray water over the camera placed between the skullcap plants.

The same thing had happened when we had filmed at the Tampico plantation. It was the night that we were supposed to reproduce the night a cold snap hit the plantation in Texas. However, there were no streetlights on such a vast aloe plantation. Since it was one of the most important

scenes in the introductory part of the program, we had to film it no matter what. We gathered everything that could shed some light. Trucks were mobilized and a bonfire was built. Then we asked Joseph Kim to make a torch. The numerous Mexican employees, the aloe field under the darkness of night, and a torch waving through the field created a fantastic scene. After spending over two hours filming a single scene, I got the best scene I had ever seen until then. Our film director had burned himself in several places. I was fussing around trying to locate some medicine, thinking that it was the least I could do for him. Then Bill Lee handed me a strip of aloe, already peeled. It was a very touching night in many ways.

I was distracted for a while when a "motorcycle car" suddenly approached from the distance. It was neither a motorcycle nor a car. At the plantation, this four-wheeled vehicle is called a "motorcycle car." A familiar face greeted me, saying, "How come we always meet at such remote locations?" It was Bill Lee. Upon the completion of filming, I had a chance to chat with him once again at yet another remote location. Although he spoke in a low voice, I could sense his resolve when he explained the region's history involving Korea and his future plans. With the notion that perhaps another legend may be created here in the not-so-distant future, I looked around the plantation and tried to record every part of it in my memory. Autumn sunlight was cheerfully falling upon the plantation in Kraskino, our territory within Russia.





천연물 연구는 우리 손안에~!!!

(주)유니젠 천연물 연구팀

분주하게 움직이고 있는 천연물 연구팀에 들어서면 여느 연구실과는 달리 화학약품의 냄새 뿐만 아니라 대나무 냄새, 허브냄새를 맡을 수 있다. 오늘도 몰입의 즐거움을 느끼며 언제나 열심히 연구에 매진하고 있는 천연물 연구팀과 그 팀원들을 이번 에코넷 웨이 우리부서 소개 편에 자랑하고자 한다.

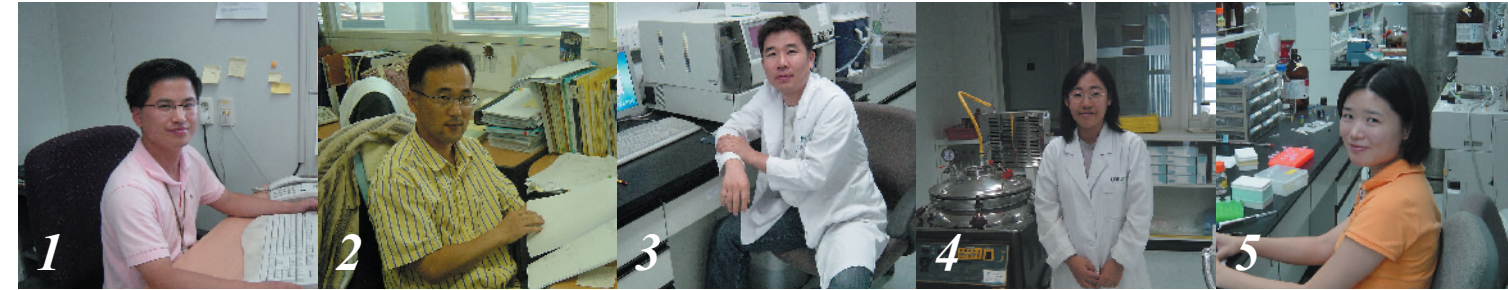
천연물 연구팀은 유니젠 생명과학의 슬로건인 “자연의 혜택을 인류에게”를 “자연의 혜택을 나의 부모에게 그리고 가족에게서부터”로 바꾸어 말하는 팀장인 김동선 박사를 필두로 남정범 연구원, 김종한 연구원, 오미선 연구원, 이제 신입을 벗어난 손은정 연구원 이렇게 5명이 유니젠을 대표한다고 할 수 있는 천연물 연구팀을 이끌어 가고 있다. 연구실은 식물재료보관실, 품질관리법 개발실, 정밀기기분석실, 천연물 추출실로 구성되어 있으며 HTP-LC/MS System, GC/MS System, HPLC/ELSD, RI, PDA 등의 최첨단 추출 및 분석장비를 운용하고 있다.

천연물 연구팀은 생명과학 기술을 활용하여, 다양한 화합물로 구성되어 있는 천연물로부터 초고속으로 활성 물질 탐색 연구를 수행하는 역할을 담당하고 있다. 즉, 천연물로부터 신약 후보물질 및 기능성 신소재 물질 탐색을 목적으로, 천연물 수집, 물질관리, 화학구조 동정 및 최종 제품 개발에 필요한 품질관리 시험법 개발의 연구업무를 수행하고 있는 것이다.

유니젠 만이 가지고 있는 천연물 신소재 연구의 특징으로는 기존의 천연물 연구가 갖는 연구범위와 기술적 한계를 극복할 수 있는 새로운 연구기술을 개발하여 적용하고 있다는 것이다. 신기능 물질 탐색을 위한 일련의 연구과정은 PhytoLogix™ 기술을 기반으로 하고 있는데 이 PhytoLogix™ 기술은 식물로부터 성분을 추출해 이의 유효성 여부를 검증하는 일종의 식물소재 탐색 시스템으로 기존 시스템이 1년 이상 걸리는데 반해 2~4주면 식물구성 성분의 분리, 정제가 가능하므로 기존 시스템보다 속도 및 경제성, 정확성 등이 뛰어나다. 그리고 PhytoLogix™ 는 천연물과 이에 관련된 다양한 활용정보를 종합적으로 수집한 DB, 초고속으로 추출물을 분획하여 만든 천연물 Library, 그리고 정밀기기 분석을 통해 축적된 천연물의 화학정보DB를 기반으로 하고 있다.

이렇게 뛰어난 기술력과 더불어 우리 연구진들의 노력과 인내가 있었기에 좋은 결과들을 낳을 수 있었다. 이를 통해 많은 성과들이 있었고 그 중 하나인 신소재 유니백스는 혈액순환 개선 임상실험에서도 좋은 효능을 나타내고 있다.

한 사람, 한 사람 멀티플레이어가 되어 최선을 다하는 그들이 있기에 세계를 향한 천연물 연구의 미래는 밝다고 자신 있게 말할 수 있으며 오늘도 밤 늦도록 불이 켜진 실험실을 바라보며 그들에게서 천연물 연구의 미래를 기대해 본다.



하늘과 바람과 별과 시와, 옛적 동주시인이 뿌려 놓은 짙은 밤 고운 별을 헤며 연구소를 나선다. 우리에게 주어진 천연물과 자연의 혜택을 생각하며……..

천연물 연구팀원들의 말! 말! 말!

1. 김동선 박사님

힘들어도 항상 밝은 모습으로 연구를 즐기는 팀원들에게 항상 힘을 얻고 살아가지요. 땡큐! 우리손으로 개발된 건강제품에 우리의 긍정적인 마음과 행복이 그대로 녹아 고객에게 전달되리라 믿습니다.

2. 김종한 연구원

사람은 멀리 생각하지 않으면 반드시 근심이 있다. 앞날을 생각하는 사람이 되자!!!

3. 남정범 연구원

- 소개팅, 맞선 접수 중. (9월7일~10월 12일은 메일접수만 받음, 출장중)
- 연락처 필히 기재 요망!!
- 마감기한 : 될때까지
- P.S. : 사진첨부는 선택사항

4. 오미선 연구원

최고의 팀워크 가족같은 분위기를 가진 천연물 연구팀 화이팅! 이마음 영원히 변치 않기를....
• P.S. : 빨리 두 오라버니들이 장가를 가서야 할텐데....^^

5. 손은정 연구원

시작은 미약하나 끝은 위대하리라... 열심히 하자구요~!!!



글 - (주)유니젠 경영지원실 장미라 사원

Natural Product Research is in Our Hands!!!

Natural Product Chemistry Team, Unigen Korea

Written by Mira Jang, Management Support Division, Unigen Korea

Unlike other laboratories, the natural product chemistry lab at Unigen Korea is filled with the smell of bamboo and herbs as well as of chemicals. The focus of this month's ECONET Way is the Natural Product Chemistry Team and its members, who find immersion in their work a pleasure and always strive for breakthroughs.

The Natural Product Chemistry Team, the backbone of Unigen Korea, consists of five researchers. Team leader Dr. Dongseon Kim, who cleverly paraphrases Unigen's slogan "bringing the best of nature to mankind" as "bringing the best of nature to my parents and family first," guides researchers Jeongbeom Nam, Jonghan Kim, Miseon Oh and the newest of all, Eunjeong Sohn. The laboratory is divided into a plant material storage lab, a quality control development lab, a precision machinery analysis lab and a natural product extraction lab, where the state-of-the-art extraction and analysis devices, such as the HTP-LC/MS system, the GC/MS system, HPLC/ELSD, RI, and PDA, are up and running.

Using bioscience technology, the Natural Product Chemistry Team conducts research to speed up the search for active materials in natural products formed by various chemical compounds. For instance, with the object of finding potential materials for new medicines and new functional materials from natural products, they conduct research on the collection of natural products, material management, chemical structure identification and the development of quality control tests required for final product development.

What is unique about Unigen Korea's research into new materials found in natural products is that it applies innovative indigenously developed technology that can surpass the scope and overcome the technical constraints of existing natural product research. A series of research processes for locating new functional materials is based on PhytoLogix™, technology, which is a kind of plant material research system that extracts substances from plants and verifies their effectiveness. While conventional systems take more than a year, this system can separate and refine plant substances only in 2-4 weeks. It out-performs conventional systems in many aspects, including speed, cost efficiency and accuracy. Moreover, PhytoLogix™, is based on a database that comprehensively stores information on natural plants and their various uses, a natural product library built through super high-speed fractionation of extracts, and a database of natural products' chemical information accumulated through precision device analyses.

Astonishing achievements have been possible by the excellence of the team's technology and by the painstaking efforts and fortitude of its researchers. One of their many achievements to date is UniBEX, a new material with clinically proven efficacy in improving blood circulation.

We can confidently say that the future of natural product research reaching for the world's top position is promising thanks to these researchers who are giving their best efforts in multiple roles. With a laboratory that is lit until late at night, we can surely depend on them for the future of natural product research. We leave the laboratory gazing at stars twinkling in the pitch-dark night, just like a scene from poet Dongju Yun's posthumous collection of poems The Sky, Wind, Stars and Poems, and thinking about the benefits of natural products and nature offered to us.

Comments from the Natural Product Chemistry Team

1. Dr. Dongseon Kim

Having team members who are always cheerful and excited about research despite their hard work are great moral support for me. Thank you, guys!
I believe nutraceuticals developed with our own hands will also be imbued with our positive thinking and happiness and delivered to customers intact.

2. Researcher Jonghan Kim

When you don't look far into the future, you will always face trouble. Think about the days ahead!

3. Researcher Jeongbeom Nam

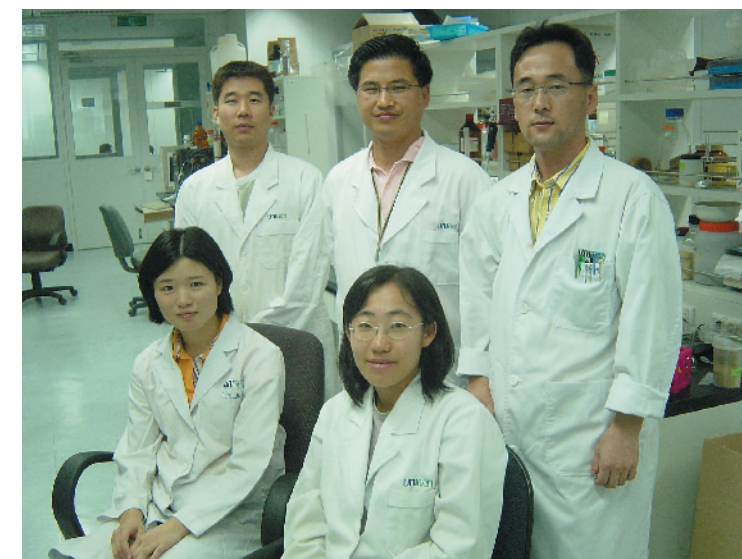
- Dates wanted (Sept. 7 through Oct. 12, applications will be received via email only; away on a business trip)
- Please include your contact numbers
- Deadline : Until I succeed
- P.S. Photographs are optional

4. Researcher Miseon Oh

The Natural Product Chemical Team has the best teamwork and a family-like atmosphere!
I hope this lasts forever...Go! Go! Go!
• P.S. I really hope the two bachelor researchers will get married soon.

5. Researcher Eunjeong Sohn

Although the beginning may be humble, a grand finale lies ahead. Let's work hard!





Dr. 이강우

유니젠 한국 / 천연물 신소재 사업부

칭찬을 받는다는 것이 생각보다 무척 행복하다는 것을 느낄수 있었습니다. 생각지도 않은 칭찬을 받고나서 반면 같이 일하는 동료들에 대한 사랑과 칭찬의 표현이 너무 없었다는 느낌에 한편 부끄러움도 있었습니다.

이 또한 용기가 필요하다는 것을 금번 기회를 통하여 알게 되었고 이를 알게 하여준 유니젠 한국의 신 흥 대리와 ECONET Way에 감사를 드립니다.

글 - 네번째 칭찬주인공 유니젠러시아 구원모 지사장

칭찬의 baton을 누구에게 전달하여야 할지 많은 고민이 있었고 주어진 baton이 여러 개 였으면 하는 욕심이 생깁니다. 그러나 금번 baton이 한 개인지라 이 baton을 유니젠-한국 소재생산팀 이강우 박사(차장)에게 전달하고자 합니다.

얼굴이 동안이라 그런지 이강우 박사는 항상 부드러운 인상을 주는 동료 직원입니다. 한마디로 표현하기 어려우나 표현하라고 하면 “현대판 성인군자”라고 표현하고 싶습니다.

우리 ECONET 가족사 제2 신화창조의 대상이 되고 있는 “유니베스틴”에 대한 품질 안정과 경제성을 동시에 고려하며 실험기기와 시간 그리고 동료들과 많은 대화를 주고 받으며 실험실에서 말 그대로 솔선수범 고군분투하는 이강우 박사를 보면, 무엇을 하면 내가 이강우 박사에게 도움을 줄 수 있을까 하는 마음이 절로 우러나오는 동료로 이성간의 사랑이 아닌 동료로서 이 말을 전하고 싶었습니다.

“이강우 박사님 사랑 합니다”

지금은 러시아 현지법인에서 일하고 있지만 아직도 항상 같이 있는듯한 이강우 박사를 ECONET 가족 여러분 다시 한번 보세요. 지금 이 글로서는 다 표현할 수 없는 그 만의 무엇이 있습니다. 그리고 행복을 가꾸어 나가는 ECONET 가족중에 이강우 박사가 있음을 생각하면 우리는 이미 행복을 소유하고 있다는 것을 알게 됩니다.

ECONET 가족여러분,
이제 곧 봄물이 터지듯 쏟아져 나올 유니베스틴의 전 세계적인 수요에 더 많은 일이 주어질 이강우 박사에게 진정한 박수를 부탁드리며 저는 이제부터 칭찬을 아끼지 않는 행복을 가꾸어 나가는 ECONET 가족이 될 것을..

Dr. Kangwoo Lee

Natural Product New Material Division / Unigen Korea

By Wonmo Koo, CEO of Unigen Russia

I came to realize that receiving praise makes a person feel much happier than one might imagine. On the other hand, especially after unexpectedly earning praise, I was somewhat ashamed that I had been stingy in applauding and commending the colleagues I work with.

Through this whole experience, I learned that it requires courage to praise others, and I'd like to thank Heung Shin, an assistant manager at Unigen Korea, and ECONET Way for giving me a chance to realize this.



I brooded over to whom I should hand over the baton for the relay of praises. In fact, the selfish thought that it would have been nice if I had several batons crossed my mind. However, since I have only one baton for now, I'd like to hand this baton over to Dr. Kangwoo Lee of the Natural Product New Material Division at Unigen Korea.

Perhaps it's because of his boyish face; Dr. Lee is a colleague who always gives the impression of being gentle. Although it is difficult to describe him in one word, if I had to I would be inclined to call him “a modern version of a saint or a man of virtue.”

Balancing the quality stabilization and economics of Uninvestin, a driving force behind the creation of the second legend in ECONET history, Dr. Lee spends a lot of time in laboratories interacting with his researcher colleagues. He is literally a role model in the laboratories. Simply by observing his hard efforts, I spontaneously wonder if there is anything I can to help him. As a co-worker who cares about him greatly, I have always wanted to say:



“I love you, Dr. Lee!”

Although I am stationed at the Russian subsidiary now, I still feel I am working side by side with him. Members of the ECONET family, please take a closer look at him.

There is something special and unique about Dr. Lee that I cannot fully describe in this article.

Just the thought that we have Dr. Lee promoting happiness as a member of the ECONET family makes us realize that we already have happiness in our hands.

Members of ECONET family,
I'd like to ask you to heartily applaud and cheer Dr. Lee, who will be overwhelmed with a heavy workload as demand for Uninvestin expands explosively all around the world. As for my part, I promise that I will not spare any praise for others and that I, too, will promote happiness as a member of the ECONET family.



손병일

유니베라 차장

손병일 차장은 2000년 5월 9일 재무 분석 담당으로 오아시스에 몸담기 시작했으며, 그리 오래지 않아 회사내 모든 임직원으로부터 높은 신임을 얻게 되었다. 그 후 오아시스가 워싱턴 레이시로 이전하면서, 손차장은 유니베라로 자리를 옮겼다.

손병일 차장은 직업 윤리, 정직성, Servant Leadership 등에서 모범 사원의 표본으로 자리를 굳혔다.

그가 오아시스에서 일할 때에도 오아시스만 담당했던 것이 아니라 유니베라에 재무 관리 측면에서 많은 지원을 제공하고 있었다. 그래서 주중, 주말 상관없이 밤늦게까지 야근을 해야 하는 날이 많았지만, 월말의 회계 결산 시점이 임박하면 보고 자료 작성을 가장 먼저 끝내서 제출하는 사람은 항상 손병일 차장이었다.

내가 종종 당일로 보고서를 작성해달라고 무리한 부탁을 한 때가 있다. 내가 요구하는 시간에 도저히 할

수 없는 분량이라는 판단이 서면, 그는 그날 중에는 안되고 밤새고 마무리해서 다음날 내가 출근하기전까지 끝내 놓겠다고 말한다. 다음날 출근해 보면, 보고서는 늘 내 책상 위에 놓여져 있었다.

혹시 여러분이 손병일 차장과 한팀에서 일하게 된다면 그와 같은 팀이라는 사실이 매우 자랑스러울 것이다. 나는 손병일 차장이 불평을 하거나 누구에 대해서 안 좋게 말하는 것을 들어본 적이 없다. 사람을 대할 때 그의 얼굴에는 늘 반가운 미소가 떠나지 않는다. 일이 주어지면 묵묵히 진행시켜, 요구된 시간까지 무슨 일이 있어도 끝내는 스타일이다.

그의 보고서는 항상 한치의 오차도 없다. 이미 제출 전에 검토에 검토를 거듭하여 경영진이 손에 받아 들였을 때는 늘 완벽한 상태이다.

손병일 차장은 회사에 둘도 없는 우수한 모범 직원으로 모두가 아끼는 다정 다감한 동료이다.

글 – 오아시스 COO J.T. 윌트워스

Byung Sohn Univera

By JT Whitworth / Oasis COO



Byung started with Oasis LifeSciences, on May 9, 2000 as our Financial Analysis and quickly gained the respect of every employee at Oasis. When Oasis moved to Lacey, Washington Byung was assigned to work with Univera.

Byung established himself as an excellent employee through his work ethics, honesty, and servant leadership.

Not only did he support Oasis LifeSciences but he also supported Univera with their financials. There were days during the week and on week ends when Byung would work well into the night and weekends were no exception. When the financials were to be closed for the month end he would be the first one completed with his reports.

Often I would ask him for a report during the day and if it was too difficult for him to gather the numbers in a given length of time he would state that my request could not be completed until the next morning and he would work into the night to

ensure the report was on my desk when I arrived the next day. The reports were always on my desk at the appointed hour.

Byung is an individual that you would be proud to have as a member of your team.

Never have I heard a complaint or a disrespectful word spoken by Byung. He always has a warm welcome and a smile on his face when you approach him. He simply accepted the assignments and went to work to accomplish what was required to meet the schedule.

His reports are very accurate. Byung checks and rechecks reports prior to submission and when management receives them they are correct.

Byung is a valued employee and a friend to everyone.



추석, 그 이름에서 우리는 풍성함과 따뜻함, 나눔을 느낄 것이다. 어릴 적 쌓인 수많은 추억 속에는 추석날의 즐거움과 함께 아픔이 베어 있는 사람도 있을 것이다. 그래서 풍성함과 함께 나누는 미덕이 중요한 날이라는 느낌이 필자에게는 더 강하게 남아있다.

에코넷이스트 한 ⇒ 중 ⇒ 러의 추석문화

우리 민족이 즐거워하며 풍성하게 음식과 정을 나누던 추석이라는 명절이, 에코넷이스트 지역의 각 나라에서는 어떻게 불려지고 또 어떤 의미가 있을까? 추석은 미국식으로는 추수감사절, 중국식으로는 중치우지에, 러시아식으로는 성 드미트리 토요일이라 할 수 있다.

우선, 추석이라는 이름을 가진 한국의 문화 부터 이해하고 가자.

한국의 추석은 음력 8월 15일. 《예기(禮記)》의 ‘조춘일(朝春日) 추석월(秋夕月)’에서 나온 것으로 중추절(仲秋節), ‘가윗날’이라고도 불린다. ‘가윗날’은 신라 때로 거슬러 올라간다.

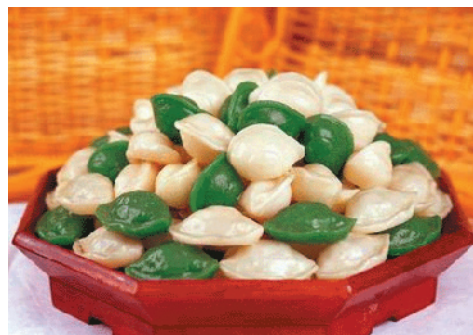
8월 15일에 이르러서는 그 성과의 많고 적음을 살펴 진 쪽에서 술과 음식을 내놓아 승자를 축하하고 가무를 하며 각종 놀이를 하였는데 이것을 가배(嘉俳)라 하였다.

‘가배’는 어원이 ‘가운데’라는 뜻인데, 가을을 초,중,말로 나누었는데 가을의 중간이 음력 8월이기 때문에 추석을 우리말로로는 가윗날이라 불리게 된 것으로 보인다.

《열양세시기》에 속담으로 ‘더도 덜도 말고 늘 가윗날만 같아라’라고 언급했듯이 가윗날은 우리 민족에게 풍족하고 넉넉함을 주는 날이다. 여름 내내 수고로움을 참으며 이루어낸 농사의 결실을 함께 나누며 즐거워하는 날이기 때문이다.

우리나라에는 명절마다 먹는 세시음식이 있는데 세시음식은 누구나 똑 같은 재료로 똑 같은 날 만든 음식을 먹음으로써 평등한 의식을 공유하고 동일한 체면을 갖는다는 점에서 의의가 있고 이를 통해 민족의 결속을 다지는 계기가 마련된다는 깊은 뜻이 있다고 한다.

추석의 대표적인 음식은 송편. 떡의 한 종류로 송편을 찰 때 시루 밑바닥에 솔잎을 깔아 향긋한 솔향이 배어 송편이 더 맛깔스럽게 된다. 솔잎은 미생물로부터 자기 몸을 방어하는 기능이 있는 여러가지 살균물질을 다른 식물에 비해 10배나 많이 발산하여 송편을 오래오래 부패하지 않은 상태로 먹을 수 있다. 우리



조상들의 지혜로움을 엿볼 수 있는 먹거리이다. 조상께 차례와 성묘를 올리고, 보름달(둥근달)을 보며 소원을 빌기도 하며, 강강술래라는 놀이도 한다. 이 밖에 소놀이 (두사람이 명석을 쓰고 소시늬를 하며 농악대와 함께 마을을 도는 놀이), 원놀이 (서당의 학동들 중 한명을 원님으로 선발하고 나머지 학동들은 백성이 되어 원님께 소장을 내어 그 판결을 받는 놀이. 모의 재판), 가마놀이 (가마를 만들어 이웃마을과 대결) 등이 있다. 현대에서의 풍속도 중에는 가윗날 가족을 만나기 위해 고향집으로 향하는 귀성행렬로 고속도로가 엄청나게 막힌다는 별로 반갑지 않은 모습도 있다.



중국에서도 음력 8월15일은 중국의 전통명절이며 설 다음으로 큰 명절이다. 또한 가을의 중간이어서 “中秋節”(중치우지에)이라 부르며 중국은 국토가 넓어 떨어져 사는 일가 친척들이 한데 모이기가 힘들다. 추석밤은 달이 둥글고 밝아 고대 사람들은 가족이 한데 모여 옥같이 맑고 밝은 달을 보며 소원을 빌었다 한다. 중국의 추석에 제일 중요한 행사는 달을 바라보며 “月?”을 나눠 먹는 일이다. 북경의 “원단”이라는 곳은 예전 황제에게 월병을 진상 하기 위해 만든 곳이다. 중국인들은 매년 추석이 되면 노천에 상을 차라고 월병, 석류, 대추 등 과일을 베풀고 달을 향해 소원을 빌곤 한다. 월병은 지역에 따라 그 종류가 다양하다. 광둥식 월병은 길이 얇고 유연하며 속 고물이 아름답다. 소주식 월병은 바삭바삭하고 고소하며 향이 달고 짜지 않다. 월병의 모양은 원형, 정방형, 삼각, 팔각 등 아주 다양하며 그 속 고물 또한 팔, 대추, 소시지, 소고기 등 그 수를 헤아릴 수 없다. 이와 같은 월병을 서로 나누며 상호간에 건강과 소원을 빌어준다.

中秋節



러시아의 ‘성 드미트리 토요일’ (11월 8일 직전의 토요일)은 우리의 추석과 비슷하다. 이 날 러시아인들은 가까운 친척들끼리 모여, 햇곡식과 햇과일로 만든 음식을 함께 나누며 조상에게 성묘한다. 주요 풍습으로는 햇곡식으로 빚은 보드카를 한 잔씩 돌리며 조상의 공적을 회상하는 것과 묘지 주변에 있는 사람들에게 음식을 나누어 주는 것, 그리고 새들의 모이로 햇곡식을 던져 주는 것 등이 있다. 이 날은 1380년 돈 간 유역에서 몽골군을 대파한 드미트리 돈스크 공이 11월 8일 전사자를 추모하는 모임을 가진 데서 유래했으며 러시아 정교회가 이 날을 ‘성 드리트리 날’로 정해 전사자와 죽은 조상을 추모하기 시작했다.

글 - (주)남양알로에 고객센터팀 박정아 기자

The Chuseok Culture of ECONET East

Korea, China and Russia

Written by Reporter Jeongah Park, Customer Support Team, Namyang Aloe



In Korea, we have Chuseok, a national festive holiday for people to celebrate and share an abundance of food and love. What do other countries in ECONET

East call their versions of Chuseok and how do they celebrate the holiday? In the U.S. there is Thanksgiving Day, there is the Mid-Autumn Festival in China, and St. Demetrius Saturday in Russia.

First, let's take a look at the Korean festival called Chuseok.

In Korea, Chuseok is celebrated on August 15th according to the lunar calendar. This is mentioned in Yegi (a book of rites). Chuseok is also called Jungchujeol or Kawitnal. Kawitnal dates back to the Silla Dynasty. Around August 15, after comparing one's achievements, a loser would congratulate a winner by offering drinks and foods. They enjoyed various traditional activities, including singing and dancing. These festivities were called kabe. The origin of the word kabe is "center" or "middle." Autumn may be divided into early, mid and late autumn. Since mid-autumn is the eighth lunar month, Chuseok was called Kawitnal in pure Korean vocabulary.

In Yeolyangsesiki (a book about special occasions throughout the year), there is a proverb that says, "Let every day be as perfect as Kawitnal" This day is one of abundance and generosity for Koreans. People enjoy delightful times while sharing the product of their farming reaped after enduring adversity throughout the summer.

In Korea, we prepare unique foods for each holiday or special occasion. These foods are significant in the sense that everybody prepares the same food with the same materials and enjoy them on the same day. It has the profound underlying significance that by having the same experiences, people share a sense of equality and it promotes solidarity.

An important dish everybody enjoys on Chuseok is songpyeon, a kind of rice cake. When steaming songpyeon, a layer of pine needles are placed at the bottom of a steamer. The scent of pine is infused into songpyeon, which makes them tastier. Pine needles release natural antiseptics that help protect them from microorganisms ten times more than other plants. This helps keep songpyeon fresh for a long

time. It is a food through which we can witness the wisdom of our Korean ancestors. Koreans also hold rituals for their ancestors, visit their gravesites and make wishes while gazing at the full moon. They also entertain themselves by playing kangkangsulrae (a group dance accompanying a folk song). Other customs practiced at Chuseok include sonori (two people draped with straw mats imitate oxen and go around the village accompanied by a farm music band), wonori (a student at a study hall is selected as a district governor and the rest of the students act as citizens; they make an appeal to the governor and receive a ruling, mimicking a trial) and gamanori (palanquins are made and compete against those of neighboring villages).

One new and unwelcome feature of Chuseok today is the terrible traffic jams on expressways caused by rows of cars full of people driving to their hometowns for a family reunion.



In China, the fifteenth of the eighth lunar month is a traditional holiday. In fact, this is the second most important holiday after the New Year. Since the holiday is in mid-fall, it is called Mid-Autumn Day. In China, because of its vast land, family reunions were difficult to arrange for family members living far apart. Since the fullest and most brilliant moon is visible on the night of Mid-Autumn Day, family members would get together and make wishes. The most significant custom of China's Mid-Autumn Day is sharing "moon cakes" while gazing at the moon. The place called Wondan in Beijing was built to present moon cakes to emperors in the past. On Mid-Autumn Day, the Chinese would set up a site outdoors where they would place moon cakes, pomegranates, jujubes and other fruits and pray to the moon. Moon cakes vary greatly in the different parts of the country. For instance, Guangdong moon cakes have a thin and soft crust and colorful fillings. Suzhou moon cakes have tasty, crispy crusts and a sweet aroma. Moon cakes can be shaped in various forms: circles, squares, triangles, octagons and others. Their fillings are also countless, and can consist of red beans, jujube, sausage or beef. The Chinese pray for good health for themselves and others while sharing these moon cakes.



In Russia, St. Demetrius Saturday, which is observed on the Saturday immediately before November 8, is similar to Korea's Chuseok. On this day, Russians get together with their close relatives, share freshly harvested crops and fruits and visit their ancestors' graves. Some main customs include sharing glasses of vodka made from the new crops, cherishing the achievements of ancestors, sharing food with others around the graves and tossing fresh produce to birds.

This day was originally introduced by Grand Prince Dmitri Donskoi, who conquered Mongolian troops near the Don River in 1380, when he made a pilgrimage to see the warriors who had fallen in the war. The Russian Orthodox Church later began to observe this day as St. Demetrius' Day to commemorate warriors as well as ancestors.

Chuseok - the word itself calls to mind abundance, warmth and sharing. Of the myriad of memories from their childhood, some may remember dispirited as well as pleasant Chuseok memories. That is why I believe the virtue of sharing should be stressed as strongly as abundance on Chuseok.

알래스카 크루즈 여행

이번 여행은 이국적인 대자연의 경치뿐만 아니라 근사한 음식, 즐겁고 재미난 엔터테인먼트로 가득했다.



- 이 되겠지만 편안한 마음으로 맘껏 술을 마셔도 된다.
- 이국적인 기항지는 승객 각각을 위해 맞춤 설계를 한 듯 하다. 짜릿한 어드벤처에서부터 쇼핑까지 각자 취향대로 얼마든지 즐길 수 있다.
- 돈 걱정에 대한 스트레스도 없다. 크루즈 요금에 이미 모든 것이 포함되어 있다.
- 24시간 내내 제공되는 진수성찬은 무지방, 저칼로리식.(물론 이진 하선하기 전까지만 해당)
- 일단 한번 크루즈 여행의 맛을 들이고 나면 중독성이 강해 자주 가 주어야 한다.

파도가 매우 거칠었던 첫날을 바다에서 보낸 후 우리는 첫번째 기항지인 주노(Juneau)에 닿을 내렸다. 알래스카의 주도(州都)인 주노는 미국내 주도중에서 유일하게 육상 교통 수단으로 접근할 수가 없다. 본래 주노는 트링기트 원주민의 어장으로 시작되었으나 곧 금광 열기가 불어 닥치면서 지역이 급팽창했다. 계곡의 사금이 고갈되자, 이번에는 광업 열풍이 일었다. 현재, 광업은 관광업과 함께 주노 경제의 근간을 이루고 있다. 멘델홀 대빙하 근처에서 3시간 가량 바다 카약 타기를 할 때 처음으로 야생 동물과 마주치게 될 기회가 있었다. 물결에 떠내려온 커다란 유묵에 뭔가가 움직이는 것을 발견하고 노를 지어 조심스럽게 다가가자, 점박이 바다 표범 한 마리가 물 밖으로 나와 있었다. 우리가 바다 표범을 보고 신기해하는 것 만큼이나 이 바다 표범도 우리를 보고 신기해하는 것 같았다. 우리가 내륙쪽으로 노를 저어가자, 바다 표범도 고개를 물속에서 내지으며 무서울 정도로 우리 뒤를 바짝 쫓아왔다. 승선전까지 남은 시간 동안에도 역시나 신나는 어드벤처가 기다리고

있었다. 다른 아닌 쇼핑이다. 한동안 정신없이 쇼핑을 하고 나자 다시 승선 할 시간이 되었고, 승선 후에는 첫번째 공식 만찬 행사가 준비되어 있었다. 아름답게 연출된 브로드웨이 뮤지컬 쇼를 관람한 후에 오리 구이, 갈비 구이 등 진기한 음식을 배불리 먹었다.

다음 기항지는 “유콘의 관문”이라고 불리는 스케그웨이(Skagway)였다. 본래 “스카구이”(트링기트 원주민 언어로 “북풍이 부는 곳”이라는 뜻)로 불렸던 스케그웨이는 골드 러시로 유명한 크론디케로 향하는 총 길이 110 마일의 화이트 패스 및 유콘 레일웨이의 출발지이다. 우리는 루바브(대황)과 아름다운 조경으로 유명한 주얼 정원(Jewell Garden)을 둘러 보았다. 또한, 약간 섬뜩했지만 천하의 유명한 악당 Frank Reid와 “Soapy” Smith 가 잠들어 있는 골드 러시 묘지도 방문했다. 이 둘은 스케그웨이 마을을 놓고 권력 다툼을 벌이다가 서로 죽이고 만 악당들이다. 다음날 아침 일찍, 우리가 승선한 배는 수많은 빙산을 피하면서 야쿠트 만을 거쳐 허버드 빙하에 서서히 다가갔다. 어떻게 그 많은 빙산을 요리조리 잘 피하든지 선장님 운전 솜씨가 대단했다. 등에서 물을 내뿜고 있는 흑등고래와 먹이 사냥에 나선 곰들도 종종 눈에 들어왔다. 마침내 하얗다 못해 푸른빛을 띠는 거대한 얼음벽이 장관을 이루며 지척 거리에 다가왔다. 허버드 빙하는 북미 최대 규모의 유빙으로 빙산 분리가 이루어지는 빙벽의 길이만해도 6마일에 달한다. 허버드 빙하는 유콘 테리토리의 로건산에서 시작되어 디스엔첸트먼트 만으로 이어지는데, 수면 위로 3백 피트, 수면 밑으로도 3백 피트나 되는 엄청난 규모이다. 얼음 덩어리가 순간적으로 갈라져 물속으로 떨어지고 나면, 음속과의 차이 때문에 몇 초 후에 엄청난 굉음에 놀라게 된다.

다음날에는 항공내지는 해상을 통해서만 접근할 수 있는 작은 마을 케치칸(Ketchikan) 탐험에 나섰다. 이곳은 또한 알래스카의 내수면 지역중 처음 항구가 생긴 곳이기도 하다. 우리는 토렘해안 주립공원을 하이킹하면서 알래스카 원주민의 대장승들을 둘러보았다. 대장승에 새겨진 이야기들을 해석해 보려고 한

동안 애쓰다가 이번에는 역사적으로 유명한 Creek Street을 찾아보기 위해 읍내로 발길을 돌렸다. 이곳은 예전에 유명했던 홍등가 지역으로, 케치칸 만으로 밀려드는 물위에 말뚝을 박아서 생겨난 곳이다. 그날 저녁 선상에서는 두번째 공식 만찬 행사가 열렸다. 저녁 메뉴로는 바다가재 요리가 등장했을 뿐만 아니라, 선상의 서빙 담당자들과 주방장들의 재주가 돋보인 Baked Alaska(스페인 케익 위에 아이스크림을 얹고 오븐에서 살짝 구운 디저트) 퍼레이드가 펼쳐졌다.

마지막 기항지를 출발한 후에는 내수면을 따라 다시 남하하기 시작했다. 귀향길에는 흑등고래, 범고래떼, 독수리가 우리를 따라 나섰다. 이번 여행은 이국적인 대자연의 경치뿐만 아니라 근사한 음식, 즐겁고 재미난 엔터테인먼트로 가득했다. 선상에서는 브로드웨이 쇼를 관람하고, 주머니가 다 털릴 때까지 도박도 했으며, 알래스카에 대해 공부할 수 있는 유익한 교육 시간도 있었다. 어쨌든 재미와 어드벤처를 만끽할 수 있는 절호의 찬스였다.

이제 남은 질문 하나는 다음에는 어디로 여행을 갈 것인가 하는 것이다.



범고래 떼 orcas

글 - 유니젠 미국 / 줄리아 푸 연구원



곰 등에 올라탄 줄리아
Julia and bear

▲ 허버드 빙하를 배경으로 한 아버지와 줄리아
Dad and Julia smushing Hubbard glacier

미합중국 49번째 주, 알래스카는 제임스 쿡 선장, 골드러시, 유전과 가스전의 발견 등 특이한 역사를 자랑한다. 또한, 알래스카는 크루즈 여행에 안성맞춤인 곳으로 지구상에서 자연 경관이 가장 빼어난 곳 중 하나이다. 우리는 크루즈선에 승선하면서 경치, 역사, 야생 동식물, 어드벤처, 그리고 절대 빼놓을 수 없는 별미 음식 등 여러가지에 대한 기대감으로 마음이 설렜다. 아직 크루즈선을 타보지 못한 분들을 위하여 크루즈 여행에 대해 몇 가지를 알려드리자면...

1. 선장이 승선하고 있는 한, 대리 운전이나 음주후 집까지 누가 운전해서 갈 것인지에 대한 염려는 쓸데없는 괜한 걱정. 수영장 옆, 카지노, 디스코장 등 선상 어디에서든지 집 찾아갈 걱정없이(여기서는 객실

Cruising through *Alaska*...

Not only was this trip filled with exquisite scenery, but it was also filled with the most delectable cuisine and stupendous entertainment.

Written by Julia Foo, Research Associate , Unigen / USA

The 49th state of the United States is filled with history from Captain James Cook to the Gold Rush to the discovery of oil and gas. It is also one of the most picturesque places on earth that is best traveled by cruise line. We embarked on our cruise ship with plentiful thoughts of scenery, history, wildlife, adventure and, of course, food. Now, if you have never been on a cruise ship, please let me share some little known facts about cruising:

1. There will never be a need for a designated driver, as long as the captain is on board. Feel free to drink by the pool, in the casino, at the disco or anywhere on the ship with the comfort of knowing that you will always make it back to your room.
2. Each exotic port of call is designed just for you. Anything you can imagine is available, from high adventures to shopping.
3. There is no stress worrying about money. Everything is all-inclusive.
4. All the scrumptious gourmet food, which is served around the clock, is fat-free and low calorie (that is until the disembarkment).
5. Once you go on one cruise, you°Øll want to cruise again and again.

허버드 빙하 calving Hubbard Glacier

After an extremely rough first day at sea, we anchored at our initial port of call, Juneau. Alaska’s capital city is the only one in the United States with no road access. It started off as the fishing ground for the local Tlingit Indians and soon changed and expanded when gold-fever set in. Once the loose gold in the streams dried up, the mining industry picked up. Mining is one of the bases of Juneau’s economy, along with tourism. We had our first encounter with some wildlife during a 3-hour sea kayak trip near the Mendelhall glacier. We had noticed something moving on a large piece of driftwood. As we carefully paddled closer, we saw it was a harbor seal hauled out in the cool crisp air. This particular seal was as interested in us as we were of it. It followed us as we paddled inland, bopping its head out of the water as it swam alarmingly close behind. The rest of the day was



알래스카 크루즈 노선도
alaska cruise route



filled with the extreme adventure activity: shopping. After spending an egregious amount of money, it was time to get back to the ship and enjoy our very first formal night. We attended a beautifully designed show featuring Broadway musicals, followed by a feast of duck a la orange, prime rib and much more.

The next port of call was the “Gateway to the Yukon,” Skagway. Originally named “Skagua” (Tlingit word for ‘the place where the north wind blows’), Skagway is the home of the 110-mile, White Pass & Yukon Route railway, which begins its trek into the Klondike. We toured through the beautiful landscaped Jewell Gardens, famous for its unique rhubarb. We also morbidly visited the Gold Rush Cemetery where the famous scoundrels, Frank Reid and “Soapy” Smith are buried. The two killed each other attempting to gain control of the city.

Early the next morning as we slowly approached the Hubbard Glacier through the Yukatat Bay, avoiding many of the icebergs. It was amazing how the captain dodged through the abundant bobbing icebergs. Finally, after spotting some humpback whales spouting and a bear scavenging for food, we approached this massive blue ice face. The Hubbard Glacier is the largest tidewater glacier in North America with an open calving (breaking) face of about 6 miles. It begins its journey to Disenchantment Bay, 76 miles away on the slopes of Mount Logan in Yukon Territory. It is about 300 feet above the water and 300 feet below. The ice calves into the water, then seconds later you can hear the roar of thunder, as sound travels slower.

The next day we ventured to Ketchikan, a small community, which is only accessible by air or by sea. It is also the first port in the Alaska’s Inside Passage. We hiked through Totem Bight State Park admiring the collection of Tlingit and Haida

totem poles. After trying to interpret stories from the totem poles, we headed into town to visit historic Creek Street, a former famous red light district built on pilings over the rushing waters of Ketchikan Creek. That night on board was our second formal night that not only featured on the menu lobster, but a Baked Alaska parade highlighting our amazing wait staff and chefs.

After departing from our last port of call, we cruised south along the Inside Passage, on our journey back home. Joining us en route were a few humpback whales, pods of orcas and circling eagles.

Not only was this trip filled with exquisite scenery, but it was also filled with the most delectable cuisine and stupendous entertainment. On board, we watched shows fit for Broadway, gambled until our pockets were empty, and even went to some educational seminars about Alaska. Overall, we definitely got our fill of fun and adventure. Now, the only question left to answer is where are we going next time?



스캐그웨이 전경
town view of Skagway



토텐해안 주립공원에서의 가족 사진
Family pic in Totem Bight State Park



부족 가옥을 나서는
리비아와 줄리아
Livia and Julia
coming out of Clan
House



청강 이연호 상

매년 수상자를 배출하는 권위있는 이연호 상은 오아시스의 임직원중 지난 1년간 오아시스 모든 이의 귀감이 되는 업적을 이룩하거나 정신을 보유했던 자를 표창하기 위한 상이다. 이 상은 남양 알로에의 창립자인 故 청강 이연호 회장의 뜻을 기리기 위하여 제정되었다. 故 이회장은 수십년 전 건강을 잃었을 때 알로에 베라의 효능에 대한 기사를 우연히 읽게 되었다. 한국 농촌지역의 아름답고 넉넉한 자연속에서 성장한 故 이회장은 본래 자연의 놀라운 치유 능력에 대한 믿음을 지니고 있었다. 알로에 베라즙을 매일 섭취하기 시작한지 얼마 지나지 않아 그는 차츰 몸이 좋아지는 걸 느꼈으며 이윽고 건강을 완전히 되찾을 수 있었다.



건강을 회복한 故 이회장은 자연의 치유 능력에 대한 자신의 믿음과 자신이 누린 것을 인류에게 되돌려 주고자 하는 소망을 결함시키고자 하였다. 故 이회장의 추진 원칙중 하나는 서번트 리더십 (Servant leadership)이었다. 그는 피터 드러커의 표현대로 “높은 지위는 특권이나 권력을 주는 것이 아니라 책임을 부여한다”고 믿었다.

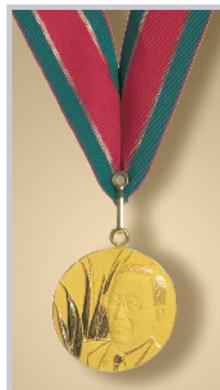
故 이회장은 사회에 대한 환원 즉, 어려운 처지에 있는 사람들의 삶을 도와야 한다는 굳은 믿음을 가지고 있었다. 그는 자신의 말을 몸소 실천하였으며, 그의 숭고한 뜻은 그를 알고 사랑했던 이들을 통해, 그리고 그의 관대함과 사심없는 자비를 통해 계속 이어지고 있다.

故 이연호 회장의 아들인 이병훈 사장은 부친의 遺志를 이어받아 여러가지 방법으로 이를 계속 실천하고 있다. 이중 하나가 이연호 상의 제정이다. 이병훈 사장은 아버지를 존경하는 마음에서, 故 이연호 회장이 그토록 확고하게 지켜온 믿음을 생활 원칙으로 삼아 실천하는 이를 표창해줄 수 있는 제도를 마련했다. 이연호 상은 서번트 리더십의 모범을 보이고, 높은 지위에 수반되는 책임감을 이해하며, 자신의 특권이나 권력을 남용하지 않는 이를 선정하여 수상한다. 수상자들은 금전적인 대가에 대한 기대없이 자발적으로 세상을 위해 자신을 헌신하는 이들이다.

2002년 처음 상이 제정된 이래 그동안 4명의 훌륭한 수상자를 배출하였다.

- ▶ 2002년 안질라 스티맥
- ▶ 2003년 조지 헤이버
- ▶ 2004년 패티 블론다
- ▶ 2005년 스튜어트 오칠트리

수상자 여러분 모두 진심으로 축하드리며,
계속해서 우리 모두가 본받을 수 있는 귀감이 되길 바란다.



YunHo Lee Award



The purpose of the prestigious annual YunHo Lee Award is to recognize one member of the Oasis Corporate family whose achievement, character and spirit throughout the year capture the heart of Oasis. This award came about because of the legacy left by a good man, YunHo Lee, Founder of Namyang Aloe. Several decades ago, when Mr. Lee became ill he had fortuitously just read an article on the healing properties of the aloe vera plant. Because he had been raised in the beautiful and bountiful nature of the Korean countryside, he was born with an intrinsic belief in nature's miraculous ability to ameliorate ill health. Not long after beginning to consume the juice of the aloe vera plant on a daily basis, Mr. Lee gradually improved and, in time, recovered fully.

When he regained his health, Mr. Lee wanted to combine his belief in the healing properties of nature with his desire to give back to humankind. One of Mr. Lee's driving principles was his belief in servant leadership; he believed what Peter Drucker expressed so well: Rank does not confer privilege or give power. It imposes responsibility.

Mr. Lee's core belief was to give back, to make life better for those in need. He walked the talk, and his legacy will live on through those who knew him and loved him, and through his generosity and selfless giving to others.

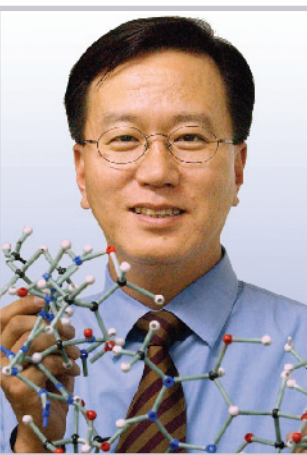
Bill Lee, YunHo Lee's son and kindred spirit, continues the legacy of love left by his father in myriad ways. One is the YunHo Lee Award. Out of reverence for his father, Bill Lee established a vehicle of recognition to honor a person whose principles reflect the core beliefs that Yunho Lee so clearly lived. This award celebrates a person whose choices in life exemplify servant leadership, a person who understands the responsibility imposed by rank, someone who does not abuse privilege or power.

The recipient of the Award gives back to his or her world freely and without expectation of monetary compensation.

Since its inception in 2002, four remarkable people have received this award:

- ▶ Anjila Stimack, 2002 ▶ George Haber, 2003
- ▶ Patty Blonda, 2004 ▶ Stuart Ochiltree, 2005

Congratulations to those who have earned this award; let them be a shining example for the rest of us to emulate.



2005년 내셔널 컨벤션 – 오아시스 라이프 사이언스™

“Believing in Miracles ...the best is yet to come”

글 – 오아시스 마케팅 이사 스텐 와이스



기적에 대한 우리의 신념을 표현한 “Believing in Miracles...the best is yet to come” 은 오아시스 라이프 사이언스의 내셔널 컨벤션에 가장 잘 어울리는 주제였다. 오아시스는 8월 10일부터 14일까지 지난 6년간의 회사 역사상 최대 규모의 내셔널 컨벤션을 성황리에 개최하여 Associate들이 모두 한자리에 모일 수 있는 기회를 마련하였다. 아름다운 시애틀 시내에 자리한 웨스턴 호텔은 회사와 현장의 리더들이 전하는 정보, 교육, 동기부여의 메시지를 듣기 위해 미국 전역에서 모여든 오아시스의 Associate들로 ‘폴하우스’가 되었다. 행사의 목표는 회사의 능력에 대해 신념을 가지도록 하여, 기적을 믿을 뿐만 아니라 아래에 제시된 기적의 실현을 위해 각자 중요한 역할을 하도록 하는 것이었다.

1. 우리의 비전에서 인정하였듯이 스스로 재활하고 재생할 수 있는 인체의 기적.
2. 여러 사람들의 라이프 스타일을 개선하고 변화시킬 수 있는 우리의 독특하고 강력한 비즈니스 모델의 기적.
3. 서번트 리더십 문화를 통하여 이루어지는 세계에 대한 긍정적인 영향의 기적.

컨벤션은 나흘간의 일정으로 수요일 저녁 예비 Associate와 고객을 대상으로 한 쇼케이스를 시작으

로 막을 올렸다. 목요일과 금요일 오전까지는 다이아몬드 / 블루 다이아몬드, 골드급 이상 Associate 전원을 대상으로 한 혁신적인 리더십 교육이 이루어졌으며, 금요일 오후와 토요일에는 총회가 개최되었다. 행사의 하이라이트는 토요일 저녁의 갈라 파티로, 이병훈 사장의 감명 깊은 연설을 들을 수 있었고 청강 이연호상의 수상자가 발표되었다. 컨벤션의 마지막 순서로 일요일 아침 레이스 사옥에서는 오픈 하우스 행사를 실시하여 수백명의 Associate들이 시애틀 남부에 위치한 에코넷 웨스트 본사를 방문하였다.



서번트 리더십 – 에코넷 미래의 문화

컨벤션의 화두는 하나의 기업으로서, 하나의 커뮤니티로서 우리를 정의할 때 등장하는 서번트 리더십의 중요성이었다. 오아시스의 CEO 테릭 홀은 회사와 현장의 리더들이 오아시스 문화의 표준으로서 이 같은 철학을 서로 함께 수용하는 것이 중요하다고 강조했다. 특히, 앞으로는 우리의 정체성을 정의할 때 건강 기능 식품 및 프로그램의 우수성보다도 기업 문화가 더욱 중요해질 것이라고 자신의 의견을 피력했다. 스텐 와이스 오킬트리 이사회 의장은 서번트 리더십을 주제로 필드 리더의 기본적인 역할에 대해 감명 깊은 강연을 했다.

서번트 리더십이 가장 감동적으로 표현된 순간은 아마도 스티븐 처니스케 사장 겸 CSO가 이번에 특별 생산되어 Associate에게 배부된 Ageless Essentials™ (미국에서 곧 출시 예정인 놀라운 효능의 신제품) 샘플을 태국의 굶주리고 있는 아기들을 도울 수 있도록 Associate에게 기증해달라고 부탁했을 때였을 것이다. 컨벤션 개최 전날, 처니스케 사장은 태국에 최근 도착한 캄보디아 난민 아기 60여명이 굶주리고 있으며 이들을 돕기 위해 오아시스로 동참해 달라는 부탁 전화를 한 국제 보건 기구로부터 받았다. 이 아기들은 기아 상태가 극심하여 일반 음식물은 소화시킬 수가 없는 상태였다. 바로 그렇기 때문에 오아시스의 Ageless Essentials™ 가 필요했던 것이다. 정맥주사를 통한 치료가 불가능할 때 이 어린 아기들은 Ageless Essential의 농축 영양소를 통해 영양분을 공급받을 수 있다. Associate 모두 이 우수한 신제품을 시음해보고 싶었지만 60여명의 고아들을 돕기 위해 미니 병에 담긴 Ageless Essential 샘플을 천 개 이상 기꺼이 기증하였다. 이는 아기들에게 최고 90일까지 공급할 수 있는 분량이다.

컬러 코드

세계의 유명한 작가이자 사회 심리학자인 테일러 하트만은 그의 통찰력있는 컬러 코드 시스템을 이용하여 성격 프로필에 대해 흥미진진한 연설을 했다. 그는 고유의 방법론을 통하여 여러가지 성격 유형을 이해하고 이에 효과적으로 대응하여, 생산적이고 인정어진 비즈니스 문화를 구축할 수 있는 실용적인 기법을 제시하였다. 하트만의 프로그램은 참석자 모두로부터 큰 호응을 얻었으며, 컨벤션이 진행됨에 따라 “내가 지금 이렇게 느끼고 행동하는 것은 내 안의 ‘빨간색’ 때문”이라고 하는 등 새로운 유행어가 등장하여 눈길을 끌었다.

신제품 및 프로그램

기적에 대한 믿음을 주제로 한 이번 컨벤션에서는 “최고는 계속 이어진다”라는 약속을 뒷받침하는 여러가지 새로운 제품과 프로그램이 선보였다.

제품 – 스티븐 처니스케 사장은 Ageless Healthy-Aging 제품군의 구성원으로 AgelessXtra™ 를 보완하는 Ageless Prime LSF™ 과 Ageless Essentials™ (곧 출시 예정)을 선보였다. 이 세가지 제품은 노화의 신진대사 모델을 반영하고 과학적으로 검증된 처방을 통하여 일생의 라이프사이클을 구성하는 주요 3단계의 각 단계별로 최적의 세포 재생을 도모하도록 개발되었다. 이 제품들은 세포 차원에서 스스로 재생하고 회복할 수 있는 인체 능력의 기적을 인정하고 있는 셈이다. 이 제품을 규칙적으로 섭취할 시에는 “일생동안 훨씬 나은 삶”을 즐길 수 있다.

프로그램 – 우리의 제품과 독특한 판매 시스템을 뒷받침하기 위한 여러가지 새로운 혁신적인 프로그램이 소개되었다.

- 고객 평생 보증제 : 이 프로그램은 업계내에서 유일한 프로그램으로 에코넷을 기반으로 한 오아시스 제품에 대한 자신감을 반영하고 있다.
- 일일 지급 프로그램 : 이제 오아시스 Associate는 사전에 정해진 Business builder 팩 판매시 일일 단위로 수당을 지급받을 수 있게 되었다.
- 신시장 개척 보너스 : 미개척 지역 및 도시에서 리더를 육성한 Associate을 보상하기 위한 새로운 프로모션이 도입되었다.
- 오아시스 커뮤니티 빌더 : 오아시스 사업을 좀 더 용이하고 효과적으로 관리할 수 있는 새로운 Back office 주문 접수 시스템 (전체 대상)과 새로운 고객 유지/소개 지원 프로그램 (사업자용 대상)이 도입되었다.
- 건강 보험 베타 테스트 : 서번트 리더십의 연장선상에서 오아시스는 Full-time Associate에게 잠재적으로 여러가지 서비스를 제공해줄 수 있는 새로운 건강 보험 프로그램을 발표했다.

청강 이연호상

금년도 청강 이연호상의 수상자로 스텐 와이스 오킬트리



이사회 의장이 발표되자 모두 흥분과 놀라움, 감격의 눈물을 금치 못했다. 특히, 회사 직원이 이 명예로운 상을 수상하기는 이번이 처음이었다. 시상이 이루어진 후, 오킬트리 의장이 친구이자 회사 리더인 이병훈 사장과 진심어린 축하의 포옹을 나누자 장내는 모두 기쁨의 눈물을 흘렸다. 회사직원과 Associate 등 참석자 모두 열렬한 축하 갈채를 보내며, 오킬트리 의장이 상을 수상할만한 충분한 자격을 갖추었다는 것을 재확인시켜주었다.

이병훈 사장 – 서번트 리더십의 표본

이번 행사는 이병훈 사장이 에코넷의 글로벌 자원에 대한 가상 투어를 소개하면서 절정에 이르렀다. 에코넷의 철학과 목적에 대한 이병훈 사장의 열정과 2011

년까지 세계 최고의 건강 기능 식품 회사로 발전하고자 하는 그의 비전, 그리고 이의 실현을 위한 오아시스 중대한 역할에 모든 참석자들은 깊은 감명을 받았다. 더구나 이병훈 사장의 모친 정희경 청강학원 이사장을 비롯하여 가족 모두가 참석하여 더욱 뜻깊은 자리가 되었다. 특히, 정희경 이사장은 갈라 파티 후에 이어진 축하 행사에도 적극 참여하였다.

오아시스 라이프 사이언스 임직원 전체를 대표하여 꿈의 실현을 위한 노력에 대해 이병훈 사장님께 진심으로 감사드린다. 우리는 기적에 대해 믿음을 가지고 있으며, 이병훈 사장님은 진정으로 기적을 이루고 있다. 그의 격려와 지원이 계속되는 한, “최고는 계속 이어질 것”이다.

2005 National Convention

OASIS LifeSciences™

“Believing in Miracles...The best is yet to come”

By Stan Weiss (Oasis, Executive VP of Marketing)

Seattle, WA - August 10-14, 2005 - It was a most fitting theme for the Oasis LifeSciences™, national convention - “Believing in Miracles...the best is yet to come.” From August 10th-14th Oasis Associates participated in the biggest and best national convention in the company’s six-year history. The Westin Hotel in beautiful downtown Seattle, Washington, was filled to capacity as Associates from across the nation came together to be informed, educated and motivated by Corporate and Field leaders. The goal was to edify one another on the company’s ability not only to believe in miracles, but also to play a role in helping these miracles to transpire. These are:

1. The miracle of the human body to repair and regenerate itself as we acknowledge in our vision

statement.

2. The miracle of our unique and powerful business model that allows many to improve and even transform their lifestyles.

3. The miracle of positively impacting the world with our culture of Servant Leadership.

The convention was a four-day celebration that began with a Wednesday night showcase for prospective Associates and Customers. It continued on Thursday and Friday morning with progressive leadership training for all Diamonds/Blue Diamonds plus Gold Associates and above. Friday afternoon and Saturday were general sessions, highlighted by the Saturday night

Gala affair that featured an inspirational talk by Bill Lee and the awarding of the YunHo Lee award. The convention was capped off with an Open house of the Lacey offices on Sunday morning, as hundreds of Associates made the pleasant journey south from Seattle to visit the corporate offices of the ECONET West.

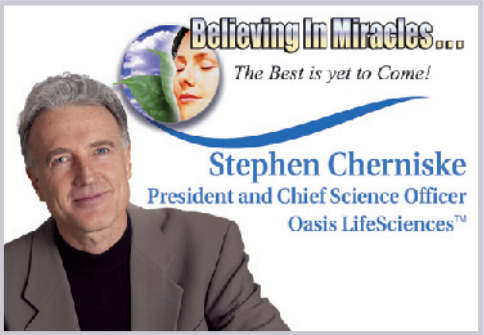
Servant Leadership - a culture that will define our future



One of the prevailing themes of the convention was the importance of Servant Leadership in defining who we are as a company and as a community. CEO Derek Hall stressed the importance of Corporate and Field leaders mutually embracing this philosophy as a standard practice within the culture of Oasis. Mr. Hall expressed his belief that, in the future, our corporate culture will define who we are as a company to a greater degree than the excellence of our life-enhancing products and programs. Stuart Ochiltree provided inspirational training on the subject of Servant Leadership as a fundamental role of field leaders.

Perhaps the most touching manifestation of Servant Leadership came when Stephen Cherniske asked field associates to share samples of Ageless Essentials™, (an impressive new product that will soon be launched in the United States) so that hundreds of these specially produced samples could be sent to starving refugee babies in Thailand. The day prior to convention, Mr. Cherniske received a phone call from an

International Health Organization, imploring Oasis to help feed 60 starving babies who recently arrived in Thailand from Cambodia. They were in such a state of starvation that traditional food could not be digested. Ageless Essentials™, was requested from Oasis because its nutrient dense formula is capable of nourishing these children when intravenous treatment is unavailable. In spite of their incredible eagerness to taste this new and wonderful product, over 1,000 MINI bottles of Ageless Essentials were donated by Associates to help these 60 orphan refugee babies. This is enough nutrition to keep these children alive for up to 90 days.



The Color Code

World-renowned author and social psychologist Taylor Hartman gave a riveting presentation on personality profiles using his insightful color-coding system. His unique methodology provided practical techniques on how to understand and deal productively with different personality types to build a productive and cordial business culture. Mr. Hartman’s program was universally embraced by the attendees and spawned an interesting new vocabulary as the convention progressed (E.g. “It’s the “red” in me that makes me feel and act this way”).



New Products and Programs

The Believing in Miracles convention introduced a number of new products and programs that are certain to deliver on the promise that “the best is yet to come.”

Products - Stephen Cherniske introduced Ageless Prime LSFTM, and Ageless EssentialsTM, (coming soon), which complement AgelessXtraTM, in providing a full family of Ageless Healthy-Aging products. These three products reflect the Metabolic Model of Aging and offer scientifically validated formulas to promote optimal cellular renewal and regeneration at each of the three major phases of a person's life cycle. These products recognize the miracle of the human body to renew and rebuild itself at the cellular level. When taken on a regular basis, a person truly can be "Better at Every Age."

Programs - Several innovative new programs were introduced to support our product offerings and unique selling system:

- Lifetime Customer Guarantee : this program is unique in the industry and reflects the confidence Oasis has in its ECONET based products
- Daily Pay Program / Associates now can kick-start their businesses by generating checks on a daily basis when selling defined business builder packs
- New Territories Bonus / A new promotion was launched which rewards Associates for building leaders in underdeveloped regions and cities
- Oasis Community Builder / A new back office ordering system (for everyone) and a new Customer retention/referral support program (for serious business builders) were introduced to make managing an Oasis business easier and more effective
- Health and Benefits Beta test / Consistent with the emphasis on Servant Leadership, Oasis announced a new health and benefits program that has the potential to provide a complete a-la-carte portfolio of services to the full-time Associate

YunHo Lee Award

There was no shortage of excitement, surprise and



tearful appreciation when Stuart Ochiltree was awarded the YunHo Lee award. It was the first time a Corporate person has received this valued award. And there was hardly a dry eye in the house when Mr. Ochiltree received the award and a heartfelt hug from his friend and fellow leader, Bill Lee. There could not have been a more worthy recipient of this award as evidenced by the accolades of all in attendance, both Corporate and Field.

Bill Lee - the truest example of Servant Leadership

As the crowning touch to an incredible event, Mr. Lee provided a virtual tour of the global resources of the ECONET. Mr. Lee's passion for the purpose and mission of the ECONET, and the important role Oasis plays in the realization of his vision to become the leading Nutraceutical company in the world by 2011 inspired everyone in attendance. It was a particular pleasure to have Mr. Lee's entire family in attendance, including his beloved Mother, who actively participated in the festivities following the gala event.

On behalf of all of us at Oasis LifeSciences™, we thank Mr. Lee, from the bottom of our hearts, for making the dream a reality. We do believe in miracles and Mr. Lee is a true miracle worker. With his continued help and support, "the best is truly yet to come."



알로콧 - 힐탑가든 그랜드오픈 행사

Aloecorp Celebrates the Grand Opening of its Hilltop Gardens

"지난 9월12일에 알로콧-힐탑가든 그랜드오픈 행사가 지역 국회의원 및 자매회사의 임원들, 세계 여러곳에서 온 알로콧 원료 판매대리 회사대표들 그리고 마침 멕시코 농장을 견학하러 간 남양알로에 대리점 사장 및 직원들 약 150명을 모시고 성황리에 마쳤다. 알로콧을 일구웠던 지난날의 회상으로 부터 시작한 이병훈 사장님의 인사말씀은 천연물 시장의 선두주자로서의 비전을 제시하는 한편 오늘 이자리를 일구어내기 위해 지난 18년 동안 땀과 눈물을 쏟은 전 직원의 노고에 모든 영광을 돌리시므로써 참석한 모든 이들에게 진한 감동을 선사하였다."



On September 12, the grand opening of Aloecorp-Hilltop Gardens was successfully held in the presence of local congressmen, executives of affiliated companies, representatives from Aloecorp raw material sales agencies from around the world, and about 150 agency heads and staff of Namyang Aloe who were visiting the Mexican plantations. Beginning with recollections of his founding of Aloecorp, in his congratulatory message Bill Lee presented his vision of becoming a leader in the natural product market. He also touched the hearts of everyone in attendance as he gave all credit for the company's achievements today to all the staff who had put in their sweat and tears over the past 18 years.



(주)남양알로에 / Namyang Aloe

1 남양알로에 에코넷센터 준공건축물부분 특선수상

2005 한국건축문화대상 준공건축물부분에 '남양알로에 에코넷센터'가 특선을 수상하였다.

이번 한국건축문화대상은 건축의 본질과 이 시대의 정서 그리고 기능성이 구현된 역작을 발굴하여 시상함으로써 한국건축의 미래를 열어가고자 마련된 건축제전이다. 시상은 10월 27일(목) 오후3시 세종문화회관 컨벤션홀에서 설계자 hna온고당 건축사사무소 유석연 소장, 시공자 대양건설(주), 건축주 (주)남양이 받게될 예정이다.

Namyang Aloe ECONET Center Won a Special Award in the Completed Building Category

Namyang Aloe's ECONET Center won a special award in the completed building category of the 2005 Korean Architectural Culture Awards. The Korean Architectural Culture Awards are an architectural festival established to broaden the future of Korean architecture by identifying and awarding outstanding works that reflect the essence of architecture, the sentiments of the times and functionality. The award ceremony will take place at Sejong Cultural Center Convention Hall on Thursday, October 27, and Seokyeon Yoo, director of hna Ongodang Architecture and Design, Daeyang Construction (the construction company) and Namyang (the developer) will receive the award.

2 2005 소비자 사랑 국민브랜드 대상에 선정

이코노믹리뷰는 미디어인텔리전스, 참바른리서치와 손잡고 엄정한 평가를 거쳐 '소비자 사랑 국민브랜드 대상'을 선정했다. 제정 취지는 시대와 계층을 초월하여 오랫동안 국민들의 사랑을 받아 온 브랜드 즉, 고객감동을 실현하는 최고의 가치를 지닌 브랜드를 선정해 우수성과 가치를 알림으로써, 브랜드



역할을 함으로서 요즘 같은 불황기에 그 진가가 더욱 두드러진다. 이에 남양알로에가 건강식품 부분에서 “소비자사랑 국민브랜드 大賞”으로 선정되었고, 마케팅 효과를 극대화 할 수 있을 것으로 기대된다.

Selected as a Grand Prize Winner of the National Brand Loved by Consumers in 2005

In collaboration with Media Intelligence and Chambarun Research, the Economic Review selected grand prize winners of the 2005 National Brand Loved by Consumers Award through a rigorous selection process. The purpose of the award is to highlight brands that have been embraced by the public for a long time regardless of period of popularity or social class, brands placing utmost value on customer satisfaction, and recognize the excellence and value of such brands, which will lead to the maximization of brand value. In the era of global marketing, the value of a national brand plays a crucial role in attracting new customers and encouraging repeat customers. Therefore, the value of national brands is greater than ever in the time of a recession like nowadays. Namyang Aloe was selected as a grand prize winning national brand in the health food category, and its receipt of this award is expected to maximize its marketing.

가치를 극대화하고, 글로벌 마케팅시대를 맞아, 국민브랜드는 그 값어치가 신규 고객 유치 및 기존 고객의 재구매에 결정적인

3 남양알로에 푸른 꿈나무 캠프(19회) 실시



지난 7월 26일부터 8월 12일까지 전국의 생활건강설계사 자녀들 약 460여명의 초·중학생들 대상으로 '푸른 꿈나무 캠프'가 실시되었다. “우리가 꿈꾸는 행복한 세상”이라는 주제로 실시된 이번행사에는 인간사랑, 자연사랑, 문화사랑이라는 테마별로 프로그램이 구성되었다. 도미노 게임, 마술배우기, 물놀이, 재즈댄스, 천연염색, 사물놀이, 애니메이션, 요리교실 등 아이들의 다양한 꿈을 펼칠 수 있는 다채로운 프로그램이 알차게 진행되었다.

19th Namyang Aloe Green Tree Camp Held



From July 26 through August 12, about 460 children (elementary and middle school age) of Namyang Aloe life planners attended the annual Green Tree Camp. Under the main theme of “A world of happiness we dream about,”

4 우수영업국장 러시아 현지법인 세미나 실시

지난 8월 20일부터 23일까지 3박4일 일정으로 러시



아에서 약 20여명의 우수영업국장과 본사 임직원이 참여한 가운데 ECONET과 천연물 산업의 비전, 브랜드 전략 및 남양알로에 중장기 전략을 공유하기 위해 이번 세미나가 실시되었다.

Seminar for High-Performing Sales Bureau Directors Held at the Russian Subsidiary

From August 20 through 23, a three-night and



four-day seminar was held at the Russian Subsidiary for about 20 high-performing sales

bureau directors and staff members of the head office. It was a great opportunity for the participants to grasp and share their views on the vision of ECONET and the natural product industry, brand strategy and Namyang Aloe's mid- and long-term strategy.

5 '엄마는 오십에 바다를 발견했다' 공연후원

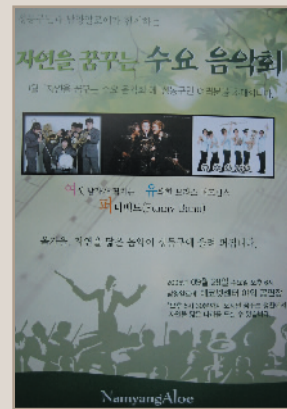
메세나 활동(문화예술 분야에 대한 기업의 지원)을 꾸준히 실시하고 있는 남양알로에가 소극장 산울림 개관 20주년 기념공연을 후원하였다. “엄마는 오십에 바다를 발견했다”는 1991년 소극장 산울림에서 공연되면서 10만 관객의 가슴을 눈물로 적시고 그 해 서울 연극제 자유참가작 부분에서 최우수 작품상, 최우수 주연상 등 4개 부분을 석권하며 평단과 관객에게 모두 인정받은 산울림의 대표적인 여성연극이다.

Sponsorship of At Fifty, She Discovered the Sea

Namyang Aloe, which continuously engages in the corporate sponsorship of arts and cultural events, sponsored a play being performed in celebration of the 20th anniversary of the opening of Sanwoollim Theater. When At Fifty, She Discovered the Sea (A cinquante ans, elle decouvrait la mer) premiered at Sanwoollim theater in 1991, it captivated over 100,000 viewers and won four awards, including Best Theater Play and Best Actress in a Leading Role, at the Seoul Theater Festival that year. At Fifty, She Discovered the Sea is a play addressing feminine issues that is staged by Sanwoollim Theater Company and is highly acclaimed by both reviewers and audiences.

6 자연을 꿈꾸는 수요음악회 개최

지난 9월 28일 남양알로에는 내년 창립 30주년을 맞아 세계로 뻗어나가려는 한국을 대표하는 기업으로 사옥 '에코넷 센터'에서 소박한 다과를 준비하고, 성수동 지역주민들과 함께 퍼니밴드(금관악기



Dreaming Nature Wednesday Music Concert held

In celebration of the 30th anniversary of its founding next year, Namyang Aloe, a Korean company expanding into the world market,



hosted a music concert at its head office ECONET Center in Seongsu-dong. Employees and residents of Seongsu-dong enjoyed a cheerful fusion classic performance by the brass ensemble Funny Band, as well as light refreshments. We all hope that events such as this will become a welcomed tradition at Namyang Aloe.

(주)남양 / Namyang Company

OEM 제품 '쿨링화이버' 생산

(주)남양이 OEM 제품중 식이섬유 보충용 제품인 쿨링화이버를 생산한다. 쿨링화이버는 식이섬유로써 배변활동을 원활하게 해주고 체중감량에 도움을 주며 또한 지방흡수 저하를 도와주는 식이섬유 보충용 식품이다.

밴드팀)를 초청하여 신나는 연주와 함께 유쾌한 퓨전 클래식 문화공연을 가졌다. 앞으로도 남양알로에의 환영 받는 기업문화로 자리잡히길 바란다.

Production of OEM Product “Cooling Fiber” Begins

Namyang has begun production of Cooling Fiber, an OEM product. As a dietary fiber supplement, Cooling Fiber facilitates bowel movements, encourages weight loss and decreases the absorption of fat

8 ODM 제품 미국에 첫 출시

지난 8/26일 (주)남양의 첫 ODM 제품인 홍삼(캔)음료와 알로에(캔) 음료를 미국에 첫 출시를 자축하는 자리가 마련되었다. 지난 4월 처음 제품 개발 의뢰를 맡은 (주)남양 기술영업팀은 5개월이 넘는 쉽지 않은 개발과정을 통해 (주)남양의 ODM 제품으로는 처음으로 미국시장에 첫발을 딛는 쾌거를 이룩하였다. 미국 현 시판 시장에 런칭 될 홍삼음료와 알로에음료는 재미한국기업인 CrossLand Trading co. LLC에 의해 판매될 예정이며, 이번계기를 통해 (주)남양과 CrossLand Trading co. LLC의 지속적인 파트너십을 이루어 나갈것을 약속하였다

First ODM Product Launched in the U.S.

On August 26, the U.S. launch of red ginseng drinks (canned) and aloe drinks (canned), Namyang's first ODM products, was celebrated. Following a challenging five-month development process after accepting a request to develop the products in April, Namyang's Technology Sales Team accomplished the remarkable deed of launching Namyang's first ODM products in the U.S. market. The red ginseng drinks and aloe drinks to be introduced in the local U.S. market will be sold by CrossLand Trading Co. LLC, a Korean company based in the U.S. Namyang and CrossLand Trading have used the occasion to make a commitment to building a long-lasting partnership.

9 (주)남양 하반기 영어교육실시 계획 및 일정 발표

(주)남양은 Global Business Expansion전략에 따른 필수 인력 육성 및 개인 역량 강화를 위해 2005년 9월 1일부터 2007년 8월 31일까지 퇴근 전 후 및 점심시간을 활용하여 영어방송(회화, CNN, 팝송영어)을 시작한다.

English Language Training Plans and Schedules for the Second Half Announced

With the object of developing essential manpower and enhancing individual capabilities under the Global Business Expansion strategy, Namyang will begin broadcasting English programs (conversation, CNN and English pop songs) at the end of each day and during lunch breaks from September 1, 2005 through August 31, 2007.

유니젠 한국 / Unigen Korea

10 Unigen 韓美 양사간 전략제휴협약 체결

유니젠 韓美 양사는 지난 7월27일에 시애틀 에코넷 웨스트센터에서 양사간 전략 제휴협약을 체결하였다. 이번 전략제휴협약 체결을 통해 양사는 앞으로 경영전략을 공유하고 협력을 강화하여 세계천연물 시장을 선도하는 기업으로 성장하는데 공동의 노력을 다하기로 합의하였다. 이번 전략제휴협약 체결에서는 양사를 대표하여 Unigen Korea의 조태형 사장과 Unigen USA의 Derek Hall 사장이 협약서에 서명하여 서로 교환하였다.

Unigen Korea and Unigen USA Sign an Agreement for a Strategic Alliance

On July 27, Unigen Korea and Unigen USA signed a bilateral strategic alliance agreement at the ECONET West Center in Seattle, Washington. With the signing of the agreement,

the two companies agreed to share business strategies, step up bilateral cooperation and make concerted efforts to become leaders in the world's natural product market. The agreement was signed and exchanged by Unigen Korea CEO Taehyung Jo and Unigen USA CEO Derek Hall as representatives of the two companies.

11 (주)유니젠 – (주)남양간 약물전달체계(DDS) 개발 연구과제 협약 체결



지난 8월25일 (주)유니젠과 (주)남양은 “약물전달 체계(Drug Delivery System)를 이용한 제품개발” 연구과제를 추진하기로 합의하고 연구협약을 체결하였다. 양사는 약물전달체계(DDS)를 활용한 건강기능식품 개발 연구과제를 공동 추진하기로 하였으며 (주)유니젠의 천연물 연구팀의 김동선 박사를 중심으로 한 연구 그룹이 3년간 이 계획에 따라 연구를 진행할 계획이다. 건강에 대한 관심의 증대로 인하여 의약품 및 건강기능식품의 시장은 확대되고 있는 반면, 이를 위한 새로운 소재 및 성분들의 개발 속도는 어느 정도 한계에 이르러 둔화되어 있는 상태에서 소재 및 그 기능성분들의 흡수율, 안정성 및 안전성을 증가 시켜 효능을 증대시키기 위한 DDS 기술의 개발은 지난 30년간의 급격한 신소재가 개발되어 오던 속도와 유사한 속도로, 향후 건강기능식품 시장 점유에 중요한 역할을 할 것으로 기대된다.

Unigen Korea and Namyang Sign an Agreement on a Drug Delivery System

Unigen Korea and Namyang agreed to initiate research in product development using a drug



delivery system (DDS) and signed a research agreement to this effect on August 25. The two companies will jointly initiate research on developing functional health food products based on DDS. A research team led by Dr. Dongseon Kim of the Natural Product Chemistry Team within Unigen Korea will conduct the study in line with a three-year plan. Although the pharmaceutical and nutraceutical markets are expanding with the public's increasing interest in health, the pace of developing new materials and ingredients has reached its limit and slowed somewhat. The development of DDS technology, which increases the efficacy of materials and their functional ingredients by increasing their absorption, stability and safety, is expected to play a major role in capturing the functional food product market in the future by developing new materials at fast past similar to the past thirty years.

12 인도 원료 공급업체 생산시설 실사(Customer Audit) 실시.

지난 7월27일부터 8월7일까지 Unigen Korea의 조태형 사장, 수석연구원 김동선 박사, 품질관리 책임자인 류종하 전임연구원 그리고 Unigen USA의 품질책임 관리자인 WenWen Ma 박사등 유니젠 인도 공급업체 실사단이 유니베스틴 원료의 품질 보증 및 안정적인 공급처 확보를 위하여 인도 현지 공급업체의 시설에 대한 실사를 실시하였다. 이 현지 실사를 통해 생산시설 및 생산, 품질관리 운영실태를 파악하여 고품질의 원료 업체를 선정 할 수 있었으며 안정적으로 원료를 받을 수 있게 되었다.



Customer Audit Conducted on Raw Material Vendors in India

A customer audit team visited India from July 27 through August 7 and assessed raw material vendors to secure stable suppliers and assure the quality of raw materials for Uninvestin. The team consisted of CEO Taehyung Jo, Chief Researcher Dr. Dongseon Kim, and Senior Researcher in charge of QC Jongha Ryu from Unigen Korea and Dr. Wenwen Ma, a quality control supervisor from Unigen USA. Through the customer audit, the status of production facilities, production management and quality control were surveyed and vendors of fine quality materials were successfully selected for the stable supply of raw materials.

13 EBS스페셜 촬영

지난 8월25일 EBS스페셜 팀에서 자생식물 자원을 이용한 신약개발 현장에 대한 다큐 프로그램 제작을 위해 유니젠을 방문, 촬영하였다. 우리나라의 자생식물 이용현황을 점검해보고, 자생식물이 갖는 의미와 가치를 재인식시킴으로써 한국 식물 신약 개발에 바람직한 방향을 모색해보고자 한 이 프로그램의 방송일은 9월23일이며 “신약 그리고 자생식물”이라는 제목으로 EBS에서 방송될 예정이다.

EBS Feature Program

On August 25, a special team from EBS visited Unigen Korea to produce a documentary on the site where new medicines are being developed

14 Hainan Aloecorp ECONET Workshop 준비 한창



▲ 워크샵시 필요한 숙소(대나무)를 짓고있는 모습
Building a bamboo hut for the workshop

중국 현지법인 Hainan Aloecorp은 오는 2005년 10월 19일부터 2005년 10월 27일까지 7박9일 동안 한국 본부 및 해외지사의 팀장급이상 75명이 참석하는 농장 야영 ECONET Workshop을 개최할 예정이다.

작년 완공된 제1농장 25만평의 알로에 농장과 야자수가 어우러진 아름다운 농장 한군데서 개최되는 ECONET Workshop을 위하여 Hainan Aloecorp 전 직원은 오시는 손님들이 좀더 편안하고 안전하게 토론회를 할 수 있도록 만반의 준비를 하고 있다.

Preparations for Hainan Aloecorp's ECONET Workshop in full swing

Hainan Aloecorp plans to host the ECONET Workshop for 75 team leaders and above from Korean headquarters and overseas subsidiaries from October 19 through 27. Participants in the seven-day, nine-night workshop will be camping

out at the plantation.
For the successful hosting of the ECONET Workshop, which will be held at the heart of the 250,000-pyeong Aloe Plantation I completed last year and a beautiful plantation of palm trees, the entire staff of Hainan Aloecorp is fully prepared to facilitate a comfortable and safe environment for participants to take part in discussions.

15 에코넷 웨스트 आयुही



지난 7월 16일(토) 오전, 에코넷 웨스트의 회사 आयुही가 시애틀에 위치한 Six Flags Enchanted Village & Wild Waves Park (놀이공원 겸 워터파크)에서 열렸다. 아침 무렵에는 하늘에 얽은 구름이 드리웠지만, 곧 밝은 햇살이 260여명의 임직원 및 가족들의 얼굴을 비추었다. 참석자들은 Enchanted Park 놀이공원에서 스릴감 넘치는 놀이기구를 타거나 Wild Waves 워터파크에서 물에 흠뻑 젖으며 즐거운 시간을 보냈다. 점심은 놀이공원내에 마련된

장소에서 피크닉 형태로 차려진 음식을 배불리 먹었으며, 식사 후에는 각자 흩어져 다채로운 행사와 놀이기구들을 하루 종일 즐겼다. 가족, 동료들과 함께 짜릿한 놀이기구, 훌륭한 음식, 흥겨운 시간을 즐길 수 있었다.

Econet West's company picnic

Econet West's company picnic kicked off mid-morning on Saturday, July 16th at Six Flags Enchanted Village & Wild Waves Park. The day started out a little overcast, but the sun quickly shown through for 260 people including the employees and their families. Attendees were able to enjoy thrill rides at the Enchanted Park or get a cool drench at the Wild Waves side. A hearty picnic lunch was served at the park's pavilion, before everyone scattered to enjoy the events and rides of the day. It was an incredibly fun day of fantastic rides, great food and time with family and friends!



신입사원 / New Hire



▲ 조성훈 (남양알로에)/
마케팅본부 마케팅기획팀 대리
SeongHoon Cho (Namyang
Aloe)/ Marketing Planning
Team Assistant Manager



▲ 김남규 (남양)/
에코넷기업본부 기획&인사팀 과장
NamKyu Kim (Namyang)/
General Manager / HRMT
ECONET Corporate & Shared
Service Center



▲ 라번 압둘 (오아시스 콜센터)
LaVerne Abdul (Oasis)/
Oasis Call Center



▲ 칼레나 앨버트슨
(오아시스 콜센터)
Kalena Albertson (Oasis)/
Oasis Call Canter



▲ 실비아 브리식
(오아시스 콜센터)
Sylvia Brcic (Oasis)/
Oasis Call Canter



▲ 마크 브리메로우 (유니젠)/
해외영업 담당 부사장
Mark Brimelow (Unigen)/
VP International sales



▲ 매트 카론 (알로콤)/
연구원
Matt Caron (Aloecorp)/
Research Assistant



▲ 웨인 맥큐네 (알로콤)/
영업 및 마케팅 담당 선임 부사장
Wayne McCune (Aloecorp)/
Senior VP of Sales & Marketing



▲ 조 피나레스 (알로콤)
Joe Pinales (Aloecorp)



▲ 안젤라 덴마이어
(오아시스 콜센터)
Angela DanMeyer (Oasis)/
Oasis Call Center



▲ 제니퍼 데보어
(오아시스 콜센터)
Jennifer Deboer (Oasis)/
Oasis Call Center



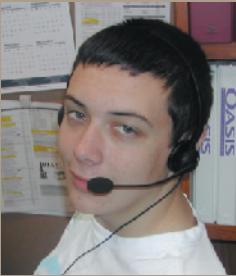
▲ 킴벌리 크라우세
(오아시스 콜센터)
Kimberly Krause (Oasis)/
Oasis Call Center



▲ 니콜 랄슨
(오아시스 콜센터)
Nicole Larson (Oasis)/
Oasis Call Center



▲ 크리스탈 마리스칼
(오아시스 콜센터)
Krystal Mariscal (Oasis)/
Oasis Call Center



▲ 에릭 밀러
(오아시스 콜센터)
Eric Miller (Oasis)/
Oasis Call Center



▲ 졸다나 사발라 (오아시스)/
오아시스 CSR 1
Jordana Saballa (Oasis)/
Oasis CSR 1



▲ 쉐리 사카리아
(오아시스 콜센터)
Ashley Sakaria (Oasis)/
Oasis Call Center



▲ 스테이시 토마스
(오아시스 콜센터)
Stacy Thomas (Oasis)/
Oasis Call Center



▲ 안드리아 톨몬
(오아시스 콜센터)
Andrea Tillmon (Oasis)/
Oasis Call Center



▲ 제이콥 윌리엄스
(오아시스 콜센터)
Jacob Williams (Oasis)/
Oasis Call Center



▲ 데이브 콜먼 (유니베라)/
DBA 프로그래머
Dave Coleman (Univera)/
DBA Programmer



▲ 낸시 포피엘라르치크 (오아시스)/
세일즈 코디네이터
Nancy Popielarczyk (Oasis)/
Sales Coordinator



▲ 올라 시리스코 (오아시스)/
회계담당 사원
Olga Syrisko (Oasis)/
Accounting Clerk



▲ 게리 다스트루프 (유니베라)/
인사 담당 이사
Gary Dastrup (Univera)/
HR Director

승진 & 부서이동 소개 / Promotions & Transfers



◀ 리건 마일스 (유니젠 미국)
수석 부사장 (EVP) ⇨ 사장겸 COO
Regan Miles (Ungen USA) EVP of Sales & Marketing
⇨ President and Chief Operating Officer



◀ 리차드 코난트
오아시스 상품 개발부 ⇨ 유니베라 법규 담당 매니저
Richard Conant Oasis, Product Development
⇨ Univera, Inc. Manager, Regulatory Affairs

경조사 소식 / Congratulations and condolences

(주)남양알로에 / Namyang Aloe

◆ 축하합니다.

- 지난 8월 28일 교육부 교육팀 강사 이현주 주임의 결혼식이 있었습니다



◆ Congratulations!

- Supervisor Hyunju Lee, an instructor with the Training Team, got married on August 28.

(주)남양 / Namyang

◆ 삼가고인의 명복을 빕니다.

- 지난 8월 9일 생산기술팀 하정순씨 배우자(남편)상

◆ 축하합니다.

- 지난 8월 27일 생산기술팀 정성수씨 장남 정원혁군의 돌잔치가 있었습니다. 건강하고 씩씩하게 자랄 수 있도록 많이 격려해 주세요.



- 지난 9월 13일 연구실 김진영 대리님의 건강한 첫째 따님의 출산을 축하드립니다.

◆ Please accept our deepest condolences.

- The husband of Jeongsun Ha of the Production Technology Team passed away on August 9, 2005.

◆ Congratulations!

- Seongju Jeong of the Production Technology Team threw a party in celebration of the first birthday of his son, Wonhyuck, on August 27. We all hope Wonhyuck will grow to be a wonderful, healthy boy.
- Jinyoung Kim (Assistant Manager, Research Division) on the birth of her first daughter on September 13.

(주)유니젠 / Unigen Korea

◆ 축하합니다.

- 지난 8월15일 이영철 선임연구원님의 아들 이시우 군의 돌잔치가 있었습니다. 건강하고 씩씩하게 자랄 수 있도록 많이 격려해 주세요.



- 지난 9월21일 우성식 총괄상무 / 연구소장님의 딸 우희원양의 돌 잔치가 있었습니다.

건강하고 예쁘게 자랄 수 있도록 많이 격려해 주세요.

◆ Congratulations!

- Youngcheol Lee (Senior Researcher) threw a party in celebration of the first birthday of his son, Siwoo, on August 15.

We all hope Siwoo will grow to be a courageous and healthy boy!

- Seongsik Woo (Managing Director/Head of the Research Center) threw a party in celebration of the first birthday of his daughter, Heewon, on September 21. We all hope Heewon will grow to be a beautiful and healthy girl.

오아시스 / Oasis

◆ 축하드립니다.

- 지난 8월 31일 오아시스 콜 센터의 실비아 브레이크이 득남 (크리스토퍼 블레이크 맥파이크)을 했습니다. 건강한 아기의 출산을 축하드립니다.



◆ Congratulations

- Sylvia Brcic (Oasis, Call Center) on the birth of her first son, Christopher Blare McPike, on August 31.

생일자 소식 10~11

Birthday in October & November

Happy Birthday

남양 / Namyang



◆ (10/1) 정성수
Sungsoo Jeoung



◆ (10/3) 정형철
Hyungchul Jeoung



◆ (10/4) 윤경수
Kyeongsoo Yoon



◆ (10/5) 예정수
Jeoungsoo Yei



◆ (10/5) 이연석
Yunsuk Lee



◆ (10/12) 김영미
Youngmi Kim



◆ (10/13) 박상섭
Sangsup Park



◆ (10/16) 지영철
Youngchul Ji



◆ (10/17) 김연진
Younjin Kim



◆ (10/17) 오점순
Jumsoon Oh



◆ (10/21) 이미숙
Misook Lee



◆ (10/22) 김경숙 Kungsook Kim
◆ (10/22) 최정숙 Sungsook Choi
◆ (10/23) 이화순 Huasoon Lee
◆ (10/30) 박성수 Sungsoo Park
◆ (10/31) 우길종 Kiljong Woo
◆ (10/31) 채진희 Jinhee Chae



◆ (11/1) 서동옥 Donggock Seo
◆ (11/3) 김경희 Kunghee Kim
◆ (11/3) 심문흠 Moonhum Shim
◆ (11/9) 김잔나 Janna Kim
◆ (11/13) 김홍만 Hounghman Kim
◆ (11/16) 이시찬 Sichan Lee



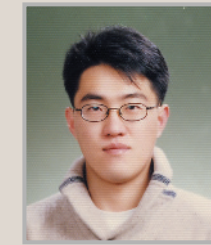
◆ (11/22) 김영태 Youngtae Kim
◆ (11/22) 김장전 Jangjeun Kim
◆ (11/25) 장용녀 Yungnu Jang
◆ (11/29) 표한중 Hanjong Pyo
◆ (10/1) 김영대 Youngdae Kim



◆ (10/2) 박영수 Youngsu Park
◆ (10/3) 이규남 Gyunam Lee
◆ (10/5) 전익표 Ikpyoh Jun
◆ (10/18) 안기억 Keeuk An
◆ (10/22) 신영익 Younguk Sin
◆ (10/31) 신인수 Insu Sin



◆ (11/6) 이성열 Sungyul Lee
◆ (11/7) 심진우 Jinwoo Sim
◆ (11/9) 오성균 Sungkoon Oh
◆ (11/20) 정의선 Uisun Jung
◆ (11/21) 김종찬 Jongchan Kim
◆ (11/28) 박소운 Sooyoon Park



◆ (10/4) 이영철 Youngchul Lee



◆ (10/28) 황보현정 Hyunjung Hwangbo



◆ (10/2) 블랑카 코르테즈 Blanca Cortez



◆ (10/3) 사바스 갈베즈 Sabas Galvez



◆ (10/22) 마이클 로페즈 Michael Lopez



◆ (10/29) 헤티 다미안 Hector Damian



◆ (11/2) 에반 모일란 Evan Moilan



◆ (11/13) 어거스틴 레이스 Agustin Reyes



◆ (11/24) 밥 스미스 Bob Smith



◆ (11/29) 로살린다 로살레즈 Rosalinda Rosalez



◆ (10/2) 에리카 홀더 Erica Holder



◆ (10/13) 도나 산달 Donna Sandahl



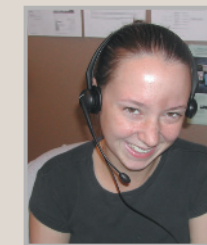
◆ (10/18) 본 류웅 Bon Vuong



◆ (10/18) 사라 월 Sarah Wall



◆ (10/24) 티모시 메타난 Timothy Methanane



◆ (11/29) 제니퍼 링크 Jennifer Link



◆ (11/1) 타라 아담스 Tara Adams



◆ (11/25) 이세현 Sean Lee



◆ (10/20) 타오 트린 Thao Trinh



◆ (10/27) 애비예싱게 파드마프리야 Abeyasinghe Padmapriya



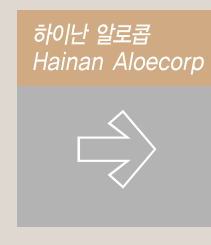
◆ (11/1) 보비 하나 Bobby Hanna



◆ (11/1) 메이 홍 Mei Hong



◆ (11/12) 퀴 지아 Qi Jia



◆ (11/15) 몰리 Molly

ECONETIAN들의 여름휴가때 찍은 재미있는 사진 당첨자 소개

에코네시안 여러분~
어느덧 가을이 손짓하면서 다가서고 있습니다. 추수할 것을 더 많이 만들어야겠다는 마음에.. 몸과 마음이 더 분주해 지는 것 같습니다. 그 가운데 여름휴가때 찍은 재미있는 사진들을 보며 지난날을 되돌아보는 여유는 어떨까요?

Winners of the Photo Contest for Memorable Pictures from ECONETIANs' Summer Holidays

Fellow ECONETIANs!
Autumn is already just around the corner. I think we become more occupied, physically and mentally, because of our wish to produce more for a bigger harvest. How about taking a short break to look over some pictures from our summer holidays and reliving some pleasant and exciting moments?



1등
“해변가의 두 마리 사랑스러운 양”
(주)남양알로에 송은주 주임 / 10만원 상품권

First Prize Winner
“Two lovable sheep at the beach... baa, baa”
Eunju Song, Supervisor, Namyang Aloe (a 100,000 - won gift certificate)



3등
일본에서 으랏차차 에코넷 스모부!
(주)남양알로에 중부영업팀 심진우 주임 / 3만원 상품권

Third Prize Winner
“Yipe!” (ECONET Sumo players in Japan)
Jinwoo Shim, Supervisor, Joongbu Sales Team, Namyang Aloe (a 30,000-won gift certificate)



Second Prize Winner
Happy dad and son (Yohan Lee and his son)
Dave Frederick, Accounting Staff, Univera (a 50,000 - won gift certificate)

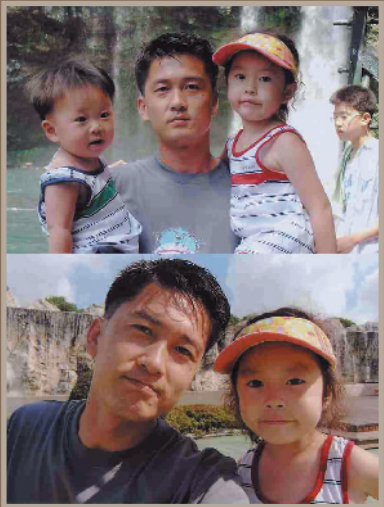
사진컨테스트에서 아깝게 탈락하신 아래 다섯 분께는 아차상으로 썬크림을 드립니다.



사랑하는 남편이랑 제주도에서... 소라껍질 바이킹
(주)유니젠 천연물 신소재 사업부 황보현정
A Viking couple ... with my lovable hubby at Jeju Island
Hyeonjeong Hwangbo, Natural Product New Material Division, Unigen Korea



조스에게서 날 구출해줄 사람은 누구
(유니버설 스튜디오에서)
(주)남양알로에 고객지원팀 박정아 과장
“Help! Can anybody out there save me from Jaws...at Universal Studios?”
Jeongah Park, Customer Support Team, Namyang Aloe



제주도 용두암에서 함께한 가족여행, 아빠랑 우리들이랑~~~
(주)유니젠 경영지원실 차정섭
Dad and us... A family trip to Yongduam, Jeju Island
Gyeongseob Cha, Management Support Office, Unigen Korea



역쉬 여름엔 계곡에서 시원한 수박과 함께
(주)남양 연구실 김진영 대리
A chilled watermelon in cold stream water ... the best way to cool off summer heat
Jinyoung Kim, Research Division, Namyang



친구들과 함께 신나는 파티를...
(주)남양알로에 고객지원팀 정현정 주임
PARTY TIME!!!
Hyeongjeong Jeong, Customer Support Team, Namyang Aloe

10월호 퀴즈 & 8월호 당첨자 발표

퀴즈 정답 - (자연, 과학, 그리고 이로움)

▶ 8월호 퀴즈당첨자

- 베라스파 2호 세트 받으실분 : (주)유니젠 / 황보현정, 김정섭 (주)남양 / 이자은 (주)남양알로에 / 곽은정
- 알로에버 세럼 받으실분 : 유니베라 / 레베카

▶ 응모하실곳 : kaoh@univera.com 또는 엽서

▶ 10월호 사진공모 이벤트 당첨자 소개는 60page에 있습니다.

▶ 12월호 사진컨테스트는 사랑하는 가족들과 찍은 따뜻한 마음이 담긴 사진을 응모 바랍니다.

- 1등 : 100,000원 백화점 상품권 (1명), 2등 : 50,000원 상품권 (2명), 3등 : 30,000원 상품권(3명)
- 해외 당첨자분들께는 위의 가격에 동등한 선물을 우송해 드리겠습니다.

10월호 ECONET WAY 퀴즈

- 서번트 리더십의 정신은 에코넷의 창립이념에 이미 내재되어 있다. 개인으로서 우리의 역할은 항상 ()을 발휘하는 것이다. 우리의 진정한 목적은 ()에만 달성될 수 있다. 이러한 원칙은 우리 모두가 지켜야 할 원칙이며, 에코넷의 모든 기업이 사업뿐만 아니라 개인적인 생활에서도 이러한 원칙을 익히고, 모델로 삼고, 실천하겠다는 의지를 나타낸다.

October Quiz and Winners of the June Quiz

Answers - (nature, science and benefits)

▶ Winners of the August Quiz

- Winners of Veraspa Set No. 2 : Hyeonjeong Hwangbo / Unigen Korea, Gyeongseob Kim / Unigen Korea, Jaeun Lee / Namyang, Eunjeong Kwak / Namyang Aloe
- Winners of Aloever Serum : Rebecca Beauchamp / Univera, Compliance Coordinator

▶ Please send answers via e-mail (kaoh@univera.com) or by postcard

▶ The winners of October photo contest are announced on page 60.

▶ For the December photo contest, please send in tender and heart-warming pictures taken with your loving family.

- First prize : First prize : A \$100 department store gift certificate (1 winners)
- Second prize : A \$50 department store gift certificate (2 winners)
- Third prize : A \$30 department store gift certificate (3 winners)
- Winners from offices outside of Korea will be sent prizes of equivalent value.

Quiz for the ECONET WAY October issue

The concept of Servant Leadership is therefore contained within the principles which the ECONET was founded upon, which is that our role as individuals is always one of (). Our true purpose can only be achieved as (). These principles are within us all, and represent a commitment on the part of all ECONET companies to learn, to model and to live these principles in both our business and personal lives.



에코넷 가족 여러분의 많은 참여 부탁드립니다

Postcard
ECONET WAY
독자엽서

보내는 사람 (고객, 직원, 가족)

성명

소속

주소

전화

□□□-□□□

받는사람

서울시 성동구 성수동 2가 3동 302-4 에코넷센터 3층
(주)남양 에코넷기업본부 "에코넷웨이" 편집담당자 앞

1 3 3 - 1 2 0

ECONET WAY
Postcard

sender (customer, employee, family)

Name

Division

Address

Phone number

□□□-□□□

Please send to

The Editor of ECONET WAY,
ECONET Corporate & Shared Service Center,
Namyang Company
3th floor, ECONET CENTER 302-4,
Sungsu-dong 2-ga, Sungdong-gu, Seoul, Korea

1 3 3 - 1 2 0

ECONET WAY



We strongly encourage active participation by all members of the ECONET family.

• 함께 만드는 ECONET WAY •

에코네시안 여러분의 글을 기다립니다. 감명깊게 읽은 책, 기억에 남는 공연, 좋은 추억이 된 여행, 자신만의 에세이 등 자유롭게 다양한 소재와 주제의 원고를 보내주세요.

- 1. 이번호에서 가장 흥미롭고 유익했던 기사는 무엇입니까?
- 2. '에코넷웨이'에서 다루었으면 하는 기사는 무엇인가요?
- 3. '에코넷웨이'에 전하고 싶은 의견이나 제안을 적어 주십시오.
- 4. 참여하고 싶은 코너나 추천하고 싶은 사우를 적어주세요.

● 10월호 정답

• Let’s join the ECONET WAY •

ECONET WAY is awaiting your participation. Please contribute articles on any topic, such as your favorite book, an unforgettable performance, a memorable trip or a personal essay. Your contribution would be deeply appreciated.

- 1. Which article did you find most interesting or useful in this month’s issue?
- 2. What would you like to read in future issues of ECONET WAY?
- 3. Please submit any comments or suggestions you have for ECONET WAY.
- 4. Kindly suggest a section to which you’d like to contribute or a colleague you’d like to recommend.

● Answer

ECONET WAY

에코넷 가족 / ECONET Family



(주)남양 / Namyang Company

충북 진천군 초평면 용정리 370-92
☎ : 365-850
370-92 Yongjeong-Ri, chopyeong-Myon,
Chinchon-Kun, Chungbuk, 365-850, Korea
Tel : (043)532-5144, Fax : (043)532-5328
www.namyangglobal.com

(주)남양알로에 / Namyang Aloe Inc.

서울시 성동구 성수동 2가 302-4 에코넷센터
☎ : 133-120
ECONET CENTER 302-4, Sungsu-dong 2- ga,
Sungdong- gu, Seoul, Korea
Tel : (02)460-8865, Fax :(02)467-9988
www.namyangaloe.com

(주)유니젠 한국 / Unigen Korea

충남 천안시 병천면 송정리 200-1번지
☎ : 330-863
#200-1, Songjung-Ri, Byeongcheon-Myeon,
Cheonan-Si, Chungnam 330-863, Korea
Tel : (041)529-1510, Fax : (041)529-1599
www.unigen.net

유니베라 / Univera, Inc.

2660 Willamette Drive
Lacey, WA 98516
Tel : (360)486-8300, Fax : (360)413-9185

오아시스 / Oasis Lifesciences

2660 Willamette Drive
Lacey, WA 98516
Tel : (360)486-7500, Fax : (360)413-9150
www.oasislifesciences.com

미국 유니젠 / Unigen Phmaceuticl inc.

2660 Willamette Drive
Lacey, WA 98516
Tel : (360)486-8200, Fax : (360)413-9135
www.unigenpharma.com

알로콧(생산) / Aloecorp Inc (Production)

61/2 Miles North of La Villa On FM 491
Lyford, Texas 78569 U.S.A
Tel : (956) 262-2176 Fax : 956-262-8113
www.aloecorp.com

알로콧(영업) / Aloecorp Inc (Sales)

2660 Willamette Drive
Lacey, WA 98516
Tel : (360)486-7400, Fax : (360)413-5036
www.aloecorp.com

중국 하이난 알로콧 / Hainan Aloecorp

Room #1108, Haikou International Commercial Centre, No.38,
Datong Road, Haikou, Hainan, China - Zip Code : 570102
Tel : (898)-6674-5400, Fax : (898)6674-3400

유니젠 러시아 / Unigen-Russia

3rd Floor, Aleutuskaya 14str.
Bladivostok, Primory, Russia
Tel : 7-4232-30-10-66, Fax : 7-4232-30-10-64

남양알로에의 신화창조는 계속 됩니다

남양알로에의 '액티브알로에'!
700여 세계 우수 기업들은 우리의 남양알로에 원료만을 고집합니다.



세계 알로에 원료시장의 40%를 공급,
알로에의 세계 표준을 제시해 온 남양알로에가 TTS공법으로 만든 액티브알로에!
액티브알로에는 알로에 가공기술 과학화로 얻어낸 유효성분의 전달체로
면역수복 증진을 하는 다당체가 생초보다 3배 높습니다.



TTS공법이란?

최고의 알로에를 위한 시간(Time), 온도(Temperature), 위생(Sanitation) 3박자가
어우러져 미국 특허를 받은 남양알로에만의 공법입니다.

■ 남양알로에 제품은 방문 생활건강설계사에 의해서 판매됩니다. ■ 무료상담전화 080-022-7575
빈종 및 교환안내-구입 시 제품에 이상이 있을 경우 구입처 또는 본사(고객지원팀)에서 즉시 교환해 드립니다. 대표전화 02)463-3100 팩스 02)463-9162

NamyangAloe