

2020

Our Pride and Competencies for the Sustainable Future



3
Words of Chairman Bill Lee

24
Our Pride and Competencies
for the Sustainable Future

30
Aloe

32
CEO Letter and Portfolio

64
ECONETian

82
ECONET News

ECONET

Value and Mission toward a Sustainable Future

에코넷: 가치, 미션, 지속가능한 미래

Established in 1976, ECONET has passed the 40 year mark, and is now marching toward its 50th anniversary. We sowed the first aloe plants in Korea and pioneered the aloe business in the nation. We have cultivated the best aloe farm in the world, expanding into the natural products market and striving to lead the wellness industry. Following the will of the Late Chairman Yunho Lee of "Bringing the Best of Nature to Humankind," Chairman Bill Lee has established the ECONET Network over the last 30 years under the slogan "Farm to Family", embracing all corners of the globe. Now, let us look at ECONET's vision and sustainable future by recounting its mission and philosophy, crises and challenges, growth and failure, and its community, in the words of Chairman Bill Lee. – Editor's note

1976년 창립한 우리 에코넷은 40년을 지나 50년을 향해 나아가고 있습니다. 우리는 한국에 처음 알로에의 씨를 뿌리고 전파하여 알로에 산업을 일으켰고, 일찍이 세계로 나아가 세계 최고의 알로에 농장을 건설했으며, 천연물 산업으로 영역을 확대하며 웰니스 산업의 리더가 되기 위해 분투하고 있습니다. '자연의 혜택을 인류에게' 전하자는 이연호 선대회장의 뜻을 이어 지난 30여 년 넘게 에코넷과 함께 하며 동서양을 아울러 '농장에서 가정까지' 이어지는 에코넷 네트워크를 구축한 이병훈 회장에게 에코넷의 미션과 철학, 위기와 도전, 성장과 실패, 함께 한 사람들에 대해 확인하면서, 에코넷이 나아갈 비전, 지속가능한 미래에 대해 들어봅니다. - 편집자 주

Mission: Bringing the Best of Nature to Humankind



We're a company that takes our mission very seriously. You commented many times on how passionate employees would come up with a mission about 40 years ago when ECONET was launched and also wrote about it. What does "mission" mean to you and our ECONET? Please elaborate on the realistic meaning of the mission at present, its imperativeness, necessity, and its function or effect.

This may sound like a lyric from a pop song, but I believe a mission is the "reason of existence." Individuals, groups, companies, and even nations were born and established with a mission for the world. Sometimes, that mission is forgotten and misunderstood along the way. Like peeling an onion, however, as long as you concentrate on that initial purpose of existence, you will rediscover the meaning of your birth and mission.

ECONET is a company established with the mission of "Bringing the Best of Nature to Humankind" and has strived to fulfill that mission ceaselessly over the last 44 years. It is because we have been rooted in an inherent value that surpasses the personal faith of a few people, that we have been able to pursue a single mission over such a long time. More than anything, our work was made possible because the "best of nature" delivered by ECONET has provided tangible value to a diverse group of consumers in the global market. That is, no matter how good the product and service may be, if they are not recognized by customers in the market, or if there is no market to begin with, they would amount to nothing.

Grounded in such an economic value, the business model of ECONET has cultivated a breadth of social and ethical values. The foremost example is the sustainable cycle of the "vertical integration model." For a long time, we have cultivated natural plants in barren and abandoned lands in various parts of the world, which has resulted in making them fertile. We have created jobs and collaboration clusters in countless underdeveloped regions to contribute to the development of the area. Then, with the plants grown in these settings, we have conducted research to develop new materials and commercialized them to promote the health and beauty of our customers. The capital obtained through such activities was reinvested to broaden the circuit of this sustainable cycle. Thus, we consider ourselves lucky to have a mission that creates virtuous value at each stage of our corporate activity.

Lastly, I believe looking back that ECONET's mission has also offered spiritual values to the members of the company. Undoubtedly, one of those values has been a clear sense of direction. Our mission offers ECONETians a pride to benefit the world and a vision as the mission is completed. Therefore, I believe that our mission has powered us to sail in one direction over the course of a long trip with one goal without being tossed by the waves. Moreover, as we are a company equipped with the mission of "Bringing the Best of Nature to Humankind," we must follow certain standards. That is why we established our core values of passion, trust, sharing, and health & wellness.

The mission of a company, however, is not fixed. We can think of two situations. The first scenario is that the needs of the world have evolved, and a company's founding mission no longer provides the necessary benefits. Meanwhile, the second scenario is that the company has lost the power to implement the mission that the world requires, and thus are left in a situation where they can no longer generate value.

미션: '자연의 혜택을 인류에게'



우리는 미션을 대단히 중요하게 여깁니다. 에코넷이 시작하면서 열정에 넘친 사람들이 미션을 제정하던 상황에 대해 누차 말씀도 하시고 글도 쓰셨지만, 회장님에게, 또 우리 에코넷에게 미션은 무엇입니까, 미션의 현재적 현실적 의미와 당위성, 필요성, 기능, 효과 등에 대해 설명해 주십시오.

유행가 가사 같지만 미션은 '존재의 이유'입니다. 개인이나 단체 또는 기업, 그리고 국가까지도 분명 이 세상을 위해 해야 할 사명을 가지고 태어났을 것입니다. 때로 그 주어진 사명이 망각되고 오도될 수는 있겠지요. 하지만 양파 껍질을 까내듯 자기 본질을 향해 생각을 집중하다 보면 반드시 각자의 탄생의 의미, 미션을 찾을 수 있을 것입니다.

에코넷은 '자연의 혜택을 인류에게' 전하는 일을 하기 위해 설립한 회사이고 지난 44년 동안 단 한번의 멈춤도 없이 그 하나의 미션을 위해 노력해 왔습니다. 이렇게 오랜 세월 하나의 미션을 추구할 수 있었던 것은 몇 사람의 신념 이상으로 내재된 가치가 있어서 가능했다고 생각합니다. 이는 무엇보다도 에코넷이 전하는 자연의 혜택이 글로벌 시장에서 다양한 고객들에게 가치를 제공했기 때문에 가능했습니다. 아무리 좋은 제품과 서비스라도 시장에서 고객들에게 인정받지 못하거나 이에 시장이 존재하지 않는다면 무용지물이 되고 말겠지요.

이런 경제적 가치를 바탕으로 에코넷의 사업모델은 크고 작은 사회적 가치를 만들어 냈습니다. 대표적인 것이 선순환적 수직융합모델입니다. 우리는 오랫동안 지구촌 곳곳, 척박하여 버려진 땅에 천연물을 심어 옥토를 만들고 낙후된 곳에 일자리와 협업 클러스터를 일구어 지역의 발전에 기여했습니다. 그렇게 자란 천연물을 연구하여 신소재를 개발하고 제품화하여 고객의 건강과 아름다움을 증진시킬 수 있었지요. 이런 활동의 대가로 얻어진 재화는 다시 선순환의 고리를 넓혀가는 데 재투자되었습니다. 기업 활동의 단계마다 선한 가치를 창출할 수 있는 미션을 가진 것은 우리 기업의 큰 행운이라고 생각합니다.

마지막으로 에코넷 미션은 우리 구성원들에게 정신적 가치를 주지 않았나 생각합니다. 그 하나는 분명한 방향성입니다. 우리 미션은 분명히 이 세상을 이롭게 할 수 있다는 자부심과 함께 우리의 미션이 완성될 때의 비전도 보여주었습니다. 즉, 우리 미션은, 에코넷이 세상 풍파에 휩쓸리지 않고 일관된 목표를 갖고 한 방향으로 긴 항해를 노 저어갈 수 있는 동력이 되었다고 믿습니다. 또한 '자연의 혜택을 인류에게' 전한다는 기업이니 지켜야 할 행동의 기준을 갖게 되었습니다. 열정, 신뢰, 나눔, 건강이라는 핵심가치가 그래서 나온 것 아닌가 싶습니다.

하지만 기업의 미션이 영구적이지는 않다고 생각합니다. 두 가지의 경우를 생각할 수 있겠지요. 하나는 세상의 필요가 변하여 더 이상 기업의 미션이 이로움을 줄 수 없는 경우가 있을 것이고, 또 하나는 세상이 필요로 하는 사명을 수행할 수 있는 동력을 상실하여 더 이상 가치를 창출하지 못하는 경우가 되겠지요.

What a Company Is

2

**What is a company?
You've stated that you think
a company should not be
a mere means for making money,
and that a company's work should
contribute to its purpose in addition to
its financial operation. A company,
however, is an organization that
pursues profit and cannot be sustained
if it does not continue to yield profit.
How does a company exist,
and for what?
How should a company be operated?
What should a company look like?
What meaning does the company
have for you?**

The essence of a company lies in pursuing the purpose it has decided on. This is called the mission, calling, or even business. A company's profit is a tool and means for the sustainable actualization of the mission, never the purpose itself.

Take our company, for example. ECONET exists to "Bring the Best of Nature to Humankind," not to make money. The profit gained through the economic value yielded by carrying out our mission, however, is used for the operation and investment of the company to build new farms and factories as well as conduct R&D to make new products and services. It is also a source of compensation for various interested parties of ECONET. Stakeholders, employees, various partners, social organizations, and the government that operates on taxes are subjects that allow ECONET to be sustainable. Therefore, while the profit of a company is not a purpose of a company, it is undeniably an important tool. As mentioned earlier, a company that cannot yield the tool of ample profit or economic value on a sustainable basis would be weakened and ultimately collapse. From this point of view, the shift in paradigm from shareholder capitalism to stakeholder capitalism, which was discussed at the Business Roundtable in the United States in the last year and caused a stir in the global media, is a natural awakening regarding the essence of a company.

In this way, I think that the essence of a company is sustainably implementing its mission and benefiting the world. The responsibility to prosperously coexist with various interest parties that collectively implement the same mission is an important duty that should be borne by the company.



기업이란 무엇인가



기업이란 무엇입니까?
기업이 다만 돈을 버는 수단이 아니라
기업이 수행하는 일,
업 자체가 수단이자
동시 목적이 되어야 한다고 말씀하셨지요.
그런데, 기업은 이윤을 추구하는 조직이고
지속적으로 이윤을 남기지 않으면
지속가능하지 않습니다.
기업은 무엇을 위해 어떻게 존재합니까?
기업은 어떻게 운영되어야 합니까?
기업은 어떤 모습이어야 합니까?
회장님에게 기업은 어떤 의미를 지닙니까?

기업의 본질은 각 기업이 정한 목적을 추구하는 데 있습니다. 그것을 미션이라고도 하고 사명이라고도 하고 업이라고도 하지요. 기업의 이윤은 그 미션의 지속가능한 수행을 위한 수단이고 도구일 뿐 기업의 목적이 될 수는 없지요.

우리 기업을 예로 삼아 보지요. 에코넷은 '자연의 혜택을 인류에게' 전하는 것을 목적으로 존재하지, 돈을 벌기 위해 존재하는 기업은 아니지요. 하지만 이런 우리의 미션이 창출하는 경제적 가치를 통해 얻어지는 이익은 새 농장과 공장을 건설하고 연구·개발을 하여 새로운 제품과 서비스를 만들어내는 기업 운영과 투자에 쓰이기도 하고 에코넷의 다양한 이해관계자들에게 주어지는 보상의 원천이기도 하지요. 주주와 임직원은 물론이고 다양한 협력업체, 사회단체, 그리고 세금을 받아 운영되는 국가까지 우리 에코넷의 업을 지속가능하게 지원하는 주체들입니다. 이렇듯 기업의 이윤은 기업의 목적은 아니지만 매우 중요한 도구임에는 분명합니다. 그리고 앞에서도 이야기한 것 같이 이윤이라는 도구, 즉 경제적 가치를 지속적으로 충분히 창출하지 못하는 기업은 당연히 약화되어 도태되지요. 그런 시각으로 보면 지난해 세계 언론을 떠들썩하게 했던 미국의 비즈니스 라운드테이블에서 논의된 주주 중심 자본주의에서 다원적 이해관계자 중심체제로의 변화는 너무도 당연한 기업 본질에 관한 자각이라고 생각합니다.

이렇듯 기업은 지향하는 미션을 지속가능하게 수행하면서 이 세상에 이로움을 주는 것이 핵심이라고 생각합니다. 또한 그 미션을 함께 수행하는 다양한 이해관계자들과 공존공생의 책임도 기업이 감당해야 할 엄중한 몫임이 분명합니다.

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

3

In supporting our societal mission of “Bringing the Best of Nature to Humankind,” we promote an internal organizational mission of creating “a community where all can share purpose, dreams and happiness together.”

This is because we believe that it is through people who share the same dream that we can bring the best of nature to humankind, and in doing so, gain wealth and share value to become a fulfilled community. The reality, however, is harsh and strict, making it difficult to grow continuously and share the compensation at the same time. What is your take on this?

On a personal note, the mission to make “a community where all can share purpose, dreams and happiness together” was the reason why I left school and launched a business. It was a precious concept for me; an extremely idealistic idea started out by the fresh mind of an enthusiastic 25-year-old. I dreamed of bringing the best of nature to humankind at a fair company free of discrimination and prejudice. If people who have this dream work together, I thought we could always win and overcome any kind of hardship. I imagined that such a workplace could become a community where anyone could actualize their values and become happy.

This vision of making “such a community,” however, still remains an incomplete task. I have tried everything I can. There were various attempts to share ECONET’s dreams and mission with ECONETians, and I always tried to listen to the needs of our community members and create a unique compensation system. However, the outcome was not significant. Frankly speaking, if we evaluate the past 30 years, only about 10 maintained such standard of community while the rest have not. This has to mean that this effort has been a loss.

In times of long stagnation, pursuing dreams and happiness is a hard task. Needless to say, this is because it is impossible to yield bountiful results during such times. In a company, achievement provides both personal fulfillment and appropriate compensation. This is why when a company without results talks about dreams and happiness, it sounds like an empty promise. At such times, the vision of creating “a community where all can share purpose, dreams and happiness together” sounds like a hypocritical echo to employees, which can easily rear its head into a poison arrow.

Harmony between the contrasting concepts of freedom and order is essential within a company. Freedom is crucial for innovation and creation, but firm order is also necessary to retain competitiveness and quality in the global market. A few years ago, I visited Pixar, the world-famous animation company, which felt like it was right out of a fairytale with no fixed check-in or check-out time, a limitless supply of free beer at the cafeteria, and a company gym that employees could use any time of the day. I was told that this atmosphere contributed to the unmatched creativity of Pixar that other companies could not compete against. Then, I noticed the beds in the office. They told me that they were used for occasional all-nighters. Sometimes, several production teams compete intensely for rights to the same character, and that is when they stay up all night for days to put their best foot forward. In addition, character selection, of course, goes through a cut-throat evaluation system. This was the order in Pixar, and that was when I learned that harmony between freedom and order is an essential prerequisite for the cultivation of a community of shared “purpose, dreams, and happiness”.

As it was such a difficult task, I thought of dropping such a vision on many occasions. However, no matter how much I thought, I always came back to one conclusion that it is impossible to work without dreams or happiness, precisely because there is value in every employee and every task. Therefore, shouldn’t workplace where we spend over half of our precious lives, be where we realize our dreams, and achieve self-realization?

‘꿈을 함께하는 행복한 일터’



우리는 사회적 미션,
‘자연의 혜택을 인류에게’를 뒷받침하는
내부적 조직적 미션으로
‘꿈을 함께하는 행복한 일터’를
추구하고 있습니다.
꿈을 함께하는 사람들이야
자연의 혜택을 인류에게 전할 수 있고,
이를 통해 부를 성취하고 보람을 나누어
행복할 수 있다고 믿기 때문이지요.
그러나, 현실은 냉혹하고 엄정하여
꾸준히 성장하고, 그 성과로써
보상을 나눈다는 게 만만치 않습니다.
이를 어떻게 보시는지요?

개인적으로 ‘꿈-터’는 제가 학교를 떠나 사업을 하게 된 이유였습니다. 그만큼 저에게는 소중한 개념이었지요. 반면에 25세 젊은이의 풋풋한 의기로 시작한 지극히 이상주의적인 발상이었던 것도 인정합니다. 정의롭고 차별과 편견이 없는 공정한 기업에서 자연의 혜택을 인류에게 전하는 일을 함께 하는 꿈을 꾸었습니다. 이런 꿈을 지향하는 사람들이 함께 한다면 어떤 어려움도 능히 이겨내면서 늘 승리할 수 있다고 생각했지요. 그리고 그런 일터라면 함께 하는 모든 사람들이 자기 가치를 완성하고 행복해지는 공동체가 될 수 있다고 상상했지요.

하지만 이런 ‘꿈-터’의 비전은 아직도 성공하지 못한 미완의 과제로 남아 있습니다. 노력을 안 했던 것 같지는 않습니다. 에코넷의 꿈과 미션을 공유하려는 다양한 시도도 있었고 구성원들의 필요에 늘 귀 기울이려고 했고 좀 특별한 보상제도를 만들어보려고 애도 써 봤지요. 하지만 큰 성과를 내지 못했어요. 엄밀하게 보면 지난 30여 년 중, 십여 년은 ‘꿈-터’였고 나머지 기간은 아니었다는 평가이니 실패한 것이지요.

특히 오랜 침체의 시기에는 꿈도 행복도 참 어려운 일인 것 같아요. 어려운 시기에는 성과를 낼 수 없기 때문입니다. 기업에서 성과는 성취의 기쁨과 행복을 주는 동시에 적절한 보상을 할 수 있는 원천이지요. 그래서 성과를 내지 못하는 기업에서 꿈과 행복을 운운하는 것이 한없이 공허하게 들리는 것은 어쩌면 당연하지요. 그럴 때는 ‘꿈을 함께하는 행복한 일터’라는 비전이 구성원들에게 위선의 메아리처럼 들려 독화살로 되돌아오는 참담함도 겪게 됩니다.

기업에서는 자유와 질서라는 상반된 개념의 적절한 조화도 매우 중요합니다. 혁신과 창조를 위해서는 자유가 필요하지만 최상의 품질로 세계 시장에서 승부하기 위해서는 얼음 같은 질서도 필요하지요. 몇 년 전 애니메이션으로 세계를 지배한 픽사라는 회사를 방문한 적이 있어요. 출퇴근 시간도 없고 구내 식당에서는 언제나 맥주를 마실 수 있고 회사 운동장에서는 온갖 운동을 언제나 자유롭게 할 수 있는 동화 같은 회사였어요. 이런 픽사의 분위기가 다른 회사들이 넘볼 수 없는 창작의 창의성을 만들어낸다는 설명도 들었지요. 그런데 사무실에 침대들이 놓여 있어 물어보니 때때로 밤샘 작업을 할 때 쓴다고 하더군요. 여러 제작팀이 하나의 캐릭터를 놓고 무한경쟁 할 때가 있답니다. 그럴 때는 몇 날을 밤샘 작업을 하며 몰입한다고 하더군요. 물론 캐릭터 선정은 칼 같은 평가 시스템을 거쳐야 하고요. 픽사의 질서였던 거죠. ‘꿈-터’의 선결 과제 역시 이런 자유와 질서의 조화라는 것을 깊이 깨달았습니다.

너무 어려운 과제라 포기해야 하는 것 아닌가, 라는 고민도 참 많이 했어요. 하지만 아무리 생각해 보아도 사람이나 일이나 모두 존엄한 가치가 있어 꿈과 행복이 없이는 사람과 일을 도저히 엮어낼 수가 없더라고요. 금쪽같이 소중한 일생 중 반 이상의 시간을 보내는 일터는 누구라도 꿈을 펼쳐 나가는 터전이 되어야 하고 그것을 통해 일상의 행복, 또 자아 실현의 행복을 누릴 수 있어야 되는 것 아닌가요?

Our Plantation



You were at the frontlines of pioneering overseas farms. You were the foreman and designer for purchasing and building the Hilltop Gardens in Texas and the man responsible for forming the Mexico farms. The reason why ECONET developed international farms and produced our own products was to stably provide high quality materials. What significance does the farm hold at ECONET?

When I started the farm in Texas in 1989, I had a few strategic goals. The first goal was to secure the highest quality. As aloe comes from the ground up, I was hopeful that we would be able to build a firm foundation for cultivating high-quality aloe if we strictly manage the soil and conduct all growing processes ourselves. The second goal was to establish the best aloe material company in the world. Back then, the standardization of natural substances including aloe was inadequate, resulting in wide quality variation in the market. I believed that growing aloe in a conscientious way and producing the best-quality aloe with high scientific standards would provide us with a chance at the global market. Now, 30 years later, most of our strategic goals have been achieved, which is significant in ECONET's history.

As a farming company, ECONET has yielded more crops than simply being named the best aloe material company in the world—we have equipped ourselves with a farmer's disposition. Over the many years of farming, we have experienced nearly every imaginable natural disaster and learned the wisdom of revering nature and living in harmony with it. We have also gained the grit to meet its challenges head on. Indeed, we have become a true farmer.

Lately, various future farming techniques are coming into the limelight, including Smart Farm and biosynthesis. ECONET, too, must continue to become more efficient and innovative, in order to avoid falling behind such developments in the agricultural field. Though we will always be the company down on the ground, hands in the dirt, the ECONET of the future may also be one that is cutting its teeth in experimental farming. However, no matter what change may come, let us not forget the "farmer's disposition" that is built into the DNA of our company.

에코넷 농장

회장님은 해외 농장을
개척하는 첨병이셨습니다.
처음 텍사스 농장을 구입하고 조성하는 데
실무자이자 설계자였고,
나아가 멕시코 농장을 조성하는
개척자이셨습니다.
우리 에코넷이 해외 농장을 조성하여
원료를 직접 생산하는 것은
좋은 품질의 원료를
안정적으로 공급하기 위해서였습니다.
우리 에코넷에서
농장이 가진 의미는 무엇인가요?

1989년에 텍사스에서 농장을 시작할 때 몇 가지 전략적 목표가 있었습니다. 하나는 최상의 품질을 확보하는 것이었습니다. 알로에는 땅에서 자라는 것이니 철저한 토양 관리로부터 시작하여 전 배과정을 직접 열심히 하면 양질의 알로에 원료를 만드는 든든한 기초를 마련할 수 있을 것이라는 기대가 있었습니다. 두 번째 목표는 세계 일등의 알로에 원료 회사를 만드는 것이었습니다. 그때만 해도 알로에 등 천연물 소재는 표준화가 미비해서 시장에서 품질 편차가 아주 심했지요. 정직하게 농사 짓고 과학적 기준을 높이 잡아 최상의 알로에 원료를 만들어내면 세계 시장에서 기회가 분명히 있을 것이라고 믿었습니다. 30년이 지난 오늘, 이런 전략적 목표들이 대부분 이루어졌으니 좋은 성과라 할 수 있고, 또 에코넷 역사에 중요한 의미가 된 듯합니다.

농사 짓는 에코넷에는 세계 최고의 알로에 원료 회사라는 훈장 말고도 또 다른 수확이 있습니다. 농사꾼의 근성을 체화한 것입니다. 오랜 세월 농사를 지으면서 상상할 수 있는 거의 모든 종류의 자연 재해를 경험하면서 에코넷은 자연을 경외하며 조화롭게 사는 지혜도 배웠고 어떤 도전에도 굳건히 맞서기를 주저하지 않는 용기도 얻었습니다. 농사꾼이 된 것이지요.

요즘 스마트팜을 비롯해서 바이오 합성까지 다양한 미래 농업이 현실화하고 있습니다. 에코넷 역시 이런 농업 기술의 변화에 뒤처지지 말고 효율화의 노력을 계속해야 한다고 생각합니다. 흙을 만지며 농사를 짓는 에코넷도 미래에는 시험관 농사를 질 수도 있겠지요. 하지만 어떤 변화가 오더라도 우리 기업에 체화되어 있는 '농사꾼 근성'은 변하지 않았으면 합니다.



Challenge



5

The early days of ECONET, when you established international farms in the USA and took over management of ECONET family of companies in Korea, was a time of a series of risks and crises. Farms were impacted by cold weather damage, making it difficult to supply materials. When you became the president, the unstable market order owing to distribution disorder was shaking the sales structure. Sales, which had been growing, dropped, and we had to relocate the headquarters from Seoul to Jincheon. How did you overcome such crises and challenges courageously? What was your strategy and plan?

I think it was more faith than courage. I had faith that what ECONET was about to do would benefit the world, faith in the image of the upright company that ECONET would establish while doing its work, and faith that ECONET's future would have virtuous value. At numerous crossroads, that faith has helped me make the right decision with a bold heart.

When hardship comes, we come up with various strategies and plans to solve the issue. That is truly important. However, no strategy or plan can succeed without dedicated companions pouring the same passion into the project. This is the wisdom I have gained through 30 years of doing business. Likewise, at that moment, my foremost strategy was securing driven companions who would join me in giving everything they had to the task at hand, and this led us to success.

The closing statement of the anchor from my favorite evening news program comes to mind. "We will do our best tomorrow as well." I remember thinking that "if that promise is true, that news program would become the best," and it really did become the best. I was reassured once again that no strategy would surpass a team that puts their heart and soul into the task.

시련과 극복

에코넷 출범 초기,
 회장님께서 미국의 농장을 개척하거나
 한국에서 경영을 처음 맡은 시기는
 도전과 위기의 연속이었습니다.
 농장은 냉해 피해로
 당장 원료 수급이 어려운 적도 있었습니다.
 시장에 취임하셨을 때는
 유통 질서, 시장 질서가 어지러워져
 대리점 판매 제도가 흔들렸습니다.
 성장하던 매출은 하락하여
 본사를 서울에서 진천으로 옮겼습니다.
 이러한 도전과 위기를 극복한 용기는
 무엇인가요?
 어떤 전략과 계획이 있었습니까?

용기보다는 믿음이었던 것 같습니다. 우리 에코넷이 하고자 하는 일이 이 세상에 이로울 것이라는 믿음이 있었고, 우리 에코넷이 그 일을 하면서 정립할 올바른 기업의 모습에 대한 믿음이 있었고, 그래서 우리 에코넷의 미래는 선한 의미가 있으리라는 믿음이 있었습니다. 그리고 그 믿음이 여러 갈림길에서 담대한 마음으로 옳은 선택을 할 수 있게 이끌어주지 않았나 생각합니다.

어려움이 닥치면 그 해결을 위해 여러 전략과 계획을 세웁니다. 중요하지요. 하지만 어떤 전략이나 계획도 함께 혼을 실어 최선을 다하는 동지가 없으면 결코 실행에 성공할 수 없지요. 30여 년 사업을 하면서 경험으로 얻은 지혜입니다. 그때도 저의 최우선 전략은 최선을 다해 주어진 과업을 함께 해나갈 동지를 확보하는 것이었고 그 전략은 성공이었습니다.

즐거 보던 저녁 뉴스 프로그램의 마무리 앵커 멘트가 생각납니다. “내일도 저희는 최선을 다하겠습니다”라는 매일의 다짐이 사실이라면 그 뉴스 프로그램은 최고가 될 것이라고 예견했는데 정말 최고가 되더군요. 혼을 담은 최선을 능가하는 전략은 없다는 것을 다시 확인했습니다.



ECONET

6

Since its inception in 1990, a small company in Korea grew tremendously and ultimately established the ECONET Network in the world when it renamed itself Univera Korea. What is ECONET? What is the reason and purpose of having established ECONET? Is ECONET being organized and operated to fit that purpose? Please diagnose the current status of ECONET.

ECONET is a corporate community created to "Bring the Best of Nature to Humankind." Its goal is to provide the best products and services through the organic association of companies that perform R&D, natural substance growing and material production, finished product production, and sales. Our aloe business is the prime example of ECONET's principles.

ECONET is a business model that evolved in the process of optimizing the aloe business. It is an experiential model rather than a theoretical one. That is why the hardware of each part is completed, but the model has not yet been perfected to consistently yield a high outcome. Thus, we need to raise the competitive edge in each part of our companies as well as improve our methods of collaboration as a community. I believe that one day, our model will take on an explosive synergy and become the axis of our advancement.

에코넷

1990년대 이후 성장하면서
한국의 작은 회사는
유니베라로 거듭나면서
에코넷 네트워크를 구축했습니다.
에코넷은 무엇입니까?
에코넷을 구축한 이유와 목적은
무엇입니까?
현재 에코넷은 그 목적에 합당하게
조직되고 운영되고 있는지요?
에코넷의 현재 상태는
어떠한지 말씀해 주십시오.

에코넷은 '자연의 혜택을 인류에게' 전하기 위해 만들어진 기업 공동체입니다. 연구개발 - 천연물 재배 및 소재 생산 - 완제품 생산 - 판매 등을 수행하는 기업들이 유기적으로 연합하여 최상의 제품과 서비스를 만들어내는 것을 목표로 하지요. 우리 알로에 사업이 에코넷의 원리를 적용한 좋은 사례입니다.

사실 에코넷은 알로에 사업을 최적화하기 위해 노력하는 과정에서 진화한 비즈니스 모델입니다. 이론적 모델이 아니라 경험적 모델이지요. 그래서 각 부분의 하드웨어는 갖추어져 있는 반면 아직까지도 지속적으로 성과를 내는 모델로 완성되지는 못한 것 같습니다. 각 부분의 경쟁력도 더욱 키워야 하고 공동체로서 협업의 방식도 개선해야 할 과제입니다. 하지만 언젠가는 폭발적인 시너지를 내면서 발전의 축이 될 수 있다고 믿습니다.



When talking about talents sought out by ECONET, you used the terms “consciousness” and “competence.”

With consciousness on the Y-axis and competence on the X-axis, you divided people into the four coordinates of conscious and competent, conscious but incompetent, competent but unconscious, and incompetent and unconscious.

Can you once more explain this concept from ECONET’s perspective?

Further, in addition to the talents sought out by ECONET, what do you expect from leaders and executives of ECONET?

At present, what sort of competence, consciousness, and roles are required of a leader at ECONET?

ECONET has a well-organized philosophical system compared to its size. Our credo and core values are stipulated based on a clear mission. In this way, ECONET emphasizes that the company’s mission, vision, and spirit are important; this is consciousness, the ECONET Y-axis. On the other hand, the X-axis is competence, that is work ability and shouldn’t need further explanation.

An ideal ECONETian would be a competent person equipped with the ECONET consciousness, who yields good results in every task. The real world, however, is not so predictable or efficient. That is why I think the company should give more opportunities to employees who try their best with the ECONET consciousness. When there is an insufficient outcome, we should provide support and give them the necessary time. When their competence is insufficient, we should offer training and opportunities for experience for them. However, with those who lack both competence and consciousness, or are highly competent but hold values that are disparate from that of ECONET, I believe it is wise to part ways. This is because this combination will cause misfortune to the employee and company alike and inevitably lead to unfortunate results.

As a rule, we select ECONET executives based on their consciousness and competence. It has been over numerous years since I formed my thoughts about the consciousness and competence of an ECONET leader. The gist, however, is that the leaders of ECONET should prioritize the company’s mission over one’s own interests or inclinations and give only their very best effort to their work.

에코네시안



에코넷의 인재상을 말할 때
회장님께서
의식과 능력으로 설명하십니다.
의식을 Y축, 능력을 X축으로 하여
4개 분면을 나누고,
의식도 있고 능력도 있는 사람,
의식은 있으나 능력이 떨어지는 사람,
능력은 있으나 의식이 없는 사람,
의식도 능력도 없는 사람으로
구분하는 것이지요.
에코넷의 입장에서 이를 다시 설명해 주십시오.
아울러 이러한 에코넷의 인재상에 더하여
에코넷의 리더, 특히 임원은
어떠해야 하겠는지요?
에코넷 리더에게 필요한 능력과 의식,
역할은 무엇입니까?

에코넷은 회사 규모에 비해 기업의 철학 체계가 잘 정리되어 있지요. 명확한 미션을 중심으로 에코넷 현장, 에코넷 핵심가치 등이 명문화되어 있습니다. 그만큼 에코넷은 우리 기업이 지향하는 미션과 비전, 그리고 정신이 중요하다는 것을 강조하고 있고, 그것이 바로 Y축의 에코넷 의식인 것입니다. X축은 업무 수행능력이니 더 이상 설명이 필요 없겠지요.

물론 가장 이상적인 인재는 에코넷 의식으로 무장되어 하는 일마다 성과를 내는 슈퍼 인재이겠지요. 하지만 어디 사람 사는 것이 항상 그렇게 예측 가능하고 효율적이지마는 않잖아요. 그래서 저는 에코넷의 의식을 마음에 담고 최선을 다하는 임직원들에게 회사는 많은 기회를 주어야 한다고 생각합니다. 성과가 부족할 때는 다양한 지원과 함께 필요한 시간을 주고, 업무 능력이 모자랄 때는 교육과 경험의 기회를 주어야 한다고 생각합니다. 하지만 업무 역량도 의식적 동의도 없거나 또는 실력은 너무 좋은데 에코넷이 지향하는 철학과는 동떨어진 생각과 태도로 사는 사람과는 헤어지는 것이 옳다고 생각합니다. 개인이나 회사 모두에게 불행한 일이고, 또 불행한 결과를 낼 수밖에 없는 조합이니 그렇습니다.

에코넷의 임원은, 의식과 업무역량은 모두 갖춘 리더를 선임하는 것을 원칙으로 합니다. 오랫동안 정리한 생각이 있습니다만, 한마디로 정리하면 에코넷의 리더는 개인의 이득이나 취향보다 에코넷의 미션을 우선하면서 최선을 다해 몰입하는 인재라고 정의하겠습니다.



The Future of ECONET



Looking back at the history of ECONET over the past 40 years, there were times of growth and times of stagnation. Currently, ECONET is facing difficulties in Korea and the United States, working towards a breakthrough. Why do you think we are facing this situation? How should we overcome the crisis? What is your view on the future of ECONET?

For nearly 10 years, the B2C division of ECONET experienced recession in the market, falling short of the average growth rate of the market. Our B2B business has also missed out on growth opportunities as a result. The main reason for this stagnation is our failure to evolve in accordance with the rapidly changing market environment.

Over the last 10 years, a tremendous change in the distribution route for ECONET's core businesses of health functional food and cosmetics has been observed. Ten years ago, over half of the market was distributed through direct selling, but our current sales method is much more diverse. Every day, innovative distribution methods are presented, including online sales, home shopping, H&B, road shops, and SNS-based channels. However, the majority of our sales are still done through door-to-door-sales, making it difficult for our B2C to grow.

Looking back, I bear the responsibility for insisting on door-to-door-sales amid changes in Korea, and therefore the responsibility for the stagnation as well. Many have suggested diversification in the sales method, but I insisted on concentrating on door-to-door-sales for the time being, and stood firm behind the principle of not going against the business of distributors and Univera Planners (UPs) even if a new distribution method was developed. This naturally led to slow progress, even though I had seen the world changing in front of my very eyes.

We should not shut our eyes to changes of the world, but take the lead in growth and innovation. However, there is one important task awaiting resolution for me, and for ECONET, that is as important as developing a new market. That is securing a soft landing amidst the change for owners of distributors and UPs all throughout Korea who have been with our company through thick and thin. These people are the foundation and framework of ECONET. Without them, there is no ECONET. We must, of course, grow in response to the market change. If such an attempt, however, comes at the cost of the livelihoods of our community who have been with ECONET over the last 30 years, we cannot proceed. In other words, we must find a way for all interested parties to prosper together.

For the past few years, we have made an investment in the sustainable advancement of door-to-door-sales and developed channels through which new methods might synergize with door-to-door in Korea. Through transparent and constructive communication with distributors and UPs, we are working towards the direction of joint advancement. While we may be slow in pace, we anticipate positive results.

The future of ECONET is truly bright. First, the ECONET infrastructure we have developed over the past 40 years has a bright future, equipped with unique competitiveness in the wellness industry utilizing natural substances. Second, our future is bright because the wellness industry that pursues health and beauty will continue to grow in various parts of the world. Lastly, and needless to say, our future is perfectly bright thanks to the ECONETians, who share our dreams with us.

에코넷의 미래



에코넷의

지난 40여 년의 역사를 돌아보면

성장할 때도 있었지만

정체할 때도 있었습니다.

특히 현재 에코넷은

한국과 미국, 공히 어려움에 직면하여

돌파구를 찾기 위해 분투하고 있습니다.

이러한 상황에 직면한 원인은 무엇일까요?

우리는 이를 어떻게 헤쳐 나가야 할까요?

회장님은 에코넷의 미래를

어떻게 전망하고 구상하고 계십니까?

지난 십 년 가까이 우리 에코넷의 B2C 부문은 시장 평균 성장률에 못 미치는 부진을 겪고 있습니다. B2B 부문도 그 영향으로 성장 기회를 놓치는 어려움이 있었지요. 이런 정체 국면의 핵심 원인은 급변하는 시장 환경에 맞춰 적절히 변화하지 못했던 것이라고 생각합니다.

에코넷의 중심 사업인 건강기능식품과 화장품의 유통경로는 지난 10년 동안 엄청난 변화가 있습니다. 10년 전 시장은 절반 이상이 직접인적판매로 유통되었다면, 지금은 정말 다양한 판매방식으로 판매되고 있습니다. 인터넷, 홈쇼핑, H&B, 로드샵은 물론이고 SNS를 기반으로 하는 혁신적 유통 방식이 매일 시장에 선을 보이고 있습니다. 아직도 우리 판매의 대부분은 방문판매를 통해 이루어지다 보니 그만큼 우리 B2C의 성장은 힘겨운 것이지요.

돌아보면 이런 변화의 고삐를 쥐고 방문판매를 고집한 책임은 모두 저에게 있었던 듯 싶습니다. 그러나 이런 정체 국면에 대한 책임도 오로지 저에게 있는 것이지요. 새로운 판매 방식으로 다각화하는 많은 의견들이 있었지만 지금은 방문판매에 집중하자고 했고 새로운 유통을 개척한다 해도 대리점과 유포들의 사업에 반해서는 안 된다는 원칙을 고수했으니 진도가 더딜 수밖에 없었지요. 뻔히 변해가는 세상을 눈앞에 보고도 말입니다.

이제 세상의 변화에 눈 감지 말고 오히려 앞서서 변화해야 합니다. 하지만 저에게는, 아니 에코넷에게는 새로운 시장의 개척만큼이나 반드시 지켜내야 할 중요한 과제가 있습니다. 우리 유니베라 영욕의 역사를 함께 한 전국의 대리점 사장님들과 유포님들의 연착륙입니다. 이분들이 에코넷의 기초이고 골간입니다. 이분들이 없었다면 에코넷이 없었고, 또 이분들이 없으면 에코넷이 없습니다. 새로운 시장 변화에 적응해서 성장해야 하지만 그런 시도들이 30여 년 에코넷과 함께 한 이해관계자들의 생존을 담보로 요구한다면 우리는 그 길을 따를 수는 없습니다. 즉, 우리는 우리의 모든 이해관계자들이 함께 번영할 수 있는 길을 찾아야 합니다.

지난 몇 년 동안 우리는 방문판매 부문의 지속적 발전을 위해 투자하면서 서로 시너지를 낼 수 있는 신규 채널의 개척을 준비해 왔습니다. 그리고 대리점들과 투명하고 건설적인 소통을 통해 공동의 발전 방향을 모색하고 있습니다. 속도는 더디더라도 반드시 좋은 성과를 낼 것으로 기대합니다.

에코넷의 미래요? 밝습니다. 아주 밝습니다. 첫째, 우리가 40여 년에 걸쳐 일구어 온 에코넷 인프라는 천연물을 활용한 웰니스 산업에서 특별한 경쟁력을 갖추고 있기에 밝습니다. 둘째, 건강과 아름다움을 지향하는 웰니스 산업은 지구촌 곳곳에서 지속적으로 성장할 것이니 우리 미래는 밝습니다. 마지막으로 꿈을 함께 할 에코네시안들이 있으니 더 말할 나위 없이 우리 미래는 밝습니다.

Who I am

9

They say that a leader is lonely. This would mean a leader does not blindly follow others and isn't easily swayed by others' opinions, but is a person used to self-reflection and assessing himself or herself objectively. Do you have a special method or habit for reflecting upon yourself? Furthermore, how do you evaluate yourself as a person?

I do have an old habit. Every evening, I dedicate 20–30 mins to reflect on the entire day and plan for the next day. Then, I write down the plan on a palm-sized notebook with a fountain pen. As old-fashioned as it may seem, it has become a ritual of mine.

Through this ritual, I can briefly look into myself. Even after having done this for many decades, critically reflecting upon myself, I find that I am still full of flaws. However, one thing I'm hopeful for is that those flaws and insufficiencies are slowly but gradually decreasing. It is not unlike the drop of water that splits a hard rock over a long time.

Through the process, I naturally had ample opportunity to think about my life's calling. Why was I born into this world, and what should I do for the world? This deep and complex question has become simpler and clearer, thanks to the daily "ritual." Now, my occupational mission of "Bringing the Best of Nature to Humankind" has become my life's mission, and that purpose defines me. In sum, I am a human with many flaws and shortcomings, but I wish to live out the rest of my life in the world holding firmly on to the mission I have been given.



나는 누구인가

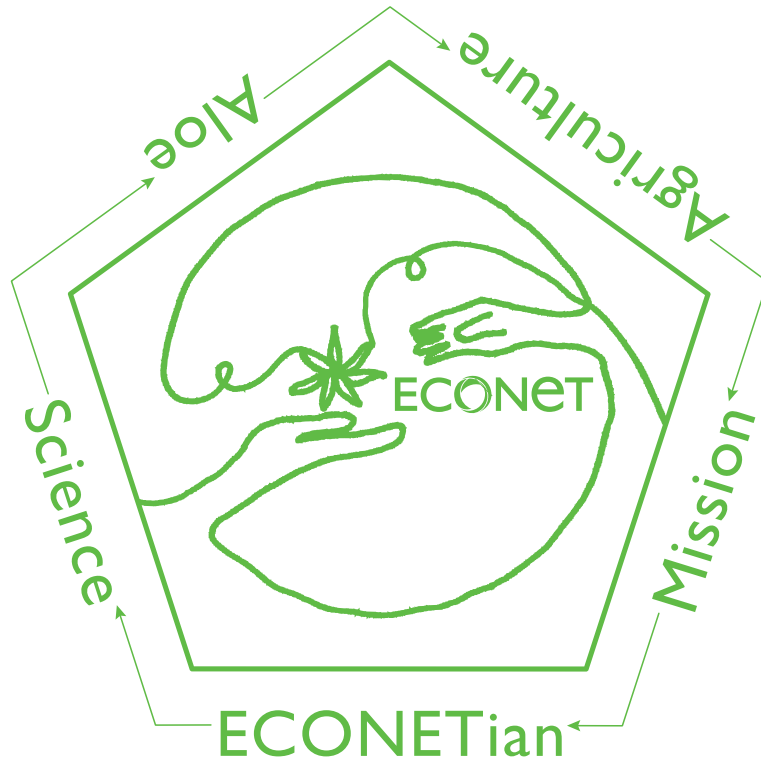
흔히 리더는 고독하다고 합니다.
 이는 주위에 쉽게 부화뇌동하거나
 타인의 의견에 쉽게 흔들리지 않는 사람,
 자신을 객관화하고 성찰하고 평가하는 데
 익숙한 사람이라는 뜻이기도 하겠습니다.
 회장님께서서는 자신을 돌아보고
 성찰하는 특별한 방법이나
 습관이 있는지요?
 나아가 스스로를 어떤 사람이라고
 평가하십니까?

꽤 오래 된 습관이 하나 있기는 합니다. 저는 매일 2~30분 정도를 할애해서 지난 하루를 돌아보
 고 내일을 계획합니다. 계획은 아직도 손바닥 만한 노트에 만년필로 적습니다. 좀 고리타분한 방법이
 지만 저 나름의 의식이 되었습니다.

그 의식을 통해 매일 저를 한 번 들여다보지요. 그런데 수십 년을 이렇게 매일 저 자신을 들여다보
 며 반성도 하고 참회도 해보지만 아직 저는 잘못투성이입니다. 하나 희망적인 것은 그 많던 허물과
 부족함이 아주 조금씩, 아주 천천히지만 줄어드는 듯합니다. 마치 물방울이 오랜 시간을 통해 단단
 한 바위를 가르는 듯한 느낌이지요.

그런 과정을 통해 자연스럽게 삶의 소명에 대해서 생각하는 시간도 많았습니다. 나는 왜 이 세상
 에 태어났으며 이 세상을 위해 무엇을 해야 하나, 라는 깊고 복잡한 명제도 매일의 '의식' 덕에 좀 더
 단순해지고 명료해진 듯합니다. 제 직업적 소명인 '자연의 혜택을 인류에게' 전하는 일이 이제 삶의
 소명이 되었고 그 소명이 저를 규정한 것이지요. 정리해 보면 저는 온갖 허물과 부족함이 많은 사람
 이지만 주어진 소명을 끝까지 붙들고 사는 사람으로 이 세상을 살다 가고 싶습니다.





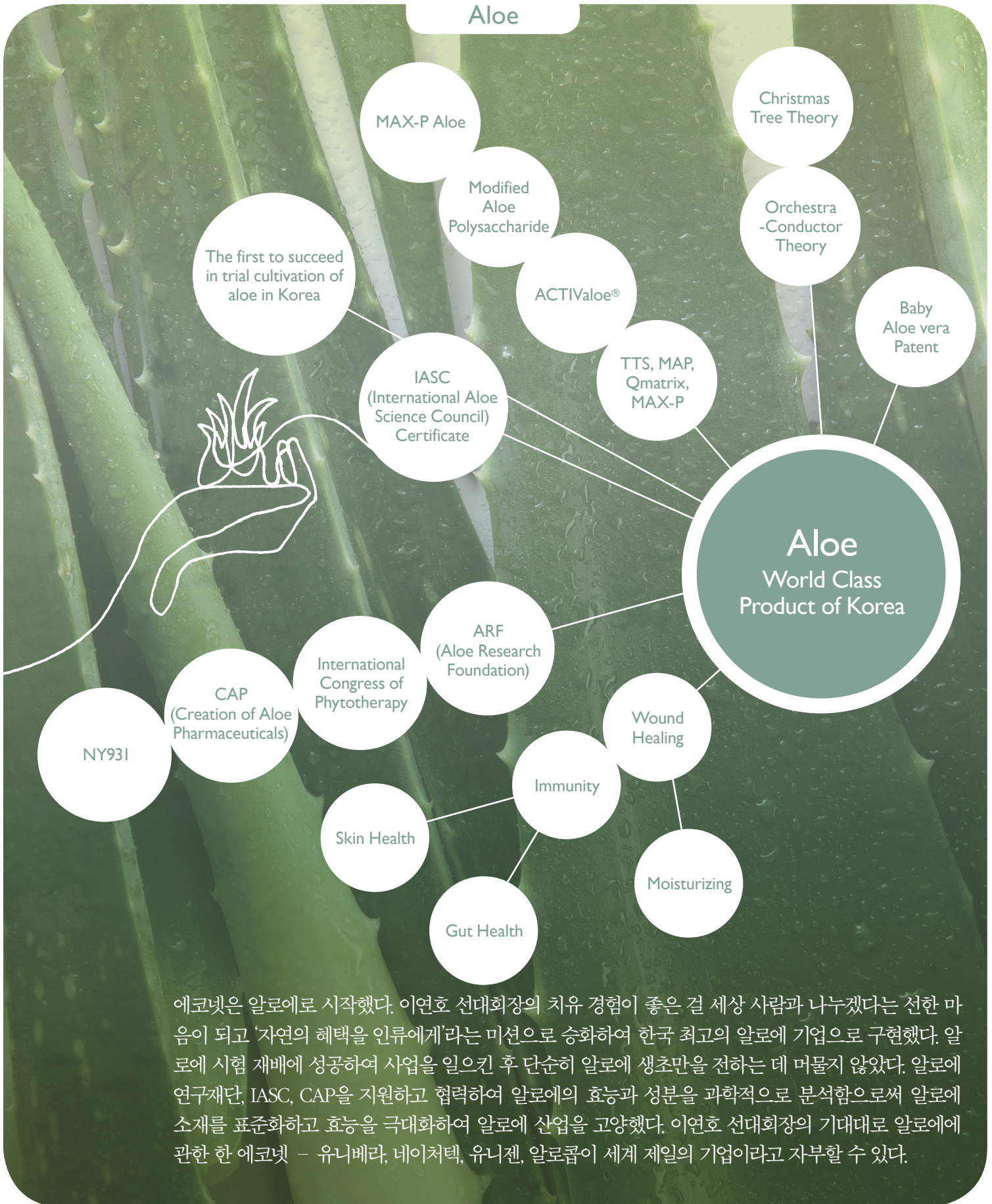
Our Pride and Competencies for the Sustainable Future

우리의 자랑과 역량

Looking back on the history of ECONET, which marches toward its 50th and 100th anniversaries based on sustainable growth, we cannot help feeling a sense of pride for all our accomplishments. We are striving to developing new products and open new markets with putting our best foot forward, while experiencing growth and crises like all other companies. Now, we are going to check and confirm what our strengths are, what we do well, and what are the good things about ECONET; i.e., our strengths, competencies, and core capacities. This is because, only through solidifying and reinforcing our pride and competencies, we can open up a sustainable future.

지속가능한 성장으로 50년, 100년을 향해 나아가는 우리 에코넷이 걸어온 역사를 더듬어보면 우리의 업적과 성과가 대단하다는 자부심을 갖지 않을 수 없다. 모든 기업이 그렇듯이 성장과 부침을 겪으면서 새로운 상품을 개발하고 새로운 시장을 열기 위해 최선을 다해 분투하고 있는 지금, 우리의 강점이 무엇인지, 우리는 무엇을 잘 하는지, 우리 에코넷의 좋은 점은 무엇인지 - 우리의 장점, 능력, 핵심역량 등을 점검하고 확인해 본다. 우리의 자랑이자 역량을 굳건히 하고 더욱 강화해야만 비로소 우리에게 지속가능한 미래가 열릴 것이기 때문이다.

Aloe



에코넷은 알로에로 시작했다. 이연호 선대회장의 치유 경험이 좋은 걸 세상 사람과 나누겠다는 선한 마음이 되고 '자연의 혜택을 인류에게'라는 미션으로 승화하여 한국 최고의 알로에 기업으로 구현했다. 알로에 시험 재배에 성공하여 사업을 일으킨 후 단순히 알로에 생초만을 전하는 데 머물지 않았다. 알로에 연구재단, IASC, CAP을 지원하고 협력하여 알로에의 효능과 성분을 과학적으로 분석함으로써 알로에 소재를 표준화하고 효능을 극대화하여 알로에 산업을 고양했다. 이연호 선대회장의 기대대로 알로에에 관한 한 에코넷 - 유니베라, 네이처텍, 유니젠, 알로콕이 세계 제일의 기업이라고 자부할 수 있다.

Agriculture



Farmer's Mind

World best Aloe Plantation

Aloecorp

Standard of Aloe Plantation

Hilltop Gardens

The first commercial aloe vera farm in the USA

Gonzalez, Rayon, Campeche, Mexico

Texas Historical Marker

DongFang and ZhongShui in Hainan, China

The highest quality of critical raw material of aloe

Organic Farm, US National Organic Program, Organic Certification Process

Sustainable Ecological Farming

Global GAP, GRAS, HACCP, ISO

Kraskino, Russia



에코넷은 최상의 알로에 원료를 최선의 상태로 적기에 공급하기 위해 최적의 환경에 알로에 농장을 건설했다. 미국 최초의 알로에 상업화 농장인, 힐탑가든, 알로에 원산지 북회귀선 벨트에 위치한 멕시코 농장, 중국 농장을 거느린 알로콧은 세계 최고의 알로에 원료 공급 회사이다. 글로벌 GAP과 유기농 방식으로 재배하는 힐탑가든은 알로에 농장의 표준이며, 알로콧은 단일 농장으로는 세계 최대의 알로에 농장이다. 또한 에코넷은 러시아 연해주 청정지역 크라스키노에 농장을 보유하고 있다.

Science



알로에 성분 분석으로 시작한 연구는 천연물 성분 연구로 확대되고 세계 약용식물을 수집하고 분석하여 효능물질을 찾아내는 연구로 이어졌다. 유니젠의 파이토로지스는 독특한 생리활성 천연물을 식별하고 연구하는 기술 플랫폼으로서 식물 라이브러리를 탐색 검증하고 에코넛만의 독점 표준추출물로 개발하여 기능성화장품, 건강기능식품, 제약제품의 소재로 제공한다. 유니베라, 네이처텍의 연구소들도 각종 식물의 성분 연구와 제품 제조 연구를 통해 건강과 아름다움에 도움을 주는 제품을 개발하고 있다.

Mission

Vertically Integrated Network

Global Infrastructure

Farm to Family

HWP, Wellness

Good Will and Passion of Late Chairman Yunho Lee

Korea Health Supplements Association

Health Functional Food Law

Bring the Best of Nature to Humankind

ECONET Credo

Core Values: Passion, Trust, Sharing, Health & Wellness

Ethical Management

Sustainable Management

A community where all can share purpose, dreams and happiness together

ALOE CORP
LYFORD PLANTATION
남양알로에

에코넷은 단순히 이윤만을 추구하는 기업이 아니다. 이연호 선대회장의 선함과 열정으로 시작한 에코넷은 열정과 신뢰로 일하여 성과와 보람을 고루 나눔으로써 안으로는 '꿈을 함께 하는 행복한 일터'를 추구하고 밖으로는 '자연의 혜택을 인류에게' 전함으로써 더 많은 사람들이 건강하고 아름답기를 소망한다. 이에 국내적으로는 건강기능식품 산업의 법적 제도적 환경을 건전하게 조성하기 위해 건강기능식품협회를 설립하고 건강기능식품법을 제정하는 데 기여했으며, 세계적으로는 농장에서 가정까지 수직적으로 통합된 글로벌 기반 네트워크, 에코넷을 구축했다.



에코넷 사람들, 에코네시안은 서로가 스승이 되고 더불어 동지가 되어 세상에 별을 전하는 사람들이다. 다른 무엇보다 최선의 일터에서 정의로운 방법 - 친환경경영, 윤리경영, 가족친화경영, 지속가능경영 - 으로 만든 좋은 제품을 최선의 가격에 소비자에게 전하는 것이 건전한 기업의 가장 기본적인 사회적 책임이라 여긴다. 더하여 세상을 이롭게 만들고자 애쓰는 숨은 사람과 단체를 발굴하고 후원하며, 힘들고 외로운 이웃과 함께 함으로써 성과와 보람을 나누는 것은 행복한 약속이다.

Aloe, a Natural Immune Support that we drink Every Morning

매일 아침 만나는 자연면역 보호막, 알로에

By **Eunju Shin** Director of Wellness R&D Center, Univera Korea
글 | 신은주 상무 | 유니베라 웰니스 R&D 센터



On March 11, the World Health Organization (WHO) declared the COVID-19 outbreak a pandemic, which is at phase six, the highest level of alert for infectious diseases. This is a time in which each country should respond to the best of its ability and provide pan-national, pan-social efforts to minimize confusion in public health, economy, and society. While exhaustive personal hygiene and physical distancing must be practiced first, the current most effective method is to boost immunity as there is no perfect treatment or vaccine yet.

This brings to mind aloe, a natural immune support that we drink every morning, which is the pride of ECONET. Univera practices “drinking aloe every morning” as the first guideline of the “Five Wellness lifestyle of Univera People” since we believe that protecting the immune system through aloe is the beginning of wellness for life.

One of the first herbal plants used by humankind, aloe has been utilized as a medicine, food, and cosmetic ingredient for the past 6,000 years. It is not only regarded highly in the cosmetics industry as a moisturizing substance but is also evaluated as a health functional food that benefits the skin, intestinal health, and immunity based on scientific evidence including human studies. As such, the plant is well established as a steady seller in the health functional food market of Korea, as well as various other countries.

After being proven to be effective in treating skin burns that occurred from exposure to radiation in the 1930s, studies were conducted on the various medicinal actions and effects of the plant. Many studies revealed that aloe, which includes its own polysaccharide called the aloe polysaccharide, had various immunomodulatory activities, including immune-stimulating, hematopoiesis increasing activities, and anti-cancer, and anti-viral effects. Aloe is reported to play an important part in the body’s natural immunity by activating professional antigen presenting cells such as macrophages and dendritic cells.

Launched in 1993, Univera CAP (Creation of Aloe Pharmaceuticals) is at the heart of aloe immunity research. Over the past few years, in particular, the CAP research team continued to research the immunizing power of aloe in various fields, including the recovery of chronic stress induced immunosuppression, adjuvant effect of aloe for influenza vaccination, the treatment effects of aloe on allergy and atopic dermatitis, the inhibitory effect on the occurrence of colon cancer and colitis, and effect of aloe on the leaky gut syndrome, which is known to have a deep connection with immunity. Moreover, major results have been presented as independent sessions at the Korean Society of Pharmacognosy in 2016 and the Korean Society of Food Science and Nutrition Symposium in 2018. Noteworthy research outcome also includes the discovery that aloe increased the cytolytic activity of natural killer cells that act as the primary line of defense, strengthened immunity toward the flu by effectively increasing the antibody of flu virus after flu vaccination, lowered the occurrence rate of cold compared to the placebo group, and relieves symptoms of cold, including coughing, phlegm, headache, and muscle pain.

Aloe, the natural immune support that we drink every morning, is the most valuable asset and the pride of ECONET. We should focus all our capacity on aloe to bring forth a sustainable future.

세계보건기구(WHO)가 지난 3월 11일 코로나19에 대해 감염병 경보단계 중 최고 경고 등급(6단계)에 해당하는 팬데믹(Pandemic, 감염병 세계적 유행)을 선언했다. 각 국가의 최선의 대응 노력과 함께 보건, 경제, 사회 혼란을 최소화할 수 있도록 범 국가, 범 사회적인 노력이 필요한 때다. 개인 위생을 철저히 할 것과, 물리적 거리 두기가 우선 고려되어야 하지만, 아직 백신도 없이 완벽한 치료법이 없는 상황에서 가장 좋은 방법은 역시 면역력을 증진시키는 것이다.

에코넷의 자랑, ‘매일 아침 만나는 자연면역 보호막’, 알로에가 떠오르는 순간이다. 유니베라에서는 ‘유니베라의 다섯 가지 웰니스 생활’의 첫 번째 지침으로 ‘매일 아침 알로에를 마시기’를 정해 실천하고 있다. 알로에를 통한 면역력 지키기가 웰니스 생활의 시작임을 믿기 때문이다.

알로에는 인류가 사용한 최초의 약초 중 하나로 6천여 년 전부터 오랜 기간 약용, 식용, 화장품 등으로 사용되어 왔다. 화장품 업계에서 보습 소재로서의 알로에의 가치는 무말할 필요도 없고, 건강기능식품으로서도 인체적용시험을 포함한 과학적 근거를 기반으로 알로에가 피부 건강, 장 건강, 면역력에 도움을 준다는 평가를 받음으로써, 한국을 비롯한 여러 국가에서 건강기능식품 시장의 스테디셀러 소재로 자리잡고 있다.

1930년대 방사선 피폭으로 생긴 피부 화상에 대한 알로에 치료 효과가 입증된 이후에 알로에의 다양한 약리 작용과 치료효과에 대한 연구가 시작되었고, 여러 연구에서 고유의 면역다당체를 포함하고 있는 알로에가 면역 반응 증강효능, 항암 효능, 백혈구 생성 촉진 효능 및 항 바이러스 효능 등 다양한 면역 증강 효능을 보여 주고 있음이 밝혀졌다. 그 기전으로는 대식세포의 탐식력을 증가시키고, 탐식된 미생물의 살해능력을 증가시키며, 미성숙 수지상세포의 성숙을 유도하는 등 알로에가 인체의 자연 면역에서 중요한 역할을 하는 것으로 보고되고 있다.

이와 같은 알로에 면역 연구의 중심에 1993년에 출범한 유니베라 CAP이 있다. 특히 최근 몇 년간 CAP 연구진의 알로에 면역력에 관한 연구는 스트레스에 따른 면역 억제에 대한 회복 연구, 인플루엔자 바이러스에 대한 통제 방안 연구, 알레르기 및 아토피 피부염 치료 효능 연구, 대장염 발생 억제 효능 연구, 면역력과 깊은 관계가 있는 것으로 알려지고 있는 장누수증후군 개선 효능 연구 등 다양한 분야에서 계속되었고, 그 주요 성과가 생약학회(2016), 한국식품영양과학회(2018) 심포지엄을 통해 독립된 세션으로 발표되기도 하였다. 특히 인체적용시험을 통해 알로에가 바이러스에 감염된 세포를 제거하여 1차 방어선 역할을 하는 면역세포인 자연살해세포의 세포살해능력을 효과적으로 증가시키고, 독감백신 접종 후 독감바이러스 항체를 효과적으로 증가시켜 독감에 대한 면역력을 상승시켰을 뿐 아니라, 위약군 대비 감기 발생률을 낮추거나 기침, 가래, 두통, 근육통과 같은 감기증상을 완화시키는 것을 확인한 것은 주목할 만한 연구 성과라고 할 수 있다.

매일 아침 만나는 자연면역 보호막, 알로에는 우리의 자랑, 지속 가능한 미래를 위해 우리의 역량을 집중해야 할 에코넷의 최고의 가치임에 분명하다.

ECONET Holdings: Reinforce lacking areas and do even better in excellent areas

에코넷홀딩스: 부족한 부분은 채우고 잘 하는 부분은 더욱 잘 하고

By **Mana Kim** Global COO, ECONET Holdings
글 | 김교만 부사장 | 에코넷홀딩스



ECONET Holdings is focusing on three things this year.

First, growth and profit management. All companies must grow. Growth does not merely make company profit increase; it means that the benefits to customers will increase proportionately. It is spreading the value pursued by the company to the society. All members of ECONET family of companies strive each year for that reason. Despite our efforts, however, ECONET is experiencing long-term growth pains. This year, we aim to break free from such pain.

Securing profitability must go hand in hand with growth. Profitability is directly connected to the company's survival and future. A company that does not secure profitability will die immediately. Even if it endures for a while, there is no future. We have seen many companies that collapsed over a day because they ignored profitability and focused only on expanding the gross. We also have experience in overlooking profitability over the past few years while achieving growth. In the mid- to long-term journey of finding the balance between growth and profitability, in particular, we aim to focus on securing profitability this year.

Next is goal management. The first step in managing growth and profitability is setting a clear goal. Only after that, we can reach the goal. Given the uncertainties in this fast-changing world, achieving the goal is not an easy task. However, we must tide over the difficulties of such uncertainty. Responsible for this task, ECONET leaders should maximize the role bestowed upon them to perform such a role. When I'm looking back, there is much regret in this point.

ECONET Holdings agreed on the goal strategy with ECONET family of companies this year. We have set goals to match each affiliated company's

홀딩스는 올 한 해 세 가지 일에 집중하고 있습니다.

제일 먼저, 성장과 수익성 관리입니다. 모든 기업은 성장해야 합니다. 성장은 기업의 이익만을 늘리기 위한 것이 아닙니다. 성장은 고객에게 돌아가는 혜택이 그만큼 커지는 것을 의미합니다. 기업이 추구하는 가치를 더 넓게 사회에 확산시키는 일입니다. 모든 에코넷 가족회사 구성원들이 매년 노력하는 것도 이 때문입니다. 하지만 우리의 노력에도 불구하고 에코넷은 오랜 기간 성장통을 겪고 있습니다. 올해는 이 고통에서 벗어나려 합니다.

성장과 항상 같이 가야 하는 것은 수익성 확보입니다. 수익성은 기업의 생존, 미래와 직결된 문제입니다. 수익을 확보하지 못하면 기업은 곧바로 죽습니다. 얼마간 버틴다 해도 미래가 없습니다. 우리는 수익성을 외면한 채, 외형만 키우다 하루 아침에 몰락한 기업들을 많이 봤습니다. 우리 역시 지난 몇 년 성장을 하면서 수익성을 간과한 경험이 있습니다. 성장성과 수익성의 균형을 찾아 가는 중장기 여정에서, 올해는 특히 수익성 확보에 집중하려 합니다.

다음으로는 목표관리입니다. 성장과 수익성 관리를 위해서는 명확한 목표설정이 첫째 일입니다. 그 뒤 목표에 도달해야 합니다. 물론 목표달성이 만만하진 않습니다. 세상이 너무 빨리 변하는 불확실성 때문입니다. 그럼에도 불구하고 불확실성을 헤쳐나가야 합니다. 그 일은 에코넷 리더들의 몫입니다. 에코넷 리더들은 자신에게 주어진 권한을 최대한 활용하여 이러한 역할을 해야 합니다. 돌이켜 보면, 아쉬움이 많은 대목입니다.

홀딩스는 올해 모든 자회사들과 목표전략을 합의했습니다. 자회사의 처

current status and agreed on the method to reach the goal. The growth rate, sales profit rate, and weight of each assignment are differentiated for each affiliated company. ECONET Holdings will support the affiliated companies so that they reach the agreed goal. At the same time, we will strictly evaluate the performance for 2020 and avoid ambiguity and paternalism. This year, the role and responsibility, evaluation and compensation will change dramatically.

Lastly, we will create a system of cooperation. All companies—small organizations and large corporate groups alike—emphasize the importance of cooperation. This is because we are aware of the positive result that is born through cooperation. We are proud to say that we are a collaborative organization. For example, we have been highlighting the advantage of “vertical integration,” in which we boasted about the cooperation between our affiliated companies. There are times, however, when a rift crushes such pride.

ECONET requires more and more cooperation. We hope to make specialized products using ECONET’s materials and deliver them to more customers through various distribution channels. To realize the anticipated result, we must establish a close-knit system of cooperation. ECONET Holdings identifies and solves matters that need cooperation between affiliated companies. Last year, we put effort into those many matters alongside our affiliated companies. This year, we are still aware of the importance of doing so.

In 2020, we hope that the ECONET family of all companies reinforce lacking areas and perform even better in excellent areas. We look forward to a fruitful year through all ECONETians’ hard work.

지에 따라 서로 다른 목표를 설정하고 목표에 이르는 방법에도 뜻을 같이 했습니다. 성장률, 영업이익률, 과제별 가중치 등이 자회사에 따라 차별화되었습니다. 홀딩스는 자회사들이 합의한 성과를 낼 수 있도록 지원군이 될 것입니다. 동시에 실적에 대한 평가도 냉정하게 할 계획입니다. 애매한 온정주의는 피하려 합니다. 2020년은 권한과 책임, 평가와 보상 등이 획기적으로 달라지는 한 해가 될 것입니다.

마지막으로 협업구조를 만드는 일입니다. 모든 기업들은 협업의 중요성을 강조합니다. 작은 조직도 큰 기업집단도 예외가 없습니다. 협업이 주는 긍정적인 결과를 알기 때문입니다. 우리는 협업을 잘 하는 조직이라는 자부심을 지녀 왔습니다. 한 예로 그 동안 ‘수직 계열화’의 장점을 이야기해온 것은, 바로 자회사간 협업을 전제로 한 자랑이었습니다. 하지만 이러한 자부심을 무너뜨리는 균열이 얼굴을 내밀 때가 있습니다.

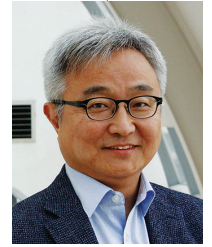
에코넷은 점점 더 협업을 필요로 하고 있습니다. 우리는 에코넷의 고유 소재로 특화된 제품을 만들어 다양한 유통에 얹어 많은 고객과 만나고 싶은 바람이 있습니다. 이러한 기대를 성취하기 위해서는 긴밀한 협업구조 정착이 절실합니다. 홀딩스는 자회사들 사이에 협업이 필요한 사안을 파악하고 지원하고 있습니다. 지난해 그러한 많은 사안을 해결하기 위해 자회사들과 같이 노력해 왔습니다. 올해 역시 그 일의 중요성을 잊지 않고 있습니다.

2020년은 모든 자회사가 부족한 부분은 채우고, 잘 하는 부분은 더욱 잘 했으면 좋겠습니다. 모든 에코넷시안의 노력으로 올 한 해 큰 성과가 있길 기대합니다.

Univera Korea: Let's Build the Golden Age of Univera Korea Together

유니베라: 유니베라의 전성기를 함께 만들자

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



At the beginning of 2020, as we begin the journey toward the next 10 years, ECONETians of Univera Korea are facing new expectations and uncertainty toward the future. Through our experiences in the last decade, we are hopeful that our conventional businesses are approaching an equilibrium between innovation and everydayness. However, in terms of our new task of expanding the distribution channel, we are still performing trial and error and do not have firm faith.

새로운 10년의 시작을 알리는 2020년, 유니베라의 에코네시안들은 새로운 기대와 미래의 불확실성 사이에 놓여 있습니다. 우리가 지난 10년의 경험을 통해 기존사업은 혁신성과 일상성이 '균형'을 이루는 지점에 접근하고 있다는 믿음은 고무적이지만, 새로운 과제인 유통채널의 확대 측면에서 여전히 시행착오를 겪으며 확실한 믿음을 갖지 못한 실정입니다.





ECONET is a network that we have dedicated a long time and effort to establish a uniform system from farm to family. Univera Korea has responded well to ECONET's operation speed and uniformity. However, Univera Korea's clock is ticking faster and faster. As a marketing company, it must sensitively respond to the changes in the market. Keywords that indicate changes in the distribution environment such as the Internet, e-commerce, and social media became everyday words, and a mega-storm of the change in the composition of the population is waiting in front of the door.

The baby boomers, who brought forth fundamental changes to the Korean society over the past decades, are finally entering the senior market in earnest. Morning and afternoon classes at the elementary school, the standardization of high school entrance, rapid growth based on abundant labor force, reform of the medical system, construction of new towns, big bang of the food service industry, popularity of 7080 bars, industrialization of investment techniques, and the revival of trot appear to be unrelated phenomena but, in fact, have been resulted from the policies and industries of Korea trying to satisfy baby boomers' demands at each stage of their lives.

농장에서 가정까지 일관된 체계를 구축한 에코넷은 오랜 시간과 정성을 들여 다져온 네트워크입니다. 유니베라도 역시 에코넷 전체 체계의 진행속도와 일관성에 잘 부응해왔습니다. 그러나 이제 유니베라의 시계는 점점 빨라지고 있습니다. 마케팅컴퍼니 유니베라는 시장의 변화에 민감하게 반응할 수밖에 없습니다. 인터넷, 이커머스, 소셜미디어 등등, 유통환경의 변화를 가리키는 키워드는 이미 식상한 현재 일상이어 되었고, 이에 더해 인구 구성의 변화라는 초특급 폭풍이 창문 앞에 와 있습니다.

지난 수십 년간 한국사회에 근본적인 변화를 불러왔던 베이비부머가 드디어 본격적으로 시니어 시장에 진입하기 시작했습니다. 초등학교2부제, 입시평준화, 풍부한 노동력에 기반한 고도성장, 의료제도 개혁, 신도시 건설, 외식산업 박병, 7080바 인기, 재테크 산업화, 트로트 부활 등등 서로 간에는 아무런 연관성이 없어 보이는 이 현상들이 실상은 베이비부머 인생의 단계마다 우리 사회의 정책과 산업이 이들의 욕구를 충족하기 위해 취한 노력의 결과였습니다.

Including the largest 916,989 people born in 1960 to celebrate their 60th birthday in 2020, while 1,006,018 people were born in 1960, 7.3 million baby boomers born between 1955 and 1963 in Korea are entering the senior market. They are the most collectivized group in the history of Korea, who also made the most money and are still active after retirement. Considering that newborns in 2020 will not exceed 300,000, the grand baby boomers will significantly influence the Korean society over the next few decades. They are not just many in number. Unlike previous generations that remained satisfied as long as their basic desires were fulfilled, this generation expresses their demands in diverse levels and proactively approaches new culture. Moreover, their forms of communication are quantitatively and qualitatively growing.

Simple categorization and strategic selection between door-to-door sales and market sales are meaningless from the customer's point of view. Hence, we should focus on whether our process is designed to respond to the demands of baby boomers. The process of revising and improving the old business model to respond to the rapidly changing reality is not easy. However, I believe that the ECONETians at Univera Korea can do this job best, and we will succeed. The great revival of the senior market called the "2025 Big Bang" will happen alongside the growth of Univera Korea. I say that with confidence.

"The golden age of Univera Korea is yet to come."

1,006,018명이 태어나 916,989명이 환갑을 맞이한 1960년생(2020년과 같은 경자년)을 정점으로 한 730만 명의 베이비부머들이 속속 시니어 시장으로 진입하고 있습니다. 이들은 대한민국 역사상 가장 집단화되었고, 가장 돈을 많이 벌었고, 여전히 은퇴를 실감하지 못할 정도로 활동적입니다. 2020년 신생아 수가 30만 명을 넘지 못하리라고 예상되는 현실을 감안한다면 앞으로 수십 년간 그랜드베이비부머들이 우리 산업을 포함한 한국 사회에 끼치는 영향은 절대적일 것입니다. 이들은 단지 많기만 한 것이 아닙니다. 기본적인 욕구 충족에 만족하던 이전 세대와는 달리 다양한 차원으로 욕구를 분출하면서 새로운 문화와 문물에 능동적으로 접근합니다. 커뮤니케이션은 양적 질적으로 계속 성장합니다.

방편이나 시판이나라는 단순한 분류와 전략적 선택은 소비자 관점에서 본다면 무의미한 것입니다. 방편이든 시판이든 우리의 프로세스가 이들 베이비부머의 욕구에 부응하도록 설계되어 있는가를 고민해야 합니다. 오랜 비즈니스 모델을 급격한 현실 변화에 조응하도록 수정·개선하는 작업이 결코 쉬울 수는 없습니다. 그러나 대한민국에서 이 일을 가장 잘할 수 있는 이는 바로 유니베라의 에코네시안들입니다. 우리는 분명히 해낼 것입니다. '2025년 빅뱅'이라 일컫는 시니어 시장의 대부흥기는 유니베라의 성장과 함께 할 것입니다. 그래서 저는 힘주어 말합니다.

"유니베라의 전성기는 아직 오직 않았다."





2019년, 어려운 여건 속에서도 미래 성장을 준비하는 기반을 구축하다

2019년에 유니베라는 국제적으로 미국과 중국 무역전쟁 여파와 국내적으로는 경기 악화로 매출 목표 달성에 많은 어려움을 겪었다. 하지만 개발, 영업, 마케팅, 조직 관리 영역에서 효율적인 경영을 통해 영업이익은 목표를 초과하여 달성했다.

유니베라의 핵심 비즈니스인 방문판매사업은 새로운 성장동력으로 베라피 프로그램(대리점 멤버십 건강관리 프로그램)을 런칭했다. 시판사업에서는 주력 확장품인 보타니티 플라본 라인을 확장하면서, 전국 171개 오프라인 매장(올리브영&롭스)과 12개 온라인 매장(SSG몰, 쿠팡 등)에 입점했다. 해외 영업은 높은 성장을 보이는 시장인 중국, 베트남, 인도네시아 등에서 B2B계약을 체결했다. 이와 같이 2019년은 방문판매, 온오프라인 시판, 글로벌 영업, 각 사업 부문에서 미래 성장 기반을 다진 한 해였다.

2019년, 새롭게 선보인 제품

2019년은 건강기능식품 분야에서 베라피 체지방 관리 프로그램과 시너지 효과를 낸 메타번 슬림핏을 비롯하여 아보민 플러스, 알로맥 프로지(G) 등을 새롭게 출시하여 고객으로부터 좋은 반응을 얻었다. 화장품 분야에서는 향후 유니베라 방문판매 확장품을 대표하는 브랜드로 성장할 알로엔 기초라인과 헤어라인을 출시했다. 또한 시판 확장품 브랜드인 보타니티의 경쟁력도 강화했다. 부스터, 스팟크림, 젤크림 등 경쟁이 치열한 국내 화장품 시장을 본격적으로 공략하기 위해 신제품을 선보였다.

2020년, 구축한 기반을 통해 성장과 확대를 이룬다

2020년 유니베라 각 사업부문의 주요 전략은 다음과 같다. 방판사업부문은 다소 주춤한 '성장기조 회복'을 핵심 전략으로 정했다. 시판 사업과 해외 사업 부문은 지난해 구축한 유통채널과 고객을 통해 본격적으로 시장을 확대하는 전략을 구사할 계획이다.

먼저 방판사업부문은 사업의 핵심 포스트인 대리점의 양적, 질적 성장을 목표로 하고 있다. 멤버십 건강관리 프로그램으로 운영되는 베라피 대리점과 기존 대형 대리점을 통해 배출한 2호 대리점을 육성하여 전국 대리점의 규모를 확대할 것이다. 또한 대리점을 거점으로 활동하는 UP들의 영업을 지원하고 고객 관리에 도움을 주는 멤버스몰, 유포매 등 시스템을 업그레이드 하여 대리점 운영의 질적 성장도 도모할 것이다.

시판유통부문에서는 보타니티 마키올라인 등 보타니티 브랜드 라인 확장을 통해 매출을 성장시키고 성장성이 유망한 기능성 음료시장에 진출하여 화장품에서 음료 시장까지 영역을 확대할 계획이다. 글로벌 영업팀은 작년에 진출한 중국, 인도네시아, 베트남에서 매출을 확대하는 한편, 중국 건강기능식품시장 진출 및 미국 아마존 입점을 통해 신규 해외시장을 개척할 것이다.

이처럼 2020년은 유니베라의 각 분야에서 새로운 도전이 시작될 것이다.

우리의 앞에 놓인 도전에 적극적으로 임하고 놀라운 성과의 열매를 얻기 위해, 유니베라는 이미 2019년에 대표를 포함한 모든 임직원의 호칭을 '님'으로 통일하는 단일호칭제를 시작했다. 이 제도를 통해 조직의 구성원들이 위계로 움직이는 것이 아니라 수평적인 관계에서 창의적이고 역동적인 자세로 일하는 방식을 변화시켜 나갈 것이다.

2020년은 단순한 한 해의 시작이 아니다. 2010년대를 뒤로하고 새롭게 시작하는 10년을 맞이하는 바로 첫 해다. 그 첫 걸음을 기분 좋게 시작할 수 있도록 유니베라 임직원은 최선의 자세를 뛰어넘어 의미 있는 성과를 이뤄낼 것이다.

Univera North America: Topline Growth Strategy

유니베라 미국: 총매출 성장 전략

By **Dr. Ralph L. R. Bietz** PhD-MBA, CEO & President, Univera Inc. / Board President, Univera Serve First
글 | 랄프 L. R. 비츠 사장 | 유니베라 미국



Dear ECONETians,
Univera looks forward to 2020 with great business opportunities, strategic campaigns, and enthusiasm for a year of growth. Univera, in conjunction with the ECONET Board of Directors formulated and approved 3-year business plan provides a fresh approach to the Univera Business for the first time in over a decade. Thus, we are ready for a challenging, yet invigorating 2020 year ahead.

유니베라 미국은 엄청난 사업 기회, 전략적 캠페인, 성장의 대한 열정을 가지고 2020년을 기대하고 있습니다. 유니베라는 에코넷 이사회와 함께 3년간 고안하여 승인된 사업 계획을 통해 10년 만에 처음으로 비즈니스에 대해 새로운 접근 방식을 마련했습니다. 쉽지 않았지만 우리는 활기찬 2020년을 맞을 준비가 되어 있습니다.





As many of you know, Univera's past 10 years has been one of decline. Our business has been struggling for a number of reasons in North America. We believe we have unwaveringly faced our failure to make progress in the marketplace by looking at the issues of the past, and developing a fresh new approach that is unique and bold. This constitutes our 3-year business plan. As we all know, unless you face and change your habits and strategies, your results will not change. So, Univera will change its approach in 2020 significantly. In addition, Univera has made a dramatic change at the deep philosophical level.

For the past 5 or so years, the business model approach has been to solely manage the bottom line. From standard, accepted Harvard business models, such an approach leads to decline in your topline revenue. Hence, that is one of the hard truths that Univera North America had to face. One cannot save one's way to prosperity with one dimension strategic approach. In 2019, thus, Univera has change at the deep philosophical level mid-year to a topline growth strategy. This is not to say that Univera will give up bottom line management. However, the company will take a balanced approach emphasizing topline growth with bottom line and operating income stewardship multi-dimensionally.

For 2020, we will concentrate on opening new market segments with emphasis on the North American Spanish Speaking market segment, the North American Korean Speaking market segment, and start to open up a Chinese market poising it for 2021. For 2020, we will continue to fuel our

많은 분들이 알고 있듯이 유니베라의 지난 10년은 내리막길이었습니다. 북미에서 여러 가지 이유로 어려움이 있었습니다. 우리는 과거의 문제점을 분석하고 독특하고 대담한 새로운 접근법을 개발하여 앞으로 나아가지 못한 우리의 실패를 확실하게 직시하고 있습니다. 이는 우리의 3개년 사업 계획에 반영되었습니다. 주지하다시피, 잘못된 관례와 전략을 개선하지 않으면 더 나은 결과란 있을 수 없습니다. 유니베라는 2020년 사업 접근 방식을 크게 변화시킬 겁니다. 유니베라는 철학적 수준에서 이미 극적인 변화를 이룬 바 있습니다.

지난 5년여 동안 사업모델 접근법은 순수익만을 관리하는 것이었습니다. 널리 인정되는 표준 하버드 비즈니스 모델에 따르면, 그러한 접근방식은 총 매출 감소를 초래합니다. 이는 유니베라 북미가 직면해야 했던 냉엄한 현실 중 하나였습니다. 일차원의 전략적 접근으로는 번영으로 가는 길을 보장할 수 없습니다. 따라서 유니베라는 심층 철학적 수준에서 2019년 중반 총매출 성장 전략으로 행보를 전환했습니다. 유니베라가 순수익 경영을 포기하겠다는 뜻은 아닙니다. 대신, 총매출과 순이익 모두를 함께 보고 다차원적으로 수익을 관리하는 균형 잡힌 접근을 취할 것입니다.

2020년에는 북미 스페인어권 시장, 북미 한국어권 시장을 중심으로 새로운 시장을 여는 데 주력하고, 2021년에는 이를 뒷받침하는 중국 시장을 개척할 것입니다. 2020년에도 현장 리더 및 기초 고객을 지속적으로 충원할

current field leader and customer base. We anticipate Univera Field Associate from the past rejoining Univera due to the compelling new sales, marketing, and bonus programs that we now have in place for growth. For 2020 our Univera Serve First passion will deliver over 1,000,000 meals and vitamin servings to Children and Families in great need. We need to be there to help those who will carry on the future of the planet. And, for 2020, we will continue to explore international bulk product sales for additional revenue streams from our premium product lines that people so dearly love. The heart-warming stories that we receive from our customers as to how Univera products have changed and improved their lives only proves that the world ... needs ... Univera!

We look forward of fulfilling the Lee Family dream of "Bring the Best of Nature to Humankind". And, we look forward to our role in manifesting this destiny, and Univera's place in ECONET Global history. I look forward to seeing all of you in the future, and celebrating our ECONETian success together!

Sincerely yours in the ECONET Family!

것입니다. 현재 우리가 성장을 위해 마련한 강력한 새 영업, 마케팅 및 보너스 프로그램을 통해 과거 어소시에이트가 유니베라에 다시 합류할 것으로 기대합니다. 2020년 유니베라 서스퍼스트(Univera Serve First) 주요사업은 1,000,000인분 이상의 식사와 비타민을 어린이와 그 가족에게 제공하는 것입니다. 지구의 미래를 짊어질 이들을 지원하기 위함입니다. 또한 2020년에는 많은 사랑을 받고 있는 프리미엄 제품군에 추가 수입원으로 덕용 제품 판매를 계속 탐색할 것입니다. 유니베라 제품이 어떻게 삶을 변화시키고 개선했는지에 대해 고객으로부터 받는 따뜻한 이야기들은 얼마나 세상이 유니베라를 필요로 하는지를 증명합니다.

우리는 '자연의 혜택을 인류에게' 전하자는 이연호 회장의 꿈을 이루고자 합니다. 이러한 소명을 실현하기 위해 유니베라의 역할을 다하겠습니다. 아울러 에코넷 글로벌 역사에서 유니베라의 위치를 분명히 하겠습니다. 장차 우리 에코네시안 모두가 만나 성공을 축하하는 날을 기대합니다!



Overview: 2020-2022

In 2020 we are making a major philosophy shift to create and fuel a Univera North America topline growth strategy. The focus during the past three years (2016-2019) had been a pure bottom line focus. Our transition has started this past Q4 of 2019 to transition into this new model.

To support this initiative and philosophy shift, we will be hiring new experienced and professional talent to create a strong Sales and Marketing group in Univera North America. We are adding a Vice President of Sales & Marketing, a National Sales Director for the USA, and several sales and marketing support positions for 2020 as a part of implementing this new philosophy as expeditiously as possible to usher in this new era.

For the next three years (2020-2022) Univera's focus will be top line growth to result in the improved investment return. We will be implementing new market expansion strategies to specifically grow topline results. Penetration into new market segments in the areas of Spanish Speaking, Korean, Chinese, and Baby Boomer markets will be paramount.

2019 Progress Highlights

A major strategy transition and change in philosophy has been our main focus. We are shifting our attention to growing the top line, on-boarding the resources and talent to support that, yet being good financial stewards of the overall and holistic financial health of the Univera North American company.

This is a major undertaking for a company to make this shift the latter half of the 2019 year, however, it is well underway.

Univera Top Leader unification continues, which is a competitive advantage and strength of Univera going into the future, and supportive of the topline growth initiative. This was also a topic that Univera, as a market leader in this area, was asked to give a keynote address on at the prestigious ANMP: Association of Network Marketing Professionals global meeting in Dallas, Texas. This keynote presence also gave the Univera brand and company greater relevance and presence industrywide.

Our products continue to be one of our true strengths and a competitive advantage for retention of customers and associates. In 2020 we do have plans to introduce several new products.

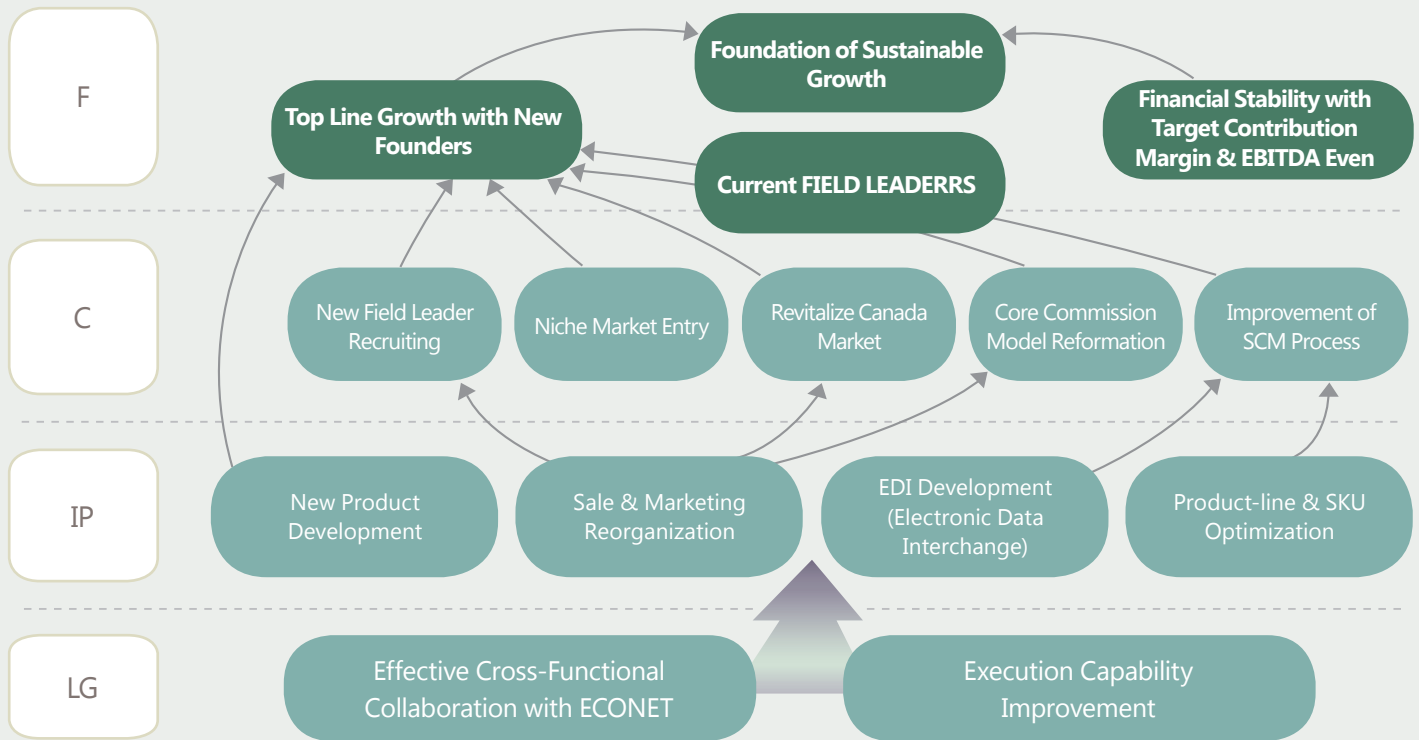
2020-2022; Strategy, Priorities, and Plans

2020-2022 will accelerate the transition toward topline growth. At the same time, associate recruiting and retention must increase as the primary source of associate and customer expansion.

Our focus will be in two major areas; 1) Topline growth; 2) Improved execution of business fundamentals.

In summary, year 2020 the focus will be to create positive topline growth thru entering new market segments and new field leadership. The results will create positive trajectory for Univera's future, and greater presence in the MLM industry than ever before. Top line growth will create a profit improvement with good financial stewardship as a basis for sustainability.

2020 Univera North America Strategy Map



Naturetech: The Reliable Core of ECONET

네이처텍: 에코넷의 든든한 허리

By **Jeong Jun Lee** CEO, Naturetech
글 | 이정준 대표 | 네이처텍



On January 2, 2012, the New Year ceremony of Naturetech was held, at the snow-covered Jeongdongjin. I joined Naturetech at that time, and eight years have gone by since. During my stay at the company, it developed and manufactured Univera products, and strived to transform into an OEM and ODM specialist.

OEM sales, which were less than KRW 3 billion at that time, grew almost 10 times and are now reaching KRW 30 billion. We have secured many new production facilities, including the vial line, jelly line, coating machine, scaler, tunnel-type post-sterilizer, and retort sterilizer. Moreover, we have absorbed the R&D organization of Unigen Korea in Byeongcheon to focus on the development of functional materials.

In 2020, Naturetech will set the improvement of production cost and profitability as the management policy and focus on increasing sales and yielding profit. We will inspect and enhance areas that we have given less attention while concentrating on external growth such as partner attraction and sales increase to make 2020 a year of building the foundation to take off higher in the future.

Professor Robert Sutton of Stanford University said, "Sustaining innovation is not accomplished through one genius. A truly creative organi-

2012년 1월 2일 눈이 하얗게 쌓인 정동진에서 네이처텍 시무식이 있었습니다. 저는 그때 처음으로 네이처텍에 합류했고 벌써 8년이 지났습니다. 그동안 네이처텍은 유니베라 제품을 개발·생산하면서 한편으론 OEM, ODM 전문기업으로 탈바꿈하기 위해 많은 노력을 해왔습니다.

당시 30억도 안되던 OEM 매출이 지금은 10배 가까이 성장하여 300억을 눈앞에 두고 있습니다. 바이알라인, 젤리 라인, 코팅기, 계수기, 터널식 후살균기, 레토르트 살균기 등 새로운 생산설비도 많이 갖추었습니다. 또한 병천의 유니젠 연구조직을 흡수하여 기능성 소재개발에 더욱 집중할 수 있게 되었습니다.

2020년 올해 네이처텍은 원가 및 수익성 개선을 경영방침으로 정하고 매출 확대뿐만 아니라 수익 창출에도 역점을 둘 것입니다. 그동안 고객사 유치 확대와 매출 증대 같은 외적 성장을 위해 달려오면서 우리가 놓친 부분을 점검하고 개선해서 더 높이 도약할 수 있는 발판을 만드는 한 해가 되었으면 합니다.

로버트 서튼(Robert Sutton) 스탠퍼드대 교수는 "지속적 혁신은 한 명의 천재를 통해 이루어지는 것이 아니다. 구성원들이 새로운 아이디어를 생산하고 이를 과감히 실천하는 조직적 기반이 있어야 진정한 창의적 조직으로 거듭날





zation is born through an organizational foundation in which members generate new ideas and boldly practice them.” There used to be many activities called innovation, but most of them lacked execution, not yielding the expected outcome. We must get the power of execution as an organization to improve our realities and yield more added value.

Communication and cooperation are crucial in accomplishing work. A proactive and risk-taking attitude is also necessary. We hope to establish a corporate culture that encourages each other and acknowledges new attempts, supports employees to fully display their abilities, and does not avoid responsibility as leaders in uncertain situations.

Despite the slump in the local economy in 2019, the domestic health functional food market showed continued growth, exceeding KRW 4.5 trillion in size. We anticipate that 2020 will maintain the growth trend thanks to the self-medication, aging, and expansion of the Direct to Consumer (DTC) individual DNA analysis market. In this environment, we must develop new functional materials as quickly as possible to satisfy market needs and steadily secure customers based on quality competitiveness and reliable sales.

Under the mission of “bringing the best of nature to humankind,” Naturetech will continue to take charge of R&D and production and be immersed in performing its role as the strong core of ECONET.

수 있다.”고 했습니다. 과거에도 혁신이라 불린 많은 활동이 있었으나 대부분 구체적 실행이 미흡하여 기대만큼의 효과를 거두지 못했습니다. 적극적인 실행력을 가지고 현재 하고 있는 일을 개선하여 더 나은 부가가치를 창출할 수 있는 조직으로서의 역량을 갖추어야 합니다.

일을 하는 데 무엇보다 강조되는 것이 상호소통과 협력입니다. 또한 진취적이고 도전적인 자세도 필요합니다. 새로운 시도를 독려하고 인정해주는 기업 문화, 직원들이 최대한의 능력을 발휘할 수 있도록 지지하고, 불확실한 상황에서 리더로서 책임을 회피하지 않는 기업 문화가 정착되길 바랍니다.

지난해 내수 경기의 부진 속에서도 국내 건강기능식품 시장은 4조 5천억 원을 넘어 지속적인 성장세를 보였고, 올해도 셀프 메디케이션(Self-medication), 고령화, DTC(Direct To Consumer) 개인 유전자분석 시장 확대 등의 영향으로 성장 흐름을 유지할 것이라 봅니다. 이런 환경 속에서 우리는 하루빨리 새로운 기능성 소재를 개발하여 시장의 니즈를 충족시키고, 품질 경쟁력과 신뢰 영업을 바탕으로 꾸준히 고객을 확보해 나가야 합니다.

‘자연의 혜택을 인류에게’ 전하는 미션 아래 연구, 개발, 생산을 담당한 우리 네이처텍은 맡은 업무에 더욱 집중하고 몰입하여 에코넷의 든든한 허리 역할을 충실히 수행할 것입니다.

2019년 실적

2019년 네이처텍은 '전사적 생산성 혁신'을 경영방침으로 정하고 생산성 향상을 통해 원가경쟁력 강화와 수익성 개선, 매출 증대를 이루고자 노력했다.

신규 설비 도입에 따른 생산능력 증대와 주간2교대를 통해 공수 절감 효과를 향상시켰다. 또한 생산성 향상 및 원가절감을 통해 영업경쟁력을 강화하기 위하여 충전과 포장 이원화를 추진했다. 품질강화 활동을 통해 Critical Claim 발생건수 'zero'를 이루었으며, 신규 국책과제 2건 선정, 타기관 기술 이전 1건, 소재확보 1건 등 소재개발 확보 성과를 달성했다. 또한 네이처텍 소재 'Neoflex'를 활용한 황금관절 제품이 2019년 NS홈쇼핑을 통해 13억의 매출을 달성하며 향후 에코넷 소재를 활용한 전략매출 증대를 위한 발판을 마련했다.

2020 Goal

- First, cost improvement and increase in profitability.
- Second, reinforcement of the collaboration system with the ECONT family of companies.
- Third, the establishment of a smart logistics operation system.
- Fourth, process improvement to increase productivity.

2020 목표

2020년 주요 목표는 크게 네 가지이다.

첫째, 원가개선 및 수익성 향상이다.

2020년 경영방침이자 전략과제의 핵심으로 원가를 개선하고 수익성을 향상시키기 위하여 지속적으로 생산성을 높이는 개선 활동, 재료비 절감, 통제가능 비용 절감 활동을 진행하고, 수익성이 높은 에코넷 소재를 활용한 전략 매출을 증대해 나갈 것이다. 2019년에 성공적으로 출시한 '황금관절'을 홈쇼핑뿐만 아니라 온라인, TM, 방판 채널 등 다방면의 유통채널을 확보할 것이며, 또 다른 소재를 활용한 제품 출시에도 많은 노력을 기울일 것이다.

둘째, 에코넷 협업 체계 강화이다.

에코넷 소재에 대해 제형화, 제품화를 위해 관계사와의 협업 체계를 유지·강화하고, 적극적인 신제품 개발 대응을 통해 관계사와 함께 동반성장할 수 있도록 최선을 다할 것이다.

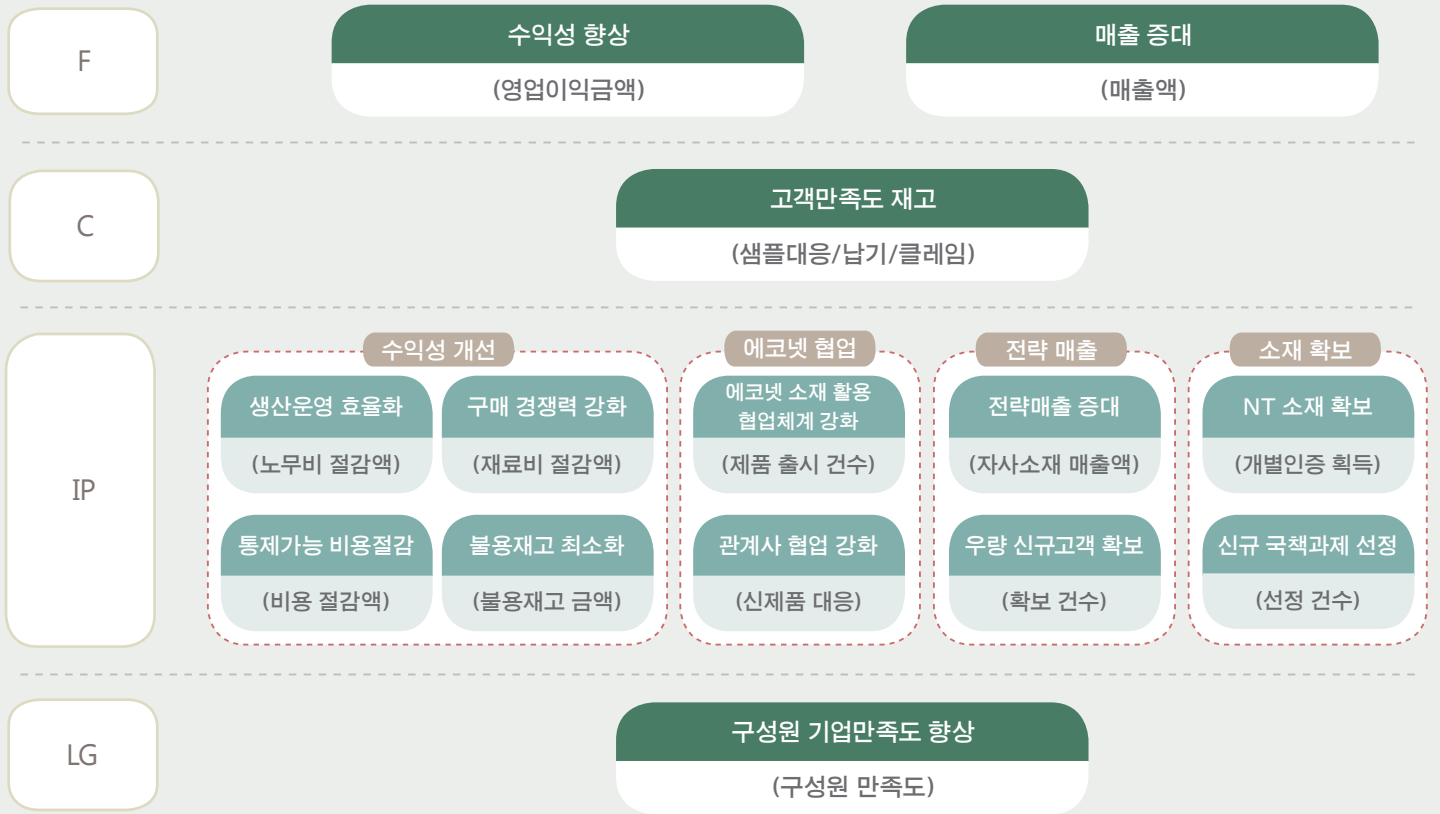
셋째, 스마트 물류 운영시스템 구축이다.

정부 지원사업을 통해 진천공장 내 창고동에 부자재 및 완제품 통합 물류창고 공간을 구축하고 효율적인 Rack 시설 및 DPS(Digital Picking System)를 도입해 스마트 물류창고 공간활용과 처리 능력을 극대화할 것이다.

넷째, 생산성 향상을 위한 프로세스 개선이다.

주간 2교대, 포장분리 및 생산라인 운영 증대를 위해 생산계획 준수율을 높이는 개선활동을 강화할 것이다. 영업과 생산부서 간의 수주량, 생산라인 밸런스를 고려한 능동적 생산계획을 수립하며, 구매 프로세스 및 재고관리 시스템 구축을 통한 납기 안정화 및 불용재고 최소화를 달성할 것이다.

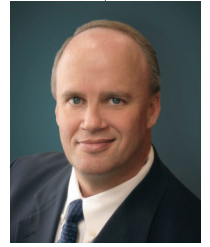
2020 Naturetech Strategy Map



Unigen: 2020 Begins an Era of Significant Growth

유니젠 미국: 성장을 시작하는 2020

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



2020 starts the countdown towards Unigen's 25th anniversary! Established in January 1996, Unigen has been in the research and development of plant-driven, proprietary raw materials for more than two decades. Unigen applies natural product and analytical chemistry, biochemistry and proteomics, cell biology, molecular biology and genomics, and clinical trials to the discovery of active compounds and novel ingredients from botanical sources, providing key ingredients for pharmaceutical, nutraceutical and cosmetic products.

Unigen's team of 16 highly qualified and experienced researchers includes 9 Ph.D./MHA scientists. Unigen's research and development team runs a world-class discovery program through worldwide collaborations with universities, research institutes, industries and government agents. Located in Tacoma, Washington (USA), Unigen's premier lab facilities include its PhytoLogix™ Plant Library, Natural Products Lab, Quality Control Lab, Discovery and Screening Lab and Organic Synthesis Lab. Scientists focus on identifying and studying the unique bioactive natural products of medicinal botanicals and then developing them into proprietary standardized extracts for use as novel, patent protected ingredients in cosmeceutical, and nutraceutical products. Unigen manages a worldwide patent portfolio with 55 issued US patents, 110 issued foreign patents in 32 different countries, 29 pending US and 74 pending foreign patent applications.

Unigen has available fully researched (i.e., human clinicals), market-ready botanical ingredients that address a variety of global issues, including joint comfort, weight management, immune enhancement, energy, mental acuity and healthy skin. PhytoLogix™ is a proprietary technology platform that includes Bioprospecting, Bioinformatics, High Throughput Purification and Structure Dereplication processes. This extensive plant library is a fully indexed research resource that allows us to quickly search through tens of thousands of ethnomedicinal plants categorized by traditional and historic uses. PhytoLogix™ is one of

2020년은 유니젠 미국이 창립 25주년을 향해 카운트다운을 시작하는 해입니다. 1996년 1월 설립한 유니젠은 20년 이상 식물 중심의 독점적 원료 연구 및 개발에 종사해 왔습니다. 유니젠은 식물에서 활성 화합물과 새로운 성분을 발견하기 위해 분석화학, 생화학, 단백질학, 세포생물학, 분자생물학과 유전체학, 임상실험을 활용하며, 이러한 연구개발을 통해 의약품, 기능성 식품, 화장품의 핵심 성분을 제공합니다.

유니젠에는 9명의 박사과 MHA 과학자를 포함하여 16 명의 고학력 숙련된 연구자가 있습니다. 유니젠 연구개발팀은 범세계적으로 대학, 연구소, 기업 및 정부 기관과 협력하여 세계적 수준의 발견 프로그램을 운영합니다. 미국 워싱턴 주 타코마에 위치한 유니젠은 파이토로지스(PhytoLogix™) 라이브러리, 천연물 실험실, 품질 실험실, 발견 탐색 실험실 및 유기 합성 실험실 등 최고급 시설을 보유하고 있습니다. 유니젠 연구자들은 약용식물에서 고유한 생체활성 천연물을 탐색한 후 화장품과 기능성 식품의 새로운 특허 성분으로 사용하기 위해 독점적 표준 추출물로 개발합니다. 유니젠은 미국 특허 55건, 외국 특허 110건, 미국 특허 출원 29건, 해외 특허 출원 74건이라는 전세계 특허 포트폴리오를 보유하고 있습니다.

유니젠은 관절 개선, 체중 관리, 면역력 향상, 에너지, 맑은 정신, 건강한 피부 등 다양한 글로벌 이슈를 해결하기 위해 시장성 있는 식물성 성분을 충분히 연구(인체대상 임상시험)해 왔습니다. 파이토로지스는 유니젠의 초석이자 가장 소중한 자산으로서 생체제제 발견 프로그램, 생물 정보학, 빠른 검색 처리 및 구조 복제 프로세스를 포함

the world's largest information sources for predictive discovery of ethnomedicinal plants, saving considerable time from the front end of the research process. Unigen's research and discovery process is second to none, and includes work at the human, cell and genomic levels. For additional information, visit www.unigen.net.

For the past several years, the team at Unigen has been preparing the ground and putting in the foundation to support great growth. This has been demonstrated through the quality of our research and development activities, our operations support, Unigen's first class quality control group, our clinical and regulatory team, accounting services and our sales and marketing activities.

2020 is the year that we will build on our solid foundation and start an era of significant growth. Our growth goal for 2020 is 25% or greater. This will begin a period of multi-year growth with a midterm growth goal of \$20 Million in the year 2022. A key part of our growth in 2020 and beyond will come from international markets. The sales team has been planting seeds of growth all over the world, and in 2020 we will start to reap the benefits. Our most promising international market in 2020 is the country of Japan. In partnership with our dis-

하는 독점 기술 플랫폼입니다. 광범위한 식물 라이브러리는 완전히 색인화된 연구 자료로서, 전통과 역사적 용도에 따라 분류된 수만 개의 민속식물을 신속하게 검색할 수 있습니다. 파이토로직스는 민속식물의 예측발견을 위한 세계 최대의 정보원 중 하나로, 연구 과정의 초기 단계에 시간을 상당히 절약합니다. 유니젠의 연구 및 발견 과정은 타의 추종을 불허하며, 인간, 세포, 게놈 수준의 연구를 포함합니다.

이러한 탄탄한 기반 위에서 2020년은 의미 있는 성장의 시대를 시작하는 해입니다. 2020년 성장 목표는 25% 이상입니다. 2022년 2천만 달러 중반을 달성하며 성장기에 진입할 것입니다. 2020년부터 성장의 핵심은 해외 시장입니다. 영업팀이 전 세계에 성장의 씨앗을 심어 2020년에는 열매를 거두기 시작할 것입니다. 2020년 가장 유망한 해외 시장은 일본입니다. 우리는 유통 업체 CIC Frontier Co와 협력하여 가장 큰 단일 고객이 될 대규모 직접판매기업을 개척했습니다. 이러한 성장은 핵심 파트너인 네이처텍에도 주요 비즈니스 기회를 준



tributor CIC Frontier Co., we have developed a large direct to consumer business partner that will become our largest single customer in 2020. This is even more exciting as it will bring significant business to our fellow ECONETians at Naturetech. They are a key partner in accomplishing this growth. Additional international growth will come from both India and Canada. India continues to grow with our top ingredient Univestin® and will be Bakutrol® in 2020. In Canada we will see the launch of Univestin® by the two largest nutritional companies in the country. Much of this growth has been developed as a result of our 3, 5 and 7-day fast acting claims achieved through Unigen's regulatory efforts. Further growth will come on the cosmetic front with our strategic partner Estee Lauder. As you read this, Estee Lauder is in the midst of a major relaunch of our ingredient Nivitol®. They have increased the dosage and designed new packaging for one of their global, premier skin whitening product lines. They are also doing a worldwide marketing campaign to support the launch. Estee Lauder is continuing to work on the next generation of skin whitening using our novel ingredient UP274M. We are hoping to see this product launch in late 2021. In addition, Unigen is significantly expanding its presence in the animal care market in 2020. A combination product using Anivestin™ and AmLexin® launches Q1 2020 with a major partner in the veterinarian market.

PhytoLogix™ continues to be the cornerstone of Unigen USA and our most valuable asset. In 2020, we will continue collaboration with our key partners Coca Cola, Innophos, Johnson & Johnson and others. In addition, we expect to add one to two more major relationships. Unigen will be doing multiple clinical trials in 2020, including a Maizino™ sleep study and multiple cosmetic trials involving novel skin whiteners and anti-aging ingredients. On the research and development side we are accelerating our efforts on our third generation joint care product, multiple novel skin whiteners and multiple anti-aging cosmetic ingredients. All of these products have been in development for multiple years, and it is exciting to see them get closer to market launch.

2020 will be an exciting year for Unigen USA, and we appreciate your support. The future is exciting!

다는 점에서 의미가 큼니다. 추가적인 해외 시장은 인도와 캐나다입니다. 유니젠 최고 성분인 유니베스틴(Univestin®)이 인도 시장에서 계속 성장하고 있고, 2020년에는 바쿠트롤(Bakutrol®)이 뒤를 이을 것입니다. 캐나다에서는 캐나다 최대 기능식품 회사 둘이 유니베스틴을 출시합니다. 이러한 성장은 유니젠 규제팀이 3, 5, 7일 기간으로 클레임을 처리함으로써 달성되었습니다. 화장품 분야에서는 전략적 파트너인 에스티 로더와 추가적인 성장이 있을 것입니다. 에스티 로더는 유니젠 성분인 니비톨(Nivitol®)의 대대적인 재출시를 앞두고 세계 최고 피부 미백 제품 라인 중 한 제품에 니비톨 사용을 늘리고 새로운 포장을 디자인했습니다. 출시에 앞서 전 세계적으로 마케팅 캠페인도 진행했습니다. 에스티 로더는 유니젠의 새로운 성분 UP274M을 사용한 차세대 피부 미백제를 개발하기 위해 노력 중이며, 우리는 그 제품이 2021년 말에 출시되기를 희망합니다. 또한 유니젠은 2020년 동물 건강관리 시장에서 입지를 크게 넓힐 것입니다. 2020년 1/4분기, 주요 파트너와 함께 애니베스틴(Anivestin™)과 암렉신(AmLexin®)을 사용해 만든 복합 제품을 출시합니다.

2020년 유니젠 미국은 파이토로지스를 이용하여 주요 파트너인 Coca Cola, Innophos, Johnson & Johnson 및 여러 파트너와 공동 작업을 계속할 것입니다. 유니젠 미국은 2020년에 메이지놀(Maizino™) 수면 연구와 새로운 피부 화이트닝과 안티에이징 성분이 포함된 화장품 실험 등, 여러 임상 실험을 진행할 예정입니다. 우리는 제3세대 관절 관리 제품, 새로운 피부 미백제 및 노화 방지 화장품 성분에 대한 연구개발 노력도 가속화하고 있습니다. 이 모든 개발은 지난 수 년 동안 진행됐으며 이제 출시가 가까워졌습니다. 2020년은 유니젠에 흥미진진한 해가 될 것입니다. 에코네시안 여러분의 성원에 감사드립니다.





2019 PERFORMANCE

Unigen closed 2019 with close to \$8.5 Million in revenue, at par with 2018 sales. It was a year well spent investing in Unigen's 2020-2022 growth initiatives and positioning Unigen for a strong start to 2020 sales activity. 2019 sales reflected a slight shift in sales between market categories of Cosmetic, Non-Cosmetic and non-product related Services. Non-Cosmetic and non-product related Services increased slightly from prior year, while Cosmetic decreased somewhat due to delay in a global product launch to 2020. Domestic and International Sales saw a minor shift from 2018, consistent with underlying category sales and impact of international tariff challenges. Resources in 2019 were heavily focused on building the foundation for international sales in Asia, India, Canada and Brazil, as well as solidifying opportunities presented in the global cosmetic and pet care markets. November and December saw aggressive sales growth notably from Japan and cosmetic partner Estee Lauder, kicking off 2020 with \$4.4 Million in received orders. 2019 was literally a year of sowing resources to reap the benefits in 2020 and beyond.

2020 STRATEGY & FORECAST

Unigen forecasts 2020 as the start of a significant growth era for the company. Revenue goal is set at \$10.5 Million, with a growth goal of 25% or greater over 2019. Operating Income goal is \$228K. 2020 marks the beginning of a multi-year growth period, with next measurable benchmark targeted at \$20 Million by 2022. 2020's revenue goal reflects exponential growth in 3 key product markets (International, Cosmetic and Animal Care), as well as continued development of R&D collaborations and active clinical trials to support Unigen's sales and product development initiatives. International markets of Japan, India and Canada will see expanded sales of Unigen's joint health ingredient Uninvestin® and skin whitening ingredient Bakutrol®. Cosmetic growth is anticipated worldwide with a strategic product launch containing Nivitol® driven by our client partner Estee Lauder. Sales expansion in the animal care market includes launch into the veterinarian channel of a combination joint health product containing Aninvestin™ and AmLexin® targeted for Q1 2020. R&D growth focuses on existing long-term collaborations and building new partnerships, as well as investment in clinical trials relative to Unigen's product development in dietary supplement and cosmetic ingredients. Unigen anticipates significant investment in its scientific resources, commensurate with our extensive business goals and long-term strategy.

Intellectual Property

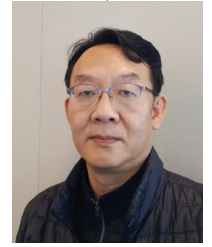
Worldwide Patent Potrfolio

- 55 Issued US Patents
- 110 issued foreign patents in 32 different countries
- 29 pending US patent applications
- 74 pending foreign patent applications

Unigen: Resumes in 2020

유니젠 한국: 2020 다시 시작한다

By **Sangyoon Lee** CEO, Unigen Korea
글 | 이상윤 대표 | 유니젠 한국



The year 2020 is the first year when Unigen Korea resume out of idle period. For the past 20 years since its establishment, Unigen served as the first step for ECONET's mission of "bringing the best of nature to human-kind." Utilizing Unigen's unique Phytologix platform based on a library comprising over 12,000 natural substances, we have discovered unique, biologically active natural substances to develop unique materials for cosmetics, functional food, and pharmaceutical products. Univestin, our functional food material for joint health, and our whitening material Nibitol received great success in the global market. Therefore, we are recently actively collaborating in R&D with prestigious global companies, such as Coca Cola and Johnson & Johnson, for a successful launch in the future.

As Unigen garnered success in the international market, a great tide of change occurred in the Korean Health & Beauty market in two ways. Thanks to the spread of the Korean wave and the improvement in China's spending level, the Korean H&B business expanded into China and Asia out of the domestic market. Since then, while the geopolitical conditions

2020년은 유니젠 한국이 수 년 간의 휴지기를 마무리하고 새로이 출발하는 원년이라고 하겠습니다. 설립 이래 이십여 년 간, 유니젠은 '자연의 혜택을 인류에게' 전달하자는 에코넷 미션의 첫 단추와 같은 역할을 수행해 왔습니다. 약 1만2천 종에 달하는 천연물 라이브러리를 기반 삼은 유니젠 고유의 파이토로지스(Phytologix) 플랫폼을 활용하여 독특한 생리활성 천연물을 발굴하여 기능성 화장품, 기능성 식품, 제약제품의 고유한 독자 성분을 개발해 왔습니다. 대표적으로 관절 건강을 위한 기능성 식품소재인 유니베스틴, 피부 미백 소재인 니비톨과 같이 세계 시장에서 인정받은 눈부신 성과를 거두었으며 최근에도 Coca Cola, Johnson & Johnson과 같은 우수 글로벌 기업과 R&D Collaboration을 활발히 전개하며 미래의 도약을 기약하고 있습니다.

유니젠이 해외 시장을 중심으로 이러한 성과들을 거두는 동안 한국의 Health & Beauty 시장에서는 두 방향에서 큰 변화의 물결이 나타났습니다. 한류의 확산과 중국의 소비수준 향상이 맞물리면서 한국의 H&B 산업은 내



caused the market to shrink slightly, Korea's solid manufacturing foundation and its status as a cultural powerhouse represented by the Korean wave will help overcome temporary difficulties and lead to another launch. In addition, the retirement of the first and second baby boomer generations and the entry into a super aging society is expanding the base of the Health & Beauty market, meaning that 2020, which marks the beginning of the next decade, is a shifting point for ECONET to launch another takeoff.

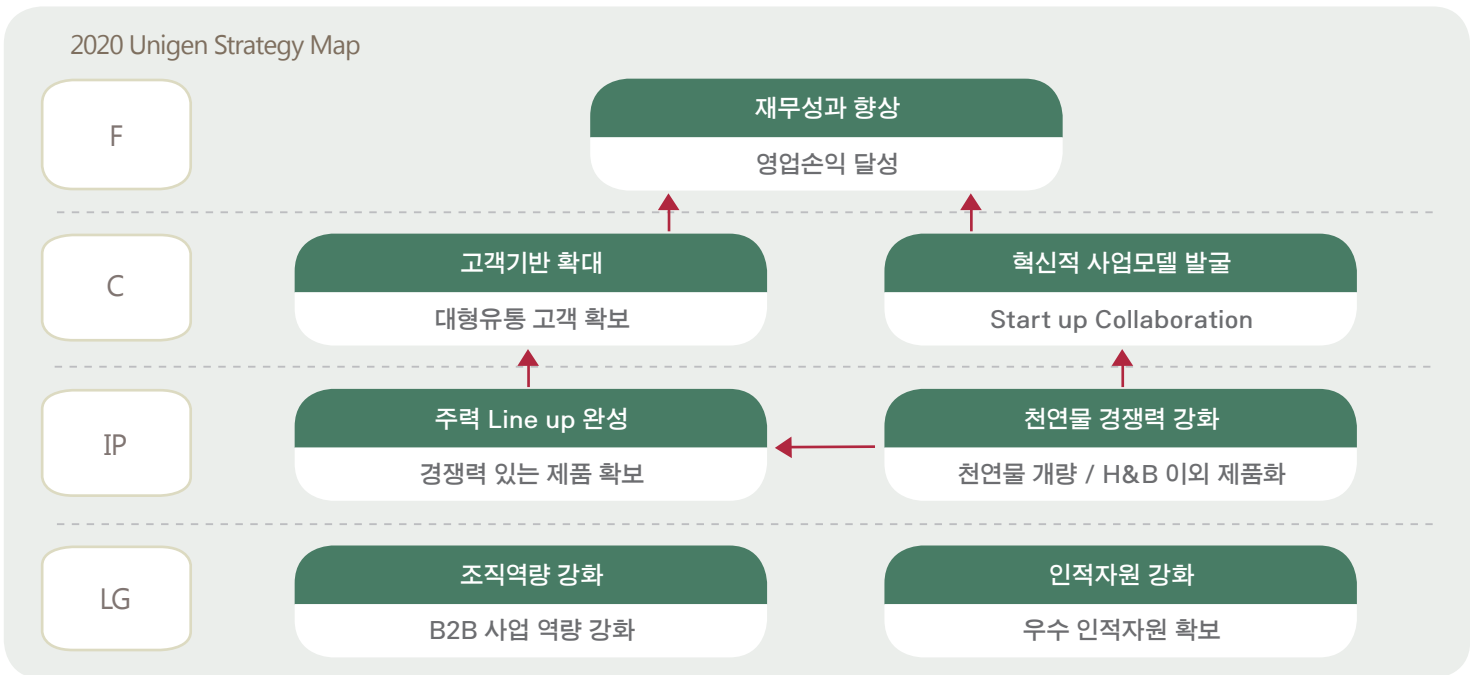
New, creative ideas and changes are required as we stand on the starting line of a new beginning. The Internet and mobile environment have risen as the largest distribution channel surpassing the traditional leaders of department stores and large supermarkets, and the overseas online direct purchase is being activated. Moreover, the communication method between companies and customers is expanding quickly to new media, including YouTube and Instagram.

ECONET has pursued its mission of bringing the best of nature to humankind through direct sale to consumers in the domestic and international markets and material sales for global companies based on its outstanding material competitiveness in the category of natural products over the past 40 years. At present, Unigen Korea will utilize the unique and diverse natural substances to concentrate on presenting unique products that address the demands and praises on Korean Health & Beauty products, which are increasing in volume in the world market, and products optimized for distribution through the newly growing online mobile channels. Change always comes in unexpected forms. However, the true meaning of such changes we encounter is our acquired ability to effectively present our outstanding natural substances in more ways to the larger, wider market. To bring the best of nature to more people, let us take a breath and compose ourselves.

수의 울타리를 벗어나 중국과 아시아로 시장을 확대했습니다. 이후 한때 지정확적인 이유로 다소 위축되었지만, 한국이 보유한 탄탄한 제조업 기반과 한류로 상징되는 문화 강국 위상은 일시적 부침을 극복하고 재도약하는 토대가 될 것입니다. 또한 1, 2차 베이비 붐 세대의 은퇴와 함께 고령화 사회를 지나 초 고령화 사회로 진입은 Health & Beauty 시장의 저변을 더욱 확대시키고 있어서 새로운 10년의 출발이 되는 2020년은 바야흐로 에코넷의 새로운 도약을 위한 전환점이라고 하겠습니다.

새로운 도약의 전환점에 선 우리에게 새로운 창의적인 아이디어와 변화가 요구되고 있습니다. 인터넷과 모바일은 전통적인 유통 강자인 백화점 대형마트를 제치고 최대의 유통채널로 부상했고, 국경을 넘어 해외 온라인 직접구매도 활성화하고 있습니다. 또한 기업과 소비자의 소통 방식도 유튜브, 인스타그램과 같은 다양한 뉴미디어들로 빠르게 확대되고 있습니다.

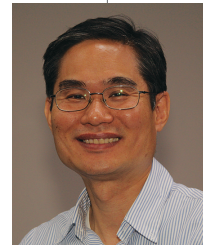
에코넷은 지난 40년간 천연물 분야의 우수한 소재 경쟁력을 기반으로 국내외 시장에서 소비자 직접 판매와 글로벌 기업에 대한 소재 판매를 통해 자연의 혜택을 인류에게 전하는 미션을 실천해 왔습니다. 이제 유니젠 한국은 우리의 독특하고 다채로운 천연물 소재들을 활용하여 새로이 성장하는 온라인 모바일 채널을 통한 유통에 최적화된 제품과 세계 시장에서 날로 증가하고 있는 Korean Health & Beauty 제품에 대한 호평과 수요에 부응할 수 있는 독특한 제품을 선보이는 데 집중하겠습니다. 변화는 항상 익숙하지 않은 생소한 모습으로 다가옵니다. 그런데 우리가 맞닥뜨린 이 변화의 참 뜻은 더욱 넓고 큰 시장에 우리의 우수한 천연물을 더 효율적으로 선보일 수 있는 다양한 방법이 가능하다는 뜻입니다. 이제 보다 더 많은 인류에게 더 많은 자연의 혜택을 전하기 위해 호흡을 가다듬어 봅니다.



Aloecorp: New Opportunities in the Next 30 Years

알로콧: 새로운 30년을 시작하며

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



New endeavors always involve hope, excitement, and resolution. Aloecorp anticipates greater leaps and expectations as it dreams of future developments. In 2019, Aloecorp Mexico celebrated its 30th anniversary, and in 2020, we plan for the next 30 years. American writer Napoleon Hill said, "The strongest oak in the forest is not the one protected from the storm and hidden from the sun. It's the one that stands in the open where it is compelled to struggle for its existence against the winds and rains and the scorching sun." Given this, as the top aloe company in the world, we look forward to overcoming challenges and difficulties as well as finding new opportunities in the next 30 years.

A company is like a living organism. The international environment continuously changes, but resources that respond to these changes become limited. We will respond these challenges with focusing on successful key elements. For Aloecorp, success means to maintain outstanding quality and establish production bases in major regions of the world based on customer trust. The strategy is to enclose the Earth with Aloecorp's growth belt.

In modern times, when competition exists across space and time, only companies that encompass the world through affordable logistics and high-speed communication will survive. Numerous companies emerged

새로움에는 언제나 희망, 설렘, 각오가 담겨 있습니다. 알로콧의 미래와 발전을 꿈꾸는 우리에게도 더 큰 도약과 기대가 있습니다. 2019년은 알로콧 멕시코가 창립 30주년을 축하한 해였습니다. 2020년부터는 또 다른 30년을 계획합니다. 미국 작가인 나폴레옹 힐(Napoleon Hill)은 "오크 숲에서 가장 튼튼한 나무는 폭풍우와 강한 햇빛으로부터 보호받는 나무가 아니다. 가장 튼튼한 나무는 살아남기 위해 바람과 비, 뜨거운 태양을 견뎌내야만 하는 트인 공간에 선 나무들이다."라고 했습니다. 전세계 최고의 알로에 회사로서 많은 도전과 어려움을 이겨내고 새로운 기회를 찾는 또 다른 30년을 이룩하려 합니다.

기업은 살아있는 유기체와 같습니다. 국제 환경은 항상 변화하고 그에 대응할 수 있는 자원은 제한되어 있습니다. 도전과 응전 속에서 성공하는 핵심요소를 골라 집중하려 합니다. 알로콧의 성공은 우수한 품질을 유지하고, 고객의 신뢰를 바탕으로 세계 주요한 지역에 생산기지를 구축하는 것입니다. 지구를 알로콧 성장 벨트로 껴안는 전략입니다.

현대는 경쟁이 공간과 시간을 넘어 존재합니다. 값싼 물류와 초고속 통신으로 전세계를 아우를 수 있는 기업만이 강자로 살아 남습니다. 10년의



and disappeared in a decade. Nevertheless, we have steadily expanded into new industrial areas and continents and laid out strategies to build a company that gets better each day and grows bigger each year. We find customers in each industry to introduce ourselves and bring the best of aloe. As we have seen, the Earth is wide, and customers are countless.

However, we do not have endless resources. We focus and invest resources on controllable challenges. To maximize profit, companies aim to increase effectiveness and efficiency. A company's efficiency can be said to be improved when managers and decision-makers directly converse without processes in between through simplification of its complicated organization.

Our company has continued to grow in the past decade. The driving force of this growth is the people—Aloecorp employees who welcome external changes and challenges as opportunities to create and implement strategies in building a better future for us.

Ultimately, Aloecorp is responsible for the life and future of its employees and their families. We work with a sense of duty to make plans and decisions that will improve the lives of our families and protect the health of our customers.

기간을 보면 수많은 기업이 나타났다 사라집니다. 우리는 꾸준히 새로운 산업분야와 대륙을 넓혀가면서, 어제보다 나은 내일, 작년보다 성장하는 올해를 이룩하는 전략을 펼칩니다. 산업별로 가능한 고객을 찾아 우리를 소개하고 알로에의 혜택을 전하여 꾸준히 고객을 발굴합니다. 지구는 넓고, 고객은 많습니다.

우리에게는 자원이 무한하지 않습니다. 우리는 통제 가능한 과제에 집중하고 거기에 자원을 투자하고자 합니다. 기업은 이윤을 극대화하기 위해 항상 효율과 효과를 높이기 위해 노력합니다. 조직의 능력은 복잡한 조직을 단순화하여, 직무 담당자와 의사 결정자가 중간단계 없이 직접 대화하여 결정할 때 향상됩니다.

알로콧은 지난 10년 동안 꾸준히 성장해 왔습니다. 성장의 동력은 사람입니다. 외부의 변화와 도전을 기회로 삼고, 이를 이겨내는 전략을 만들어 실행해내는 알로콧의 임직원이 더욱 나은 우리의 미래를 이룩할 것입니다.

마지막으로 알로콧은 모든 임직원과 그 가족의 삶과 미래를 책임지고 있습니다. 우리의 계획과 의사결정이 우리 가족의 삶과 생활을 향상시키고, 더 나아가 고객과 소비자의 건강을 지킨다는 사명감으로 일하고자 합니다.



Aloecorp in 2020

Winston Churchill was a leader who drew out hope and courage from the people of England even when bombs raided London during World War II. His winning strategy was the belief that “a pessimist sees the difficulty in every opportunity; an optimist sees the opportunity in every difficulty.” For Aloecorp, 2019 was a year of challenges and opportunities following the success of 2018.

As the Chinese government reinforced supervision on multilevel marketing companies following the Quanjian case, the sales of health food in China dropped sharply throughout 2019. Also, with the prolonged US-China trade war, the performance of the farm produce and the special crop market in the United States also deteriorated along with the health food manufacturing industry in China. However, while its performance in 2019 worsened because of external factors, Aloecorp expanded the base for growth with 40 new customers from the traditional aloe markets of cosmetics, supplements, beverage, and personal care industries, and 10 customers in the new market of pet/animal supplement industry and soil enhancement industry. After achieving its best performance in 2018, Aloecorp secured sufficient stock, which had been decreasing, to prepare for market expansion and prepared the capital for the production facility at Campeche, scheduled to be completed in 2021. The Gonzales Farm in Mexico is experiencing difficulty in management because of drought throughout the year, but we divided the farm into small sections and implemented a responsible management system. We expect these efforts in 2019 to pay off in the long term.

In 2020, first and foremost, we plan on expanding sales by increasing

customers in preparation for the Campeche facility that will be completed in 2021. In particular, we plan on increasing the share of aloe in the animal/pet feed market, a new industrial sector, and the sector of materials that promotes plant growth. Given this, our sales teams in the United States and China are scheduled to attend important trade shows and meet with major customers to promote our high-quality products and raise customer satisfaction.

The Campeche Farm grows over 750,000 aloe plants thanks to its rich soil, abundant underground water, and irrigation facility and is planning on planting additional 1,200,000 plants. The new factory has completed various licensing procedures and is currently deciding when to start construction with a goal of an early 2021 completion. Furthermore, we plan to expand as much as possible into Central and South American and European markets through the Campeche factory. The Gonzales Farm has been operated as an organic farm since 2016. We had to control the humidity during the dry season and dispense many workers to manage weed during the wet season because of climate change in the Tampico region. There, we are currently replanting over 2,500,000 aloe plants on top of a high-bed system, which effectively responds to the 10-month dry season by managing soil humidity. The replanting is scheduled to be completed by May.

Confucius once said, “If your plan is for 1 year, plant rice. If your plan is for 10 years, plant trees. If your plan is for 100 years, educate children.” Given this, in 2020, we should also discover and educate talented workers who will serve as the foundation for Aloecorp’s growth



알로콧의 2020년

윈스턴 처칠은 2차대전 중에 영국의 런던이 폭격을 받는 중에도 영국민에게 희망과 용기를 이끌어 낸 지도자이다. 그는 “비관주의자는 기회가 오면 안 되는 점만 찾는다. 낙관주의자는 난관 속에서도 기회를 찾아낸다.”라며 이기는 전략을 구사했다. 알로콧의 2019년은 2018년의 성공에 이어 다가온 도전과 기회였다.

중국에서 발생한 권건(桴健)사건으로 중국 정부가 다단계판매회사에 대한 감독을 강화하면서, 2019년 내내 중국시장의 건강식품판매는 격감했다. 또한 미국과 중국의 무역분쟁이 장기화하면서 미국 내 농산물과 특수작물시장, 그리고 중국 내 건강식품제조업체의 실적이 악화했다. 알로콧의 2019년 실적은 이러한 외부 환경 영향으로 악화했으나, 전통적인 알로에 시장인 화장품과 음료시장에서 40여 신규 고객과 새로운 시장인 반려동물식품산업과 토질개선시장에서 10여 고객을 발굴해 성장의 발판을 넓혔다. 2018년 최고 실적을 거두면서 감소했던 재고도 충분히 확보해 시장확대에 대비했고, 2021년에 완공 예정인 캄페체의 생산설비를 위한 자금관리에도 만전을 기했다. 기후변화로 인해 멕시코 곤잘레스 농장은 연중 가뭄으로 관리에 어려움이 있으나, 농장을 소구역으로 나누어 책임관리제를 시행했다. 2019년에 시도한 노력이 장기적으로 성과를 내리리라 기대한다.

2020년에는 무엇보다도 2021년 완공할 캄페체 시설에 대비해 고객의 수를 늘려 매출을 확대할 계획이다. 특히 새로운 산업분야인 동물과 반려동물의 사료 시장과 식물의 성장을 촉진하는 원료분야에 알로에의 점유율을 높히려 한다. 미국과 중국의 영업팀은 주요한 산업박람회 참석할 예정이며, 주요 고객과 직접 만남을 통해 우리의 우수한 품질을 알리고 고객만족을 높일 것이다.

캄페체 농장은 좋은 토질과 풍부한 지하수 및 관개설비로 75만여 포기의 알로에가 잘 자라고 있으며, 올해는 추가로 120만 주를 식재할 예정이다. 새로운 공장은 각종 인허가를 마치고 착공 시기를 점검 중이며, 2021년 초 완공을 목표로 추진 중이다. 우리는 캄페체 공장의 완공으로 중남미시장과 유럽시장을 최대한 확대할 계획이다. 멕시코 곤잘레스 농장은 2016년부터 유기농으로 재배하고 있다. 탐피코 지역의 기후 변화로 건기에 토양의 습도를 관리해야 하고, 우기에 잡초관리에 많은 인력을 들여야 하는 어려움이 있었다. 우리는 곤잘레스 전체 250만 주의 알로에를 휴을 돌워 만든 토경 고설베드 위에 다시 식재하고 있다. 재식작업은 5월까지 마칠 계획이다. 토경 고설베드는 토양의 습도 관리에 유리해 연중 10개월에 달하는 건기에 효과적으로 대응할 수 있는 잇점이 있다.

공자는 “1년을 준비하려면 곡식을 심고, 10년을 계획하려면 나무를 심어라. 하지만 100년을 준비하려면 아이들의 교육에 투자하라”고 했다. 알로콧 성장의 기반인 능력 있는 인재의 발굴과 교육에도 소홀히 할 수 없는 2020년일 것이다.



Aloecorp China: Walk half a Step ahead and Stand on our own

알로콱 중국: 반 걸음 앞서나아가 홀로서기

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



Given the uncertain economic and political situations and incidents locally and abroad, 2019 was a challenging year. In particular, as the Chinese government strengthened regulations because of the "Quanjian Incident" that seriously affected the safety of health food, Aloecorp China also had difficulties since the related industries suffered a 30%–40% decrease in sales in China.

Despite the failure to achieve its sales goal, Aloecorp China increased production effectiveness through cost saving and facility improvement to exceed the sales profit goal by 19.9%. To save production cost, we changed from diesel oil boilers to gas boilers and, through employees' endless research and efforts, improved the production process to increase production effectiveness. Aloecorp China renewed all certifications that a raw material company must be equipped with, to avoid any problem in the production and sales of products.

2019년은 국내외 경제·정치적 불확실한 상황과 사건 속에서 특히 힘든 한 해였습니다. 특히 건강보조식품의 안전성 문제에 심각한 영향을 미친 권건(权健)사건이 발생하여 중국 정부가 규제를 강화함에 따라 관련 업계의 중국 내 매출이 30~40% 감소하면서 알로콱 중국도 어려움을 겪었습니다.

알로콱 중국은 이러한 어려움 속에서도 비록 매출목표는 달성하지 못했으나 비용을 절감하고 설비 개선을 통해 생산효율을 증대하여 영업이익률(19.9%)은 목표를 초과달성했습니다. 경비절감을 위해 경유보일러를 가스보일러로 교체하고 생산효율 증대를 위해 생산공정을 개선한 임직원의 끊임없는 연구와 노력의 결과입니다. 뿐만 아니라 알로콱 중국은 원료기업으로서 갖추어야 하는 각종 인증을 모두 갱신하여 제품의 생산 판매에 차질이 생기지 않도록 대비했습니다.



Welcoming its 12th anniversary since establishing a factory in Hainan, Aloecorp China faithfully performed its role as a bridgehead that harvests stable materials and provides high-quality products to customers in Asia. Our largest challenge, however, is effectively lowering the high production cost. Moreover, our sales dependency, which is limited to a few companies, must be spread out.

Over the last 10 years, China achieved great economic development. Accordingly, the cost of labor increased threefold compared to 10 years ago. No matter how high the quality is, an expensive product is bound to be pushed back in the competition. To win customers' choice, all employees must prepare and practice to "walk half a step ahead." Environmental problem is also an obstacle to overcome. Otherwise, we will be kicked out of the market.

To overcome such problems, we must introduce automation facilities and retrieval devices that increase production effectiveness and implement water-saving construction methods. At farms, we must work on developing the seeding and planting method, construction of irrigation facility, and planning of soil improvement. In addition, let all employees contribute to cost-saving on a personal level.

For a company to achieve legal and healthy sales, the customer base must be diversified. Aloecorp China must improve the current sales method of relying on the sales of affiliated companies and a few large clients. To be successful in the market, we must participate in joint activities as early as the product development stage for consumers to continue purchasing our products. We will also research and develop new and diversified products, that client companies need, for expansion of the market.

Let us gather our strengths as employees this year to help Aloecorp China break free from the convention of relying on partner company sales and become independent by 2022.

하이난에 공장을 설립한 지 12년을 맞은 알로콥 중국은 안정적인 원료 생산과 아시아 고객들에게 질 좋은 제품을 공급하는 교두보 역할을 충실히 수행해 왔습니다. 하지만 우리가 극복해야 하는 가장 큰 도전은 높은 제조원가를 어떻게 얼마나 낮추느냐입니다. 아울러 몇몇 업체에 국한한 매출 의존을 최대한 빨리 벗어나는 것입니다.

중국은 지난 10년간 눈부신 경제 발전을 이뤘습니다. 이에 따라 인건비 또한 10년 전에 비해 3배가 상승했습니다. 아무리 품질이 뛰어난 제품도 비싸다면 경쟁에서 뒤쳐질 수밖에 없습니다. 소비자의 선택을 얻기 위해 임직원 모두 '영선반보(領先半步)'할 수 있도록 준비하고 실천해야 합니다. 뿐만 아니라 환경문제 또한 극복해야 하는 장애물입니다. 그렇지 못하면 시장에서 퇴출되고 말 것입니다.

이러한 문제를 극복하기 위해 자동화 설비 도입, 생산효율을 높이는 회수 장치 도입, 절수 공사 등을 시행할 것입니다. 농장에서는 품질 좋은 알로에 잎을 저비용으로 생산할 수 있도록 종식방법 개선, 관개시설 구축, 토질개선을 위한 방안 도출에 노력하겠습니다. 이외에도 임직원 개개인이 원가절감에 기여할 수 있도록 같이 노력합니다.

회사가 정상적이고 건강한 매출을 달성하려면 고객사를 다변화해야 합니다. 알로콥 중국은 관계사 매출과 몇 개의 대형 고객사의 매출에 의존하는 현재의 영업방식을 개선해야 합니다. 고객사의 신제품이 시장에서 성공할 수 있도록 제품개발 단계에서부터 공동 참여하여 우리의 제품을 지속적으로 구매하도록 영업활동을 전개해야 합니다. 고객사들이 필요로 하는 새로운 제품개발, 규격 등을 연구·개발하고 제품군을 다양화하여 시장확대에 노력하겠습니다.

알로콥 중국이 2022년에는 관계사 매출 의존에서 벗어나 홀로 설 수 있도록 기초를 다지는 올 한 해가 될 수 있도록 임직원 모두 힘을 모읍시다.



Univera-Rus: Keep going through Adversities

유니베라-루스: 우리는 역경을 뚫고 계속 나아간다

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



Expansion of the Dairy Farming Business

The dairy business was launched in 2016 to stabilize the local business as a precursor to the long-term strategic task of developing northern medicinal crops. Recently, the business overcame a setback in reproduction over the past two years and increased the production of dairy products to exceed the previous demands of milk stores, targeting 15,000 residents of the two villages in Khasan, Russia. As such, we opened the third directly operated store at Artyom, the third-largest city in Primorsky Krai, with a 100,000 population, in November 2019.

Compared to dairy products sold at large food stores, which are mass produced using milk collected from multiple dairy farms, our products from medium-sized farm have no price competitiveness, and the product's unique character is difficult to mass produce. Therefore, selling them in directly operated stores is more advantageous than consigned sales at general stores.

낙농사업의 확대

장기 전략과제인 북방약용작물 개발의 전 단계로 현지 사업 안정을 위해 2016년 시작한 낙농사업은 2년간의 번식 차질 문제를 극복하고 유제품을 증산하여 하산군 내 2개 마을 주민 1만5천 명을 대상으로 하는 기존 우유매장의 수요를 초과했다. 이에 인구 10만의 연해주 세 번째 도시인 공항 인근 아르쎌 시에 세 번째 직영매장을 2019년 11월말에 개장했다.

다수의 낙농가로부터 집유한 우유를 공장에서 대량생산해 대형 식품매장에서 판매하는 유제품에 비해 우리와 같은 중소 규모의 목장 제품은 가격 경쟁력이 낮고 제품의 독특한 장점을 살리기 어려우므로 일반매장 위탁 판매가 아닌 직영매장 판매가 유리하다.

하산군 유일 목장이라는 주민의 인지와 일체감을 바탕으로 하산군 2개 매장은 소비자와 바로 결합할 수 있었으나, 230km 정도 떨어진 아르쎌에는



The two stores in Khasan immediately formed a bond with customers because of the sense of unity shared by residents who are aware of Khasan's only farm. However, in Artyom, about 230 km away from Khasan, "Khasan Milk" suffers a disadvantage as it is a less popular brand competing against all other companies' affordable dairy products in large supermarkets. As such, we are carrying out regional advertisements and regularly hosting tasting events to secure customers by showcasing the flavor and quality of our products.

Our dairy business has not reached its goal yet. However, we are working on achieving our goal by promoting the plans that shift ahead of reproduction stabilization, milk yield increase, and establishment of urban stores, and expanding the sales of dairy products based on quality and trust. In addition, the experience of comparing the spending behavior of customers from urban and rural areas will be useful when considering other businesses in the future.

‘하산우유’ 브랜드의 인지도가 낮고 모든 업체의 유제품이 대형매장에서 싸게 팔리는 불리한 상황이므로 지역 광고와 매장 내 상시 시식행사를 통해 맛과 품질을 확인시키며 고객을 확보해가는 중이다.

낙농사업은 아직 목표에 도달하지 못했다. 하지만 번식 안정과 착유량 증대, 도시 매장 정착을 최대한 앞당기는 대책을 추진하며 품질과 신뢰를 기반으로 한 유제품의 판매 확대를 통해 목표를 달성하기 위해 노력하고 있다. 한편 도시 소비자를 접하며 농촌과 다른 소비 특성을 파악하는 경험은 유제품 판매만이 아니라 향후 가능한 다른 사업을 고려할 때도 도움이 될 것이다.

작물재배사업

낙농사업을 시작하며 ‘유비콤(UBICOM)’의 작물재배사업은 목장의 사료



Crop-Growing Business

Since the dairy business began, UBICOM's crop-growing business gradually shifted the core of its business to supplying fodder for farms. The profitability of growing crops is relatively low because of the supply market of agro-materials, such as seeds and fertilizers, being 250 km away, leading to additional transportation costs that amount to 10%–15% of the material price; low productivity compared to large-scale farm using cutting-edge machinery; and a highly humid climate near the ocean. This is why farms purchased more affordable grain fodder from outside and shifted to crop production that focused on roughage (silage, haylage, and hay).

We are preparing a complex farming system that compensates for the limitations of selling mainly the low-price feed. Using the compost from the farm, we will grow fruits that are easy to manage and suitable for the climate and process them into the complete products, such as jam, for tourists who visit Kraskino and the directly operated stores. By selling honey as a complete product through consigned beekeeping that utilizes honey plants, we will be able to add the brands "Khasan Jam" and "Khasan Honey" to "Khasan Milk," developing an integrated brand called "Khasan" to contribute to individual product sales.

Complex Tourism Service Business

As Khasan, blessed with a pristine natural environment, was the base of

공급으로 사업의 중심을 단계적으로 전환했다. 종자, 비료 등 농자재 공급시장으로부터 250km 정도 떨어진 까닭에 자재가격의 10~15%에 달하는 추가 운송비가 발생하고 대형 첨단농기계를 활용하는 대규모 농장에 비해 낮은 생산성과 바닷가 특유의 다습한 기상조건 등으로 곡물재배 수익성이 상대적으로 불리한 조건에서 농장은 곡물사료는 가격이 유리한 외부에서 구입하고 조사료(사일리지, 헤일리지, 건초) 중심으로 작물재배 형태를 변경했다.

목장에서 나오는 퇴비를 활용하여 기상조건에 적합하고 관리가 용이한 과일과 열매류를 재배하여 잼 등의 완제품으로 가공하여 직영 매장과 크라스키노를 찾는 관광객들을 대상으로 판매함으로써 가격이 낮은 사료중심 영농 매출의 한계를 보완하는 복합영농을 준비하고 있다. 밀원 식물들을 활용한 위탁양봉을 통해 꿀을 완제품으로 판매할 경우, '하산우유' 브랜드 외에 '하산잼' '하산꿀' 등의 브랜드가 추가되어 '하산'이라는 통합브랜드 식품으로 발전해 각 제품이 서로 도움을 줄 수 있을 것이다.

복합 관광서비스 사업

천혜의 청정자연환경과 발해제국 유일의 해상교역로, 조선 말기 항일 독립운동 거점이던 하산군의 특성에 따라 한인 러시아 이주사, 해외 항



only sea trading route of the ancient Balhae Kingdom and for the anti-Japanese independence movement during the late Joseon period, many curious Koreans and tourists visit the place to learn about the migration history of Korean to Russia and to explore the birthplace of the overseas anti-Japanese movement. But, Kraskino lacks accommodations and restaurants. For group visitors, Wisdomplace is increasingly used for lodging, education, and seminars and is expanding to offer meals as well. These meals are focused on various directly-produced dairy products unique to their restaurant to promote a business that combines production, sales, and relaxation, which often leads to purchasing products after meals. Despite the establishment's small size, it is already well received by visitors.

Vladivostok in Primorsky Krai, two hours away from Korea, is the nearest European city and is rising as a new tourist attraction with rapidly increasing Korean visitors per year. The number of Koreans who visited Primorsky Krai has increased from 220,000 in 2018 to 300,000 in 2019. As more visitors pay their respects at the Patriotic Martyr An Jung-geun Finger Cutting Alliance Monument, which Univera-Rus was involved in its construction and is currently managing, more people become aware of and appreciate Univera's contribution to the conservation of a precious historical monument abroad. Ultimately, the Russian government's policy and investment in developing Vladivostok in Primorsky Krai as the center of the Far East development strategy will positively affect the development of ECONET's business in Russia.

일운동 발상지 등의 역사적 의미를 찾아 해마다 많은 한국인 답사단과 관광객이 방문하고 있지만 크라스키노에는 숙박과 식사 시설이 부족하다. 단체방문객들의 경우 숙박뿐 아니라 교육과 세미나를 병행할 수 있는 공간으로 위즈덤플레이스(Wisdomplace)의 활용도를 높여가고 있으며 숙박 외에 식사를 제공하는 공간으로 사업을 확대하고 있다. 다른 식당에서는 맛볼 수 없는 다양한 직접 생산 유제품들을 중심으로 식단을 편성하여 식사 후 제품 구매로 이어지는 생산-판매-휴식이 결합된 발전된 사업을 추진하고 있으며, 아직 규모는 작으나 방문객들의 좋은 평가를 얻고 있다.

연해주 블라디보스톡은 한국에서 2시간 거리의 가장 가까운 유럽으로 홍보되며 새로운 관광지로 부상하여 한국인 방문객들이 해마다 급증하고 있다. 연해주를 찾은 한국인은 2018년 22만에서 2019년에는 30만으로 증가했다. 유니베라-루스가 건립에 기여하고 관리하는 안중근 의사 단지동맹비의 참배객도 늘어나면서 해외의 소중한 역사유적 보전에 유니베라가 기여하고 있음을 새로 알고 감사하는 사람도 많아졌다. 모스크바, 상트페테르부르크에 이어 연해주 블라디보스톡을 극동개발전략의 중심지로 발전시키려는 러시아 정부의 정책과 투자는 향후 에코넷의 러시아 사업의 발전에도 긍정적인 효과를 가져 올 것이다.

Hilltop Gardens: Challenge in Progress as a Pioneer of ECONET Farm

힐탑가든: 도전은 계속된다

By **Joseph Kim** CEO, Hilltop Gardens
글 | 김수겸 대표 | 힐탑가든



When introducing Hilltop Gardens on *ECONETWAY* in 2011 and 2014, I used the phrase "Pioneer of ECONET Farm." This is partly of course because Hilltop Gardens is the first farm operated by ECONET, but more importantly, because Hilltop Gardens was dedicated as Texas historical marker for the reason that Lee Ewald founded it as the first commercial aloe vera farm in 1939. We invested much time to develop an environment-friendly farming technique through academy-industry cooperation along with continuous efforts to achieve an economical independence of our farm over the past few years. Risking deficit and maintaining experimental trials was not easy. We, however, maintained positive faith and proceeded in times of difficulty and pain. When you send your brain the message that you are a successful person, it actually believes it and behaves accordingly. In 2020, Hilltop Gardens faces many assignments. Believing that positive faith leads us to the path of success, we march forward with the following goals.

First, remodel the factory and establish a Purified Leaf Processing Line facility to manufacture organic materials that contain the active ingredients of aloe through a process specialized for the historic value of Hilltop Gardens and the natural conditions of Texas.

2011년과 2014년 <에코넷웨이>에 힐탑가든을 소개할 때 '에코넷 농장의 선구자'라고 소개했었습니다. 그것은 물론 힐탑가든이 에코넷이 최초로 운영한 농장이기 때문이기도 하지만, 이월드(Ewald) 여사가 1939년부터 최초로 알로에를 상업적으로 재배하기 시작한 까닭에 현재 역사유적지로 기념하고 있는 곳이기도 하기 때문입니다. 그 역사유적지 위에 지난 수 년 동안 농장의 자립경제를 위한 지속적인 노력과 함께 산학협동을 통한 친환경 농업개발을 위해 많은 시간을 투자하였습니다. 적자를 감수하면서 실험정신을 유지한다는 것은 너무나 힘든 작업이었습니다. 하지만 그런 어려움과 고통의 시간 속에서도 긍정의 신념을 갖고 추진하였습니다. 스스로에게 성공한 사람이라는 메시지를 전달하면 두뇌가 그것을 사실로 믿고 그렇게 기능한다고 합니다. 2020년 힐탑가든 앞에는 많은 과제가 놓여져 있습니다. 긍정적인 신념은 우리를 성공의 길로 이끈다는 것을 믿으며 다음과 같은 목표를 두고 앞으로 나아갑니다.

첫째, 공장 리모델링과 최적의 Purified Leaf Processing Line 설비를 구축함으로써 힐탑가든의 역사성과 텍사스 천연의 자연조건에 특화된 공정으로 알로에 유효성분을 그대로 담은 유기농 소재를 제조해 냅니다.



Second, minimize the threatening factors of farming and induce maximum yield at the farm. Prepare for cold weather damage, the largest risk factor at the Texas farm, based on scientific basis using wind machine and artificial heating system and practice farm management with the goal of harvesting an average of 10kg per a plant for the year after two years of planting.

Third, successfully complete the new material development project for new products of Univera Korea with Univera Korea. The goal is to launch in Korea the first organically processed and certified aloe health functional food that has been verified through scientific Omics research of the materials of Hilltop Gardens that contain the active ingredients of aloe.

Fourth, complete the soil health program, which is an academy-industry collaboration with the Sustainable Agriculture and Rural Advancement (SARA) Team. Through this program, we will plant various cover crops, measure the improvement of soil fertility and analyze the data to see which cover crop most benefits which soil and induce the results of three years of experimentation.

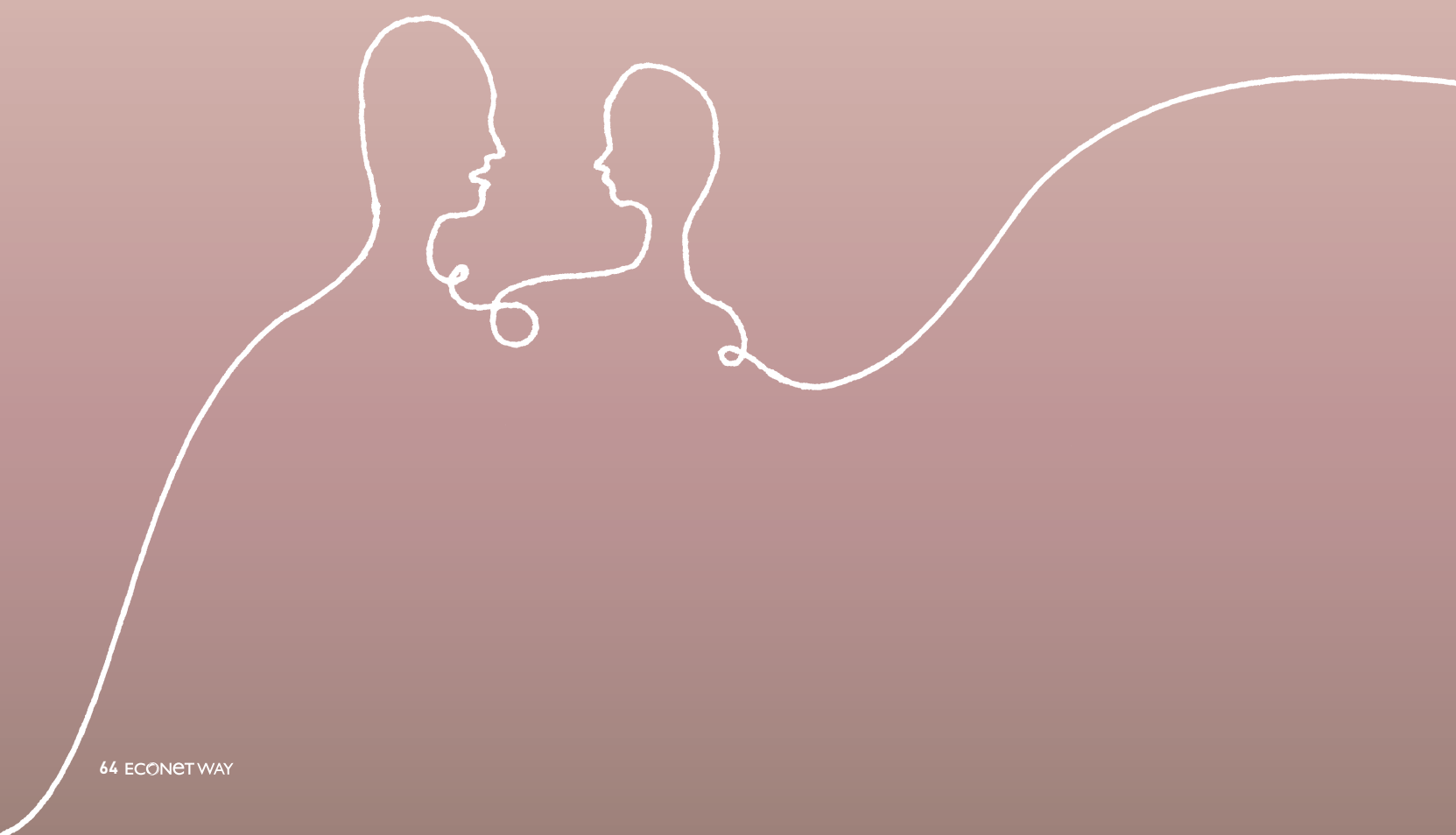
We will prove the value of Hilltop Gardens to ECONET with the challenge-taking and creative mindset that yields the best results. Now is time for Hilltop Gardens to bear fruit for all its hard work.

둘째, 농장에서는 농사의 위협 요소는 최소화하고 수율은 최대치로 도출해 냅니다. 텍사스 농장의 가장 큰 위협 요소인 냉해를 과학적인 근거에 의하여 wind machine와 Artificial heating system으로 대비하고, 식재 후 2년 후부터는 1년 평균 주당 10kg 수확을 목표로 농장관리를 실천합니다.

셋째, 유니베라 신제품을 위한 신소재 개발 프로젝트를 유니베라와 함께 성공시킵니다. 유효성분을 그대로 담은 힐탑가든의 소재를 과학적 Omics 연구로 검증한 국내 최초 유기 가공 인증 알로에 건강기능식품을 출시하는 것을 목표로 진행합니다.

넷째, SARA (Sustainable Agriculture and Rural Advancement) 팀과의 산학협동 프로그램인 Soil Health Program을 완성시킵니다. 이 프로그램을 통해서 Cover Crop (녹비작물) 여러 종류를 심어 보고 토양의 지력 향상을 측정하여 최종적으로 어떤 토양에 어떤 녹비작물이 가장 큰 효과를 가져다 주는지를 데이터 분석을 통해 3년의 실험 결과를 도출해 낼 것입니다.

최상의 모습을 끌어낼 수 있는 도전적이고 창조적인 자세로 힐탑가든의 가치를 반드시 창출해내어 에코넷 여러분 앞에 펼쳐 보이겠습니다. 이제 힐탑가든의 도전이 결실을 맺을 때이기 때문입니다.



ECONETian the Star Bearer

세상에 별을 전하는 사람들

ECONET's core competency is driven by its vertical integrated network from farm to family, science and technology involved in our R & D efforts and, above all, the people bonding over passion and trust. ECONET has been able to continue its over 40 years of success and realize its mission and vision and share dreams together because ECONETians always have been the passionate colleagues uniting in trust, sharing purpose, dreams and happiness, and sustaining by health and wellness. We introduce the best ECONETians who practices the core values of ECONET at ECONET Family of Companies and Univera Planners in Korea and associates in North America who take the lead in "bringing the best of nature to humankind" in the field. (Editor's notes)

에코넷 핵심역량은 농장에서 가정까지 수직계열화한 에코넷 네트워크, 천연물 연구 개발의 과학, 그리고 무엇보다도 열정과 신뢰로 뭉친 에코넷 사람들이다. 에코넷 40여 년 역사가 에코넷 미션을 실현하고 비전을 달성하고 꿈을 함께하며 풍요를 이룬 건 오로지 에코넷 사람들이 열정으로 도전하고 신뢰로 협업하고 나눔으로 봉사하고 건강으로 지속했기에 가능했다. 에코넷 가족 회사에서 핵심가치를 실천하는 우수 에코네시안을 비롯해 현장에서 앞장서 자연의 혜택을 전하는 한국 유니베라 플래너, 유니베라 미국 어소시에이트를 소개한다. (편집자 주)

ECONET Heroes

우수 에코네시안

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

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



第一季度
优秀员工

梁秀霞 生产部 去头尾操作工

梁秀霞同志是生产部去头尾岗位一名操作工。

推荐事由:

1. 梁秀霞同志自2008年入司至今已12年, 是位老员工12年以来, 工作勤勤恳恳, 用心, 细心; 该员工人品端正, 工作热情高, 工作中锐意进取, 有团队精神, 善于合作, 与同事相处和谐, 对公司忠心耿耿。
2. 去头尾岗位是整个生产部最用体力与耐力的岗位, 12年来, 工作没有挑三捡四, 一直在去头尾岗位默默的工作, 在本岗位生产效率是最高的员工之一, 在公司组织的四届“去头尾、剥皮”比赛中每次都名列前茅。
3. 从2018年7月份起, 粗洗岗位对外承包, 生产全叶时, 爬坡带、去渣带及周围卫生, 最后一罐料液的渣都安排去头尾岗位去完成。最后这些任务都落在王李香等人的头上, 并且很好的完成任务。她的认真、细心、忠心是生产部的楷模, 深得大家的认可。



第一季度
优秀员工

黄亚菲 后勤部 保洁班长

黄亚菲同志自2008年3月入职公司, 作为保洁人员一直工作勤勤恳恳, 任劳任怨。该同志工作热情高, 具有良好的团队精神, 善于合作, 不仅能够完成本职工作, 更能带领保洁团队支援生产。

自2017年下半年起, 随着生产产量的增加与人力的缺失, 给每日的生产带来了很大的压力。直至2018年下半年增加中班生产才有所缓解。直至今现在, 后勤保洁团队一直在黄亚菲同志的组织下, 完成清洁工作的同时合理的支援生产, 对保障生产做出了贡献。在同时进行几项工作的情况下, 黄亚菲同志组织保洁团队, 合理安排工作。不仅完成了本职工作, 也兼顾了其他部门的配合工作。

Aloecorp 中国
优秀员工 2019



第二季度
优秀员工

周小娜 质量部 QC

周小娜同志自进公司质量部以来，工作勤奋主动，任劳任怨，克服学历低、经验少的短处，积极、虚心向老员工学习请教，通过自身的努力学习新知识，不断提高自身的业务水平和工作技能，从一位什么都不懂的员工成长为一个充满工作技能，积极向上的劳动能手。同时，周小娜同志有着认真严谨、尽善尽美工作标准，在质量部员工里树立了良好的形象，起到了学习带头模范作用，受到公司领导、质量及兄弟部门的大力赞赏。虽然没有奇光异彩的工作成绩，但从工作态度、思想品德、工作能力、学习能力等都可成为一名优秀的员工。



第二季度
优秀员工

李保才 后勤部 电工

李保才同志2008年6月4日入职公司，现在担任后勤部电工。该员工的工作较为繁杂，除电工工作外，厂区环境相关所有工作都会参与。比如打蛇驱虫、下水疏通等。另外，本年度第二季度该员工工作认真负责，特别在以下方面表现突出：

1. 配合工程部连接PE管道安装水表的泄压阀。
此项工作自行完成，节省外协人工费。
2. 质量部办公室空调冷凝水排放管改良。
3. 质量部QA办公室窗户维修。
通过李保才同志的努力尝试，在上述工作中节省了外协费用的支出。



第三季度
优秀员工

王李香 生产部 去头尾操作工

王李香同志是生产部去头尾岗位操作工。

推荐事由：

4. 王李香女士—她在进工厂不到一年时间内通过自身努力，不断的挑战自我，以最短的时间学习去头尾、剥皮技术，工作勤勤恳恳，认真用心；该员工人品端正，工作热情高。
5. 在干燥岗位缺员的情况下，听从主管的安排，顶岗干燥岗位，在干燥技术员的指导下，在很短的时间内就能独自操作。
6. 从2018年7月份起，粗洗岗位对外承包，生产全叶时，爬坡带、去渣带及周围卫生、最后一罐料液的渣都安排去头尾岗位去完成。最后这些任务都落在王李香等人的头上，并且很好的完成任务。

作为一名新人，她工作认真负责，用心主动，服从安排，踏实，深得大家的认可。为车间整个团队带来新的风气。



第三季度
优秀员工

符国权 后勤部 绿化员

符国权同志2007年7月9日入职公司，现在担任后勤部绿化专员。该员工平时工作勤勤恳恳，能够积极主动的完成本职工作。特别是在跨部门协同工作中有以下较为突出的表现：

4. 周末在人员缺少的情况下，协助工程部紧急清理高压线周边断树断枝；
5. 协助工程部完成高空架子的防锈漆刷漆工作；
6. 协助工程部使用砖块、水泥完成污水处理池下水管通道的封堵；
7. 及时处理路边积水；
8. 协助生产部进行芦荟渣打包装袋与码放工作。

在上述工作中，通过符国权同志的积极配合与参与在不请外协人员的情况下圆满的完成了任务，节省了额外费用的支出。

王茹 采购部 采购助理

第四季度
优秀员工



1. 推荐背景事项

- : 公司美出口1吨产品需用13个木托盘。
- : 按2020年预算, 预计出口韩国共需用木托盘221个 (= 17 ton X 13个)
- : 公司目前使用干燥带进行产品干燥。
- : 每年使用干燥带约550kg。须开发新的供应商。

2. 推荐原因

: 该员工不仅做好了本职工作, 在节约成本寻找新的供应商方面积极进行调查, 给公司节约成本做出了贡献。

分类	原价	现价	备注
出口用木托盘	200 元/个	125 元/个 (成本节约32.5%)	年度使用量: 221个 (2020预算标准) ▶ 年度节约成本约16,575元
干燥带	\$37.85/kg	\$14.96/kg (成本节约60.5%)	年度使用量: 550 kg (预计) ▶ 年度节约成本约\$12,589.5

3. 鉴于上述所做的努力, 每年节约采购成本104,437.3元, 特推荐其为2020年第4季度优秀员工 (汇率(12/16) : ¥6.9949/\$)



第四季度
优秀员工

黄春满 生产部 去头尾操作工

黄春满能够成为一名优秀员工, 这必有它的特别之处。黄春满同志是生产部去头尾岗位的一名操作工。

推荐事由:

- 7. 黄春满女士—她在进工厂这段时间内通过自身努力, 不断的挑战自我, 以最短的时间学习去头尾、剥皮技术, 工作诚诚恳恳, 认真负责。
 - 8. 从去年七月份起, 粗洗岗位对外承包, 酶解岗位的芦荟渣都需要她去完成, 并且能很好的完成去渣任务。
 - 9. 从去年七月份起, 粗洗岗位的清洁也能很好的完成。
- 作为一名新员工, 她工作认真、用心, 服从安排, 踏实前进, 该员工人品端正, 有团队精神, 善于合作, 与同事相处和谐, 为车间整个团队带来新的风气。



第四季度
优秀员工

蒋丽晶 财务部 工厂会计

蒋丽晶2017年1月9日入职公司出纳岗位, 2019年2月11日调岗担任财务部工厂会计。该员工工作认真负责、积极性高、乐于助人, 每日都能以高效的工作态度去完成任务。

推荐事由:

一、认真负责、踏实肯干

在工作中她服从领导的工作安排, 没有任何借口, 踏踏实实地对待工作。

认真审核公司报销单据, 拒绝不合理、发票不齐全的报销。按公司财务工作规定盘点后3日内结账, 她都按时完成或提前完成。

二、不断学习提高业务技能

2019年2月由出纳调岗工厂会计岗位, 对新的岗位她努力提高自己的业务水平和专业知识, 利用业余时间阅读会计相关书籍, 虚心向员工请教。今年第四季度报考初级会计职称考试。

三、通过学习税法优惠政策, 减少税费

通过学习税法优惠政策“按季度纳税和季度销售额或营业额不超过30万元, 将免征教育费附加、地方教育附加”使得徐闻分公司1-11月减少税费700元。今后每年税金将节省约760元。

Peter Choe
Unigen Shipping/Receiving Coordinator

Q1 2019



As a one-man warehouse, Peter plays a critical role in ensuring consistent inventory and order fulfillment for Unigen's samples and bulk ingredients to our customers and prospects. His exacting attention to detail is imperative for inspection, documentation and integrity of incoming and outgoing shipments, as well as tracking of Unigen's raw ingredients inventory. Peter ensures efficient processing of shipments with Customs/Courier Services and problem solves to resolve issues quickly and move the shipments forward. He monitors Unigen's raw ingredient inventory for shelf life and product turnover. In Q4 2018, Peter's role was especially impactful to meeting Unigen's year-end sales goals and customer satisfaction. He consistently exceeded expectations for execution of order processing and shipping. He met short timelines to fulfill sales orders with equally tight shipment deadlines. He audited and monitored inventory for Q4 and 2019 forecasts. Peter worked closely with Unigen Sales, Accounting and Naturetech to ensure adequate product inventories to satisfy orders, documentation was completed and drop shipments confirmed throughout holiday schedule to meet delivery timelines. Peter even came in during his Christmas vacation time to package and ship urgent customer orders. The Unigen Sales team recognizes and appreciates the valuable, meaningful role Peter plays in customer satisfaction and supporting Unigen's sales goals.



Megan Teigen
Unigen Research Associate

Q2 2019



Megan is a great team member to work with. She handles lab and office supply orders by monitoring the usage level and placing orders promptly. She takes on the work assignments without hesitation and always put her best efforts to deliver the best quality of work. Last quarter Megan was the scientist took the main responsibility to fractionate aloe polysaccharides from Aloe vera gel powders. It was a tedious and labor-intensive task. Megan worked closely with senior scientists to design the experiment protocol and to carry on the experiment with detailed records. The early phase of experiments did not yield the expected output and the lab equipment could not sustain the vacuum pressure required to fractionate Aloe polysaccharides. Megan never got frustrated and kept a high spirit to work with the vender to replace the faulty equipment. She made significant contribution to the ECONET collaboration project by precipitating 1 kg Aloe vera gel powder in 25 individual batches of experiments and produced enough amount of crude Aloe polysaccharides for ultrafiltration. Megan's persistence to pursue high quality research is an example of the passion of ECONET to bring the best of nature to humankind. Her cooperation and diligence at her research motivated her colleagues to act with integrity and with the worth of trust.



Q3 2019

Derek Winslow
Univera Digital Marketing Supervisor

Derek is a great leader and coworker in the marketing department. He tirelessly serves the goals and needs of Univera and the associates. He has done amazing work on the website, the various tools that the associates use in building their businesses. He has a wonderful, positive attitude that helps us all work as a unified team. Derek fearlessly assumes new responsibilities on a consistent basis and typifies the company values of Passion, Trust, Sharing and Health and Wellness. His work with the field as well as employees is unmatched as he always seeks to create what is best for the field. Great examples of this include is multi-faceted work at convention where he headed up the lab tours, ran the back stage logistics, assisted with setup and take down, produced speaker support materials, supervised the creation of convention launch tools, interfaced with Associates, and so much more!

Jeremy Son
Univera Applications Manager

Q4 2019



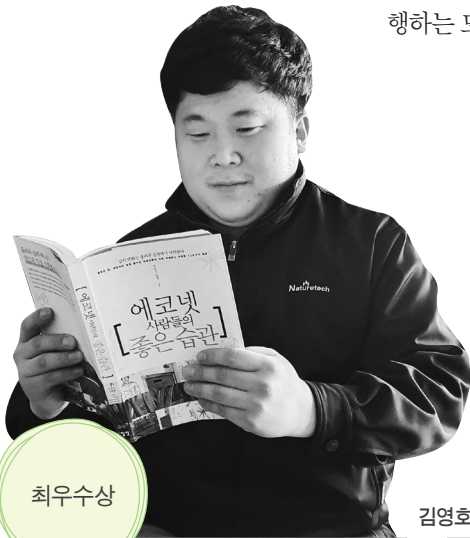
Jeremy has been working for Univera Korea & US for many years; he has showed his loyalty to the company and was very dedicated to Univera while working on the SAP project. Jeremy's dept. is always super busy to seek IT solution for all other depts. in the company. Whenever we face IT related problem, Jeremy is always the go-to person, because he is so knowledgeable and kind to everyone. He works very hard, long hours and even during the weekend, yet he never complains about that. He is truly asset to his dept. and to the company.

네이처텍 우수사원

김선녀 사원 | 생산팀(생산2반)

대상

2006년도에 입사하여 현재까지 식품2반에서 타정기를 맡아 8년 동안 남들보다 열정을 가지고 설비와 주변환경을 잘 관리하고 있습니다. 생산직원들 대부분이 맡기 꺼려하는 과립실에 배정되어 현재까지 5년 동안 기존 과립기는 물론 신규 과립기까지 도입된 확장된 공간에서 설비를 유지·관리하고 있으며, 자신의 업무에 대한 보람과 자부심을 갖추고 있습니다. 이러한 긍정적인 마음과 자세는 동료들에게 신뢰를 주고, 열정과 책임감으로 묵묵히 제 역할을 충실히 수행하는 모습은 에코네시안의 모범이 되고 있습니다.



최우수상

김영호 사원 | 생산팀(생산2반)

신입사원으로 2019년 입사해 본인이 맡게 된 직무에 대한 열정과 목적의식을 가지고 코팅 설비를 주야로 가동하면서 실력을 연마하고, 성과를 실현하였습니다. 생산현장이 바쁠 때마다 동료들의 애로사항을 이해하고 동료들을 배려해 먼저 술선수범합니다. 본인의 업무를 통해 좋은 제품이 만들어진다는 것을 알고, 선배 및 동료들과 생산지식과 경험을 공유하며 건강하게 성장하고 있습니다. 항상 밝은 성격으로 업무에 임하여 생산2반을 신나고 활기찬 일터를 만드는 에코네시안입니다.



우수상

허경진 대리 | 영업1팀

가녀린 몸을 이끌고 새벽이전 늦은 밤이건 장소가 어디든지 달리는 그녀는 영업본부의 '슈퍼워킹맘'입니다. 본인의 공백으로 과중된 업무에 노출된 팀원들을 위해, 그리고 그녀를 기다리는 수많은 고객사와 담당들을 위해 출산휴가 중에도 업무처리를 도왔던 허경진 대리는 열정과 책임이라는 단어와 멀어질 수 없는 사람입니다. 출산휴가 복귀 후 그녀의 손길을 통해 많은 신제품들이 출시되었고, 그녀로 인해 2019년도 네이처텍의 OEM영업은 성장을 이룰 수 있었습니다. 무슨 일이 생기면 달려가는, 영업본부의 대체불가 '슈퍼워킹맘' 허경진 대리는 열정의 에코네시안입니다.

Aloecorp Mexico

Empleados del Trimestre 2019

1st Trimestre 2019

WALTER GOMEZ

Ha adaptado tubería de riego de tal forma que el número de cañones ha aumentado de 3 a 6 cañones, dando como resultado un mayor rango de área y optimizando los tiempos de riego.

He has adapted irrigation pipe so that the number of canyons-sprinkler has increased from 3 to 6, resulting in a greater area range and that means more aloe plants seeded with water supply, optimizing irrigation times and hence a mayor yield per area unit.

JUAN CORDOBA

1st Trimestre 2019

Capacita y participa activamente en la elaboración de los procedimientos de operación de la secadora, para que el nuevo personal pueda ser capacitado eficientemente.

He actively participates in the development, and updating, of the standard operating procedures (SOPs) of the dryers (MCDs); this activity helps to keep SOPs updated and serves as a support for re-training of active production staff and, above all, is valuable training support for new staff. Training promotes a continuous improvement philosophy, better operations control, high quality and reduces product events out of specification (OOS).

1st Trimestre 2019

DIEGO ARMANDO

Dando soporte en ambos turnos dando una respuesta más rápida disminuyendo los tiempos muertos en el are de producción.

He is a skilled mechanic who always has given a fast attention to solve either mechanical as electrical failures; this has been helping to reduce the shut downs in production area improving thus a better production capacity; innovation and commitment is a personal attitude to get our objectives.

FELICIANO PEREZ

2nd
Trimestre
2019

Poniendo su experiencia en la reparación de maquinaria, así como la preparación de terreno para cultivo de manera rápida.

His expertise in both machinery repair and fast terrain preparation for seeding, makes him be a valuable team member who attitudes involving and motivating to all staff.



2nd
Trimestre
2019

ALEJANDRA ALVAREZ

Planeación y control diario en los camiones de hoja en patio, organización de proveedores en coordinación con el departamento de Control de Calidad, evitando sobre compra de hoja de sábila.

Daily planning and control on leaf trucks in the yard; Supplier organization in coordination with the Quality Control department; prevent over the purchase of aloe leaf. Optimization and skilled logistic organization.



2nd
Trimestre
2019

NADIA RAMOS

Muestra iniciativa para realizar actividades adicionales contribuyendo al logro de los objetivos del departamento, así como cubrir las vacantes temporales realizando ambas actividades.

Shows initiative, carry out extra activities to get the department objectives; at the same time, she covers the temporary vacancies, Initiative and commitment.



3rd
Trimestre
2019

CARLOS MALDONADO

Después de un año en el cual se le asigno la tarea de controlar todas las entradas de hojas, filetes, además de las actividades diarias. Ha realizado un trabajo excelente para la compañía ahorrando considerables recursos y proponiéndome otras formas alternativas de administrar el negocio.

After a year in which he was assigned the task of controlling all the suppliers of leaves, fillets, in addition to daily activities, he has done an excellent job for the company saving considerable resources and proposing other alternative ways of managing the supply chain.



4th
Trimestre
2019

DIEGO ARMANDO

Solida actitud de servicio por encima de del objetivo, iniciativa y proactivo trabajando en mejorar los flujos de aire en secadoras 1 y 2.

Strong service attitude above the objective, initiative and proactive working to improve air flows in dryers 1 and 2.



4th
Trimestre
2019

MILAGROS MUÑOZ

Examinado de manera sobresaliente la información de materias primas durante el proceso evitando así reprocesos y producto no conforme. She is a skilled worker in the final powder aloe area. She is a jealous observant of all the failures present in the process equipment which can affect the final quality and she is a hard follower to improve the process.



4th
Trimestre
2019

OSWALDO HERNANDEZ

En sus actividades como técnico de laboratorio toma la iniciativa para resolver problemas relacionados con el equipos e instrumentos de laboratorio In his activities as a laboratory technician, he takes the initiative to solve problems related to both laboratory equipment and instruments. Lab equipment should work in an optimal fashion to ensure the accuracy of the results and this kind of contribution help us to get our objectives with our customers.

2019 Best Distributor Award Winners of Univer Korea

유니베라 2019 최우수대리점

Doing it the same way makes you the same person.
You must do it differently.

똑 같이 하면 똑 같은 사람이 된다. 다르게 해야 한다.

By **Young-seung Shin** Healing Aloe Distributor | 2019 Best Distributor (Nurture Category)

글 | 신영승 사장 | 치유의알로에 대리점 | 2019년 연간 최우수 대리점(육성부문)



It has been 34 years since I first started working with Aloe, and during these long years of experience in the aloe business, the most meaningful thing that happened to me was my two daughters. I was fortunate to give birth to the two most beautiful girls in the world. Had I not run Univera Distributor, I would not have been able to raise such great girls. Whenever we recruit new planners at the Distributor, I always tell them to come to Univera if they want to raise their children well. My younger daughter majored in Korean classical music and obtained her bachelor's degree and doctorate at the Ewha Womans University. She is currently working as a professor. My eldest daughter, who is taking pictures in here right now, has many dreams. She said, "I'm going to go to all of the prestigious schools." Thus, I had to work hard to send my daughter to those schools. She attended Peking University and Capital Normal University in China and the University of Pennsylvania and Harvard in the United States. She has graduated from law school at Chonnam National University and has a doctorate in law. My daughter is currently working as the chief secretary at the Healing Aloe Distributor.

제가 알로에를 접한 지 34년이 되었습니다. 34년 동안 알로에 사업을 하면서 무엇이 가장 뜻 깊고 보람 있었느냐고 물으면 저는 제 두 딸을 뽑습니다. 세상에서 가장 아름다운 두 딸을 낳았는데 만약 유니베라를 운영하지 않았다면 지금처럼 훌륭하게 키울 수 있었을지 모르겠습니다. 저는 대리점에서 증원할 때도 아이들을 당당하게 키우고 싶으면 유니베라에 오라고 말합니다. 왜냐하면 막내딸은 이화여대 석·박사에 국악을 전공하게 만들었고요. 지금 교수로 활동하고 있습니다. 첫째 딸, 지금 여기서 열심히 사진을 찍고 있는데요. 이 딸이 꿈이 참 많습니다. "명문대는 다 가봐야겠다"고 하더라고요. 제가 이 딸을 명문대에 보내기 위해서는 열심히 일해야 하잖아요. 그래서 중국의 북경대, 수도사범대, 미국의 펜실베이니아대, 하버드, 여기를 다 보냈습니다. 그리고 전남대학교 로스쿨을 졸업해서 법학 박사까지 취득했습니다. 지금은 치유의알로에 대리점에서 실장으로 일하고 있습니다.

모든 분들이 저를 만나면 이런 말씀을 하십니다. 국장님께서 어떻게 매년 상을 받고 좋은 성과를 내느냐고요. 방법은 하나라고 생각합니다. 제가 2002년에 치유의알로에 대리점을 상무지구에서 여는데 신도시여서 버스도 안 다니고 상권이 형성 안된 곳이었습니다. "1년을 잘 살고 싶으면 벼를 기르고, 평생을 잘 살고 싶으면



Everyone who meets me asks, "How could you win an award each year and achieve great results?" I thought there was only one way. In 2002, we opened a Healing Aloe Distributor in Sangmu District, which was a new town without bus or commercial district. As the saying goes, "If you want to live well one year, grow rice, and if you want to live your life well, have a dream." To achieve my dreams, I thought, "Doing it the same way makes you the same person. You must do it differently." That's why I came up with a thorough management plan. My goal was to meet 500 people a day. That's what I did. I started at 9:00 a.m. and met up with 500 people by 6:00 p.m., using up exactly 500 samples. Over 14 days, I met with 7,000 people. Numbers do not lie. A total of 700 people, which is 10% of the 7,000 people I've met, came to work on the opening day. I still provide lunch to those 700 people. I took each person and helped them settle. There are still nearly 400 employees who report to work at Healing Aloe.

Univera is a great company. As long as you do your best, you will achieve everything you want and need. I will continue to march forward and give it my best. Univera, fighting! Thank you.

꿈을 가져라." 저는 꿈을 이루기 위해서는 "똑같이 하면 똑같은 사람이 되기 때문에 남다르게 해야지." 이렇게 생각했습니다. 그래서 저는 경영철학을 철두철미하게 세웠습니다. 바로 '하루에 500명을 만나자'였습니다. 하루에 500명을 만나는데 아침 9시에 시작해서 저녁 6시까지 500명을 만나면 정확하게 500개의 샘플이 소진 되더라고요. 그렇게 14일 동안 7000명을 만났습니다. 숫자는 정확합니다. 7000명의 10%인 700명이 개점하는 날 출근했습니다. 저는 그 700명에게 지금도 점심을 제공합니다. 그리고 한 분, 한 분 같이 모시고 나가서 정착할 수 있도록 도와주다 보니 지금도 치유의알로에는 거의 400명이 출근하고 있습니다.

이번에 웰니스사업본부 본부장이 된 이원석 상무님께도 감사의 말씀을 드립니다. 2019년 12월에 진행된 증원 시상으로 2020년에 달려나갈 수 있는 힘이 생겼기 때문입니다. 그리고 '신의 한 수'로 나타난 중부영업팀의 신희팀장님, 올해의 사업 전략을 함께 논의하고 나니 2020년도에는 매출부문에서 최우수 대리점이 될 수 있겠다는 비전을 갖게 됐습니다. 감사합니다.

유니베라는 정말 멋진 회사입니다. 열심히 하면 목표, 원하는 것, 갖고 싶은 것 전부 이룰 수 있습니다. 앞으로도 저는 계속 정진하고 열심히 하겠습니다. 유니베라 파이팅! 감사합니다.

I am a lucky person

나는 운이 참 좋은 사람

By **Mi-young Jang** Saegongneung Distributor | 2019 Best Distributor (Growth Category)

글 | 장미영 사장 | 새공릉 대리점 | 2019년 연간 최우수 대리점(성장부문)



I joined the company with my eldest child on my back to cure his atopic dermatitis at the age of 27, and now, I'm already 54. I was lucky to have worked with aloe for such a long time. Looking back, 2019 was also a lucky year for me. I traveled with presidents of the Seoul and Gangwon Council and received training each month, receiving good energy. Thank you.

In 2019, I was able to enjoy demanding sales work, thanks to the considerate and accommodating Saegongneung executives and employees. Thank you very much. I also want to express my sincerest gratitude to Univera for the excellent products that raise the competitive power of distributor. In addition, I'm grateful to Vice President Won-seok Lee for making Rising Seoul such a great event. Thank you to Manager Yeon-jae Jung for suggesting the wonderful idea of Saemaul Undong Headquarters in the weak month of August, helping me come to work and sell. Lastly, even though she is not here today, I want to thank Chief Mae-ja Hwang at the Namdong Distributor who encouraged me, saying, "You have special eyes unlike others," when everyone said I was too young to do this business and taught me how to share happiness with people.

My mother passed away a month ago. She had many dangerous moments while being hospitalized over the last eight years, and I am thankful that she has parted well. I never told my mother how grateful I was. I want to thank her for helping me carry such good luck at a young age and come a long way. Thank you.

스물일곱 살에 우연히 큰아이 아토피를 낫게 하기 위해서 포대기를 입고 출근했던 사람인데 벌써 나이가 쉰넷이 되었습니다. 긴 시간 동안 알로에와 함께 하면서 저는 운이 참 좋은 사람이라고 생각합니다. 돌이켜보니 2019년은 부족한 제게 더욱 운이 좋았던 한 해가 아니었나 생각합니다. 서울 강원 협의회 사장님들과 함께 여행을 다니고 매달 교육을 받으며 좋은 기운을 받을 수 있었습니다. 감사합니다.

항상 배려하고 항상 조율해주는 멋진 새공릉 간부님들, 사원님들 덕분에 힘든 영업을 즐겁게 할 수 있었던 2019년 한 해였습니다. 그들에게 너무 감사합니다. 항상 좋은 제품으로 대리점의 경쟁력을 높여주는 본사에도 감사 드립니다. 작년에 라이징 서울을 멋지게 만들어주신 이원석 상무님께도 참 감사드립니다. 가장 취약한 8월, 새마을운동본부라는 멋진 아이디어로 출근과 매출을 잘 할 수 있게 도와주신 정연재 담당님께도 감사 드립니다. 이 자리에 계시진 않지만, 많은 분들한테 너무 어려서, 조직 사업에 맞지 않다는 이야기를 많이 들었는데, 저에게 유일하게 "너는 처음 봤을 때부터 남들과는 다른 눈을 갖고 있다"고 말씀 해주신, 그리고 많은 사람들과 함께하는 행복을 알려주신 남동대리점 황매자 실장님께 깊은 감사를 전하고 싶습니다.

마지막으로 한 달 전에 어머니가 돌아가셨습니다. 8년 동안 병원에 계시면서 해마다 고비를 넘기셨는데, 어머니가 하나님 품으로 잘 가셔서 감사한 마음입니다. 그동안 어머니께 감사하던 말을 못했습니다. 어린 나이에 좋은 운을 갖고 지금까지 올 수 있게 해주신 어머니께 감사하다는 마지막 말씀을 꼭 드리고 싶습니다. 감사합니다.

I will take responsibility for the next 30 years

앞으로 30년을 책임지겠습니다

By **Seong-ho Bae** Namdong Distributor | 2019 Best Distributor (Sales Category)
글 | 배성호 사장 | 남동 대리점 | 2019년 연간 최우수 대리점(매출부문)

Hello. My name is Seong-ho Bae, promoted to President at Namdong Distributor last year. I came here on behalf of Director Hyo-seok Bae and Chief Mae-ja Hwang. Thank you. We had a festival on January 9 to celebrate the 30th anniversary of Namdong Distributor. My father gave me a thick photo album and asked me to make a video. Looking at the photos containing the history of the Namdong Distributor, I became well aware of how hard my parents worked over the 30 years doing the same thing and maintaining the best business for such a long time. I learned how desperately and diligently they've worked.

Thirty years ago, my parents were my age. Before I got married, I had too many thoughts that I had trouble focusing. However, when I got married, I decided to focus on Univera. At first, the work did not suit me, and I didn't enjoy it that much. After settling down, however, I was able to adjust to the company by working out at the Distributor and doing gymnastics with the UPs. Of course, thanks to my good looks, people like me in general (laughs). Anyway, I felt really happy at the time. All concerns disappeared after I got married, and I understood that this was real happiness.

I think my parents wanted me to go on stage to own responsibility for the next 30 years. I will do my best to maintain our reputation as the best Distributor for the next three decades. Thank you!

안녕하십니까. 배효석 국장과 황매자 실장을 대신하여 올라온, 작년에 승진한 배성호 사장입니다. 감사합니다. 지난주 1월 9일이 남동의 30주년이어서 축제를 했습니다. 아버지께서 두꺼운 앨범을 주시면서 이걸로 영상을 만들어보라고 해서 보았더니 유니베라 남동 대리점이 생긴 뒤 지금까지의 사진들이 있었습니다. 그 사진들을 보면서 30년이라는 세월 동안 한 가지, 지금까지 해오신 것만으로도 대단한데 최고의 자리를 유지하고 있다는 것에서도 두 분의 노력이 얼마나 절실하고, 열심히 해오셨는지를 아주 깊이 깨달을 수 있었습니다.

30년 전에 부모님의 나이가 지금의 제 나이와 같습니다. 사실 제가 결혼하기 전까지는 워낙 머리에 잡생각이 많아서 집중을 잘 하지 못했습니다. 결혼을 하고 보니 유니베라에 정말 집중해야겠다고 생각했습니다. 처음에는 일이 제게 잘 맞지 않고 재미있지 않았습다. 하지만 결혼 후에 대리점에서 운동을 하고 유포님들과 함께 체조를 하면서 많이 적응할 수 있었습니다. 물론 제가 얼굴이 좀 잘생겨서 유포님들 말고도 많이 좋아하시지만 (웃음). 어쨌든 그때 너무 행복함을 느꼈습니다. 결혼 후에는 정말 잡생각이 모두 사라지고 지금 느끼는 행복이 진짜 행복이라는 걸 깨달았습니다.

제가 지금 이 자리에 올라온 이유는 앞으로의 30년을 책임진다는 의미로 부모님께서 저에게 올라가라고 말씀하신 것 같습니다. 그래서 최선을 다해서 앞으로의 30년도 최고의 대리점의 자리에 있도록 노력하겠습니다. 감사합니다!



2019 President's Award Winners of Univera North America

유니베라 미국 2019 최우수 어소시에이트

The prestigious Univera North American Presidents Award for outstanding leadership, their significant contributions, and their dedicated service to the Univera Inc. and the Univera community, went to Ms. Connie Lucas and Ms. Rita Eissmann. The Univera President's Award annually recognizes Field Leader/s who have unselfishly contributed their time and who have made significant contributions to the advancement of Univera Inc., their Univera Nation and Community. These leaders have a fearless passion for the success of their Associates, their Customers, and their Univera Company in North America, and beyond.

Leadership and Passion for serving customers

고객을 위한 리더십과 열정

By Ms. Connie Lucas
글 | 코니 루카스



Ms. Connie Lucas (on the left) served on the USA Field Advisory Committee in 2019, and she was a force behind implementing the Univera Gift Card program. Connie was instrumental in promoting the Customer pathways and Customer programs instituted by Univera in 2019. Her leadership and passion for serving customers is admired by all throughout the Univera community. In addition, Connie is highly respected as a team leader, and is always guiding and growing her team utilizing her MLM veteran experience. Ms. Lucas will continue her servant leadership in 2020 by being a key member of the Field Advisory Committee as well as serving on one of their sub-committees focusing on GIG-Economy and its potential to bring new customers to the MLM business channel.

Ms. Connie Lucas stated; "Receiving the 2019 President's Award was an honor among so many dedicated and talented associates. I was proud to share it with co-recipient and friend Rita Eissmann. To be recognized for my contributions and valued by Dr. Ralph Bietz for my insights meant a great deal to me.

Ralph's leadership and willingness to listen provided an environment of collaboration where the end result was the ability to serve for the good of all of Univera nation. Alongside brilliant leaders, we were able to create programs that supported our customers as well as our associates. We boldly initiated a community culture and education through social media groups and continue to build business with integrity, heart and purpose. I feel truly blessed to be recognized."

코니 루카스(왼쪽)는 2019년 미국 현장 자문위원회에서 근무했으며, 유니베라 상품권 프로그램을 시행한 주역이었습니다. 뿐만 아니라 2019년 유니베라가 개설한 고객관리 프로그램을 홍보하는 데 중요한 역할을 수행했습니다. 그녀의 리더십과 고객에 대한 열정은 유니베라 커뮤니티 전반에 걸쳐 존중을 받고 있습니다. 코니는 팀 리더로서 많은 존경을 받고 있으며, 항상 자신의 노련한 MLM 직접판매 경험을 활용하여 팀을 지도하여 성장시키고 있습니다. 코니 루카스는 GIG-Economy 및 MLM 비즈니스 채널에 새로운 고객을 유치하는 가능성에 초점을 맞춘 분과위원회에서 일하면서 동시에 현장 자문위원회의 주요 멤버로서 2020년에도 서번트 리더십을 계속 발휘할 것입니다.

코니 루카스의 수상 소감입니다.

"헌신적이고 재능 있는 많은 동료들이 있는데 제가 2019년 대표상을 받은 것은 대단한 영광입니다. 공동수상자이자 내 친구인 리타 에이스만과 함께 이 영광을 나눌 수 있어서 자랑스럽습니다. 랄프 비츠 박사로부터 내 공헌과 통찰력을 높이 평가받았다는 것은 나에게 큰 의미가 있습니다. 랄프 비츠 박사의 지도력 및 경청하려는 의지는 궁극적으로 모든 유니베라 네이션의 이익을 위해 협업 환경을 제공했습니다. 뛰어난 리더들과 함께 우리는 고객뿐만 아니라 어소시에이트를 지원하는 프로그램을 만들었습니다. 우리는 소셜 미디어 그룹을 통해 커뮤니티 문화와 교육을 대담하게 시작했으며 성실과 진심, 목적을 가지고 비즈니스를 계속 구축했습니다. 이러한 노력이 인정받은 점에 대해 진심으로 기쁘게 생각합니다."

Gift of Opportunity

유니베라, 기회의 선물

By Ms. Rita Eissmann
글 | 리타 에이스만

Ms. Rita Eissmann (on the right) is a top Field Leader at Univera, and is deeply involved in the support the understanding of the science integrated into Univera's premium and unique products. In addition, Rita chairs and hosts the Univera Wellness Wednesday Broadcast which serves all North America on a weekly basis. She interviews top Health and Science Professionals as well as bringing her own personal health and science expertise to the broadcast. In addition, Rita served on the Health and Science Professionals advisory committee in 2019, and will continue on the advisory committee in 2020. Her understanding of Univera's products, and her ability to communicate their key functional and scientific attributes in simple terms is respected by all.

Ms. Eissmann stated; "As I walked to the stage to (ecstatically) co-accept the 2019 Univera President's Award, I flashed back 11 years and remembered hundreds of faces, names and stories of the lives that have been so profoundly impacted by the benefits of Univera, and all who worked tirelessly to see her succeed.

My Father's successes (both physical & financial) came to mind as well as how Univera gifted me the ability to partner in business with a Professionally Acclaimed Chemist, revered Professor and my hero. I remembered how Dad would proudly state his health testimonial while wearing his Gold rank pin. Together with Univera, we created a legacy business of which my Mother gratefully benefits every month.

As Dr. Bietz addressed the audience, he stated that Connie Lucas and I were "fearless, bold, unwavering leaders". Each edification brought more faces and memories. I felt my determination to "Bring the Best of Nature to Humankind" grow stronger. I felt proud to represent Bill Lee & Univera. Dr. Bietz's recognition validated my efforts from this past decade and bolstered my resolve to GROW this company! The President's Award recognized our persistence, business ethics and pursuit to be better Servant Leaders.

This beautiful award is a tangible reminder of the joy and gratitude I experience and receive through my client's successes and life enhancements. It reminds me to stay "bold" in a world of doubt; To persist and guide with truth and passion and, most importantly: *Model business strength with integrity and compassion to all, as this is a gift of opportunity for all.*"

리타 에이스만은 유니베라 최고의 현장 리더로 유니베라의 고유 프리미엄 제품에 대한 과학적 이해를 전파하는 데 깊이 관여하고 있습니다. 또한 리타는 매주 수요일 북미 전역에 방송되는 <Univera Wellness>를 진행하고 있습니다. 이 방송을 통해 최고의 건강 및 과학 전문가들을 인터뷰할 뿐만 아니라 건강 및 과학 전문지식을 내보내고 있습니다. 리타는 2019년 보건과학전문가 자문위원을 지냈으며 2020년에도 자문위원회에서 계속 활동할 예정입니다. 유니베라의 제품에 대한 이해력, 간단한 용어로 제품의 주요 기능 및 과학적 속성을 전달하는 그녀의 능력은 모두에게 존경을 받고 있습니다.

리타 에이스만의 수상 소감입니다.

"2019 유니베라 대표상 공동 수상을 위해 무대에 섰을 때, 지난 11년 전에 걸쳐 유니베라의 혜택으로 지대한 영향을 받은 수백 명의 사람들의 얼굴, 이름, 이야기가 떠올랐습니다. 그들 모두의 지칠 줄 모르는 헌신으로 제가 성공할 수 있었습니다.

육체적으로나 금전적으로 성공한 아버지가 생각났습니다. 전문성으로 극찬을 받는 화학자이자 존경받는 교수인 나의 영웅, 아버지와 함께 일할 수 있는 기회를 제공한 유니베라가 떠올랐습니다. 골드 등급 핀을 꽂은 아버지가 당신의 건강상태에 대해 자랑스럽게 증언하시던 때가 생각납니다. 어머니 또한 고맙게도 매달 유니베라의 혜택을 받고 계시듯이 우리 가족은 앞으로 같이 이어갈 사업을 찾았습니다.

랄프 비츠 박사는 시상식에서 자신이 그렇듯이 내가 "두려움을 모르고 담대하며 흔들리지 않는 지도자"라고 강조했습니다. 생각할수록 더 많은 얼굴과 추억들이 떠오릅니다. "자연이 혜택을 인류에게" 전하겠다는 결심이 강해졌습니다. 나는 이병훈 회장과 유니베라를 대표하게 된 것이 자랑스럽습니다. 랄프 비츠 박사의 인정은 지난 10년 간의 나의 노력에 대한 인정이고 이 회사를 성장시키겠다는 나의 결심에 대한 보증입니다. 대표상은 우리의 끈기, 비즈니스 윤리, 그리고 더 나은 서비스 리더가 되려는 노력을 인정한 것입니다.

이 아름다운 상은 고객의 성공과 삶의 향상으로부터 내가 받은 기쁨과 감사의 표상입니다. 의심으로 가득 찬 세상에서 '담대하라고' 말하는 듯합니다. 진실과 열정을 갖고 꾸준히 나아가기 위해 성실하고 측은지심으로 모두를 대하는 우리 비즈니스 모델의 강점이 대단히 중요하며 이는 모두에게 기회를 선물하게 될 것입니다."

The Elderly as our Parents, All Children as our Own

모든 어른을 부모같이, 모든 아이를 자식같이

에코넷홀딩스 ECONET Holdings

서울 성동구 아차산로 78 에코넷센터 (우)04782
ECONET Center,
78 Ahasan-ro, Seongdong-gu, Seoul, 04782, Korea
Tel: +82-2-463-3100, Fax: +82-2-467-9988
www.econetholdings.com

유니베라 Univera Korea

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

네이처텍 Naturetech

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

유니젠 한국 Unigen Korea

서울시 성동구 왕십리로125 패스트파이브 3층 304호 (우)04766
304, 3F Fastfive, 125 Wangsimni-ro, Seongdong-gu, Seoul 04766, Korea
Tel: +82-70-4006-5000, Fax: +82-2-6964-7190

알로corp 중국 Aloecorp China

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

유니베라-루스 Univera-RUS

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



에코넷 USA ECONET USA

2121 South State Street, Suite 400,
Tacoma, WA 98405, USA
Tel: +1-253-274-7130
www.econetholdings.com

유니젠 미국 Unigen Inc.

2121 South State Street, Suite 400,
Tacoma, WA 98405, USA
Tel: +1-253-274-7160
www.unigen.net

알로콧 미국 Aloecorp USA (Headquarters)

2121 South State Street, Suite 400,
Tacoma, WA 98405, USA
Tel: +1-253-274-7120
www.aloecorp.com

유니베라 미국 Univera USA

3005 1st Ave. Seattle, Washington 98121, USA
Tel: +1-360-486-7500
www.newunivera.com

유니베라 캐나다 Univera Canada

479 West 16th Avenue, Vancouver,
BC V5Y1Z2, Canada
www.newunivera.com

힐탑가든 Hilltop Gardens

100 Lee Lane, Lyford, TX 78569, USA
Tel: +1-956-262-2176
www.hilltopgarden.com

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

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

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



- 0102 Donate a relief fund for Korean Organization for Rare Diseases for the 16 consecutive years
희귀난치성질환연합회 기금 전달(16년 연속) 유니베라 Univera Korea
- 0108 Seminar for Distributor Presidents (8~9)
전국 대리점 사장 세미나 유니베라 Univera Korea
- 0111 Leadership Development Workshop in San Diego, California (11~12)
현장 리더 연례 워크숍 유니베라 미국 Univera North America
- 0122 Patent Issued, Canada.
(Compositions and Methods for Managing or Improving Bone Disorders, Cartilage Disorders or Both)
근골격계나 연골 질환을 개선하는 합성물로 캐나다 특허 취득 유니젠 미국 Unigen
- 0122 Hug now available in Drugstore Mannings in Hong Kong
영유아 브랜드 허그(Hug), 홍콩 최대 드럭스토어 '매닝스' 입점 유니베라 Univera Korea
- 0220 3 Patents Issued, Korea (1. Compositions and Methods for Joint Health,
2. Compositions and Methods for Managing or Improving Bone Disorders, Cartilage Disorders or Both,
3. Bakuchiol Compositions for Treatment of Post Inflammatory Hyperpigmentation) (20~26)
염증성 과다색소침착 후처치 바쿠치올 합성물 등으로 한국 특허 취득 유니젠 미국 Unigen
- 0226 Chairman & CEO Bill Lee received an appreciation plaque from the Korea Health Supplements Association
이병훈 회장, 건강기능식품협회 창립 30주년 공로패 수상 유니베라 Univera Korea

01
January

02
February

03
March

2019



- 0303 Release a Joint Care Product through Television Home Shopping Networks
황금소재 관절 제품 홈쇼핑 출시 네이처텍 Naturetech
- 0305 Sign a memorandum of understanding with Women's Health Foundation
유니베라, 건강한여성재단과 사회공헌활동 협약 체결 유니베라 Univera Korea
- 0305 Participate in Natural Products EXPO West tradeshow in Anaheim, CA (5~9)
천연물 EXPO 참가 유니젠 미국 Unigen
- 0314 Patent Issued, Australia (Compositions and Methods for Joint Health)
관절건강 합성물 오스트레일리아 특허 취득 유니젠 미국 Unigen
- 0314 Sign a contract with Chongqing Sugong Technology Development Co., Ltd., China
중국 충칭서공기술발전과 Hug 브랜드 계약 체결 유니베라 Univera Korea
- 0318 Participate in FIC, China 2019 (18~20)
제23회 중국 국제 식품첨가제 및 식품원료 전시회 참가 알로코프 중국 Alocorp China 유니젠 미국 Unigen
- 0325 2019 CBME (Children-Baby-Maternity EXPO), Indonesia
인도네시아 CBME 유아산업 전시회 참가 유니베라 Univera Korea



- 0401 Open Verapy Program
베라피 프로그램 신설 **유니베라 Univera Korea**
- 0405 Celebrate ECONET's 43rd Anniversary
창립 43주년 **에코넷 ECONET**
- 0409 SupplySide East tradeshow, USA (9~10)
미 동부 서플라이사이드 소재 전시회 참가 **유니젠 미국 Unigen**
- 0429 Pet Food Forum, USA (29~5.1)
동물 사료 포럼 참가 **유니젠 미국 Unigen**
- 0430 Patent Allowed, Brazil (Compositions of Bakuchiol and Methods of Making the Same)
바쿠치올 합성물 브라질 특허 허가 **유니젠 미국 Unigen**

04
April

05
May

06
June



- 0507 Vitafoods Europe, Switzerland
스위스 기능식품전시회 참가 **유니젠 미국 Unigen**
- 0605 Patent Issued, Korea (Series of Skin Whitening (Lightening) Compounds)
피부미백 합성물 한국 특허 취득 **유니젠 미국 Unigen**
- 0617 Install a new granule making machine
신규 과립기 설치 **네이처텍 Naturetech**
- 0619 FiAC (Food ingredients Asia-China) 2019 in Shanghai, China (19~21)
제21회 중국 건강천연소재 및 식품소재 전시회 참가 **알로Corp 중국 Aloecorp China**
- 0626 Univera-Rus gained title to the ranch land of KRASKINSKOE.
유니베라-루스, 크라스킨스코예 목장 토지 소유권 등기 이전 **유니베라-루스 Univera-Rus**



- 0708 Univera-Rus gained title to the leased land of UBICOM
유니베라-루스 유비콤 임차 농지 소유권 등기 이전 유니베라-루스 Univera-Rus
- 0730 Patent Issued, New Zealand (Compositions and Methods for Joint Health)
관절건강 합성물 뉴질랜드 특허 취득 유니젠 미국 Unigen
- 0813 Sign a contract with KVI, Indonesia
인도네시아 KVI와 유아용 브랜드 Hug 거래 계약 체결 유니베라 Univera Korea
- 0814 The 8th Family Day Event: Invitation of the staff's children
제8회 임직원 자녀 초청 행사 네이처텍 Naturetech
- 0827 Sign a Collaboration Agreement with J&J
J&J와 연구개발협력협정 체결 유니젠 미국 Unigen

07
July

08
August

09
September

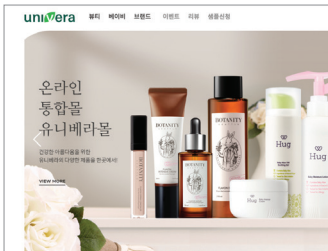
10
October



- 0903 K-BEAUTY EXPO in Ho Chi Minh, Vietnam (3~8)
베트남 호치민 K-BEAUTY Expo 참가 유니베라 Univera Korea
- 0913 Patent Issued, Hong Kong (Bakuchiol Compositions for Treatment of Post Inflammatory Hyperpigmentation)
바쿠치올 합성물 홍콩 특허 취득 유니젠 미국 Unigen
- 0914 The ceremony of 30th Anniversary at Aloecorp México
30주년 기념 행사 알로코프 Aloecorp
- 0925 Vitafoods Asia, Singapore (25~26)
싱가폴 건강기능소재 전시회 참가 유니젠 미국 Unigen
- 1006 2019 allure Beauty Fair in Korea
보타니티, 매거진 얼루어 주최 뷰티 페어 참가 유니베라 Univera Korea
- 1008 Patent Issued, USA (Bakuchiol Compositions for Treatment of Post Inflammatory Hyperpigmentation)
바쿠치올 합성물 미국 특허 취득 유니젠 미국 Unigen
- 1010 Patent Issued, Australia (Series of Skin Whitening (Lightening) Compounds)
피부미백 합성물 오스트레일리아 특허 취득 유니젠 미국 Unigen
- 1015 SupplySide West tradeshow, USA (15~19)
미 서부 서플라이사이드 소재 전시회 참가 유니젠 미국 Unigen



- 1122 Partnership deal with the Seoul Metropolitan Government
서울시와 제로페이 업무 협약 **유니베라 Univera Korea**
- 1124 Innophos Service Agreement Signed, USA
Innophos와 연구개발 서비스 협정 체결 **유니젠 미국 Unigen**
- 1126 Kimchi making event "Sharing: Tasty Kimchi, Tasty Sharing"
사랑의 김장 행사 **네이처텍 Naturetech**
- 1129 Open the third directly operated dairy goods store at Artyom
아르쎈 시에 세 번째 유제품 직영매장 개장 **유니베라-루스 Univera-Rus**
- 1202 Leader Distributors' Strategy Semina (2~3)
리더대리점 전략세미나 **유니베라 Univera Korea**
- 1204 ECONET Aloe selected as the World Class Product for the 17 consecutive years
'유니베라 알로에', 세계일류상품으로 17년 연속 선정 **유니베라 Univera Korea**
- 1212 Univera Korea was inducted into the CCM Hall of Fame
중소기업 최초로 CCM 명예의 전당 기업으로 선정 **유니베라 Univera Korea**
- 1200 Year 4 of Coca Cola Collaboration, USA
코카콜라와 파이토로지스 연구 협력 4년을 기념하여 연구개발협정 5개 체결 **유니젠 미국 Unigen**



- 0114 Seminar for Distributor Presidents (14~15)
전국 대리점 사장 세미나 **유니베라 Univera Korea**
- 0212 Sign a contract with DINSO, Russia
러시아 DINSO와 보타니티 브랜드 거래 계약 체결 **유니베라 Univera Korea**
- 0217 Open Internet Shopping Mall
유니베라 물 - 보타니티와 허그 브랜드 통합 물 신규 오픈 **유니베라 Univera Korea**
- 0220 CHFA(Canadian Health Food Association)West Show, Canada (20~23)
캐나다 건강식품협회 전시회 참가 **유니젠 미국 Unigen**
- 0224 Sign a contract to sell Health Functional Food on consignment with Longsight, Hong Kong
중국 tmall에 진출하기 위해 Longsight 홍콩 지사와 거래 계약 체결 **유니베라 Univera Korea**
- 0303 Natural Products Expo West tradeshow, USA (3~7)
미국 천연물 전시회 참가 **유니젠 미국 Unigen**
- 0405 Celebrate ECONET's 44th Anniversary
창립 44주년 **에코넷 ECONET**

발행인 **이병훈**

Publisher **Bill Lee**

발행처 **남양**

Published by **Namyang company**

편집기획 (주)남양 **에코넷홀딩스**

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

편집 **문선유**

Editor **Sunyu Moon**

디자인 **디자인모루**

Design by **deMORU**

인쇄 **정광인쇄(주)**

Printed by **Jungkwang Printing**



ECONETians offer our strength and compassionate support to global communities fighting the devastation of COVID-19.

Our whole world is suffering severely from the profound impact of COVID-19.

The risk of infection and physical illness are very real, as well as the challenges faced with social isolation and economic hardship.

Throughout history, Humanity has proven repeatedly that it perseveres, is resolute and overcomes tribulations through intellect and hope.

We, ECONETians believe that by standing together, we, all Humankind will survive this crisis, prevail and thrive once again.

에코넷과 에코네시안은 코로나19와 맞서 싸우는 전 세계 모든 사람들을 응원합니다.

전 세계가 코로나19로 극심한 고통을 겪고 있습니다.

감염 위험과 육체적 병고에 더하여 사회적 경제적으로도 지극히 어려운 시절입니다.

그러나 인류는 늘 그랬듯이 이 어려운 환란을 힘을 모아 지혜롭게 극복할 것입니다.

우리 모두 이 난국을 잘 견뎌 내고 승리하기를 간절히 기도합니다.