atom美 ATOMY

ATOMY
GLOBAL MAGAZINE

2025. 02 | **VOL 07**



The Business Know-How of 8 Overseas Distributors
해외 사업자 8인의 비즈니스 노하우

HemoHIM, Rewriting the History of Health Functional Foods
헤모힘, 건강기능식품의 역사를 다시 쓰다

WORDS OVER MATTER
만상불여언상 萬相不如言相

ATOMY
ROOT VITAL HAIR CARE

A specialized line of hair loss relief products that precisely deliver unique root vital codes to nurture a healthy scalp environment

A specialized functional line for alleviating hair loss
that delivers the unique root vital code precisely
to troubled scalps to care for and maintain a healthy scalp.



Functional cosmetics for hair loss

Shampoo 16.9 FL. OZ. 500mL
Scalp&Hair Pack 6.7 FL. OZ. 200mL
Scalp Ampoule 0.5 FL. OZ. 15mL

CONTENTS

2025 Atomy Global Magazine | 2025 애터미 글로벌 매거진

[Atomy Global Magazine] is published annually to share Atomy global news with Atomy members worldwide. "Atomy Global Magazine 2025, the sixth issue, contains some featured articles and cartoons about Atomy in a global context, originally published in the [Atomy Magazine] in Korea in 2024."

[애터미 글로벌 매거진]은 전 세계 애터미 회원들에게 애터미 글로벌 뉴스를 제공하기 위해 매년 발행됩니다. 본 매거진에 실린 내용은 2024년 한국에서 발행된 [애터미 매거진] 중 글로벌과 관련된 특집기사와 카툰으로 구성되었습니다.

Vol.30 | 2024. Mar.~May.

06 Drastic Growth For Global Branches... Expected to Cruise Again This Year
폭풍 성장한 글로벌 법인... 올해도 순항 예고

18 The Business Know-How of 8 Overseas Distributors
해외 사업자 8인의 비즈니스 노하우

26 Innovative Atomy Digital Healthcare Coming Soon!
혁신적인 애터미 디지털 헬스케어가 온다!

Vol.31 | 2024. Jun.~Aug.

30 HemoHIM, Rewriting the History of Health Functional Foods
헤모힘, 건강기능식품의 역사를 다시 쓰다

38 Continuing the K-wave in Central Asia With Korean Products
한국 제품으로 중앙아시아에서 'K 바람' 이어가

42 Atomy, a Leading Company in the Industry Pioneering Industry Firsts
업계를 선도하고 있는 기업 애터미, 업계 최초의 기록들

Vol.32 | 2024. Sep.~Nov.

46 Things That Are Not Visible But Still Exist
보이지 않아도 존재하는 것

50 Launch of 3MP For New Distributors to Adapt Quickly
신규 사업자의 빠른 정착 위한 3MP 론칭

54 Atomy Interpretation, A Life-Changing Opportunity
애터미 통역, 인생을 바꾼 운명의 기회

Vol.33 | 2024. Dec.~2025. Feb.

58 Words Over Matter
만상불여언상 萬相不如言相

62 Songnisan Youth Town Returns as Atomy Songnisan Forest
속리산 유스타운, 애터미 속리산 포레스트로 귀환하다

70 Make Imperial! Make Your Partner an Imperial and Become an Imperial Yourself
Make Imperial! 파트너를 임페리얼 만들고 자신도 임페리얼 되라

Cartoon

74 SCI Microbiome
SCI 마이크로바이옴

82 Atomy Organic Fermented Noni Concentrate
애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니

90 Atomy Slim Body Applephenon
애터미 슬림바디 풋사과 애플페논

94 Atomy All-Care Water Purifier
애터미 올-케어 정수기

98 Atomy Saengmodan Hair Tonic
애터미 생모단수

102 Atomy Finezyme
애터미 파인자임

Atomy Headquarters
2148-21, Baekjemunhwa-ro, Gongju-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea
Tel +82-1544-8580 | Fax +82-2-888-4802

Atomy Global Magazine
Published by Atomy Co., Ltd. | Published in February 2024

애터미 본사
충청남도 공주시 백제문화로 2148-21(웅진동)
Tel 1544-8580 | Fax 02-888-4802

애터미 글로벌 매거진
발행처 애터미(주) | 발행일 2024년 02월

Atomy,
You Can Trust and Use

Atomy, Going Beyond Customer Satisfaction to Bring About Customer Success

To achieve Atomy's management goal of becoming a global distribution hub, Atomy has opened 26 regional offices overseas beginning with the launch of Atomy USA in May 2010 and on to parts of Southeast Asia, South America, Oceania, India and Europe. Atomy has now become a global network marketing company with more than 15 million members all around the world.

Atomy's two main products are Atomy skin care products and HemoHim (a functional health supplement), both of which were developed by the Korea Atomic Energy Research Institute. Other product categories include foods, household goods, and home appliances.

Atomy promises it will never stop challenging the future towards new innovations and do its best to serve its customers as a lifelong partner to help them enjoy a quality life.

고객만족을 넘어 고객성공을 실현하는 애터미

애터미는 글로벌 유통의 허브가 되겠다는 경영 목표의 실현을 위해 2010년 5월 미국법인 오픈을 시작으로 동남아시아, 남미, 오세아니아, 인도, 유럽 등 26개 지역에 진출한 글로벌 네트워크 마케팅 기업입니다.

한국원자력연구원이 개발한 화장품과 건강기능식품인 헤모힘을 주력으로 식품, 생활용품, 가전 등 우수한 제품을 합리적인 가격에 제공하고 있습니다.

앞으로도 애터미는 도전과 혁신의 발걸음을 멈추지 않을 것이며 고객의 성공적인 삶의 동반자로써 역할을 다 할 것입니다.

고객 만족을 넘어 고객의 성공까지!

Customer Success



Atomy Global Membership Regions
2024년 글로벌 회원 가입 가능 지역

144

2021. 07
UK (Guildford)
영국 (길퍼드)

2018. 12
Russia (Moscow)
러시아 (모스크바)

2021.10
Kazakhstan (Almaty)
카자흐스탄 (알마티)

2022.12
Uzbekistan (Tashkent)
우즈베키스탄 (타슈켄트)

2022.06
Mongolia (Ulanbaatar)
몽골 (울란바토르)

2020.07
China (Yantai)
중국 (옌타이)

2011. 06
Japan (Tokyo)
일본 (도쿄)

2023. 04
Europe (Germany)
유럽 (독일)

2021. 12
Kyrgyzstan (Bishkek)
키르기스스탄 (비슈케크)

2020.10
Hong Kong (Kowloon)
홍콩 (홍콩)

2014. 01
Taiwan (Kaohsiung)
대만 (카오슝)

2020.11
India (Gurugram)
인도 (구루그람)

2021. 06
Türkiye (Istanbul)
튀르키예 (이스탄불)

2017. 06
Thailand (Bangkok)
태국 (방콕)

2016. 06
Philippines (Manila)
필리핀 (마닐라)

2016. 01
Cambodia (Phnom Penh)
캄보디아 (프놈펜)

2016. 11
Malaysia (Kuala Lumpur)
말레이시아 (쿠알라룸푸르)

2015. 03
Singapore (Singapore)
싱가포르 (싱가포르)

2018. 10
Indonesia (Jakarta)
인도네시아 (자카르타)

2018. 07
Australia (Melbourne)
호주 (멜버른)

2021.03
New Zealand (Auckland)
뉴질랜드 (오클랜드)

GLOBAL ATOMY

Atomy, the first Korean network marketing company to succeed in pioneering the global market, has opened a total of 27 global branches as of 2024.

한국 네트워크 마케팅 기업 최초로 글로벌 시장 개척에 성공한 애터미는 2024년가지 총 27개의 법인을 오픈하였습니다.

2010.05~2023.12

27

Global Regions
글로벌 법인

2011. 09
Canada (Vancouver)
캐나다 (밴쿠버)

2010. 05
USA (Seattle)
미국 (시애틀)

2017. 01
Mexico (Mexico City)
멕시코 (멕시코시티)

2020.10
Colombia (Bogota)
콜롬비아 (보고타)

2022.04
Brazil (São Paulo)
브라질 (상파울루)



Young-Min Lee, editor

Drastic Growth For Global Branches... Expected to Cruise Again This Year

The Driving Force Behind the Growth and This Year's Strategy

Among the global branches that have been in operation for at least 24 months, the one that has recorded the highest growth rate as of the end of last year is Türkiye. Atomy Türkiye performed significantly well with a growth rate of as much as 200% considering that it opened in June 2021. Atomy Russia, Kazakhstan, Colombia, the Philippines, New Zealand, and Indonesia have followed suit. How were these branches able to grow steadily through a tough year marked by inflation and decreased consumer spending? Let's delve into six branches: Türkiye, Kazakhstan, Colombia, the Philippines, Mexico, and Indonesia. How were they able to grow and what is their strategy moving forward?

폭풍 성장한 글로벌 법인... 올해도 순항 예고

법인들의 성장 원동력과 올해의 전략은?

지난해 말 기준, 24개월 이상 영업한 법인 가운데 가장 높은 성장률을 기록한 법인은 튀르키예 법인이다. 성장률은 무려 200%. 2021년 6월 영업 시작이라는 기저효과를 감안해도 상당한 호실적이다. 이어서 러시아와 카자흐스탄, 콜롬비아, 필리핀, 뉴질랜드, 인도네시아 등의 순이다. 전 세계적으로 인플레이션과 이로 인한 소비 감소로 힘든 한 해를 보냈음에도 이들 법인이 순조로운 성장을 할 수 있었던 이유는 무엇이었을까. 튀르키예와 카자흐스탄, 콜롬비아, 필리핀, 멕시코, 인도네시아 등 6개 법인이 어떻게 성장했는지, 또 앞으로의 전략은 무엇인지 알아본다.



Atomy Kazakhstan members
카자흐스탄 법인 회원들

Kazakhstan

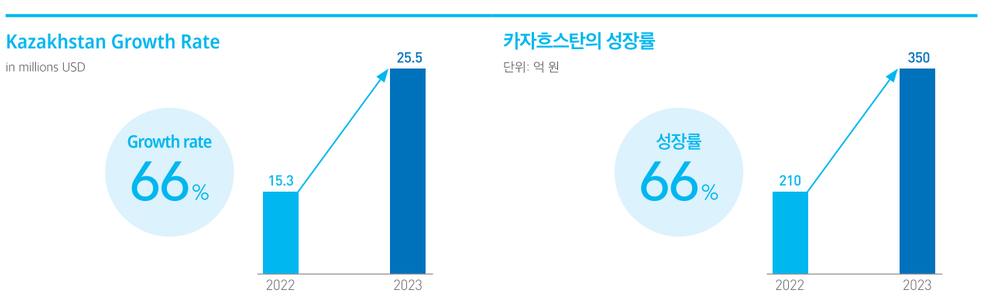
Asia's Fastest Growing Market

Opened in 2021, 21 billion KRW (15.3 million USD) in 2022, 35 billion KRW (25.5 million USD) in 2023, 66% growth rate—these are Atomy Kazakhstan's stats. With a population of about 20 million and a per capita income of over $11,200, Kazakhstan is the fastest growing direct selling market in Asia according to WFDSA data. The Kazakhstan branch is on a stable trajectory, exceeding a 5% share of the direct selling market in that country just two years after beginning operations. "The principles of Absolute Quality Absolute Price, fair compensation plan, and improvement of the distribution system have been a great help," explains Anastassia Lee, office manager of Kazakhstan, adding, "Our leader members in particular have been actively engaged in bringing in future partners, contributing greatly to our growth." Atomy Kazakhstan's drive to grow continues into this year. Manager Anastassia says, "Atomy's Success System is designed to support the success of our members be-

카자흐스탄

아시아에서 가장 빠르게 성장하는 시장

2021년 오픈, 2022년 210억여 원, 2023년 350억여 원, 성장률 66%. 카자흐스탄 법인의 성적표다. 인구 2,000만여 명, 1인당 소득 1만 1,200달러인 카자흐스탄은 WFDSA 자료 기준 아시아에서 가장 빠르게 성장하는 직접판매 시장이다. 카자흐스탄 법인은 영업 시작 2년여 만에 카자흐스탄 직접판매 시장에서 점유율 5%를 넘기며 안정 궤도에 들어섰다. '아나스타샤 리(Anastassiya Lee)' 카자흐스탄 오피스 매니저는 "절대품질 절대가격의 원칙과 공정한 보상 플랜, 물류 시스템 개선 등이 큰 힘이 됐다."라고 하며, "특히 리더 회원들이 스스로 미래의 파트너 유치에 적극 나서며 성장에 큰 기여를 했다."라고 밝혔다. 올해에도 카자흐스탄 법인의 성장 드라이브는 계속된다. 아나스타샤 매니저는 "애터미의 성공시



cause at Atomy, members' success means the company's success."
First, we develop member-friendly training programs to help members succeed more quickly and effectively. We also try to optimize the existing Success System to minimize any member inconveniences and improve customer satisfaction in the last mile by expanding and upgrading product warehouses. In addition, we plan to become a member of the Kazakhstan Direct Selling Association in the first quarter so we can gain a broader understanding of Kazakhstan's direct selling market. We will also be able to obtain helpful information for our growth such as laws and customs.

Strengthening Consumer Contacts Through Social Media and In-Person Events

We are also promoting the company using social media. Atomy Kazakhstan's official social media page is rapidly gaining many followers and getting closer to consumers. We plan on actively supporting members to talk about products, life scenarios, and the compensation plan on YouTube. And we cannot forget about GO100 activities, especially the follow-up meetings for cold contacts. To this end, the Kazakhstan branch opened a conference room that can accommodate about 100 people with space for showcasing products, a product testing area, and a photo zone. We hold seminars and various trainings here free of charge every day.
We plan to not overlook corporate social responsibility and fully demonstrate Atomy's philosophy of "Cherishing the Spirit" by purchasing products and equipment to support various charity foundations and women's crisis centers. Manager Anastassia said, "This year, we plan to focus on 'getting the word out about Atomy' by considering joint promotional events with the Korean Association to widely promote the Atomy brand," adding, "Atomy's position in the direct selling market in Kazakhstan will be greatly strengthened this year."

Mexico

Annual Average Growth Rate Nears 70%

Last year, Atomy Mexico recorded sales of approximately 9.6 million USD and has had an average annual growth

스템은 회원들의 성공을 지원하기 위한 것"이라며 "애터미에서는 회원의 성공이 곧 기업의 성공이기 때문"이라고 말했다.
먼저 회원들이 더 빠르고 효과적으로 성공할 수 있도록 회원 친화적인 교육 프로그램을 개발한다. 성공시스템의 기존 프로세스를 개선하고 최적화시켜 회원의 불편을 최소화한다. 이와 함께 제품 보관 창고의 확장과 업그레이드를 통해 라스트마일에서의 고객만족도를 제고한다. 이뿐만 아니라 1분기에 카자흐스탄 직접판매협회 정회원이 된다. 이를 통해 카자흐스탄 직접판매 시장에 대한 폭넓은 이해를 얻는 것은 물론 법규 및 관습 등 성장에 도움이 되는 다양한 정보를 확보해 나갈 예정이다.

SNS와 오프라인 행사를 통해 소비자 접점 강화

SNS를 활용한 기업 홍보도 강화한다. 카자흐스탄 법인의 공식 SNS는 현재 빠르게 팔로워를 늘리며 소비자들과 가까워지고 있다. 또한 회원들이 유튜브를 통해 제품, 생활 시나리오 및 마케팅 플랜에 대해 이야기할 수 있도록 적극 지원할 예정이다. 백만갑 활동의 지원도 빼놓을 수 없다. 특히 콜드컨택의 애프터미팅을 위해 카자흐스탄 법인은 100여 명을 수용할 수 있는 회의실과 제품 전시 공간, 제품 테스트 존과 포토존을 갖춘 공간을 개방하고 매일 세미나와 다양한 교육을 무료로 개최한다.
기업의 사회적 책임도 놓치지 않을 계획이다. 다양한 자선재단과 여성위기센터에 제품 및 필요 장비 구입 등을 지원하는 등 '영혼을 소중히 여기는' 애터미의 철학을 유감없이 발휘할 계획이다. 아나스타샤 매니저는 "한인회와 공동으로 애터미 브랜드를 널리 알릴 수 있는 홍보 행사를 고려하는 등, 올해는 '애터미 알리기'에 집중할 생각"이라며 "올해 카자흐스탄 내 직접판매 시장에서 애터미의 입지는 크게 강화될 것"이라고 말했다.

멕시코

연평균 성장률 70% 육박

지난해 멕시코 법인은 매출액은 132억여 원, 오픈 이후 지금까지 70%에 가까운 연평균 성장률을 기



Atomy Mexico members
멕시코 법인 회원들

rate of close to 70% since opening. "2023 was a year of recovery and growth," said Erick López, office manager for Mexico. "We laid the foundation for continued expansion by establishing a strategic position for market interest and penetration." GO100 activities were also a great help because members and corporations were able to work together and achieve joint growth. Through GO100, members can introduce Atomy products and the business to new people in-person on the streets, at event venues, and in stores. Mexico's direct selling market ranks 8th in the world. According to 2022 WFDSA data, approximately 4.12 million active members generated sales of approximately 6 billion USD (approximately 7 trillion KRW). In particular, with per capita income around $11,000 and a tendency to value personal connections, demand for direct selling is high. Accordingly, Atomy Mexico is making every effort to become a top ten company in the Mexican market.

Strengthening the Dry Food Portfolio Including Noni

This year, Atomy Mexico plans to maintain growth through diversified marketing activities and active communication. First, we focus on promoting our flagship product, HemoHIM. Through various in-person events and digital platforms, HemoHIM is being promoted throughout Mexico as a top-quality product that can help improve immunity. In addition, we are expanding our portfolio of high-quality health foods, including Noni, Vitamin

록했다. 에릭 로페즈(Erick López) 멕시코 법인 오피스 매니저는 "2023년은 회복과 성장의 해였다."라며 "시장의 관심과 침투를 위한 전략적 위치를 마련해 지속적인 확장의 기반을 닦았다."라고 말했다. 백만갑 활동도 큰 힘이 됐다. 백만갑을 통해 회원과 법인이 제심합력하며 공동의 성장을 꾀할 수 있었기 때문이다. 이를 통해 회원들은 거리와 행사장, 가게 등의 오프라인에서 새로운 사람들에게 애터미의 제품과 비즈니스를 소개할 수 있게 됐다. 멕시코의 직접판매 시장 규모는 세계 8위이다. WFDSA 자료에 따르면 2022년 기준 412만여 명의 활동 회원이 약 60억 달러(약 7조 원)의 매출을 올렸다. 특히 1인당 소득이 1만 1,000달러 수준이고, 인맥을 중시하는 경향으로 직접판매에 대한 수요가 높은 편이다. 이에 멕시코 법인은 멕시코 시장의 탑텐 기업으로 발돋움하기 위해 총력을 다한다.

노니 등 건기식 포트폴리오 강화

올해 멕시코 법인은 다각적인 마케팅 활동과 능동적인 소통을 통해 성장세를 유지할 방침이다. 우선 주력 제품인 헤모힘 알리기에 주력한다. 각종 오프라인 행사와 디지털 플랫폼을 통해 멕시코 전역에 걸쳐 헤모힘이 면역 개선에 도움을 줄 수 있는 최상급 제품이라는 것을 알린다. 이와 함께 노니, 비타민 C, 오메가3를 포함한 다양한 고품질 건강식품 포트폴리오를 확장한다.
두 번째로 종합적인 교육 프로그램과 세미나를 통해 회원의 성공에 필요한 지식과 기술을 전파한다. 특히 비즈니스 현장의 목소리와 소비 트렌드에 민감하게 반응하고 적극적으로 대응해 나간다. 에릭 오피스 매니저는 "애터미

C, and Omega-3.
Secondly, we disseminate the knowledge and skills necessary for member success through comprehensive educational programs and seminars. In particular, we respond sensitively and proactively to voices and consumer trends in the business field. Manager Erick said, “We will instill confidence that Atomy has the potential and tools to move forward and let everyone know that Atomy means absolute quality products and opportunity." He hopes to improve the quality of life of Mexicans through the Atomy business. Culturally, Mexicans tend to feel a closeness with people and are comfortable around others which goes along with the Atomy business. “We will support our members to be able to brand Atomy and help them get closer to more people,” Erick emphasized. “We will strive to convey the vision of a balanced life to all Mexicans.”

Colombia

Growth of 47% Last Year, Goal of 100% This Year

Atomy Colombia's growth rate exceeded 47% last year. After opening in 2020, it laid a solid foundation in 2021 and 2022, and has been on a full-fledged growth trajectory since last year. The Colombian branch aims to grow by more than 100% this year compared to 2023. Colombia office manager Liseth Lineros said, "The strategy to this year's growth is to create an environment that fully supports the development of our members," adding, "Based on the Super-Synergy of United Heart of Atomy Colombia and its members, we expect to see more than double the sales compared to the previous year."

에는 앞으로 나아갈 수 있는 가능성과 도구가 있다는 확신을 심어줄 것”이라며 “애터미는 절대품질의 제품과 기회라는 것을 모든 사람에게 알려 나가겠다.”라고 말했다.
에릭 오피스 매니저는 애터미 비즈니스를 통해 멕시코인들의 삶의 질을 향상시키고자 한다. 문화적으로 멕시코인들은 사람들과 친밀감을 필요로 하고, 다른 사람들과 함께 있으면 매우 편안함을 느끼기 때문에 더더욱 애터미 비즈니스와는 결이 맞닿아있다. 그는 “회원들의 애터미 브랜드화가 잘 되고, 더 많은 사람들과 가까워질 수 있도록 지원해 나갈 것”이며 “균형잡힌 삶이라는 비전을 모든 멕시코인들에게 전달할 수 있도록 노력하겠다.”라고 강조했다.

콜롬비아

지난해 47% 성장, 올해 100% 이상 성장 목표

지난해 콜롬비아 법인의 매출성장률은 47%를 넘는다. 2020년 영업을 시작한 이래 2021년과 2022년 기초를 탄탄하게 다지며, 지난해 본격적인 성장 궤도에 오른 것이다. 콜롬비아 법인은 올해, 2023년 대비 100% 이상 성장하는 것을 목표로 하고 있다. 리세스 리네로스(Liseth Lineros) 콜롬비아 오피스 매니저는 “올해의 성장 전략은 회원의 성장을 포괄적으로 뒷받침할 수 있는 환경을 조성하는 것”이라며 “회원과 법인의 제심합력을 바탕으로 전년 대비 두 배 이상의 매출을 기대하고 있다.”라고 말했다.
핵심 전략은 ‘제심합력’이다. 리세스 매니저는 “애터미 비즈니스에 대한 회원의 동기부여 및 신뢰 형성에 집중했다.”라고 하며 “어려운 상황이었지만 회원과 법인의 참여와 합력으로 성장할 수 있었다.”라고 말했다.
특히 창의성과 협업 문화를 조성하고, 회원의 공감을 불러일으킬 수 있는 이니셔티브를 통해 브랜드 충성도를 높이는 데 주력했다. 더불어 시장 트렌드와 회원들의 선호도를 면밀하게 분석하고 회원들의 피드백에 따라 이벤트 시간을 조정하는 등 회원 중심으로 마케팅 전략을 정교하게 조정함으로써 회원 참여도를 높일 수 있었다. 콜롬비아 법인에 따르면 올해 1월 매출이 2023년 같은 기간에 비해 47% 증가했다.

오프라인 세미나 전년 대비 대폭 늘릴 것

이에 따라 콜롬비아 법인은 올해 회원과의 소통을 기반으로 제품 포트폴리오를 비롯해 각종 이벤트 및 SNS 등 마케팅 활동을 유연하게 가져갈 계획이다. 세미나 등의 오프라인 이벤트를 지난해 대비 60% 이상 늘리고 건강보조식품과 스킨케어 및 퍼스널케어 등 19종 이상의 신제품을 출시한다. 이와 함께 법인 사무실 건물에 회원이 직접 방문해 제품을 픽업하고 다양한 이벤트에 참여할 수 있는 픽업센터를 오픈한다.
백만감 활동도 주요 전략 가운데 하나다. 지난해

The core strategy is "Super-Synergy of United Heart." Manager Liseth stated, "We focused on motivating members and building trust in the Atomy business. It was a challenge, but we were able to grow through the participation and joint efforts of our members and Atomy Colombia.”
In particular, we focused on fostering a culture of creativity and collaboration and increasing brand loyalty through initiatives that resonate with members. In addition, we were able to increase member participation by carefully analyzing market trends and members' preferences and tailoring our member-centered marketing strategy, including adjusting event times based on members' feedback. According to Atomy Colombia, sales in January of this year increased by 47% compared to the same period in 2023.

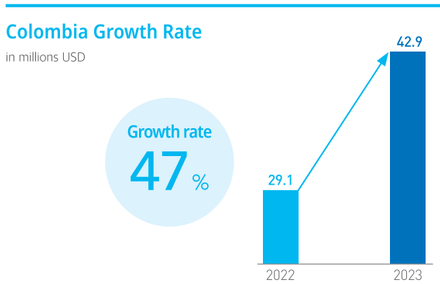
Many More Offline Seminars Compared to Previous Year

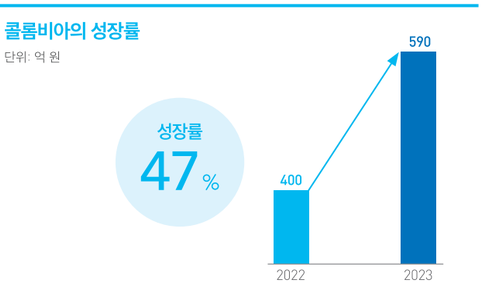
Accordingly, Atomy Colombia plans to flexibly carry out marketing activities including product portfolios, different events, and social media based on communication with members this year. In-person events such as seminars will be increased by more than 60% compared to last year, and more than 19 new products, including health supplements, skin care, and personal care, will be released. In addition, we are opening a pickup center at the branch office building where members can visit in person to pick up products and participate in various events.
Another major strategy is the GO100 Campaign. GO100, which started in the second half of last year, exceeded

Atomy Colombia members
콜롬비아 법인 회원들









expectations in driving the performance of Atomy Colombia through the active participation of leaders and 28 different training centers. We plan to focus on creating human networks that can contribute to growth rather than simply numerical goals. We value the participation of members and support them in overcoming shyness with strangers through teamwork.
To ensure the success of our members, we do not spare any efforts in personal coaching, including leadership training, enhancing one's appearance, and developing public speaking. We are plan to create a team-based Life Scenario based on communication with leaders and cooperation with partners. Manager Liseth stated, “So far, about 360 people have been promoted in Colombia. We will do our best to enter the top 5 in the dynamic Colombian direct selling market as soon as possible through synergy from joint efforts with members.”

하반기 시작된 백만갑은 28개의 교육 센터와 리더들의 적극적인 참여로 콜롬비아 법인의 실적 견인에 기대 이상의 도움이 되었다. 이에 올해는 단순히 수치적인 목표보다는 성장에 기여할 수 있는 새로운 인적 네트워크의 형성에 초점을 맞출 생각이다. 회원의 참여에 가치를 두고 팀워크를 앞세워 낯가림에 적응할 수 있도록 지원한다.
회원의 성공을 위해 리더십 교육부터 개인의 매력 자본 높이기, 웅변 등 스킬 강화하기 등 퍼스널 트레이닝에 대한 지원도 아끼지 않는다. 리더와의 소통과 파트너와의 협력을 전제로 한 팀 단위의 인생 시나리오 작성을 기획하고 있다. 리세스 매니저는 “그동안 콜롬비아에서 360여 명의 직급자가 탄생했다.”라며 “회원과의 협력을 통한 시너지로 역동적인 콜롬비아 직접판매 시장에서 하루빨리 탑5에 진입할 수 있도록 최선을 다할 것”이라고 포부를 밝혔다.

Philippines

20% Annual Increase in Membership

Branch director of Atomy Philippines, Byoung Ho Kim, attributes last year's growth to the fact that the vision of its members became more concrete with the return of more offline events. He said, “During the pandemic, I had no choice but to focus on online seminars, but I became so frustrated because of the limitations." He continued, “I was able to spend 2023 meaningfully after the 2-day, 1-night Success Academy and One-Day Seminars resumed in January of last year."
Atomy Philippines' monthly sales graph from 2022 and 2023 shows growth compared to the same months of the previous year for over 10 months. This indicates that there were solid growth factors in place internally, not just growth due to special events, promotions, or external circumstances. In other words, this is evidence of a solid foundation with well-motivated members and a smooth inflow of new members. In fact, the Philippine branch announced that its number of members increased by about 20% compared to the past year.

Simplifying Member Registration Process, Growing Further in Second half

The Philippines is recognized as a country with a social and affective foundation that is advantageous for direct selling. This is because it has a population of more than 100 million and has a relatively good perception of direct selling. In addition, economic conditions such as a per capita income of $3,500 and a high economic growth rate of 7.57% are suitable for growth in direct sales. Moreover, Filipinos make up the 2nd highest fan base of Hallyu, or the Korean Wave, in the world.
Atomy Philippines plans to grow steadily and continuously by taking advantage of these factors and emphasizing Atomy's unique value. In particular, we are planning a more effective ACTS project given that the business atmosphere of Filipino members was greatly enhanced by Chairman Han-Gill Park's visit as part of ACTS in March of last year.
Along with ACTS, we plan to expand support for GO100, which started last year. We are focusing on participating in various MICE events such as local expos and providing a venue for members to promote Atomy to consumers. In addition, we plan to hold events such as first purchase promotions for new members that will provide a good experience just by purchasing Atomy products, leading to repeat purchases. Director Byeong-Ho Kim said, “The important thing is to expand the pool of members and consumers. Once consumer membership registration becomes possible in the second half of the year and the process is simplified, Atomy Philippines will start to experience a quantum jump."

필리핀

회원 수 연간 20% 증가

김병호 필리핀 법인장은 지난해의 성장세를 오프라인 행사의 재개로 회원들의 비전이 보다 구체화된 점을 첫손가락으로 꼽았다. 그는 “팬데믹 기간 동안 불가피하게 온라인 세미나에 집중할 수밖에 없었지만 한계가 있어 많이 답답했다.”라며 “지난해 1월부터 다시 1박 2일 석세스아카데미와 원데이 세미나를 재개하면서 2023년을 의미 있게 보낼 수 있었다.”라고 말했다.
필리핀 법인의 2022년과 2023년 월별 매출 그래프를 보면 10개월 이상 전년 동월 대비 성장한 모습을 보인다. 이는 특별한 이벤트나 프로모션, 혹은 외부적 상황에 따른 것이 아니라 내부적으로 탄탄한 성장 인자가 있었음을 나타낸다. 즉 회원들에 대한 동기부여가 잘되고 있고 신규 회원의 유입이 원활해지는 등 기반이 견고해지고 있다는 방증이기도 하다. 실제로 필리핀 법인은 회원 수가 전년 대비 20% 정도 증가했다고 밝혔다.

회원 등록 절차 간소화... 하반기 더욱 성장할 것

필리핀은 직접판매에 유리한 사회적, 정서적 기반을 갖춘 국가로 평가되고 있다. 1억 명이 넘는 인구를 가지고 있고 직접판매에 대한 인식이 상대적으로 좋기 때문이다. 그리고 3,500달러의 1인당 소득과 7.57%에 이르는 높은 경제성장률 등 경제적 여건도 직접판매가 성장하는 데 적합하다. 이에 더해 한류에 대한 팬덤이 세계 2위이다.
필리핀 법인은 이러한 장점을 살리고 애터미만의 고유 가치를 강조함으로써 지속적이고 안정적으로 성장해 나갈 방침이다. 특히 지난해 3월, ACTS의 일환으로 진행된 박한길 회장의 방문에 필리핀 회원들의 사업 분위기가 한껏 높아졌다는 분석에 따라 좀 더 효과적인 ACTS 프로젝트를 구상하고 있다.
ACTS와 함께 지난해 시작된 백만갑에 대한 지원도 확대할 계획이다. 특히 지역 엑스포 등 각종 MICE 행사에 참여, 회원들이 소비자에게 애터미를 홍보할 장소를 마련하는 데 집중한다. 이와 함께 신규 회원 대상 첫 구매 프로모션 등 애터미 제품 구매만으로도 좋은 경험이 되고, 재구매로 이어질 수 있는 이벤트도 시행할 방침이다.
김병호 법인장은 “중요한 것은 회원과 소비자의 풀(POOL)을 확장해 나가는 것”이라며 “하반기 소비자 회원 등록이 가능해지고 회원 등록 절차가 간소화되면 필리핀 법인의 퀀텀점프가 시작될 수 있을 것”이라고 말했다.

Atomy Philippines members
필리핀 법인 회원들





튀르키예 법인 회원들

Türkiye

Absolute Provides Traction for Vertical Growth

Six billion KRW (4.4 million USD) and 18 billion KRW (13.1 million USD). These are the sales figures for Atomy Türkiye in 2022 and 2023, a quick glance showing triple growth. Türkiye branch director, Jae-Dong Shin, names Absolute Quality Absolute Price as the reason for vertical growth. He explains, "Extreme inflation has increased the demand for cost-effective products. Atomy products have become necessary." This is because real income has decreased due to a brutal inflation rate of over 80%. At the same time, a high preference for Korean products, including Atomy, due to familiarity with Korea and the Korean Wave has also influenced this upward growth.

This year, Atomy Türkiye plans to expand its products to continue its vertical growth. Türkiye's core product last year was the Absolute CellActive Skincare Set, which ranked first in sales. Accordingly, "Adelica," Atomy's color cosmetics line, was selected as this year's strategic product. Members in Türkiye are also looking forward to the release of Adelica which will target the country's cosmetics market where color cosmetics constitute a relatively high percentage. Branch director Shin stated, "We plan to launch the color cosmetics line Adelica this year and develop it into a leading product that will increase Atomy's market share through active promotion."

Expansion of One-Day Seminars to Local Cities

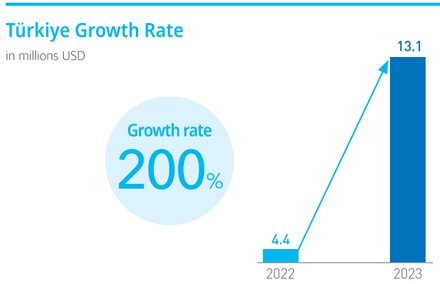
Moreover, the Success System, which operated on a limited basis in the aftermath of last year's major earthquake, has been restored. Starting with the One-Day Seminar, we are supporting business information sessions, meetings, etc. to be actively conducted in major cities such as Istanbul, Ankara, and Izmir, as well as in regions with high business demand. Director Shin said, “Atomy’s principle-centered management and fairness of compensation plan have greatly contributed to its rapid growth in Türkiye,” adding, “We will boost in-person seminars to show the advantages of Atomy.”

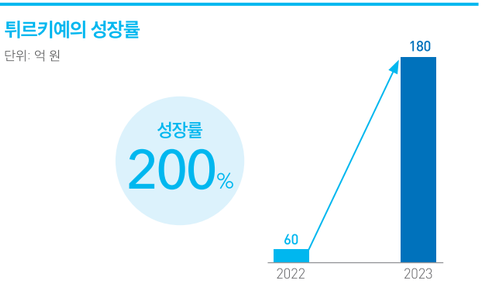
Expectations for GO100 are also high. GO100 activities, which are currently being led by leaders and center directors, are eliciting a positive response from consumers. It has played a significant role in creating an atmosphere of Super-Synergy of United Heart among members, and there has been a lot of favorable interest in cosmetics especially. Atomy Türkiye also plans to focus on nurturing excellent instructors through leader training in order to build up expertise in the company and in the products for follow-up meetings after cold contacts. Director Shin said, "Atomy is highlighting a clear differentiation in the Türkiye direct selling market. We will show sustainable growth through a clear distinction in both business and products."

Indonesia

Goal of Reaching Top Ten in 5 Years

Last year, Atomy Indonesia posted sales of approximately 35 billion KRW (25.5 million USD), up 15% compared to 2022. "We wanted to promote the value of the Atomy business to more consumers by bolstering Atomy's unique Success System," stated Seong-Jeon Kim, branch director of Atomy Indonesia. "We will focus on increasing the number of Atomy members in Indonesia from 0.1% to 1% of the population. If the 2023 population of Indonesia is





튀르키예

앱솔루트가 수직성장 견인

60억 원과 180억 원. 튀르키예 법인의 2022년과 2023년 매출액이다. 언뜻 봐도 세 배가 넘는다. 신재동 튀르키예 법인장은 수직 성장의 이유로 ‘절대품질 절대가격’을 들었다. “극심한 인플레이션으로 가성비 제품의 수요가 높아졌어요. 애터미 제품이 꼭 필요해진 거죠.” 80%가 넘는 살인적인 인플레이션으로 실질 소득이 줄어든 탓이다. 이와 함께 한국에 대한 친근함과 한류로 인해 애터미를 비롯한 한국산 제품에 대한 선호도가 높다는 것도 수직 성장에 영향을 미쳤다.

튀르키예 법인은 지난해의 수직 성장을 올해도 이어가기 위해 제품을 확대해 나갈 생각이다. 지난해 튀르키예의 핵심 상품은 ‘앱솔루트 셀랙티브 스킨케어 세트’로 매출 1위를 기록했다. 이에 올해의 전략 상품으로 색조 화장품의 비중이 비교적 높은 튀르키예 화장품 시장을 겨냥한 ‘아델리카’ 제품을 선정했다.

튀르키예 회원들도 애터미의 색조 화장품 라인인 ‘아델리카’의 출시를 기대하고 있다. 신재동 법인장은 “올해 색조 화장품 아델리카를 출시할 계획”이라며 “적극적인 홍보를 통해 애터미의 점유율을 끌어올리는 리딩 상품으로 성장시킬 것”이라고 말했다.

지방 도시까지 원데이 세미나 확장

이와 함께 지난해 발생한 대지진의 여파로 제한적으로 운영되었던 성공시스템이 정상화됐다. 이스탄불, 앙카라, 이즈미르 등 주요 도시는 물론 사업 수요가 높은 지방에서도 원데이 세미나를 비롯해 사업설명회, 비즈니스 미팅 등이 활발하게 진행될 수 있도록 지원한다. 신재동 법인장은 “애터미의 원칙중심 운영과 보상 플랜의 공정성이 튀르키예에서의 빠른 성장에도 크게 기여”했다며 “오프라인 세미나를 확대해 애터미의 장점을 알려 나갈 것”이라고 말했다.

백만갑에 대한 기대도 크다. 현재 리더 및 센터장들의 주도로 진행 중인 백만갑 활동은 소비자들에게 긍정적인 반응을 이끌어 내고 있다. 특히 화장품에 대한 호의적인 관심이 많았으며, 회원 상호간의 제심합력 분위기를 끌어내는 데에도 상당한 역할을 하고 있다. 튀르키예 법인은 리더 교육을 통해 우수 강사 양성에도 집중할 계획이다. 콜드컨택에 이은 애프터 미팅에서 회사 및 제품 소개의 전문성을 강화하기 위함이다. 신재동 법인장은 “애터미는 튀르키예 직접판매 시장에서 확실한 차별성을 부각시키고 있다.”라고 하며 “비즈니스에서도 상품에서도 확실한 초격차를 통해 지속가능한 성장을 보여줄 것”이라고 말했다.

인도네시아

5년 내 탑텐 직판기업 목표

지난해 인도네시아 법인은 2022년 대비 15.0% 성장한 350억여 원의 매출을 올렸다. 김성전 인도네시아 법인장은 “애터미만의 성공 시스템 강화를 통해 더 많은 소비자들에게 애터미 비즈니스의 가치를 알리고자 했다.”라며 “회원 수를 인도네시아 국민의 0.1%에서 1%까지 늘리는 데 집중할 것”이





Atomy Indonesia members
인도네시아 법인 회원들

about 280 million, 1% of that means we hope to build up to 2.8 million Atomy members.
Therefore, Atomy Indonesia resumed the 2-day, 1-night Success Academy last May and began expanding its One-Day Seminar to cities with high membership potential while also increasing the number of Success System events in Jakarta, the capital city. Director Kim explained, "New members and consumers' understanding of Atomy, its products, and the business has improved, and that has been the driving force behind Atomy Indonesia's growth."
We will again focus on expanding the foundation for our growth this year starting with continuing to promote in-person seminars as much as possible. More specifically, we will emphasize diversifying the Success System with workshops, leadership trainings, member meetings, etc. By this, we plan to support members so that they can access and immerse themselves in the Atomy Success System more naturally. It is also essential to foster members' abilities so that they are able to plan and prepare for seminars on their own.

라고 말했다. 인도네시아 국민은 2023년 말 기준 2억 8,000만여 명. 1%라면 280만여 명의 회원을 확보하겠다는 것이다.
이를 위해 인도네시아 법인은 지난해 5월부터 1박 2일 석세스아카데미를 재개하고, 회원 가입 잠재력이 큰 도시로 원데이 세미나를 확장하기 시작했다. 또 수도인 자카르타에서는 성공 시스템의 개최 횟수를 늘려나갔다. 김성전 법인장은 "신규 회원 및 소비자들의 애터미와 제품 및 비즈니스에 대한 이해도가 향상됐다."라며 "그것이 인도네시아 법인이 성장할 수 있었던 원동력"이라고 말했다.
올해에도 성장 기반 확충에 집중한다. 먼저 지난해에 이어 오프라인 세미나를 최대한 활성화한다. 특히 중점을 두는 것은 워크숍이나 리더십 교육, 회원 미팅 등 성공시스템의 다양화다. 이를 통해 회원들이 애터미 성공시스템에 보다 자연스럽게 접근하고 몰입할 수 있도록 지원할 방침이다. 회원들이 직접 세미나 등을 기획하고 준비할 수 있도록 관련 역량을 강화하는 것도 빼놓을 수 없다.

More Than 80 Centers Participate in GO100

In addition, we hope to further bolster GO100 activities. Despite the fact that permission is required to carry out GO100 in residential and commercial areas, more than 80 centers participated passionately last year with plans to continue this year. In a more efficient and Atomy-like manner, we plan to select two or three centers each month with Atomy members and employees working together. Director Kim said, "Most direct sellers in Indonesia do not make cold contacts. GO100 will greatly help expand the pool of members."
We will also improve the product launch process. As part of Atomy's "global synchronization" that began last year, products to be released by headquarters that are also suitable for Indonesia will be released in sync whenever possible. We will also focus on providing various digital content so that members can easily introduce products through social media. "We will not spare any effort for the success of our members, said Director Seong-Jeon Kim, "and we will become a top ten direct selling company in Indonesia within the next five years."

Just Stick to The Principles

Looking at the basis for growth and strategies of the six global branches above, the keywords "offline," "communication," and "Absolute Quality Absolute Price" dominate.
In 2023, growth was driven by the recovery of in-person events, and this year, Atomy will continue on the path of growth by implementing a plan of offline expansion. Other global branches are in a similar situation. Atomy Philippines has resumed the 2-day, 1-night Success Academy, and Indonesia is expanding its One-Day Seminar to local cities.
Communication with members is a must for Atomy. This is because the success of its members means the success of Atomy, so it is Atomy's duty and right to listen to the voices of its members. Thus, Atomy Mexico plans to maintain growth through diverse marketing activities and active communication, while Atomy Colombia is predicting rapid growth based on Super-Synergy of United Heart between members and employees.
Finally, Absolute Quality Absolute Price is Atomy's main weapon that remains unchanged. Atomy Türkiye saw sales rise as products of absolute quality and price became "must-haves" due to the steep inflation of over 80%. Additionally, Atomy Kazakhstan increased its market share to 5% within two years of opening through the principles of Absolute Quality Absolute Price and a fair compensation plan.
The words "offline," "communication," and "Absolute Quality Absolute Price" are the guiding principles of Atomy. Therefore, there is just one conclusion—Just stick to the principles.

컨택을 하지 않는다."라며 "백만갑은 회원 풀(Pool)의 외연 확장에 큰 도움이 될 것"이라고 말했다.
제품 출시 프로세스도 개선한다. 지난해 시작된 전 구동보의 일환으로 본사에서 출시할 제품 가운데 인도네시아에 적합한 제품은 가능한 한 본사와 출시 시기를 맞춰나간다. 또한 회원들이 SNS 등을 통해 제품 소개를 용이하게 할 수 있도록 각종 디지털 콘텐츠를 제공하는 데 역점을 둔다. 김성전 법인장은 "회원의 성공을 위해 전폭적인 지원을 아끼지 않을 것"이라며 "향후 5년 이내에 인도네시아 탑텐 직판기업이 될 것"이라고 말했다.

결론, 원칙에 충실하면 된다

이상 6개 법인의 성장 배경과 전략을 보면 '오프라인'과 '소통', '절대품질 절대가격'이라는 키워드가 전체를 지배하고 있음을 알 수 있다.
2023년, 오프라인의 회복을 통해 성장 가도를 달렸고, 올해에는 오프라인의 확장이라는 명제를 실행함으로써 성장세를 이어간다는 것이다. 여타 법인들도 크게 다르지 않다. 필리핀 법인은 1박2일 석세스아카데미를 재개했고, 인도네시아 법인은 지방 도시까지 원데이 세미나를 확대해 나간다.
회원과의 소통은 애터미의 필수템이다. 회원의 성공이 곧 애터미의 성공이기도 하거니와, 회원의 목소리를 경청하는 것은 애터미의 의무이자 권리이기 때문이다. 이에 멕시코 법인은 다각적인 마케팅 활동과 능동적인 소통을 통해 성장세를 유지할 방침이며, 콜롬비아 법인은 회원과 법인의 제심합력을 바탕으로 폭풍 성장을 예고하고 있다.
마지막으로 절대품질 절대가격은 애터미의 주무기이자 변하지 않는 화두다. 튀르키예 법인은 80%가 넘는 살인적인 인플레이션으로 절대품질 절대가격 제품이 '머스트해브' 제품이 되면서 매출이 수직 상승했다. 또 카자흐스탄 법인은 절대품질 절대가격의 원칙과 공정한 보상 플랜으로 영업 시작 2년여 만에 시장 점유율을 5%로 끌어올렸다.
'오프라인'과 '소통', '절대품질 절대가격'은 애터미의 원리원칙이다. 따라서 결론은 하나다. 원칙에 충실하라.

The Business Know-How of 8 Overseas Distributors

The Key to Success for You and Your Partner Is Communication and Trust

How do overseas business owners do business? How do they participate in GO100 and what kind of training do they want? What is their business know-how and what vision do they have for carrying out the Atomy business? Here are the stories of eight business owners who are Star Masters and above from Japan to as far as Türkiye.

해외 사업자 8인의 비즈니스 노하우

본인과 파트너의 성공을 위해 가장 필요한 것은 소통과 신뢰

해외 사업자들은 어떻게 사업할까? 그들은 어떻게 백만갑을 하고 어떤 교육을 원할까. 그들의 비즈니스 노하우는 무엇이며 어떤 비전을 가지고 애터미 사업을 펼쳐 나가고 있을까. 일본에서부터 멀리 튀르키예까지, 스타마스터 이상의 직급을 가진 사업자 8인의 이야기를 들어봤다.

Liman Sentosa, Star Master (Indonesia)
리만 센토사 스타마스터(인도네시아)



Arzu Danyer, Star Master (Türkiye)
아르주 단예르 스타마스터(튀르키예)



Shinji Miyazaki, Star Master (Japan)
미야자키 신지 스타마스터(일본)



Chu Mei Hsiang, Crown Master (Taiwan)
추메이샹 朱美香 크라운마스터(대만)



Tetsuya Morooka & Hyunmi Joung, Royal Masters (Japan)
모로오카 테츠야&정현미 로열마스터(일본)



Tjong Li Mi, Star Master (Indonesia)
쭝리미 스타마스터(인도네시아)



Young Park, Star Master (Singapore)
박영 스타마스터(싱가포르)



Kawisa Iamsamang, Star Master (Thailand)
카위사 이암사망 스타마스터(태국)

The most important skill to success is "communication"

When asked what the most important skill that led to their success was, as many as four business owners, or half, chose the ability to communicate with others, although with slight variations. Star Master Arzu from Türkiye said that she was able to succeed “thanks to her communication skills,” and Star Master Kawisa from Thailand stated, “Through communication, I understand what partners or consumers need and respond to it.” In addition, Royal Master Morooka from Japan said "the ability to explain in an easy-to-understand manner," and Crown Master Chu Mei Hsiang of Taiwan stated that "sharing experiences" was the most important skill. In addition, there were other responses such as "setting clear goals" (Morooka, Japan) and "the ability to communicate with consumers in the business field" (Arzu, Türkiye).

It appears that most of them are also doing cold contacting. Many responded that the reason for making cold contacts is because it is an opportunity to make new connections or because it is a powerful skill for success. There were only two members who did not do cold contacts. In these cases, they were still working on warm contacts or introducing Atomy through social media.

성공에 이르는 가장 중요한 스킬은 ‘소통’

본인의 성공을 이끈 가장 중요한 스킬이 무엇인지를 묻는 질문에는 사업자마다 조금씩 차이가 있었지만, 상대방과의 소통 능력을 꼽은 회원이 무려 4명으로 절반을 차지했다. 튀르키예의 아르주 스타마스터는 “소통 능력 덕분”에 성공할 수 있었다고 했으며, 태국의 카위사 스타마스터는 “소통을 통해 파트너나 소바자들이 필요로 하는 것이 무엇인지 파악하고 그에 대응한다.”라고 말했다. 또 일본의 모로오카 로열마스터는 ‘알기 쉽게 설명하는 능력’을, 대만의 추메이샹 크라운마스터는 ‘경험담의 공유’를 가장 중요한 스킬이라고 말했다. 이 밖에도 ‘명확한 목표 설정’(모로오카, 일본)이나 ‘비즈니스 현장에서 소비자들과 소통하는 능력’(아르주, 튀르키예)이라는 응답도 있었다.

또 해외 회원들도 대부분 콜드컨택을 하고 있는 것으로 나타났다. 콜드컨택을 하는 이유로는 새로운 인맥을 만들어 가는 기회라거나 성공을 위한 강력한 스킬이기 때문이라는 응답이 많았다. 콜드컨택을 하지 않는 회원은 단 두 명에 그쳤다. 이들은 웜컨택이 마무리되지 않았거나 SNS를 통해 애터미를 소개하는 경우였다.



Business etiquette by country
국가별 비즈니스 에티켓

Indonesia
인도네시아



The salary level for office workers performing basic administrative work in Indonesia is around $400 to $500 per month, which is lower than in Korea, so they tend to focus on consumption rather than savings.

- Indonesians tend not to make quick decisions, so you should take your time and keep in mind that they don't say "No" very often.
- In Indonesia, "hurry, hurry" does not work and traffic congestion is so severe that people are not sensitive to appointment times. Even if the other person is late, you need to be understanding.

인도네시아의 기본 행정 업무를 하는 사무직 월급 수준은 월 400~500달러 내외로 한국보다 낮아 저축보다는 소비에 집중하는 경향이 있다.

- 인도네시아 사람들은 빠른 결정을 잘하지 않는 편이기 때문에 느긋하게 움직여야 하며 'No'라는 말을 잘 하지 않는다는 점도 명심해야 한다.
- 인도네시아에서는 '빨리빨리'가 통하지 않고 교통 체증이 심해서 약속 시간에 민감하지 않다. 상대방이 늦더라도 이를 이해하는 자세가 필요하다.

Q. What is the most powerful skill that allows the Atomy business to succeed?

IDN Star Master Liman Sentosa, Indonesia (Liman): I think it is setting a goal, carefully analyzing the goal, and then breaking it down into daily goals. Only when you have a clear goal every day can you carry out your business without hesitation.

JPN Star Master Miyazaki Shinji, Japan (Miyazaki): I believe mental and mind training are important and consider it essential to attend business trainings and participate in the Success System.

SGP Star Master Park Young, Singapore (Park Young): I believe that the will and courage to overcome any difficulties are the keys to success.

TUR Star Master Arzu Danyer, Türkiye (Arzu): I think it's all thanks to my ability to communicate with people. Since starting Atomy, I have met various people every day and passionately introduced Atomy's business and products.

TWN Crown Master Chu Mei Hsiang, Taiwan (Chu Mei Hsiang): I use a lot of the products and share my experiences afterwards. It takes strong faith, determination and action.

IDN Star Master Tjong Li Mi, Indonesia (Tjong Li Mi): It is about working hard with high confidence, persistence, and inner strength without fear of failure.

Q. 애터미 사업을 성공할 수 있게 하는 가장 강력한 스킬은 무엇인가요?

IDN 리만 센토사(Liman Sentosa) 인도네시아 스타마스터(이하 리만) : 목표를 설정하고 그 목표를 신중하게 분석하여 일일 목표로 구체화하는 것이라고 생각해요. 매일매일 명확한 목표를 갖고 있어야 망설임 없이 사업을 수행할 수 있거든요.

JPN 미야자키 신지(Miyazaki Shinji) 일본 스타마스터(이하 미야자키) : 멘탈이나 마인드 교육을 중요하게 생각해 사업자 교육 및 성공 시스템 참석을 중요시하고 있습니다.

SGP 박영 싱가포르 스타마스터(이하 박영) : 어떤 어려움이 닥쳐도 극복할 수 있는 의지와 용기가 성공의 열쇠라고 생각합니다.

TUR 아르주 단예르(Arzu Danyer) 튀르키예 스타마스터(이하 아르주) : 사람들과의 소통 능력 덕분인 것 같습니다. 애터미를 시작한 이후로 매일 다양한 사람들을 만나면서 열정적으로 애터미의 사업과 제품에 대해 소개해 왔습니다.

TWN 추메이샹(Chu Mei Hsiang) 대만 크라운마스터(이하 추메이샹) : 제품을 많이 사용하고 나서 경험담을 공유하는 것입니다. 강한 믿음, 결단력, 행동이지요.

IDN 쫑 리미(Tjong Li Mi) 인도네시아 스타마스터(이하 쫑리미) : 높은 자신감과 끈질김 그리고 실패에 대한 두려움 없이 내면의 강인함으로 꿋꿋이 노력하는 것입니다.

THA Star Master Kawisa Iamsamang, Thailand (Kawisa): Effective communication skills. Communication allows partners and consumers know what they need.

JPN Royal Masters Morooka Tetsuya & Joung Hyunmi, Japan (Morooka): The ability to explain the products and compensation plan in an easy-to-understand manner with persistence. As a result of consistently explaining about the products to non-members and about the business to members who just use the products, I was able to become a Royal Master.

Q. How do you introduce Atomy when making cold contacts?

TUR Arzu: By naturally talking about the products as a topic, we determine whether the person is a potential consumer or a business owner that is capable of doing the Atomy business. In a follow-up meeting, we allow them to experience the products they're interested in and encourage them to purchase or participate in the business.

JPN Miyazaki: We ask questions like "Have you heard of Atomy?" or "Have you ever used Atomy products?" Then we tailor the conversation based on their gender, age, and situation.

THA Kawisa: I share the positive impact Atomy has had on my life and introduce Atomy as a "health and wellness" company that sells good products at low prices.

THA 카위사 이암사망(Kawisa Iamsamang) 태국 스타마스터(이하 카위사) : 효과적인 커뮤니케이션 능력입니다. 소통은 파트너와 소비자들이 무엇을 필요로 하는지 알게 해줍니다.

JPN 모로오카 테츠야 & 정현미(Morooka Tetsuya & Joung Hyunmi) 일본 로열마스터(이하 모로오카) : 제품이나 보상 플랜을 알기 쉽게, 그리고 끈기 있게 설명하는 능력입니다. 비회원에게는 제품을, 제품만 애용하는 회원들에게는 사업 설명을 꾸준히 한 결과 로열마스터까지 올 수 있었습니다.

Q. 콜드컨택을 하실 때 어떻게 애터미를 소개하시나요?

TUR 아르주 : 제품을 화제 삼아 자연스럽게 대화를 하면서 잠재 소비자인지, 애터미 사업을 할 수 있는 사업자인지 가능성을 판단합니다. 그 후 애프터미팅을 통해 관심이 있는 제품을 직접 체험할 수 있도록 하고, 구매나 사업 참여를 유도합니다.

JPN 미야자키 : '애터미 아세요?', '애터미 제품을 사용해 본 적이 있나요?' 등 남녀노소에 따라, 또 상황에 맞춰 대화 내용도 바꿔서 진행하고 있습니다.

THA 카위사 : 저는 애터미가 제 삶에 어떤 긍정적인 영향을 미쳤는지 공유하고 애터미를 좋은 제품 싸게 파는 '헬스 앤 웰니스' 회사로 소개합니다.

Business etiquette by country
국가별 비즈니스 에티켓

Türkiye
튀르키예



Türkiye has a small middle class distribution, and due to the burden of the cost of living from rising prices, people tend to refrain from spending, or they purchase cheap products.

- For official visits or meetings, most people wear formal attire. Wearing a suit is recommended, especially for a first meeting when you're trying to build trust.
- Türkiye respects age and authority and considers dignity important, so depending on the situation, it is better to be indirect than give a straight "No."

튀르키예는 중산층의 분포가 적으며 물가 상승에 따른 생활비 부담으로 인해 소비를 자제하거나 저렴한 제품을 구매하는 경향이 있다.

- 공식적인 방문이나 미팅 시에는 대부분 정장을 갖추어 입는다. 특히 첫 미팅 등 신뢰감 조성이 필요한 경우에는 정장을 갖춰 입는 것을 추천한다.
- 튀르키예는 나이와 권위를 존중하고 체면을 중요시하므로 상황에 따라 가급적이면 직접적인 'NO'보다는 돌려서 말하는 것이 좋다.

Business etiquette by country
국가별 비즈니스 에티켓

Japan
일본



In Japan, the demand for health care through food is increasing due to the aging society. In addition, demand for health foods among young and middle-aged people is also rising because of a body care craze and beauty purposes.

- Since Japanese people value the size and performance of a company, it is effective to provide company introduction materials along with the catalog that provide information on the company's size, history, and financial status.
- Keeping promises is an iron rule. You should only promise what you can keep, and if you cannot respond immediately, say that you will confirm and respond promptly.

일본은 고령 사회로 인해 식품을 통한 건강 관리 수요가 점점 확대되고 있다. 또한 몸 가꾸기 열풍 등 미용을 위해 건강식품을 찾고 있는 청장년층의 수요도 늘어나고 있다.

- 일본인은 회사의 규모나 실적 등을 중시하므로 회사의 규모나 연혁, 재정 상태를 알 수 있는 회사 소개 자료를 카탈로그와 함께 제공하는 것이 효과적이다.
- 약속을 지키는 것은 철칙이다. 자신이 지킬 수 있는 것만 약속하고, 즉답할 수 없는 것은 확인 후 신속하게 회신하겠다고 말해야 한다.

JPN Morooka: I ask them if they know about Atomy and tell them that there is an online shopping mall that sells high-quality daily necessities at low prices, and that detergents and toothbrushes are very popular.

IDN Tjong Li Mi: We are introducing the Atomy business through cold contact to people who show interest on social media. If they contact us through DM, we explain the products and compensation plan in detail.

TWN Chu Mei Hsiang: First, greet with a bright smile. Then ask, "Have you heard of Atomy?" and start a conversation about Atomy. It seems simple, but it works in many countries around the world.

SGP Park Young: I ask if they've ever heard of Atomy. Then I explain that Atomy is a unique online platform with daily necessities that are good and cheap.

Q. What are the advantages of Atomy that potential members note?

JPN Morooka: When you introduce products that are cheap and good, you get bonuses, and there are no membership or maintenance fees. Also, it's a plus that if you work hard, you can earn up to 10 million yen (~$65,000) per month.

SGP Park Young: Brand and product safety, price and effectiveness.

IDN Liman: Potential members pay attention to the fact that they can start a business with the products. Since the products are good, it's a business that anyone can easily try without pressure.

IDN Tjong Li Mi: New business owners also like the fact that there are no membership or maintenance fees.

THA Kawisa: High quality, affordable prices, and an excellent compensation plan that rewards hard work and dedication. Global success stories and an ethical business are also of interest.

JPN 모로오카 : 애터미를 아는지 물어보고, 품질 좋은 생활용품을 저렴하게 판매하는 인터넷 쇼핑몰이 있는데 세제나 칫솔이 굉장히 인기가 많다고 이야기합니다.

IDN 쫑 리미 : SNS에서 관심을 보이는 분들에게 콜드컨택을 통해 애터미 비즈니스를 소개하고 있습니다. 이후 DM으로 연락 주시면 제품과 보상 플랜에 대해 자세히 설명해 드리고 있습니다.

TWN 추메이샹 : 먼저 밝은 미소로 인사를 합니다. 그리고 '애터미를 들어보셨나요?'라며 애터미를 화제삼아 대화를 합니다. 간단해 보이지만 세계 여러 나라에서 통하고 있습니다.

SGP 박영 : 애터미에 대해 들어본 적이 있는지 묻습니다. 그리고 애터미가 좋고 싼 생필품을 제공하는 독특한 온라인 플랫폼이라고 설명합니다.

Q. 잠재적인 회원들이 주목하는 애터미의 장점은?

JPN 모로오카 : 싸고 좋은 제품을 소개하다 보면 보너스가 발생하고 가입비·유지비가 없다는 점입니다. 또 열심히 하면 월 1,000만 엔까지 수입이 발생한다는 것에 긍정적입니다.

SGP 박영 : 브랜드와 제품 안전성, 가격 그리고 효과입니다.

IDN 리만 : 잠재적인 회원들은 제품을 통해 사업을 시작할 수 있다는 것에 주목하고 있습니다. 제품이 좋기 때문에 부담 없이, 누구나 쉽게 시도할 수 있는 사업이라고 생각합니다.

IDN 쫑 리미 : 가입비와 유지비가 없다는 점도 신규 사업자들이 좋아합니다.

THA 카위사 : 고품질에 저렴한 가격, 노력과 헌신에 보답하는 우수한 보상 플랜입니다. 또한 글로벌 성공 사례와 윤리적인 비즈니스도 관심을 보이는 부분입니다.

Q. How do you help your partners when they are having a hard time?

SGP Park Young: I listen, empathize, and find ways to overcome together. Most new business owners complain of difficulties with interpersonal relationships, and I believe that sincere understanding, empathy, and consistent interest are the answers.

IDN Liman: I support them in overcoming challenges by thinking and working together with them in the field on how to do the business.

JPN Morooka: I listen to their concerns and advise them to look ahead. Above all, I strive to suggest and implement things we can do together to grow our hearts.

TUR Arzu: Through individual meetings, I listen carefully to my partners' struggles, try to identify the cause of the problem, and offer solutions.

Q. 파트너 사업자들이 힘들어할 때 어떻게 도움을 주고 있나요?

SGP 박영 : 듣고 공감하고 함께 극복 방안을 모색합니다. 대부분의 신규 사업자들은 대인 관계에서의 어려움을 호소하는데, 진심 어린 이해와 공감 그리고 꾸준한 관심이 해답이라고 생각합니다.

IDN 리만 : 직접 현장에서 어떻게 사업을 진행해야 하는지 함께 고민하고 실천하며 어려움을 헤쳐 나갈 수 있도록 지원합니다.

JPN 모로오카 : 고민을 들어주고 멀리 볼 수 있도록 조언합니다. 무엇보다 마음의 크기를 키우기 위해 함께할 수 있는 것들을 제안하고 실행하고자 노력합니다.

TUR 아르주 : 개별 미팅을 통해 파트너의 어려움을 주의 깊게 경청하면서 문제의 원인을 파악하고, 해결책을 제시합니다.

Business etiquette by country
국가별 비즈니스 에티켓

Singapore
싱가포르



Singapore is a multi-ethnic country where various cultures and religions coexist. They prefer high-quality products and services. They value brand recognition and reliability over price.

- It is essential to make an appointment in advance and be punctual before the meeting. Business casual dress is sufficient. However, formalities may be required in public settings.
- Meetings are conducted quickly with work-related content or key agenda items, and you should refrain from asking questions unrelated to work, such as age or marital status.

싱가포르는 다양한 문화와 종교가 공존하는 다민족 국가로, 고품질의 제품과 서비스를 선호하며 브랜드 인지도와 신뢰도 등 가격보다는 가치를 중시한다.

- 미팅 전에 사전 약속을 잡고 시간을 엄수하는 것이 필수이며 드레스코드는 비즈니스 캐주얼이면 충분하다. 단, 공공기관에서는 격식을 차려야 할 수도 있다.
- 미팅에서는 업무에 관한 내용이나 핵심 의제로 신속하게 진행하며, 나이, 결혼 유무 등 업무와 무관한 질문은 자제한다.

Business etiquette by country
국가별 비즈니스 에티켓

Taiwan
대만



Taiwanese people are receptive to word of mouth and have a strong tendency to make purchasing decisions based on consumer reviews or recommendations from acquaintances, so they tend to focus their attention briefly on hot products and services.

- During meals, the rule is that the host sits near the entrance and the guest sits inside opposite the entrance at a standard Chinese round table. Use shared utensils and individual plates when serving the food.
- When meeting, it is common to start with a friendly conversation about light, ordinary topics such as the weather, food, tourism, and so on.

대만인은 입소문에 민감하고 소비자 품평이나 지인 추천으로 구매를 결정하는 성향이 강해 화제가 되는 상품·서비스에 대한 관심이 빠른 시간에 집중되는 경향이 있다.

- 식사 시에는 중식 원탁 기준으로 대접하는 사람이 입구 쪽에 앉고 귀빈은 입구 맞은편 안쪽에 앉는 것이 원칙이며, 음식을 덜어갈 때는 공용 수저와 개인 접시를 사용해야 한다.
- 미팅 시에는 날씨, 음식, 관광 등 무난하고 가벼운 소재로 친근하게 대화를 시작하는 것이 일반적이다.

TWN Chu Mei Hsiang: I am together with them in the field as they achieve their goal. We do GO100 together, and I have them participate in the Success System.

Q. Among the various trainings currently offered by Atomy, which do you think is most effective?

TWN Chu Mei Hsiang: I would pick GSMC and the 8 steps to success. And above all, I think you need a process of strengthening your own capabilities.

THA Kawisa: The greatest help is the variety of video content that can be immediately shared with partners and new business owners.

JPN Miyazaki: I think the most effective is center training. Success Academy is also important, but the center provides customized training for each group and situation to level up step by step.

SGP Park Young: Success Academy and GSMC have been very helpful.

IDN Liman: I believe it's Success Academy. I have seen many people, including my wife, find their vision and make the decision to do the business after attending Success Academy.

TUR Arzu: Channel Atomy videos. Through these videos, I learned that Atomy is different from other network companies—it has an upright culture that cherishes the spirit.

TWN 추메이샹 : 목표를 달성하는 과정을 현장에서 함께 합니다. 백만갑을 같이 하고, 성공 시스템에 참여시킵니다.

Q. 현재 애터미에서 하고 있는 여러 가지 교육 가운데 가장 효과적인 교육은 무엇이라고 생각하나요?

TWN 추메이샹 : 저는 GSMC와 성공의 8단계를 꼽고 싶습니다. 그리고 무엇보다 스스로 역량을 강화해 나가는 과정이 필요하다고 생각합니다.

THA 카위사 : 파트너와 신규 사업자에게 바로 공유할 수 있는 다양한 영상 콘텐츠가 가장 큰 도움이 되고 있습니다.

JPN 미야자키 : 가장 효과적인 것은 센터 교육이라고 생각합니다. 석세스 아카데미도 중요하지만, 센터에서 각 상황에 그룹별 맞춤 교육을 진행하여 단계적인 레벨업이 필요합니다.

SGP 박영 : 석세스 아카데미와 GSMC가 많은 도움이 되었습니다.

IDN 리만 : 석세스 아카데미라고 생각합니다. 제 아내를 비롯해 석세스 아카데미에 참가한 많은 사람들이 비전을 찾아 결단을 하고 사업을 시작하는 모습을 많이 목격했습니다.

TUR 아르주 : 채널애터미의 영상들입니다. 그 영상들을 통해 애터미는 다른 네트워크 회사와는 다르다는 것 - 영혼을 소중히 여기는 올바른 문화가 있다는 것을 알게 되었거든요.

Q. What do you think is most necessary for you and your partner to succeed?

THA Kawisa: Clear communication, trust, and common awareness of business goals are essential. If you are willing to learn and grow together, success will be yours.

TWN Chu Mei Hsiang: It's about having strong beliefs, inner drive, and big dreams.

TUR Arzu: The secret to success is in the field. Even in the era of cutting-edge technology, there is no better way than going out into the field and experiencing firsthand, explaining the products, and having people use it themselves. For this reason, I think GO100 is very valuable.

JPN Morooka: I believe that guiding as many people as possible to become rooted in Atomy's Success System is necessary for success.

IDN Liman: I think setting clear goals and clear action steps to achieve them are essential.

IDN Tjong Li Mi: Wouldn't it be to follow Atomy and Atomy's sustainable system?

SGP Park Young: We must have a deep understanding of the value of the Atomy business, an earnest desire for success, and continued participation in GO100 activities.

JPN Miyazaki: What is most needed for partners to succeed is a relationship of trust. ⓐ

Q. 본인과 파트너의 성공을 위해 가장 필요하다고 생각하는 것은 무엇인가요?

THA 카위사 : 명확한 커뮤니케이션과 신뢰, 그리고 비즈니스 목표에 대한 공통된 인식이 필수입니다. 함께 배우고 성장하려는 의지가 있다면 성공은 나의 것이 될 것입니다.

TWN 추메이샹 : 강한 신념과 내면의 추진력, 그리고 원대한 꿈을 갖는 것입니다.

TUR 아르주 : 성공의 비밀은 현장에 있습니다. 첨단 기술의 시대라고 해도 현장에 나가서 직접 만져보고, 제품을 설명하면서 직접 사용하게 하는 것만큼 좋은 방법은 없습니다. 이 때문에 백만갑 활동은 매우 가치 있다고 생각합니다.

JPN 모로오카 : 한 분이라도 더 많은 분이 애터미의 성공 시스템에 정착할 수 있도록 안내하는 일이야말로 성공하기 위한 필수 조건이라고 여기고 있습니다.

IDN 리만 : 명확한 목표 설정과 목표를 달성하기 위한 명확한 실행 단계가 필수적이라고 생각합니다.

IDN 쫑 리미 : 지속 가능한 애터미와 애터미의 시스템을 잘 따르는 것이 아닐까요?

SGP 박영 : 애터미 사업의 가치에 대한 깊은 이해, 성공에 대한 간절한 열망, 그리고 백만갑 활동을 지속적으로 해 나가야 합니다.

JPN 미야자키 : 파트너의 성공을 위해 가장 필요한 것은 서로 간의 신뢰 관계입니다. ⓐ

Business etiquette by country
국가별 비즈니스 에티켓

Thailand
태국



In Thailand, discretionary spending is increasing as the population of the middle class and above rises, and demand is particularly high for high-end consumer goods and services that provide enjoyment and experiences.

- Thai people value face, so it is good to compliment and communicate with a smile, and avoid being aggressive or overbearing.
- Many people are easy-going and optimistic, so they may be late for appointments or take time to make decisions. Therefore, patience is needed to expand the business.

태국은 중산층 이상의 인구가 증가하면서 재량 소비 지출이 증가하고 있으며 특히 즐거움과 경험을 주는 고급 소비재와 서비스에 대한 수요가 높다.

- 태국인들은 체면을 중요시하므로 칭찬하고 미소로 대화하는 것이 좋으며 공격적이거나 고압적인 태도는 삼가야 한다.
- 느긋하고 낙천적인 사람들이 많으므로 약속 시간에 늦거나 결정하는 데 시간이 걸리는 경우가 있다. 따라서 비즈니스를 펼치기 위해서는 인내심이 필요하다.

Innovative Atomy Digital Healthcare Coming Soon!

Customized Atomy Project With Medical AI in Process

Consumer trends regarding health after COVID-19 can be summarized into three categories: prevention, digitalization, and personalization. In response to these consumer needs, many companies are rushing to prepare customized healthcare services, and Atomy is preparing to open a customized healthcare app as part of its "Customized Happiness Project." Let's find out what makes Atomy's customized happiness project that embraces medical AI stand out.

혁신적인 애터미 디지털 헬스케어가 온다!

의료 AI를 품은 애터미 맞춤형 프로젝트 가동

코로나19 이후 건강에 대한 소비자 트렌드는 예방, 디지털화, 개인화의 3가지로 요약할 수 있다. 이러한 소비자 니즈에 맞춰 많은 기업들이 앞다투어 맞춤형 헬스케어 서비스를 준비하고 있으며, 애터미는 맞춤형 행복 프로젝트의 일환으로 맞춤형 헬스케어 앱(APP) 오픈을 앞두고 있다. 의료 AI를 품은 애터미 맞춤형 행복 프로젝트만의 차별점은 무엇인지 알아본다.

Ra-Mee Jeong, editor

The Customized Happiness Project announced at January Success Academy
1월 석세스아카데미 맞춤형 행복 프로젝트 발표 현장



Desire for personalized healthcare with high data accuracy

According to the results of the "Healthy Living in Asia Survey" published by Philips, the majority of Koreans (89%) answered that preventive health care is important. Preventive health care refers to managing current health conditions in daily life in order to prevent disease or deterioration in health. This includes not only lifestyle habits such as eating habits and exercise, but also health checkups and regular monitoring of health status.

As a way to encourage personal health management, 59% of Koreans responded that they prefer "personalized technology and devices." Priority factors when choosing personal health management technology and devices include data accuracy (67%), price (64%), activity tracking function (62%), health tracking function (60%), and ability to set personal health goals (56%). In such an atmosphere that values preventive health care, an increasing number of consumers are trying to use customized healthcare apps that allow them to check their own health status and form healthy habits based on accurate data.

Starting with app, Atomy Wellness Center to be established in 2026

An app will be launched this year as part of the Atomy Customized Happiness Project that will analyze mobile questionnaires and health exam data to evaluate individual health conditions and provide tailored management services such as health functional food recommendations, exercise programs, and dietary coaching. While most digital healthcare service apps are limited to basic customer surveys, Atomy Digital Healthcare will develop an advanced examination process in conjunction with medical experts

데이터 정확도가 높은 개인 맞춤형 헬스케어를 원해

필립스가 발표한 '아시아 국가 개인 건강관리 실태 조사(Healthy Living in Asia Survey)' 결과에 따르면, 우리나라 사람들 대다수(89%)가 예방적 건강관리가 중요하다고 답했다. 예방적 건강관리는 질병이나 건강 악화를 미리 예방하기 위해 일상생활에서 현재의 건강 상태를 관리한다는 것이다. 여기에는 식습관, 운동 등의 생활 습관뿐 아니라 건강검진 및 정기적인 건강 상태 모니터링 등을 포함하고 있다.

개인 건강관리를 장려하는 방법으로는 한국인 59%가 '개인 맞춤형 기술 및 기기'를 선호한다고 답했는데, 개인 건강관리 기술 및 기기를 선택할 때 고려하는 사항으로는 '데이터 정확성(67%)', '가격(64%)', '활동 추적 기능 유무(62%)', '건강 추적 기능 유무(60%)', '개인 건강 목표 설정 가능 유무(56%)' 등을 우선순위로 꼽았다. 이처럼 예방적 건강관리를 중시하는 분위기 속에서 정확한 데이터를 바탕으로 자신만의 건강 상태를 체크하고 건강 습관을 형성할 수 있는 맞춤형 헬스케어 앱을 활용하려는 소비자들이 늘고 있다.

앱을 시작으로 2026년 애터미 건강검진센터 설립

올해 애터미 맞춤형 행복 프로젝트 일환으로 오픈되는 앱에서는 모바일 문진과 건강검진 데이터를 분석해 개인별 건강 상태를 분석하고 내게 맞는 건강기능식품 추천, 운동 프로그램, 식습관 코칭 등의 관리 서비스를 제공한다. 대다수의 디지털 헬스케어 서비스 앱이 기초적인 고객 설문에 그치고 있다면, 애터미 디지털 헬스케어는 의료 전문가 및 검진 센터와 연계하여 고도화된 검진 프로세스를 구축하고, 인공지능 기술을 통해 대용량의 의료 데이터를 분석해 이를

and examination centers, analyzing large amounts of medical data through artificial intelligence technology. Based on this, we plan to provide accurate prognostic and diagnostic services for individual health conditions.
Starting with the launch of the app, genetic testing will be introduced in 2025, and the Atomy Wellness Center will be established in 2026 to provide more specialized healthcare services.

1) Advanced examination process (2024)
We plan to have an advanced examination system with the types of questionnaires used in actual hospitals, including depression, sleep pattern, nutrition, and stress screening.

2) Medical data analysis through AI technology
We plan to provide personalized data with genetic analysis through detailed tests (hair, saliva test, etc.), and by analyzing large amounts of medical data through AI, we can expect more accurate results.

3) Comprehensive solutions by experts (2026)
With the establishment of the Atomy Wellness Center, we will be able to provide personalized medical advice along with a wide range of individualized services connecting hospitals and patients.

Comprehensive lifestyle curation services begin

Beginning with healthcare services, the Atomy Customized Happiness Project plans to provide information to help people manage their lifestyle comprehensively in various aspects such as beauty, mind care, and eating habits. For example, it may take someone's personal color and recommend a makeup style that suits them, suggest a diet that suits their health and body composition, analyze sleep patterns, and offer content for mental self-care. Through this, Atomy aims to create happy people who can achieve balanced growth in all areas of life.
Atomy business owners can also use the app in conjunction with their business. During the Slim Body Challenge, the Customized Happiness Project can provide more specialized and advanced analysis and even link dietary habits and expert coaching. In addition, during GO100, health information can be provided to consumers to pair them with suitable products. Members can also share each other's performance through step count and distance functions and organize a GO100 challenge for each center.

바탕으로 개인의 건강 상태에 대한 정확한 예측과 진단 서비스를 제공할 예정이다. 또한, 추후 애터미 건강검진센터를 설립해 의학박사, 영양사 등 전문가와의 1:1 상담을 진행하며 건강한 라이프 습관을 형성해 나갈 수 있도록 할 예정이다.
올해 앱 출시를 시작으로 2025년에 유전자 검사를 도입하고, 2026년에는 애터미 건강검진센터를 설립하여 보다 전문화된 헬스케어 서비스를 제공할 예정이다.

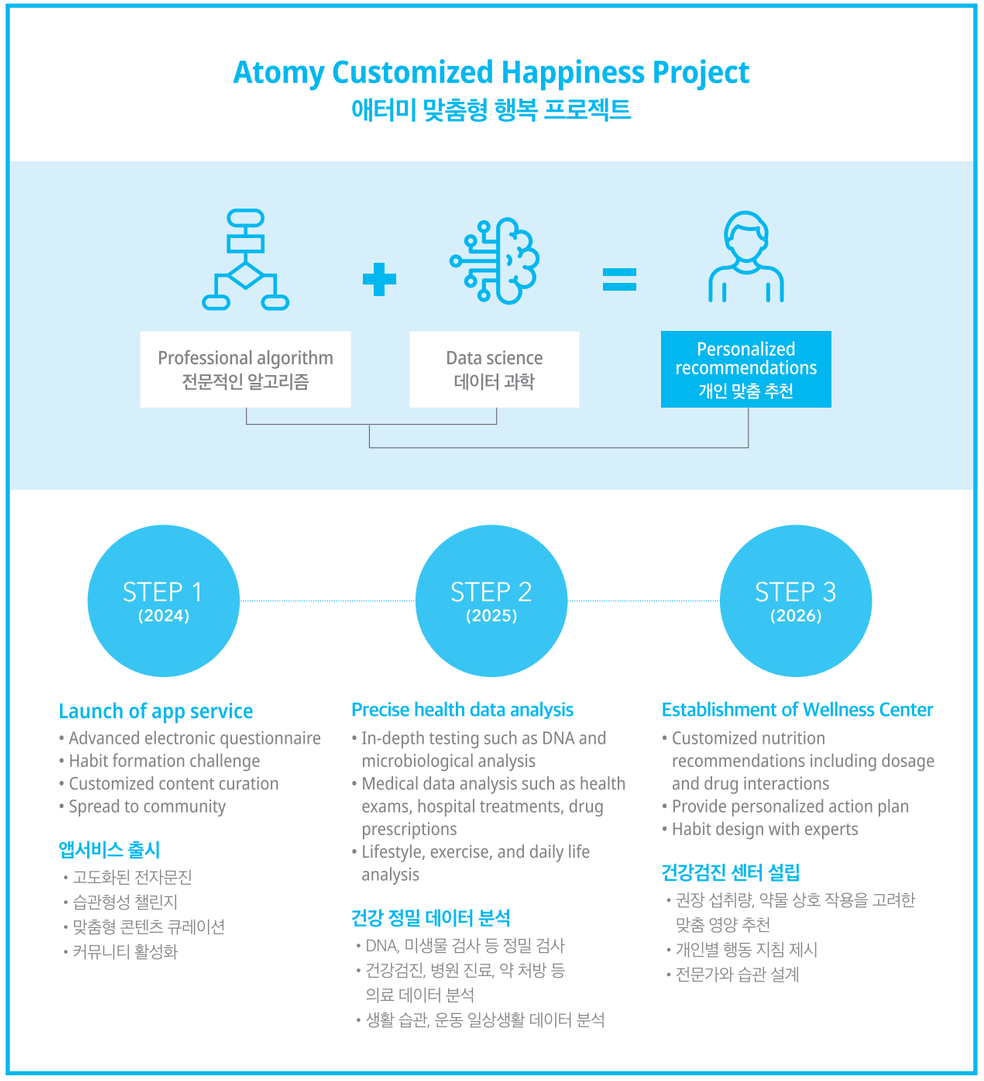
1) 고도화된 검진 프로세스(2024년)
우울증, 수면 패턴, 영양, 스트레스 검진 등 실제 병원에서 활용하는 문진 방법으로 고도화된 검진 시스템을 갖출 예정이다.

2) AI 기술을 통한 의료 데이터 분석(2025년)
정밀검사(모발 검사, 타액 검사 등)를 통한 유전자 분석으로 개인별 맞춤화된 데이터를 제공할 예정이며, AI 기술을 통해 대용량의 의료 데이터를 분석해 더욱 정확한 결과를 기대할 수 있다.

3) 전문가의 종합 솔루션(2026년)
애터미 건강검진센터를 설립하여 개인별 의료 자문 서비스를 제공받을 수 있으며, 병원과 환자를 연결하는 폭넓은 개인화 서비스를 제공할 예정이다.

종합 라이프스타일 큐레이션 서비스의 시작

애터미 맞춤형 행복 프로젝트는 헬스케어 서비스를 시작으로 뷰티, 마인드케어, 식습관 등 다양한 측면에서 종합적인 라이프 스타일을 관리할 수 있도록 정보를 제공할 예정이다. 한 예로 개인의 퍼스널컬러를 진단해 나에게 맞는 메이크업 스타일을 추천하고, 내 건강과 체질에 맞는 식단을 제안할 뿐 아니라 수면패턴을 분석하고 마인드케어가 가능한 콘텐츠 등을 제공한다. 이를 통해 삶의 모든 영역에서 균형 있는 성장을 할 수 있는 행복한 사람을 만드는 것을 목표로 한다.
애터미 사업자들은 해당 앱을 사업과 연계해 활용할 수도 있다. 슬림바디 챌린지를 진행할 때 행복 맞춤형 프로젝트를 통해 보다 전문화되고 고도화된 분석을 제공할 수 있으며, 식습관 분석과 전문가 코칭까지 연계할 수 있게 되었다. 또, 백만갑을 할 때 소비자들에게 건강 정보를 제공하고 그에 맞는 제품 연계가 가능하며, 걸음 수, 거리 인증 기능을 통해 서로의 실적을 공유하며 센터별로 백만갑 챌린지를 진행할 수도 있다.



HemoHIM, Rewriting the History of Health Functional Foods

The first individually approved health functional food recognized for its dual functionality of improving immunity and fatigue
Expanding the market with launch of the global version

Atomy HemoHIM is rewriting the history of health functional foods. Last October, Korea's Ministry of Food and Drug Safety recognized that HemoHIM's main ingredient, "Herbal Extract," works to improve both fatigue and immune function. As a result, Atomy HemoHIM has become the first individually approved health functional food with dual functionality for boosting immunity as well as reducing fatigue. Additionally, Atomy has recently developed "HemoHIM G" for international markets which has launched in Europe, Türkiye, and Taiwan and is actively targeting the global market by hosting HemoHIM events for members.



헤모힘, 건강기능식품의 역사를 다시 쓰다

개별인정형 건강기능식품 최초로 면역기능 개선과 피로개선 이중기능성 인정
글로벌 버전 출시로 시장 확대

애터미 헤모힘이 건강기능식품의 역사를 다시 쓰고 있다. 지난해 10월 식품의약품안전처는 애터미 헤모힘의 주원료인 '헤모힘 당귀등혼합추출물'이 면역 기능 개선 외에도 피로 개선 기능성이 있다고 인정했다. 이로써 애터미 헤모힘은 개별인정형 건강기능식품으로는 최초로 면역 개선과 피로 개선 이중기능성 건강기능식품이 됐다. 또한 최근에는 해외 시장형 제품 '헤모힘G'의 개발을 완료하고 유럽과 튀르키예, 대만 등에 출시하여 회원 대상 헤모힘 이벤트를 개최하는 등 적극적으로 세계 시장을 공략하고 나섰다.

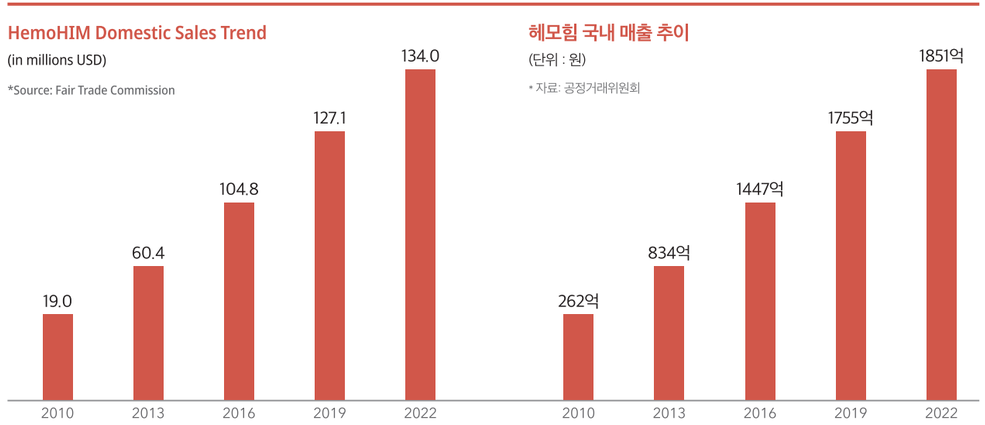


"HemoHIM Sustainable Technology Development Project" Since 2017

Developed by the Korea Atomic Energy Research Institute in 2006, HemoHIM is the first individually recognized health functional food that boosts immunity with "HemoHIM Extract," as its main ingredient. It is produced by Kolmar BNH, sold exclusively by Atomy, and exported to 19 global regions. It has been generating more than 100 billion KRW in sales annually in Korea alone since 2014, and according to Fair Trade Commission data in

2017년부터 준비한 '헤모힘 지속 기술 개발 프로젝트'

헤모힘은 지난 2006년, 한국원자력연구원이 개발한 '헤모힘당귀등혼합추출물'을 주원료로 하여 개발된 최초의 개별인정형 면역 개선 기능성 건강기능식품이다. 콜마비앤에이치가 생산해 애터미가 전담 판매하고 있으며 해외 19개 지역에 수출하고 있다. 2014년 이후 국내에서만 매년 1,000억 원이 넘는 매출을 올리고 있으며, 2022년 공정위 발표 기준 국내 매출 1,851억 원을



2022, HemoHIM achieved its highest sales figures with domestic sales reaching 185.1 billion KRW.

As the numbers show, HemoHIM is Korea's best marketable and highly acclaimed health functional food, but this was not enough for Atomy. In order to enhance its marketability, research on a new functionality of HemoHIM began in 2017 in conjunction with Kolmar BNH. HemoHIM's main ingredient, "HemoHIm Extract," was known to have another function, but it had to be systematically identified. As a result, the effect of improving fatigue was scientifically proven last year, six years after the launch of the "HemoHIM Sustainable Technology Development Project."

The recognition of HemoHIM's fatigue-relieving functionality has been scientifically proven through the body's antioxidant mechanism. The antioxidant properties of " HemoHIM Extract," have already been reported in several research papers, but it has now been proven with a focus on improving fatigue. The results of clinical trials (human testing) and non-clinical trials (cell testing) of HemoHIM Extract,have shown a significant improvement in healthy males and females age 30 to 60 who complained of fatigue based on the Fatigue Severity Scale (FSS) and Multidimensional Fatigue Inventory (MFI). The results of this study were published in the international academic journal "Phytomedicine Plus," and patent registration was completed in Korea as well as in Russia. Thus, the addition of the fatigue-improving functionality of HemoHIM Extract was officially recognized at the 6th Health Functional Food Deliberation Committee meeting on September 1, 2023.

Accelerating Global Expansion with HemoHIM G

Following HemoHIM's recognition as the first individually approved health functional food to have dual functionality for improving immune function and reducing fatigue, there comes another piece of good news. HemoHIM G, a global version of HemoHIM, has been developed and released in Europe and other regions.

Registered in many countries as a food, HemoHIM G has been developed as a traditional Chinese medicine, which serves the same purpose as Angelica gigas, Cnidium offi-

달성하여 역대 최대 매출을 기록했다.

수치가 말해 주듯 헤모힘은 자타가 공인하는 국내 최고의 상품성을 지닌 건강기능식품이다. 그러나 애터미는 이에 만족하지 않았다. 헤모힘의 상품성 강화를 위해 헤모힘 생산 업체인 콜마비앤에이치와 함께 지난 2017년부터 헤모힘의 신규 기능성에 대한 연구를 시작했다. 이미 헤모힘의 주원료인 '헤모힘당귀등혼합추출물'에 신규 기능성이 있다는 점을 알고 있었지만, 이를 체계적으로 규명해야 했기 때문이다. 이에 '헤모힘 지속 기술 개발 프로젝트'를 가동한 지 6년 만인 지난해 피로 개선 효과를 과학적으로 입증했다.

헤모힘의 피로 개선 기능성 인정은 우리 몸의 항산화 기전을 과학적으로 증명한 것이 주효했다. '헤모힘당귀등혼합추출물'의 항산화와 관련된 논문은 이미 여러 편이 보고된 바 있지만, 피로 개선에 집중해 이를 입증해 냈다. '헤모힘당귀등혼합추출물'의 임상시험(인체적용시험)과 비임상시험(세포실험) 결과, 피로를 호소하는 만 30세 이상 60세 미만 건강한 성인 남녀에게서 피로도척도(FSS, Fatigue Severity Scale), 다차원피로척도(MFI, Multidimensional Fatigue Inventory)가 유의미하게 개선되었음을 확인했다. 이 연구 결과는 국제 학술지인 '파이토메디신 플러스(Phytomedicine Plus)'에 게재되었으며 우리나라는 물론 러시아에 특허 등록을 완료했다. 그리고 지난 2023년 9월 1일, 제6차 건강기능식품심의위원회 회의 결과 '헤모힘당귀등혼합추출물'의 피로 개선 기능성 추가가 공식 인정됐다.

헤모힘G로 글로벌 확장 가속화

헤모힘의 개별인정형 건강기능식품 최초 면역 기능 개선 및 피로 개선 이중기능성 인정과 더블어 또 하나의 희소식이 날아들었다. 바로 헤모힘의 글로벌 버전인 '헤모힘G'가 개발돼 유럽 등에 출시된 것이다.

헤모힘G는 해외 많은 국가에서 식품으로 등재되고 참당귀, 일천궁, 작약과 동일한 목적으로 사용



cinale, and Paeonia japonica. In terms of its efficacy, it has been confirmed that immune enhancement and activity levels were no different from that of the existing HemoHIM. The formulation has also been tweaked in a way that foreigners who are not familiar with oriental medicine would find it more palatable. Prior to launching, a survey was conducted with Atomy members in the UK and Europe as well as in Korea, and the level of satisfaction was higher in European members than in Korean members. This means that HemoHIM G is accessible to Europeans despite the herbal medicine taste. Additionally, 9 out of 10 respondents expressed an intent to purchase HemoHIM.

Atomy's global expansion is expected to accelerate even more with the recent development and launch of HemoHIM G. Along with Absolute CellActive Skincare, HemoHIM has been the number one contributor to the making of Atomy today. When HemoHIM first came out, Atomy sold 30 packets for $60 while other companies had been charging $600 for 60 packets. Later, after squeezing out all unnecessary expenses, Atomy was able to lower the deal even more by selling 60 packets for $60. An official from the marketing team stated, "HemoHIM G is a product tailored to target the global health food market." He added, "As the first health functional food with dual functionality of both improving immunity and reducing fatigue, HemoHIM G has increased its marketability, paving the way for global products to play a significant role in expanding sales."

하는 중의학 약재로 개발됐다. 효능의 경우 면역 증진 및 활성도 수치 성분이 기존 헤모힘과 차이가 없는 것으로 확인되었다. 한방에 익숙하지 않은 외국인들에게 거부감이 없도록 포뮬레이션 개발에도 힘썼다. 출시 전 영국과 유럽 법인의 회원 및 한국 회원을 대상으로 설문 조사를 실시했는데, 유럽 회원의 만족도가 한국 회원보다 높았다. 이는 한약 느낌의 맛이더라도 유럽인들에게 접근이 가능하다고 해석할 수 있다. 또 헤모힘 구입 의향에 대해서는 응답자의 10명 중 9명이 구입하겠다고 응답했다.

헤모힘G의 개발 및 출시로 향후 애터미의 해외 진출이 더욱 가속화될 것으로 전망된다. 헤모힘은 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어와 함께 오늘의 애터미를 만든 일등 공신이다. 특히 처음 출시 당시, 타사에서 60포에 77만 원에 판매하던 것을 30포에 76,500원에 출시한 뒤, 마른 수건도 쥐어짜는 비용 절감을 통해 60포에 76,500원까지 가격을 인하했다. 마케팅팀 관계자는 “헤모힘G는 글로벌 건강식품 시장을 겨냥해 개발한 제품”이라며 “건강기능식품 최초 면역 기능 개선과 피로 개선 이중기능성으로 상품성이 향상됐다면 글로벌향 제품은 시장 확대를 통해 매출 증대에 큰 역할을 할 것”이라고 말했다.

Young-Min Lee, editor

HemoHIM Towel Event at Success Academy in April (left), HemoHIM Booth at Success Academy in Taiwan (right)
지난 4월 석세스아카데미 헤모힘 타월 이벤트 현장(좌), 대만 석세스아카데미 헤모힘 부스 전경(우)



HemoHIM Shot to Be Launched in September, Boosting Brand Lineup

Since April, Atomy has been hosting a range of events highlighting HemoHIM's newly acknowledged function of improving fatigue and the launch of HemoHIM G so that business owners are aware of the positive news and utilize the information for their businesses. Various events have been held through a number of training programs such as Success Academy and One-Day Seminars along with photo booths, catchy melodies, and HemoHIM logo songs.

These events aim to familiarize members with HemoHIM so that they can introduce it to consumers more easily and naturally, thereby establishing HemoHIM as the number one health functional food in Korea. As one member expressed, "When I mention HemoHIM, a lot of people actually say, 'I don't have any health issues, so why should I take this?' Now that it has been certified to help with fatigue, it will be much easier to present."

Along with these events, plans are underway to launch a new product called 'HemoHIM Shot' this September, further strengthening the HemoHIM brand lineup.This product is designed to make HemoHIM tastier and easy to enjoy. It is labeled as a functional food and contains 6g of "HemoHIM Extract" which is recognized by the Ministry of Food and Drug Safety to help with fatigue. It also contains taurine and guarana extracts, so fatigue improvement can be expected immediately. The head of product development said, "With HemoHIM Herbal Extract as its main ingredient, which has been recognized for its fatigue relieving functionality, HemoHIM Shot is a healthy energy drink." He is confident that it will become the first product that comes to mind when it comes to recovering from fatigue and improving concentration.

9월 헤모힘샷 출시. 브랜드 라인업 강화

애터미는 지난 4월부터 헤모힘 피로 개선 기능성 추가 인정 및 헤모힘G 출시 등의 호재를 사업자들이 제대로 인식하고 사업에 활용할 수 있도록 다양한 이벤트를 개최하고 있다. 석세스아카데미와 원데이 세미나 등 다양한 교육 프로그램을 통해 각종 이벤트가 펼쳐졌으며, 포토 부스, 귓가를 도는 중독적 멜로디의 헤모힘 로고송들이 동시다발적으로 진행됐다.

헤모힘 이벤트는 회원들이 좀 더 가볍고 부담 없이 소비자에게 헤모힘을 소개하고 이를 통해 확실한 국내 넘버원 건강기능식품으로 자리매김하는 것이 목표다. 한 회원은 “실제로 헤모힘 얘기를 하면 ‘난 건강에 문제가 없는데 이걸 먹어야 돼?’라는 사람들이 많았다”라며 “피로 개선에 도움이 된다고 인증을 받았다면 훨씬 더 소개하기가 수월해질 것”이라고 말했다.

이벤트와 함께 헤모힘 브랜드의 라인업도 강화된다. 오는 9월, 애터미는 신제품 ‘헤모힘샷’을 출시할 계획이다. 헤모힘샷은 헤모힘을 맛있고 간편하게 즐길 수 있도록 개발한 제품이다. 식약처에서 ‘피로 개선에 도움을 줄 수 있음’을 인정받은 ‘헤모힘당귀등혼합추출물’ 6g이 들어있는 기능성 표시식품으로 타우린, 과라나추출물이 함유되어 즉각적인 피로 개선 효과를 기대할 수 있다. 제품 개발 담당자는 “피로 개선 기능성을 인정받은 ‘헤모힘당귀등혼합추출물’이 주원료인 ‘헤모힘샷’은 ‘건강한 에너지 드링크’를 표방하는 제품”이라며 “피로 회복과 집중력 강화 하면 가장 먼저 떠오르는 제품으로 자리 매김할 것”이라고 자신했다.

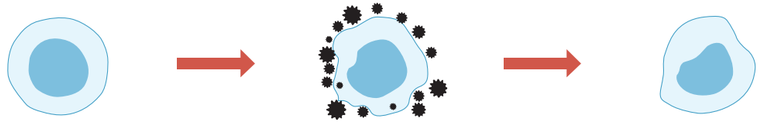
Basis for Combined Immune Function and Fatigue Improvement
면역 기능과 피로 개선의 조합 근거

The combination of immune function and fatigue improvement is not an idea discovered or conceived by chance. Here, the accumulation of fatigue in our body and the antioxidation mechanism involved in immune function is a very important basis. Antioxidation refers to the inhibition of oxidation, and is a concept that appears often when explaining the cellular aging process and anti-aging.

Oxygen that enters the body through breathing plays an important role in creating energy needed by the human body, but in the process, it generates free radicals (atoms or molecules with unpaired electrons), one of which is reactive oxygen species. Free radicals are unstable and have high energy, so they easily cause oxidation reactions with other molecules in the human body resulting in damage to cells and tissue. For this reason, it is the cause of many adult diseases and cancers, and is one of the main causes of aging. On the other hand, they can also function to strengthen the immune system, regenerate muscles, suppress diabetes, and alleviate degenerative arthritis.

면역 기능과 피로 개선의 조합은 우연히 발견 또는 착안해 낸 아이디어가 아니다. 여기에는 우리 신체에서 이루어지고 있는 피로 누적, 면역 기능에 관여하는 '항산화(抗酸化, Antioxidation)' 기전이 매우 중요한 근거가 되고 있다. 항산화는 산화의 억제를 의미하며, 세포의 노화 과정과 안티에이징을 설명할 때 많이 등장하는 개념이기도 하다.

사람의 호흡을 통해 체내로 들어온 산소는 인체에 필요한 에너지를 만드는 데 중요한 역할을 하지만, 그 과정에서 활성산소라는 자유 라디칼(Free Radical, 짝지어지지 않은 홀전자를 가진 원자나 분자)을 생성하게 된다. 자유 라디칼은 불안정하고 높은 에너지를 갖고 있어, 인체의 다른 분자들과 쉽게 산화반응을 일으키며, 세포와 조직의 손상을 일으키게 된다. 이 때문에 성인병과 암을 비롯한 질병을 일으키는 원인이자 노화를 일으키는 주범 중 하나다. 반면에 면역체계 강화, 근육 재생, 당뇨병 억제, 퇴행성 관절염을 완화시키는 등의 기능도 한다.



Normal cell
정상세포

Reactive oxygen species easily cause damage to cells and tissue via oxidation reactions
활성산소는 체내의 세포들과 산화반응을 쉽게 일으켜 세포와 조직의 손상을 일으킨다.

Cell damaged by oxidative stress
산화 스트레스를 받아 손상된 세포

Reactive oxygen species (ROS) are generated during the digestion and decomposition process when you consume foods such as meat, processed foods, and fast foods. It is also produced when we do physically demanding work, when we eliminate pathogens that have invaded our body, or when we experience stress or fatigue. Ultraviolet rays, radiation, smoking, environmental pollutants, stress, overeating, heavy exercise, instant foods, and inflammation are considered major factors that cause ROS.

If the rate at which reactive oxygen species are produced and removed is off balance and the amount of ROS increases excessively, "oxidative stress" occurs in our body. In other words, inflammation, accumulation of modified proteins, and damage to cells, tissue, and DNA can occur. Cells may die or proliferate abnormally, resulting in tumors. Simply stated, various diseases such as aging, stroke, myocardial infarction, and cancer can develop, reducing immune cells and thereby reducing immune function. Removing reactive oxygen species is one way to prevent cell oxidation, or aging, and antioxidants inhibit the oxidation of cells.

활성산소는 육류나 가공식품, 패스트푸드 등과 같은 음식을 섭취하면 소화 분해 과정에서 발생한다. 또한 육체적으로 힘든 일을 할 때, 우리 몸에 침투한 병원체를 없앨 때, 스트레스나 피로가 쌓였을 때도 활성산소가 발생한다. 자외선, 방사선, 흡연, 환경오염물질, 스트레스, 과식, 심한 운동, 인스턴트 음식, 염증 등이 활성산소를 유발하는 주요 요인으로 꼽히고 있다.

만약 활성산소가 만들어지는 속도와 제거되는 속도의 균형이 깨져서 활성산소가 지나치게 많아지면 우리 몸에는 '산화 스트레스'가 발생하게 된다. 즉 염증이 생길 수 있고 변형된 단백질이 축적되거나 세포나 조직, DNA 손상 등을 일으킬 수 있다. 세포가 사멸하거나 이상 증식되어 종양이 생길 수도 있다. 쉽게 표현하자면 노화, 뇌졸중, 심근경색, 암 등 여러 질병이 나타나고 면역 세포를 감소시켜 면역 기능을 떨어뜨릴 수 있다. 이 활성산소를 제거하는 것이 세포의 산화, 즉 노화를 막는 방법이며, 이러한 세포의 산화를 억제하는 것이 항산화다.

The imbalance between oxidative stress and immune cells can also be found in the case of chronic fatigue that we commonly experience. A study has shown that in patients with chronic fatigue, the immune response between Th1 and Th2 among T cells was out of balance, and the levels of serum zinc (antioxidants) that regulate inflammatory symptoms and initial T cell activation pathways were significantly lower. Zinc is a powerful antioxidant, and evidence suggests that decreased zinc in patients with chronic fatigue is associated with increased oxidative stress. The fact that oxidative stress caused by chronic fatigue has a negative impact on the immune system indicates that fatigue and immune function are organically related.

산화적 스트레스와 면역 세포 간의 불균형은 우리가 흔히 겪는 만성피로일 때도 찾아볼 수 있다. 한 연구에 따르면 만성피로 환자의 경우 T세포 중 Th1, Th2 간 면역반응의 균형이 깨져 있으며, 염증 증상과 초기 T세포 활성화 경로를 조절하는 혈청아연(항산화 물질)의 수치가 유의미하게 낮은 결과를 보였다고 한다. 아연은 강력한 항산화 물질로, 만성피로 환자에게 감소된 아연은 산화적 스트레스의 증가와 관련이 있다는 것을 입증한다. 만성적인 피로에 의해 발생한 산화적 스트레스가 면역체계에 부정적인 영향을 준다는 것은 피로와 면역 기능이 유기적으로 연관되어 있음을 나타낸다.

Ultimately, in order to stabilize the immune system, it is important to avoid not only chronic fatigue that causes oxidative stress, but also the aforementioned ultraviolet rays, radiation, smoking, environmental pollutants, stress, overeating, heavy exercise, instant foods, and inflammation. It is also necessary to reduce oxidative stress in the body by consuming antioxidants or antioxidant-rich foods containing vitamin C, tocopherol, and phenolic acid.

결국 면역계의 안정을 위해서는 산화적 스트레스를 유발하는 만성피로뿐만 아니라 앞서 언급한 자외선, 방사선, 흡연, 환경오염물질, 스트레스, 과식, 심한 운동, 인스턴트 음식, 염증 등을 멀리하는 것이 중요하다. 또한 비타민C, 토코페롤, 페놀산 등이 함유된 항산화 식품이나 항산화제를 섭취해 체내의 산화적 스트레스를 줄이는 것도 필요하다.

Main factors causing Reactive Oxygen Species 활성산소를 유발하는 주요 요인

- Meat and processed foods 육류 및 가공식품
- Fast food 패스트푸드
- UV rays 자외선
- Radiation 방사선
- Smoking 흡연
- Environmental pollutants 환경오염물질
- Stress 스트레스
- Overeating 과식
- Heavy exercise 심한 운동
- Inflammation 염증

*The above information is general and not directly related to the product　• 상기 내용은 일반적인 내용으로 제품과 직접적인 연관이 없습니다.

Continuing the K-wave in Central Asia With Korean Products

Diamond Master Maria Choi, a Korean From Kyrgyzstan Who Pioneered Global Atomy

Diamond Master Maria Choi, who lives in Kyrgyzstan, is of Korean descent. Like many Koreans living in Central Asia, her parents were forced to emigrate from Russia Far East and settle here. With her experience working at the Korean Embassy, Choi is very familiar with Korea.

한국 제품으로 중앙아시아에서 'K 바람' 이어가

글로벌 애터미 개척 나선 키르기스스탄 고려인 '최마리아 다이아몬드마스터'

키르기스스탄에 살고 있는 최마리아 다이아몬드마스터는 고려인이다. 중앙아시아에 거주하는 많은 고려인들처럼 부모님이 러시아 극동 지역에서 강제 이주를 당해 이곳에 정착했다. 한국대사관에서 근무한 경험이 있어서 한국의 상황에 대해서도 너무나 잘 알고 있다.



Left the Korean Embassy

After getting married, Maria Choi continued to lead a normal life as a mother and wife. In 2008, she got a job at the Korean Embassy in Kyrgyzstan where she worked as a receptionist, secretary to the ambassador, deputy of general affairs, and was also in charge of visa work for two years. Her monthly salary from the Korean Embassy was about $1,000 which is not a small amount considering the income level of Kyrgyzstan. However, after working there for 12 years, Maria Choi left her stable job behind and quit the embassy in June 2020.

"The COVID pandemic really changed my values. I felt that the world was changing at a rapid pace and became convinced that the world would never go back to the way it was before."

One of the means that would bring about rapid change in the world was Atomy.

A choice made for her mother diagnosed with stomach cancer

While Choi was working at the Korean Embassy, her mother was diagnosed with stomach cancer. Choi learned about HemoHIM through YouTube while searching for good products for stomach cancer patients. Since it is a food developed through technology from the Korea Atomic Energy Research Institute, she had faith in HemoHIM and wanted to buy some for her mother after hearing that it could help cancer patients.

Then she was introduced to Atomy by a friend. Choi had no interest in the Atomy business at all, but signed up immediately as a member so she could purchase HemoHIM. Her mother's body improved a lot after taking HemoHIM, and after experiencing the product herself, Choi thought it would be a good product to introduce to her friends. Later, she also became interested in the Atomy business.

"I was a bit hesitant because of the fact that it was network marketing, but since there were no mandatory purchases, anyone could easily start a business, and it seemed like it would not cause anyone any harm. So, in 2020, I thought I would risk it all and quit the Korean Embassy which I actually liked working for, and

한국대사관을 그만두고 나오다

결혼 후 엄마이자 아내로 평범한 삶을 이어가던 최 마리아 씨는 2008년 키르기스스탄 한국대사관에 취업하면서 사회생활을 시작했다. 리셉션 업무부터, 대사 비서, 총무과 대리 등을 거쳐 퇴사하기 2년 전부터는 비자 업무도 담당했다. 한국대사관에서 받는 월급이 1천 달러 수준이었는데, 키르기스스탄의 소득 수준을 생각하면 적은 금액이 아니었다. 최마리아 씨는 안정적인 직장 생활을 뒤로하고 2020년 6월, 12년 동안 근무했던 키르기스스탄 한국대사관을 그만두었다.

"코로나 팬데믹이 제 가치관을 많이 바꾸어 놓았습니다. 세상이 빠른 속도로 변화되고 있다는 것을 느꼈죠. 이전과 같은 세상으로 절대 다시 돌아가지 않을 거라는 확신을 갖게 됐어요."

그 빠른 세상의 변화를 가져오게 될 수단 중 하나가 바로 애터미였다.

위암 판정받은 엄마를 위한 선택

한국대사관에 근무하던 당시, 최 씨의 어머니는 위암 진단을 받았다. 위암 환자에게 좋은 것을 찾다가 유튜브를 통해서 헤모힘의 존재를 알게 됐다. 한국원자력연구원의 기술로 개발된 식품이라 믿음이 갔고 암 환자들에게도 도움이 될 수 있다는 이야기를 듣자 어머니께 사드리고 싶었다.

그러던 차에 친구로부터 애터미를 소개받았다. 애터미 사업에는 전혀 관심이 없었지만, 헤모힘을 사고 싶다는 생각에 바로 회원 가입했다. 어머니는 헤모힘을 전달해 드린 이후 몸이 많이 좋아졌다. 제품을 직접 경험해보니 지인들에게 소개해도 좋을 제품이라는 생각이 들었다. 애터미 사업에도 관심이 생겼다.

"다단계라는 점이 조금 걸리긴 했지만 강제 구매 조항이 없어서 누구나 쉽게 사업을 시작할 수 있고, 누구에게 피해를 주는 일도 없을 것 같았어요. 인생을 걸어도 좋겠다는 생각에 2020년 정들었던 한국대사관을 그만두고 본격적으로 애터미 사업에 뛰어들었습니다."

키르기스스탄에서 가장 인기 있는 애터미 상품은 헤

jumped into the Atomy business wholeheartedly."
The most popular Atomy product in Kyrgyzstan is Hemo-HIM. Although the price is relatively high compared to local prices, there is a perception of it being cheaper than having to buy medicine after becoming sick.
People in Kyrgyzstan tend to eat a lot of fatty foods, so health foods such as milk thistle, ginkgo and natto, and spirulina are well received for health management. Plus, inexpensive products like toothpaste, toothbrushes, and detergents are also popular.
In Korea, Atomy products are known for their Absolute Quality Absolute Price, but considering the income levels in Kyrgyzstan, prices are still on the high side here. When introducing products, there are many people who just look at the price and walk away. For this reason, it is hard to get people to try products for the first time, but after trying it once, they stop talking about the price because they don't think it is expensive anymore compared to the quality.
“Kyrgyzstan is experiencing a K-pop, K-beauty, and K-food craze, too, so people have a positive image of Korea. Consumers here also know that Atomy products are good.”

New friends from across the globe

"Atomy's biggest advantage is that it is a global business. It is so fascinating and amazing to be able to grow the business with partners from all around the world."
Even though Kyrgyzstan’s economy and market size are still small, the potential for expansion is endless because business can be carried out all over the world.
Even consumers in Europe and the U.S. are growing under Maria Choi. It is just amazing to think that it's possible to meet friends you would never have met without doing Atomy. It's incredible to gain partners on the other side of the world whom you have never seen and cannot even communicate with, and it brings such joy to meet sponsors or partners face to face after only having met them online through Zoom.
The most difficult part about doing the Atomy business is the conflict that comes along with human relationships. Everyone starts the business a bit tentatively at first, but when situations arise unexpectedly, people start blaming others, and the relationships between partners break down. When my business did not go well, I made sure not to miss any seminars and read books or watched videos that would motivate me to renew my mindset.
"In Kyrgyzstan, most sales activities involve buying and selling products directly. Since there are hardly any businesses that operate through seminars like Atomy, there is a lack of understanding about it. I believe that Atomy is essentially an education business, and the performance of the business depends on how well people understand it. I think it'd be great to instill a culture of seminars and create a proper business culture." In the end, the biggest challenge is getting many people to understand Atomy’s system. Choi aims to become an Auto Sales Master by this year and ultimately earn 100 million KRW (~75,000 USD) per month.
"My biggest task right now is to build up 1,000 Auto Sales Masters under me. And I hope that in five years, my family will be able to enjoy life together, travel, and do what we each want to do. Above all, I pray that my mom will take good care of her health so that she can be on stage with me the day I become an Imperial."

모험이다. 현지 물가에 비해 가격이 비교적 높은 편이지만, 아픈 다음에 약 사 먹는 돈을 생각하면 오히려 저렴하다는 인식이 생겼다.
키르기스스탄 사람들은 기름진 음식을 많이 먹는 식습관을 갖고 있는데 건강 관리를 위해 밀크시슬, 징코앤낫토, 스피루리나도 건강식품으로 반응이 좋았다. 그밖에 가격 부담이 크지 않은 치약, 칫솔, 세제 등의 인기도 높다.
애터미 제품은 한국에서는 절대품질, 절대가격으로 통하지만, 키르기스스탄의 소득 수준에 비하면 아직 조금 높은 편이다. 제품을 소개하면 가격만 보고 멈칫하는 사람들도 많다. 이 때문에 제품을 처음 써보게 하는 것이 어렵지만, 제품을 한번 써보고 나면 비싸다는 이야기가 쏙 들어간다. 품질에 비하면 결코 비싼 편이 아니라고 생각하기 때문이다.
“키르기스스탄에도 K팝, K뷰티, K푸드 열풍이 불어 한국의 이미지는 매우 좋은 편입니다. 이곳 소비자들도 애터미 제품이 좋다는 것을 다 알죠.”

지구 반대편에서 만난 새로운 친구들

“애터미의 가장 큰 장점이 바로 글로벌 사업이라는 점이죠. 전 세계의 파트너들과 함께 사업을 키워나갈 수 있다는 것이 너무나 놀랍고 신기합니다.”
키르기스스탄의 경제 규모나 시장 규모가 아직 작다고 해도 전 세계를 대상으로 사업을 할 수 있기 때문에 확장성도 무궁무진하다.
최마리아 씨 산하에도 유럽과 미국 쪽 소비자들이 조금씩 생기고 있다. 애터미를 하지 않았으면 절대로 만날 수 없는 새로운 친구들이 생기는 게 스스로 생각해도 너무 신기하다. 지구 반대편에 본 적도 없고 말도 안 통하는 하위 파트너들이 생기는 것도 신기하고, 인터넷을 통해 줌으로만 만났다가 실제로 만나게 된 스폰서나 파트너들을 보면 그저 행복한 마음 뿐이다.
애터미 사업을 하면서 겪는 가장 힘든 일은 역시 인간관계에서 오는 갈등이다. 처음에는 다들 으쌰으쌰 하면서 사업을 시작하지만, 예상치 못한 상황에서는 서로 핑계를 대기 시작하고, 그러면서 파트너의 관계도 나빠진다. 사업이 풀리지 않을 때는 세미나를 빠지지 않고 동기부여 될 만한 책이나 영상을 보면서 마음가짐을 새롭게 했다.
“키르기스스탄에서는 직접 물건을 사고파는 방식의 영업 활동이 대부분입니다. 애터미처럼 세미나를 통해 영업하는 방식이 거의 없다 보니 이에 대한 이해가 부족하죠. 애터미는 결국 교육 사업이라고 생각해요. 사람들이 이 사업을 어떻게 이해하느냐에 따라 사업의 성과가 결정될 것이라고 보고 있어요. 세미나 문화를 좀 더 깊이 심어 바른 사업 문화를 만들면 좋겠다는 생각이 들어요.”
결국은 많은 사람들에게 애터미의 시스템을 이해시키는 것이 제일 큰 과제다. 최 씨는 올해 안에 오토세일즈마스터가 되는 것을 목표로 하고 있다. 최종적인 목표는 물론 월 1억 원을 버는 것이다.
“하위에 1,000명의 오토세일즈마스터를 육성하는 것이 지금으로서 가장 큰 과제입니다. 그리고 우리 가족이 5년 후 다 함께 삶을 즐기면서 여행도 다니고 각자가 하고 싶은 일을 하면서 살았으면 좋겠어요. 무엇보다 제가 임페리얼이 되는 날까지 엄마가 건강을 잘 챙기시면서 저와 함께 무대에 설 수 있기를 기도합니다.”



Diamond Master Maria Choi giving a lecture at the center
센터에서 강의 중인 최마리아 다이아몬드마스터

Atomy, a Leading Company in the Industry Pioneering Industry Firsts

Export Tower Award, CCM Certification, Great Place to Work, ESG Report Publication

Since its inception, Atomy has had the goal of "rewriting the history of network marketing." What kind of narrative has Atomy written in the network marketing industry in Korea? Of course we can bring up a lot from Atomy's official perspective including Absolute Quality Absolute Price, 100% refund guarantee, Super-Synergy of United Heart, etc., but what if we take a more objective view based on facts that are widely acknowledged? Let's take a look at some of Atomy's accomplishments.

업계를 선도하고 있는 기업 애터미 업계 최초의 기록들

수출의 탑 수상, CCM 인증, 일하기 좋은 기업, ESG보고서 발간 등

애터미는 출범 당시부터 '네트워크마케팅의 역사를 새로 쓴다.'라는 목표를 가지고 있었다. 국내 네트워크마케팅 업계에서 애터미가 써 내려간 역사는 어떤 것들이 있을까. 물론 애터미 피셜로 본다면 절대품질 절대가격, 100% 환불 보증, 제심합력 등 수많은 역사를 들 수 있다. 그러나 좀 더 객관적인, 모두가 인정하는 팩트를 기준으로 본다면 어떤 게 있을까. 자랑스러운 애터미의 활동을 한 번 짚어 봤다.

Awards by Year
연도 별 수상 내역

Cumulative Overseas Exports (Years 2010~2023) **$1.5 billion**

누적 해외 수출액 (2010~2023년 기준) **15억 불**

Year Awarded 수상 연도	Export Tower 수출의 탑	Year Awarded 수상 연도	Export Tower 수출의 탑
2011	$5 million 5백만 불	2017	$50 million 5천만 불
2013	$10 million 천만 불	2018	$70 million 7천만 불
2015	$20 million 2천만 불	2019	$100 million 1억 불
2016	$30 million 3천만 불	2021	$300 million 3억 불

Industry's First Export Tower Award

Atomy was the first Korean network marketing company to receive the Export Tower Award which is granted to companies that make significant contributions to the national economy through exports. Starting with a $5 million Export Tower Award in 2011, it went on to achieve $10 million in 2013, $20 million in 2015, $30 million in 2016, $50 million in 2017, $70 million in 2018, $100 million in 2019, and $300 million in 2021.

As exports increased, Atomy's overseas sales also grew day by day. In 2021, the company recorded more sales abroad than in Korea, establishing itself as a global company both in name and reality, which is also a first for a Korean network marketing company. After Atomy expanded globally, other Korean network companies began to visibly multiply. Such companies that are tapping into the global market include Aphrozone, Lehman Korea, GCOOP, and Qoo10.

업계 최초 수출의 탑 수상

애터미는 한국 네트워크마케팅 기업으로는 최초로 수출을 통해 국가 경제에 이바지하는 기업에 수여하는 수출의 탑을 수상해 왔다. 지난 2011년 500만 불 수출의 탑을 시작으로 2013년 1,000만 불, 2015년 2,000만 불, 2016년 3,000만 불, 2017년 5,000만 불, 2018년 7,000만 불, 2019년 1억 불, 2021년 3억 불 수출의 탑을 차례로 수상했다.

수출고가 높아짐에 따라 애터미의 해외 매출액도 나날이 늘어났다. 지난 2021년에는 한국 매출액보다 많은 해외 매출액을 기록하며, 명실공히 글로벌 기업으로 자리매김했다. 이 또한 한국 네트워크마케팅 기업 최초의 일이다.

애터미의 해외 진출 이후 한국 네트워크마케팅 기업들의 해외 진출이 가시적으로 늘어나기 시작했다. 대표적으로 아프로존, 리만코리아, 지큡, 인큐텐 등의 기업들이 해외시장에 노크하고 있다.

Industry's First Consumer-Centered Management Certification

In December 2019, Atomy became the first in the domestic network marketing industry to receive Consumer-Centered Management (CCM) certification. The CCM certification system, first implemented in 2007, is evaluated by the Korea Consumer Agency and certified by the Fair Trade Commission. It is a nationally accredited system that evaluates whether all business activities of a company are consumer-oriented and are continuously being improved upon.

The network marketing industry is still managed and supervised by the Korea Fair Trade Commission to "prevent harm to consumers." Although the industry has grown steadily despite being subject to regulations that are unimaginable to ordinary companies such as consumer damage compensation insurance, caps on sponsorship allowances, and caps on sales prices, the general view of network marketing is still not favorable. Atomy was able to receive CCM certification from the FTC amidst all of that. From its founding, Atomy has grown with customers' success as its management goal. The company has been led consistently with consumer-centered management based on the chairman's management objectives and founding principles, and its achievements were recognized through a certification award ceremony on December 12, 2019. Since then, Atomy has

업계 최초 소비자중심경영 인증

애터미는 지난 2019년 12월, 국내 네트워크마케팅 업계 최초로 소비자중심경영(Consumer Centered Management, 이하 CCM) 인증을 받았다. 2007년 처음 시행된 CCM 인증 제도는 한국소비자원이 평가하고 공정거래위원회가 인증하는 것으로, 기업의 모든 경영 활동을 소비자 중심으로 구성하고 이를 지속적으로 개선하고 있는지 평가하는 국가 공인제도이다.

네트워크마케팅 업계는 '소비자 피해 예방'을 이유로 현재까지도 공정위의 관리 감독을 받고 있다. 소비자피해보상보험, 후원수당 지급률 상한, 판매가격 상한 등 일반 기업으로서는 상상하지 못할 규제를 받으면서도 꾸준히 성장해 왔지만, 시선은 여전히 곱지 않은 것이 사실이다. 그 와중에 애터미가 공정위로부터 CCM 인증을 받은 것이다. 애터미는 창업 이후 지금까지 고객의 성공을 경영 목표로 삼아 성장해 왔다. 최고경영자의 경영 목표와 창립 이념을 토대로 꾸준히 소비자중심경영을 이끌어 왔으며, 2019년 12월 12일 인증서수여식을 통해 그 성과를 인정받았다. 이후 '절대품질 절대가격', '절대 가치', '제품 확대' 등을 기반으로 하는 중장기 전략을 수립해 실행했고, 고객여정팀을 신설 고객여정지도를 구성하고 고객 접점 전반에 걸친

2023 Consumer-Centered Management (CCM) Certification Ceremony
2023년 소비자중심경영(CCM) 인증서 수여식



established and implemented mid- to long-term strategies based on "Absolute Quality Absolute Price," "Absolute Value," and "Product Expansion" among others. Additionally, the establishment of a customer journey team, customer journey map, and carrying out digital transformation activities across customer touchpoints also received high praise, resulting in three consecutive recertifications.

Atomy's CCM certification has had a great impact on the network marketing industry. Following Atomy, Amway Korea received CCM certification in December 2022, and PM Korea is currently pursuing this certification as well. The consumer-centered network marketing that Atomy has advocated for is now leading the industry trend in full swing.

Industry's First Great Place to Work

In 2021, Atomy was selected in the 19th Awards of "100 Best Workplaces in Korea" by Great Place to Work (GPTW). GPTW is an organization that researches and promotes trust management in collaboration with over 70 countries around the world including the U.S., Europe, Latin America, Japan, and China. From the perspective of members in the organization, a great place to work means employees work passionately because they trust their superiors and management, have strong pride in their work, and enjoy working with their co-workers. Atomy earned high ratings on the Trust Management Index along with good scores from executives and employees.

Atomy Chairman Han-Gill Park emphasizes through the "Philosophy of Cow vs. Baby" that people are not a means but an end in themselves. Taking good care of cows is not for the cows' sake, but to obtain milk. On the other hand, a mother takes good care of her baby for the baby's sake, not to get something in return. The idea that executives and employees are beings that must grow and develop together has been incorporated into the management.

디지털 전환 활동을 전개한 것을 높이 평가받아 3연속 재인증에 성공했다.

애터미의 CCM 인증은 네트워크마케팅 업계에 커다란 영향을 끼쳤다. 애터미의 뒤를 이어 한국암웨이가 2022년 12월 CCM 인증을 받았으며 피엠코리아가 CCM 인증을 준비하고 있는 것으로 알려지고 있다. 바야흐로 애터미가 주창해 온 소비자중심 네트워크마케팅이 업계의 흐름을 이끌어 가고 있는 것이다.

업계 최초 일하기 좋은 기업

지난 2021년, 애터미는 'GPTW(Great Place to Work) Korea'의 '제19회 대한민국 일하기 좋은 100대 기업'에 선정됐다. GPTW는 미국, 유럽, 중남미, 일본, 중국 등 세계 70여 개 국가와 공동으로 신뢰경영을 연구, 전파하는 기관이다. 일하기 좋은 기업이란 조직 구성원 관점에서 상사/경영진에 대한 신뢰(Trust), 업무에 대한 강한 자부심(Pride), 동료들 간의 일하는 재미(Fun)가 높아 열정을 다해 일하기 좋은 일터를 의미한다. 애터미는 임직원들의 높은 평가와 함께 신뢰경영지수에서 높은 점수를 받았다.

박한길 애터미 회장은 '젖소철학-아기철학'을 통해 사람은 수단이 아닌 목적 그 자체임을 강조한다. 젖소를 잘 돌보는 것은 젖소를 위한 것이 아니라 젖을 많이 짜기 위한 수단인 데 반해, 엄마가 아기를 잘 돌보는 것은 아기로부터 무엇인가 얻어내기 위함이 아니라 아기 그 자체가 목적이라고 강조한다. 임직원은 함께 성장하고 발전해야 할 존재라는 점을 경영에 접목했다.

애터미가 일하기 좋은 기업으로 선정된 이후 네트워크마케팅 업계는 임직원의 워라밸에 각별한 관심을 기울이기 시작했다. 애터미는 2021년부터 2024년까지 4년 연속 일하기 좋은 기업을 수상했다. 이후 유사나, 메나테크, 피엠코리아, 한국허벌라이프 등이 줄줄이 '일하기 좋은 기업'으로 선정되며 네트워크마케팅의 가치를 드높였다.

2024 GPTW Best Workplaces Award Ceremony
2024 GPTW 일하기 좋은 기업 수상식 현장



After Atomy was designated a great place to work, the network marketing industry began paying closer attention to the work-life balance of executives and employees. Atomy has won a "Best Workplace" award for 4 consecutive years from 2021 to 2024. Subsequently, USANA, Mannatech, PM Korea, and Herbalife Korea have also been selected as "Best Workplaces," raising the value of network marketing.

Industry's First ESG Report Publication

In 2023, Atomy was the first in the network marketing industry to publish an ESG (Environmental, Social, and Governance) report. The 2023 Sustainability Management (ESG) Report, which contains Atomy's eco-friendly and sharing activities, was prepared in compliance with the Global Reporting Initiative (GRI) Standards 2021, ISO 26000 Social Responsibility Standards, and the United Nations Sustainable Development Goals (UNSDGs). In order to ensure reliability, the report was also verified by a third party, the specialized verification agency Korean Foundation for Quality.

Atomy is striving to become "Atomy reborn as a better future for future generations, a distribution company that benefits consumers, and a sustainable company." On December 14, Atomy was awarded the "Government Reward for Sustainable Management" in the comprehensive ESG category, which is hosted by the Ministry of Trade, Industry and Energy and the Ministry of SMEs and Startups and organized by the Korea Productivity Center. Above all, Atomy has had a positive impact on improving consumers' perception of network marketing by showing its commitment to environmental protection, sharing, and transparent management.

Meanwhile, Amway Korea is leading ESG practices along with Amway Global, and Nu Skin Korea is also striving for sustainable management by creating Nu Skin Forest of Hope and carrying out various social contribution activities.

업계 최초 ESG 보고서 발간

지난 2023년 애터미는 네트워크마케팅 업계 최초로 ESG 보고서를 발간했다. 애터미의 친환경 활동과 나눔·상생 활동을 담은 2023 지속가능경영(ESG)보고서는 지속가능경영 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021, 기업의 사회적 책임에 대한 국제표준인 ISO26000, 글로벌 공동 이행 목표인 UN SDGs(Sustainable Development Goals)를 준수해 작성됐으며, 신뢰성 확보를 위해 전문 검증기관인 한국품질재단의 3자 검증을 받았다.

애터미는 '미래 세대를 위한 더 나은 미래, 소비자들에게 이익이 되는 유통이자 지속가능한 기업으로 거듭나는 애터미'가 되기 위해 노력하고 있다. 지난 12월 14일 산업통상자원부와 중소벤처기업부가 주최하고 한국생산성본부가 주관하는 '지속가능경영유공 정부포상'에서 애터미는 '종합 ESG 부문 산업통상자원부 장관상'을 수상하는 쾌거를 거뒀다. 무엇보다 애터미가 환경보호와 나눔, 그리고 투명한 경영을 하고 있음을 보여줌으로써 네트워크마케팅에 대한 소비자의 인식 개선에 좋은 영향을 끼쳤다.

한편, 한국암웨이는 글로벌 암웨이와 함께 ESG 실천을 선도하고 있다. 뉴스킨 코리아도 지속가능성을 실천하기 위해 뉴스킨 희망의 숲을 조성하고 다양한 사회공헌 활동을 펼치며 지속가능경영에 힘쓰고 있다.

"2023 Government Reward for Sustainable Management" from the Ministry of Trade, Industry and Energy
'2023 지속가능경영유공 정부포상' 산자부 장관 표창





Things That Are Not Visible But Still Exist

보이지 않아도 존재하는 것

There are things in this world that, even though they are not visible, still exist. In the Bible, it says, "By faith we understand that the worlds were framed by the word of God, so that the things which are seen were not made of things which are visible." This verse emphasizes faith in things that are not seen. Things we see now were not visible in the past.

The second of Atomy's company mottos is "Create the Vision." People who were created in the image of God have the spiritual ability to transcend time, which means our thoughts do not stay

이 세상에는 보이지 않아도 존재하는 것들이 있습니다. 성경에는 “믿음으로 모든 세계가 하나님의 말씀으로 이루어진 줄 우리가 아나니, 보이는 것은 나타난 것으로 말미암아 된 것이 아니니라.”라는 말씀이 있습니다. 이 말씀은 보이지 않는 것에 대한 믿음을 강조하고 있습니다. 지금 눈에 보이는 것들은 전에는 보이지 않았던 것들입니다.

애터미의 사훈 두번째는 “생각을 경영한다”입니다. 하나님의 형상을 따라 창조된 사람은 시간을 초월할 수 있는 영적 능력이 있습니다. 우리의 생각은 현재에만 머무르는 것이 아니고 과거와 미래를 자유롭게 오

“The power to believe in what is unseen, that becomes the dream and vision that leads us into the future that we hope for.”

“보이지 않아도 믿을 수 있는 힘, 그것이 바로 꿈과 비전이 되어 우리가 바라는 미래로 이끌어 주는 것입니다.”

in the present, but can freely move back and forth between the past and the future. This spiritual ability leads to infinite possibilities beyond our physical or intellectual abilities. Instead of panicking about what comes ahead, we are able to move forward in time and design the future that we want. And we can elevate our lives today as we stand on that design for our future. Atomy's third motto, "Follow the Faith," means to stand firm on that future vision that is not yet visible. The power to believe in what is unseen, that becomes the dream and vision that leads us into the future that we hope for.

People often say that we should manage our time well. We do not perceive time itself, only the order of events. So when we say that we manage time well, we are actually just good at managing events. In order to manage well the events that occur in our lives, we must first choose events that are good or desirable. To choose those desirable events, we have to go beyond time into the future that is yet to come and plan for the events that we want. To achieve our future plans, we may lack preparation in the present, but we can make up for what we lack by working hard as the future approaches.

You have to constantly make the best choices for the future you desire and make efforts to fill in the gaps. Living in the future may seem difficult, but the ones who are having a hard time are actually those who are stuck in the past, which can never change, or those who are caught up in present situations unexpectedly. Recently, a delegation from the Malaysia Ministry of Domestic Trade and Consumer Affairs (KPDN) and the Direct Selling Association (DSAM) visited Atomy Park in Gongju, South Chungcheong Province. They came to Korea to benchmark the distribution industry in Korea, especially direct selling, and are interested in learning about how Atomy has grown into a global company through consumer-centered management. CEO's of direct selling companies in China also came to Atomy Park last month to learn about Atomy's growth know-how. In addition, leading media outlets from China and Thailand continue to visit Atomy in Gongju to cover the strategies and core values that have enabled Atomy to develop into a global company.

Atomy has now become a benchmark for the world to follow, but it all started from humble beginnings. Even back then, when no one thought Atomy would be this successful, I believed in it firmly. No one else could see it, but it was as clear as reality to me. I had shouted with all my might that I would give out 1 billion Korean won with a forklift and go all over the world to become a global distribution hub. Those who believed in those words, which seemed absurd at the time, are now successful. Even though they couldn't see it, they could imagine it, so they joined Atomy even when everyone around them tried to discourage them. And they eventually made that earnest dream a reality. Their hope in believing in the unseen is what made Atomy what it is today.

Atomy is forging ahead toward the unseen future of 10 years and 100 years from now. That future will definitely materialize because you all have already gone to the future with Atomy and made it a reality. The reality of that future is that all consumers around the world will love Atomy products, and even if others say it is impossible, Atomy will work together with Atomy members all around the world to make that future a reality.

갈 수 있다는 것입니다. 영적 능력은 신체적 능력이나 지적 능력을 뛰어넘는 무한한 가능성으로 연결됩니다. 우리는 다가오는 미래에 당황하는 것이 아니고, 미리 미래로 가서 내가 바라는 미래를 설계하는 것입니다. 그리고 그 미래의 설계 위에 서서 오늘의 삶을 끌어올리는 것입니다. 세번째 사훈 “믿음에 굳게 선다.”는 아직 보이지 않는 미래의 비전 위에 서 있는 것입니다. 보이지 않아도 믿을 수 있는 힘, 그것이 바로 꿈과 비전이 되어 우리가 바라는 미래로 이끌어 주는 것입니다.

사람들은 흔히 시간 관리를 잘해야 한다고 합니다. 우리는 시간 자체를 인지하는 것이 아니고 사건의 순서를 인지할 뿐입니다. 따라서 우리가 시간을 잘 관리한다는 것은 실제로는 사건을 잘 관리한다는 말인 것입니다. 우리 인생에서 일어나는 사건을 잘 관리하기 위해서는 첫째, 좋은 사건, 즉 바람직한 사건을 선택해야 합니다. 바람직한 사건을 선택하기 위해서는 시간을 초월하여 미래로 가야 합니다. 아직 오지 않은 미래로 가서 우리가 원하는 바람직한 사건으로 계획하는 것입니다. 미래의 계획을 이루기 위해서는 현재의 준비가 부족할 수 있습니다. 부족한 부분은 미래가 다가오는 동안 노력하면 충족시킬 수 있습니다.

원하는 미래를 위해 끊임없이 최적의 선택을 하며 부족한 부분을 채우는 노력을 해야 합니다. 미래를 사는 것이 어려워 보일 수 있습니다. 그러나 절대로 변할 수 없는 과거에 매여 사는 사람들이나 현재의 돌발 상황들에 치여 사는 사람들이 실제로 어렵게 사는 사람들입니다.

얼마 전, 말레이시아 ‘국내유통 및 소비자부(KPDN)’와 ‘직접판매협회(DSAM)’ 대표단이 충남 공주의 애터미파크를 방문했습니다. 이들은 한국의 유통 산업, 특히 직접판매 산업을 벤치마킹하기 위해 한국을 찾은 것입니다. 이들은 소비자중심 직접판매로 세계적인 기업으로 올라선 애터미의 성장 노하우를 배우고자 합니다. 또 지난달에는 중국의 직접판매 기업 CEO들이 애터미파크를 방문해 애터미의 성장 노하우를 전수받고자 했습니다. 이뿐만 아니라 중국과 태국 등의 유수한 언론매체들도 애터미가 세계적인 기업으로 올라설 수 있었던 전략과 핵심 가치를 취재하고자 이곳 대한민국 공주시의 애터미를 찾아오고 있습니다.

지금은 세계가 벤치마킹하고자 하는 애터미지만 시작은 보잘것없었습니다. 애터미가 이렇게 성공할 것이라고 생각하는 사람이 없었던 그때에도 저는 확실하게 믿었습니다. 누구의 눈에도 보이지 않았지만 제 눈에는 마치 현실처럼 선명하게 보였습니다. 지게차로 10억 원을 떠 주겠다, 전 세계로 나아가 글로벌 유통의 허브가 되겠다고 힘껏 외쳤습니다. 당시에는 허무맹랑하다고 생각한 그 말을 믿고 함께한 사람들은 지금 성공자가 되었습니다. 보이지 않았지만 상상할 수 있었기에 주변에서 다 말려도 애터미와 함께한 것입니다. 그리고 그 간절한 꿈을 결국에는 현실로 만들어 버린 것입니다. 보이지 않는 것을 믿었던 그들의 희망이 지금의 애터미가 있게 한 힘이었습니다.

지금 애터미는 10년 후, 100년 후의 보이지 않는 미래를 향해 나아가고 있습니다. 그 미래는 반드시 현실이 될 것입니다. 여러분과 애터미가 이미 미래로 가서 현실로 만들어 놓았기 때문입니다. 그 미래의 현실은 전 세계 모든 소비자들이 애터미 제품을 애용하는 것입니다. 모두가 불가능하다고 해도 애터미는 그 미래를 현실로 만들어 가기 위해 전 세계 모든 애터미 회원 여러분과 함께할 것입니다.



Launch of 3MP For New Distributors to Adapt Quickly

A Training Course to Master in Three Months to Become a Business Expert

3MP, which stands for "3 Months Plan," has been launched. A representative of the 3MP explains that it is "a program to master Atomy products and learn the practical aspects of the business," adding, "it's a two-track program including a product mission and a business mission." It is a plan that allows business distributors who have learned Atomy's business philosophy through ABI to experience the process of growing into better product and business experts quickly and thoroughly.

신규 사업자의 빠른 정착 위한 3MP 론칭

석 달 만에 마스터하는 비즈니스 전문가 양성 과정

3MP가 론칭됐다. 3 Months Plan, 즉 '석 달 계획'이다. 3MP 담당자는 3MP에 대해 "애터미 제품을 마스터하고, 사업의 실무를 익히는 프로그램"이라고 하며, "제품 미션과 비즈니스 미션 등 투 트랙으로 진행된다."라고 설명했다. ABI를 통해 애터미 비즈니스 철학을 이수한 사업자들이 보다 심화된 제품 및 비즈니스의 전문가로 성장하는 과정을 알차고 빠르게 경험할 수 있는 플랜인 것이다.

Not just experiencing it, but living it.

What makes 3MP stand out is experience. It's not just about finding out that there's a certain product. It's about personally going through the process of learning firsthand how to use the product, what it tastes like, and what effects does it have. The same goes for the business side. It's not about learning how to write a list. It's about actually doing the business based on the list you created. It involves conducting the entire business process firsthand, from warm contact to cold contact, and evaluating yourself.

As an educational program, 3MP serves as a bridge between ABI and GSMC. ABI stands for "Atomy Business Invitation" which is a program that educates consumers and business distributors who are new to Atomy about the Atomy business. GSMC stands for "Go Sales Master Camp," a program that challenges participants toward achieving Atomy's first rank of Sales Master.

3MP comprises both a product mission and a business mission. The product mission is designed to allow participants to learn the essence of the Atomy business by personally using its "Absolute Quality Absolute Price" products for three months and then sharing them with those around them. In addition, the business mission is a process of understanding the vision and marketing plan of the Atomy business and cultivating the ability to invite others to the system after experiencing the excellence of Atomy's business opportunities.

Be Excellent or Be Extreme

3MP's code of conduct is to "Be Excellent or Be Extreme." If you have come to 3MP after going through ABI, then you are an Atomy business distributors aiming for Imperial Master. If you are in the Atomy business, you must succeed either by being excellent or by being extreme, one of the two. The process of embodying that spirit and determination is 3MP.

The first month of 3MP is experiencing the competitiveness of the Atomy business. The Atomy business is a personal platform distribution business. The first step in the distribution business is to know what kind of product you are distributing, what its advantages are, and how competitive it is. Just as you have to try the bean paste soup at a certain restaurant yourself to say that it's delicious, you have to experience Atomy products yourself to recommend them to consumers to try them, eat them, and apply them. Moreover, you must understand why you should do Atomy and what value you will gain by succeeding.

The second month is confirming the excellence of

체험 아닙니다. 경험입니다.

3MP의 특징이라면 경험이다. '이런 제품도 있구나' 하는 체험이 아니다. 이 제품은 어떻게 사용하고, 맛은 어떻고, 어떤 효과를 가지고 있는지 직접 알아보는 과정을 거치는 것이다. 비즈니스 역시 마찬가지다. '리스트는 이렇게 작성하는구나'가 아니라 작성한 리스트를 토대로 실제 비즈니스를 진행해 보는 것이다. 웜컨택에서 콜드컨택까지 비즈니스의 전 과정을 실제로 진행해 보고 스스로 평가하는 것이다.

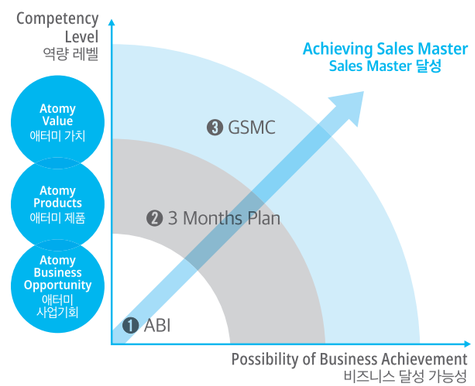
교육 프로그램으로서 3MP의 위치는 ABI와 GSMC를 이어주는 브릿지 역할이다. ABI는 'Atomy Business Invitation'의 약어로, 애터미를 처음 만나게 되는 소비자나 사업자에게 애터미의 비즈니스에 대해 알려주는 프로그램이다. GSMC는 'Go Sales Master Camp'의 약어로 애터미의 첫 직급인 세일즈마스터에 도전하는 프로그램이다.

3MP는 제품 미션과 비즈니스 미션으로 구성되어 있다. 제품 미션은 석 달 동안 '절대품질 절대가격'의 애터미 제품을 본인이 직접 사용해 본 후 주변에 전달하며, 애터미 사업의 본질을 학습할 수 있도록 구성됐다. 또 비즈니스 미션은 애터미 사업의 비전과 마케팅 플랜을 이해하고 애터미 사업 기회의 우수성을 확인한 후 시스템에 초대할 수 있는 능력을 배양하는 과정이다.

철저하게 하든지 처절하게 하든지

3MP의 행동 강령은 '철저하게 하든지, 처절하게 하든지'다. ABI를 거쳐 3MP에 왔다면 임페리얼마스터를 목표하는 애터미 사업자다. 모름지기 애터미 사업자라면 철저하게 해서 성공하든지, 아니면 처절하게 해서라도 성공하든지 둘 중의 하나가 돼야 한다. 그 정신을, 그 각오를 체화하는 과정이 바로 3MP인 것이다.

3MP의 첫 달 과정은 애터미 사업의 경쟁력을 체험하는 것이다. 애터미 사업은 개인이 운영하는 플랫폼 유통 사업이다. 유통 사업의 첫발은 자신이 유통하는 제품이 어떤 제품인지, 어떤 장점이 있고 경쟁력은 어떠한지를 아는 것이다. △△식당 된장찌개가 맛있다고 이야기하려



the Atomy business. It is the process of learning just how good the products are and why by ordering and using Atomy's main products yourself. They say seeing is believing. The point is not to think "What is good about this product?" like a salesperson while using the products, but instead to experience firsthand "This is what's good!" like a consumer. That way, it'll be more natural when you introduce the products to others.

At the same time, you must truly understand Atomy's compensation plan. In network marketing, the compensation plan is like an evaluation and reward for how hard you worked in the business. In particular, you must really comprehend what it means to be a Global One Server with a binary system and unlimited levels and accumulation with no registration or maintenance fees. Only then will you be able to realize the true value of Global Atomy, which operates in 27 countries around the world. In addition, you must fully understand the different types of compensation and why you need to switch brands.

Learning the Atomy Business With Your Entire Being

The third and final month is the process of becoming a veteran business distributors on your own. First, after getting to know the Atomy products in detail, actively share them with your acquaintances. Introduce really good Atomy products just like you would a fun movie you watched or a delicious meal you enjoyed. The first step is to organize a list of acquaintances. Then, start with contacting the ones you think would be open-minded. There's no need to be afraid. It's up to them whether or not they recognize the excellence of Atomy products. For the ones who realize the value in the products, the next step is to explain the business aspect of Atomy. This, too, is the "Law of Own Mind." You need not, and must not, worry about "will they accept it?" You should just feel sorry for the people who have not yet heard about or have not accepted the Atomy business.

The ones who understand and accept Atomy will soon become your colleagues who will run with you toward success. You have to follow up with fervor. Follow-up is the process of going together to the Success Academies and inviting them to One-Day Seminars. After completing 3MP, the next step called GSMC (Go Sales Master Camp) will be waiting to help you achieve Sales Master, the first gateway to success. The manager of Atomy's education development team explains, "The essence of the Atomy business is to generate income by first using products of Absolute Quality Absolute Price and then conveying that experience to others," adding, "3MP is about learning this process with your whole body." You can apply for 3MP through the Atomy Business College (ABC.atomy.com).

면 직접 먹어 봐야 하듯이, 애터미 제품을 소비자에게 써 보라고, 먹어 보라고, 발라 보라고 권유하려면 직접 먼저 경험하는 것은 필수다. 이와 함께 왜 애터미를 해야 하는지, 성공함으로써 얻게 되는 가치가 무엇인지에 대해 이해해야 한다.

둘째 달에는 애터미 사업의 우수성을 확인하는 과정이다. 애터미의 주력 제품을 직접 주문하고 사용하면서 애터미 제품이 얼마나, 왜, 어떻게 좋은지 체득하는 과정이다. 백문이 불여일견이라고 했다. 중요한 것은 판매하는 사람처럼 '좋은 점은 뭐가 있을까?'를 생각하면서 써 보는 것이 아니라 소비자처럼 쓰면서 스스로 '이런 점이 좋구나!'라고 느껴야 한다. 그래야 다른 사람에게 소개할 때 자연스러워진다.

이와 함께 애터미 마케팅 플랜을 완전히 이해해야 한다. 네트워크마케팅에서 마케팅 플랜은 내가 얼마나 열심히 사업을 했는지에 대한 평가이자 보상이다. 특히 가입비, 유지비가 없는 바이너리라는 점과 무한단계 무한누적의 글로벌 원서버 시스템이 의미하는 바를 깨달아야 한다. 그래야만 전 세계 27개국에서 영업하고 있는 글로벌 애터미의 진가를 알 수 있기 때문이다. 이와 함께 마트 체인지를 해야 하는 이유와 수당의 종류까지 완벽하게 이해해야 한다.

애터미 사업을 온몸으로 터득하는 과정

마지막 셋째 달은 스스로 베테랑 사업자가 되어가는 과정이다. 첫 번째, 애터미 제품을 낱낱이 이해한 상태에서 주변 지인들에게 적극적으로 전달한다. 정말 재미있게 본 영화를 소개하듯, 정말 맛있게 먹은 음식을 소개하듯, 정말 좋은 애터미 제품을 소개하는 것이다. 이를 위한 첫 번째 작업은 지인들의 명단을 정리하는 것이다. 이 가운데 먼저 말이 통할 것 같은 사람들에게 연락을 한다. 두려워할 필요는 전혀 없다. 애터미 제품의 우수성을 알아보든 몰라보든 그건 소개받는 사람의 몫이다. 제품을 알아보는 혜안을 가진 사람에게는 이제 애터미 비즈니스에 대해 설명할 차례다. 이 역시 '지맘의 법칙'이다. 미리 '받아들일까?' 하는 고민을 할 필요도 없고 해서도 안 된다. 애터미 사업의 정보를 아직 받지 못한 사람을 안타까워하고 받아들이지 못하는 사람을 안타까워해야 한다.

애터미를 이해하고 받아들인 사람은 이제 곧 함께 성공을 향해 달려갈 동료가 될 사람이다. 끝까지 정성을 갖고 팔로우업을 해야 한다. 팔로우업은 석세스아카데미에 동행하고 원데이 세미나에 초대하는 과정이다. 이렇게 3MP를 완료하고 나면 다음은 성공의 첫 관문인 세일즈 마스터에 도전하는 GSMC 과정이 기다리고 있다. 김정섭 애터미 교육개발팀 매니저는 "애터미 사업의 본질은 절대품질 절대가격의 제품을 내가 먼저 써 보고 그 감동을 주변에 전달하면서 소득을 창출하는 것"이라며, "3MP는 이 과정을 온몸으로 터득해 나가는 과정"이라고 말했다. 3MP는 애터미 비즈니스 칼리지[abc.atomy.com]을 통해 신청할 수 있다.

3 Months Plan Overview, What New Business Distributors Should Do
3개월 플랜 개요 - 초기 사업자가 3개월 동안 해야 할 일

Outline 구분	1st Month	2nd Month	3rd Month
Product Mission 제품 미션	**Love the products (all products)** 제품 애용하기(전제품) Prepare a foundation for the Atomy business, which generates income beyond just smart consumption, by using all of Atomy's products, learning about their excellence, and switching brands. 애터미 모든 제품을 사용하면서 제품의 우수성을 학습하며 마트 체인지를 실천하고 현명한 소비는 물론, 소비를 넘어 소득을 창출하는 애터미 사업의 기본을 준비한다.	**Buy the products (top products)** 적극적 소비하기(주력제품) Become impressed by and confident about the excellence of the outstanding products of Absolute Quality Absolute Price by ordering the top products on your own and actively consuming them. 스스로 주력제품을 주문해 보고 적극적으로 소비함으로써 절대품질 절대가격의 뛰어난 제품 우수성에 대해 감동을 경험하고 확신을 갖는다.	**Deliver the products (30 people)** 제품 전달하기(30명) Based on your own experience using the products, organize a list of acquaintances who must try these products and explain the products as you deliver them directly. 제품에 대한 본인의 사용경험을 바탕으로 이 제품을 꼭 써야할 주변 지인을 정리한 후 제품을 직접 설명하면서 전달한다.
Product Content 제품 콘텐츠	ATOMY **Balanced Life, Health and Nutrition basics** 균형 잡힌 삶_ 건강영양 기초 과정 Immunity 면역 / Intestinal health 장 건강 / Eye health 눈 건강 / Diet 다이어트	ATOMY **Balanced Life, Skincare basics** 균형 잡힌 삶_ 피부미용 기초 과정 Aging 노화 / Makeup 메이크업 / Skin care 피부관리	
Business Mission 비즈니스 미션	**Listen to business presentations (at least 5 times)** 사업설명 듣기(5회 이상) While listening repeatedly to Atomy business lectures including [Changing Times - Reality Check - Company Introduction], confirm the reasons why you should do the Atomy business. [시대변화 - 현실점검 - 회사소개]를 포함한 애터미 사업설명을 반복적으로 들어보면서 내가 왜 애터미 사업을 해야하는지에 대한 확실한 이유를 스스로 확인한다.	**Understand compensation plan (SM general commission)** 마케팅 플랜 이해하기(SM 후원수당) After learning [Dream, Goal - Compensation Plan - Success System], you realize that anyone can make a lifetime income through Atomy. [꿈, 목표 - 마케팅 플랜 - 성공 시스템]을 학습하다 보면 누구나 애터미를 통해 평생소득을 만들 수 있다는 사실을 알게 된다.	**Invite to ABI/seminars (10 people)** ABI/세미나 초대하기(10명) Based on your own confidence in the Atomy business, organize a list of acquaintances and then introduce and invite them to the business. [1st Make List - Contact, Invite - Introduce Business] 애터미 사업에 대한 본인 스스로의 확신을 바탕으로 이 사업에 초대할 주변 지인을 정리한 후 직접 사업을 소개하고 초청한다. [1차 명단작성 - 접촉, 초대 - 사업소개]
Business Content 비즈니스 콘텐츠	ABC Content (1st Year/2nd Year) ABC 콘텐츠 (1학년/2학년)	Atomy's Philosophy and Values 애터미 철학과 가치	Atomy's Dreams and Goals (Compensation Plan basics) 애터미 꿈과 목표 (마케팅 플랜 기초)	Atomy Success System (One-Day Seminar, Success Academy) 애터미 성공 시스템 (원데이 세미나/석세스아카데미)

Atomy Interpretation, A Life-Changing Opportunity

Royal Master Tatiana Kim, a Russian-born Korean from Uzbekistan

Royal Master Tatiana Kim is a Korean descendant from Uzbekistan. In February of 1992, when she was 12 years old, she and her family moved to Primorsky Krai, her grandmother's hometown in the far eastern part of Russia.

애터미 통역, 인생을 바꾼 운명의 기회

러시아의 우즈베키스탄 출신 고려인 '타티아나 김 로열마스터'

타티아나 김 로열마스터는 우즈베키스탄 출신 고려인이다. 1992년 2월, 12살 때 가족과 일가친척들이 할머니의 고향인 러시아 극동 연해주로 이주했다. 농사로 성공해 보겠다고 전 재산을 팔아서 왔지만, 눈앞에 펼쳐진 상황은 너무나 열악했다.



Tatiana Kim
Royal Master
타티아나 김
로열마스터

Dreaming of becoming a Korean teacher

There was no electricity or running water. Tatiana Kim lived in a makeshift wooden house with a sheet of felt on the ground and had to move countless times because there was no good place to live. She worked hard to help her parents from early mornings to late evenings, but the harvest never measured up to expectations because of the weather. She wanted to escape the shackles of endless poverty.

"Since my father is Korean, I should learn Korean and become a Korean teacher."

Tatiana wanted to enter university and study Korean, but it was not easy to prepare for the college entrance exam while farming. The exam happened to be during the busy farming season, so she had to pick cucumbers at 6 a.m. and sell them before going to take the exam at 9 a.m. Despite the poor circumstances, she made it into the Korean language department against all odds.

A year before graduating college, she taught students at the Vladivostok Korean Language Education Center and worked as an interpreter to earn some pocket money. After graduating, she taught students at a university, but life was difficult on the low salary of a university lecturer, so she jumped into business. Since she was confident in her Korean, she started importing and selling accessories from Korea. After working hard for five years, she grew her business into a company with 8 stores and 12 employees, and even bought an apartment and car. However, as competition grew fierce, business became tough. Whenever employees went out and started their own businesses, sales dropped drastically. But the saddest part was when a manager whom she had helped out a lot financially and deeply trusted ended up embezzling money by manipulating company sales figures. Money is one thing, but being betrayed by someone she trusted was devastating. After that, she was emotionally scarred to the point of not being able to trust anyone.

A destined relationship with Atomy through Korean

She first came across Atomy's toothbrush and toothpaste while traveling back and forth to Korea to import accessories, and liked the products. During this time, she learned about the Atomy System by chance while working as an interpreter for an Atomy seminar held in Russia. She had

한국어 선생님을 꿈꾸다

전기도 없고, 물도 없었다. 임시로 지은 나무집에서 펠트지를 깔고 지냈다. 마땅한 거처가 없어서 셀 수 없이 이사를 다녀야 했다. 부모님을 도와 아침 일찍부터 저녁 늦게까지 열심히 일했지만, 날씨 탓에 수확은 기대에 미치지 못했다. 지긋지긋한 가난의 굴레에서 벗어나고 싶었다.

"아버지가 한국 사람이니까 한국어를 배워서 한국어 선생님이 되자."

타티아나 김은 대학에 입학해서 한국어를 공부하고 싶었지만, 농사를 지으며 대학 입학시험을 준비하는 것이 쉬운 일이 아니었다. 입학시험을 치르던 시기가 마침 바쁜 농번기라서 당일에도 아침 6시에 오이를 따서 팔고 나서 9시에 시험을 치르러 가야 할 정도로 열악한 환경이었지만, 모두의 예상을 깨고 당당히 한국어과에 합격했다.

대학 졸업을 1년 앞두고 블라디보스토크 한국어교육원에서 학생들을 가르치고 통역도 하며 용돈을 벌었다. 졸업 후엔 대학에서 학생들을 가르쳤다. 하지만 낮은 대학 강사의 월급으로는 생활이 어려워서 사업에 뛰어들었다.

한국어에 자신이 있었기 때문에 한국에서 액세서리를 수입해서 파는 일을 했다. 5년을 열심히 일해서 8개 매장에 직원 12명의 회사로 성장시켰고 아파트와 자동차도 장만했다. 하지만 점점 경쟁이 치열해지면서 사업도 어려워졌다. 직원들이 독립해서 매장을 오픈할 때마다 매출이 뚝 떨어졌다. 하지만 무엇보다 슬펐던 일은 경제적으로도 많이 도와주고 깊게 믿었던 매니저가 회사 매출을 조작해서 돈을 횡령한 일이었다. 돈도 돈이었지만 믿었던 사람에게 배신을 당한 충격이 너무 컸다. 이후 사람을 잘 믿지 못할 정도로 정신적인 상처도 컸다.

한국어가 맺어준 애터미와의 운명 같은 인연

액세서리 수입을 위해서 한국을 오가다가 애터미 칫솔과 치약을 처음 접했는데 제품이 마음에 들었다. 그러던 중 우연히 러시아에서 열린 애터미 세미나의 통역을 맡으면서 애터미 시스템에 대해서 알게 되었다. 당시에는 하던 사업이 있었기 때문에 소소하게 부업으로 시작했다. 이듬해인 2019년, 운명적인 기회를 맞게 된다. 모스크바에서 열린 애터미 러시아 법인 오픈 세리머니에서 박한길 회장의 통역을 맡게 됐는데, 그 강의를 직접 통역하면서 애터미가 자신의 인생을 바꿀 기회라는 것을 직감했다.

한국의 석세스아카데미를 다녀오고 나서는 마음이 더욱 더 확고해졌다.

애터미에 집중하기 위해 그동안 해오던 액세서리 사업과 게스트하우스 사업 등을 모두 정리했다. 남편은 그녀의 그런 모습을 보고 미친 것 아니냐며 고개를 저었다. 타티아나 김은 남편에서 "딱 3년만 시간을 달라."라고 설득했다.

her business at the time, so she started Atomy as a small side job. The following year in 2019, Tatiana had a fateful opportunity. She was assigned to interpret for Chairman Han-Gill Park at the opening ceremony of Atomy Russia in Moscow, and while translating the lecture herself, she realized that Atomy was the opportunity to change her life around.

After attending the Success Academy in Korea, she became even more determined.

In order to focus on Atomy, she closed down all of her accessory and guesthouse businesses. Her husband shook his head thinking that she was crazy, but Tatiana Kim persuaded her husband, saying, “Just give me three years.”

From then on, she only thought about Atomy day and night. She even avoided making evening plans. Because of this, many people left her side, but she wasn’t sad. She studied Atomy products and gave lectures online five days a week. After COVID, she only slept 4-5 hours a day and traveled to other cities and countries for business. She even missed her children’s birthdays and couldn’t be there for her firstborn's high school entrance exam because she was on an Atomy business trip.

"Even though I felt guilty for being a bad mother, I was determined knowing that my children would all be rewarded later."

She also bought a spacious apartment in downtown Vladivostok and a fancy new Lexus. Tatiana has traveled to many new cities in Russia for business and even family vacations and has also visited Mongolia, Dubai in the UAE, and Jeju Island in Korea. Now, she no longer has to worry about income or retirement.

Dreams of building a big beautiful house bustling with guests

Korean products are very well known in Russia. Among Atomy health functional foods, HemoHIM, Vitamin C, Probiotics, Omega 3, and in the cosmetics sector, Atomy Absolute CellActive Skincare Set, Evening Care Set, BB Cream, and Healthy Glow Base are very popular in the Russian market.

“Two years from now, one in two Russians will be using Atomy products. I believe Atomy will soon become number one in the global H&B (Health and Beauty) market.”

She is most happy that she has met many good people through Atomy and has become close with them. Tatiana Kim says that the Atomy business is “like a team sport.”

“All players have to work together as one to win the game, and success is not guaranteed if you're a lone wolf. It's important to spend a lot of time with members, communicate and trust each other, and move toward your goal together like a family."

It has been exactly 5 years since Tatiana Kim met Atomy. The first year was a time to get to know Atomy, and the next 4 years were just forging ahead without even realizing it. Now, she can manage her time and has a decent income. She meets many people and enjoys traveling. She gains new information and teaches others how to change their lives with Atomy. Before Atomy, she had no free time 24 hours a day, 7 days a week because if she didn't work, she didn't earn any money. Her life has changed so much.

Her goal is to become an Imperial Master. She wants to help all her partners achieve their goals. Thanks to Atomy, Tatiana's quality of life has improved, and she can secure a future for her children and close friends while also planning for retirement with her husband.

She dreams of living in a big, beautiful house with a steady stream of guests. She desires it more earnestly thinking back to the tough times she had going to Russia at a young age and moving around so many times. When Tatiana was young, she used to dream of becoming an actress or singer, but she didn't even dare think about it because of the difficult situation her family was in. But now, she believes it is possible through Atomy. As long as she doesn't give up or stop in the middle, won't she be able to achieve all her dreams with Atomy? Ⓐ

그날 이후 아침부터 밤까지 애터미 생각만 했다. 개인적인 저녁 약속도 잡지 않았다. 그러다 보니 많은 사람들이 그녀 곁을 떠나갔지만 슬프지 않았다. 애터미 상품 공부를 하고 일주일에 5일은 온라인으로 강의를 했다. 코로나 이후 하루 4~5시간만 자면서 다른 도시, 다른 나라로 출장을 다녔다. 아이들 생일도 챙겨 주지 못했다. 첫째 아이의 고등학교 입학시험 때도 애터미 때문에 출장을 가느라 옆에 있어 주지 못했다.

“내가 너무 나쁜 엄마 같아서 마음이 아팠지만, 나중에 아이들까지 다 보상을 받을 것이라는 생각에 마음을 굳게 먹었습니다.”

블라디보스토크 시내에 넓은 아파트도 한 채 장만했고, 멋진 렉서스 자동차도 새로 뽑았다. 가 보지 못했던 러시아 내 여러 도시를 출장 혹은 가족 여행으로 다녔고, 몽골을 비롯해 UAE의 두바이, 한국의 제주도도 다녀왔다. 이제 더 이상 수입이나 노후 자금에 대한 걱정도 하지 않게 됐다.

손님이 북적거리는 크고 예쁜 집을 짓는게 꿈

러시아 내에서 한국 제품의 인지도가 매우 높은 편이다. 애터미 건강기능식품 중에서 헤모힘, 비타민C, 유산균, 오메가3, 화장품 분야에서는 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어 세트, 이브닝케어 세트, 비비크림, 헬시글로우 베이스 등이 러시아 시장에서 큰 인기를 끌고 있다.

“앞으로 2년 후면 러시아 사람 두 명 중 한 명은 애터미 제품을 사용할 겁니다. 애터미가 곧 글로벌 H&B(헬스 앤 뷰티) 시장에서 넘버원이 될 것이라고 믿고 있어요.”

애터미를 하면서 좋은 사람들을 많이 알게 됐고, 또 그들과 사이좋게 지내게 된 것이 무엇보다 기쁜 일이다. 타티아나 김은 애터미 사업을 “팀 스포츠 같다.”라고 얘기한다.

“모든 선수가 하나가 되어 뛰어야 경기에 이길 수 있지, 혼자 독불장군이 되어서는 성공을 보장받을 수 없어요. 구성원들과 함께 많은 시간을 보내며 소통하고 서로 믿고 가족 같이 함께 목표를 향해 나아가는 것이 중요합니다.”

타티아나 김이 애터미를 만난 지 꼭 5년째다. 처음 1년은 애터미를 알아가는 시간이었고 그다음 4년은 자신도 모르는 채 앞만 보고 달려왔다. 지금은 시간을 조절할 수 있고 만족할 만한 수입도 생겼다. 많은 사람을 만나고 여행도 즐기고 있다. 새로운 정보를 얻고 사람들에게 애터미와 함께 인생을 변화시키는 방법을 가르친다. 애터미를 하기 전에는 하루 24시간, 일주일 내내 자유 시간이 없었다. 일하지 않으면 수입도 없기 때문이다. 너무나도 달라진 삶이다.

그녀의 목표는 임페리얼마스터가 되는 것이다. 모든 파트너들이 자신의 목표를 이룰 수 있도록 도움을 주고 싶다. 애터미 덕분에 삶의 질이 향상되었고 아이들과 가까운 지인들에게 미래를 보장할 수 있으며 남편과의 노후 계획도 마련하게 되었다.

손님들이 끊이지 않는 크고 예쁜 집에서 살고 싶은 꿈을 갖고 있다. 어린 나이에 러시아로 이주해 무수히 이사를 다니면서 어렵게 살던 때를 생각하면 더욱 간절하다. 어릴 적 그녀는 배우나 가수가 되는 꿈을 꾸곤 했다. 어려운 가정 형편 때문에 엄두를 내지 못했지만, 애터미를 통해서라면 가능하다고 믿고 있다. 중도에 포기하지 않고 멈추지 않는다면 애터미와 함께 꿈꾸는 일들을 모두 이뤄나갈 수 있지 않을까. Ⓐ

Royal Master Tatiana Kim as an interpreter at the 2019 Opening Ceremony of Atomy Russia
2019년 러시아 법인 오픈 세레모니에서 통역을 맡았던 타티아나 김 로열마스터



Words Over Matter

만상불여언상
萬相不如言相

A good fortune cannot outshine a good physiognomy and no matter how good the physiognomy, it cannot outperform a healthy body. A healthy body, on the other hand, cannot surpass a healthy mind and thus the saying, “Words over matter”. This means that everything in life depends on one’s mindset. So, what kind of mindset should we have, and how should we cultivate it?

A person’s words reflect their inner mindset and at the same time, have the greatest influence on their own mind. While words can impact others, they most profoundly affect the speaker themselves, as they are the ones who hear their own words the most.

A human being consists of a spirit, soul, and body. From these, we can draw on the spiritual, intellectual, and physical powers. The difference between physical and intellectual powers can be as vast as the difference between a shovel and an

사주팔자가 아무리 좋아도 관상(觀相) 좋은 사람만 못하고, 관상이 아무리 좋아도 몸이 건강한 사람(身相)만 못하며, 몸이 아무리 건강해도 심상(心相) 좋은 사람만 못하다고 합니다. 그래서 **‘만상불여심상(萬相不如心相)’**이라는 말이 있습니다. 세상만사가 마음먹기에 달려있다는 것입니다. 그러면 어떤 마음을 어떻게 먹어야 할까요? 사람의 내면을 표현하는 것은 그 사람이 하는 말입니다. 또한 사람의 마음에 가장 큰 영향을 미치는 것도 그 사람이 하는 말입니다. 말은 타인에게도 영향을 미치지만, 말하는 사람에게 가장 큰 영향을 미칩니다. 자기가 하는 말을 항상 듣는 사람은 자기 자신이기 때문입니다.

사람은 영(靈)과 혼(魂)과 육(肉)이 하나의 인격체를 이루고 있습니다. 따라서 사람은 세 가지 영역의 능력을 사용하며 살아가는 것입니다. 바로 육체적 능력(Physical Power)과 지적(혼) 능력(Knowledge Power), 영적 능력(Spiritual Power)입니



excavator. Likewise, the spiritual power can be thousand times greater than intellectual power.
Spiritual power is the power of words. The Bible states in John 6:63 that, “The words I have spoken to you—they are full of the Spirit and life”. Words are spirit. It is the words that transform us and our surroundings. We are influenced by our environment, and the most useful tool for changing it is with our words.
When I was at a school reunion, a friend, who had walked the elite path in life, asked me, “Han-Gill, you weren’t so smart back then. How did you become the chairman of Atomy?” I responded, “With my lips!” Though it was a joke between friends, it was the most accurate answer.
I built Atomy through words. At the time, the only ability I could use was the ability to speak—spiritual power. I made bold statements such as, “Atomy will rewrite the history of network marketing,” “Absolute Quality, Absolute Price,” “We will compete with major distributors through quality and price,” “We will become a global distribution hub,” and “We will give Imperial Masters 1 billion KRW on a forklift.” All these words have either already become a reality or are in the process.
When words do not end as mere words but are declared and shared, history unfolds miraculously. Formal education focuses on developing intellectual abilities, and some people achieve remarkable accomplishments through physical or intellectual abilities. Natural talent combined with relentless effort can lead to significant outcomes. For those who lack natural abilities or missed the opportunity, however, the final hope lies in spiritual power—the power of words. This does not mean that physical or intellectual effort

다. 육체적 능력과 지적 능력은 마치 삽과 포클레인처럼 수백 배의 차이가 날 수 있습니다. 또한 영적 능력은 지적 능력 보다 수만 배 차이가 날 수 있습니다. 영적 능력은 말의 능력입니다. 성경에서도 “내가 너희에게 이른 말이 영이요 생명이라”(요6장 63절)라고 했습니다. 말이 곧 영(靈)입니다.
나를 변화시키고 주변 환경을 변화시키는 것은 말입니다. 사람은 환경의 영향을 받습니다. 환경을 변화시키는 도구로써 가장 유용한 것이 말입니다. 제가 동창회에 갔을 때 소위 엘리트 코스만 걸어온 훌륭한 친구가 “한길아! 너 학교 다닐 때 나보다 공부 못했잖아. 너나 나나 두 쪽(?)밖에 없었고! 그런데 너는 어떻게 애터미 회장이 되었냐?”고 물었습니다. 저는 “조뎅이(주둥이) 하나로 했다! 왜?”라고 답했습니다. 호방한 농담으로 주고받은 대화지만 정확한 답변입니다.
나는 애터미를 말(입)로 세웠습니다. 그때 내가 쓸 수 있는 능력은 말하는 능력, 즉 영적 능력이었습니다. “네트워크마케팅의 역사는 애터미가 새로 쓴다.”, “절대품질 절대가격”, “일반 유통과 경쟁해서 품질과 가격으로 이기겠다.”, “글로벌 유통의 허브가 되겠다.”, “임페리얼 마스터가 되면 10억 원을 지게차로 떠 주겠다.” 등등. 이 말들은 대부분 이루어졌거나 이루어져 가고 있습니다. 말이 혼자의 말로 끝나지 않고 선언되어 공유될 때 역사는 기적처럼 일어납니다.
학교 교육은 지적 능력 개발 중심으로 구성되어 있습니다. 육체적 능력이나 지적 능력으로 큰 업적을 세우는 사람도 있습니다. 타고난 재능과 피나는 노력이 쌓이면 큰 성과로 이어질 수 있습니다. 타고난 능력이 부족하거나 노력할 시기를 놓친 사람이라면 영적 능력, 즉 말의 힘을 기대해 보아야 합니다. 육체적, 지적 노력이 전혀 필요 없다는 말이 아닙니다. 영적 능력을 앞세우면 육체적이나 지적인 능력

“When words do not end as mere words but are declared and shared, history unfolds miraculously.”

“말이 혼자의 말로 끝나지 않고 선언되어 공유될 때 역사는 기적처럼 일어납니다.”

is unnecessary. It means that when spiritual power takes precedence, even with a lack of ability, one can experience miraculous and extraordinary results.
James 3:4 compares the tongue to the rudder of a ship, small but capable of steering a vessel even amid strong winds. The direction in which we move our tongue determines the destination of our lives. Never let a negative word escape your lips. Instead, set your sails high towards the goal of a “Balanced Life” and embrace the motto, “Make Imperial”. I have visited all of our 26 branches overseas and saw that Atomy’s fair winds will blow even more vigorously across all continents in 2025.
Words over matter. The rudder of the mind is the words we speak. “When there is no hope, the only hope is to speak of hope.”

이 좀 부족하더라도 기적 같은 놀라운 결과를 맛볼 수 있다는 것입니다.
야고보서 3장 4절을 보면 혀는 작은 지체로되 광풍에 밀려가는 배를 조절하는 방향타와 같다고 했습니다. 혀를 어떤 방향으로 놀리느냐에 따라서 우리 인생이 도달할 항구도 달라집니다. 부정적인 말은 추호도 입 밖에 내지 말고, 항상 ‘균형 잡힌 삶’이라는 목적항을 향해 ‘Make Imperial’이라는 돛을 높이 세우시길 바랍니다. 해외 전 법인을 순방하며 2025년에도 오대양 육대주에 애터미의 순풍은 더욱 힘차게 불 것을 확인하고 왔습니다.
만상불여언상(萬相不如言相)입니다. 마음의 방향타가 곧 내가 하는 말입니다.
“희망이 없을 때 유일한 희망은 희망을 말하는 것입니다.”



Songnisan Youth Town returns to the members at Atomy Songnisan Forest. Photo of Songnisan Forest Hotel.
속리산 유스타운이 '애터미 속리산 포레스트'로 회원 품에 돌아온다. 사진은 속리산 포레스트 호텔동

Atomy Songnisan Forest Go to homepage
애터미 속리산 포레스트 홈페이지 바로가기

Songnisan Youth Town Returns as Atomy Songnisan Forest

The Birthplace of Success for Atomians... Reborn As a Business Mecca of Relaxation

Songnisan Youth Town, which was the birthplace of success for Atomians, has been reborn and is coming back into the arms of Atomians at Atomy Songnisan Forest. It is set to open soon after a two-and-a-half-year renovation since its purchase in April of 2022. Managing director of Songnisan Forest Ji-eun Oh stated, "The hotel building will open first on December 25, followed by the training and glamping sites in the first quarter of the next year. According to Director Oh, Songnisan Forest will become a mecca of the Atomy business where Atomy members around the world can come to relax like home as well as learn about new products and practice business skills to get one step closer to success.

속리산 유스타운, 애터미 속리산 포레스트로 귀환하다

애터미언즈들의 성공 산실… 쉼을 곁들인 비즈니스 메카로 재탄생

애터미언즈들의 성공의 요람이었던 속리산 유스타운이 '애터미 속리산 포레스트'로 환골탈태(換骨奪胎)해 애터미언즈의 품으로 돌아온다. 지난 2022년 4월 매입한 뒤 2년 반에 걸친 새 단장을 마무리 짓고 오픈을 앞두고 있다. 오지은 애터미 속리산 포레스트 총괄 담당 이사는 "오는 12월 25일 호텔동이 먼저 오픈되고, 내년 1분기에 연수동과 글램핑장까지 모두 오픈될 것"이라고 밝혔다. 오지은 이사에 따르면 속리산 포레스트는 전 세계 애터미 회원들이 고향처럼 쉴 수 있고, 새로운 제품과 비즈니스 스킬을 배우고 익힘으로써 성공에 한 발 더 다가설 수 있는 계기가 되는 애터미 비즈니스의 메카가 될 계획이다.

A Place Where Atomy's Success Sprouts and Matures

Songnisan Youth Town—anyone who has been in the Atomy business for some time has heard of it before. It is the place where Atomy's first Success Academy was held. It is where Atomy's early members including Imperial Masters Jeong Soo Park, Sung-il Kim, and Deok Wu Lee held onto a glimmer of hope during tough times. It was a small place where they gathered, giving rise to hope as they sat together in close quarters and created the story of Super-Synergy of United Heart. Crown Master Kyu Jung Choi, one of the 17 members of the duck restaurant that was going out of business, said even just renting Youth Town for the Success Academy showed our "we can do it" mindset, adding, "It was just 15 years ago, and I am so moved that it is now ours." Imperial Master Jeong Soo Park recalled that she was "proud of the story of rapid growth while hosting Success Academy at Youth Town back then," saying, "Atomy will witness another quantum jump at Songnisan Forest."

Atomy plans to make the Songnisan Forest a place where Atomians who are running toward success can stop by for a while to relieve built up fatigue, renew their vision and determination, and set off again toward their goals. Director Ji-eun Oh stated, "We will provide Atomians with rest and healing and an immersion experience in the Atomy brand. It will be a space that fills you with new vitality and energy while connecting you with products through nature."

애터미의 성공이 싹트고 영글어 가는 곳

속리산 유스타운, 애터미 사업을 좀 한 사람이라면 당연히 들어봤을 이름이다. 애터미 최초의 석세스아카데미가 개최됐던 장소다. 박정수 임페리얼, 김성일 임페리얼, 이덕우 임페리얼을 비롯한 애터미 초창기 회원들이 힘들었던 시절 부여잡았던 한 자락의 희망을 키웠던 곳이다. 좁았지만 그래서 서로 부대끼며 희망의 온도를 높였고, 발 디딜 틈조차 없는 곳에서 모여 앉아 제심합력의 신화를 만들어 낸 장소였다. 망해가는 오리탕집 17인의 멤버 가운데 한 사람이었던 최규정 크라운마스터는 "당시 유스타운을 빌려 석세스아카데미를 한다는 것만으로도 '우리는 할 수 있다'라는 마음이 들었다."라며 "불과 15년 전인데 이제는 우리 소유가 됐다니 가슴이 뭉클하다."라고 말했다. 또 박정수 임페리얼마스터는 "그 시절, 속리산 유스타운에서 석세스아카데미를 진행하며 고속 성장의 신화에 스스로 대견해했었다."라며 "속리산 포레스트에서 애터미는 또다시 퀀텀점프를 목격하게 될 것"이라고 말했다.

애터미는 속리산 포레스트를 성공을 향해 질주하는 애터미언즈들이 잠시 들러서 쌓인 피로를 풀고, 새로운 비전과 각오를 다지며 또다시 목표를 향해 출발하는 장소로 만들 생각이다. 오지은 속리산 포레스트 총괄 이사는 "애터미언즈들에게 쉼과 힐링을 제공하고 애터미 브랜드에 몰입되는 경험을 제공할 것"이라며 "자연을 매개로 제품과 연결되면서 새로운 활력과 에너지를 채워 가는 공간이 될 것"이라고 말했다.

Songnisan Forest - Hotel 속리산 포레스트 - 호텔동





Songnisan Forest - Camping Site 속리산 포레스트 - 캠핑동

Relieve Fatigue, Fill Your Dreams

Songnisan Forest is divided and set to operate three main areas. The first is the hotel, a place full of healing where you can relax and relieve built up stress. Here, Atomians will go beyond simply resting to filling themselves with the healing energy that is integrated into the space itself. In the process, they can experience a new Atomy, aligning and developing a deeper relationship with Atomy.

"Instead of running nonstop for 24 hours a day, it's time to think about how best to relax for a day to live a good life," a representative from Songnisan Forest said, "Just as you need to empty yourself in order to be filled, it's a place where you can step back from your daily life and let your mind and body be healed."

The second area is the training facility. If the hotel is a place to empty yourself, then the training facility is the place to become filled. After freeing yourself from business-related emotional exhaustion at the hotel, you can gradually organize within yourself the vision of a new Atomy and the relationship between products and partners at the training center. Beyond the basics of Absolute Quality Absolute Price, it offers a space to naturally learn and experience the products and business skills connected to your own human network.

피로는 덜고, 꿈은 채우고

속리산 포레스트는 크게 3개 구역으로 나뉘어 운영될 방침이다. 첫 번째 구역은 호텔동으로, 쌓인 스트레스를 비우고 쉴 수 있는 힐링으로 가득한 장소다. 이곳에서 애터미언즈들은 단순한 쉼을 넘어, 공간 자체에 내재된 힐링 에너지로 자신을 채워 가게 된다. 그 과정에서 새로운 애터미를 경험하고, 그에 공감하며 한층 더 내밀한 관계로 발전하는 것이다.

속리산 포레스트 관계자는 “하루 24시간 매 순간 달리기보다는 하루를 어떻게 쉬어야 좋은 삶인지 고민해야 하는 시대”라며 “비워야 채울 수 있듯 일상에서 잠시 물러나 몸과 마음이 치유되는 장소”라고 말했다.

두 번째 구역은 연수동이다. 호텔동이 비우는 곳이라면, 이곳 연수동은 채우는 곳이다. 호텔동에서 비즈니스에 지친 감정의 잔재까지 말끔히 비운 뒤, 연수동에서 새로운 애터미의 비전과 제품과 파트너와의 관계를 차곡차곡 개어 내 안에 정리해 넣게 된다. 기존의 절대품질 절대가격을 넘어, 나 자신의 휴먼 네트워크에 연결되는 제품들과 자연스레 스며드는 비즈니스 스킬들을 체험하고 익히는 공간이다.

마지막으로 캠핑동이다. 비우고 채운 뒤의 즐거움을 만끽하는 곳이다. 바쁜 일상에서 벗어나 자연과 함께 캠핑을 하며 소확행을 실천하면 된다. 때로는 함께하는 파트너들과 떠들썩한 소란을 피운들 무슨 문제가 될까. 산비속리(山非俗離, 산은 세속을 떠나지 않는다)라 하였으니 말이다. 잠시 비즈니스에서 벗어나 있지만, 비즈니스는 애터미언즈들을 떠나지 않는다. 그렇다. 이곳 속리산에서 소확행의 캠핑을 즐기며 애터미 비즈니스를 지속할 동력을 채우는 것이다.

The last area is the camping site, a place to truly enjoy after emptying and filling. You can escape from the hustle and bustle of daily life and experience a small but certain happiness while camping in nature. What's the big deal if you sometimes bicker with your partners? Just like the saying "mountains will not leave the world," business will not leave Atomians even though you step away from it for a little while. It's true. You can enjoy a bit of happiness while camping here at Songnisan and replenish the power to sustain your Atomy business.

For Atomians From A to Z

The hotel offers six different room sizes from deluxe to the presidential suite, and it can accommodate about 130 guests. A 3500-square-foot cafeteria is located at the entrance of the first floor, and there are various outdoor spaces that embody relaxation including an outdoor deck and fireplace lounge. Surrounded by a forest at the foot of Mt. Songnisan, you can feel the coziness and breathe in the refreshing phytoncides, making it perfect for a leisurely time off from business. You may also enjoy taking a stroll along the paved path that runs through the forest behind the training center leading up to the entrance of the hotel.

A부터 Z까지, 애터미언즈를 위해

호텔동은 프레지덴셜 스위트룸부터 일반 디럭스룸까지 6가지 크기의 객실이 있으며 총 130여 명이 머물 수 있다. 1층 입구에는 100여 평의 카페테리아가 있고, 야외 데크, 후면 불멍 라운지 등의 야외 공간이 쉼을 실체화하고 있다. 속리산 자락의 숲에 둘러싸여 아늑함과 함께 피톤치드의 상쾌함을 느껴볼 수 있어 망중한(忙中閑)을 즐기기에 제격이다. 또한 연수동 뒤편 숲을 지나 포레스트 입구까지 이어지는 데크 길을 산책하는 재미도 만만찮을 것이다.

연수동은 모두 6인실로 구성돼 580여 명이 머물 수 있으며 캡슐형과 온돌형, 발코니형으로 나뉘어져 있다. 연수동답게 전체적으로 애터미 제품을 만나보는 콘셉트로 디자인됐다. 이와 함께 해외 법인 회원

Songnisan Forest - Training Facility 속리산 포레스트 - 연수동



The training facility houses multiple hexa rooms—a capsule type, a heated floor "ondol" type, and a balcony type—that sleep 6 with a total capacity of 580 guests. As expected of a training center, it was designed with the concept of experiencing Atomy products. In addition, when members from global branches visit, a welcome video tailored to the characteristics of that branch will play on an impressive screen along with the various facilities and landscapes of Songnisan Forest.

Drawing Visitors' Attention With Product Art Walls and Virtual Models

When you go up to the 2nd floor, the "Product Wall" first welcomes visitors. An LED display composed of the Art Wall presents a modular product showcase, enlightening the viewers. A Songnisan Forest representative explained, "The value of the products is exhibited in the form of art frames decorated with various art videos, and the raw materials and natural elements of the products are presented in fantastic hyperrealism, which will stimulate the interests and curiosity of visitors."

As you pass the Product Wall, an Atomy product vending machine awaits. A representative explained, "The Product Wall and Atomy mini shop will be connected, providing Atomians with an integrated experience where the space, brand, and products converge. Virtual models on large displays will draw in visitors, and the attractive digitally showcased products will spark a desire to purchase."

A Wide Range of Programs Such As the 1-Night, 2-Day Success Academy

The official opening ceremony of Songnisan Forest is scheduled for April 2025. The hotel building will open first on December 25, 2024, followed by the training facility in January 2025 and the camping site in March. Reservations for the hotel have already been made by members of Atomy Taiwan from December 26 to 31. Songnisan Forest's management team expects an average of 300 guests per day and 110,000 guests per year to visit Songnisan Forest during the year 2025. The 1-Night, 2-Day Success Academy is likely to be Songnisan Forest's main program. According to management, the 1-Night, 2-Day Success Academy will operate separately from the existing Success Academy by different centers or groups at all times. As long as you make a reservation in advance, you will be able to host a 2-Day Success Academy on weekdays or weekends. Besides the Success Academy, Atomy is also planning educational and operational programs tailored to the needs of Atomians.

It is also preparing a healing program. According to management, outdoor programs such as hiking, trekking, and biking are in the works. "Songnisan Forest will provide a memorable experience beyond just a place to relax," said Ji-eun Oh, managing director of Songnisan Forest. "We will do our best to help all Atomians experience the value of the Atomy business here."

들이 방문할 때는 해당 법인의 특색에 맞는 환영 동영상과 속리산 포레스트의 다양한 시설과 풍경들을 인상적인 화면으로 재구성한 영상이 흐르도록 할 예정이다.

제품 아트월과 가상 모델로 방문객 눈길 끌어

2층으로 올라가면 먼저 '프로덕트 월(Product Wall)'이 방문객들을 환영한다. 아트월(Art Wall)로 구성된 LED 디스플레이가 모듈 형태의 제품 쇼케이스를 연출하며 보는 이의 눈을 즐겁게 하는 것이다. 속리산 포레스트 관계자는 "제품에 담긴 가치를 다양한 아트 영상들로 꾸며진 아트 프레임으로 구성했다"며 "제품의 원료와 자연의 소재들을 환상적인 하이퍼리얼리즘으로 연출, 방문객의 흥미와 관심을 촉발시킬 것"이라고 말했다.

프로덕트 월을 지나면 바로 애터미 제품의 벤딩 머신(Vending Machine, 자동판매기)이 기다리고 있다. 속리산 포레스트 측은 "프로덕트 월과 애터미 미니 샵이 연결되어, 애터미언즈들에게 공간과 브랜드와 제품이 하나로 융합되는 통합적인 경험을 선사할 것"이라며 "대형 디스플레이에서 가상의 모델이 방문객을 유도하고, 디지털로 만들어진 매력적인 제품들의 모습이 구매욕을 자극할 것"이라고 설명했다.

1박2일 석세스아카데미 등 다채로운 프로그램 운영

속리산 포레스트의 공식 오픈식은 2025년 4월로 예정되어 있다. 2024년 12월 25일에 호텔동을 먼저 오픈하고, 이후 2025년 1월에 연수동을, 3월에는 캠핑동을 오픈하게 된다. 호텔동은 이미 12월 26일부터 31일까지 대만 법인의 회원들이 예약을 마쳤다. 속리산 포레스트 운영진은 2025년 한 해 동안 일 평균 300여 명, 연간 11만여 명이 속리산 포레스트를 찾을 것으로 기대하고 있다.

속리산 포레스트의 대표적인 프로그램은 1박2일 석세스아카데미가 될 것으로 보인다. 운영진에 따르면 속리산 포레스트의 1박2일 석세스아카데미는 기존의 석세스아카데미와는 별개로 센터별, 또는 그룹별로 상시 운영할 방침이다. 즉 미리 예약을 하면 평일이나 주말을 가리지 않고 속리산 포레스트에서 1박2일 석세스아카데미를 진행할 수 있게 된다. 석세스아카데미 외에도 애터미는 애터미언즈들의 니즈에 맞춘 교육 및 운영 프로그램을 구상하고 있다.

힐링 프로그램도 준비하고 있다. 운영진에 따르면 등산, 트레킹, 자전거 등 아웃도어 프로그램을 구상하고 있다.

오지은 애터미 속리산 포레스트 총괄 담당 이사는 "속리산 포레스트는 단순한 쉼을 넘어 공간 자체가 기억으로 남는 경험을 제공할 것"이라며 "모든 애터미언즈들이 이곳에서 애터미 비즈니스의 가치를 느낄 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 말했다.

Hotel rooms 호텔동 타입별 객실



Deluxe double room
디럭스 더블룸



Art deco room
아트 데코룸



Rooftop suite room
스위트룸 루프탑

Training facility rooms 연수동 타입별 객실



Hexa capsule type
6인실 캡슐형



Hexa capsule type
6인실 캡슐형



Hexa balcony type
6인실 발코니형

Songnisan Forest, hoping to be a place where business contractors are treated well

More Atomians should come see, feel, and experience

속리산 포레스트, 사업자가 대우받는 장소가 되길

더 많은 애터미언즈들이 와서 보고 느끼고 경험할 수 있도록 해야

Sang Cheol Jeon
Royal Master
전상철
로열마스터







Success Academy at Songnisan Youth Town in 2012 (above)
Prospective Songnisan Forest Seminar Hall (below)
(상) 2012년 속리산 유스타운에서 진행된 석세스아카데미 현장
(하) 속리산 포레스트 세미나장 예상도

"Not simply a place to rest, but a place where I can completely relieve all the stress that I have inevitably built up while doing the business and be able to return to the business with a fresh start." This is the Songnisan Forest that Royal Master Sang Cheol Jeon hopes for.

Sang Cheol Jeon, the Royal Master who is known for being "Member No. 9" with the nickname Mr. Perseverance, vividly remembers the first Songnisan Youth Town Success Academy. At that time, Songnisan Youth Town was a kind of salvation for Atomians. That is because, after the days when the goal was to fill the hall with 40 to 50 people, Songnisan Youth Town eventually hosted almost 1,000 attendees for Success Academy. "There used to be mold all over the place, and the air conditioning and broadcasting facilities were extremely poor. But it still felt cozy. Back then, there was no good place for hundreds of people to gather together for Success Academy."

"The most physically challenging part was the small space. At first, it was sufficient, but as time went on, it became way too crowded." Over the years, Success Academy was subsequently held at hotels and resorts, but the fact that Songnisan Youth Town was the birthplace of Atomians and the root of Success Academy remained unchanged.

And Atomy ended up purchasing this Songnisan Youth Town. Royal Master Jeon said that it felt like buying the place that Atomians used to rent. At Songnisan Forest, Atomians can comfort each other with the same heart. Songnisan Forest will become a place that relieves stress and provides the strength to run again. "Atomy had nothing, but Atomy Park has been built, Atomy Orot (Vision Hall) has been created, and now even Youth Town is ours, so it feels like everything is complete. I hope more Atomians can come see, feel, and experience it."

"단순히 쉼이 아니라 내가 비즈니스를 하면서 피치 못하게 받아왔던 여러 가지 스트레스를 완전히 풀어놓고, 다시 깔끔하게 비즈니스 현장으로 돌아올 수 있는 장소" 전상철 로열마스터가 바라는 속리산 포레스트다.

'회원 번호 No.9', 존버의 대명사로 유명한 전상철 로열마스터는 1회 속리산 유스타운 석세스 아카데미를 생생히 기억한다. 그 당시 속리산 유스타운은 애터미언즈들에게 일종의 구원이었다. 40~50명의 홀을 꽉 채우는 것이 목표였던 시절을 거쳐 속리산 유스타운에서 1,000명 가까운 사람들이 석세스아카데미에 참석할 수 있게 됐기 때문이다. "처음엔 여기저기 곰팡이도 슬어있었고, 에어컨도, 방송시설도 열악하기 그지없었죠. 하지만 그것마저도 정겨웠어요. 당시엔 수백 명이 모여서 석세스아카데미를 할 장소가 마땅찮았거든요."

"물리적으로 가장 힘들었던 것은 공간이 협소하다는 것이었어요. 처음에는 여유로웠지만 시간이 갈수록 미어터졌거든요." 시간이 흐르면서 호텔에서도, 리조트에서도 석세스아카데미를 진행했지만, 속리산 유스타운은 애터미언즈의 요람이자 석세스아카데미의 뿌리라는 점은 변하지 않았다.

그런 속리산 유스타운을 애터미가 매입했다. 전상철 로열마스터는 애터미언즈가 월세 살던 곳을 구매한 것 같은 기분이라고 말했다. 속리산 포레스트에서 애터미언즈들은 같은 마음으로 바라보고 서로 위로해 준다. 스트레스를 해소하고 다시 뛸 힘을 채우는 속리산 포레스트가 되는 것이다. "아무것도 없다가 애터미파크가 생기고, 또 애터미오롯(비전홀)이 생기고, 이제 유스타운도 우리 것이 됐다니 다 갖춰진 느낌이죠. 더 많은 애터미언즈들이 와서 보고 느끼고 경험할 수 있었으면 좋겠어요."

Very moved to have purchased the place we used to rent

Proud to help others succeed and see lives change

빌려 쓰던 장소를 매입했다는 것 자체만으로도 매우 감동

성공을 돕고, 삶이 변해가는 모습에 뿌듯

Sang Sook Lee
Atomy Global Marketing Operations Team
이상숙
애터미 글로벌 마케팅 오퍼레이션팀







Success Academy at Songnisan Training Center 10 years ago (above)
Prospective Songnisan Forest Training Facility (below)
(상) 10년 전 석세스아카데미 속리산 연수동
(하) 속리산 포레스트 연수동 예상도

How will Songnisan Youth Town from 2010 be different from Songnisan Forest in 2024? We asked Sang Sook Lee, Global Marketing Operations Team Leader, who has been with Atomy for 14 years. "No matter how you look at it, it's a place of love and hate."

When she first went to the Success Academy at Songnisan Youth Town, nothing was ready. She was part of the video team then, but there were no experts around to ask for help. Team Leader Sang Sook Lee said, "It was hard. But I saw how the members succeeded there. That's how I overcame the hardships." When you see that your efforts have helped someone and that they have changed because of it, you feel proud and satisfied. Then, that work becomes your calling. That love-hate place called Songnisan Youth Town where she went to make a living now belongs to Atomy. The site where hearts were filled with hope in a crowded lecture hall has now become a refueling station on the way to success, emptying and filling. Team Leader Lee expressed, "Songnisan Forest will become a symbol of Atomians running toward their dreams, and I hope it will establish itself as an Atomy attraction where members and employees can communicate with each other openly."

2010년의 속리산 유스타운과 2024년의 속리산 포레스트는 어떻게 다를까. 애터미 입사 14년 차인 이상숙 글로벌 마케팅오퍼레이션 팀장에게 물어봤다. "미우나 고우나 애증의 장소죠."

처음 속리산 유스타운의 석세스아카데미에 갔을 때, 아무것도 준비된 것은 없었다. 당시 영상팀의 일원이었지만, 도움을 청할 만한 전문가는 없었다. 이상숙 팀장은 "힘들었죠. 하지만 거기에서 회원님들이 어떻게 성공해 나가는지 다 봤거든요. 그것을 통해 힘든 걸 버텼어요." 자신의 노력이 누군가에게 도움이 됐다는 것을, 그리고 그것을 계기로 변해가는 모습을 보고 나면 스스로 대견스럽기도 하고 뿌듯해지게 된다. 그러면 이제 그 일은 천직이 된다. 천직 삼아 다니다 보니 그 애증의 장소인 '속리산 유스타운'이 애터미의 소유가 됐다. 미어터지는 강의장에서 가슴 가득 희망을 키웠던 곳이 이제는 비우고 채우며 성공을 향하는 중간 급유소가 된 것이다. 이상숙 팀장은 "속리산 포레스트는 꿈을 향해 달려가는 애터미언즈의 상징이 될 것"이라며 "회원들과 임직원들이 흉금을 터놓고 소통하는 애터미의 명소로 자리 잡기 바란다."라고 말했다.



Indonesia Success Academy, November
11월 인도네시아 석세스아카데미

Make Imperial!
Make Your Partner an Imperial and Become an Imperial Yourself

Chairman Han-Gill Park, 2024 ACTS Project- Igniting Member Success at 13 Branches

Make Imperial!
파트너를 임페리얼 만들고 자신도 임페리얼 되라

박한길 회장, 2024 ACTS 프로젝트 - 13개 법인서 회원 성공 풀무질

Chairman Han-Gill Park has visited three branches—Atomy India, Atomy Malaysia, and Atomy Indonesia—one after another for 14 days from November 18 to December 1, thereby successfully wrapping up the 2024 ACTS project. The ACTS project is a global project that supports global Atomy members in running their Atomy businesses smoothly. Chairman Han-Gill made a push for the ACTS project, touring 25 global branches around the world from 2023 to this year. Chairman Park stated, "Through this visit, I felt the members' fervent desire to succeed after the pandemic," and "I was able to confirm the sustainability of Atomy."

박한길 회장이 지난 11월 18일부터 12월 1일까지 14일간 인도 법인과 말레이시아 법인, 인도네시아 법인 등 3개 법인을 차례로 방문했다. 이번 3개 법인 순방을 마지막으로 2024년 ACTS 프로젝트가 성공적으로 마무리됐다. ACTS 프로젝트는 글로벌 애터미 회원들이 애터미 비즈니스를 원활하게 할 수 있도록 지원하는 글로벌 프로젝트다. 박한길 회장은 ACTS 프로젝트를 위해 2023년부터 올해까지 전 세계 25개 해외 법인을 둘러보는 강행군을 펼쳤다. 박 회장은 "이번 순방을 통해 팬데믹 이후 회원들의 성공하고자 하는 열망을 뜨겁게 느꼈다."라며 "애터미의 지속가능성을 확인할 수 있었다."라고 말했다.

Traveling to 13 countries to "Make Imperial"

Starting with Taiwan in January of 2024, Chairman Han-Gill Park visited China and Hong Kong in April, Mongolia in May, Türkiye in June, followed by the EU branches of Romania and Spain in July. In September, he went to Kazakhstan, then three countries—the U.S., Brazil, Colombia—in October, and India and Indonesia in November, visiting a total of 13 branches in 14 countries. During this time, Chairman Park met with over 20,000 global members in person at 14 different Success Academies and conveyed strong hope and energy for their success. He also vividly demonstrated Atomy's future vision through 31 Zoom conferences.

Last October, 2,000 members gathered at Atomy Colombia's Success Academy to warmly welcome Chairman Han-Gill Park, who was visiting for the first time in four years since its opening. Liseth Lineros, branch director of Atomy Colombia, said, "Over 2,000 attendees welcomed Chairman Han-Gill Park's visit. The passionate lecture and enthusiastic response combined to create an unprecedented experience where everyone shouted for success." A representative from Atomy Brazil

올해 13개국 돌며 'Make Imperial'

박한길 회장은 올해 1월에 대만을 시작으로 4월에는 중국과 홍콩, 5월에는 몽골, 6월 튀르키예에 이어 7월에는 EU 법인의 루마니아와 스페인을 다녀왔으며 9월에는 카자흐스탄, 10월에는 미국과 브라질, 콜롬비아 등 3개국을 순방하고 11월에는 인도, 인도네시아 등 총 13개 법인 14개 국가를 둘러봤다. 그동안 박한길 회장은 도합 14회의 석세스아카데미에서 누적 2만여 명 이상의 글로벌 회원들과 직접 만나, 회원의 성공을 바라는 강한 에너지를 전달했다. 또한 서른한 번의 '줌(ZOOM) 컨퍼런스'를 통해 애터미의 미래 비전을 손에 잡힐 듯 생생하게 보여줬다.

지난 10월, 콜롬비아 법인의 석세스아카데미에는 2,000여 명의 회원들이 모여 오픈 4년 만에 첫 방문하는 박한길 회장을 열렬히 환영했다. 리세스 리네로스(Liseth Lineros) 콜롬비아 법인장은 "2,000명이 넘는 참석자들이 박한길 회장의 방문을 반겼다. 열정적인 강의와 뜨거운 호응이 하나가 되어 모두가 성공을 외치는, 전례 없는 경험을 할 수 있었다."라고 말했다. 또 브라질 법인도 "박한길 회장의 ACTS 프로젝트

also said, "Chairman Park's ACTS Project visit has greatly increased the trust and will to succeed among members," adding, "We will produce many successful people through the 'Make Imperial' campaign."
What Chairman Park emphasized through the ACTS Project this year is "Make Imperial." "Make Imperial" means making your partner an Imperial Master and becoming an Imperial Master yourself. This is the core of the ACTS project and the spirit that makes Atomy like Atomy—the practical proposition of Super-Synergy of United Heart. It is not about becoming an Imperial Master yourself, but about making your partner an Imperial Master. This is because when "Make Imperial" is implemented through Atomy's Super-Synergy of United Heart, it automatically becomes "Be Imperial."

Global Sales Increase By 10% With ACTS

In his own poem called "Instrumental Flight," Chairman Han-Gill Park wrote, "Experienced pilots can fly comfortably in fog—in situations where visible flight is impossible—just by looking at the numbers on the instrument panel." The current economic situation is "zero visibility" worldwide. Nevertheless, the driving force behind Atomy's growth is its members. The instrument panel that Atomy members should look at is none other than their own passion, dreams, and vision. Chairman Park emphasized, "The vision of 'Make Imperial' will make you an Imperial Master," and he says to proclaim, "I will make you an Imperial Master and I will become an Imperial Master."

방문으로 회원들의 신뢰와 성공하고자 하는 의지가 한층 높아졌다."라며 "'Make Imperial' 캠페인을 통해 수많은 성공자들을 배출시킬 것"이라고 말했다.
박한길 회장이 올 한 해 ACTS 프로젝트를 통해 강조한 것은 'Make Imperial'이라는 말이다. 'Make Imperial', 파트너를 임페리얼마스터로 만들고 자신도 임페리얼마스터가 되라는 의미다. 바로 ACTS 프로젝트의 핵심이자 애터미를 애터미답게 하는 정신 - 제심합력의 실천적 명제다. 자신이 임페리얼마스터가 되는 것이 아니라 파트너를 임페리얼마스터로 만드는 것이다. 애터미의 제심합력에 의해서 'Make Imperial'이 실행되면 자동적으로 'Be Imperial'이 되기 때문이다.

ACTS와 함께 해외 법인 매출 10% 성장

박한길 회장은 자작시 '계기비행'에서 "경험 많은 비행사는 안개 속에서/시계비행이 불가능한 상황에서/계기판의 수치만 보고도 비행을 편안히 할 수 있지요."라고 했다. 현재의 경제 상황은 전 세계적으로 '시계 제로'다. 그럼에도 성장하는 애터미의 원동력은 회원이다. 애터미 회원들이 보아야 할 계기판은 다름 아닌 자신의 열정과 꿈 그리고 비전이다. 박한길 회장은 "'Make Imperial'의 비전이 여러분을 임페리얼마스터로 만들어 줄 것"이라며 "'내가 너를 임페리얼마스터로 만들어 주고 나도 임페리얼마스터가 되겠다'고 선언"하라고 강조했다.

Colombia Success Academy, October
10월 콜롬비아 석세스아카데미



Master."
The ACTS Project, which has been ongoing since 2022, is becoming more established as a growth system for global Atomy as time goes by. In particular, leader members are actively participating in the ACTS Project led by Chairman Park, becoming an example of Super-Synergy of United Heart." A total of 51 leader members, including 9 Imperial Masters, generously shared their own business know-how and skills for the success of partner members at 128 different ACTS-related seminars including 121 Success Academies and 7 One-Day Seminars.
The efforts of the leader members have led to the growth of global branches. As of November, the total sales of overseas branches amounted to \1.11 trillion KRW, an increase of more than 10% compared to the same period last year. Compared to the fact that so-called global direct selling companies have been falling behind until the third quarter of this year, the significance of Atomy's growth is clear.
The ACTS Project is to maximize the capabilities of Atomy members while minimizing the influence of external conditions such as economic conditions and business trends. The ACTS project manager said, "The ACTS project is a project in which all members and employees of Global Atomy join hands and run together toward their dreams and visions," and "With Chairman Han-Gill Park as the center, we are creating a sustainable Atomy through the Super-Synergy of United Heart of members and employees."

지난 2022년부터 이어진 ACTS 프로젝트는 시간이 흐를수록 글로벌 애터미의 성장시스템으로 확고히 자리 잡아 나가고 있다. 특히 박한길 회장의 솔선수범하는 ACTS 프로젝트에 리더 회원들도 적극 동참하며 스스로 제심합력의 모범이 되고 있다. 9명의 임페리얼마스터를 포함해 총 51명의 리더 회원들이 121회의 석세스아카데미와 7회의 원데이 세미나 등 모두 128회의 ACTS 지원 세미나에서, 파트너 회원들의 성공을 위하여 자신만의 비즈니스 노하우와 스킬을 아낌없이 공유했다.
리더 회원들의 노고는 그대로 해외 법인들의 성장으로 이어졌다. 11월까지 해외 법인의 총매출액은 1조 1,100억여 원으로 전년 같은 기간에 비해 10% 이상 늘어났다. 내로라하는 글로벌 직접판매 기업들이 올 3분기까지 뒷걸음질 일색이라는 점과 비교하면 애터미의 성장이 의미하는 바는 확실하다.
ACTS 프로젝트가 애터미 회원의 역량을 최대한 이끌어 내면서 경기 흐름이나 경제 상황 등 외부 여건의 영향을 최소화한다는 것이다. ACTS 프로젝트 담당자는 "ACTS 프로젝트는 글로벌 애터미의 모든 회원과 임직원이 손을 맞잡고 꿈과 비전을 향해 함께 달려가는 프로젝트"라며 "박한길 회장을 구심점으로 회원과 임직원의 제심합력으로 지속 가능한 애터미를 만들어 가는 것"이라고 말했다.

Kazakhstan Success Academy, September
9월 카자흐스탄 석세스아카데미



Brazil Success Academy, October
10월 브라질 석세스아카데미

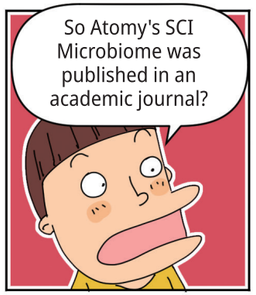


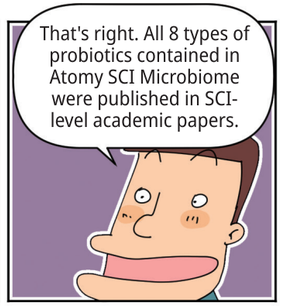
SCI Microbiome

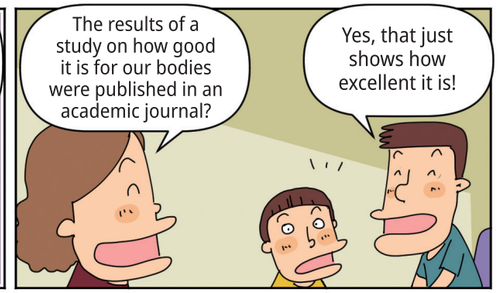


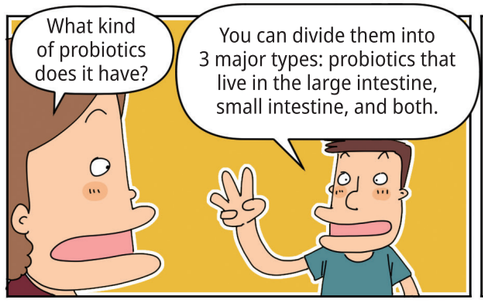
SCI 마이크로바이옴

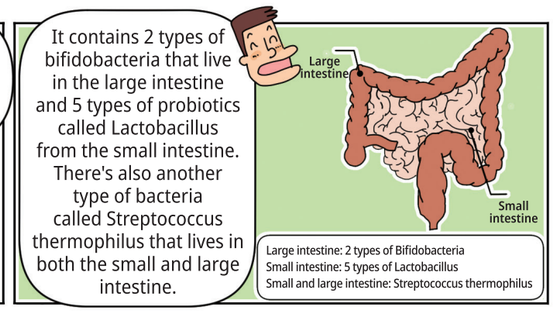


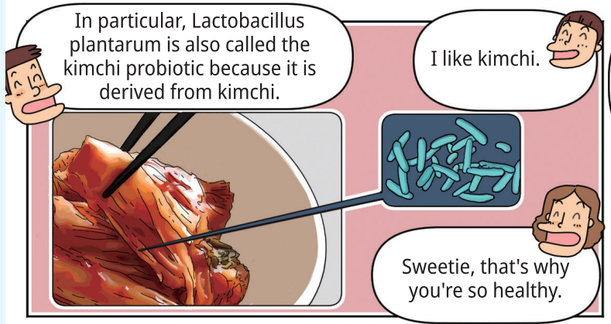

So Atomy's SCI Microbiome was published in an academic journal?

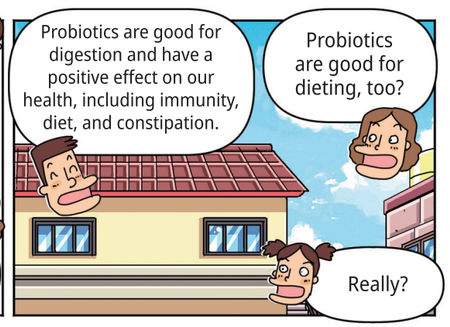

That's right. All 8 types of probiotics contained in Atomy SCI Microbiome were published in SCI-level academic papers.

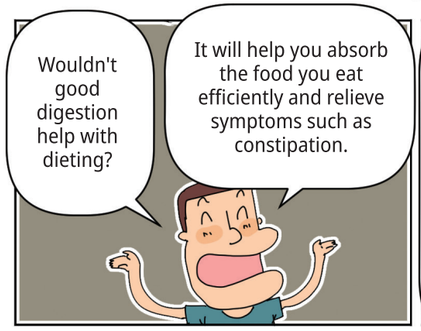

The results of a study on how good it is for our bodies were published in an academic journal?
Yes, that just shows how excellent it is!

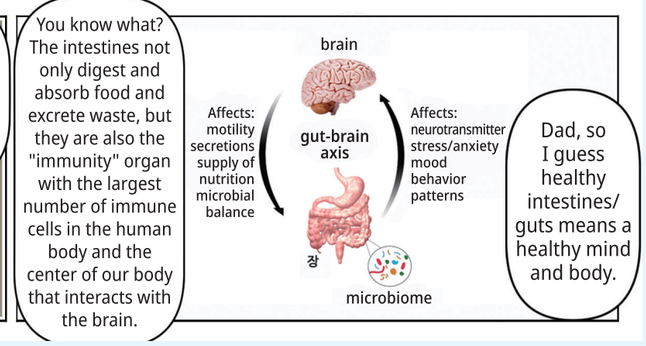

What kind of probiotics does it have?
You can divide them into 3 major types: probiotics that live in the large intestine, small intestine, and both.


It contains 2 types of bifidobacteria that live in the large intestine and 5 types of probiotics called Lactobacillus from the small intestine. There's also another type of bacteria called Streptococcus thermophilus that lives in both the small and large intestine.
Large intestine
Small intestine
Large intestine: 2 types of Bifidobacteria
Small intestine: 5 types of Lactobacillus
Small and large intestine: Streptococcus thermophilus


In particular, Lactobacillus plantarum is also called the kimchi probiotic because it is derived from kimchi.
I like kimchi.
Sweetie, that's why you're so healthy.

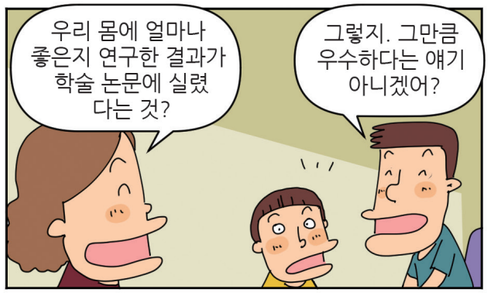

Probiotics are good for digestion and have a positive effect on our health, including immunity, diet, and constipation.
Probiotics are good for dieting, too?
Really?


Wouldn't good digestion help with dieting?
It will help you absorb the food you eat efficiently and relieve symptoms such as constipation.

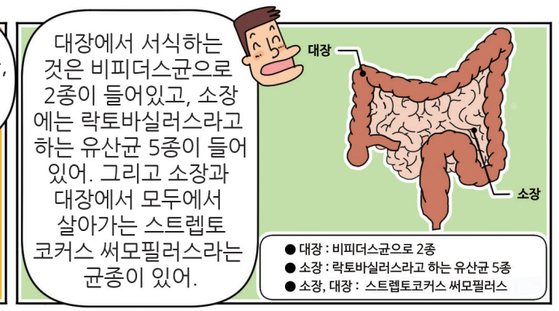

You know what? The intestines not only digest and absorb food and excrete waste, but they are also the "immunity" organ with the largest number of immune cells in the human body and the center of our body that interacts with the brain.
brain
Affects: motility secretions supply of nutrition microbial balance
gut-brain axis
Affects: neurotransmitter stress/anxiety mood behavior patterns
장
microbiome
Dad, so I guess healthy intestines/guts means a healthy mind and body.

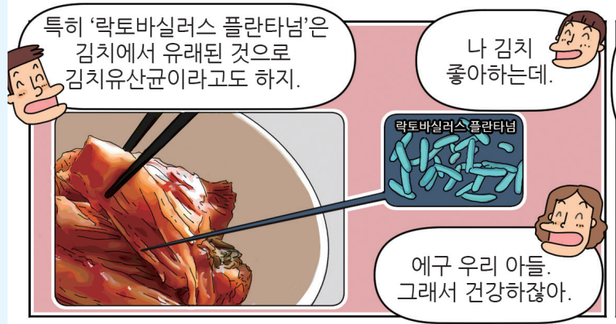

그럼 애터미 SCI 마이크로바이옴이 학술지에 나온 거야?

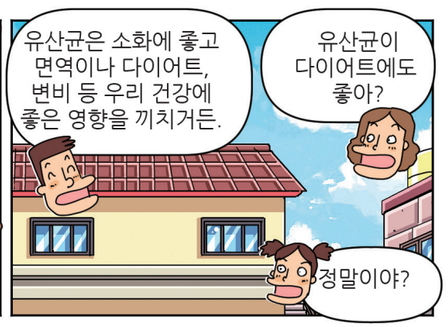

그렇지. 애터미 SCI 마이크로바이옴에 들어간 유산균 8종 모두 SCI급 학술논문에 게재된 거야.


우리 몸에 얼마나 좋은지 연구한 결과가 학술 논문에 실렸다는 것?
그렇지. 그만큼 우수하다는 얘기 아니겠어?

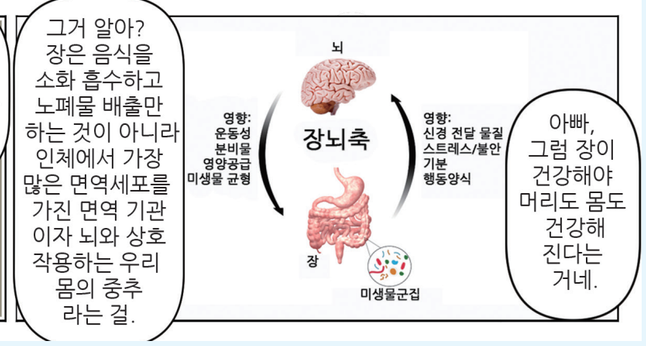

어떤 유산균이 들어 있는데?
크게 나눠서 대장에 서식하는 유산균이랑 소장에 있는 유산균, 그리고 양쪽 다에서 사는 유산균 등 3종인데.

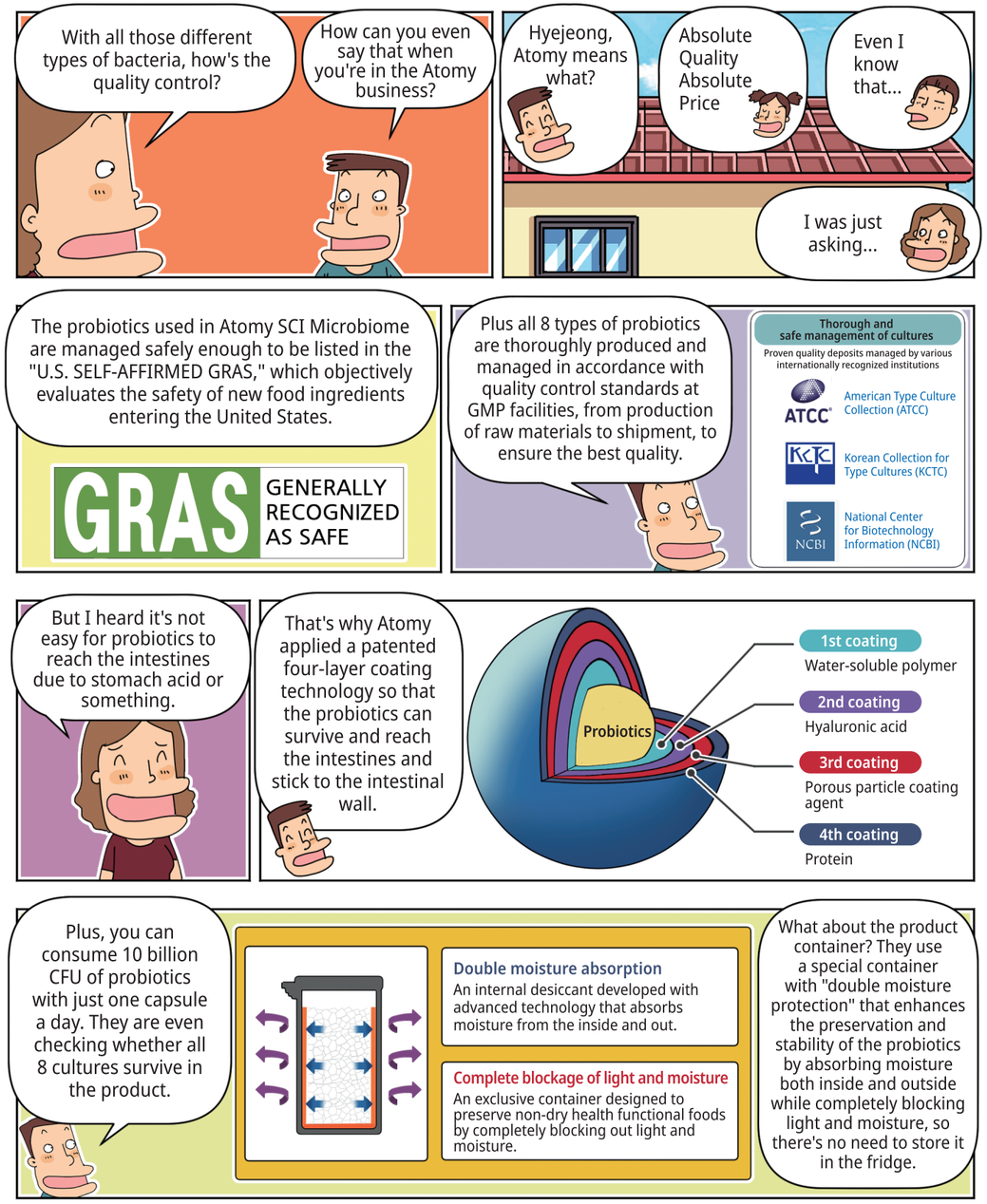

대장에서 서식하는 것은 비피더스균으로 2종이 들어있고, 소장에는 락토바실러스라고 하는 유산균 5종이 들어 있어. 그리고 소장과 대장에서 모두에서 살아가는 스트렙토코커스 써모필러스라는 균종이 있어.
대장
소장
● 대장 : 비피더스균으로 2종
● 소장 : 락토바실러스라고 하는 유산균 5종
● 소장, 대장 : 스트렙토코커스 써모필러스

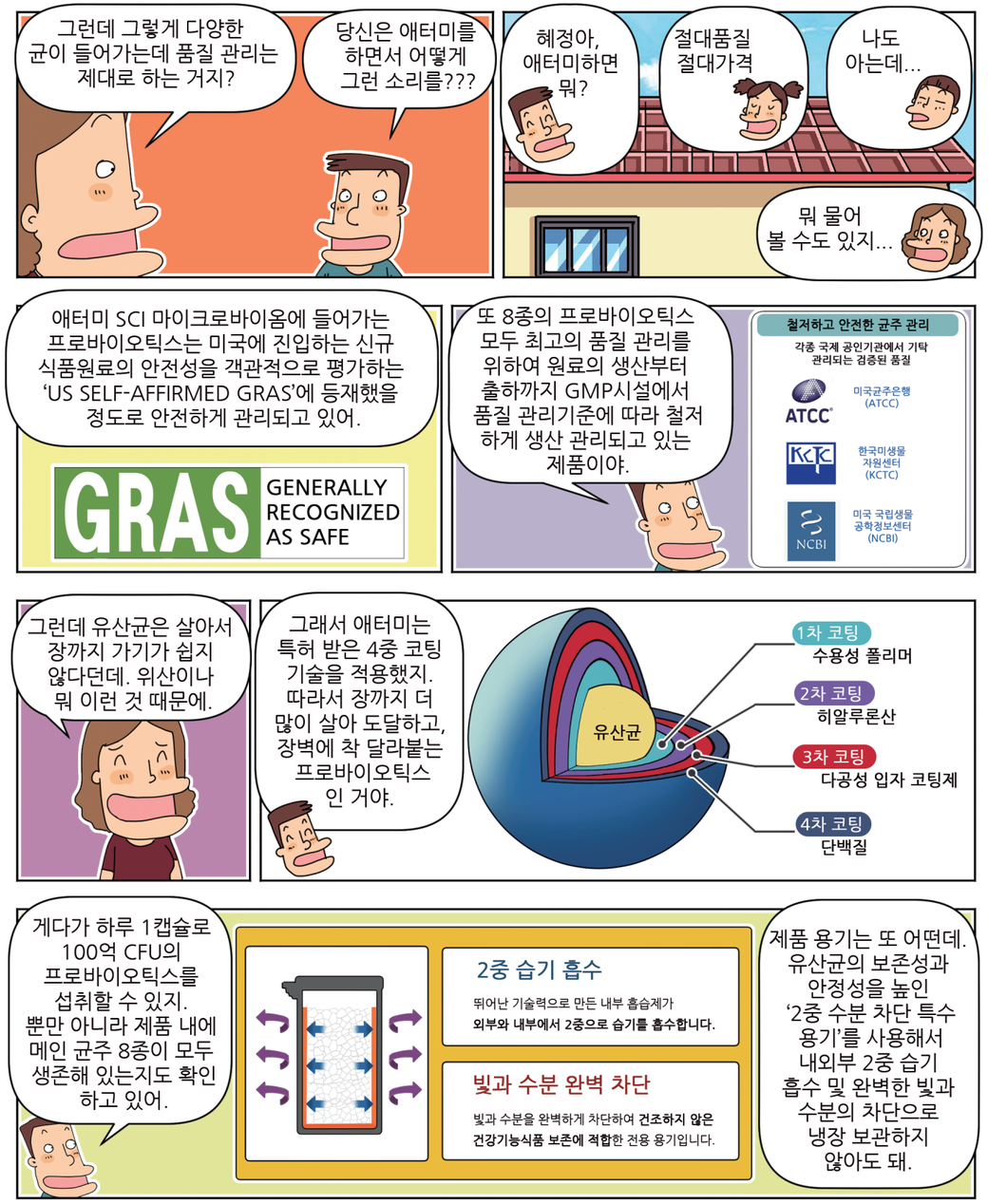

특히 '락토바실러스 플란타넘'은 김치에서 유래된 것으로 김치유산균이라고도 하지.
나 김치 좋아하는데.
락토바실러스 플란타넘
에구 우리 아들. 그래서 건강하잖아.


유산균은 소화에 좋고 면역이나 다이어트, 변비 등 우리 건강에 좋은 영향을 끼치거든.
유산균이 다이어트에도 좋아?
정말이야?


소화가 잘 되면 다이어트에도 도움이 되지 않을까?
섭취한 음식을 효율적으로 흡수하고 변비 등의 증상 완화에도 도움이 될 테니.


그거 알아? 장은 음식을 소화 흡수하고 노폐물 배출만 하는 것이 아니라 인체에서 가장 많은 면역세포를 가진 면역 기관이자 뇌와 상호 작용하는 우리 몸의 중추라는 걸.
뇌
영향: 운동성 분비물 영양공급 미생물 균형
장뇌축
영향: 신경 전달 물질 스트레스/불안 기분 행동양식
장
미생물군집
아빠, 그럼 장이 건강해야 머리도 몸도 건강해진다는 거네.

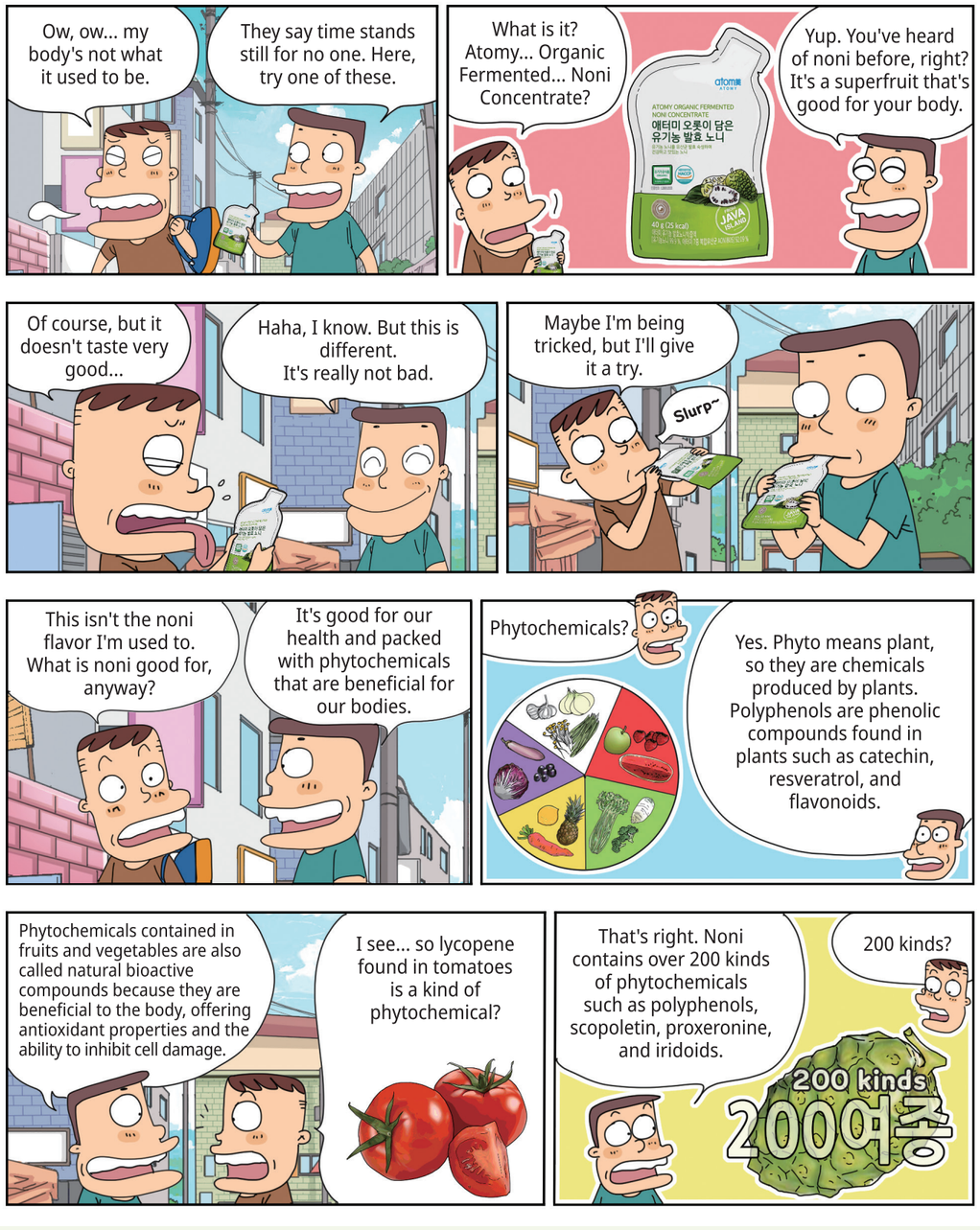

With all those different types of bacteria, how's the quality control?
How can you even say that when you're in the Atomy business?
Hyejeong, Atomy means what?
Absolute Quality Absolute Price
Even I know that...
I was just asking...
The probiotics used in Atomy SCI Microbiome are managed safely enough to be listed in the "U.S. SELF-AFFIRMED GRAS," which objectively evaluates the safety of new food ingredients entering the United States.
GRAS
GENERALLY RECOGNIZED AS SAFE
Plus all 8 types of probiotics are thoroughly produced and managed in accordance with quality control standards at GMP facilities, from production of raw materials to shipment, to ensure the best quality.
Thorough and safe management of cultures
Proven quality deposits managed by various internationally recognized institutions
ATCC American Type Culture Collection (ATCC)
KCTC Korean Collection for Type Cultures (KCTC)
NCBI National Center for Biotechnology Information (NCBI)
But I heard it's not easy for probiotics to reach the intestines due to stomach acid or something.
That's why Atomy applied a patented four-layer coating technology so that the probiotics can survive and reach the intestines and stick to the intestinal wall.
Probiotics
1st coating
Water-soluble polymer
2nd coating
Hyaluronic acid
3rd coating
Porous particle coating agent
4th coating
Protein
Plus, you can consume 10 billion CFU of probiotics with just one capsule a day. They are even checking whether all 8 cultures survive in the product.
Double moisture absorption
An internal desiccant developed with advanced technology that absorbs moisture from the inside and out.
Complete blockage of light and moisture
An exclusive container designed to preserve non-dry health functional foods by completely blocking out light and moisture.
What about the product container? They use a special container with "double moisture protection" that enhances the preservation and stability of the probiotics by absorbing moisture both inside and outside while completely blocking light and moisture, so there's no need to store it in the fridge.


그런데 그렇게 다양한 균이 들어가는데 품질 관리는 제대로 하는 거지?
당신은 애터미를 하면서 어떻게 그런 소리를???
혜정아, 애터미하면 뭐?
절대품질 절대가격
나도 아는데...
뭐 물어 볼 수도 있지...
애터미 SCI 마이크로바이옴에 들어가는 프로바이오틱스는 미국에 진입하는 신규 식품원료의 안전성을 객관적으로 평가하는 'US SELF-AFFIRMED GRAS'에 등재했을 정도로 안전하게 관리되고 있어.
GRAS
GENERALLY RECOGNIZED AS SAFE
또 8종의 프로바이오틱스 모두 최고의 품질 관리를 위하여 원료의 생산부터 출하까지 GMP시설에서 품질 관리기준에 따라 철저하게 생산 관리되고 있는 제품이야.
철저하고 안전한 균주 관리
각종 국제 공인기관에서 기탁 관리되는 검증된 품질
ATCC 미국균주은행 (ATCC)
KCTC 한국미생물 자원센터 (KCTC)
NCBI 미국 국립생물 공학정보센터 (NCBI)
그런데 유산균은 살아서 장까지 가기가 쉽지 않다던데. 위산이나 뭐 이런 것 때문에.
그래서 애터미는 특허 받은 4중 코팅 기술을 적용했지. 따라서 장까지 더 많이 살아 도달하고, 장벽에 착 달라붙는 프로바이오틱스인 거야.
유산균
1차 코팅
수용성 폴리머
2차 코팅
히알루론산
3차 코팅
다공성 입자 코팅제
4차 코팅
단백질
게다가 하루 1캡슐로 100억 CFU의 프로바이오틱스를 섭취할 수 있지. 뿐만 아니라 제품 내에 메인 균주 8종이 모두 생존해 있는지도 확인하고 있어.
2중 습기 흡수
뛰어난 기술력으로 만든 내부 흡습제가 외부와 내부에서 2중으로 습기를 흡수합니다.
빛과 수분 완벽 차단
빛과 수분을 완벽하게 차단하여 건조하지 않은 건강기능식품 보존에 적합한 전용 용기입니다.
제품 용기는 또 어떤데. 유산균의 보존성과 안정성을 높인 '2중 수분 차단 특수 용기'를 사용해서 내외부 2중 습기 흡수 및 완벽한 빛과 수분의 차단으로 냉장 보관하지 않아도 돼.


So dad, why is it called Microbiome if it's just probiotics?
It doesn't just contain probiotics. It also has prebiotics, postbiotics, and even yeast.
Prebiotics? Postbiotics?
Yeast? I know, you use it to make bread.
probiotics
yeast
flavor
flour
carbon dioxide
organic acid
That's my girl, knowing all about yeast. You can think of it as synonymous with fermentation along with probiotics. Doenjang (soybean paste) is also fermented with yeast.
Then probiotics make kimchi and yeast makes doenjang?
Pretty much.
Then do prebiotics make something?
Yup, probiotics.
Simply put, prebiotics are food for probiotics. You have to eat a lot to be able to work hard. Changyu, won't you faint if you're hungry? The same goes for probiotics.
prebiotics
probiotics
Then what about postbiotics?
Specifically, it's a "metabolite." It is a by-product that occurs when you eat prebiotics and gain energy. Probiotics that have reached the end of their lifespan are also beneficial to our bodies. All of those things are called postbiotics.
Wow dad, you're like a doctor. There's nothing you don't know!
Do you know how many lectures your dad gives? If you go to the center, everyone knows me.
When I grow up, I'm going to do Atomy, too.
Was there ever any doubt?
I'm going to do it, too.
Great, let's become a successful family united through Atomy.

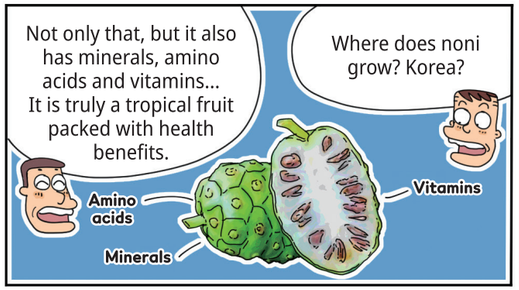

그런데 아빠? 왜 마이크로바이옴이야? 유산균이 들어 있는데?
유산균만 들어 있는 게 아니라 프리바이오틱스와 포스트바이오틱스, 효모까지 함유하고 있거든.
프리바이오틱스? 또 뭐 포스트바이오틱스?
효모? 나 알아. 빵 만들 때 들어가는 거잖아.
유산균
효모
풍미
밀가루
이산화탄소
유기산
역시 우리 딸이야. 효모도 다 알고. 유산균과 함께 발효의 대명사라고 할 수 있지. 된장도 효모로 발효시키거든.
그럼 김치는 유산균이 만들고 된장은 효모가 만드는 거야?
그런 셈이지.
프리바이오틱스도 뭘 만드는 거야?
음... 프로바이오틱스를 만들지.
프리바이오틱스는 쉽게 말해서 프로바이오틱스의 먹이야. 먹이를 많이 먹어야 힘내서 일을 할 수 있지. 찬규도 배고프면 쓰러지지? 프로바이오틱스도 마찬가지야
프리 바이오틱스
프로 바이오틱스
그럼 포스트바이오틱스는?
정확하게 얘기하면 '대사산물' 이라는 것이야. 프리바이오틱스를 먹고 에너지를 얻으면서 발생되는 부산물인데. 수명이 다한 프로바이오틱스도 우리 몸에 이롭거든. 그런걸 다 포스트바이오틱스라고 해.
와 아빠 박사네. 모르는 게 없어.
아빠가 이래 봬도 강의를 얼마나 많이 하는지 아니? 센터에 가면 아빠 모르는 사람들이 없어.
나도 크면 애터미 할 거야.
그럼 안 하려고 했어?
나도 할 건데.
그래. 우리 모두 애터미로 대동단결 하는 성공 패밀리가 되는 거야.

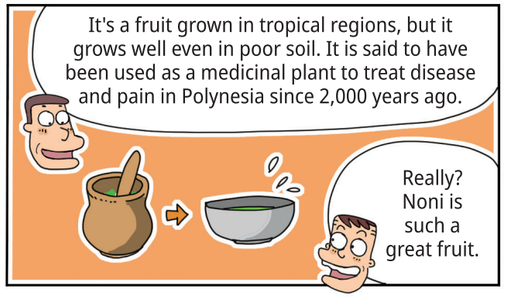
Atomy Organic Fermented Noni Concentrate

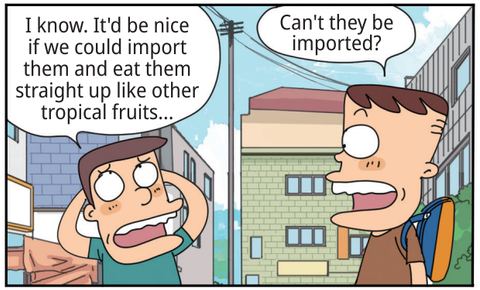


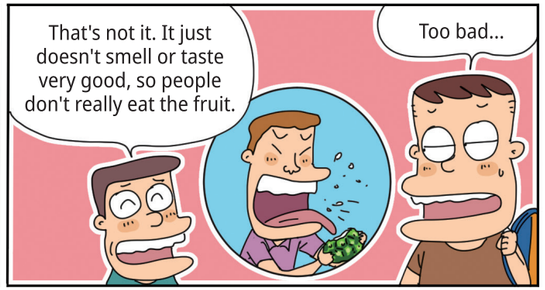
애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니



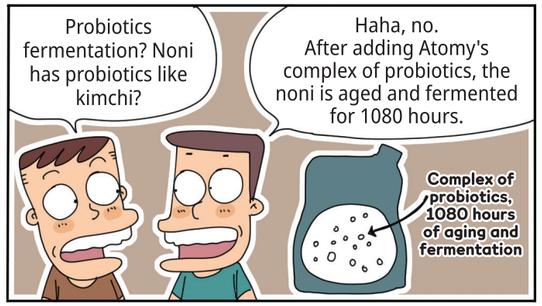

Not only that, but it also has minerals, amino acids and vitamins... It is truly a tropical fruit packed with health benefits.
Where does noni grow? Korea?
Amino acids
Minerals
Vitamins

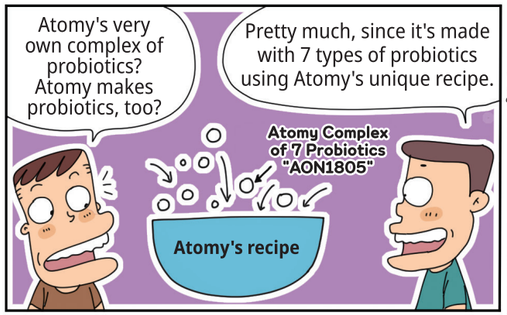

It's a fruit grown in tropical regions, but it grows well even in poor soil. It is said to have been used as a medicinal plant to treat disease and pain in Polynesia since 2,000 years ago.
Really? Noni is such a great fruit.

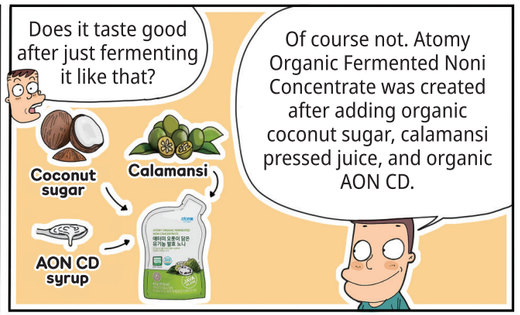

I know. It'd be nice if we could import them and eat them straight up like other tropical fruits...
Can't they be imported?

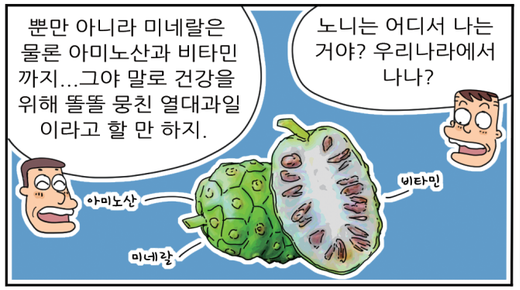

That's not it. It just doesn't smell or taste very good, so people don't really eat the fruit.
Too bad...


But the noni I just tried, was it juice? It tasted okay...
Yup, Atomy took care of the taste and smell by fermenting it with lactic acid bacteria, or probiotics, and adding other ingredients.
Probiotics + other ingredients
Taste
Smell


Probiotics fermentation? Noni has probiotics like kimchi?
Haha, no. After adding Atomy's complex of probiotics, the noni is aged and fermented for 1080 hours.
Complex of probiotics, 1080 hours of aging and fermentation


Atomy's very own complex of probiotics? Atomy makes probiotics, too?
Pretty much, since it's made with 7 types of probiotics using Atomy's unique recipe.
Atomy Complex of 7 Probiotics "AON1805"
Atomy's recipe


Does it taste good after just fermenting it like that?
Of course not. Atomy Organic Fermented Noni Concentrate was created after adding organic coconut sugar, calamansi pressed juice, and organic AON CD.
Coconut sugar
Calamansi
AON CD syrup


뿐만 아니라 미네랄은 물론 아미노산과 비타민까지...그야 말로 건강을 위해 똘똘 뭉친 열대과일이라고 할 만 하지.
노니는 어디서 나는 거야? 우리나라에서 나나?
아미노산
미네랄
비타민

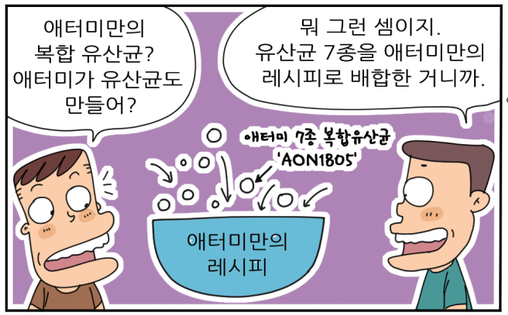

열대지방에서 나는 과일인데 척박한 땅에서도 잘 자란다더구만. 약 2,000여 년 전부터 폴리네시아 지역에서 질병과 통증을 치료하는 약용식물로 사용했대.
그래? 노니가 엄청 좋은 과일이구만.


맞아. 다른 열대과일처럼 수입해서 바로 먹을 수 있으면 좋으련만...
수입이 안돼?

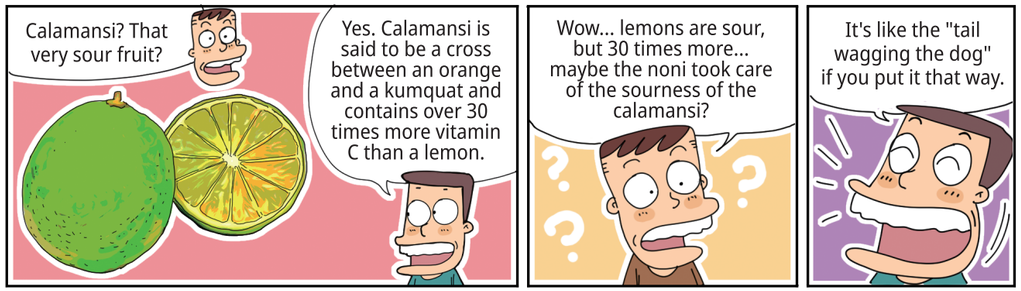

그게 아니라 냄새나 맛이 많이 안 좋아. 그래서 과일을 직접 먹는 경우는 거의 없지.
안타깝구만...


그런데 아까 먹은 노니는 주스가? 맛이 괜찮던데...
응. 애터미에서 유산균 발효와 부원료로 맛과 향을 잡은 제품이야.
발효 유산균+ 부원료
맛
향

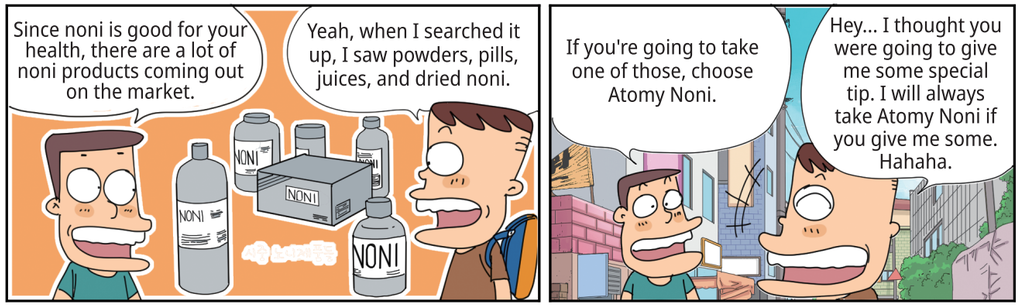

유산균 발효? 노니에도 김치처럼 유산균이 있어?
하하하. 그게 아니라 애터미만의 복합유산균을 넣어서 1080시간 숙성 및 발효를 거친거야.
복합유산균 1080시간 숙성, 발효

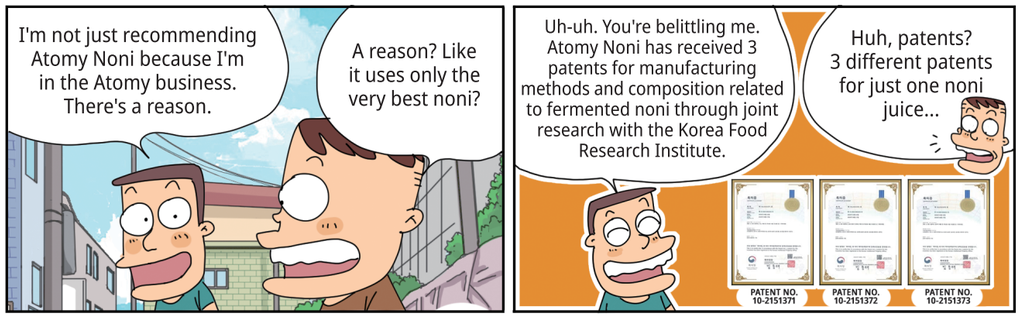

애터미만의 복합 유산균? 애터미가 유산균도 만들어?
뭐 그런 셈이지. 유산균 7종을 애터미만의 레시피로 배합한 거니까.
애터미 7종 복합유산균 'AON1805'
애터미만의 레시피


그렇게 발효한 것만으로 맛이 좋아지나?
당연 아니지. 여기에 '유기농 코코넛 슈가'랑 '깔라만시 착즙액', '유기농 AON 씨디'를 넣어서 '애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니'가 탄생한 것이야.
코코넛 슈가
깔라만시
AON씨디 시럽


Calamansi? That very sour fruit?
Yes. Calamansi is said to be a cross between an orange and a kumquat and contains over 30 times more vitamin C than a lemon.
Wow... lemons are sour, but 30 times more... maybe the noni took care of the sourness of the calamansi?
It's like the "tail wagging the dog" if you put it that way.

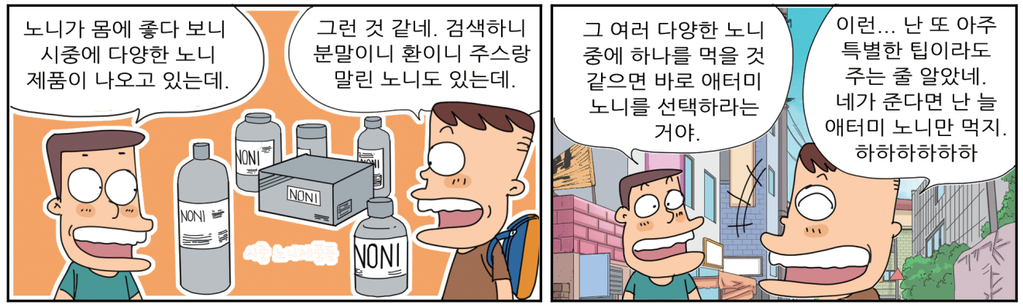

Atomy Organic Fermented Noni Concentrate was made only after mixing calamansi and coconut sugar and aging it for another 15 days.
애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니
Coconut sugar
Calamansi
Let me give you a tip.
A tip? What?


Since noni is good for your health, there are a lot of noni products coming out on the market.
Yeah, when I searched it up, I saw powders, pills, juices, and dried noni.
NONI
If you're going to take one of those, choose Atomy Noni.
Hey... I thought you were going to give me some special tip. I will always take Atomy Noni if you give me some. Hahaha.

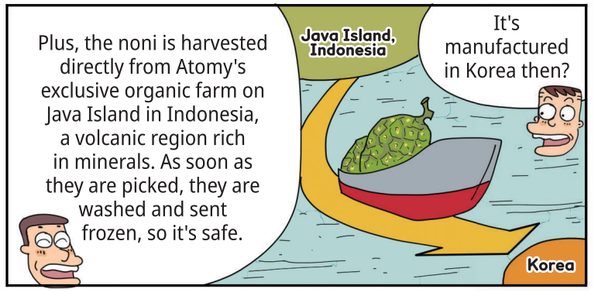

I'm not just recommending Atomy Noni because I'm in the Atomy business. There's a reason.
A reason? Like it uses only the very best noni?
Uh-uh. You're belittling me. Atomy Noni has received 3 patents for manufacturing methods and composition related to fermented noni through joint research with the Korea Food Research Institute.
Huh, patents? 3 different patents for just one noni juice...
PATENT NO. 10-2151371
PATENT NO. 10-2151372
PATENT NO. 10-2151373

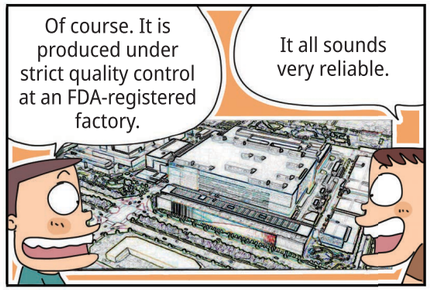

깔라만시? 그 아주 신 과일?
응. 깔라만시는 오렌지와 금귤의 교배종 이라는데 레몬의 30배가 넘는 비타민C를 함유하고 있대.
아하... 레몬도 신데 그 30배라니...어쩌면 노니가 깔라만시의 신맛을 잡은 거 아닐까?
그렇게 말하면 바로 주객전도가 되는 거지. 하하하하

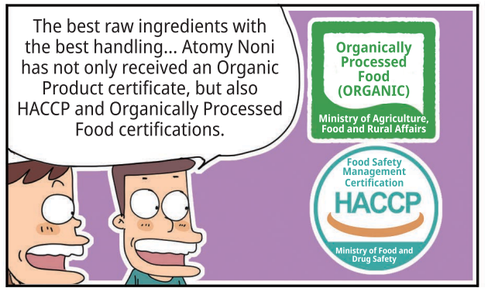

그 깔라만시랑 코코넛 슈가랑 섞어서 또 15일간 숙성을 시킨 다음에야 비로소 애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니가 탄생하는 거야.
애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니
코코넛슈가
깔라만시
아...내가 팁 하나 주지.
팁? 뭔데


노니가 몸에 좋다 보니 시중에 다양한 노니 제품이 나오고 있는데.
그런 것 같네. 검색하니 분말이니 환이니 주스랑 말린 노니도 있는데.
NONI
그 여러 다양한 노니 중에 하나를 먹을 것 같으면 바로 애터미 노니를 선택하라는 거야.
이런... 난 또 아주 특별한 팁이라도 주는 줄 알았네. 네가 준다면 난 늘 애터미 노니만 먹지. 하하하하하하

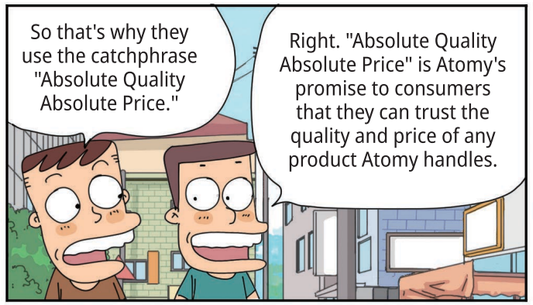

내가 애터미 사업한다고 애터미 노니를 추천하는 거 아냐. 그럴만한 근거가 다 있거든.
근거? 뭔데. 제일 좋은 노니만 선별해서 만들었다든가 뭐 그런거.
쯧쯧쯧... 나를 아주 물로 보는구만. 애터미노니는 한국식품연구원과의 공동 연구를 통해 발효노니 관련 제조방법 및 조성물 특허를 3건이나 받았거든.
엥? 특허? 아니 노니 주스 하나에 뭔 특허를 세 개씩이나...
특허 제 10-2151371호
특허 제 10-2151372호
특허 제 10-2151373호


Plus, the noni is harvested directly from Atomy's exclusive organic farm on Java Island in Indonesia, a volcanic region rich in minerals. As soon as they are picked, they are washed and sent frozen, so it's safe.
Java Island, Indonesia
It's manufactured in Korea then?
Korea

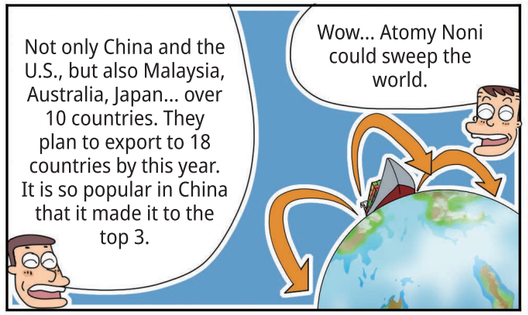

Of course. It is produced under strict quality control at an FDA-registered factory.
It all sounds very reliable.

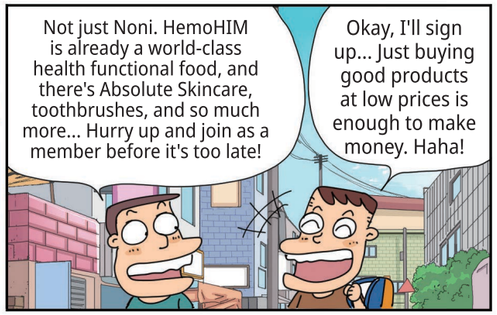

The best raw ingredients with the best handling... Atomy Noni has not only received an Organic Product certificate, but also HACCP and Organically Processed Food certifications.
Organically Processed Food (ORGANIC)
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
Food Safety Management Certification
HACCP
Ministry of Food and Drug Safety


It's definitely not your ordinary drink.
Duh, are you just realizing that now? None of Atomy products come out easily. They are only released after thorough quality inspection and cost reduction.

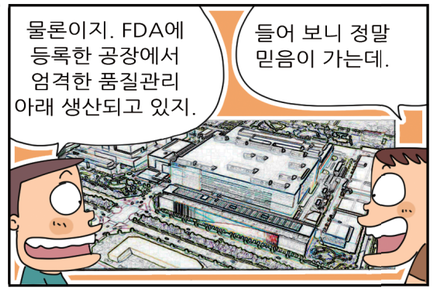

So that's why they use the catchphrase "Absolute Quality Absolute Price."
Right. "Absolute Quality Absolute Price" is Atomy's promise to consumers that they can trust the quality and price of any product Atomy handles.


So Atomy Noni is getting really popular overseas, too.
Oh, this Noni is being exported? To where?


Not only China and the U.S., but also Malaysia, Australia, Japan... over 10 countries. They plan to export to 18 countries by this year. It is so popular in China that it made it to the top 3.
Wow... Atomy Noni could sweep the world.


Not just Noni. HemoHIM is already a world-class health functional food, and there's Absolute Skincare, toothbrushes, and so much more... Hurry up and join as a member before it's too late!
Okay, I'll sign up... Just buying good products at low prices is enough to make money. Haha!


게다가 노니는 미네랄이 풍부한 청정 화산토 지역인 인도네시아 자바섬에 있는 애터미 전용 유기농 농장에서 직접 채취한대. 따자마자 바로 세척해서 냉동상태로 들어오기 때문에 안전하지.
인도네시아 자바섬
그럼 제조는 한국에서 하는 거야?
한국


물론이지. FDA에 등록한 공장에서 엄격한 품질관리 아래 생산되고 있지.
들어 보니 정말 믿음이 가는데.


최고의 원재료를 최고의 정성으로...애터미 노니는 유기농산물 인증은 물론 해썹(HACCP)과 유기가공 식품 인증까지도 받았어.
유기가공식품 (ORGANIC)
농림축산식품부
식품안전관리인증 HACCP
식품의약품안전처


흔한 음료라고 만만히 볼 게 아니네.
아니 이 사람아. 그걸 이제야 아는감? 애터미 제품은 뭐 하나 손쉽게 출시되는 게 없어요. 철저하게 품질 검사하고 원가 절감하고 나서야 출시되지.

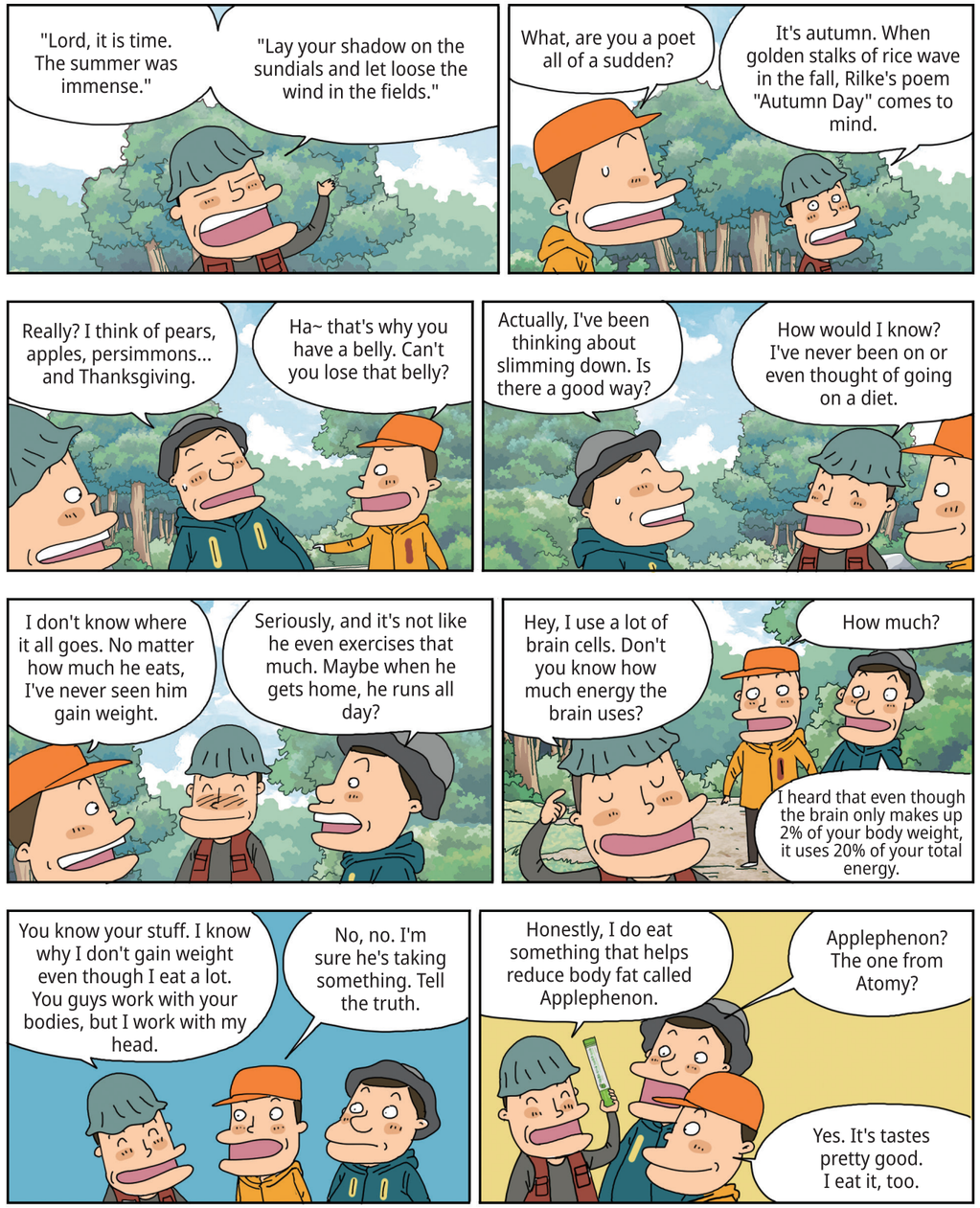

그래서 절대품질 절대가격이라는 말을 캐치프레이즈로 사용 하는구먼.
그렇지. 절대품질 절대가격이라는 말은 어떤 제품이든 애터미가 취급하는 제품이라면 품질과 가격에서 믿어도 된다는 소비자에 대한 애터미의 약속이야.


그러다보니 해외에서도 애터미 노니 인기가 상한가를 치고 있지.
아, 이 노니가 해외로 수출된다고? 어디에?


중국과 미국은 물론 말레이시아, 호주, 일본 등등 10여 개 나라가 넘어. 올해까지 18개 국가에 수출할 계획이라고. 중국에서는 워낙 인기가 좋아 TOP3에 들어갈 정도라고.
와우...잘하면 애터미 노니가 세계를 석권하겠는데.


어디 노니뿐이겠어? 헤모힘은 이미 세계적인 건강기능식품이고 앱솔루트 화장품이나 칫솔 등등등... 많지. 너도 더 늦기 전에 빨랑 회원 가입 하라고.
그래. 가입할게... 좋은 제품 싸게 사는 것만으로도 남는 장살테니 말야. 하하하

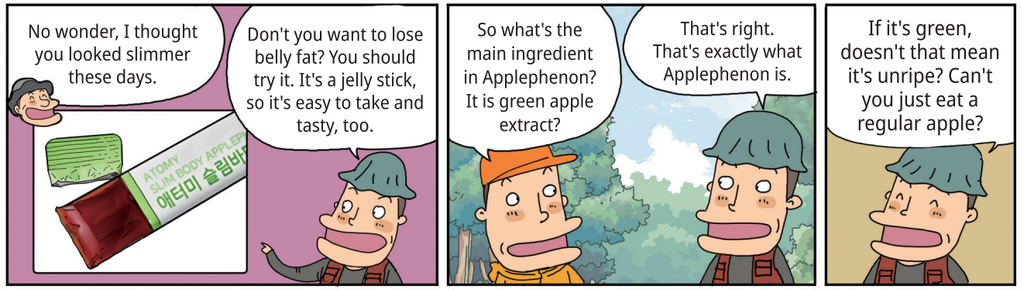
Atomy Slim Body Applephenon



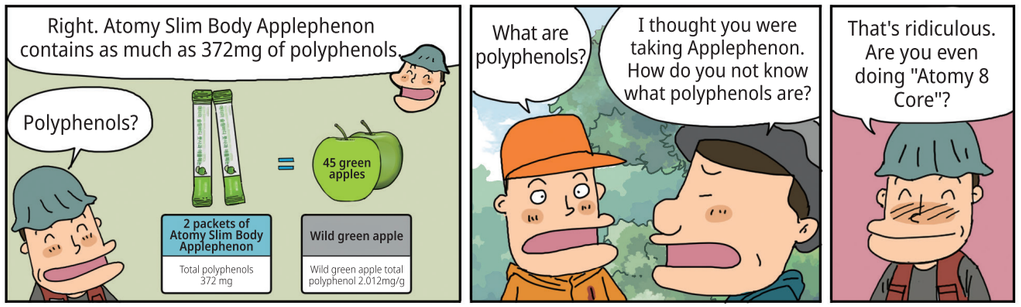
CARTOON Jae-Ho Heo, Cartoonist

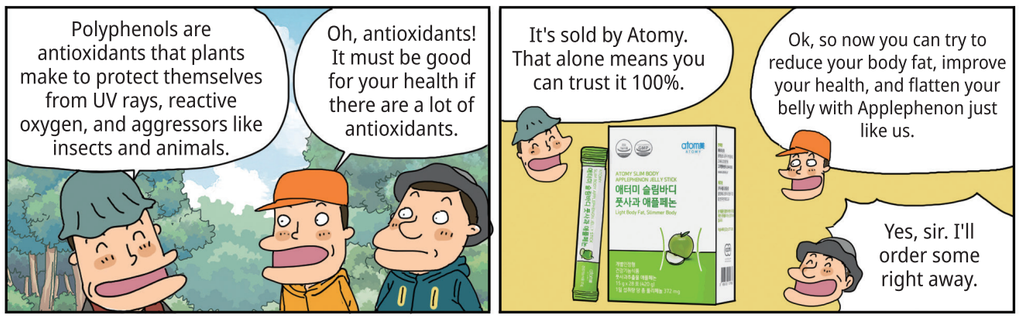
애터미 슬림바디 풋사과 애플페논



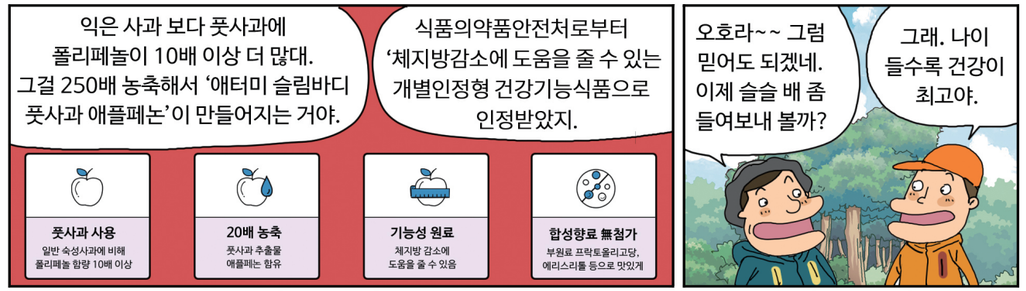

No wonder, I thought you looked slimmer these days.
Don't you want to lose belly fat? You should try it. It's a jelly stick, so it's easy to take and tasty, too.
ATOMY SLIM BODY APPLEPHENON
애터미 슬림바디 풋사과 애플페논
So what's the main ingredient in Applephenon? It is green apple extract?
That's right. That's exactly what Applephenon is.
If it's green, doesn't that mean it's unripe? Can't you just eat a regular apple?


Unripe green apples have over 10X more polyphenols than ripe apples. It's been concentrated 250 times to make Atomy's Slim Body Applephenon.
It's been acknowledged by the Ministry of Food and Drug Safety as an "individually recognized health functional food that can help reduce body fat."
Green apples used
More than 10 times more polyphenols than regular ripe apples
Concentrated 20 times
Green apple extract containing Applephenon
Functional raw ingredients
Can help reduce body fat
Free of synthetic flavors
Tasty with added ingredients such as fructooligosaccharide and erythritol
Alright, so I can trust it! Should I start working on my belly now?
Yes, health comes first as we get older.


Right. Atomy Slim Body Applephenon contains as much as 372mg of polyphenols.
Polyphenols?
45 green apples
2 packets of Atomy Slim Body Applephenon
Total polyphenols 372 mg
Wild green apple
Wild green apple total polyphenol 2.012mg/g
What are polyphenols?
I thought you were taking Applephenon. How do you not know what polyphenols are?
That's ridiculous. Are you even doing "Atomy 8 Core"?


Polyphenols are antioxidants that plants make to protect themselves from UV rays, reactive oxygen, and aggressors like insects and animals.
Oh, antioxidants! It must be good for your health if there are a lot of antioxidants.
It's sold by Atomy. That alone means you can trust it 100%.
Ok, so now you can try to reduce your body fat, improve your health, and flatten your belly with Applephenon just like us.
Yes, sir. I'll order some right away.

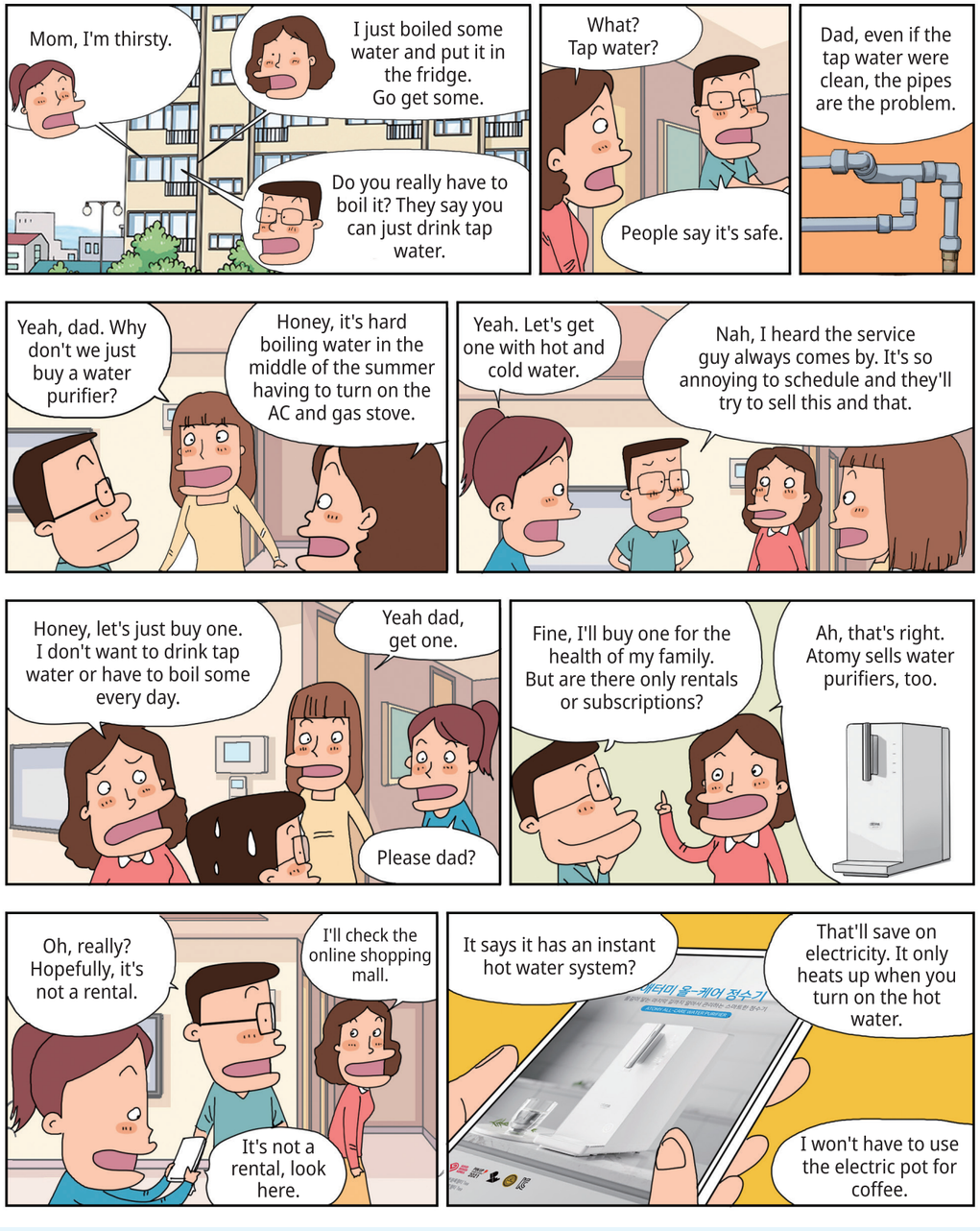

어쩐지, 너 요즘 슬림해졌다 싶긴 했어.
너 배집어 넣는다며? 한 번 먹어봐. 젤리형이라 먹기도 편하고, 일단 맛있거든.
ATOMY SLIM BODY APPLEPHENON
애터미 슬림바디 풋사과 애플페논
근데 애플 페논의 주성분은 뭐야? 풋사과 추출물인가?
그렇지. 그게 바로 애플페논이니까.
풋사과라면 덜 익은 사과 아냐? 그냥 사과 먹으면 안 되나?


익은 사과 보다 풋사과에 폴리페놀이 10배 이상 더 많대. 그걸 250배 농축해서 '애터미 슬림바디 풋사과 애플페논'이 만들어지는 거야.
식품의약품안전처로부터 '체지방감소에 도움을 줄 수 있는 개별인정형 건강기능식품으로 인정받았지.
풋사과 사용
일반 숙성사과에 비해 폴리페놀 함량 10배 이상
20배 농축
풋사과 추출물 애플페논 함유
기능성 원료
체지방 감소에 도움을 줄 수 있음
합성향료 無첨가
부원료 프락토올리고당, 에리스리톨 등으로 맛있게
오호라~~ 그럼 믿어도 되겠네. 이제 슬슬 배 좀 들여보내 볼까?
그래. 나이 들수록 건강이 최고야.


맞아. '애터미 슬림바디 풋사과 애플페논'에는 폴리페놀이 372mg나 들어있어.
폴리페놀이?
풋사과 45개
애터미 슬림바디 풋사과 애플페논 2포
총 폴리페놀 372mg
야생 풋사과
야생 풋사과 총 폴리페놀 2.012mg/g 기준
폴리페놀이 뭔데?
너 풋사과 애플페논 먹고 있다며. 그런데 폴리페놀을 몰라?
이거 영 허당 이구만. 8코어를 하긴 하는 거야?


폴리페놀은 식물이 자외선, 활성 산소, 포식자 등으로부터 자신을 보호하기 위해 만드는 항산화물질이야.
아하! 항산화. 항산화물질도 많이 으니 건강에 도움이 되겠네.
애터미가 파는 거잖아. 그것만으로도 100퍼 믿을 수 있잖아.
그래 이제 너도 우리처럼 애플페논으로 체지방은 줄이고 건강은 키우고 배는 들여 보내도록 해.
넵. 바로 주문 하겠습니닷.

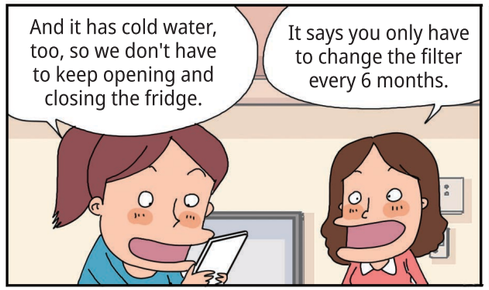
Atomy All-Care Water Purifier

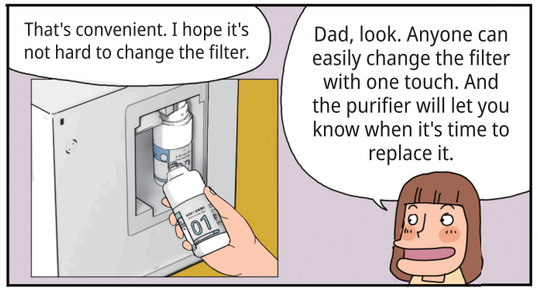


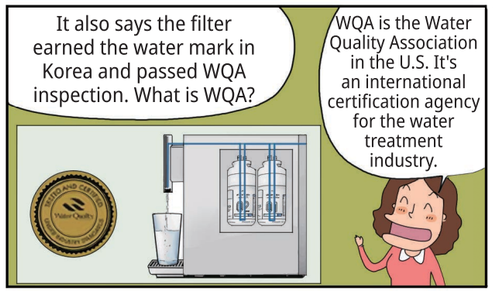
애터미 올-케어 정수기

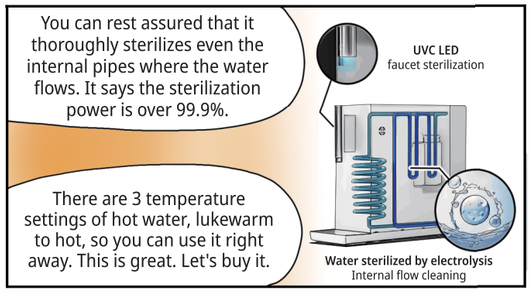


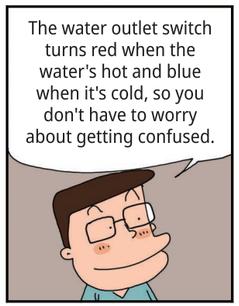
Jae-Ho Heo, Cartoonist

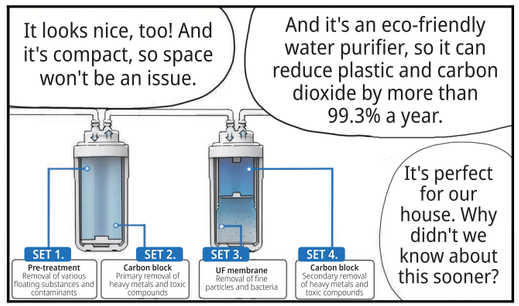




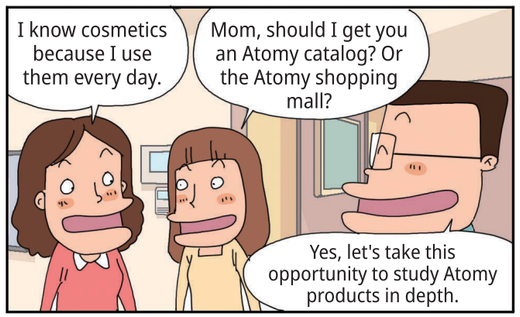


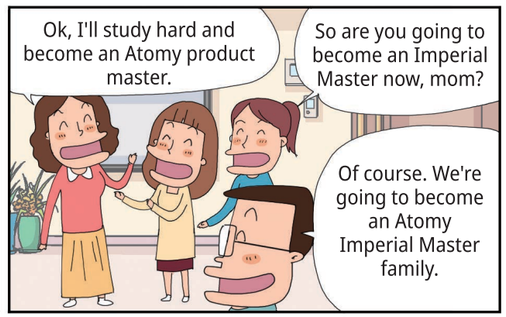




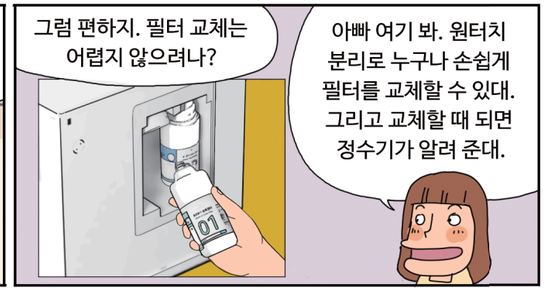


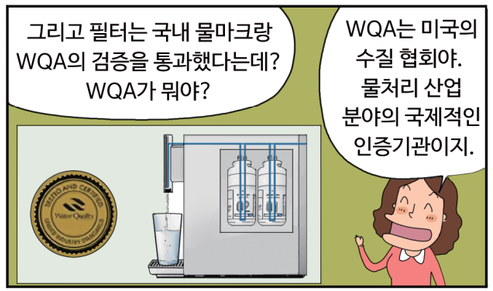


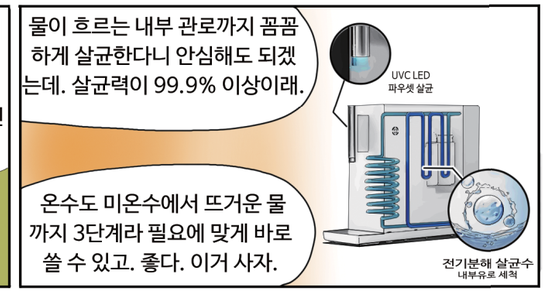




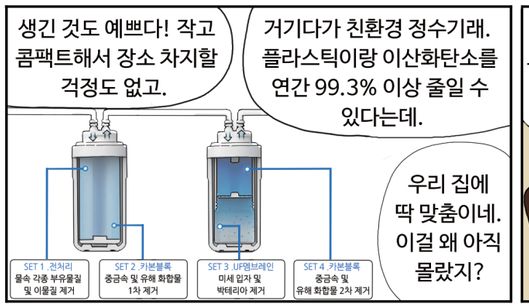




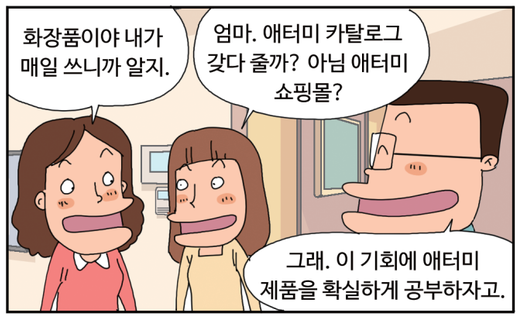


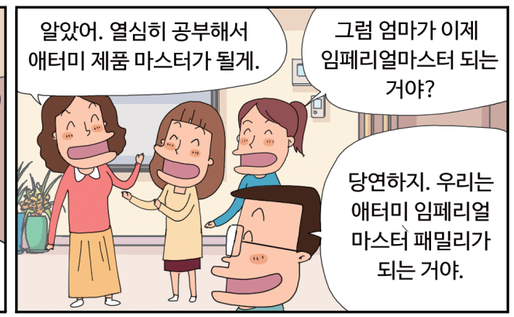




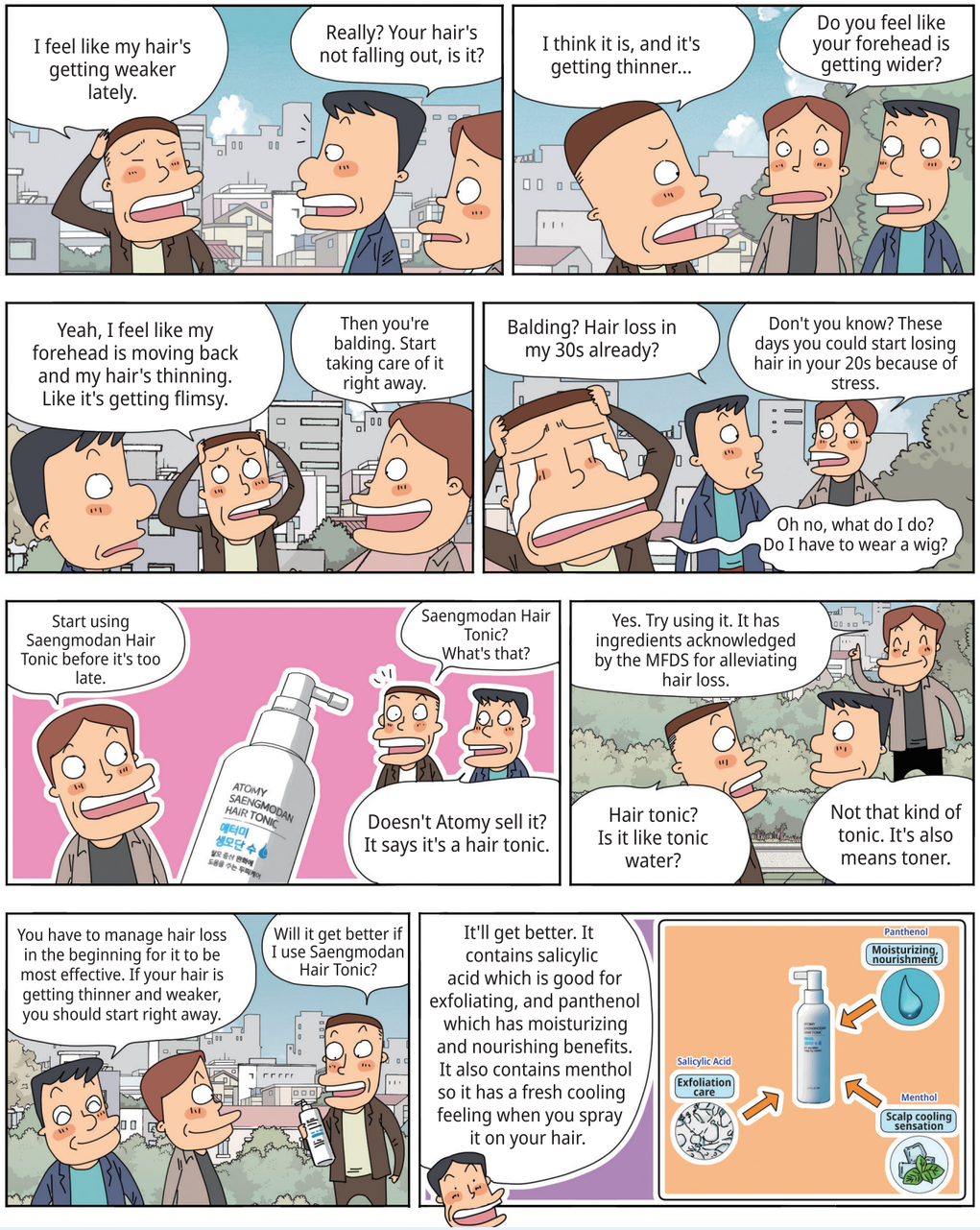




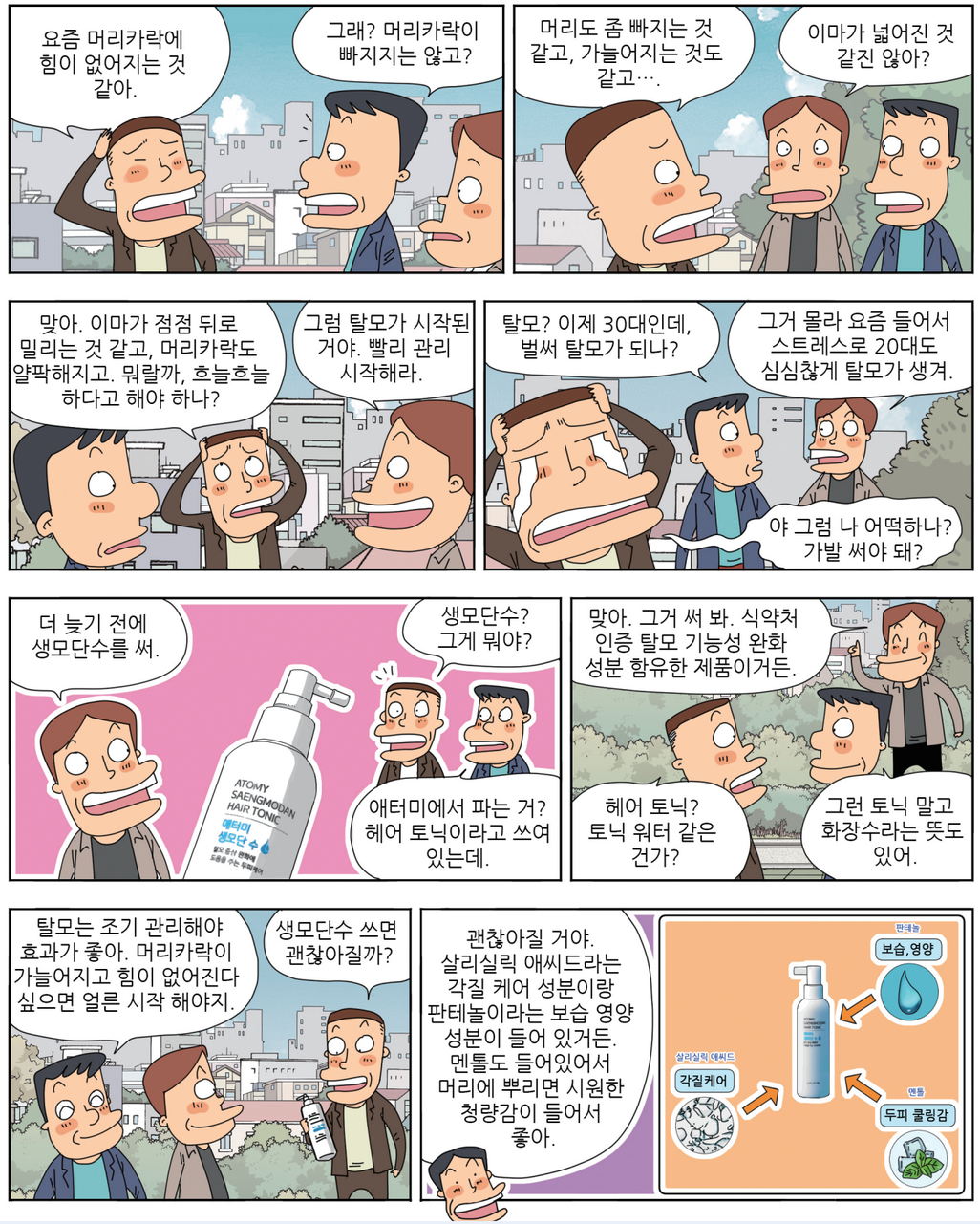




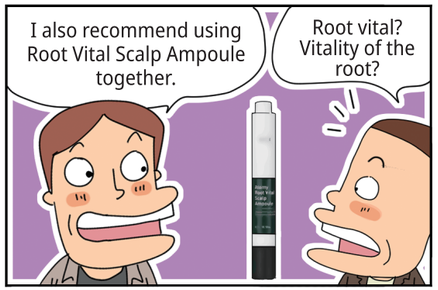
Atomy Saengmodan Hair Tonic



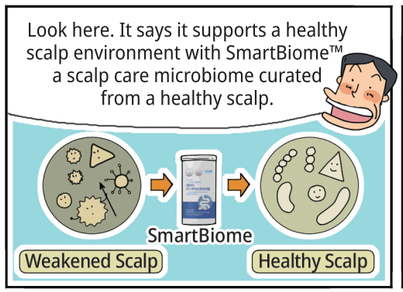
애터미 생모단수



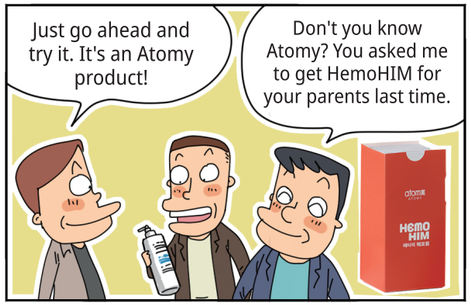
Jae-Ho Heo, Cartoonist

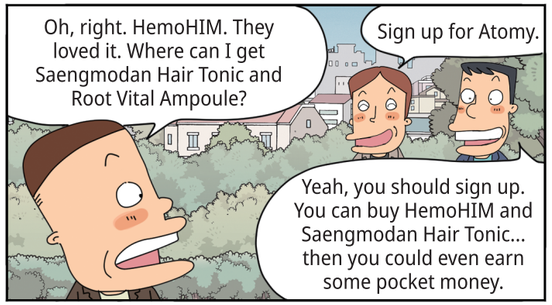


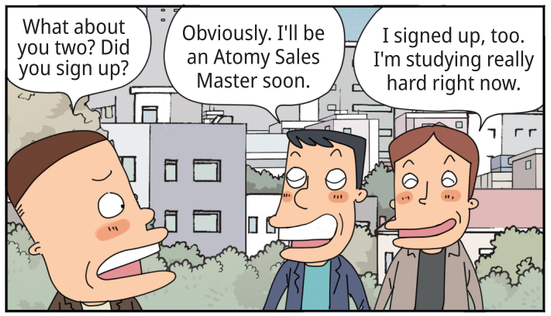


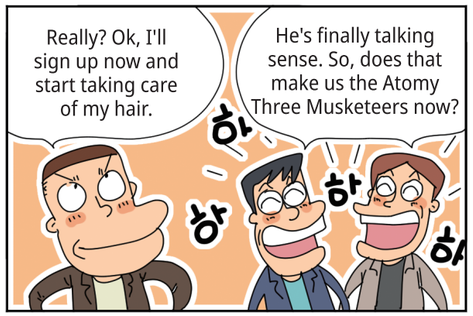












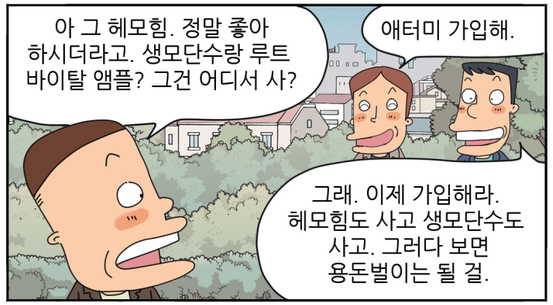








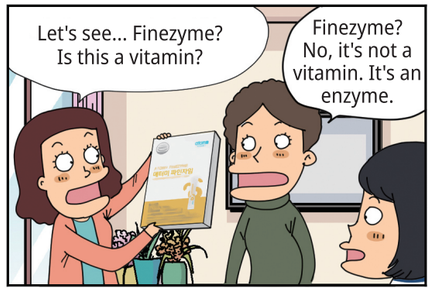




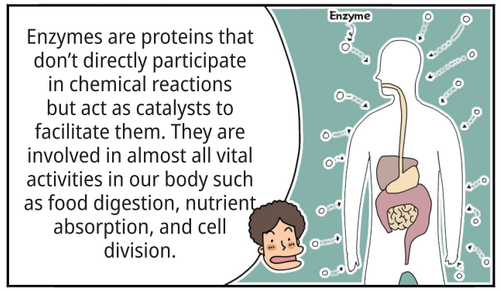


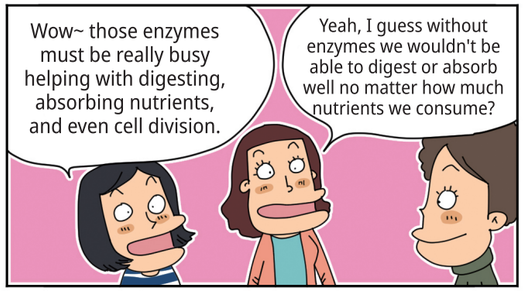


Atomy Finezyme

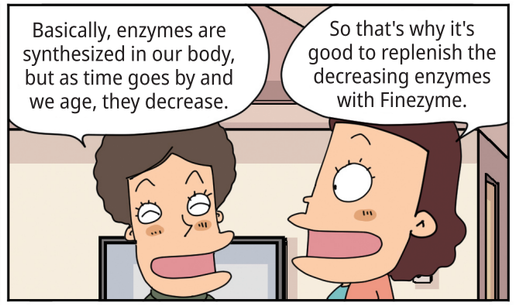


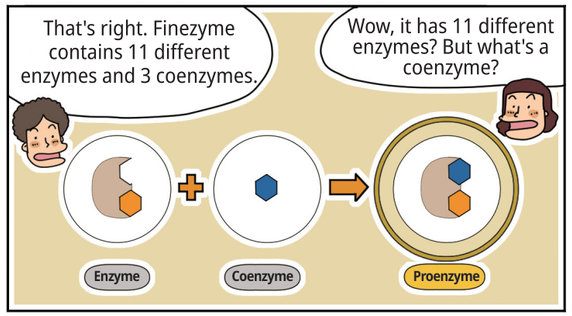


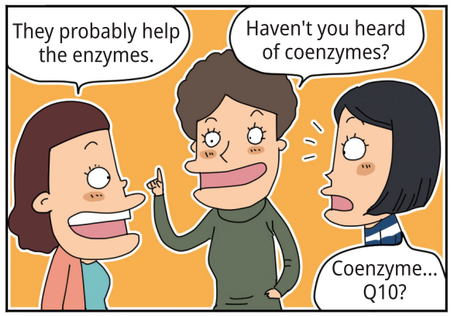








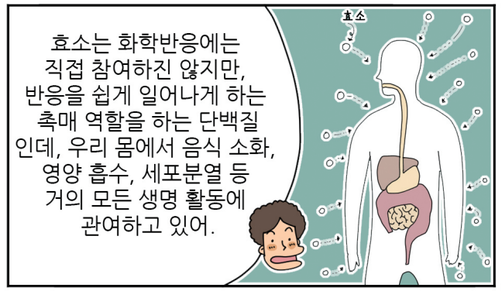




애터미 파인자임



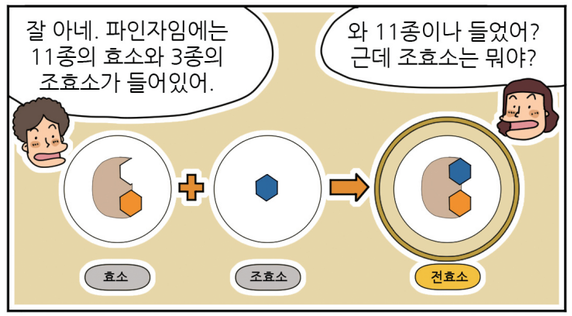






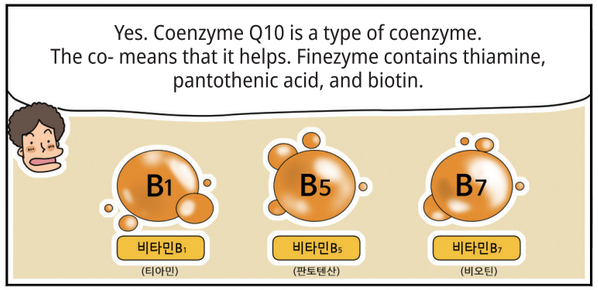


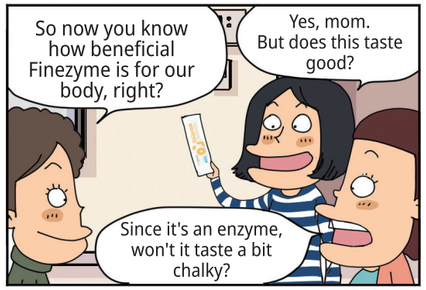


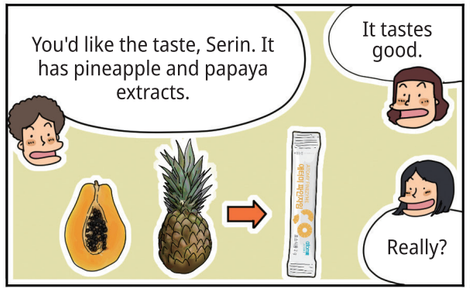


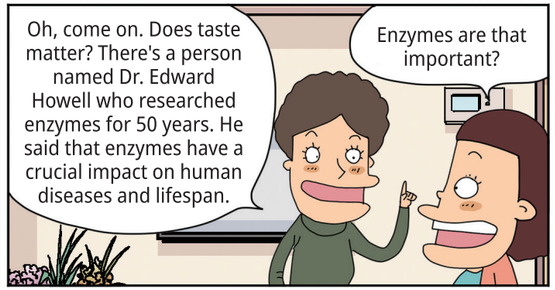


Jae-Ho Heo, Cartoonist

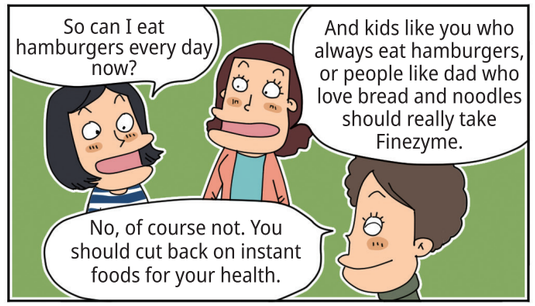


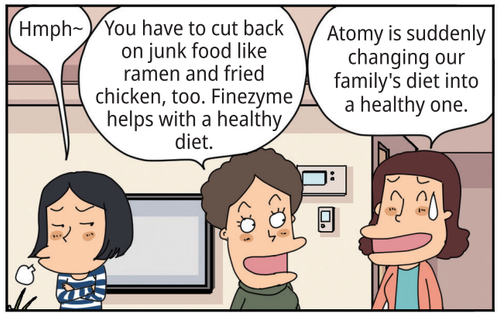


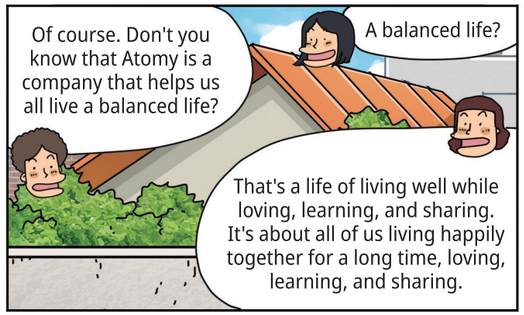


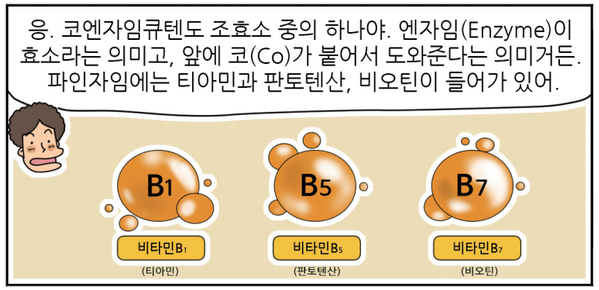














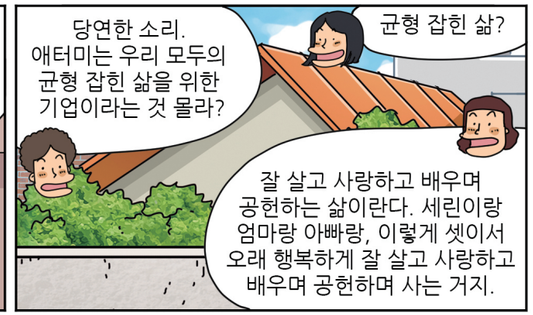












ONLINE & OFFLINE TOOLS

global.atomy.com

Atomy's Official website



ch.atomy.com

Channel Atomy with content including videos, product information, and news reports



mt.atomy.com

General information, trends, news, and more related to Atomy products.



shop.atomy.com

Atomy Korea's Shopping Mall website



global.atomy.kr

Atomy Global Mall(At.G Mall) website
Meet Absolute Atomy products from all over the world.



Atomy Ticket

Global seminar schedules and notification services

for iOS

for Android

Publications

Company profile, magazines, catalogs



Social Media

Atomy Korea channels. Find links to regional office's social media pages at atomy.com under Atomy HUB.

YouTube

Facebook

Instagram

GLOBAL ATOMY

REGIONAL OFFICES

www.atomy.com

KOREA shop.atomy.com
TEL 1544-8580
FAX 02-888-4802
E-MAIL atomy_kr@atomypark.com

USA us.atomy.com
TEL +1-253-946-2344
E-MAIL atomy_usa@atomypark.com

CANADA ca.atomy.com
TEL +1-604-559-5063
E-MAIL atomy_ca@atomypark.com

JAPAN jp.atomy.com
TEL +81-3-6705-8640
E-MAIL atomy_jp@atomypark.com

TAIWAN tw.atomy.com
TEL +886-800-586-685
E-MAIL atomy_tw@atomypark.com

SINGAPORE sg.atomy.com
TEL +65-6797-9570
E-MAIL atomy_sg@atomypark.com

CAMBODIA www.atomy.com/kh
TEL +57-1-489-7928
E-MAIL atomy_kh@atomypark.com

PHILIPPINES www.atomy.com/ph
TEL +63-2-8776-8177
E-MAIL atomy_ph@atomypark.com

MALAYSIA my.atomy.com
TEL +60-3-2718-8989
E-MAIL atomy_my@atomypark.com

MEXICO www.atomy.com/mx
TEL +52-55-5086-2855
E-MAIL atomy_mx@atomypark.com

THAILAND www.atomy.com/th
TEL +66-2-024-8926 to 28
E-MAIL atomy_th@atomypark.com

AUSTRALIA www.atomy.com/au
TEL +61-3-9133-5100
E-MAIL info_au@atomy.com

INDONESIA id.atomy.com
TEL +62-21-2278-0236
E-MAIL atomy_id@atomypark.com

RUSSIA www.atomy.ru/ru
TEL +7-495-189-74-94
E-MAIL atomy_ru@atomypark.com

CHINA www.atomychina.com.cn
TEL +86-400-107-1999
E-MAIL atomycallcenter@vip.163.com

COLOMBIA www.atomy.com/co
TEL+57-1-489-7928
EE-MAIL atomy_co@atomypark.com

HONG KONG hk.atomy.com
TEL +852-3611-7706
E-MAIL atomy_hk@atomypark.com

INDIA www.atomy.com/in
TEL +91-124-695-9000
E-MAIL atomy_in@atomypark.com

NEW ZEALAND www.atomy.com/nz
TEL +64-9-86-999-88
E-MAIL atomy_nz@atomypark.com

TURKIYE www.atomy.com/tr
TEL +90-850-290-8060
E-MAIL atomy_tk@atomypark.com

UNITED KINGDOM www.atomy.uk/uk
TEL +44-20-3878-4522
E-MAIL atomy_uk@atomypark.com

KAZAKHSTAN www.atomy.kz/kz
TEL +7-727-347-01
E-MAIL atomy_kz@atomypark.com

KYRGYZSTAN www.atomy.kg/kg
TEL +996-312-97-57-22
E-MAIL atomy_kg@atomypark.com

BRAZIL www.atomy.com/br
TEL +55-800-878-2266
E-MAIL atomyamavc@atomypark.com

MONGOLIA www.atomy.com/mn
TEL +976-7744-8580
E-MAIL atomy_mn@atomypark.com

UZBEKISTAN www.atomy.uz/uz
TEL +998 78-150-2220
E-MAIL atomy_uz@atomypark.com

EU shop.atomy.com/eu
TEL +49-6196-9233-046
E-MAIL atomy_eu@atomypark.com

atom美 ATOMY

ATOMY PROBIOTICS 10+

12 types of mixed probiotics

ATOMY PROBIOTICS 10+



건강기능식품 식품의약품안전처

우수건강기능식품제조기준 GMP 식품의약품안전처

Health functional food
2.5g × 30 sachets × 4boxes (300g)

Distributor : Atomy Co.,Ltd.
Manufacture : Kolmar BNH Co.,Ltd (Eumseong factory)

2025 Atomy Global Magazine
2148-21, Baekjemunhwa-ro, Gongju-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea
Tel +82-1544-8580 | Fax : +82-2-888-4802
Published by Atomy Co., Ltd. | Published in February 2024

2025 애터미 글로벌 매거진
충청남도 공주시 백제문화로 2148-21(웅진동)
Tel 1544-8580 | Fax : 02-888-4802
발행처 애터미(주) | 발행일 2024년 02월