ATOMY GLOBAL MAGAZINE

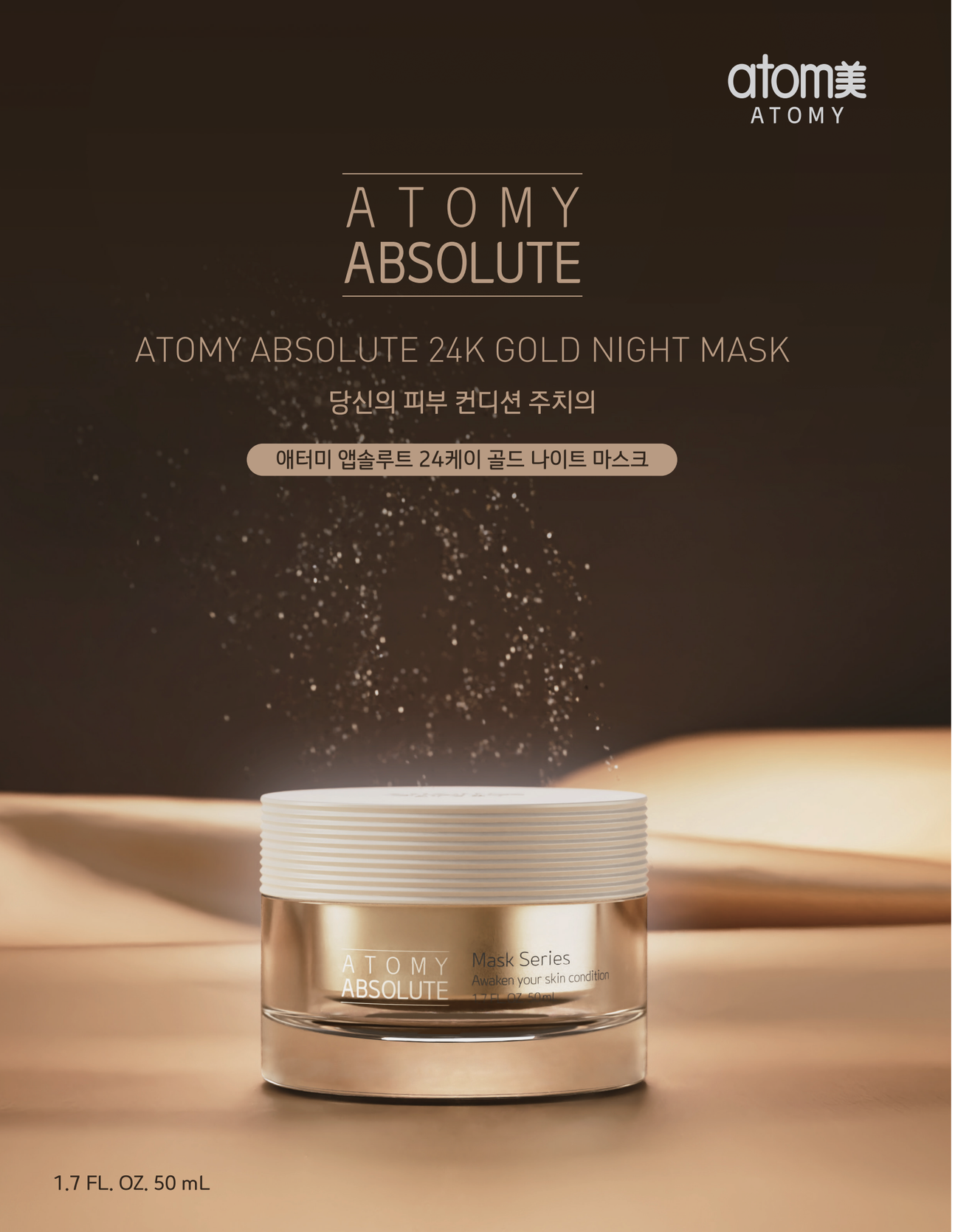
2023.02 — VOL 05



Atomy Makes the "Top 10 Global Direct Selling Companies"
애터미 '글로벌 직접판매기업 톱 10' 진입

Chairman Han-Gill Park's Trip Around the Globe
박한길 회장, 해외 순방 10만리 대장정

AESAN DSA Leaders Tour Atomy Park, Calling It a Model for Direct Selling Companies
아세안 직판협회장단, 애팍 둘러보며 '직판기업의 모범'



CONTENTS

2023 Atomy Global Magazine I 2023 애터미 글로벌 매거진

[Atomy Global Magazine] is published annually to share Atomy global news with Atomy members worldwide. Atomy Global Magazine 2023, the fifth issue of [Atomy Global Magazine], contains some featured articles and cartoons about Atomy and its global market that were published in [Atomy Magazine] in 2022.

[글로벌 애터미 매거진]은 전 세계 애터미 회원들에게 애터미 글로벌 뉴스를 제공하기 위해 매년 발행됩니다. 본 매거진에 실린 내용은 2022년 한국에서 발행된 [애터미 매거진] 중 글로벌과 관련된 특집기사와 카툰으로 구성되었습니다.

Spring I 봄호

06 Atomy Japan— Recognized for Declaration of Consumer-oriented Management
애터미 일본, 〈소비자지향경영〉 자주선언 인정받다

10 Atomy— Beginning an Incredible Journey of Nurturing Children
애터미, '기적을 맞이하게 되는 양육의 여행'을 시작하다

14 Atomy Singapore— Expanding to Encompass Middle and Upper Class
싱가포르 법인, 중상류층까지 아우르는 유통기업으로 성장한다

Summer I 여름호

24 Offline Returns 4000 Members Fill Vision Hall
오프라인의 귀환 4000여 회원들이 비전홀 가득 메우다

38 Atomy Makes the "Top 10 Global Direct Selling Companies"
애터미 '글로벌 직접판매기업 톱 10' 진입

42 Atomy Has Grown For 12 Years in a Row
애터미, 12년 연속 성장했다

Autumn I 가을호

46 Atomy Absolute CellActive Skincare Shines With King Sejong Award
세종대왕상에 빛나는 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어

56 Atomy Brazil to Target the Latin American Market
브라질법인, 중남미 시장 공략 출사표 던졌다

60 Generous Social Contributions for a Happy World for Children
'아이들이 행복한 세상을 위해' 통 큰 사회공헌

Winter I 겨울호

64 Atomy's Member No.1 Spreads Hope to Business Operators Worldwide
전 세계 애터미 사업자에게 희망 전파하는 애터미 1번

68 AESAN DSA Leaders Tour Atomy Park, Calling It a Model for Direct Selling Companies
아세안 직판협회장단, 애팍 둘러보며 '직판기업의 모범'

72 Chairman Han-Gill Park's Trip Around the Globe
박한길 회장, 해외 순방 10만리 대장정

Cartoon

80 Atomy Absolute Wins King Sejong Award
애터미 앱솔루트 세종대왕상 수상

88 Atomy Business School 애터미 비즈니스 스쿨

96 Absolute CellActive Skincare
앱솔루트 셀랙티브 스킨케어

104 Imperial Master Jung-Soo Park's Journey to Success Started From a Duck Restaurant That Failed
박정수 임페리얼마스터, 망한 오리탕집에서 시작한 성공의 여정

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

Global Atomy Magazine
Published by Atomy Co., Ltd. | Published in February 2023

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

글로벌 애터미 매거진
발행처 애터미(주) | 발행일 2023년 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 25 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. Based on such a wide variety of quality products offered at reasonable prices, Atomy's global sales reached 1.84 billion USD in 2022.

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 25개 지역에 진출하여 현재 전 세계 1500만 회원이 함께하는 글로벌 네트워크 마케팅 기업입니다.

한국원자력연구원이 개발한 화장품과 건강기능식품인 헤모힘을 주력으로 식품, 생활용품, 가전 등 우수한 제품을 합리적인 가격에 제공하고 있으며, 이를 바탕으로 2022년 글로벌 매출액 2조 2000억 원을 달성하였습니다.

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

고객 만족을 넘어 고객의 성공까지!

Customer Success

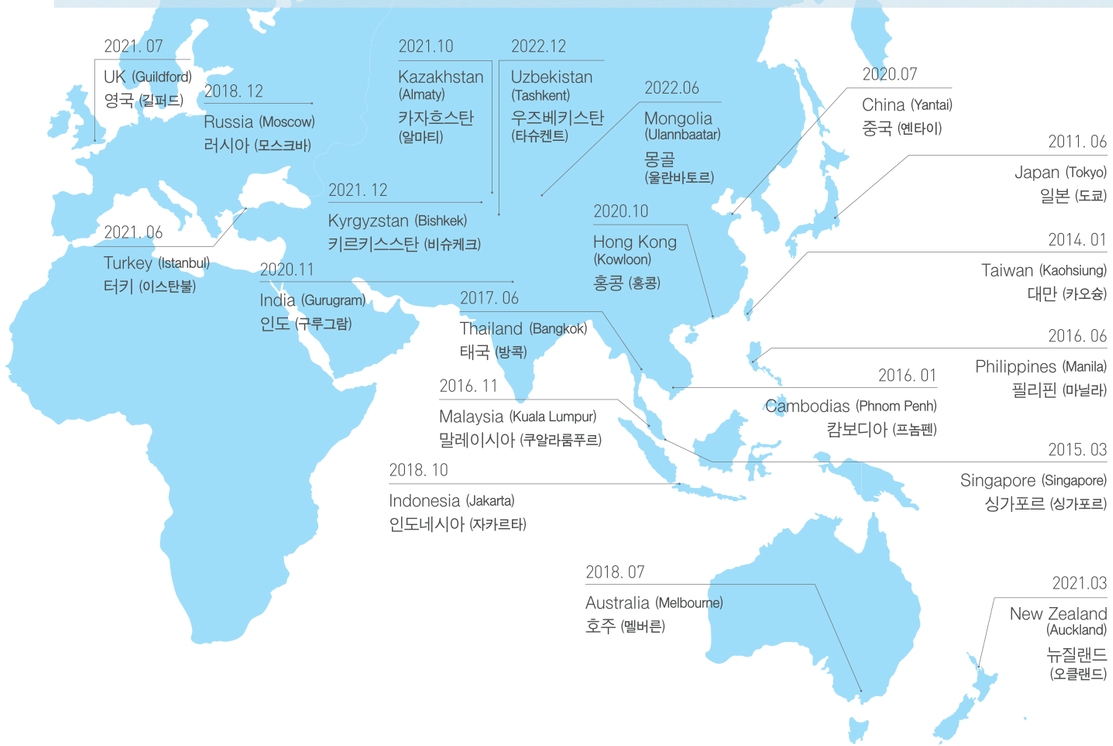
2022 Global Sales
2022 글로벌 매출액

1.84 Billion USD

Atomy Global Membership Size
애터미 전 세계 회원수

15,000,000





GLOBAL ATOMY

Since its founding in 2009, Atomy has steadily made its way into the world marketplace. It has entered 25 regions as of December 2022, and is currently preparing to launch in Germany and Bangladesh.

애터미는 2009년 설립 이후 꾸준히 세계 시장을 개척했습니다.
2022년 12월까지 25개 지역에 진출하였으며 현재 독일, 방글라데시 등 진출을 준비하고 있습니다.

2010.05~2022.12
25 Regions 법인
+ Germany
+ Bangladesh



Atomy Japan—Recognized for Declaration of Consumer-oriented Management

First in Japan's Network Marketing Industry After Korea's CCM

애터미 일본, <소비자지향경영> 자주선언 인정받다

한국 CCM에 이어 일본 네트워크마케팅 업계에서도 최초



Atomy Japan employees 일본 법인 직원들

Atomy's consumer-centered network marketing has begun to spread globally. Atomy Japan has recently announced that it has been recognized for its "voluntary declaration of consumer-oriented management" by Japan's Consumer Affairs Agency. This designation was officially publicized on the Consumer Affairs Agency website on February 22, and Atomy Japan plans to update their progress annually. Japan's consumer-oriented management aims to create value together with consumers and promote social value, which is in line with Korea's consumer-centered management (CCM).

애터미의 소비자중심 네트워크마케팅이 글로벌로 확산되기 시작했다. 최근 애터미 일본 법인은 일본 소비자청이 주관하는 소비자지향경영(消費者志向經營) 자주선언을 인정받았다고 밝혔다. 일본의 소비자지향경영은 소비자와 함께 가치를 창출하거나 사회가치를 향상시키는 경영을 일컫는 말로 우리나라의 소비자중심경영(Consumer Centerd Management)과 궤를 같이한다. 일본 법인에 따르면 지난 2월 22일, 일본 소비자청 홈페이지에 일본 법인의 소비자지향경영 자주 선언이 정식으로 공표되었으며 앞으로 매년 실시된 내용을 업데이트 할 예정이다.

First in Japan's Network Marketing Industry

Atomy Japan's "voluntary declaration of consumer-oriented management" recognition is significant in that it is the first in Japan's network marketing industry. In 2019, Atomy was the first network marketing company in Korea to receive consumer-centered management certification, and it was recertified in 2021. Jumping on this opportunity, other domestic companies have followed suit to become certified.
Similarly, Atomy Japan's declaration of consumer-oriented management will likely have a significant impact on their industry as Atomy begins to write a new history of consumer-centered management in Japan as well. Furthermore, this provides an opportunity for Atomy's consumer-centered network marketing to

일본 네트워크마케팅 업계 최초

일본 법인의 소비자지향경영 자주선언 인정은 일본 내 네트워크마케팅 업계 최초라는 점에서 그 의미가 깊다. 지난 2019년, 애터미는 국내 네트워크마케팅 업계 최초로 소비자중심경영을 인증 받은 후, 2021년 재인증을 받았다. 이를 계기로 국내 업계에서는 소비자중심경영 인증을 받고자 하는 업체가 생겨나고 있다.
이와 마찬가지로 일본 법인의 소비자지향경영 자주선언 인정은 일본 업계 내에서 상당한 영향을 불러올 것으로 짐작할 수 있다. 일본에서도 애터미가 소비자중심 네트워크마케팅의 새역사를 써 내려가기 시작한 것이다. 더 나아가 애터미의 소비자중심 네트워크마케팅이 한국과 일본을 넘어 글로벌로 퍼져나가는 계기가 된다.



Atomy Japan customer service center 일본법인 고객상담센터

Consumer-oriented management logo 소비자지향경영 로고

expand beyond Korea and Japan.
The Consumer Affairs Agency in Japan has been promoting consumer-oriented management in business since April 2016. The agency posts an introduction of companies that have declared and implemented follow-up activities on their website and awards commendations for best practices to these organizations. Specifically, key activities comprise listening to the voice of consumers, sustainable management, and strengthening the integrity of management and governance. In January 2022, there were just 273 companies that had announced voluntary declaration of consumer-oriented management on the Consumer Affairs Agency website.

3 Core Strategies: Customers First, Zero Customer Claims, Better Customer Service

Atomy Japan has established three core strategies and four policy goals to implement consumer-oriented management. The three strategies are customers first, zero customer claims, and better customer service. The four major policies for implementation include smooth communication, clear response to customers, prompt response to customers, and objective response.
Smooth communication means continuously explaining and responding to customer complaints and feedback in a clear and concise way until customers are satisfied. Clear response is making sure customers know exactly what information is needed and how to go about making a complaint or suggestion. Prompt response refers to identifying complaints and suggestions immediately and working with relevant departments to resolve issues quickly. Lastly, objective response is maintaining objectivity by making decisions through meetings with department managers and trying to avoid subjective opinion.
Through these strategies and policies, Atomy Japan intends to conduct sustainable business activities that contribute to building consumer satisfaction and trust while creating a sustainable and desirable society. A representative from the Japan branch stated, “All executives and employees share information about customer inquiries in a effort to respond promptly to any complaints.” He also said, “In particular, we are taking customer opinions seriously and cooperating more smoothly with the call center to provide consistent responses in the future.”
Japan’s Consumer Affairs Agency allows companies that have been recognized for their voluntary declaration of consumer-oriented management to display a certification mark. Corporations in Japan will be able to use this “consumer-oriented management” mark on their website, for presentations at seminars, and on business cards. This will become a premium in marketing and is expected to enhance the growth and development of Atomy Japan.
“We will continue to convey the practice of consumer-oriented management activities and establish ourselves as a consumer-oriented management company to consumers,” said Han-Bit Park, head of Atomy Japan. “Atomy always listens to its customers and puts them first with customer success as the goal.”

일본의 소비자지향경영은 지난 2016년 4월부터 시작됐으며, 일본 소비자청 경영추진 조직에서 관리하고 있다. 일본 소비자청은 자주 선언 및 후속관리 활동을 실시한 기업에 대해 도입 내용을 소비자청 웹 사이트에 게시하고 우수사례 공지와 표창을 수여하는 등 소비자지향경영 기업의 확산을 도모하고 있다. 특히 주요한 활동은 ‘소비자의 소리를 경청하고 적용하기(みんなの声を 聴き、かついかすこと)’, ‘지속가능 경영(未来・次世代のために取り組むこと), ’준법 경영 및 거버넌스 강화(法令の遵守／コーポレー トガバナンスの強化をすること) 등이 있다. 2022년 1월 말 기준 소비자청 홈페이지에 소비자지향경영 자주선언이 공표된 기업은 273개사에 불과하다.

3대 중심 전략 – 고객 최우선, 고객 클레임 제로, 고객 서비스 품질 향상

일본 법인은 소비자지향경영을 실천하기 위해 3대 핵심 전략과 4가지 정책 목표를 세웠다. 3대 전략은 ▲고객 최우선 ▲고객 클레임 제로 ▲고객 서비스의 품질 향상 등이다. 이의 실현을 위한 4대 정책은 ▲원활한 커뮤니케이션 ▲고객에 대한 명확한 대응 ▲고객에 대한 신속한 대응 ▲객관성 있는 대응이다.
원활한 커뮤니케이션은 고객의 불만 및 제안의 진행 상황에 대해 간결하고 명확한 방법으로 고객이 만족할 때까지 지속적으로 설명하고 대응한다는 의미다. 또 고객에 대한 명확한 대응은 고객 불만 및 제안에 대해 어떠한 방식으로 필요한 정보를 제공하는지 고객이 명확하게 알 수 있도록 공지하는 것을 말하며, 고객에 대한 신속한 대응은 고객의 불만 및 제안 사항을 즉시 확인하고 관련 부서와 협력하여 신속하게 진행하는 것이다. 마지막으로 객관성 있는 대응은 고객의 불만과 제안에 대응할 때, 주관적 판단이 아닌 객관성을 유지하기 위해 관련 부서 담당자, 또는 각 부서장의 회의를 통해 결정을 한다.
이러한 전략과 정책을 통해 일본 법인은 소비자 만족과 신뢰를 쌓고 지속 가능하고 바람직한 사회를 구축하는데 공헌하는, 지속가능한 비즈니스 활동을 펼쳐나가고자 하는 것이다. 일본법인 관계자는 “일본 법인은 모든 임직원이 고객의 문의 내용을 공유하고 있으며 민원 발생 시 신속한 대응을 위해 공동의 노력을 펼치고 있다.”며 “특히 콜센터와 보다 원활하게 협력하고 지속 가능한 대응을 위해 고객 의견을 진지하게 받아들이고 향후 대응에 활용”하고 있다고 밝혔다.
일본 소비자청은 소비자지향경영 자주선언을 인정받은 업체에 대해 ‘소비자지향경영 마크’를 사용하도록 허가하고 있다. 이에 따라 일본 법인은 홈페이지나 각종 세미나의 프레젠테이션, 그리고 임직원의 명함에 ‘소비자지향경영 마크’를 사용할 수 있게 된다.
이는 일본 법인의 마케팅이 적지 않은 프리미엄이 될 것으로 보여 향후 일본 법인의 성장발전에 큰 도움이 될 것으로 기대된다.
박한빛 애터미 일본법인 법인장은 “향후 소비자지향경영 활동의 실천 내용을 지속적으로 공개, 소비자에게 소비자지향경영 기업으로 자리매김해 나갈 것”이라며 “애터미는 항상 고객의 의견에 귀를 기울이며 고객을 우선하고 고객의 성공을 목표로 한다.”고 말했다.



Atomy Japan office 일본 법인 사무실



On February 18, the love of Atomy once again spread over the world as Atomy donated to support 10,000 children suffering from poverty. The sponsorship event took place at the Atomy Orot Vision Hall in the Bomul Agricultural Industrial Complex in Gongju City, South Chungcheong Province. The signing ceremony was attended by Chairman Han-Gill Park of Atomy, CEO Jung-in Suh of Compassion Korea, and Selamawit Mehari, who himself had been sponsored as a child and has since graduated college and become an adult. At the meeting, Chairman Park stated, "There are still nearly 400 million children in this world who need continuous support. I hope many more people will support them together so that no child goes to sleep clutching their empty stomachs."

애터미의 사랑이 또다시 세계를 뒤덮었다. 애터미는 지난 2월 18일, 충남 공주시의 보물농공단지에 위치한 애터미오롯비전홀에서 가난으로 고통 받고 있는 전 세계 어린이 1만 명의 정기후원 협약을 진행했다. 이날 협약식에는 박한길 애터미 회장과 서정인 한국컴패션 대표, 그리고 컴패션의 후원으로 대학을 졸업하고 어엿한 성인이 된 샬라마위트 메하리가 후원 아동 대표로 참석했다. 이 자리에서 박한길 애터미 회장은 “아직도 이 세상에는 지속적인 후원을 필요로 하는 어린아이들이 4억 명에 육박한다.”며 “더 이상은 주린 배를 움켜잡고 잠드는 아이들이 없도록 많은 분들이 함께 후원했으면 좋겠다.”고 말했다.

Atomy—Beginning an Incredible Journey of Nurturing Children

Sponsoring 10,000 Compassion Children So That No Child Goes to Sleep Hungry

애터미, ‘기적을 맞이하게 되는 양육의 여행’을 시작하다

컴패션 어린이 1만 명 후원 - 주린 배 움켜잡고 잠드는 어린이 없기를

COVID-19, the Worst Crisis for Children

The COVID-19 pandemic, which started in 2020, has become the biggest global crisis for children. According to the United Nations, the number of children living in extreme poverty has increased by more than 10 million due to COVID-19. UNICEF has declared that over 100 million children have plunged into poverty over the last two years, warning that if we do not act now, the world will face a lost decade for children, and goals for sustainable development will remain out of reach. UNICEF’s international measure for extreme poverty is set at $1.90 a day or less per person in terms of economics alone. Child poverty is generally defined as children living in

COVID-19, 어린이들에게 최악의 위기

2020년 시작된 COVID-19는 어린이들에게 최악의 위기가 됐다. 유엔(UN)에 따르면 COVID-19로 인해 극심한 빈곤에 처한 어린이가 1,000만 명 이상 증가했다. 또 유니세프(UNICEF)에 따르면 최근 2년도 채 되지 않은 기간에 1억 명 이상의 어린이가 빈곤에 빠졌다며 지금이라도 행동에 나서지 않는다면 세계는 어린이를 위한 잃어버린 10년을 맞이하게 되며 지속 가능한 개발 목표는 불가능한 꿈으로 남게 된다고 경고했다. 유니세프는 빈곤의 기준을 경제적인 부분만 봤을 때, 하루 생활비가 1.9달러(약 2,300원) 이하인 상태라고 정했다. 또한 아동 빈곤은 일반적으로 이 빈곤선 이하의 저소득 가정에 사는 아동으로 정의하고 있다.

low-income families below this poverty line.
Poverty is not just an economic problem. It affects all aspects of a child's physical, social, emotional, and spiritual growth as well as their attitudes, behaviors, beliefs, and of course, dreams. Compassion donations take into consideration the age, gender, health, culture, and family situation of the children and help care for them until they reach adulthood.
The Compassion organization helps children make it out of poverty on their own. Compassion emphasizes "nurturing" by providing systematic long-term assistance, not short-term or one-time aid, in the hopes of helping children make a difference in their families, communities, and even the world.

Annual Donation of $5 Million for 10,000 Children

Atomy's steady sponsorship of 10,000 children is a long-term agreement that amounts to almost $5 million a year (~6 billion KRW). Atomy had donated $10 million (~12 billion KRW) to Compassion in 2021, and following that, the company promised to support children with $5 million every year through Compassion. This will provide each child with about $40 per day which is the minimum amount necessary for them to grow and develop.
Selamawit Mehari, who appeared at the signing ceremony as a representative of Compassion's children, graduated from a national university in Ethiopia after being sponsored by Compassion Ethiopia from the age of five and is currently pursuing her master's degree at Seoul National University's Graduate School of Public Administration. "Thanks to Compassion, I am able to work hard and have a vision to achieve my dreams," Selamawit said at the ceremony. She emphasized, "Childhood ties go beyond just sponsorship and are the fruit of love and care for children."

Hoping Many Can Feel a Sense of Fulfillment Together

Since its founding, Atomy has spent $50 million thus far on CSR activities. The company has particularly supported activities related to children such as the

빈곤은 단지 경제적인 문제인 것만은 아니다. 빈곤은 특히 아동의 태도, 행동, 신념 및 꿈은 물론 아동의 신체적, 사회적, 정서적, 영적 성장 등 모든 부분에 영향을 미친다. 컴패션 후원은 어린이의 나이, 성별, 건강, 문화, 가정 상황에 맞춰 그들이 완전한 성인으로서의 역할을 할 수 있을 때까지 돌본다.
가난에 처한 어린이들이 그들의 힘으로 가난을 벗어날 수 있도록 돕는 것이다. 때문에 컴패션은 '양육'을 강조한다. 일회성이거나 단기적인 도움이 아니라 장기적으로 체계적인 도움을 제공함으로써 어린이를 통해 가정과 지역, 더 나아가 세상을 변화시킬 수 있도록 최선을 다하는 것이다.

1만 명의 어린이에게 연간 60억 원 후원

이번 애터미의 어린이 1만 명 정기후원은 연간 약 60억 원의 예산이 소요되는 장기 후원 협약이다. 애터미는 지난 2021년 컴패션에 어린이 긴급구호 기금으로 1,000만 달러, 약 120억 원을 기부한 바 있다. 그에 이어 앞으로 매년 컴패션 어린이의 후원을 약속한 것이다. 연간 60억 원이면 어린이 1인당 월 5만 원이 지원된다. 어린이 성장에 필요한 최소한의 금액인 셈이다.
협약식에 컴패션 후원 아동 대표로 나온 샬라마위트 메하리는 5살부터 컴패션 에티오피아의 후원을 받아 에티오피아 국립대학을 졸업한 뒤 서울대학교 행정대학원에서 석사 과정을 이수 중에 있다. 샬라마위트는 협약식에서 "컴패션의 도움 덕분에 열심히 일하여 꿈을 성취하고자 하는 비전을 가질 수 있게 됐다."며 "어린이 결연은 단지 후원하는 것을 넘어 어린이에 대한 사랑과 돌봄의 열매"라고 강조했다.

더 많은 사람들이 함께 충만감 느끼기를

애터미가 창사 이래 지금까지 CSR 활동에 사용한 금액은 누적 600억 원에 달하고 있다. 컴패션 긴급구호기금 1,000만 달러(약 120억 원)를 비롯해 생소망 기금 100억 원, 전주예수병원 공공어린이재활병원 건립 기금 27억 원 등 특히 어린이들과 관련한 활동에 진심을 보였다. 가난이나 재해로 고통받는 어린이에 대한 일회성 지원은 한계가 있다. 당장의 위기를 넘겨도 어린이가 고통받는 근본적인 원인인 가난에서 탈출하기란 거의 불가



Selamawit Mehari speaking as a representative of sponsored children 소감을 말하는 살라마위트 메하리 후원 아동 대표

Compassion Emergency Relief Fund of $10 million, the Single Mothers Fund of $8 million, and the Jeonju Jesus Hospital Children's Rehabilitation Hospital Construction Fund of $2.2 million. A one-time donation for children suffering from poverty or disasters has limitations due to the root cause of children's suffering being extreme poverty which is nearly impossible to escape from. That is why the sponsorship of 10,000 children through Compassion shows Atomy's sincerity in CSR activities. Jung-in Suh, CEO of Compassion Korea said, "This agreement is not about the number 10,000. It's about beginning an incredible journey where all of us together can nurture each precious life." Atomy hopes this support will help promote the sponsorship of children throughout our society who are suffering from poverty or disasters. Although 10,000 is no small number, there are still more than a billion children who suffer from poverty. Chairman Han-Gill Park, who is personally sponsoring 1,000 children himself, said, "There's a greater sense of fulfillment in your heart that money cannot buy when spending money on children, even more so than earning money. I hope more people can participate in sponsoring through Compassion and enjoy a sense of fulfillment together."

능하기 때문이다. 그런 점에서 컴패션 어린이 1만 명 후원은 애터미의 CSR 활동에 대한 진심을 보여준다. 서정인 한국컴패션 대표는 "이번 협약은 1만 명이라는 숫자에 불과한 것이 아니라 그 하나하나의 고귀한 생명이 여러분과 함께 기적을 맞이하게 되는 양육의 여행이 시작되는 것"이라고 말했다. 애터미는 이번 협약을 계기로 가난이나 재해로 고통받는 어린이들을 위한 후원이 우리 사회 전반적으로 확산되기를 기대하고 있다. 비록 1만 명이라는 숫자가 적지는 않지만, 여전히 10억 명 이상의 넘는 어린이들이 가난에 고통받고 있기 때문이다. 개인적으로 이미 1,000명의 컴패션 어린이를 후원하고 있는 박한길 회장은 "돈이 벌릴 때보다도 어린이를 위해 돈이 쓰일 때 돈으로 살 수 없는 충만감이 가슴으로 전해진다."며 "더 많은 분들이 컴패션 후원에 참여해 함께 충만감을 누릴 수 있기를 바란다."고 말했다.

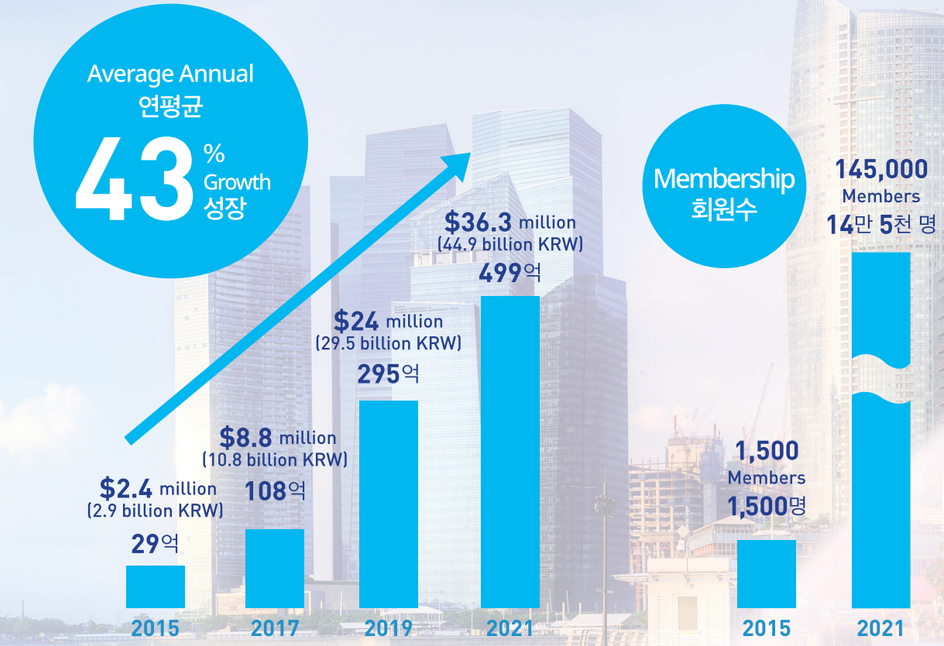
10,000 Miracles

Atomy Singapore— Expanding to Encompass Middle and Upper Class

Average Annual Growth Rate of 43% Over Last 6 Years— Keywords: Localization and Online

싱가포르 법인, 중상류층까지 아우르는 유통기업으로 성장한다

최근 5년 연평균 성장률 43% - 현지화와 온라인이 핵심 키워드



With a population of nearly 6 million, Singapore has the highest GDP per capita in Asia of about $60,000. Although purchasing power is overflowing, network marketing is somewhat at a disadvantage due to the country's relatively small population. Singapore's branch director, Hyun-Joo Lee, is not concerned about this, saying, "Above all, you can see the growth of Atomy Singapore. Atomy is writing a new history in Singapore as well." In 2021, Atomy Singapore recorded sales of over $36 million and ranked 6th among Atomy's overseas branches. After launching in 2015, it has shown a phenomenal growth rate of about 43% per year, from $6.4 million in 2016 to $36.3 million last year. Membership numbers in Singapore has also increased nearly a hundredfold from 1,500 members at the time of opening to 145,000 by the end of 2021.

인구 600만여 명에 1인당 GDP 6만 달러 아시아 1위. 싱가포르의 현주소다. 구매력은 차고 넘치지만, 인구가 상대적으로 적은 탓에 네트워크마케팅은 상대적으로 불리하다는 것이 중평이다. 그러나 이현주 싱가포르 법인장은 이를 일축한다. “무엇보다 애터미 싱가포르의 성장하는 모습을 보면 알 겁니다. 싱가포르에서도 애터미는 새 역사를 쓰고 있거든요.” 지난 2021년, 애터미 싱가포르는 약 450억 원의 매출액을 올리며 애터미의 해외법인 가운데 6위에 올랐다. 2015년 영업을 시작, 2016년 79억 원의 매출에서 2021년 449억 원, 연평균 약 43%라는 경이적인 성장률을 보인 것이다. 회원 수는 오픈 당시 1,500여 명에서 2021년 말 기준 14만 5,000여 명으로 100배 가까이 늘어났다.

The Secret Is Thorough Market Analysis

Atomy Singapore's explosive growth can be attributed to its optimal strategy based on thorough market analysis. The Singapore market consists of 75% Chinese, 13% Malay, and 9% Indian. Therefore, Atomy Singapore is targeting Chinese and Malay middle class consumers pursuing substantial value consumption given that Atomy's Absolute Quality Absolute Value products is highly appealing to this population. It is also focused on increasing the brand power of Atomy with cost-effective lifestyle products. In addition, CSR activities such as annual donations for the Santa Run for Wishes organized by the Make-A-Wish Foundation also contributes to the rise of Atomy's brand image. As a result, the number of products has increased from 50 at the time of opening to 140 products currently. There are also 14 centers around the country that are actively promoting sales. Atomy Singapore has been able to satisfy the needs of consumers by aligning the characteristics of the Singapore market to Atomy's strengths. On top of that, it has reached out to Singaporeans through corporate activities that help neighbors in need and save the environment. This is why Atomy Singapore was able to achieve an annual growth rate of 43% for six years from the start of operations to last year.

Singapore's branch director, Hyun-Joo Lee, had set an ambitious goal at the time of opening: making Atomy products available to all homes in Singapore. If the growth trend continues, sales could exceed $80 million by 2025, and membership size could reach 300,000. It is optimistic, but not unrealistic. Lee stated, "We will establish ourselves as a Singapore home brand based on popularity by consumers and trust in our products." He also emphasized, "We will become the best network marketing company in Singapore within the next five years with strategies that fit our market."

비결은 철저한 시장 분석

애터미 싱가포르의 폭발적인 성장은 철저한 시장분석에 따른 최적의 전략을 세운 때문이라고 풀이한다. 싱가포르의 인종별 시장은 중국계 75%, 말레이계 13%, 그리고 인도계 9%로 이루어져 있다. 이에 애터미 싱가포르는 실속형 가치소비를 추구하는 중국계와 말레이계 중산층 소비자를 집중 공략했다. 애터미의 절대품질 절대가격 제품들이 이들에게 충분히 어필할 것이라고 판단한 것이다. 또한 가성비 우수한 라이프 스타일 제품으로 애터미의 브랜드 파워 상승에 주력했다. 이와 함께 '메이크어위시(Make-a-wish)' 재단에서 개최하는 '산타런포위시즈(SantaRunForWishes)'를 매년 후원하는 등 적극적인 CSR 활동도 애터미 브랜드 이미지 상승에 한몫을 했다. 그 결과 오픈 당시 50여 종이던 상품은 140종을 넘어섰으며 14개의 센터가 활발하게 활동하며 매출을 견인하고 있다. 싱가포르 시장의 특징과 애터미의 강점을 파악하고, 소비자들의 니즈를 만족시킨 것이다. 여기에 더해 어려운 이웃을 도와주고 환경을 살리는 경영 활동으로 싱가포르 국민에게 다가갔다. 영업 이후 지난해까지 6년 동안 연평균 43%의 성장률이 나올 수 있었던 배경이다.

이현주 애터미 싱가포르 법인장은 오픈 당시 "싱가포르 전 가정에서 애터미 제품을 볼 수 있도록 할 것"이라는 야심만만한 목표를 세웠다. 지금까지의 성장 추세대로라면 오는 2025년 애터미 싱가포르의 매출은 1,000억 원을 훌쩍 넘기고 등록 회원 수는 30만 명까지 기대할 수 있다. 낙관적이기는 하지만 그렇다고 허무맹랑한 기대는 아니다. 이현주 법인장은 "제품에 대한 소비자들의 인기와 신뢰를 바탕으로 싱가포르 홈브랜드로 자리매김할 것"이라며 "시장의 특성에 맞는 전략으로 향후 5년 안에 싱가포르 최고의 네트워크마케팅 기업이 될 것"이라고 강조했다.



Atomy Singapore executives and employees 싱가포르 법인 임직원들



Atomians from Singapore 싱가포르 리더 사업자(Singaporeans Atomians)

Increase in Seminar Participants After COVID-19

Singapore's growth has not stopped despite the pandemic. When the pandemic began in 2020, sales increased by more than 40% compared to 2019, and 7.7% from 2020 to 2021. The fact that the number of participants is increasing, even after Atomy's Success System such as One-Day seminars and Success Academy has moved online, is especially reassuring. In 2019, an average of 293 members attended One-Day seminars in-person, but participation increased by 44% to 421 after the One-Day seminar went online in 2020, and numbers jumped to 1,131 by 2021. Likewise, Success Academy had an average of 679 participants when held in-person in 2019, but the number grew to over 3,000 in 2021 when hosted online.

Particularly noteworthy is the newly launched global Zoom meeting after the start of the pandemic. Before COVID, Atomy Singapore would

COVID-19 이후 세미나 참가 인원 오히려 늘어

싱가포르의 성장세는 팬데믹에도 불구하고 멈추지 않았다. 팬데믹이 시작된 2020년, 매출은 2019년 대비 40% 이상 늘어났으며 지난해에는 2020년 대비 7.7% 증가했다. 특히 고무적인 것은 원데이세미나와 석세스아카데미 등 애터미의 성공시스템이 온라인으로 바뀌었음에도 참가하는 회원들이 늘고 있다는 것이다. 2019년, 오프라인 원데이 세미나에 참석한 회원은 회당 평균 293명이었으나 2020년 시작한 온라인 원데이세미나에는 회당 평균 421명이 참가, 44% 가량 증가했으며 2021년에는 무려 1,131명이 참가, 폭발적인 증가세를 보였다. 석세스아카데미 역시 2019년, 오프라인으로 진행 했을 때에는 회당 평

invite global leaders from Atomy to give lectures in-person. But starting in 2020, members could listen remotely to the success stories of global leaders through global Zoom meetings. There were 29 such meetings by the end of last year and a total of 8,192 members in attendance, averaging over 280 participants per session, which went beyond expectations. At the same time, members' response to "Power Talk," which started last year, has also been encouraging. In this non-face-to-face era, communication through the screen by speaking and using body language such as facial expressions and gestures is important. Thus far, approximately 800 people have attended Power Talk, which serves to improve business members' competency through presentation and communication skills training while also playing a role in seeking out talented members.

Even though the paradigm of direct sales has shifted to non-face-to-face, Atomy Singapore has successfully expanded its base. This is because all of the employees including the director worked together to move the Atomy Success System online.

GSGS, One of the Pillars of Growth

Atomy's Global Sourcing Global Sales (GSGS) strategy is also contributing to the growth of Atomy Singapore. As of 2021, sales of GSGS products accounted for 11% of its total sales. In the city-state of Singapore, primary and secondary industries such as agriculture, fishing, mining, and manufacturing are not as significant as recently developing tertiary industries such as trade and finance. And since more than 90% of the country's consumer goods are imported, Global Sourcing Global Sales for the Singapore branch focuses mainly on the sales of GSGS products of other Atomy branches.

A representative from Atomy Singapore explains, "GSGS here is about selecting Absolute Quality Absolute Price products from all over the world and providing our members with a 'masstige' consumption experience. We are also serving as a test market for GSGS products from other overseas branches."

균 679명이 참가했으나 2021년 온라인 진행 시에는 회당 평균 참가 회원 수가 3,000명을 넘겼다.

특히 주목해야 할 부분은 팬데믹 이후 새로이 론칭한 글로벌 줌 미팅이다. 코로나 이전, 싱가포르 법인은 글로벌 애터미 리더를 싱가포르에 초대해 강의를 진행했었다. 그러나 2020년부터는 비대면으로 글로벌 리더의 성공 스토리를 들을 수 있는 글로벌 줌 미팅을 시작했다. 지난해 말까지 29회 실시했으며 총 참석 회원은 8,192명으로 회당 평균 280명 이상이 참가하며 기대 이상의 호응을 이끌어냈다. 이와 함께 지난해부터 시작된 '파워토크(Power Talk)'에 대한 회원들의 반응도 고무적이다. 비대면 시대, 화면을 통한 소통은 말하는 것뿐만 아니라 표정은 물론, 손짓발짓 등의 바디 랭귀지도 중요하다. 지금까지 800여 명이 참석한 파워토크는 프레젠테이션과 커뮤니케이션 스킬 교육을 통한 사업자 역량 향상이 주요 목표이며, 재능이 있는 회원을 발굴하는 역할까지 겸하고 있다.

이렇듯 직접판매의 패러다임이 비대면으로 바뀌었음에도 싱가포르 법인은 성공적으로 애터미의 저변을 확대해 나갔다. 이는 법인장 이하 모든 직원들이 합심하여 애터미 성공 시스템 온라인화에 하는데 전력을 기울였기 때문이다.

GSGS, 성장의 한 축 담당

애터미의 글로벌 전략인 GSGS(Global Sourcing Global Sales)도 싱가포르 법인의 성장에 한몫을 톡톡히 하고 있다. 2021년 기준 싱가포르 법인의 GSGS 제품의 매출액은 총 매출의 11%를 차지하고 있다. 도시국가인 싱가포르는 특성상 농축수산업 등의 1차 산업이나 제조업·건설업·광업 등의 2차 산업은 미미한 수준이다, 대신 중개무역이나 금융 등의 3차 산업이 발달했다. 따라서 소비재의 90% 이상을 수입에 의존하고 있기 때문에 싱가포르 법인의 GSGS는 애터미의 다른 해외법인의 GSGS 제품의 판매가 주력이다.

싱가포르 법인 관계자는 "싱가포르 법인의 GSGS는 전 세계의 절대품질 절대가격 제품을 선별하여 회원들에게 매스티지 소비 경험을 제공해 드리고 있다."며 "또한 다른 해외 법인의 GSGS 제품 테스트 마켓의 역할도 하고 있다"고 말했다.

특히 싱가포르 법인은 대만 법인의 샌드위치 김을 비롯하여 오일패치, 건조과일, 마스크, 물티슈 및 생리대를 판매

Atomy Singapore sells the following GSGS products from Taiwan: Sandwich Laver, Ethereal Oil Patch, Dried Fruit, PTFE Membrane Mask, Wet Wipes, and Sanitary Pads as well as Premium Eye Lutein and Calcium from Atomy Japan and the premium Kampot Black Pepper from Atomy Cambodia. Manuka honey from Australia, which was launched at a limited Christmas sales event, is also receiving a good response from members in Singapore.honey from Australia, which was launched at a limited Christmas sales event, is also receiving a good response from members in Singapore.

Branch director Hyun-Joo Lee emphasized, "We will continue to focus on increasing the power of the Atomy brand with cost-effective lifestyle products and expand into a distribution company that encompasses consumers in the middle to upper classes."



Power Talk program to sharpen presentation and communication skills
프레젠테이션과 Communication 스킬 향상을 위한 프로그램 파워토크(Power Talk)

하고 있다. 또한 일본 법인의 프리미엄 루테인과 칼슘, 캄보디아 법인의 프리미엄 후추인 캄봇 후추, 지난해 크리스마스 한정판매로 런칭한 호주 법인의 마누카 꿀 등도 싱가포르 회원들의 좋은 반응을 얻고 있다.

이현주 싱가포르 법인장은 "앞으로도 가성비 우수한 라이프스타일 제품으로 애터미 브랜드 파워 상승에 중점을 둘 것"이라며 "중산층 이상의 소비자들을 아우르는 유통기업으로 성장하겠다."고 강조했다.

GSGS of Atomy Singapore

GSGS Products	Branch
Ethereal Oil Patch	Taiwan
Sesame Oil Roasted Season Seaweed	
Sandwich Laver	
PTFE Membrane Mask	
Sesame Oil Grilled Laver	
Ag+ Cleansing Wipes	
Wonderful Day Sanitary Pads	
Dried Fruit	
Tote Bag	
Calcium	Japan
Premium Eye Lutein 30	
Kampot Black Pepper	Cambodia
Manuka Honey	Australia

싱가포르 법인의 GSGS 현황

GSGS 제품	법인
오일패치	대만
참기름으로 구운 김	
샌드위치 김	
오염 방지 마스크	
참기름 양념김	
에이지플러스 클렌징 티슈	
원더풀데이 생리대	
건조 과일	
토드백	
칼슘	일본
프리미엄 아이 루테인 30	
캄폿 후추	캄보디아
마누카 꿀	호주

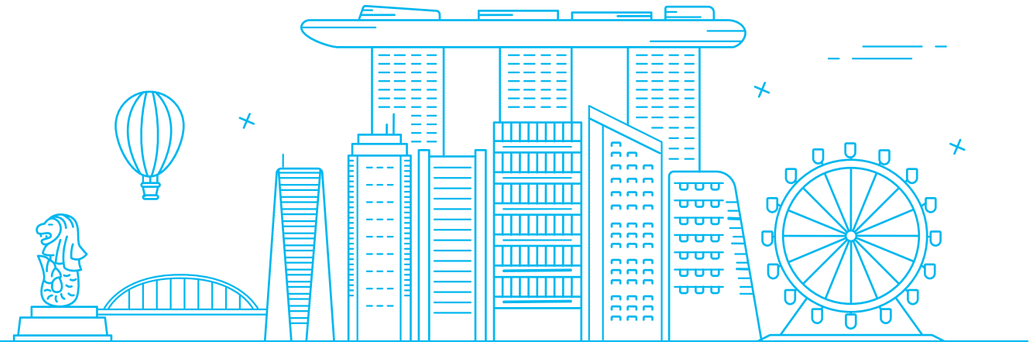
The Key to Atomy Singapore's Growth Is Communication

싱가포르 법인의 성장 키워드는 '소통'

Hyun-Joo Lee
Branch Director of Atomy Singapore

이현주
싱가포르 법인장





"We are becoming a company that helps members achieve their values and ideal lifestyles. I hope we grow into a company where people collaborate, care for each other, and work together happily to make this world a better place." This is the Atomy that Hyun-Joo Lee dreams of and that is currently underway.

Atomy's aggressive competitive pricing based on its product power has also received great response in Singapore. In 2018, Star Master Tan Cheng Hock and Royal Master Sun-Ja Kim became the first members of Singapore's Leaders Club. Lee recounts, "In the early days, we used to introduce Atomy products to neighbors through home parties. I knew very well how much effort they put into their business, so I was thrilled when they first made it into the Leaders Club in 2018. I still remember the excitement during the award ceremony at Success Academy."

After opening, the pandemic struck while growth was in full swing. A two-month lockdown starting in April 2020 was a difficult time as the face-to-face Success System was suspended and operations were limited amid an increase in orders for products such as Vitamin C. But a crisis can turn into an opportunity depending on the response. Branch executives and employees worked hard to convert the Success System into an online format, and logistics was also improved after a thorough inspection. The pandemic gave Atomy Singapore the opportunity to improve its crisis response capabilities and strengthen the solidarity of its employees and members. Consequently, consumer interest in the Atomy business has grown. According to survey results from the Singapore branch, the number of members who converted to business operators increased by about 50%, boosting growth potential.

Director Lee plans to actualize the increased potential for growth through diverse content, new products to meet consumers' needs, and expansion of educational programs that enhance members' business skills. Singapore has excellent infrastructure, high purchasing power, and is located at the center of Southeast Asia. Compared to neighboring countries, consumers in Singapore have a higher tendency to review products and post their likes and dislikes online, which is why social media marketing is so vital. "Marketing through social media has a great influence on consumers," Lee explains. "We will follow consumer trends this year to release more products with antioxidants and do our best to support members' businesses through various content."

Hyun-Joo Lee also plans to expand "Power Talk," which launched last year as a way to improve presentation and communication skills of members and leaders, and develop it into a system that brings out more successful people. In addition, Atomy Singapore aims to increase the influx of new members and retention of current members to continue the growth. Lee states, "There are still many hurdles to overcome, but we will do everything we can to support our members so that they can have faith in Atomy and endeavor to achieve their dreams."

"회원들이 자신의 가치관과 꿈꾸는 라이프스타일을 완성할 수 있도록 도와주는 회사로 자리매김하는 것이죠. 서로 협력하고, 배려하고, 함께 즐겁게 일하며 더 나은 세상을 만들어가는 회사로 키우고 싶습니다." 이현주 싱가포르 법인장이 꿈꾸는, 그리고 현재 진행중인 애터미다.

애터미의 제품력을 바탕으로 한 공격적인 가격 경쟁력은 싱가포르에서도 커다란 호응을 얻었다. 초창기에는 주로 홈파티를 통해 애터미를 알려 나갔다. 그리고 2018년에 싱가포르 법인 최초의 리더스 클럽 회원이 탄생했다. 바로 '탄쳉혹(Tan Cheng Hock)' 스타 마스터와 '김선자' 로열 마스터다. "초기 사업자분들은 홈파티를 통해 애터미 제품을 주변에 알렸어요. 그분들의 노력을 잘 알고 있다 보니 2018년에 첫 리더스클럽 회원이 탄생했을 때는 감격스러웠어요. 석세스아카데미에서 수여식을 할 때의 감동은 잊을 수가 없네요."

오픈 이후, 한창 성장하고 있는 와중에 팬데믹이 불어 닥쳤다. 2020년 4월부터 두 달간의 락다운은 고난의 시기였다. 오프라인 성공시스템은 중단됐고, 비타민C 등 늘어난 주문에 물류는 제한적으로 운영할 수밖에 없었다. 그러나 위기는 대응 여하에 따라서는 기회로 탈바꿈한다. 법인 임직원들은 솔선수범 성공시스템을 비대면으로 전환하는 데 최선을 다했고, 물류 시스템도 총체적인 점검을 통해 효율성을 높여 나갔다. 팬데믹은 싱가포르 법인의 위기 대응 능력이 높아지고 직원과 회원의 결속력이 강화되는 계기가 됐다. 그 결과 소비자들의 애터미 비즈니스에 대한 관심도가 높아졌다. 싱가포르 법인 자체 조사 결과에 따르면 소비회원에서 사업자로 전환하는 경우가 약 50% 증가한 것으로 나타났다. 성장 잠재력이 향상된 것이다.

이현주 법인장은 커진 성장잠재력을 다양한 콘텐츠와 소비자의 니즈를 충족시킬 수 있는 신제품, 그리고 회원들의 비즈니스 능력을 제고시키는 교육 프로그램 확충을 통해 현실화할 생각이다. 싱가포르는 동남아의 중심이라는 지리적 여건과 뛰어난 인프라, 높은 구매력을 지녔으며 인근 국가 소비자들보다 제품의 호불호를 온라인에 알리고 리뷰하는 빈도수가 높다. 그만큼 SNS 마케팅이 중요한 시장이다. 이현주 법인장은 "SNS를 이용한 마케팅이 소비자들에게 큰 영향을 미치고 있다."며 "올해 소비 트렌드를 반영한 항산화 관련 제품을 집중 출시하는 동시에 다양한 콘텐츠 제공을 통해 사업자들의 비즈니스 지원에 최선을 다할 생각"이라고 말했다.

이현주 법인장은 올해, 지난해부터 회원 및 리더 사업자의 프레젠테이션과 커뮤니케이션 향상을 위해 시작한 '파워 토크(Power Talk)'를 확대, 더 많은 성공자가 나올 수 있는 시스템으로 진화시킬 계획이다. 이와 함께 다양한 커뮤니케이션 채널을 활용하여 신규 회원 유입을 늘려나가고 기존 회원의 정착률을 높여 성장을 이어나갈 계획이다. "아직 헤쳐나가야 할 어려움이 많아요. 하지만 회원분들이 애터미를 믿고 간절한 꿈을 향해 도전하고 성취할 수 있도록 최선을 다해 준비하고 지원할 거예요."

Atomy Helped Me Find Goals and Meaning in My Life

Helping Others Live a Happy and Peaceful Life

애터미, 내 삶의 의미와 목표를 찾아 준 기업

사람들이 행복하고 원만한 생활을 할 수 있도록 도움 주는 사람 될 것

Member Interview

Jackson Loh
Sharon Rose Master

회원 인터뷰

잭슨 로(Jackson Loh)
샤론로즈마스터





For Sharon Rose Master Jackson Loh, success means finding the value of life, and he found the way through Atomy. "I discovered my goals and meaning in life through the Atomy business, and I feel great joy as I work toward achieving those goals that I set for my family and partners each year," he says, "This is true success in life." Loh says that the happiest times for him are when he hears that his partners' lives have been turned around and their health has improved, and when they thank him directly for introducing them to Atomy. When he hears these words of gratitude, Loh feels a rewarding and joyful future take shape for himself and his partners. Before starting Atomy, Jackson Loh was committed to his business of manufacturing and supplying disposable containers for 13 years. Business had gone well in the beginning. Disposable containers eliminated the need to wash dishes and were so convenient for a busy, modern lifestyle. However, the business reached its limit due to fierce competition and an eco-friendly craze. The reality was that trying hard was just not enough to make a living. He said, "My income was going down, and I started to become really stressed. I even tried some other network marketing businesses, but only ended up quitting after a month because of all the hurdles." "That's when I found Atomy. There were no registration or renewal fees, so I could start with no hassle, and the products were such good quality for the price. Success didn't seem difficult.

잭슨 로 샤론로즈마스터에게 성공이란 삶의 가치를 찾는 것이다. 그리고 그 길을 애터미에서 찾았다. 그는 "애터미 사업을 통해 목표와 삶의 의미를 찾았고, 매년 제 가족을 위해, 파트너를 위해 목표한 것들을 이루어가면서 큰 행복을 느끼게 됐다"며 "이것이야말로 진정한 삶의 성공"이라고 말했다. 그에게 가장 행복한 때는 파트너들이 애터미를 통해 그들의 삶이 변화되고 건강이 향상되었다는 얘기를 듣고, 그들로부터 애터미를 소개해 주어서 고맙고 감사하다는 말을 들을 때다. 그 말을 들을 때, 자신과 파트너의 미래가 보람과 기쁨으로 가득 채워지고 있음을 느낀다. 애터미 사업을 시작하기 전, 잭슨 로 샤론로즈마스터는 13년 동안 자신의 사업에 매진했다. 일회용 즉석 용기를 제조하고 공급하는 사업이었다. 사업 초반에는 제법 괜찮았다. 설거지해야 하는 불편함이 없는 일회용 용기는 바쁜 현대인들에게 더없이 편리한 문명의 이기였다. 그러나 점차 치열해지는 경쟁과 친환경의 열풍에 사업은 한계점에 다다랐다. 현실은 노력만 하면 무조건 살만해 질만큼 그렇게 녹록하지 않았다. "소득은 줄어들고, 스트레스를 많이 받기 시작했어요. 다른 네크워크 마케팅을 하기도 했었지만, 부담이 되는 부분들이 많아 한 달도 안 되어서 그만뒀어요."
그런 와중에 애터미를 만났다. 가입비도 유지비도 없는, 아무런 부담 없이 시작할 수 있었다. 그리고 제품가격에 비해 품질이 너무 좋

I thought I could become a Sales Master in no time without having to participate in Atomy's Success System. I thought everyone would become members and partners if I just told them about Atomy. However, I realized that Atomy was not a business I could do alone. I had been arrogant. Now I preach about the importance of the Success System to my partners."
"Things were not easy during the pandemic. With lockdowns and restrictions on in-person gatherings, it was harder to run the business with meetings and seminars online. But after time passed, I got used to non-face-to-face business. I was able to meet more with partners across the globe beyond limitations of time and space. And as consumers became used to shopping online, more people started showing interest in the Atomy business. After the pandemic, both face-to-face and non-face-to-face meetings will boost interactions with partners, and naturally, the Atomy business will grow even faster.
Sharon Rose Master Jackson Loh has a goal of producing six Imperial Masters in the next 10 years. Establishing a lifestyle center where many people can get to know Atomy through different experiences would be a priority. He also hopes to organize a charity to help support more children in education. "Ultimately, I want to become someone who can help people live a happy and peaceful life through the Atomy business."

았다. 성공이 어렵지 않아 보였다. 굳이 애터미의 성공 시스템에 참여하지 않아도 세일즈마스터쯤이야 금방 될 수 있을 거로 생각했다. 알려주기만 하면 누구나 다 회원이 되고 파트너가 될 것 같았다. "하지만 애터미는 나 혼자 할 수 있는 사업이 아니었어요. 오만했던 거죠. 지금은 파트너들에게 무엇보다도 성공시스템의 중요성을 강조하죠."
팬데믹은 쉽지 않았다. 락다운 기간 동안 대면 만남이나 활동 범위에 제한이 생기면서 비대면으로 미팅을 진행하고 세미나에 참석하다 보니 사업 진행이 어려웠다. 그러나 시간이 흐르자 비대면 비즈니스에 적응이 됐다. 글로벌 파트너와 시공을 초월해서 만나는 횟수가 많아지고, 소비자들도 온라인 쇼핑에 익숙해지면서 애터미 사업에 관심을 갖는 사람들이 늘어났다. "팬데믹이 지나면 대면과 비대면 미팅을 통해 파트너와의 교류가 더욱 활성화될 거예요. 자연히 애터미 비즈니스는 더 빠르게 성장하게 되겠죠."
잭슨 로 샤론로즈마스터의 목표는 향후 10년 내 6명의 임페리얼마스터를 만드는 것이다. 또한 많은 사람들이 다양한 체험을 통해 애터미를 알아갈 수 있는 라이프 스타일 센터의 건립도 빼놓을 수 없다. 이와는 별도로 자선단체를 설립, 더 많은 아동들이 공부할 수 있도록 지원할 계획이다. "궁극적으로는 애터미 사업을 통해 사람들이 행복하고 원만한 생활을 할 수 있도록 도움을 줄 수 있는 사람이 되고 싶어요."



4,000 Members Gather In Person at Atomy Orot Vision Hall for Success Academy, May 2022
4,000여 명의 회원들이 오프라인으로 모인 애터미오롯 비전홀 2022년 5월 석세스아카데미 현장

Offline Returns
4000 Members Fill Vision Hall

Success Academy After Two Years of Burning Anticipation

오프라인의 귀환
4000여 회원들이 비전홀 가득 메우다

타는 목마름으로 2년을 기다린 석세스아카데미

With the heat of anticipation, the scene was very climactic, even with Atomy's higher-than-expected performance. This was the scene of the in-person Success Academy held for the first time in 28 months at the Atomy Orot Vision Hall located in the Jeongan Bomul Agricultural and Industrial Complex in Gongju City, South Chungcheong Province on May 20. You could feel the fervor of all the members who filled the Vision Hall with no standing room. All eyes were focused on the stage, from the very back where you could hardly see, up to the front where the sound from the speakers reverberated all over your body. It was the moment that more than 15 million members had been eagerly awaiting after painstakingly enduring the non-face-to-face days of the pandemic.

기다림이 빚어낸 열기였고, 기대 이상의 성적에도 뭔가 아쉬웠던 2%를 채워주는 현장이었다. 지난 5월 20일, 충남 공주시 정안보물농공단지에 위치한 애터미오롯 비전홀에서 장장 28개월 만에 열린 오프라인 석세스아카데미의 얘기다. 입추의 여지도 없이 비전홀을 가득 메운 회원들의 열기는 뜨거웠다. 멀어서 육안으로는 무대가 제대로 보이지도 않는 뒤쪽에서도, 스피커에서 흘러나오는 소리가 온몸을 두드리는 앞쪽에서도 회원들의 신경 하나하나는 오롯이 무대에 집중되었다. 그 모습은 길게만 느껴졌던 팬데믹과 비대면의 시절을 견디며 1,500만 회원들이 애타게 기다려왔던, 그 2년간의 기다림이 온몸으로 느껴지는 그 순간이고 그 장면이었다.



Opening Performance "Renew Yourself Day by Day"　오프닝 퍼포먼스 "일신우일신"

Atomy Took Off During the Two-Year Pandemic

The pandemic put a freeze on our lives, but not on Atomy. During this period of over two years, Atomy did not stop running fervently toward the global market, achieving better-than-expected results. During the 28 months from February 2020 to the Success Academy this May, Atomy launched in 10 new countries. In 2021, Atomy's overseas sales reached 1.2 trillion KRW, more than tripling the sales figure of 393.6 billion KRW from 2019 before the pandemic, while also adding 4.45 million new members. This in-person Success Academy confirmed Atomy's takeoff during the last two years. With 4,000 members gathered at Atomy Orot Vision Hall and an additional 18,000 members joining online, a total of 22,000 Atomy members from all over the world participated in this Success Academy which was simultaneously translated into 7 languages. And to top it off, one member was promoted to the highest level of achievement, Imperial Master, receiving congratulations from all.

The much-anticipated event began with greetings on stage from Atomy executives and top managers followed by an opening performance featuring a daegeum (bamboo flute), large drum, and singing under this year's Chinese character theme of 日新又日新, or "Renew Yourself Day by Day." With the introduction of the board of directors and reciting of the company motto, the Success Academy was in full swing. Executive director Hyun-Woo Lee then presented his "global insight" to announce Atomy's global performance over the last two years. Atomy's new masstige product, "Organic Aromatherapy," which will be a top choice by consumers worldwide, was introduced next, along with demonstrations by experts. The essential oil trio comes from 100% plant-based oils from France and has been certified organic through the entire process from raw materials to the finished product, and the Jojoba carrier oil that is utilized is gentle enough for babies.

팬데믹 2년, 애터미는 날았다

팬데믹은 우리의 일상을 얼어붙게 만들었지만 애터미를 얼어붙게 하지는 못했다. 2년이 넘는 팬데믹 기간 동안 애터미는 기대 이상의 성적을 거두며 세계 시장을 향해 뜨거운 비상을 멈추지 않았다.

2020년 2월부터 지난 5월 석세스아카데미까지 28개월 동안 애터미는 10개국에서 새로이 영업을 시작했다. 2021년도 애터미의 해외 매출액은 1조1,962억 원으로 팬데믹 이전인 2019년의 3,936억 원에 비해 세배 이상 증가했으며 신규 가입 회원 수는 445만여 명에 달했다.

이번 오프라인 석세스아카데미는 그 2년 동안의 비상을 확인하는 자리였다. 애터미오롯의 비전홀 현장에는 4,000여 명의 회원들이 운집했으며, 온라인으로는 1만 8,000여 명의 회원들이 모였다. 전 세계에서 2만 2,000여 명의 애터미 회원들이 이번 석세스아카데미에 함께 한 것이다. 전 세계 7개 언어로 동시 통역된 이번 석세스아카데미에서 애터미의 최고직급인 임페리얼마스터가 탄생하여 모든 회원들의 축하를 받았다.

28개월 만의 오프라인 석세스아카데미는 애터미 경영진과 최고 직급자들의 무대 인사로 시작됐다. 개막 공연으로 애터미의 올해 한자성어인 '일신우일신(日新又日新)'을 주제로 대금과 큰 북, 그리고 창(唱)이 어우러진 무대가 펼쳐졌다. 이어 경영진 소개 및 사훈제창이 진행되며 석세스아카데미가 본격적으로 진행됐다.

첫 순서로는 지난 2년 동안 애터미가 거둔 글로벌 실적을 발표하는 이현우 전무의 글로벌 인사이트였다. 이어 전 세계에서 소비자들의 선택과 호응을 받을 애터미의 새로운 매스티지(Masstige) 제품인 '오가닉 아로마 테라피(Organic Aroma Therapy)' 제품이 전문가들의 시연과 함께 소개되었다. 에센셜 트리오 오일은 원료부터 완제품까지 전 과정 유기농 인증을 받았으며 100% 고 품종의 프랑스산 식물성 오일로 만들어졌다. 캐리어 오일로 활용되는 호호바 오일은 영아에게도 사용 가능할 정도로 순한 제품이다.

The 11th Imperial Master Is Born

The highlight of the Success Academy was the Mastership Promotion Ceremony where a total of 2,763 members were promoted to new positions including 2,073 Sales Masters, 543 Diamond Masters, 114 Sharon Rose Masters, 21 Star Masters, 9 Royal Masters, 2 Crown Masters, and 1 Imperial Master, Atomy's highest level of achievement. One member achieved Diamond Master while overcoming the challenges of having a vision impairment. Another was a promising ballerina who had lost any opportunity to perform due to the pandemic and became poor, but is now living a new life after finding financial stability through Atomy. These were some of the many touching stories of Atomians shared that day.

A promotion ceremony for Atomy's 11th Imperial Master, Yeon-Ja Lee, also took place. CEO Dae-Hyun

11번째 임페리얼마스터 탄생

석세스아카데미의 하이라이트인 마스터즈 승급식에서는 2,073명의 세일즈마스터와 543명의 다이아몬드마스터, 114명의 샤론로즈마스터, 21명의 스타마스터, 9명의 로열마스터, 2명의 크라운마스터, 그리고 애터미 최고직급인 임페리얼마스터 1명 등 총 2,763명의 신규 직급자들이 탄생했다. 이들 가운데에는 시각장애인이라는 핸디캡을 극복하고 다이아몬드마스터에 오른 회원과 촉망받는 발레리나였으나 팬데믹으로 인해 설 무대를 잃어버린 채 궁핍한 생활을 이어오다 애터미를 통해 경제적 안정을 찾고 새로운 인생을 살고 있는 회원 등 감동적인 애터미언즈들의 이야기들이 소개됐다.

11번째로 애터미의 최고직급인 임페리얼마스터를 달성한 이연자 임페리얼마스터의 승급식도 진행됐다. 4,000여 관중들의 우레 같은 함성과 박수 속에서 무대에 오른 이연자 임페리얼마스터를 김대현 대표 및 크라운리더스



The 11th Imperial Master Promotion Ceremony　열한 번째 임페리얼마스터 승급식

Kim and members of the Crown Leaders Club warmly welcomed Ms. Lee as she took the stage amid thunderous applause from the thousands of spectators. After CEO Kim presented her with the Crystal Swan trophy symbolizing Imperial Master, 1 billion KRW in cash was placed on stage by a forklift. It was the moment that all Atomy members dream of. The 4,000 members who filled Vision Hall cheered and celebrated together as if they were the ones on stage. Finally, the 1 billion KRW cash award was handed off from CEO Kim into the arms of new Imperial Master Yeon-Ja Lee who had worked various jobs to raise her children alone after divorce.

At times, when she had to be apart from her children in order to be able to live with them, she just grit her teeth and endured. When she first started Atomy, all she had hoped was to earn 2 million KRW a month. Imperial Master Yeon-Ja Lee recalls, “My life was full of failures, and I even had extreme thoughts.” She said that everything changed after finding Atomy, emphasizing, “Everything changes when you change your thinking. And if you switch your mindset to Atomy, you can become happy.” There were a variety of performances at this first

클럽 멤버들이 따뜻하게 맞았다. 김대현 대표가 임페리얼마스터를 상징하는 크리스털 백조 트로피를 전달한 뒤, 지게차에 실려 있던 현금 10억 원이 무대 위에 놓여졌다. 모든 애터미 회원들이 꿈꾸는 순간이었다. 비전홀을 가득 채운 4,000여 회원들은 마치 자신이 주인공인 듯, 함께 기뻐하고 또 축하하며 장내를 용광로처럼 달궜다. 드디어 10억 원의 현금이 묵직하게 김대현 대표의 손을 떠나 이연자 임페리얼의 손으로 넘겨졌다. 이연자 임페리얼마스터, 이혼 후 홀로 아이를 키우기 위해 이런저런 다양한 사업을 했었다.

때로는 함께 살기 위해 떨어져 지내야 하는 상황에서도 이를 악물고 버텼었다. 애터미를 처음 만났을 때, 월 200만 원만 벌 수 있다면 더 이상은 바라지도 않았었다. 이연자 임페리얼마스터는 “실패만 하는 인생이었고, 그래서 극단적인 생각까지 한 적도 있었다.”라며 “하지만 애터미를 만나며 모든 것이 달라졌다. 생각을 바꾸면 모든 것이 바뀐다. 그리고 그 생각을 애터미로 바꾸면 행복해진다.”라고 강조했다. 28개월 만의 이번 오프라인 석세스아카데미에서는 다양한 공연이 이어지며 ‘비즈테인먼트’로서의 모습을 드러냈다. 이제 석세스아카데미는 파트너들의 성공을 축하하고 새로운 성공을 향한 여정을



Promotion Celebration of 11th Imperial Master Yeon-Ja Lee
열한 번째 임페리얼마스터로 승급한 이연자 임페리얼마스터 승급세레모니

in-person Success Academy in 28 months which emerged as a form of “biztainment.” The Success Academy has now become a festival to celebrate the successes of partners and start a journey toward new success. Educational programs such as ABR and ABS are designed to teach know-how and skills for success while the Success Academy should become more of a Success Festival where members can enjoy and rejuvenate. This is what Chairman Han-Gill Park, the “Dreamer,” had envisioned from the beginning when he founded Atomy. At the Success Academy in April, there were various performances based on the theme of “HemoHIM” such as a musical and pansori, or Korean musical storytelling performed by a singer and drummer. The Success Academy in May also featured a traditional Korean opera, “Renew Yourself Day by Day,” along with a performance by Star Master Hyung-Joo Kim.


Stretching time for members 회원 스트레칭 시간

시작하는 축제의 자리가 되었다. 성공의 노하우를 학습하고 스킬을 배우는 것은 ABR과 ABS 등 전문 학습 프로그램에 맡기고, 석세스아카데미는 석세스페스티벌이 되어 회원들이 즐기고 힐링할 수 있는 장이 되어야 한다. 몽상 박한길 회장이 애터미를 창업할 당시부터 꿈꿔왔던 것이다. 4월의 석세스아카데미에서 헤모힘을 주제로 각종 뮤지컬, 판소리 공연 등이 있었으며 이번 석세스아카데미에서도 창극 ‘일신우일신’을 비롯해 김형주 스타마스터의 공연 등이 진행됐다.

Atomy Vision- One of the World’s Top 10 Direct Selling Companies Focused on Principles

Atomy has been working hard to promote the growth of its members’ businesses despite the pandemic situation over the past couple of years. It has launched new business learning systems called ABR and ABS to help members acquire business know-how, and has expanded its market into 9 new countries within the last two years. Subsequently, Atomy was the first Korean network marketing company


Chairman Han-Gill Park’s lecture on Atomy’s Vision 애터미 비전 강의 중인 박한길 애터미 회장

Atomy Vision – 원칙 중심으로 일군 세계 10대 직판기업

애터미는 지난 2년 동안의 팬데믹 상황에서도 회원들의 비즈니스 성장을 위해 노력해왔다. 회원들의 비즈니스 노하우 습득을 위해 ABR과 ABS라는 새로운 비즈니스 학습시스템을 론칭했으며, 2년간 9개국에 진출하는 등 시장을 확대해왔다. 그 결과 애터미는 미국의 유명한 직접판매 산업 전문 잡지인 ‘다이렉트셀링뉴스(Direct Selling News)’가 발표하는 전 세계 직접판매 기업 순위에서 한국 네트워크마케팅 기업으로서는 최초로 ‘TOP 10’에 들었다. 박한길 회장은 애터미가 이처럼 성장할 수 있었던 이유로 ‘원리와 원칙’을 잘 지켜왔기 때문이라고 설명했다. 특히 유통의 원리는 ‘좋은 제품 싸게 판매하는 것’이라고 정의했다. ‘절대품질 절대가격’이라는 애터미의 모토는 이러한 유통의 원리를 철저하게 지켜낸 것이고 그렇기에 애터미가 성장할 수 있었다는 의미다. 애터미는 네트워크마케팅 기업과

Editor _ Young-Min Lee

to make it into the “Top 10” on the global direct selling company rankings released by Direct Selling News, a well-known U.S. magazine specializing in the direct selling industry. Chairman Han-Gill Park explained that the reason Atomy has shown such growth is because of adhering to “fundamental principles,” particularly the principle of distribution which he defined as “selling good products at low prices.” This means that Atomy has been able to grow because of the fact that its very motto, “Absolute Quality Absolute Price,” follows this principle of distribution. Atomy did not try to compete with other network marketing companies, but viewed general distribution companies as competitors. In other words, Atomy can only achieve sustainable growth and development as a network marketing company if its members love the products even without any compensation. Chairman Park stated, “Even if you are not in the Atomy business now, if you feel the need to buy and use Atomy products, then start the business.” He added, “These are the kind of members who have helped propel Atomy into one of the world’s top 10 direct selling companies.” Atomy showed unimaginable growth even with the non-face-to-face business brought on by the pandemic. Indeed, the stronger the wind, the higher Atomy flew. These days, the headwind of non-face-to-face is gradually subsiding, and a period of tailwind is approaching as in-person events resume. Atomians everywhere are excited as they prepare for a full-fledged face-to-face business. Atomy is fully prepared for this next step and as are its overseas branches. Global Atomy is committed to the success of all Atomy members in the coming era with a sense of mission and pride to create a higher level of direct selling integrating both face-to-face and non-face-to-face business.

Global Branches Seek Opportunities for Growth by Resuming In-Person Events

Atomy’s overseas branches are gradually resuming in-person events. Depending on the branch, some locations have already started hosting One-Day seminars and Success Academies since the beginning of this year, eager for new opportunities to grow.



Cambodia 캄보디아

경쟁하려 하지 않고 일반 유통기업을 경쟁상대로 봤다. 즉 회원들이 수당을 받지 않아도 애터미 제품을 애용할 수 있어야 네트워크마케팅 기업으로서의 애터미가 지속 가능한 성장과 발전을 할 수 있다는 것이다. 박한길 애터미 회장은 “애터미 사업을 하지 않더라도 애터미 제품을 사 써야겠다는 생각이 들면 애터미 사업을 하라”며 “그렇게 모인 회원분들이 애터미를 세계 10대 직접판매 기업으로 성장시켰다.”라고 말했다.

팬데믹으로 인한 비대면 비즈니스에서도 애터미는 상상 초월의 성장 모습을 보여줬다. 그야말로 바람이 거셀수록 애터미는 더 높이 비상한다는 말이 딱 들어맞았다. 이제 비대면이라는 역풍이 점차 가라앉고 오프라인 행사가 재개되는 순풍의 시대가 다가오고 있다. 모든 애터미언즈들은 본격적인 대면 비즈니스를 준비하며 가슴 설레고 있는 것이다. 글로벌 애터미는 이러한 상황에 만전을 기해 대비하고 있다.

애터미뿐만 아니라 모든 해외법인들도 점차 다가오고 있는 새로운 시대의 직접판매 비즈니스를 위해, 대면과 비대면을 아우르며 한 차원 높은 직접판매 비즈니스를 창조하는 첨병으로서의 사명감과 자부심으로 모든 애터미언즈의 성공을 위해 뛰고 있다.

해외법인, 오프라인 행사 재개하며 성장의 기회 모색

해외법인들도 점차적으로 오프라인 행사를 재개하고 있다. 법인에 따라 빠른 곳은 올해 초부터 원데이세미나와 석세스아카데미를 개최하며 새로운 성장의 기회를 모색하고 있다.



Mexico 멕시코



Singapore 싱가포르

Cambodia

On April 23, Atomy Cambodia hosted a Success Academy at the Premier Sen Sok Center in Phnom Penh. Over 1,200 members attended this in-person event held for the first time in a while, comforting and cheering each other up through events such as “product battles” and “HemoHIM challenges” after two long years of social distancing. And with 50 new promotions, members joined in the celebration and vowed to develop a more passionate business. One of the participants mentioned, “The combination of educational and entertainment elements made it even more fun.” Head of Atomy Cambodia Hyun-Soo Lim said, “I am very happy that members can meet again,” adding, “We will do our best to help members carry out a successful business together.”

Mexico

In early May, Atomy Mexico held its first in-person Success Academy since the pandemic in Tijuana in northwest Mexico. The 400 participants had an opportunity to experience some new products through the “Atomy Mix” and enjoy other surprise events. Members also heard a lecture on Atomy’s vision by special guest Sam Yun as well as celebrated Carmen Moreno as she was promoted to Star Master.

Singapore

On May 14, Atomy Singapore held a One-Day Seminar at the Suntec Convention Center in both English and Chinese. The 180 participants were excited to

캄보디아

캄보디아 법인은 지난 4월 23일, 프놈펜 ‘프리미어 센 속(The Premier Sen Sok Center)’ 센터에서 1,200여 명이 참석한 가운데 석세스아카데미를 개최했다. 오랜만의 오프라인 이벤트로 다시 만난 회원들은 서로 선호하는 제품 배틀이나 즉석 헤모힘 챌린지 등을 통해 2년간의 거리 두기로 인한 아쉬움을 달랬다. 또한, 50여 명의 신규 승급자들과 함께 기쁨을 나누며 더욱 더 열정적인 비즈니스 전개를 다짐했다. 한 참석자는 “교육적인 면과 엔터테인먼트적인 요소의 조화로 더욱 재미있어졌다.”라고 말했다. 임현수 캄보디아 법인장은 “회원분들이 다시 만날 수 있게 돼 정말 반가워한다.”며 “회원들이 함께 함으로써 성공에 다다르는 비즈니스를 펼칠 수 있도록 최선을 다해 지원할 것”이라고 말했다.

멕시코

멕시코 법인은 지난 5월 초, 멕시코 북서부의 티후아나(Tijuana)에서 400여 명의 참석자들과 함께 팬데믹 이후 첫 번째 오프라인 석세스아카데미를 개최했다. 참석자들은 신제품 ‘애터미 믹스’ 체험 기회를 가졌으며, 다양한 서프라이즈 이벤트를 즐겼다. 또한, 특별 게스트 ‘Sam Yun’이 애터미 비전에 대한 강연을 했으며 ‘카르멘 모레노(Carmen Moreno)’ 뉴 스타 마스터의 탄생을 축하했다.

싱가포르

지난 5월 14일, 싱가포르 법인은 선텍 컨벤션 센터에서 오프라인 원데이세미나를 진행했다. 영어와 중국어로 진행

Editor _ Young-Min Lee



Kazakhstan 카자흐스탄



UK 영국

meet again face-to-face as they took pictures, shared products, and expressed enthusiasm in reopening their businesses.

Kazakhstan

After opening last year, Atomy Kazakhstan held its first Success Academy in Almaty on May 7. Through this in-person event, participants had the opportunity to learn more about Atomy's goals and prospects. A number of promotions also took place including three Star Masters as well as Vladimir & Meruert Khegay who were promoted to Royal Master, the first among the CIS (Commonwealth of Independent States). A representative from Atomy Kazakhstan stated, "The participants of Success Academy gained a lasting vivid impression along with valuable information and a strong motivation to grow together with Atomy."

UK

Atomy UK hosted its first in-person One-Day Seminar in the Ealing district of London on April 1. Throughout the event, participants were filled with renewed passion in an inspiring environment as they listened to lectures about Global Atomy directly from top executives and high-ranking members from other parts of Europe. One attendee commented, "I was so happy to finally be able to meet others in person since the pandemic, and it was great to have the opportunity to build real connections for the first time through this event."

된 이번 원데이세미나에는 180여 명의 참석자들이 함께 했다. 참석자들은 오랜만에 함께 모여 사진을 찍고 제품을 나누며 비즈니스 리오픈에 대한 기대감을 나타냈다.

카자흐스탄

지난해 영업을 시작한 카자흐스탄 법인에서는 지난 5월 7일 알마티에서 카자흐스탄 최초의 석세스아카데미를 개최했다. 오프라인으로 개최된 이번 석세스아카데미를 통해 참가자들은 애터미의 목표와 전망에 대해 보자 자세하게 알 수있는 기회를 가졌다. 또한 CIS(독립국가연합) 최초의 로열 마스터인 '블라디미르 & 메루에르트 허가이(Vladimir & Meruert Khegay)를 포함해 3명의 스타마스터 등 다수의 신규 직급자가 탄생되었다. 카자흐스탄 법인 관계자는 "석세스아카데미 참가자들은 소중한 정보와 함께 잊지 못할 생생한 감동, 애터미와 함께 성장하려는 강한 동기를 얻었다"라고 말했다.

영국

영국 법인은 지난 4월 1일, 런던 '일링(Ealing)'에서 첫 번째 오프라인 원데이세미나를 개최했다. 참가자들은 본사 임원의 글로벌 애터미에 대한 정보를 직접 들었으며, 영국 및 유럽의 직급자의 강연도 들을 수 있었다. 행사 내내 참석자들은 한껏 고무된 분위기 속에서 새로운 열정을 채워나갔다. 한 참석자는 "팬데믹 이후 마침내 직접 만날 수 있게 되어 기뻤고, 이번 행사를 통해 처음으로 진정한 인맥을 쌓을 수있는 기회를 가지게 돼 좋았다"라고 말했다.



Kyrgyzstan 키르기스스탄



Philippines 필리핀

Kyrgyzstan

In mid-May, Success Academy was held in Bishkek, Kyrgyzstan for two days. On the first day, there was a business forum in which Atomy leaders from Russia relayed experiences and examples of successful businesses. The second day featured an "Atomy Fair" which was like a festival designed for new consumers to learn about Atomy products and sign up for membership. A representative from Atomy Kyrgyzstan stated, "Over 700 participants gathered for this event. We were able to share with the people of Kyrgyzstan not only about our products, but also about Korean culture."

Philippines

On May 5, Atomy Philippines hosted a hybrid seminar integrating online and offline. Members prepared food and arrived at the venue early in anticipation of finally being able to meet partners and sponsors in person. One member explained, "It feels a lot different seeing someone on screen versus meeting them face-to-face. The in-person seminars give me more motivation and a greater sense of unity with sponsors and partners."

키르기스스탄

5월 중순 키르기스스탄 비슈케크에서 석세스아카데미가 1박 2일간의 일정으로 개최됐다. 첫째 날에는 러시아법인에서 온 리더 사업자들의 강연을 통해 키르기스스탄 참가자들과 경험을 공유하고, 성공적인 비즈니스를 위한 사례를 제공하는 비즈니스 포럼이 진행됐다. 이어 둘째 날에는 애터미 페어(Atomi Fair)를 개최했다. 애터미 페어는 마치 축제처럼 애터미 제품에 대해 이야기하고 현장에서 신규 회원으로 가입하는 이벤트로 신규 소비자를 위해 기획됐다. 키르기스스탄 법인 관계자는 "이번 행사에 총 700명 이상의 참가자들이 모였다"며 "키르기스스탄 사람들에게 우리 제품뿐만 아니라 한국 문화 전반을 알릴 수 있었다"고 말했다.

필리핀

지난 5월 5일, 필리핀 법인은 온라인과 오프라인을 융합한 하이브리드 세미나를 진행했다. 회원들은 오프라인을 통해 파트너와 스폰서를 만나는 것을 기대하며 함께 먹을 음식을 준비하여 일찌감치 행사장에 도착했다. 한 참가자는 "화면으로 보는 것과 직접 현장에서 보는 것과는 느낌이 많이 다르다"며 "오프라인 세미나에서 더 많은 동기부여가 되고 스폰서와 파트너와의 일체감이 더 크다"고 말했다.

ATOMY
SUCCESS ACADEMY

Editor _ Young-Min Lee

In-Person Seminar Resumes After 28 Months Success Academy May 2022

11th Imperial Master, 4000 in Attendance at the Lively Event

28개월 만에 재개된 오프라인 세미나 2022년 5월 석세스아카데미

열한 번째 임페리얼마스터, 4,000 여명이 참석한 뜨거운 현장

On May 20, 2022, the Atomy Orot Vision Hall in the Jeongan Bomul Agricultural and Industrial Complex in Gongju City, South Chungcheong was filled to capacity with more than 4,000 Atomians. Atomy members from all over the country gathered at the site to attend the Success Academy, the first one to be held in person in two years and four months. The intensity of this "hybrid" Success Academy was stronger than ever with an additional 18,000 members participating online, and the birth of the 11th Imperial Master felt even more emotional. This event symbolized "the return of offline" to all Atomians at home and abroad.

2022년 5월 20일, 충남 공주시 정안면 보물농공단지 내 애터미오롯 비전홀은 4,000 명이 넘는 애터미언즈들로 입추의 여지조차 없을 만큼 가득 찼다. 2년 하고도 4개월 만에 오프라인으로 열리는 석세스아카데미에 참석하기 위해서 전국 각지의 애터미 회원들이 현장에 모였다. 온라인으로 참석한 1만8,000여 애터미언즈들과 함께 하는 '하이브리드 석세스아카데미'의 열기는 여느 때보다 뜨거웠고 열한 번째로 탄생한 임페리얼마스터 탄생의 감동은 깊게 다가왔다. 이날의 행사는 국내외 모든 애터미언즈들에게 '오프라인의 귀환'을 알리는 신호탄이 됐다.



01 Two years after Atomy Orot Vision Hall was completed, 4,000 chairs were installed to welcome guests of the Success Academy which resumed after 28 months.

28개월 만에 재개된 석세스 아카데미 손님 맞이를 위해 준공 2년 만에 애터미 오롯 비전홀에 4,000개의 의자가 설치됐습니다.



02 Eco-friendly, unlabeled deep sea water was provided for the members in attendance.

환경 친화적으로 리뉴얼된 친환경 무라벨 해양심층수를 참석해주신 회원분들을 위해 제공했습니다.





03 It was a joy to see everyone busily settling in their seats with such excitement at the in-person event after a long time away.

오랜만에 재개된 오프라인 행사에 기쁜 마음을 맘껏 표출하며 분주하게 자리에 착하는 모습이 반갑습니다.



04 As 4,000 people shouted “Aja! Aja! Aja!” in unison, the Success Academy officially began with reciting the company motto.

4,000명이 현장에서 한 목소리로 외쳐보는 ‘아자!아자!아자!’. 애터미 사훈제창으로 석세스아카데미가 시작됩니다.



05 Through Global Insight, a remarkable global performance revealed the power of Atomy despite the two-year pandemic.

글로벌 인사이트를 통해 2년간의 팬데믹에도 불구하고 놀라운 글로벌 성과를 보여준 애터미의 힘을 확인할 수 있었습니다.







06 All members who attended enjoyed the various cultural performances at the site of the Success Academy.

다양한 문화공연과 함께하는 석세스아카데미 현장. 참석한 모든 회원들이 행복하게 공연을 즐겼습니다.





07 With the introduction of Atomy’s new masstige product, Atomy Organic Aromatherapy, members took the time to stretch and release tension.

애터미 매스티지 신상품 “애터미 오가닉 아로마 테라피 ” 소개와 함께 현장에서 회원분들이 스트레칭을 하며 그간의 노고를 함께 풀었습니다.



08 Congratulations to new Crown Master Yong-Kyun Lee who told the story of “Being Nice is a Loss?! The Success Story of the Good-Principled Man.”

“착하면 손해다?! 착한 원칙맨의 성공스토리” 를 들려준 이용균 New 크라운마스터 승급을 축하합니다!







09 “If you change your thinking, your life will change. And if you switch your mindset to Atomy, you will have a happy life.” As Imperial Master Yeon-Ja Lee said, dream of success at Atomy!

“생각이 바뀌면 인생이 달라져요. 그 생각이 애터미로 바뀌면 삶이 행복해져요.”이연자 임페리얼마스터의 말처럼 애터미에서 성공을 꿈꾸시기 바랍니다!

Editor _ Young-Min Lee

Atomy Makes the "Top 10 Global Direct Selling Companies"

An Achievement That Reveals the Potential of Consumer-Centered Direct Selling

애터미 '글로벌 직접판매기업 톱 10' 진입

소비자 중심 직접판매 가능성 드러내는 쾌거



Atomy has ranked among the Top 10 Global Direct Selling Companies. In April, Direct Selling News (DSN), an American magazine covering the industry, compiled the 2021 sales figures of direct selling companies around the world and released the Global 100 list. Atomy secured the #10 spot this year with $1.83 billion in sales. Atomy first appeared on the DSN Global 100 list in 2018 at #20 (based on 2018 sales revenue), climbing to #11 and #12 in 2019 and 2020, and has now succeeded in entering the Top 10 in 2021. This is a first for any Korean multi-level marketing company.

애터미가 글로벌 직접판매 기업 순위 TOP 10에 진입했다. 지난 4월, 미국의 직접판매 전문지 다이렉트셀링뉴스(Direct Selling News, 이하 DSN)는 세계적인 직접판매 기업의 2021년 매출액 순위를 집계한 'DSN Global 100' 리스트를 발표했다. 이 리스트에서 애터미는 18억 3000만 달러의 매출액으로 10위에 올랐다. 지난 2018년 20위로 DSN Global 100 리스트에 등장한 애터미는 2019년 11위, 2020년 12위를 거쳐 2021에는 Top 10 진입에 성공했다. 이는 한국 다단계판매 기업으로는 처음이다.

The First Step Towards a Global Leap in 2010

The history of Atomy's global expansion began in 2010. As sales of Atomy's HemoHIM and Skin Care 6 System was expanding in Korea, news spread by word of mouth, and people started asking if these products could be purchased directly from the United States. The company was troubled because, although there were plans to expand overseas from the very beginning, Atomy had been founded less than a year ago and wanted domestic sales to be stabilized first. But the members' requests could not be ignored, so in May of 2010, Atomy's first global branch, Atomy USA, was officially established and opened in Seattle.

Since then, Atomy's expansion across the globe has been phenomenal. From Japan and Canada in 2011 to the UK in 2021 and Brazil in 2022, Atomy has entered 25 overseas markets in 12 years. It is currently operating in most continents of the world including North and South America, Asia, Oceania, and Europe. As a result, international sales jumped from 4.9 billion KRW in 2010 to 1.62 trillion KRW in 2021, an increase of more than 240 times with an annual growth rate of about 33.7% over the last 11 years.

The products that have driven Atomy's growth in the global market include Atomy HemoHIM, Absolute CellActive Skin Care, Atomy Probiotics, Atomy Toothbrush, and Atomy Toothpaste. HemoHIM is Atomy's widely recognized flagship product that has reached

2010년, 글로벌 도약의 첫발

애터미의 글로벌 진출의 역사는 2010년 시작됐다. 회원들의 입소문을 통해 국내에서 알음알음 매출이 확대되고 있던 '애터미 헤모힘'과 '애터미 스킨케어 6 시스템'이 미국 사회에도 알려지면서, 미국에서 직접 구매할 수 있냐는 문의가 들어오기 시작했다. 당시 창업한 지 만 1년이 되지도 않은 애터미로서는 고민이 깊을 수밖에 없었다. 시작할 때부터 해외 진출을 염두에 두고 있었지만, 국내 사업이 안정된 이후라고 생각했기 때문이다. 그러나 회원들의 요청을 무작정 미룰 수만은 없었다. 그리하여 2010년 5월, 미국 시애틀에서 애터미 최초의 해외법인인 미국법인이 설립됐고 공식 영업에 들어갔다.

이후, 애터미의 해외 진출은 눈부셨다. 2011년 일본과 캐나다에 이어 2021년 영국과 2022년 브라질에 이르기까지 12년 동안 25개 해외 시장에 진출했다. 대륙별로 보면 북미와 남미, 아시아, 오세아니아, 유럽까지 아프리카 대륙을 제외하고는 모든 대륙에서 애터미가 영업하고 있다, 이에 따라 해외법인에서의 매출액은 2010년 49억 원에서 2021년 1조 1962억 원으로 240배 이상 늘어났다. 11년간 매년 33.7%씩 성장해 온 것이다.

글로벌 시장에서 애터미의 성장을 견인하고 있는 제품은 '애터미 헤모힘'과 '앱솔루트 셀랙티브 스킨케어', '애터미 친생유산균', '애터미 칫솔'과 '애터미

DSN Ranking by Year (based on sales from the previous year)

Year	Domestic (KRW in millions)	International (KRW in millions)	Ranking
2021	**1,033,114**	**1,196,190**	**10**
2020	1,061,540	744,411	12
2019	1,131,268	392,416	11
2018	970,761	270,700	20

combined sales of 380 billion KRW as of 2021. It is the single product that ranks #1 in sales among health functional foods in Korea. In addition, Absolute CellActive Skin Care is the first cosmetics company to win three technology awards including the King Sejong Award (top prize for patent technology), NEP certification, and the IR52 Jang Young-shil Award, generating over 100 billion KRW in annual sales.

Revealing the Potential of Consumer-Centered Direct Selling

The core of Atomy's global expansion strategy is none other than consumer-centered direct selling. Technically, direct selling is part of the distribution industry, but from a personal point of view, it's an individual business that anyone can do. Until now, the direct selling industry has been regarded and developed as a private business. Rather than a form of distribution that comes to the consumers, the industry has grown by promoting unique products and generous compensation plans to help independent business owners succeed. Still, direct selling markets around the world have remained relatively stagnant in recent years. According to WFDSA data, the global direct selling industry went from $180 billion in 2017 to $179.3 billion in 2020, showing a negative growth rate of 0.1%, while the global economy showed a positive growth of 3.04% during the same period. Atomy's climb to the "Top 10 Global Direct Selling Companies" shows that consumer-centered direct selling has real potential. In 2019, Atomy was the first direct selling company in Korea to receive CCM (Consumer-Centered Management) certification, and it was recertified in 2021. Moreover, In February of this year, Atomy Japan was recognized for its voluntary declaration of "consumer-oriented management" by Japan's Consumer Affairs Agency. Consumer-centered direct selling has begun spreading overseas.

Atomy's consumer-centered direct selling deems that the success of independent business owners depends upon consumer choice. If consumers choose Atomy, the success of the business operators who promote Atomy products will follow naturally. Through competition in the market, Absolute Quality Absolute Price and GSGS will be favored by consumers above uniqueness of the products. It means offering products that sell well and benefit consumers rather than products for compensation.

Atomy is still a fairly young company that has been in business for a little over 10 years now. A company from Korea, not from the U.S. which is the birthplace of direct selling, was able to beat out numerous other companies from around the world that have been around for decades and make it into the Top 10 Global Direct Selling Companies. It is even more meaningful in that it clearly shows the potential of consumer-centered direct selling.

연도 별 매출 및 DSN 순위

연도	국내(백만 원)	해외(백만 원)	순위
2021	**1,033,114**	**1,196,190**	**10**
2020	1,061,540	744,411	12
2019	1,131,268	392,416	11
2018	970,761	270,700	20

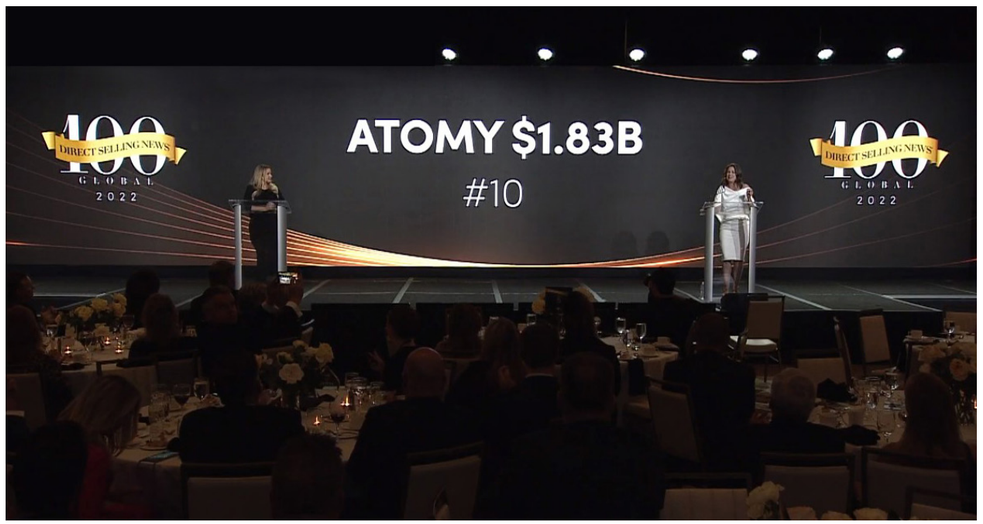
치약' 등이다. '애터미 헤모힘'은 자타가 공인하는 글로벌 애터미의 대표제품으로 2021년 기준 국내와 합쳐서 3800억 원가량 판매됐다. 단일 제품 기준으로는 국내 건강기능식품 가운데 매출 1위를 다투는 제품이다. 또한 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어는 특허기술상 대상격인 세종대왕상 수상을 비롯해 NEP 인증, IR52 장영실상 수상 등 화장품으로서는 처음으로 기술 3관왕을 달성하며 연간 1000억 원 이상의 매출을 올리고 있다.

소비자 중심 직접판매의 가능성 드러내

애터미의 해외 진출 전략의 핵심은 다름 아닌 소비자 중심 직접판매다. 직접판매 방식은 산업으로 보면 유통 산업에 속하지만, 개인의 관점에서 바라보면 진입장벽이 없는 개인 사업이다. 지금까지 전 세계의 직접판매 산업은 개인 사업이라는 점에 초점을 맞추고 발전해 왔다. 소비자에게 다가가는 유통이라기보다는 독립사업자들의 성공을 위해 유니크한 상품, 후한 보상플랜 등을 내세우며 성장을 도모했다. 그럼에도 불구하고 전 세계 직접판매시장은 최근 들어 답보상태를 벗어나지 못하고 있다. WFDSA 자료에 따르면 글로벌 직접판매 산업은 2017년 1800억 달러에서 2020년 1793억 달러로 연평균 0.1% 역성장했다. 같은 기간 세계 경제의 연평균 성장률은 3.04%였다. 이번 애터미의 글로벌 직접판매 기업 순위 10위권 진입은 애터미가 펼치고 있는 소비자 중심 직접판매의 가능성을 보여준다고 할 수 있다, 애터미는 지난 2019년 국내 직접판매 업계 최초로 소비자중심경영(CCM)인증을 받았으며 2021년 이의 재인증에 성공했다. 또한 올해 2월에는 일본 법인이 일본 소비자청의 '소비자 지향 경영' 자주 선언의 인정을 받았다. 소비자 중심 직접판매가 해외로 뻗어나가기 시작한 것이다.

애터미의 소비자 중심 직접판매는 독립사업자들의 성공은 소비자들의 선택에 달려있다는 판단이다. 소비자들이 애터미를 선택한다면 애터미의 제품을 홍보하는 독립사업자들의 성공도 자연스럽게 따라오게 된다는 것이다. 절대품질 절대가격, GSGS 등은 유니크한 제품 보다는 시장에서의 경쟁을 통해 소비자의 선택을 받겠다는 것이다. 수당을 위한 제품이 아니라 '잘 팔리는 제품', 즉 소비자가 판단했을 때 이익이 되는 제품을 판매함으로써 독립사업자들의 성공을 지원한다는 의미다.

애터미는 이제 10년 조금 넘은, 어찌 보면 아직 10대에 불과한 신생기업이다. 창업한 지 수십 년이 넘은 수많은 다국적 직접판매 기업들을 제치고, 직접판매의 발상지인 미국도 아닌 한국 기업이 전 세계 직접판매 기업 가운데 최상위 10개 기업에 포함됐다. 이는 바로 소비자 중심 직접판매의 가능성을 여실히 보여준 것이라는 점에서 그 의미가 한층 더 깊다고 할 수 있다.



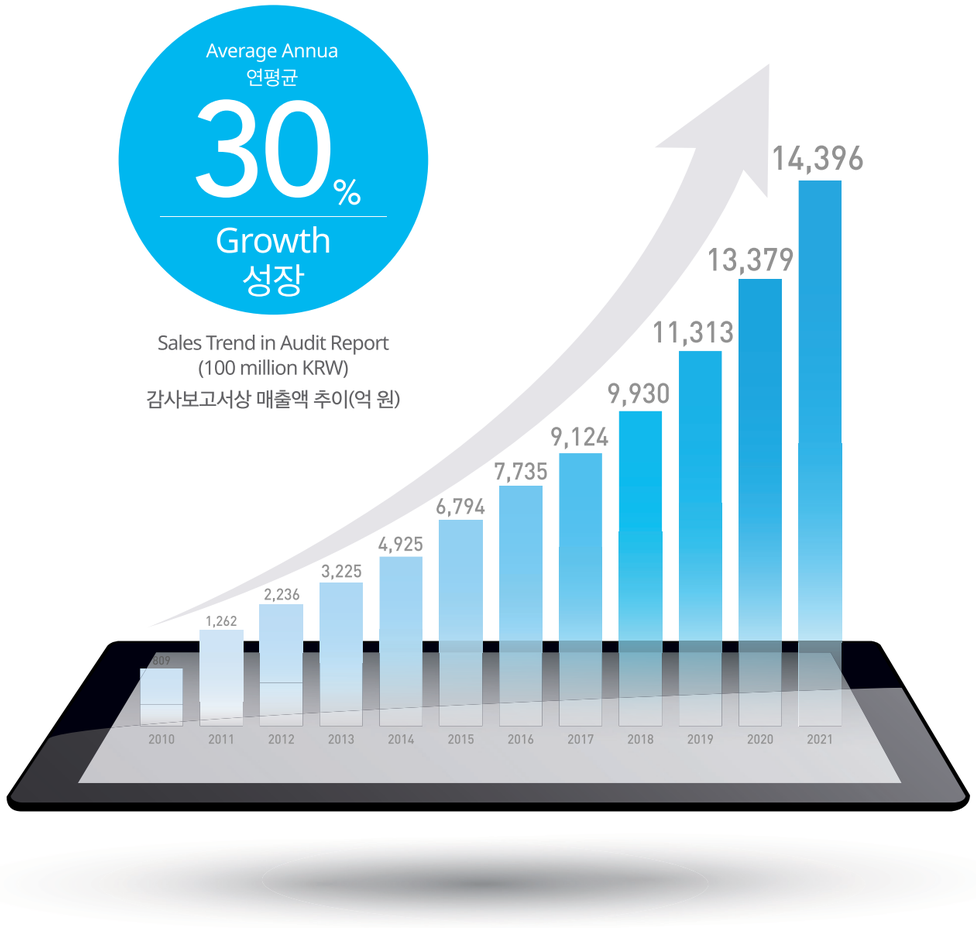
DSN Global 100 Announces Atomy in the Top 10, April 2022 2022년 4월 DSN Global 100 발표 현장, Top 10 'ATOMY'

애터미, 12년 연속 성장했다

연결 기준으로는 1조 9,307억 원, 전년비 21% 신장

Atomy Has Grown For 12 Years in a Row

Consolidated Profit of 1.93 Trillion KRW, Year-over-Year Growth of 21%



2022년 4월 발표된 애터미의 감사보고서상 매출액은 1조 4,396억 원으로 2020년의 1조 3,379억 원에 비해 7.60% 증가했다. 또 해외 법인의 매출까지 포함한 연결기준으로는 1조 9,307억 원으로 2020년 대비 21.39% 늘어났다. 감사보고서의 매출액은 공정거래위원회가 발표하는 다단계판매 업체의 매출액과는 상이하다. 공정위 매출액에는 부가가치세가 포함되는 반면 수출액은 포함되지 않는다. 반면 감사보고서 매출액은 부가가치세를 포함하지 않는 대신 수출액이 포함된다.

According to an audit report released in April 2022, Atomy recorded sales of 1.44 trillion KRW, a 7.6% increase from 1.34 trillion KRW in 2020. Moreover, consolidated sales which includes profits from all overseas branches reached 1.93 trillion KRW, up 21.4% from 2020. Sales in the audit report differ slightly from the sales of multi-level marketing companies reported by the Fair Trade Commission. The FTC figures include value-added tax, but not exports, whereas the audit report does not include VAT, but includes exports.

12 Consecutive Years of Growth Since Inception

Atomy has extended its record of growth as it posted sales of 1.44 trillion KRW last year (based on audit reports), showing growth for 12 consecutive years from its founding in 2009 through the end of 2021. The average annual growth rate was 29.9% in the 11-year period from 2010 to 2021. Last year, Atomy recorded a cost of sales of 46.64%, nearly 10% higher than the average of 36.94% reported by other companies. By contrast, its selling, general and administrative expenses (SG&A) was 19.27% which was more than 6% lower than the average. The sales allowance (sponsorship commission) was 359.2 billion KRW, making up 24.95% of sales. The reason for the low sponsorship commission ratio is because sales, which are the basis for commission, is limited under the Door-to-Door Sales Act to multi-level sales. Any other sales such as exports are not included. Based on data released by the Fair Trade Commission, Atomy's sponsorship commission ratio in 2021 was estimated to be 34.87%.

창업 이후 12년 연속 성장

애터미가 연속 성장 기록을 12년으로 늘렸다. 지난해 1조 4,396억 원의 매출(감사보고서 기준)을 기록하며 2009년 창업 이후 2021년까지 12년 연속 성장했다. 2010년부터 2021년까지 11년간 연평균 29.9% 성장한 것이다. 애터미는 지난해 46.64%의 매출원가를 기록, 매출원가를 공개한 다단계판매 기업 평균(36.94%) 대비 10% 가까이 높았다. 반면 판매관리비는 19.27%로 평균 대비 6% 이상 낮았다. 매출에누리(후원 수당)는 3,592억 원으로 매출액의 24.95%였다. 후원 수당 지급비율이 낮은 것은 방문판매법상 후원 수당의 기준이 되는 매출액은 다단계판매에 의한 매출로 제한되기 때문이다. 수출 등 다단계판매 이외의 매출은 포함되지 않는다. 공정거래위원회가 발표하는 자료를 기준으로 하면 2021년 애터미의 후원 수당 지급비율은 약 34.87% 정도인 것으로 추산된다.

애터미의 경영지표도 매우 양호한 것으로 나타났다. 기업의 지급능력을 나타내는 부채비율과 유동비율은

Audit Report Comparison Table (Atomy vs. Other Reporting Companies)

Category	Atomy	Industry Average (excluding Atomy)
		Companies submitting audit reports
Sales growth rate	7.64	-5.45
Net profit margin	10.12	1.61
Operating expense ratio	19.27	26.10
Cost ratio	46.64	36.57
Sponsorship commission ratio	24.95(1)	33.22
Salary ratio	1.62	7.27
Operating profit margin	9.14	4.11
Ratio of donations to net income	16.15	0.45
ROE	21.63	-0.24
Current ratio	328.20	293.62
Debt ratio	19.34	50.92

(1) Approximately 34.87% according to Fair Trade Commission

Atomy's management indicators were also very good. The debt ratio and current ratio, which gauge a company's solvency, were at 19.34% and 328.20%, respectively. The lower the debt ratio, the better, and a high current ratio of at least 200% means the company has great stability. ROE (Return on Equity), a measure of a company's profitability, was recorded at 21.63%, and the net profit margin, an indicator of operational efficiency, was at 10.12%. Atomy's stability in business management was even more striking when comparing with the average of all the multi-level marketing companies that submitted audit reports. Excluding Atomy, the average ROE of the other companies was -0.24%. Moreover, the average debt ratio was 50.92% and the current ratio was 293.92%. The data (excluding ROE) shows that stability in management of multi-level marketing companies is better overall than that of regular companies, but it still falls short of Atomy's.

감사보고서 비교표 (애터미 VS 보고서 제출기업)

항목	애터미	업계 평균 (애터미 제외)
		감사보고서 제출 전체 기업
매출액성장률	7.64	-5.45
당기순이익률	10.12	1.61
일반관리비 비중	19.27	26.10
원가율	46.64	36.57
후원수당 지급비율	24.95(1)	33.22
급여 비중	1.62	7.27
영업이익률	9.14	4.11
순익대비 기부금비중	16.15	0.45
ROE	21.63	-0.24
유동비율	328.20	293.62
부채비율	19.34	50.92

(1) 공정거래위원회 기준으로는 약 34.87%

각각 19.34%, 328.20%를 기록했다. 부채비율은 낮을수록 좋으며 유동비율은 200% 이상이 권장되며 높을수록 기업의 안정성이 높다고 해석할 수 있다. 기업의 수익성을 나타내는 대표적인 지표인 ROE(Return on Equity, 자기자본순이익률)는 21.63%, 영업활동의 효율을 나타내는 매출액순이익률은 10.12%를 기록했다.
이러한 경영 안정성은 감사보고서를 제출한 전체 다단계판매 기업 평균과 비교해 보면 더욱 두드러진다. 애터미를 제외한 나머지 다단계판매 기업들의 평균 ROE는 -0.24%로 나타났다. 또 부채비율은 50.92%이며 유동비율은 293.62였다. ROE를 제외하면 다단계판매 기업들의 평균 경영 안정성은 일반 기업에 비해 양호한 편임에도 애터미에는 미치지 못하고 있다.

해외 법인 성장 눈부셔

지난해에도 해외 법인의 성장은 눈부셨다. 2021년 기준 영업 중인 해외 법인은 모두 22개 법인이다. 이 가운데 지난해 오픈한 법인은 카자흐스탄, 터키, 뉴질랜드, 키르기스스탄, 영국 등 5개 법인이다. 전체 해외 법인의 순매출액은 2020년 대비 23.68% 증가하며 기대 이상의 성적표를 받았다. 순매출액은 부가가치세와 후원 수당 지급액을 제외한 매출액을 의미한다. 2019년 이전에 영업을 시작한 해외 법인 가운데 가장 높은 매출신장률을 기록한 법인은 82.48%의 성장률을 기록한 인도네시아다.
이어 말레이시아와 러시아가 각각 49.19%와 41.00%로 2위와 3위에 올랐다. 가장 많은 매출액을 기록한 법인은 중국과 대만, 말레이시아, 미국, 러시아 순이었다. 이 가운데 중국과 대만, 말레이시아, 미국 등 4개 법인은 후원 수당과 부가세를 포함한 총매출액 기준으로 연 매출 1,000억 원을 넘어섰다. 이어 싱가포르와 일본, 인도네시아 등이 경합을 벌이고 있다. 또 2021년에 영업을 시작한 법인 가운데에서는 카자흐스탄이 가장 두각을 나타내고 있다.

Astounding Growth of Global Branches

Growth of Atomy's global branches was also remarkable last year. By the end of 2021, there were a total of 22 overseas branches in operation. Among them, five countries opened last year including Kazakhstan, Turkey, New Zealand, Kyrgyzstan, and the United Kingdom. Net sales of all global subsidiaries, which excludes value-added tax and sponsorship commission, exceeded expectations, increasing by 23.68% compared to 2020. Among the branches that opened before 2019, Atomy Indonesia showed the highest growth rate at 82.48%, followed by Malaysia at 49.19% and Russia at 41.00%. The branches that recorded the highest sales figures were China, followed by Taiwan, Malaysia, the U.S. and then Russia. Of these, all but Atomy Russia exceeded 100 billion KRW in annual sales based on total sales, which includes value-added tax and sponsorship commission. Atomy Singapore, Japan, and Indonesia are also close behind, and among the branches that launched in 2021, Kazakhstan has been at the forefront.

1,000억 이상 기업 모두 성장 VS 400억 이하 기업 모두 역성장

한편, 2021년도 국내 다단계판매 업계는 빈익빈 부익부 현상이 두드러진 한해였다. 감사보고서를 제출한 27개 기업 가운데 매출액이 증가한 기업은 11개사로 전체의 41%에 불과했다. 특히 매출액 기준 상위 10개 기업 가운데에서는 1개사만 매출액이 감소했으나, 10위권 바깥에서는 17개 기업 가운데 단 3개사만 매출이 증가했다. 더욱이 1,000억 원 이상의 매출액을 기록한 업체는 예외 없이 모두 성장했다. 그러나 매출액 400억 원 미만의 기업들은 모두 마이너스 성장을 기록해 극명한 대조를 보였다.
감사보고서 제출 기업 전체로 보면 27개 다단계판매 기업의 매출액 합계는 4조 6,296억 원으로 7.7% 증가했으나, 애터미의 수출액을 제외하면 2% 가까이 감소한 것으로 나타났다. 감사보고서를 제출한 27개 다단계판매 기업의 평균 매출원가는 36.94%였으며 평균 판매관리비는 25.85%, 평균 매출액순이익률은 1.92%인 것으로 나타났다.

Companies Over 100 Billion KRW Show Positive Growth vs. Companies Less Than 40 Billion KRW Show Negative Growth

In the domestic multi-level marketing industry, the year 2021 revealed a growing divide between the rich and poor. Of the 27 companies that submitted audit reports, 11 had an increase in sales, accounting for 41% of the total. Among the top 10 companies, only one saw a decrease in sales, and of the 17 other companies, only three had an increase in sales. Moreover, all companies that recorded sales of at least 100 billion KRW showed positive growth without exception. By stark contrast, the companies with sales of less than 40 billion KRW all recorded negative growth. The combined sales of these 27 MLM companies rose 7.7% to 4.63 trillion KRW, but if you take out figures from Atomy exports, that number drops nearly 2%. While the average cost of sales of the 27 reporting companies was 36.94%, operating expenses averaged 25.85%, and the average net profit margin was 1.92%.

Editor _ Young-Min Lee

Atomy Absolute CellActive Skincare Shines With King Sejong Award

CellActive Code and CellActive Technology Gain Recognition for Best Technology in Cosmetics

세종대왕상에 빛나는 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어

셀랙티브 코드 & 셀랙티브 테크놀로지, 화장품 최고의 기술로 공인 받다



The CellActive Code and CellActive Technology utilized in Absolute CellActive Skincare have received the King Sejong Award for patent technology. Having already been granted the IR52 Jang Young-shil Award and NEP (New Excellent Product) certification, Absolute CellActive was the very first skincare line to achieve a triple crown in the cosmetics industry in Korea. A representative from the product planning team stated, "Absolute CellActive Skincare is a premium cosmetic that combines the best ingredients with the best technology. And as the development period of one and a half years indicates, it would be difficult to find a product that surpasses Absolute in quality and price." Absolute is Atomy's leading skincare line. Since it first launched in 2017, cumulative sales have exceeded 500 billion KRW (~$400 million).

앱솔루트 셀랙티브 스킨케어에 적용된 '셀랙티브 코드 & 셀랙티브 테크놀로지'가 특허기술대상 세종대왕상을 받았다. 이미 받은 'IR52장영실상'과 'NEP'인증까지 국내 화장품 업계 사상 최초로 트리플 크라운을 달성한 것이다. 상품기획팀 관계자는 "앱솔루트 셀랙티브 스킨케어는 최고의 원료와 최고의 기술이 만난 프리미엄 화장품"이라며 "1년 6개월이라는 실제 개발 기간이 말해주듯이 품질과 가격 면에서 앱솔루트를 뛰어 넘는 제품은 나오기 힘들 것"이라고 말했다. 애터미를 대표하는 화장품, 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어(이하 앱솔루트). 2017년 첫 출시 이후 지금까지 누적 매출액이 5,000억 원을 훌쩍 넘는다.

How Far Can Cosmetics Go?

From the start, the development of Absolute was not an easy process. Atomy's existing cosmetics set, Atomy Skincare 6 System (now known as "The Fame"), was a popular luxury product that had represented Atomy from its founding. It was a winner in cost-effectiveness selling more than 100 billion KRW (~$75 million) annually with the catchphrase of "Just try it once." Therefore, Absolute not only had to be at a premium level of cost-effectiveness, but also be able to surpass world-class luxury cosmetics in quality.

The process was quite challenging as both quality and price had to be considered simultaneously. Cosmetics generally take three to six months to be developed, but for Absolute, it took as long as one and a half years from conception at the research institute to the final product because it had to "have it all." Product director Eun-Young Lee said that the development of Absolute took a long time because "the idea was to combine all the best ingredients from the top cosmetics into one set." As a result, the raw materials had to be chosen very selectively. Epidermal Growth Factor, or EGF, alone is an extremely expensive ingredient priced at trillions of won per kilogram. Moreover, other high-priced ingredients such as dormin, lupin protein, and Yosemite fermented extract were also used abundantly.

화장품, 어디까지 갈 수 있나 그 천착의 결과물

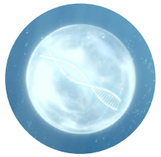
앱솔루트는 개발 과정부터 쉽지 않았다. 기존 애터미의 기초화장품은 창립 당시부터 애터미를 대표해온 대중명품 제품인 '애터미 스킨케어6시스템'(현재 더 페임, 이하 6시스템)이라는 제품이었다.

'일단 한 번 발라 봐'라는 캐치프레이즈만으로 한 해 1000억 원 이상씩 팔리는 가성비의 승자였다. 때문에 앱솔루트는 가성비도 프리미엄급이 되어야 하는 것은 물론이거니와 가격을 떠나 품질에서도 세계적인 명품 화장품을 능가해야 했다.

품질은 물론 가격까지도 동시에 고려해야 했던 만큼 개발 과정도 만만찮았다. 실제 연구소에서 개발을 시작한 뒤 최종 제품이 나오기까지 무려 1년 6개월이라는 시간이 걸렸다. 일반적으로 화장품 개발에는 짧게는 3개월에서 보통 6개월 정도 걸린다고 한다.

개발하는데 오래 걸린 이유는 '욕심이 많아서'였다. 이은영 상품담당 이사는 앱솔루트의 개발이 오래 걸린 것에 대해 "콘셉트가 유명 화장품 브랜드의 대표적인 제품을 하나의 세트에 담는 것"이었기 때문이라고 말했다. 그러다보니 원료 성분에 대해서도 까다로울 수밖에 없었다. 'EGF(Epidermal Growth Factor, 상피세포성장인자)'만 해도 킬로그램 당 조 단위를 호가하는 초고가의 성분이다. 거기에 식물의 휴면상

Atomy Absolute CellActive Skincare Ingredients
애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어 원료



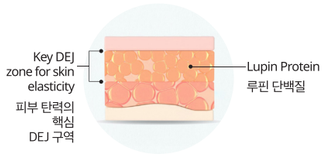
Plant-based High Purity EGF
식물성 고순도 EGF

Cell growth factor most similar to that found in human body
인체와 가장 유사한 세포 성장 인자



Dormin
도르민(Dormin)

Prevents aging skin using cellular dormancy
세포 휴면기를 이용해 피부 노화 방지



Lupin Protein
루핀 단백질

Maintains elasticity between skin epidermis and dermis
피부 표피와 진피 사이에서 탄력을 유지



Yosemite Fermented Extract
요세미티 발효여과물

Acquired from trees of longevity in Yosemite National Park
요세미티 국립공원의 장수나무에서 채취

The cost of materials was so high that the development team did not even think about making a sample product at the time. The researchers even joked about not breathing too hard in the lab because if the ingredients were blown away, tens of thousands of dollars would be wasted. These expensive high-end ingredients are distributed into the Atomy Absolute CellActive Code multi-complex comprising of Almight, Brightening, and Lifting. The CellActive Code is formulated and optimized specifically for each of the six products in Atomy Absolute.
Director Eun-Young Lee explained, “If we had considered the cost, the development of Absolute would have been virtually impossible.” In addition, the cost pressure intensified as the set, which was originally planned with 4 to 5 products, was readjusted to 6 products in line with the original 6 System. One researcher said, “Absolute is the result of persistent effort on how far cosmetics can go without considering the cost.”

Best Technology Applied For a Triple Crown

The best raw materials have to be combined with the best technology in order to create the best product. The technology applied to Absolute is considered to be the top in cosmetics. It is a “peptide design technology specializing in binding to specific skin cell receptors.” This technology called “CellActive Code” and “CellActive Technology” first encapsulates the active ingredients so that they can be effectively absorbed into skin cells, and then attaches the peptide with increased binding power to a secondary capsule. Through this, the delivery efficiency of the three skin components, Almight, Brightening, and Lifting, is maximized.
It is a combination of cosmetics DDS (Drug Delivery System) technology, which combines anti-aging and whitening ingredients that are similar to and safe for skin, and medical DDS technology, a targeted drug delivery technology that enables active ingredients to reach damaged skin cells stably and accurately. It has obtained patents domestically in Korea and has filed PCT patents in 13 other countries including China. Additionally, Absolute has incorporated the patented “Concentrated Micro Complex Encapsulation Technology,” an upgraded version of the original 6 System’s Multi-Liquid Crystalline Encapsulation Technology. It is a unique technology that encapsulates both water-soluble and oil-soluble active ingredients into one capsule, enhancing absorption with its excellent skin compatibility. Furthermore, the High Purification, Fresh Bio, and Fermentation Technologies applied to the 6 System were also utilized.

태를 조절하는 도르민(Dormin), 루핀단백질(Lupin Protein), 요세미티발효여과물 등 값비싼 성분들을 아낌없이 사용했다.
당시 개발팀에서는 원가가 너무 비싸서 샘플 제품을 만들 생각도 못했을 정도였다. 우스갯소리지만 연구원들 사이에서는 연구실 안에서 숨도 크게 쉬지 말라는 말이 돌았다고 한다. 혹여 원료성분들을 날리기라도 하면 수십 수백만 원을 허공에 날리게 되기 때문이었다.
이러한 고가의 최고급 원료들은 올마이트(Almight), 브라이트닝(Brightening), 리프팅(Lifting) 등 세 가지의 애터미 앱솔루트 셀랙티브 코드라는 멀티 콤플렉스(복합성분)로 나뉘어진다. 앱솔루트의 6종 제품에는 각각의 애터미 앱솔루트 셀랙티브 코드가 각각의 용도에 맞게 최적화되어 배합된다.
때문에 이은영 이사는 “원가를 생각했다면 앱솔루트의 개발은 사실상 불가능했을 것”이라고 말했다. 게다가 애초에 4종이나 5종으로 기획했던 세트도 6시스템에 맞춰 6종으로 재조정하다 보니 원가 압박은 더욱 심해졌다. 한 연구원은 “(앱솔루트는) 원가를 고려하지 않고, 화장품이 어디까지 갈 수 있나에 대한 천착의 결과물”이라고 말했다.

트리플 크라운에 빛나는 최고의 기술 적용

최고의 원료는 최고의 기술을 만나야 최고의 제품으로 완성된다. 앱솔루트에 적용된 기술은 화장품에 사용된 기술로는 최고의 기술로 평가된다. 바로 ‘피부세포 수용체별 결합 특화 펩타이드 설계 기술’이다. ‘셀랙티브 코드 & 셀랙티브 테크놀로지’로 불리는 이 기술은 효능 성분이 피부 세포에 효과적으로 흡수되도록 1차 캡슐화한 후 결합력을 높인 펩타이드를 2차 캡슐에 부착하는 기술이다.
이를 통해 셀랙티브 코드의 3가지 복합성분인 올마이트, 브라이트닝, 리프팅 등 3가지 피부 효능 성분의 전달 효율성을 극대화한 것이다.
항노화 및 미백 성분을 피부와 유사하고 안전하게 배합하는 ‘화장품 DDS 기술(Drug Delivery System, 화장품 효능성분 전달기술)’과 해당 성분이 손상된 피부세포에 안정적이고 정확하게 도달할 수 있도록 하는 ‘의약품 DDS 기술(표적형 약물 전달기술)’이 융복합한 기술이다. 국내 특허를 취득했으며 해외 12개국 PCT 국제특허와 중국특허 출원도 완료했다.
이와 함께 앱솔루트에는 6시스템의 다중액정캡슐 기술이 업그레이드 된 특허기술 ‘농축 마이크로 복합캡슐 기술이 적용됐다. 하나의 캡슐에 수용성(水溶

IR52 Jang Young-shil Award
IR52장영실상

All 6 products awarded, 2020
6종 전 라인 수상, 2020

Award for technological achievements representing Korea, hosted by the Korea Industrial Technology Association
한국산업기술진흥협회에서 주관하는 상으로 한국을 대표하는 기술적 성과에 대한 시상

NEP Certification
NEP 인증

First ODM certification, 2020
ODM 최초 인증, 2020

A system for certifying products incorporating technology developed for the first time in Korea, organized by the Korean Agency for Technology and Standards
국가기술표준원에서 주관하여 국내에서 최초로 개발된 기술을 적용한 제품을 인증하는 제도

King Sejong Award in Patent Technology
특허기술상 세종대왕상

First cosmetics to win award, 2021
화장품 최초 수상, 2021



System for discovering patents that have made significant contributions to industrial development among innovative or complex new technologies to secure national industrial competitiveness, awarded by the Korean Intellectual Property Office
국가 산업경쟁력 확보를 위해 혁신적인 신기술이나 난이도가 높은 기술 중 산업 발전에 기여도가 높은 특허를 발굴하여 특허청이 시상하는 제도의 대상

With this combination of the best raw materials and the best technology, Absolute has received the highest level of evaluations. The P&K Skin Clinical Research Center conducted a 4-week user experience evaluation on 20 women between the ages of 35 and 55. All 20 participants responded that they felt their skin "become moisturized," and 95% said they felt their skin glow and become more radiant, healthier and stronger. About 90% reported that their skin became "firmer and more elastic," and they experienced a "more even skin texture." Absolute also received an "EXCELLENT" rating by Dermatest, a German dermatology research institute that boasts high reliability based on strict standards and procedures.

After passing customized tests in various clinical trials, Absolute was shown to have a remarkably low probability of causing skin allergies or irritation after use, deeming it a safe product that excludes ingredients that may cause skin irritation. This "specialized peptide design technology for binding to skin cell receptors" is the only technology applied to cosmetics that has achieved a triple crown with the IR52 Jang Young-shil Award, NEP (New Excellent Product) certification, and the King Sejong Award for patent technology.

▶ IR52 Jang Young-shil Award for All 6 Products

Named after Jang Yeong-sil, the leading scientist of the Joseon Dynasty, the IR52 "Jang Young-shil" Award is organized by the Korea Industrial Technology Association and is granted to achievements in technology that represent Korea. It was established to raise the morale of technology developers by selecting and rewarding organizations with excellent new products in technology and achievements in technological innovation under the catchphrase of "the best technology and the best product our company has created." The IR stands for "Industrial Research" which means discovering a company's research achievements, and the 52 means awarding one product each week for 52 weeks of the year.



▶ NEP (New Excellent Product) Certification for Innovative Technology

NEP certification is a system to certify products that have implemented technology developed for the first time in Korea. It is granted by the Korean Agency for Technology and Standards, and in order to become certified, a product's performance and quality must be outstanding compared to other products of the same type and show far-reaching technical and economic ripple effects. More than 1,000 products have received NEP certification thus far, but Absolute CellActive Skincare was only the second to become certified among beauty products which have a very strict set standards, making it that much more valuable.

▶ First in Cosmetics to Win King Sejong Award in Patent Technology

Lastly, the Patent Technology Award is granted by the Korean Intellectual Property Office (KIPO) through the discovery of patents that contribute to industrial development among innovative new technologies or high technologies in order to secure national industrial competitiveness. Among the inventions registered at KIPO, inventions/designs are recommended by the Registration Decision Examiner and then selected by the Review Council. There are several awards such as the King Sejong Award, Chungmugong Award, Jiseokyeong Award, and Hongdaeyong Award, of which the King Sejong Award is the highest "grand prize."



性)과 유용성(油溶性) 활성 성분을 함께 담는 기술로 우수한 피부 친화성으로 흡수력을 높인 기술이다. 또한 고순도 정제기술, 후레쉬바이오기술, 발효기술 등 6시스템에 적용된 기술도 사용됐다.

이렇듯 최고의 원료와 최고의 기술이 만난 앱솔루트는 최고 수준의 평가를 받았다. P&K 피부임상연구센터에서 35세에서 55세 사이의 여성 20명을 대상으로 4주간의 사용자 경험 평가 테스트를 실시한 결과 테스트 참가자 전원이 '피부가 촉촉해지는 것을 느꼈다'고 응답했으며 '피부에 윤기와 광채가 나는 것을 느꼈다'와 '피부의 건강함을 느꼈다' 및 '사용후 피부에 힘이 생기는 것 같다'고 응답한 비율도 95%에 달했다. 또한 참가자 91%는 '피부가 탱탱하고 탄력있어짐을 느꼈다'고, 90%는 '고른 피붓결을 경험했다'고 답했다.

또한 엄격한 기준과 절차로 높은 신뢰도를 자랑하는 독일의 피부과학연구소 '더마테스트사'에서 실시한 'DERMA TEST' 결과, '엑설런트(EXCELLENT)' 등급을 받았다.

이는 앱솔루트가 피부에 자극을 줄 가능성이 있는 성분들을 배제한 안심할 수 있는 제품으로 사용 후 피부 알러지나 자극이 발생할 확률이 현저하게 낮으며 다양한 타입의 피실험군에 대한 맞춤 테스트를 통과해 안정성을 확보했다는 의미다.

'피부 세포 수용체별 결합 특화 펩타이드 설계 기술'은 화장품에 적용된 기술로는 유일무이하게 IR52장영실상과 NEP(New Excellent Product) 인증, 그리고 특허기술상 세종대왕상 등 트리플 크라운을 달성한 기술이다.

▶ 6종 전 라인 IR52장영실상 수상

IR52장영실상은 한국산업기술진흥협회에서 주관하는 상으로 조선시대 대표적인 과학자인 장영실의 이름을 따온 만큼 한국을 대표하는 기술적 성과에 대해 시상한다. '우리 기업이 해낸 최고의 기술, 최고의 제품'이라는 캐치프레이즈 아래 우수신기술 제품 및 기술혁신 성과가 우수한 조직을 선정·포상함으로써 기술개발자의 사기를 높이기 위해 제정됐다. 'IR'은 'Industrial Research'의 약자로 기업의 연구 성과를 발굴한다는 의미를, '52'는 1년 52주 동안 매주 1개 제품을 시상한다는 의미다.

▶혁신기술의 NEP(New Excellent Product) 인증

NEP 인증은 국내에서 최초로 개발된 기술을 적용한 제품을 인증하는 제도로 국가기술표준원에서 주관하고 있다. 인증을 받기 위해서는 제품의 성능과 품질이 같은 종류의 다른 제품과 비교하여 뛰어나게 우수해야 하며 기술적·경제적 파급 효과가 커야 한다. 지금까지 1000여 개가 넘는 제품들이 NEP 인증을 받았으나, 뷰티제품은 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어가 두번째일 정도로 까다로운 인증이라는 점에서 가치가 있다.

▶ 화장품 최초의 특허기술상 세종대왕상 수상

마지막으로 특허기술상은 국가 산업경쟁력 확보를 위해 혁신적인 신기술이나 난이도가 높은 기술 중 산업발전에 기여도가 높은 특허를 발굴하여 특허청이 시상하는 제도다. 특허청에 등록된 발명 중에서 해당 발명·디자인의 등록결정심사관에 의해 추천되어 심사협의회에서 선정한다. 세종대왕상, 충무공상, 지석영상, 홍대용상 등으로 나뉘어지며 이 중 세종대왕상은 가장 높은 등급인 '대상'에 해당한다.

Atomy Absolute CellActive Toner

Premium boosting toner that preps the skin and helps absorption of the other products

This premium whitening toner has a natural brightening effect and calms sensitive skin after washing while providing immediate hydration. It contains 15% of the "Brightening" CellActive Code and uses microemulsion technology to reduce particle size. It is characterized by a light gel-type feel and provides moisture retention, nourishment, and skin-softening effects.

Atomy Absolute CellActive Lotion

Lotion that gently adheres to and boosts the energy of the skin

This lotion strengthens the skin barrier after use of ampoule and serum for intensive care. It has a lamellar structure similar to the structure of the stratum corneum and contains 10% of the "Lifting" CellActive Code, acting gently on the skin.

Atomy Absolute CellActive Ampoule

Highly-effective premium ampoule that reverses the signs of aging

This anti-aging complex has been recognized for its dual functionality of whitening and wrinkle care with a high concentration of CellActive Code for a higher level of de-aging. It utilizes Absolute Technology which targets trouble areas of the skin on its own and contains 30% of the "Almight" CellActive Code. If provides the optimal solution for skin with special plant-based high purity EGF and dormin technology.

Atomy Absolute CellActive Eye Complex

Highly-concentrated whitening eye cream that reduces the appearance of wrinkles and firms the skin around eyes

This product specializes in the eye area through differentiated active ingredients of the CellActive Code that help improve elasticity around the eyes by restoring damaged lipids and creating a film of moisture. It adheres well to the skin while not feeling sticky, and contains 20% of the "Almight" CellActive Code.

Atomy Absolute CellActive Serum

Highly-concentrated premium serum that actively maintains skin elasticity with microemulsion technology

This serum delivers optimal nutrition by increasing adhesion and minimizing stickiness through an ultra high-pressure emulsification process (microfluidizer). It contains 20% of the "Almight" CellActive Code.

Atomy Absolute CellActive Nutrition Cream

Premium nutrition cream that lifts and firms facial skin

This nutrition cream has gone through various clinical trials for wrinkle improvement and facial lifting. It contains 20% of the "Lifting" CellActive Code to enhance the skin's ability to regenerate and give it a natural glow.

애터미 앱솔루트 셀랙티브 토너

피부의 기본을 정돈하고 다음 제품의 흡수를 돕는 프리미엄 부스팅 토너

세안 후 민감해진 피부를 진정시키고 즉각적인 보습을 부여하는 자연스러운 브라이트닝 효과의 프리미엄 미백 기능성 토너로 '셀랙티브 코드 Brightening'을 15% 함유하고 있다. 입자를 작게 하는 마이크로 에멀전 기술을 사용, 가벼운 젤타입의 터치감이 특징이며 수분 휴딩과 영양 공급 및 피부 유연화 효과를 부여한다.

애터미 앱솔루트 셀랙티브 로션

부드럽게 밀착되어 피부 본연의 힘을 채워주는 로션

앰플과 세럼 등의 제품 집중 케어 이후 피부 장벽을 강화한다. 피부 각질층 구조와 유사한 라멜라 구조로 피부에 부드럽게 작용하며 '셀랙티브 코드 Lifting'이 10% 함유되어 있다.

애터미 앱솔루트 셀랙티브 앰플

피부노화 징후 감소에 도움을 주는 고효능 만능 앰플

한 차원 높은 De-aging을 위한 셀랙티브 코드의 집중 농축을 통해 미백과 주름 개선의 이중 기능성을 인정받은 복합 안티에이징 제품이다. 피부 고민 부위를 스스로 찾아가는 앱솔루트 테크놀로지와 '셀랙티브 코드 Almight'를 30% 함유하고 있다. 식물성 고순도 스페셜 EGF와 도르민 기술로 피부를 위한 최적의 솔루션을 제공한다.

애터미 앱솔루트 셀랙티브 아이컴플렉스

눈가의 주름과 탄력을 집중적으로 케어하는 고농축 아이크림 미백

차별화된 효능 성분을 통한 눈가 케어에 특화된 제품이다. 셀랙티브 코드의 효능성분으로 손상된 눈가 지질을 회복하고 보습막을 형성하여 탄력 있는 눈매 연출에 도움을 준다. 끈적이지 않고 피부에 밀착되며 '셀랙티브 코드 Almight'가 20% 함유되어 있다.

애터미 앱솔루트 셀랙티브 세럼

마이크로 에멀전 기술로 집중적 피부 속 탄력을 케어하는 프리미엄 농축 세럼

초고압 유화 처리 공법(M/F Micro Fluidier) 적용으로 밀착력은 높이고 끈적임은 최소화해 산뜻한 영양감을 부여한다. '셀랙티브 코드 Almight'가 20% 함유되어 있다.

애터미 앱솔루트 셀랙티브 영양크림

얼굴의 피부선을 탄력 있게 잡아 주는 프리미엄 영양 크림

주름 개선 기능성 및 안면리프팅에 대한 임상테스트를 완료한 제품이다. '셀랙티브 코드 Lifting'을 20% 함유, 피부 자생력을 높여주고 자연스러운 윤기를 부여한다.



Over 100 Billion KRW (~$75 Million) Sold Annually Worldwide

After many initial challenges, Absolute CellActive Skincare was released in 2017 with 6 products: Toner, Ampoule, Serum, Lotion, Eye Complex, and Nutrition Cream. In the first year of its launch, it sold over 2 million units separately, achieving success beyond expectations. Absolute CellActive Skincare, which cost 198,000 KRW (~$150) at the time, was more than 2.5 times more expensive than Atomy's flagship cosmetic line, Atomy Skin Care 6 System, which cost 76,500 KRW (~$60) for a set of 6 and sold like hot cakes. According to data from the Fair Trade Commission, the Absolute CellActive Skincare Set, which launched in September 2017, posted sales of 53.8 billion KRW, or about $40 million (excluding single item sales), quickly becoming the second best seller in the cosmetics industry. In 2019, it recorded sales of 126.6 billion KRW (~$100 million) worldwide, ranking first as the cosmetics bestseller in the Korean network marketing industry and maintaining the number one spot to date.

Although the sales of Absolute slowed down for a short while in 2020 and 2021 due to the COVID-19 pandemic, sales have gradually increased with the easing up of social distancing restrictions in 2022. In fact, sales of Absolute in the first half of 2022 increased by more than 50% compared to the first half of 2021, with an overall increase of 10.22%. In addition, the top-selling product, Ampoule, sold 3.35 million units cumulatively as of the first half of this year, followed by 2.2 million units of Toner. The cumulative sales volume of all 6 products are 13.58 million units. Absolute has gone beyond the level of just a luxury cosmetic. It has established itself as a popular premium luxury brand. The popularity of Absolute is all the more meaningful as it was achieved solely through product competitiveness in quality and price. Since its launch, Absolute has neither been marketed publicly such as through advertisements in newspapers and broadcasts nor entered department stores or cosmetics shops. It has produced an amazing performance of 100 billion KRW (~$75 million) annually only through word-of-mouth marketing by members who have used the products. This would not have been possible if the best technology had not been applied to the best raw materials. This is the reason why Absolute's assurance that "even though there may be someone who has never used it before, there is no one who has used it just once" actually makes sense.

전 세계에서 연간 1000억 이상 판매

많은 산고를 거쳐, 2017년 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어는 토너(Toner), 앰플(Ampoule), 세럼(Serum), 로션(Lotion), 아이컴플렉스(Eye Complex) 등 6종으로 출시 됐다. 출시 첫해인 2017년, 단품 기준 200만 개가 넘게 팔리며 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어 라인은 기대 이상의 성공을 거뒀다. 당시 6종 한 세트에 7만6500원이었던 애터미의 주력 화장품 '애터미 스킨케어 6 시스템'보다 2.5배 이상 비싼 19만8000원 짜리 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어가 날개 돋친 듯 팔려나간 것이다.

당시 공정거래위원회의 정보공개 자료에 따르면 2017년 9월 출시된 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어 세트는 538억 원(단품 제외)의 판매고를 올리며 단숨에 업계 화장품 베스트셀러 2위에 올랐다. 그리고 2019년, 전 세계적으로 1266억 원의 판매고를 기록하며 국내 네트워크마케팅 업계 화장품 베스트셀러 1위에 오른 이후 현재까지 1위를 고수하고 있다.

2020년과 2021년에는 COVID-19의 영향으로 앱솔루트 판매도 잠시 주춤했으나, 2022년 들어 거리두기 영향이 점차 완화되면서 앱솔루트 판매도 점차 늘어나고 있다. 실제로 2022년 상반기에 판매된 앱솔루트는 2021년 상반기 대비 세럼이 50% 이상 늘어나며 전체적으로 10.22% 증가했다. 또한 가장 많이 판매되고 있는 제품은 앰플로 올 상반기까지 누적 335만여 개가 팔렸으며 이어 토너가 220만여 개가 팔렸다. 6종 전체의 누적 판매량은 1358만여 개다. 앱솔루트가 명실공히 명품 화장품을 뛰어 넘는 프리미엄 대중 명품 화장품으로 자리매김한 것이다. 이러한 앱솔루트의 인기는 오직 품질과 가격이라는 제품 경쟁력만으로 이루어진 것이라 더욱 의미가 있다. 앱솔루트는 출시 이후 지금까지 신문, 방송을 통한 광고 등 대중적인 마케팅을 실시하지 않았다.

또한 백화점이나 화장품 전문샵에 입점하지도 않았다. 오직 사용해본 회원들의 입소문 마케팅만으로 연간 1000억 원이라는 놀라운 실적을 만들어 낸 것이다. 최고의 원료에 최고의 기술이 접목되지 않았다면 불가능했을 것이다. '한 번도 안 써본 사람은 있어도 한 번만 써본 사람은 없다'는 앱솔루트의 자신감이 충분히 납득되는 이유다.

Six Technologies of Atomy Absolute CellActive Skincare
애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어 6대 기술

Technology That Achieved Top Patent Technology Award
특허기술상 수상 기술

Ingredients Technology
소재기술
CellActive Code
셀랙티브 코드

CellActive Code™ incorporates active ingredients for the skin from nature
야생에서 얻은 피부 활력 성분을 'CellActive™ Code'에 담다

In addition to discovering effective active ingredients for the skin, cutting-edge technologies have been specifically applied to each ingredient. After being combined in the optimal ratios, the ingredients have been reborn as the CellActive Code™ multi-complex.

유효한 피부활성화 성분들을 찾아내는데 그치지 않고, 그 성분들 각각에 첨단 기술을 적용에 특화시켰다. 원료들은 최적의 비율로 구성된 복합 콤플렉스 'CellActive™ Code'로 재탄생했다.

Delivery Technology
전달기술
CellActive Technology
셀랙티브 테크놀로지

CellActive Code™ Technology that finds its own path
스스로 찾아가는 'CellActive™ Technology

The essence of Absolute skin science is in CellActive Code™ Technology. CellActive Technology is a unique self-delivery technology that enables CellActive Code™ to be delivered quickly and accurately to areas in need of skin care.

앱솔루트 피부과학의 진정한 핵심은 'CellActive™기술'에 있다. '셀랙티브 테크놀로지'는 CellActive™ Code를 피부케어가 필요한 부위에 정확하고 빠르게 찾아가서 전달하게 하는 독창적인 자율전달기술이다.

+

4 Upgraded Technologies
4대 기술 업그레이드

Four Technologies That Have Been Upgraded
업그레이드 된 4대 기술

High Purification Technology
고순도 정제 기술

This technology was developed by the Korea Atomic Energy Research Institute. A high content of concentrated extract is obtained by eliminating the oxidizing compounds that are continuously generated during the drying process of green tea to prevent a browning effect.

한국원자력연구원에서 개발한 기술이다. 녹차 건조 과정에서 지속적으로 발생하는 산화물질과 이로 인한 갈변현상을 제거해 고함량의 농축 추출물을 얻을 수 있다.

Concentrated Micro-Complex Encapsulation Technology
농축 마이크로 복합 캡슐 기술

This technology simultaneously stabilizes microliposomes and microemulsions. The capsules designed this way have a similar structure and composition to skin, and thus have excellent skin compatibility.

마이크로리포좀과 마이크로에멀젼을 동시에 안정화하는 기술이다. 이를 통해 만들어진 캡슐은 피부의 구조와 조성이 유사해져 우수한 피부친화성을 가지게 된다.

Fresh Bio Technology
후레쉬바이오 기술

This is a unique technology that extracts high concentrations and high content of active ingredients using fresh herbs collected on the same day rather than using dried herbs.

건조된 허브가 아닌 당일 채취한 신선한 허브를 사용해 고농도/고함량의 유효성분을 추출하는 독자 기술이다.

Fermentation Technology
발효 기술

This technology uses microbial enzymes to break down active ingredients, thereby increasing absorption of active ingredients into the skin.

미생물 효소를 이용해 유효성분을 미세하게 분해하는 기술이다. 이를 통해 유효성분의 피부 흡수력을 높일 수 있다.



Opening Ceremony Ribbon Cutting 오프닝세레모니 리본 커팅

Atomy Brazil announced its plans to tap into the Latin American market at the grand opening held on July 23 at the Transamerica Expo Center in São Paulo. There were 1,500 members and guests from Brazil and abroad in attendance including Atomy CEO Dae-Hyun Kim, Executive Director Tae-Won Kim, Vice President of Kolmar Korea Institute of Technology Sang-Geun Han, and Consul General Insang Hwang. Atomy Brazil Branch Director Heon Mo Yi stated, "Brazil will join forces with Atomy Mexico and Atomy Colombia for Atomy to become the most beloved direct selling company for Latin Americans."

애터미 브라질 법인이 그랜드오프닝을 통해 중남미 시장 공략의 출사표를 던졌다. 지난 7월 23일, 브라질 상파울루의 '트랜스아메리카 엑스포 센터(Transamerica Expo Center)'에서 개최된 그랜드 오픈식에는 김대현 대표를 비롯해 김태원 본사 상무, 한상근 한국콜마종합기술원 부원장, 그리고 황인상 주 상파울루 총영사 등 내외빈과 1,500여 명의 회원이 참석해 자리를 빛냈다. 이헌모 브라질 법인장은 "브라질은 중남미 최대의 직접 판매 시장"이라며 "멕시코와 콜롬비아 법인과 힘을 합쳐 중남미인들에게 가장 사랑받는 직접 판매 기업이 될 것"이라고 포부를 밝혔다.

Atomy Brazil to Target the Latin American Market

Over 1,500 Members Attend Grand Opening

브라질 법인, 중남미 시장 공략 출사표 던졌다

1,500여 명의 회원이 참가한 가운데 그랜드 오프닝 개최

Star Master Born in 46 Days

Consul general of South Korea in São Paulo, Insang Hwang, took part in the ribbon cutting ceremony. It was unprecedented for a Korean government official to attend a grand opening ceremony of an Atomy overseas corporation, which indicates that Atomy's status as a global company has risen. Consul General Hwang stated, "I offer a big congratulations on the opening of Atomy Brazil and have high hopes that Atomy will create a wave of K-beauty in Brazil."

At the same time, Japanese-Brazilian Star Master Akiko Tatsumoto's product introduction was also an unexpected event. On June 8, Atomy Brazil started registering members and opened its online shopping mall, selling Absolute CellActive Skincare,

46일 만에 스타마스터 탄생

이날 그랜드 오픈에서 눈길을 끈 것은 황인상 상파울루 총영사의 테이프 컷팅식 참가였다. 애터미 해외 법인 그랜드 오픈식에 한국 정부 관계자가 참석한 것은 전례 없던 일이라는 점에서도 기억할만한 장면이었다.

그만큼 애터미가 글로벌 기업으로써의 위상이 높아진 것이라고 해석할 수 있다. 황인상 총영사는 "브라질 법인의 오픈을 진심으로 축하한다."라며 "애터미가 브라질에서 K-뷰티의 새바람을 일으킬 것으로 기대가 크다"라고 말했다.

이와 함께 일본계 브라질리언인 아끼꼬 타쯔모토 스타마스터의 제품 소개 시간도 의외의 장면이었다. 브라질 법인은 지난 6월 8일 쇼핑몰을 오픈하고 회원 등록 및

Editor _ Seong-Tae Kim



Special Appearance by Consul General Insang Hwang
오픈식을 빛내준 황인상 주 상파울로 총영사

toothpaste, toothbrushes, shampoo, etc. A new Star-master was born just 46 days later. With experience from Japan, Star Master Tatsumoto's explanation of Atomy's top products garnered a great response from Brazilian members. On that day, 83 Star Masters, 15 Diamond Masters, and 2 Sharon Rose Masters were promoted, showing a bright future for Atomy Brazil.
The 1,500 attendees were also moved by the Life Scenario of Diamond Master Alison Saheki. She had gone to Japan to make money and found Atomy, which turned her life around. Diamond Master Sayeki now dreams of buying a house by the year 2025. She shared, "As I have now shared my dream with all of you here, I am sure that it will come true."

Direct Selling in Brazil Ranks 7th in the World… Strong in Cosmetics and Personal Care

Atomy's entry into the Latin American market is right on track with the official opening of Atomy Brazil. A synergistic effect is expected through collaboration with Atomy Mexico and Atomy Colombia which are already in operation. People in Latin America are a good fit for direct selling because of their active and friendly nature. In fact, according to the U.S. Direct Selling Association, Latin Americans account for 23% of the direct selling market in the U.S. The WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations) data shows that Brazil's direct selling market was at $7.048 billion in 2021, the largest market in Latin America and 7th in the world.
The total market in Latin America is worth $22 billion with the main product categories being cosmetics and personal care which account for 73% of the total, followed by home care products, household goods and durable goods, each with an 8% share. Moreover, Atomy also wants to target Brazil's beauty industry. According to Euromonitor, the beauty market in Brazil ranks 4th in the world after the U.S., China, and Japan. With excellent cosmetics such as Absolute CellActive Skincare and The Fame, Atomy cannot help but draw attention. Also, there is a high demand for hair and body products as mentioned during the opening ceremony, which should not be overlooked.
As reported by KOTRA, shampoo ranks 4th among popular Korean products selected by Brazilian consumers. In response, Atomy is quickly working with its partner companies to develop more products suitable for the Brazilian market. Thanks to this great market environment, Atomy Brazil is rising rapidly as evident by the fact that over 100 people were promoted to a rank within 46 days of opening including one Star Master. Branch Director Heon Mo Yi stated, "Atomy Brazil will write a new history of direct selling in Brazil." He added with determination, "We will do our best to succeed not only for members in Brazil, but also for all Atomy members around the world."

앱솔루트 셀랙티브 스킨케어와 치약, 칫솔, 샴푸 등의 제품 판매를 시작했다. 그리고 46일 만에 스타마스터가 탄생한 것이다. 일본에서의 경험을 곁들인 아끼꼬 스타마스터의 주력제품들에 대한 제품 설명은 브라질 회원들의 큰 호응을 이끌어냈다. 이날 83명의 세일즈 마스터와 15명의 다이아몬드 마스터, 2명의 샤론로즈 마스터가 탄생하며 브라질 법인의 미래를 밝게 비췄다.
알리손 사이에끼 다이아몬드마스터의 인생 시나리오도 1,500여 참석자들에게 큰 감동을 줬다. 일본에 돈을 벌러 갔다가 애터미를 만나서 인생역전을 이뤘다는 알리손 다이아몬드마스터는 오는 2025년까지 집을 장만하겠다는 꿈을 펼쳐보였다. 그는 "자신의 꿈은 이곳에서 여러분들과 함께 나눈 것처럼 반드시 이루어 질 것"이라고 확신했다.

브라질 직판 규모 세계 7위… 화장품·퍼스널케어 '강세'

브라질 법인의 본격적인 출범으로 애터미의 중남미 시장 공략은 본 궤도에 오를 것으로 전망된다. 이미 활발하게 영업 중인 멕시코 법인과 콜롬비아 법인과의 협업을 통한 시너지 효과를 기대할 수 있기 때문이다.
특히 중남미인들은 특유의 활달함과 친화력으로 직접 판매에 적합한 민족성을 가지고 있다. 실제 미국의 직접 판매협회 자료에 따르면 미국 직접 판매 시장의 23%는 라틴아메리카계가 차지하고 있다.
직접판매협회세계연맹(WFDSA)의 자료에 따르면 브라질의 직접 판매 시장 규모는 지난 2021년 70억 4,800만 달러(약 8조 원)규모로 중남미 최대이며 세계 7위에 해당한다.
중남미 전체 시장은 220억 달러(약 25조 원) 규모다. 주력제품군은 화장품 및 퍼스널케어로 전체의 73%를 차지하고 있으며 이어 홈케어 제품과 가정용품 및 내구재가 각각 8%의 점유율을 보이고 있다.
이와 함께 브라질의 뷰티 시장도 애터미가 공략할 타깃이다. 유로모니터에 따르면 브라질의 화장품 시장은 미국, 중국, 일본에 이어 세계 4위 규모다. 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어와 더 페임이라는 탁월한 화장품을 보유하고 있는 애터미로서는 눈길을 주지 않을 수 없다. 또한 법인 오픈 과정에서 알게 된 높은 헤어&바디 제품 수요도 놓칠 수 없다.



Atomy Brazil members 애터미 브라질 회원들

KOTRA에 따르면 브라질 소비자가 뽑은 한국의 히트 상품 가운데 샴푸가 4위에 랭크되어 있다. 이에 애터미는 합력사들과 함께 브라질 시장에 적합한 제품 개발을 서두르고 있다.
이러한 시장 분위기에 힘 입어 브라질 법인은 빠른 상승세를 타고 있다. 영업 시작 46일 만에 스타마스터 1명을 비롯해 모두 100명 이상의 직급자가 탄생했다는 점이 이를 웅변하고 있다.
이헌모 브라질 법인장은 "(브라질 법인은)브라질 직접 판매의 역사를 새로 쓰게 될 것"이라며 "브라질 회원은 물론 전 세계 애터미 회원들의 성공을 위해 진심 전력을 다하겠다."라고 각오를 다졌다.



Star Master Akiko Tatsumoto
아키코 타츠모토 스타마스터의 제품 소개



August Success Academy Donation Ceremony at Atomy Orot Vision Hall
애터미 오롯 비전홀에서 진행된 8월 석세스아카데미 한국컴패션 기부금전달식

Generous Social Contributions for a Happy World for Children

Atomy Donates 14 Billion KRW (~$11 Million) to Compassion

‘아이들이 행복한 세상을 위해’ 통 큰 사회공헌

애터미, ‘컴패션’에 140억 기부

There are children who want to dream, but cannot—children in Haiti who suddenly lost their homes in an earthquake and are surviving one day at a time, children in the Philippines whose entire family dwells together in the space of a square meter, children around the world who are too poor to go to the hospital even if they are sick. This year, Atomy has again become a Daddy-Long-Legs (from the 1912 novel by Jean Webster) to children who are suffering due to natural disasters and poverty by donating 14 billion KRW (~$11 million) to Compassion, an international child-advocacy organization.

꿈을 꾸고 싶어도 그럴 수 없는 아이들이 있다. 지진으로 한 순간 집을 잃어버리고 겨우 하루를 버티고 있는 아이티의 어린이, 한 평 남짓한 공간에서 온 가족이 지내고 있는 필리핀의 어린이, 가난으로 아파도 병원에 갈 수 없는 전 세계 많은 어린이들이다. 자연재해와 가난으로 고통 받는 전 세계 어린이들을 위해 올해도 애터미가 키다리 아저씨로 나섰다. 국제어린이양육기구 ‘컴패션’에 140억 원을 기부한 것이다.

A Strong Supporter of Children Around the World

On August 9, a donation ceremony was held in Orot Hall in Gongju City. A donation in the amount of 14 billion KRW (~$11 million) was made to Compassion this time, 7 billion KRW (~$5.5 million) from the Atomy Corporation and 7 billion (~$5.5 million) from Chairman Han-Gill Park. Including a donation of 12 billion (~$10 million) in October of last year, Atomy has donated a total of 32 billion KRW (~$25 million) to Compassion thus far. The relationship between Compassion and Atomy dates back to last year when Chairman Park contacted the NGO. Chairman Park said, “Children are the future of mankind. I hope that a world where all children can play happily without suffering from poverty and disasters will come soon,” as he promised to donate every year.

Of the many social welfare institutions, Atomy is focused on sharing with Compassion because it is a “nurturing” child-advocacy organization. Compassion is a non-profit organization that nurtures children suffering from poverty and disasters in 27 countries around the world. It was established in 1954 by Reverend Everett Swanson to help orphans during the Korean War. Compassion does not just help one time, it helps children grow into leaders who change their homes, neighborhoods, and society by continuing to support them. The funds from the donation will help children in Thailand, the Philippines, Colombia, Indonesia, and other countries where Atomy has launched in Asia, South America, and Africa. It will be used for 33 different projects such as supporting children suffering from hardships such as COVID-19, civil war, and earthquakes; funding tuition, education, and vocational education; and helping children develop social and emotional skills.

전 세계 어린이들의 든든한 후원자

지난 8월 9일 공주 애터미 오롯에서 컴패션 기부식이 열렸다. 이번에 애터미가 컴패션에 기부한 금액은 140억 원으로 애터미 법인이 70억 원을, 박한길 회장이 70억 원을 기부했다. 지난해 10월, 컴패션에 120억 원을 기부한 것 등을 합하면 애터미가 지금까지 컴패션에 전한 후원금은 총 320억 원에 달한다.

국제어린이양육기구 ‘컴패션’과 애터미의 인연은 작년으로 거슬러 올라간다. 박한길 회장이 NGO 측에 먼저 연락을 취했다. 박한길 회장은 “어린이는 인류의 미래다. 모든 어린이가 가난과 재해로 인해 고통을 겪지 않고, 밝고 행복하게 뛰놀 수 있는 세상이 어서 오길 바란다.”라는 뜻을 밝히며 매년 기부를 이어갈 것을 약속했다.

애터미가 많은 사회복지기관 중 컴패션과의 나눔에 열중하는 것은 ‘양육 기구’이기 때문이다. 컴패션은 세계 27개국에서 가난과 재해로 고통 받는 어린이를 양육하는 비영리단체로 1954년 에버렛 스완슨 목사가 한국 전쟁 고아를 돕기 위해 세운 기관이기도 하다.

현재 컴패션은 일회성의 도움이 아니라 어린이가 자립 가능한 성인이 될 때까지 모든 지원을 이어가며 가정과 지역, 그리고 인류 사회를 변화시키는 리더로 성장할 수 있도록 돕는다. 이번 후원금은 태국, 필리핀, 콜롬비아, 인도네시아 등 애터미가 진출한 국가를 포함해 아시아, 중남미, 아프리카 등의 어린이를 위해 사용된다. 주로 코로나19, 내전, 지진 등 재난재해로 고통 받는 어린이들을 후원하고 교육 및 학비 지원, 직업교육, 사회 정서적 능력 개발 등 33개 사업에 쓰인다.



Word of Thanks by Ji-Won Seon, Sponsor of Compassion Korea
감사의 말을 전하는 선지원 한국컴패션 후원자





Children in Tanzania Sponsored by Atomy
애터미 후원을 받는 탄자니아 어린이들

Donating 18% of Operating Profit

Atomy's contributions rank highest in scale among the nation's top 500 companies. Looking at the top 500 companies last year, contributions only made up 0.09% of sales. Atomy was the only one with a percentage of more than 2% of sales. According to CEO Score, sales in the distribution industry increased 10% year-on-year, while donations fell 20.2 billion KRW (~$15 million). However, Atomy has increased its contributions to 24.8 billion (~$20 million), more than double that of 2020. Its proportion of donations to exports was 2.04%, and the proportion to operating profits was as much as 18%. From 2009 to this year, Atomy's cumulative donations totaled 77 billion KRW (~$60 million).

Atomy's "DNA of sharing" stems from Chairman Han-Gill Park's management philosophy. Chairman Park emphasizes, "Companies should be the foundation for the growth of society," adding, "Companies should be the channels through which money flows, not where money is collected." As Atomy's first motto is to "Cherish the spirit," companies should work for people because people should be the goal in and of itself.

영업 이익의 18% 기부

애터미의 기부 규모는 국내 500대 기업을 통틀어서도 최고 수준이다. 지난해 국내 500대 기업의 기부액을 살펴보면 매출 대비 0.09%에 불과했다. 애터미가 유일하게 매출 대비 2%를 넘는다. CEO 스코어에 따르면 유통 업종의 경우 지난해 매출은 전년 대비 10% 증가한 반면 기부금은 202억 원 감소했다. 하지만 애터미는 2020년의 두 배 이상인 248억 원으로 기부액을 늘렸다. 이는 매출 대비 기부금 비중이 2.04%에 달하는 수치로 영업 이익 대비 비중은 무려 18%나 된다. 기부를 시작한 2009년부터 올해까지 누적 기부액은 770억 원에 이른다.

이 같은 애터미의 '나눔 DNA'는 박한길 회장의 경영철학에서 비롯한다. 박한길 회장은 "기업은 사회가 성장하는 밑거름이 돼야 한다."라며 "기업은 돈이 모이는 곳이 아니라 돈이 흐르는 통로가 돼야 한다."라고 강조한다. 애터미 사훈의 첫 번째 조항인 '영혼을 소중히 여기며'라는 말처럼 "사람은 그 자체로 목적이 돼야하기에 기업은 사람을 위해 일해야 한다."라고 여긴다.

From a Global Company to a Global Donation Company

Atomy participates in various social contribution activities around the world. Following the donation of 10 billion KRW (~$8 million) in 2019 to the "Life Cherishing Mom" fund for single mothers, Atomy has been involved in helping young victims of sexual abuse, donating briquettes and kimchi, establishing an academic institute at Siloam Eye Hospital, supporting the construction of a children's rehabilitation center at Jeonju Jesus Hospital, and supporting local jobs in Gongju City. Atomy Run, an annual event that first started in Taiwan and has since expanded to Korea, Malaysia, and other countries, is yet another example of sharing with participation fees donated in its entirety. Moreover, Atomy has assisted in the operation of medical buses in areas with poor public health conditions in Cambodia. Since Atomy started actively helping Compassion last year, South Korea has become the second largest donor to Compassion after the U.S. As a global distribution company, Atomy is actively sharing overseas as its global sales continue to grow. Atomy has been a leader in K-immunity and K-beauty with its Absolute Quality Absolute Price and is now becoming a company that spreads good influence around the world through global contributions.

글로벌 기업에서 글로벌 기부 기업으로

애터미는 세계 각지에서 다양한 방식으로 사회 공헌 활동을 펼치고 있다. 먼저, 국내에서는 2019년 미혼모를 위한 '생소맘(생명을 소중히 여기는 맘)' 기금 100억 원에 이어 보호 종료 아동·성폭력 피해 아동 돕기, 연탄 및 김장 김치 기부, 실로암안과병원 학술연구원 건립, 전주예수병원 공공 어린이 재활병원 건립 등 후원, 공주시 지방 재정과 일자리 창출 지원 등을 해왔다.

대만에서 처음 시작한 '애터미 런'은 한국, 말레이시아 등지로 확장하며 매년 개최되고 있고 참가비 전액은 기부된다. 또한, 국민 보건 상태가 열악한 캄보디아 진료 버스 운영을 지원하며 글로벌 사회 공헌 활동을 이어가고 있다. 지난해부터 애터미가 컴패션을 적극적으로 돕고 나서자 한국은 미국에 이어 두 번째로 컴패션에 많이 기부하는 나라가 됐다. 애터미는 글로벌 유통기업으로 해외 매출 성장이 지속되고 있는 만큼 해외로의 나눔도 활발하게 펼쳐나가고 있다. 그동안 절대품질 절대제품으로 전 세계에 K면역과 K뷰티를 이끌어온 애터미가 이제는 글로벌 기부를 통해 전 세계로 선한 영향력을 펼치는 회사로 나아가고 있다.



Young-Sung Yoon & Eun-Sook Bae
Imperial Masters

Editor _ Jae-Hak Jung

윤영성&배은숙
임페리얼마스터

Atomy's Member No.1 Spreads Hope to Business Operators Worldwide

Atomy Member No.1, Young-Sung Yoon, Becomes 13th Imperial Master

전 세계 애터미 사업자에게 희망 전파하는 애터미 1번

13번째 최고직급자가 된 애터미 1번, '임페리얼마스터 윤영성'

Imperial Master Young-Sung Yoon is Atomy's very first member. Since then, a great number of Atomy business operators were produced and spread out all over the world. He has had a special relationship with Chairman Han-Gill Park for the past 50 years.

윤영성 임페리얼마스터는 애터미 회원번호 1번이다. 그로부터 시작해 수많은 애터미 사업자들이 탄생했고, 또 전 세계로 뻗어나갔다. 박한길 회장과는 50년이라는 오랜 기간 특별한 인연을 이어오고 있다.

A 50-Year Relationship That Started As a Teacher and Student

After graduating from a national university of education, Imperial Master Young-Sung Yoon took his first step into society as a teacher at a rural elementary school. As a novice teacher, the educational environment of the rural schools was not easy, so he started attending Christian meetings to overcome his difficulties through the power of faith. It was there that he met a certain high school sophomore named Han-Gill Park. "He was a very religious and bright student."

This student-teacher relationship continued on even after Yoon changed positions from an elementary teacher to a university professor. During that time, Han-Gill Park had also moved on from being a student to a businessman. Young-Sung Yoon was there when Park achieved great success with his business, and he also witnessed Park struggle through failure. Yoon always walked the path of an educator, but he was always there to help Park whenever he needed. He even accompanied him when Han-Gill Park went to meet with Dr. In-Soon

교사와 학생으로 시작한 50년 인연

윤영성 임페리얼마스터는 교육대학을 졸업하고 지방의 한 초등학교에서 교사로서 사회에 첫발을 내딛었다. 초임 교사에게 있어 지방 초등학교의 교육환경은 녹록치 않았다. 그는 신앙의 힘으로 어려움을 이겨내고자 기독교 모임에 나가기 시작했다. 그 모임에서 한 고등학교 2학년 학생을 알게 됐는데, 이름은 '박한길'이라고 했다.

"신앙심이 아주 깊고 영민한 학생이었어요."

이렇게 시작된 두 사람의 인연은 그가 중등학교 교사, 대학교수로 자리를 옮기면서도 계속 이어졌다. 그 사이 박한길 회장은 학생에서 사업가가 되었다. 윤영성 임페리얼마스터는 박한길 회장이 사업으로 큰 성공도 거둔 모습도 보았고, 또 실패로 어려워하는 모습도 뚜렷이 지켜보았다. 윤영성 임페리얼마스터는 교육자의 길을 걸으면서도 박한길 회장이 도움을 필요로 할 때면 언제나 달려갔다. 애터미 사업의 시발점이 됐던 원자력연구원 장인순 박사와의



Site of Imperial Master Promotion Ceremony, November 2022 2022년 11월 임페리얼승급식 현장

Park of the Korea Atomic Energy Research Institute which was the starting point of the Atomy business. Imperial Master Young-Sung Yoon has been together with Han-Gill Park during all the key moments in Atomy's history.

Becoming Atomy's Very First Member

"Professor Yoon! I think you need to become Atomy's first member." Chairman Han-Gill Park asked Yoon to become Atomy's representative member no.1. Having been an educator all his life with no knowledge or experience in the business field, Yoon did not think that this should be his position. He waved him away saying, "How can I do this if I know nothing at all about business?" but Chairman Park would not back down.

Park told him, "You just have to sit there. I will do all the work." Thinking back, Imperial Master Yoon smiled saying that moment was the beginning of today's Atomy system. This is because the company was able to establish a system that provides both training and business support for its Atomy business operators who just stood by. Taking advantage of his symbolic position as Atomy's member no.1 and his background as an educator, Imperial Master Young-Sung Yoon was mainly in charge of educating Atomy leaders about the history behind HemoHIM's origin and development at the Korea Atomic Energy Research Institute in the early days.

"At that time, I did not fully understand what the Korea Atomic Energy Research Institute was and why they were making products."

After attending seminars for a year or two and giving lectures himself, Imperial Master Yoon began to really think about Atomy's vision. He wondered, "If Atomy aims to become a true premier company, then what is the logic behind that?" As an educator, he decided to search for the answer in the educational system. This is what initiated the research on Atomy's community of an "organization of lifelong learning."

Imperial Master Young-Sung Yoon enrolled in a Christian college in the Graduate School of Theology in Toronto, Canada where he researched Atomy's education system. He earned his Master's and Doctorate degrees while traveling back and forth between Korea and Canada over the course of six years and wrote his thesis on "The Utilization of Lifelong Learning Organizations to Promote Sanctification," focusing on the Atomy community.

만남 때도 동행했다. 애터미의 역사적인 현장 곳곳에서 함께 했던 것이다.

애터미 1번, 대표 사업자가 되다.

"박사님! 박사님께서 1번을 맡아주셔야 할 것 같습니다."

어느 날 박한길 회장은 윤영성 임페리얼마스터에게 애터미의 얼굴과도 같은 '대표 사업자'를 맡아 달라 요청했다. 평생 교직생활을 하며 비즈니스와 관련된 것이라면 지식도 경험도 없었던 윤영성 임페리얼마스터는 자신의 자리가 아니라 생각했다. 때문에 "사업을 하나도 모르는 내가 어떻게 할 수 있느냐"며 손사래를 쳤지만, 박 회장도 물러서지 않았다.

"그냥 가만히 앉아만 계시면 됩니다. 제가 다 하겠습니다."

윤영성 임페리얼마스터는 이 순간이 바로 오늘날 애터미 시스템의 시작이라며 웃음을 지어보였다. 애터미 사업자들이 가만히 있어도 회사에서 교육이나 사업 지원을 모두 해주는 시스템이 정착될 수 있었기 때문이다.

윤영성 임페리얼마스터는 1번 사업자로서의 상징성과, 또 교육자로서의 장점을 살려 사업 초창기 애터미 리더들에게 '헤모힘'이 탄생된 한국원자력연구원에 대한 소개와 제품 개발 배경에 대한 교육을 주로 담당했다.

"당시만 해도 원자력원구원이 무슨 기관인지, 왜 원자력연구원에서 제품을 만드는지에 대해 이해가 많이 부족했죠."

한 두 해 정도 세미나를 참석하며 직접 강의를 진행하는 가운데 윤영성 임페리얼마스터는 애터미의 비전에 대해서 고민하기 시작했다. '애터미는 명실상부 초일류 기업을 목표로 하는데, 과연 그 논리적인 근거는 무엇일까?' 하는 고민이었다. 그는 교육자답게 해답을 교육시스템에서 찾아보기로 했다. 이것이 바로 애터미 공동체의 '평생학습 조직'에 대한 연구의 시작이었다.

윤영성 임페리얼마스터는 캐나다 토론토의 크리스찬대학 신학대학원에 입학, 한국과 캐나다를 오가며 6년에 걸쳐 석사와 박사 과정을 거치면서 애터미의 교육 시스템에 대해 연구했고, '성화 촉진을 위한 평생학습조직의 활용(애터미 공동체를 중심으로)'이라는 논문으로 박사학위를 받았다.



Promotion Speech of Imperial Masters Young-Sung Yoon & Eun-Sook Bae
윤영성&배은숙 임페리얼마스터 승급 스피치

The 13th Imperial Master Is Born

As Atomy's business member no.1, his path differed slightly from those of other operators. Yoon took advantage of his strengths as an educator and researcher to focus on helping all operators succeed. He never hesitated to give lectures not only in Korea, but also in any market around the world where Atomy opened.

While he was committed to external work activities, his wife mainly took care of the business internally including running the center. However, whenever Yoon went abroad to give lectures, his wife, now Imperial Master Eun-Sook Bae, always accompanied him and took part in various experiences.

The couple was promoted to Imperial Master in November 2022, the 13th Imperial Master in Atomy's history. It may be considered somewhat slow from the position of the very first member, but it also believed to be the fruit of steady progress.

From the standpoint of representing all operators, Imperial Master Young-Sung Yoon will always put the success of all members before his own. As long as he is able, he will continue to travel the world to all places where Atomy has opened in order to convey hope to more people who are doing the business. Beyond achieving the success of becoming Imperial Master, Yoon longs to move forward step by step toward building a community where all Atomy members serve, love, and share together.

13번 째 임페리얼마스터의 탄생

애터미 1번 사업자로서 그의 행보는 보통 사업자들과 조금 달랐다. 교육자이자 연구자로서 장점을 살려 전체 사업자들의 성공을 돕는데 주력했다. 국내는 물론 세계 곳곳에 애터미가 진출하는 시장이면 빠지지 않고 달려가 강의를 했다.

그가 외부 활동에 전념하는 동안 그의 아내는 센터를 포함한 내부적인 일을 주로 맡아 해왔다. 그러나 그가 해외 강연을 나갈때면, 꼭 아내 배은숙 임페리얼마스터도 함께 자리하여 여러 경험을 나누었다.

윤영성, 배은숙 부부는 2022년 11월, 임페리얼마스터에 올랐다. 애터미 역사상 13번째 임페리얼마스터다. 1번 사업자의 위치로 보면 조금 더딘 편이라고 할 수 있지만, 꾸준히 전진해서 얻은 결실이라고 할 수 있다.

윤영성 임페리얼마스터는 앞으로도 사업자를 대표하는 마음으로 개인적인 성공보다도 늘 회원 전체의 성공을 더 먼저 생각하며, 몸이 허락하는 한 애터미가 진출해있는 전 세계를 돌면서 사업자 한 사람이라도 더 만나서 희망을 전하려고 한다. 이제는 임페리얼마스터라는 성공을 넘어 애터미 구성원 모두가 서로 섬기고 사랑하며, 함께 나누는 공동체가 되기만을 희망하며, 앞으로 뚜벅뚜벅 걸어가고자 한다.



Editor _ Young-Min Lee

AESAN DSA Leaders Tour Atomy Park, Calling It a Model for Direct Selling Companies

President Datuk CG Tan Says, "Bright Future for Atomy Through Chairman Park's Vision"

아세안 직판협회장단, 애팍 둘러보며 '직판기업의 모범'

다툭 회장 "애터미, 박회장의 비전 통해 밝은 미래 볼 수 있을 것"

아세안 직판협회 회장단이 애터미파크를 둘러보며 '원더풀'을 연발했다. 지난 9월 30일, 한국관광공사의 초청으로 한국을 방문한 아세안직판협회 소속 회장단이 애터미파크에서 회장단 회의(ASEAN DSA President Committee Meeting)을 개최했다. 회장단 일행은 애터미파크를 둘러보며 "박한길 회장의 비전을 그대로 표현한 애터미파크에 깊은 감명을 받았다", "한국 최고의 직판기업 애터미를 직접 보게 되어 기뻤다"고 소감을 말했다.

Presidents of the ASEAN Direct Selling Association repeatedly exclaimed "wonderful" as they toured Atomy Park. At the invitation of the Korea Tourism Organization, the leaders gathered at Atomy Park on September 30 for the ASEAN DSAs Presidents Committee Meeting. While looking around, they said, "We are deeply impressed by Atomy Park which is a clear expression of Chairman Han-Gill Park's vision." They also stated, "We are delighted to be able to visit Atomy, the best direct selling company in Korea."

Online Reselling a Major Issue

The ASEAN DSAs Presidents Committee was established in 2012 in affiliation with the World Federation of Direct Selling Association (WFDSA). Currently, direct selling associations are active in 8 countries including Malaysia, Singapore, the Philippines, Indonesia, Thailand, India, Vietnam and Myanmar. Han-Gill Park, president of the Korea Direct Selling Association (KDSA) and Datuk CG Tan, president of the Direct Selling Association of Malaysia (DSAM) were in attendance along with about 20 other guests including Joey Sarmiento, president of the Direct Selling Association of the Philippines (DSAP), Surachet Chousri, president of the Thai Direct Selling Association (TDSA), Vivek Katoch, vice chairman of the Indian Direct Selling Association (IDSA), and Tram Ha, chairwoman of the AmCham Vietnam Direct Selling Committee (AVDSC).

At the meeting, President Han-Gill Park of KDSA greeted everyone and stated, "I hope we can share our know-how and use this opportunity for the development of our industry." Moreover, President Datuk Tan of DSAM exclaimed that he was happy to be visiting Korea and said, "The ASEAN Direct Selling Association, along with Korea, will be key players in the global direct selling market beyond ASEAN." During this presidents' meeting at Atomy Park, leaders shared the current status of direct selling in their respective countries. They were all aware of the issue of online reselling in particular and showed a willingness to overcome this common problem.

The DSA of Malaysia had recently discussed this issue of unauthorized online reselling of products with the Ministry of Domestic Trade and Consumer Affairs. As a result, online platforms such as Lazada and Shopee

온라인 재판매, 주요 이슈로 부각

아세안 직판협회 회장단 회의는 2012년 직접판매협회세계연맹(World Federation of Direct Selling Association, 이하 WFDSA) 산하기구로 설립됐다. 현재 말레이시아, 싱가포르, 필리핀, 인도네시아, 태국, 인도, 베트남, 미얀마 등 8개국의 직접판매협회가 활동하고 있다. 이번 아세안 직판협회 회장단 회의에는 박한길 한국직판협회 회장과 다툭 탄(Dtuk CG Tann) 말레이시아직판협회 회장을 비롯해 조이 사르미엔토(Joey Sarmiento) 필리핀직판협회 회장, 수라쳇 초우스리(Surachet Chousri) 태국직판협회 회장, 비벡 카토치(Vivek Katoch) 인도직판협회 부회장, 트램 하(Tram Ha) 베트남 AmCham 직접판매 분과위원장 및 일행 20여 명이 참석했다. 이 자리에서 박한길 한국직판협회 회장은 인사말을 통해 "이번 미팅이 서로의 노하우 공유를 통해 업계 발전의 계기가 되길 바란다"고 말했다. 또 다툭 탄 말레이시아직판협회 회장은 "한국을 방문하게 되어 기쁘다"며 "한국과 함께 아세안 직판협회 회장단은 아세안을 넘어 전 세계 직판 시장의 키플레이어가 될 것"이라고 말했다. 이날 애터미파크에서 열린 아세안 직판협회 회장단 회의에서는 회원국들의 직접판매 현황이 공유됐다. 특히 온라인 재판매에 대해서는 회장단 모두가 공동의 문제의식을 갖고 타개해 나가려는 의지를 보였다. 말레이시아 직판업계는 최근 통상소비자부(Ministry of Trade and Consumer Affairs)와의 미팅에서 승인 받지 않은 채 직접판매 제품을 온라인 플랫폼에 재판매하는 이슈에 대해 논의를 나눴다. 그 결과 라자다(LAZADA), 쇼피(Shopee) 등 온라인 플랫폼은 '허가증(Letter Of Aapproval)'을 구비

have agreed to allow only sellers with a “Letter of Approval” to sell products from a direct selling company. In Malaysia, under the Direct Sales and Anti-Pyramid Scheme Act 1993, products purchased through direct selling cannot be sold to others without a proper license. The Thai direct selling industry is also trying to introduce similar regulations, and the Korea DSA is likewise working to prevent reselling of direct sales products on e-commerce platforms without obtaining permission by contract through a law firm.



Special lecture by Han-Gill Park, president of the Korea Direct Selling Association 특강 중인 박한길 한국직접판매협회 회장

Direct Selling, Serving as a Ladder of Social Mobility

There was also a special lecture by president of the Korea Direct Selling Association, Han-Gill Park. He explained, “For the sustainable growth of direct selling, the paradigm must shift from business-centered to consumer-centered.” He also said, “Instead of prioritizing income opportunities, we should first secure the competitiveness of our products so that additional income opportunities come as a bonus. Then, direct selling can become a bigger industry than any other form of distribution.” While calling for an increase in the social role of direct selling, he emphasized that direct selling serves as a social ladder that provides opportunities to become rich without capital.

In addition, the Korea Direct Selling Association expressed its desire to host the 18th WFDSA World Congress in Korea in 2026. Secretary General Tae Oh Kim of KDSA asked everyone to actively support Korea in this effort saying, “The Korea Direct Selling Association will work with the ASEAN Direct Selling Association toward the development of direct selling in Asia.” He added, “If the 2026 World Congress is held in Korea, then people will be able to see for themselves just how Korea’s direct selling is growing.” The presidents’ meeting concluded with the approval of the direct selling associations of both Vietnam and Myanmar in joining the World Federation of Direct Selling Associations.

한 판매자만이 직접판매 제품을 판매할 수 있도록 하는 데 동의했다. 말레이시아는 1993년 제정된 직접판매 관련 법률에 따라 직접판매로 구입한 제품은 적합한 직접판매 라이센스가 없이는 타인에게 판매할 수 없다. 태국 직접판매 업계 역시 온라인 재판매와 관련해 말레이시아와 유사한 규제를 도입하기 위해 노력하고 있다. 또한 한국직판협회도 법무법인과 계약을 맺고 직접판매 제품을 허가받지 않고 이커머스 플랫폼을 통해 재판매하는 행위를 막기 위해 노력하고 있다.

직접판매, 계층 사다리로써의 역할하고 있어...

박한길 한국직판협회 회장의 특별 강연도 있었다. 박한길 회장은 강연을 통해 “직접판매의 지속가능한 성장을 위해서는 사업자 중심에서 소비자 중심으로 패러다임이 변화해야 한다”며 “소득의 기회를 앞세우는 것이 아니라 제품 경쟁력을 확보한 상태에서 소득의 기회를 덤으로 제공한다면 직접판매는 어떤 유통보다 큰 산업이 될 수 있을 것”이라고 확신했다. 특히 그는 직접판매의 사회적 역할 증대를 주문하면서 직접판매가 무자본으로 부자가 될 수 있는 기회를 제공하는 계층 사다리로써의 역할을 하고 있다고 강조했다. 또한 한국직접판매산업협회는 2026년 제18회 WFDSA 월드 콩그레스(World Congress)의 한국 개최 의지를 밝혔다. 김태오 직판협회 사무국장은 모두 발언을 통해 2026년 제18회 월드 콩그레스(World Congress)의 한국 개최를 적극 지지해달라고 당부했다. 그는 “한국직접판매산업협회는 아세안 직판협회와 함께 아시아 지역의 직접판매 발전을 위해 협력할 것”이라며 “2026년 월드 콩그레스가 한국에서 개최된다면 한국의 직접판매가 어떻게 성장하고 있는지 현장에서 목격할 수 있을 것”이라고 말했다. 이날 회장단 미팅은 베트남 직접판매협회와 미얀마 직접판매 협회의 직접판매협회세계연맹(World Federation of Direct Selling Association)의 가입을 승인하며 마무리됐다.

The Future of Direct Selling Brighter After the Pandemic

The human touch cannot be replaced online... If we add product competitiveness, we will reach a new level

직접판매, 팬데믹을 지나면서 미래 더욱 밝아져

휴먼터치는 온라인 대체 불가... 제품경쟁력 더해지면 새로운 경지 들어설 것

Datuk CG Tan
President of Direct Selling Association of Malaysia

다툭 씨지 탄 (Datuk CG Tann)
말레이시아 직접판매협회 회장



Q. How was your visit to Korea?
A. Korea is the world’s second largest direct selling market, and I was very excited to be able to come and see it in person. The visit was all the more meaningful as we discussed the current status and future development of direct selling in Asia together with the Korea Direct Selling Association.

Q. What do you think is needed most for the future growth of direct selling?
A. I was impressed by the words of Han-Gill Park, president of the Korea Direct Selling Association, when he said that we must compete with general distribution by putting product competitiveness first. It was a significant statement about the future direction of direct selling. The growth of our industry requires an open mind to embrace new ideas and technologies which will lead to an influx of young people and make sustainable growth possible. With a heightened interest in health due to the pandemic, the current situation is an opportunity for the direct selling industry to grow one step further. If product competitiveness is added to the unique human touch of direct selling, then direct selling will reach a new level.

Q. The Korea Direct Selling Association wants to host the 18th World Congress in 2026. What do you think?
A. It is very exciting. The Korea market rose to second place in the world as it went through the pandemic. I believe there is a lot to see and learn about how that was possible.

Q. What was your impression of Korea’s direct selling company, Atomy?
A. I am confident that Atomy will see a bright future through the vision of Atomy Chairman Han-Gill Park. I was especially amazed by Atomy Park as I could truly feel the expression of Chairman Park’s vision. I believe that Atomy can serve as an example for many other direct selling companies.

Q. 한국 방문 소감은?
A. 한국은 세계 2번째로 큰 직접판매 시장이다. 이렇게 직접 와서 볼 수 있게 되어 무척 기쁘다. 또한 한국 직접판매협회와 함께 아시아 직접판매의 현황과 미래 발전을 위해 함께 하게 되어 이번 한국 방문이 더욱 의미가 깊었다.

Q. 직접판매의 미래 성장을 위해서 가장 필요한 것은 무엇이라고 생각하는가?
A. 제품 경쟁력을 앞세워 일반 유통과 경쟁을 해야 한다는 박한길 한국직접판매협회 회장의 이야기가 인상 깊었다. 직접판매가 어디로 가야 하는가에 대한 의미심장한 발표였다. 직접판매가 성장하기 위해서는 새로운 사상과 기술을 받아들일 수 있는 열린 마음이 필요하다. 그래야 젊은 사람들이 유입되고, 지속성장이 가능해지기 때문이다. 팬데믹으로 인해 건강에 대한 관심이 고조되는 지금의 상황이야말로 직접판매 산업이 한 단계 성장할 수 있는 기회다. 직접판매 고유의 휴먼터치에 제품경쟁력이 더해진다면 직접판매는 새로운 경지에 들어설 것이다.

Q. 한국 직판협회에서 2026년 18회 월드콩그레스를 유치하고자 하는데 어떻게 생각하는가?
A. 굉장히 익사이팅하다. 한국시장은 팬데믹을 지나면서 세계 2위로 올라섰다. 어떻게 그럴 수 있었는지 많은 것을 보고 배울 수 있을 것이라 생각한다.

Q. 한국의 직접판매 기업 애터미에 대한 인상은?
A. 박한길 애터미 회장의 비전을 통해 밝은 미래를 볼 수 있을 것이라고 확신한다. 특히 애터미파크에 깊은 감명을 받았다. 박회장의 비전을 그대로 표현한 것이 피부로 느껴졌다. 다른 많은 직접판매 회사들의 모범이 될 수 있지 않을까 생각한다.



Chairman Han-Gill Park Welcoming Members at the Malaysia Success Academy
말레이시아 석세스아카데미에 참석해 회원들에게 반가움을 전하는 박한길 회장

Chairman Han-Gill Park's Trip Around the Globe

Special lecture tour in the Americas and Southeast Asia... Injuries and pain cannot break Chairman Park's will for members' success

박한길 회장, 해외 순방 10만리 대장정

미주 • 동남아 순회 특강...부상도 아픔도 회원 성공의 의지 못 꺾어

Chairman Han-Gill Park made a safe return to Korea after meeting with members from the Americas and Southeast Asia, including Malaysia and Singapore. The reason for the trip was to share the new vision and aspirations of Atomy at the end of the pandemic that had tied down global Atomy members for nearly three years. During the period of three weeks from October 21 to November 11, Chairman Han-Gill Park attended Success Academies in Seattle, the home of Atomy USA, as well as in Los Angeles, New Jersey, Atlanta, and even Mexico to meet members. After returning to Korea for another Success Academy, he then traveled to Malaysia and Singapore for one week from November 21 to 27 to continue meeting with members.

Chairman Han-Gill Park traveled a total of 40,000 kilometers, a distance equivalent to the circumference of the Earth, during which time he gave seven special lectures and was able to meet nearly 10,000 global Atomy members in-person. He ended up contracting COVID during the tour and even cracked a rib after a fall, but he never gave up on meeting members. Chairman Han-Gill Park said, "No amount of pain can be a reason to postpone meeting with members who aspire to succeed. I will keep going until the day that hundreds of thousands of Imperial Masters are born.

박한길 회장이 미주 지역과 말레이시아, 싱가포르 등 동남아 지역의 회원들을 직접 만나고 돌아왔다. 근 3년여 동안 세계 애터미 회원들의 발을 묶었던 팬데믹의 막바지에 새로운 비전과 갈망을 공유하기 위함이다. 지난 10월 21일부터 11월 11일까지 3주간 박한길 회장은 미국 법인 사무실이 있는 시애틀을 비롯해 로스앤젤레스, 뉴저지, 애틀랜타 등 미국법인의 석세스아카데미와 멕시코 법인의 석세스아카데미를 참관하며 회원들과 만남을 이어갔다. 한국 석세스아카데미를 치른 후, 11월 21일부터 27일까지 일주일간 말레이시아와 싱가포르를 돌며 회원들과의 만남을 이어갔다. 박회장의 이동 거리는 무려 40,000여 킬로미터, 지구 한 바퀴에 달하는 거리를 이동하며 7차례에 걸친 특강을 통해 10,000여 명에 가까운 글로벌 애터미 회원들과 직접 만나는 시간을 가졌다. 순방 도중에 코로나에 걸리기도 했으며 낙상으로 인해 갈빗대에 금이 가는 등의 사고에도 불구하고 회원들과의 만남을 포기하지 않았다. 박한길 회장은 “어떤 고통도 성공을 열망하는 회원들과의 만남을 미루는 이유가 될 수 없다”며 “수백 수천의 임페리얼마스터가 탄생하는 그날까지 멈추지 않을 것”이라고 말했다.

Atomy Is an Honest Company – Seattle Success Academy

On October 21, Chairman Han-Gill Park left Incheon International Airport at 6 p.m. and arrived in Seattle at noon on the same day. In fact, he arrived earlier than his departure time as if traveling in a time machine while crossing the International Date Line. Upon his arrival, he had no time to relax and headed straight to the Hilton Bellevue Hotel where the Seattle revival meeting was being held. Only after finishing the revival meeting was he able to take a break and prepare for the next day's Success Academy.

The Seattle Success Academy started at 2 p.m. on October 22, and members of Atomy USA filled the venue. After the opening performance, executive members and leaders were introduced, and members shouted the company motto in unison. Subsequently, the current status of Global Atomy and U.S. product information were shared, and then Imperial Master Yeon-Sook Kim gave a lecture called "Road to Success." Without a break, Chairman Han-Gill Park's video of "A Balanced Life" was played and the Life Scenario was presented. The promotion ceremony followed, after which Chairman Han-Gill Park finally began his live lecture.

In his lecture, Chairman Han-Gill Park presented Atomy's vision of becoming a multi million-dollar company. He stated, "When I started Atomy, I did not see other direct selling companies as competitors." He emphasized, "The true competitors that I wanted Atomy to compete with and beat are Walmart and Amazon who generate hundreds of millions of dollars in sales." This is because tens of thousands of Imperial Masters can be produced only when Atomy is able to generate hundreds of millions of dollars. He also said with confidence that "Atomy USA will soon experience explosive growth." The reasons for this are the fact that leaders who are fluent in English are now rising and that people who speak various languages from around the world live in the United States. Chairman Han-Gill Park explained, "Doing the Atomy business is not difficult. It is all about repeating simple things. You just have to ask everyone you meet if they know about Atomy and let them know that there are products of Absolute Quality and Absolute Price."

애터미는 선한 회사 – 시애틀 석세스아카데미

10월 21일, 오후 6시에 인천공항을 출발한 박한길 회장은 같은 날 정오에 시애틀에 도착했다. 날짜변경선을 넘으며 마치 타임머신을 탄 듯, 출발시간보다 이르게 도착한 것이다. 박한길 회장은 도착하자마자, 여독을 풀 겨를도 없이 시애틀 사경회가 열리는 힐튼 벨뷰 호텔까지 강행군을 했다. 그렇게 사경회를 마무리 짓고 나서야 잠시 휴식을 취하며 다음 날 있을 석세스아카데미를 준비할 수 있었다.

22일, 오후 2시부터 열린 시애틀 석세스아카데미에는 미국 법인 회원들이 행사장을 가득 채웠다. 오프닝 공연에 이은 경영진 및 리더 사업자 소개와 가슴 벅찬 사훈제창을 시작으로 시애틀 석세스아카데미의 막이 올랐다. 글로벌 애터미의 현황과 미국 법인의 제품 소개, 그리고 김연숙 임페리얼마스터의 강연 'Road to Success(성공하는 방법)'가 진행됐다. 잠시 쉴 시간도 없이 '균형 잡힌 삶'에 대한 박한길 회장의 동영상과 인생시나리오 발표. 그리고 승급식이 이어지고, 이윽고 박한길 회장의 직강이 시작됐다.

이날 시애틀에서 박한길 회장은 백조 기업 애터미에 대한 비전을 제시했다. 그는 "나는 애터미를 창업할 때 직접판매 기업들을 경쟁 대상으로 생각하지 않았다"며 "애터미가 경쟁해서 이기고 싶은 상대는 수백조원의 매출을 올리는 월마트나 아마존"이라고 강조했다. 수백조원의 기업이 되어야 수만명의 임페리얼 마스터가 탄생할 수 있기 때문이다. 또 그는 "이제 미국 법인은 엄청나게 폭발해 나갈 것"이라고 확신했다. 그 이유로는 '영어를 잘 하는 리더들이 나타나기 시작'한 점과 '전 세계 여러 언어를 쓰는 민족들이 다 미국에 있다는' 점을 들었다. 박한길 회장은 "애터미 비즈니스는 어려운 게 아니라 단순한 것을 계속 반복하는 사업"이라며 "만나는 사람마다 애터미를 아느냐고, 절대품질 절대가격의 제품이 있다고 알려주면 되는 것"이라고 말했다.



Chairman Han-Gill Park Giving a Special Lecture at the Singapore Success Academy 싱가포르 석세스아카데미 특강 중인 박한길 회장



Reciting Company Motto With Atomy Members in Atlanta
애틀란타 회원들과 함께하는 사훈제창

At the employee meeting that evening, the employees of Atomy America Inc. promised that they would spare no effort in growing the company. They said, "If a member finds it difficult to work together with the company, both sides would gain nothing." They also declared, "Since members achieve success by fully partnering with the company, our priority is to build a closer relationship with our members."

Meanwhile, Ha-Neul Koh, an employee of Atomy America Inc., mentioned at the meeting that she was surprised at how Chairman Han-Gill Park was "so philosophical." She was deeply impressed when Chairman Park talked about the third and fourth dimensions, especially when he explained, "Don't stay in the third dimension, but think beyond the dimension." Ha-Neul Ko said, "From an employee's point of view, Atomy's vision is outstanding," adding that "Atomy's spirit is not only about the material success of its members, but also about spiritual success, thereby doubling the synergistic effects."

Visiting Compassion International Headquarters

On October 24, Chairman Han-Gill Park made his way to Denver, Colorado, still feeling excited from the Seattle Success Academy. He then headed right away to visit the Compassion International Headquarters in Colorado Springs about an hour away from Denver. The Compassion International Headquarters invited Chairman Park to express their gratitude for the largest donation ever, both on a corporate and individual level, and for the PR partnership between Compassion and Atomy. The amazing thing was that photos of Chairman Han-Gill Park's "10 million dollar donation event" were displayed on billboard screens all along the road to Compassion International Headquarters. The heart of Compassion in welcoming Chairman Park was truly conveyed.

At the entrance of the Compassion International Head-

이날 저녁 이뤄진 직원 간담회에서 미국 법인 직원들은 미국 법인의 성장을 위해 각고의 노력을 아끼지 않을 것임을 약속했다. 미국 법인 측은 "회원 입장에서 법인을 어려워한다면 양측 모두 매우 난처한 상황일 것"이라며 "회원의 성공은 법인과 회원의 전폭적인 상호 협력을 통해서 이뤄지는 만큼 무엇보다 친화력, 친근감을 높이는데 신경 쓰고 있다"고 말했다.

한편, 고하늘 애터미 미국 법인 직원은 직원간담회를 통해 박한길 회장이 '매우 철학적'이라는 점에 놀랐다고 했다. 특히 '차원'에 대한 이야기를 할 때에는 3차원을 넘어 4차원을 이야기하면서 "3차원에 머무르지 말고 차원을 초월하여 생각하라"고 한 부분에 깊은 감명을 받았다고 했다. 그는 또 "직원의 입장에서 본 애터미의 비전은 '훌륭하다'"며 "애터미 정신은 회원들의 물질적인 성공만이 아니라 영적인 면에서의 성공도 도모하고 있기에 시너지 효과는 배로 나타날 것"이라고 말했다.

컴패션 국제 본부 방문

24일, 뜨거웠던 시애틀 석세스아카데미의 열기를 간직한 채 박한길 회장은 콜로라도의 덴버로 이동했다. 그리곤 곧바로 한 시간 여 차를 달려 스프링스에 있는 컴패션 국제본부로 향했다. 컴패션 국제본부에서 기업 및 개인부분 최다 후원금 기부 및 컴패션과 애터미의 홍보 파트너십에 대한 감사의 뜻을 전하고자 박한길 회장을 초청한 것이다. 이채로웠던 것은 컴패션 국제본부로 가는 도로 곳곳의 스크린에 박한길 회장의 '1000만 달러 기부 장면' 사진이 디스플레이 되

quarters, the first thing that stood out was a statue of a woman carrying a baby on her back in her clothing and holding her son's hand while walking. The boy, who is holding his mother's hands, is looking happily up at her and pointing somewhere. Pastor YongMyong Moon, who was guiding them, said, "The child is running to Jesus with his mother," adding, "Compassion is confident that the life of a child, the life of his family, and even the community are influenced and changed." Compassion was first established to take care of war orphans from the Korean War and is now changing the lives of countless children around the world.

After touring the Compassion International Headquarters, Chairman Han-Gill Park had a chance to talk with Santiago "Jimmy" Mellado, the President of Compassion International. At this meeting, President Jimmy said, "What Atomy is doing will encourage other companies to reach toward a greater purpose through missionary work in the future. This is why Compassion is working together with Atomy." Chairman Han-Gill Park responded, "My main job is to dream and talk about it. It is God and His people who fulfill it," adding, "We need to dream within God and shout out that dream."

After visiting the Compassion International Headquarters, Chairman Han-Gill Park gave lectures at Success Academy in Los Angeles (October 29), New Jersey (November 1), and Atlanta (November 5). In his lectures in the Americas, Chairman Han-Gill Park emphasized that Atomy is the first network marketing company to grow by competing with general distribution companies, and that it is a company where anyone with courage can achieve their dreams.

고 있었다는 것이다. 박회장을 환영하는 컴패션 측의 마음이 그대로 전해졌다.

컴패션 국제 본부 안으로 들어서자 가장 먼저 눈에 띄는 것은 치마저고리에 갓난아이를 등에 업은 채, 어린 아들의 손을 잡고 걸어가는 모습의 동상이었다. 엄마 손을 잡은 어린아이는 밝은 표정으로 엄마를 바라보며 어딘가를 가리키고 있었다. 컴패션을 안내하던 문영명 목사는 "아이가 엄마를 데리고 예수님으로 달려가는 모습"이라며 "컴패션은 한 아이의 삶, 그리고 그 가족의 삶, 그리고 더 나아가서는 그 지역사회가 영향을 받고 변화되는 것을 확신하고 있다"고 말했다. 컴패션은 6.25 전쟁으로 인한 전쟁고아들을 돌보기 위해 설립된 기구로 지금은 전 세계에서 수많은 어린이들의 삶을 변화시키고 있다.

컴패션 국제본부를 돌아 본 박한길 회장은 지미 메야도 컴패션 국제본부 총재와 환담을 나누었다. 이 자리에서 지미 총재는 "애터미가 하고 있는 일들은 앞으로 다른 기업들이 선교를 통해 더 큰 목적을 향해 갈 수 있도록 할 것"이라며 "우리 컴패션이 애터미와 동역하는 것은 바로 그 때문"이라고 말했다. 박한길 회장은 "꿈꾸고 얘기하는 것이 제 본업이고 이것을 이루시는 것은 하나님과 하나님의 사람들"이라며 "우리는 하나님 안에서 꿈꾸고 그 꿈을 외치는 것이 필요하다"고 화답했다.

컴패션 국제본부 방문 이후 박한길 회장은 L.A(10월 29일), 뉴저지(11월 1일), 애틀랜타(11월 5일) 등 3곳의 석세스아카데미에서 직접 강연을 펼쳤다. 미주 강연을 통해 박한길 회장은 애터미가 일반 유통과의 경쟁



Malaysian Members Greeting Chairman Han-Gill Park
박한길회장을 반기는 말레이시아 회원들

Mexico, Life of Poverty Is Motivation to Become Imperial Master

On November 7, Chairman Han-Gill Park left Atlanta and arrived in Mexico. The passion of Central and South America was very much alive at the scene of the Mexico Success Academy. Nearly 1,000 members filled the large venue with their amazing energy. They chanted the company motto in unison and took an oath. Then, a donation ceremony for Compassion took place, followed by Star Master Marcela Gomez's introduction of products, the "Best Center Award" ceremony, and a promotion ceremony. Finally, it was time for Chairman Han-Gill Park's long awaited special lecture.

In his lecture, Chairman Park emphasized that anyone with a strong desire to succeed no matter what can become successful by utilizing Atomy as tool. He said that the titles of Atomy Imperial Master and Crown Master look admirable, but things did not start out as such. He explained, "It is those people who can no longer stand living in failure and poverty who find Atomy and become Crown Masters and Imperial Masters." He proclaimed, "The problem is that even though people do not want to live like a failure, they don't even think about doing anything to get out of that situation."

Chairman Han-Gill Park's special lecture at the Mexico Success Academy resonated with the hearts of members and even the employees of Atomy Mexico. Diamond Masters Paul Acevedo and Crystal Gaytán described Chairman Park's special lecture as "deeply moving." In addition, Edgar Ivan Sanchez Alvarez, an employee of Atomy Mexico, said, "Chairman Han-Gill Park's knowledge and vision were very motivational," and, "Atomy Mexico will strive to become a model of Atomy together with everyone."

Malaysia and Singapore, Do Not Settle for an Ordinary Life

Chairman Han-Gill Park took a short break after his tour of the Americas and then traveled to Malaysia on November 21. A total of 4,000 members attended Success Academy in Malaysia, about 3,500 from Kuala Lumpur and 500 from Kota Kinabalu. The Success Academy took place in Kuala Lumpur on November 23 and began with a welcome speech by Crown Master

을 통해 성장하는 최초의 네트워크마케팅 기업이자 용기가 있다면 누구나 꿈을 이룰 수 있는 기업이라는 점을 강조했다.

멕시코, 가난뱅이로는 못 살겠다는 생각이 임페리얼 만들어

11월 7일, 박한길 회장은 애틀랜타를 떠나 멕시코에 도착했다. 멕시코 법인의 석세스아카데미는 남미의 열정이 생생하게 살아 숨 쉬는 현장이었다. 1000여 명에 가까운 회원들은 넓은 행사장을 특유의 활달함으로 가득 메웠다. 사훈 제창과 선서, 그리고 컴패션 기부식과 '마르셀라 고메즈(Marcela Gomez)' 스타 마스터의 제품 소개, 베스트 센터 시상식과 승급식이 진행 된 후 모두가 숨죽여 기다리던 박한길 회장의 특강이 시작됐다.

박한길 회장은 멕시코 특강을 통해 어떻게든 성공하겠다는 그 마음만 있다면 애터미라는 도구를 이용해서 성공자가 될 수가 있다고 밝혔다. 그는 애터미의 임페리얼마스터나 크라운마스터가 멋지게 보이지만 처음부터 그랬던 것은 아니라고 말했다. 박한길 회장은 "실패자로는, 가난뱅이로는 못 살겠다고 하는 생각이 골수에 사무쳤던 사람들이 애터미를 만나 크라운이 되고 임페리얼이 되는 것"이라며 "문제는 실패자의 삶을 바라지는 않지만 거기서 벗어나겠다는 생각도 안 하는 것"이라고 설파했다.

박한길 회장의 멕시코 석세스아카데미 특강은 많은 멕시코 법인의 회원은 물론 직원들의 가슴에 많은 울림을 불러 일으켰다. '폴 아세베도 & 크리스탈 가이탄(Paul Acevedo & Crystal Gaytán)'다이아몬드마스터는 박회장의 특강을 '가슴 벅차는 감동'이라고 표현했다. 또 '에드가 이반 산체스 알바레즈(Edgar Ivan Sanchez Alvarez)' 멕시코 법인 직원은 "(박한길 회장의)지식과 비전을 공유하면서 큰 동기부여가 됐다"며 "멕시코 법인은 모든 사람들과 함께 애터미의 깃발이 되기를 추구할 것"이라고 말했다.

말레이시아 & 싱가포르, 평범한 삶에 만족하지 말라

미주 순방을 마치고 잠시 휴식을 취한 박한길 회장은 11월 21일, 말레이시아로 건너갔다. 말레이시아에서는 쿠알라룸프와 코타키나발루 등 두 곳에서 각각

Fenn Ten. Chairman Han-Gill Park emphasized that Malaysia's advantage lies in the fact that there's a mix of people who speak various languages. He said, "Atomy Malaysia will generate sales of more than 1 trillion won within the next 10 years," with the keyword "bul-gwang-bul-geup" (不狂不及), meaning that if you are not crazy about your work, then you cannot accomplish what you want. He stated with confidence, "By that time, all members present here will achieve the rank of Royal Master or above and live successfully."
After finishing up in Malaysia, Chairman Han-Gill Park moved on to Singapore, the financial hub of Southeast Asia. At the Singapore Success Academy held on November 25, Imperial Master Dong Cheol Park shared about his path to success as well as the meaning behind the Atomy business with the 800 members in attendance. Here, Chairman Park stated, "Even in Singapore, the most prosperous country in Southeast Asia, Atomy's vision and values do not change." He said, "Do not be satisfied with an ordinary life that is 100% stable. Instead, dream of a life where you can help others while doing what you love and traveling anywhere you want."

3500여 명과 500여 명 등 도합 4000여 회원이 참석했다. 23일, 쿠알라룸푸르의 석세스아카데미는 '펜 텐(Fenn Ten)' 크라운마스터의 환영사로 시작됐다. 박한길 회장은 다양한 언어를 사용하는 국민들이 혼재하는 점이 오히려 말레이시아의 장점이라고 강조했다. 박 회장은 불광불급(不狂不及)이라는 키워드와 함께 "말레이시아는 향후 10년 이내 1조원 이상의 매출을 올리는 법인이 될 것"이라며 "그 때가 되면 이 자리에 계신 모든 회원들은 로열마스터 이상의 직급을 성취한 성공자가 되어 있을 것"이라고 확신했다. 말레이시아에서의 일정을 마치고 동남아의 금융 허브인 싱가포르로 이동했다. 25일 개최된 싱가포르의 석세스아카데미에는 박동철 임페리얼마스터가 자신이 걸어온 성공의 길과 함께 애터미 사업의 의미를 800여 명의 회원에게 전달했다. 싱가포르에서 박한길 회장은 "동남아에서 가장 잘사는 싱가포르에서도 애터미의 비전과 가치는 변하지 않는다"며 "100% 확실한 평범한 생활을 영위하는데 만족하지 말고 하고 싶은 것을 하고, 가고 싶은 곳을 다니며 남을 도와줄 수 있는 삶을 이루겠다는 꿈을 가져라"라고 말했다.

Chairman Han-Gill Park's Live Lecture Touching Beyond Words

Achieving Financial Freedom and a Balanced Life Through Atomy

박한길 회장의 직강, 표현하기 힘들 정도로 감격스러워

애터미 통해 경제적 자유와 균형 잡힌 삶을 성취할 것

Royal Master Daniel Lim &
Diamond Masters Paul Acevedo & Crystal Gaytán

다니엘 임 로열마스터 &
폴 아세베도 & 크리스탈 가이탄 다이아몬드카스터



Q. How did you find Atomy?
Daniel Lim: I had experienced failure in network marketing before, so when a relative introduced me to Atomy, I was skeptical. But after four years, I noticed how my relative had changed, and that's when I started looking into Atomy. I began to understand Atomy's vision especially after listening to the Chairman's lectures, and decided to do it.
Paul Acevedo & Crystal Gaytán: A couple we know introduced us to Atomy health products before we knew anything about the company. We started to fall for Atomy and were amazed at how hard Atomy works for the success of its members.

Q. 애터미를 만나게 된 계기는?
다니엘 임 실패한 네트워크마케팅 경험자였다. 친척이 애터미를 소개했지만 부정적이었다. 그렇게 4년을 보낸 후 달라진 친척의 모습을 보고 알아보기 시작했다. 특히 회장님의 강의를 들으며 애터미의 비전을 이해했고 본격적으로 시작하게 됐다.
폴 & 크리스탈 애터미를 전혀 모르는 상태에서 친구 커플이 애터미의 건강 제품을 소개해 줬다. 그리고 우리는 애터미를 좋아하기 시작했고, 회원들의 성공을 위해 노력하는 애터미에 놀라웠다.

Q. Any thoughts after listening to Chairman Park's lecture in person?
Paul Acevedo & Crystal Gaytán: Words cannot express how we feel. We heard him for the first time in 2019, and this is our second time. Our hearts are overflowing, and we feel confident that we can do anything. We are especially happy to have shared this experience together with our partners.
Daniel Lim: After the Success Academy had been suspended due to the pandemic, Chairman Park himself was able to come and give a lecture in-person. Even though the pandemic is not completely over yet, he came with passion and love for the members, and I was very moved by this.

Q. 회장님의 직강을 현장에서 본 소감은?
폴 & 크리스탈 말로 표현할 수 없다. 2019년에 처음 들었고, 이번이 두 번째다. 정말 가슴이 벅차고 할 수 있다는 자신감이 샘솟는다. 특히, 이번 경험을 파트너들과 함께 할 수 있었다는 것이 정말 기쁘다.
다니엘 임 그동안 팬데믹 때문에 중단된 석세스 아카데미에 회장님이 직접 오셔서 강의를 하셨다. 팬데믹이 아직 완전히 끝나지 않았음에도 회원들에 대한 열정과 사랑으로 오신 것이다. 그런 점이 느껴져 너무 감격스러웠다.

Q. What part of Chairman Park's lecture was the most inspiring?
Paul Acevedo & Crystal Gaytán: The whole speech was wonderful. It was impressive to see Chairman Han-Gill Park's passion and energy. The fact that he has high expectations for Mexico and that we can share this vision together is what I loved the most.
Daniel Lim: I am so excited about Atomy's vision of continuing to open more Atomy branches and becoming No. 1 in the industry by 2030. Also, the goal of building a school for children all around the world really touched my heart.

Q. Personally, what do you want to achieve through Atomy?
Daniel Lim: I want to become a "truly free person" and enjoy a balanced life together with my partners, not just succeed on my own.
Paul Acevedo & Crystal Gaytán: Atomy is a path that can change my life, the lives of my daughters and family, and everything about my life as well. Atomy will help us achieve financial freedom.

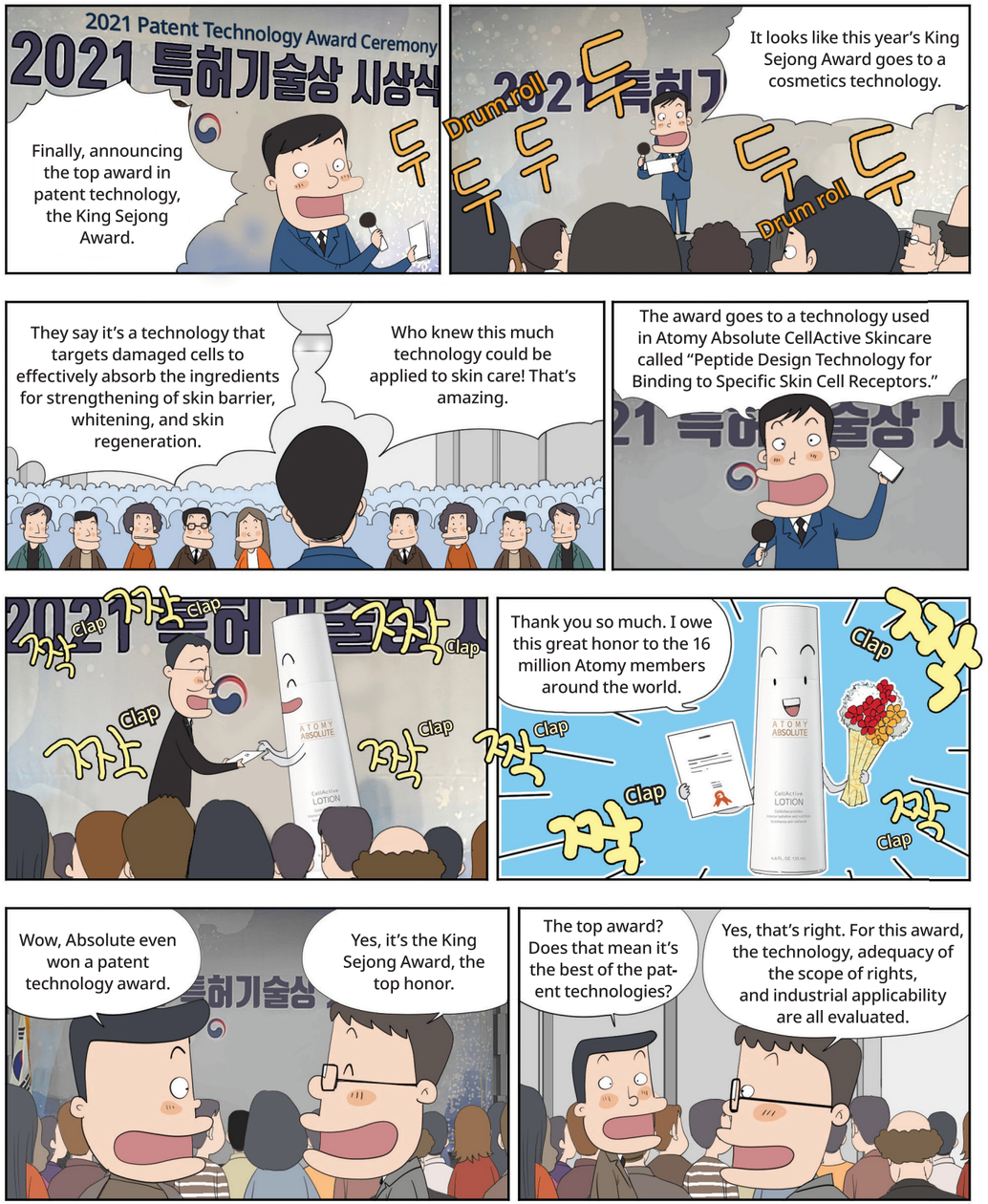
Q. Do you have any words for your partners?
Daniel Lim: Atomy is not a business where those who are capable succeed, but a business in which people with earnest dreams work together and succeed together. We can definitely reach success together if we have the tenacity to rise up again even after facing small obstacles.
Paul Acevedo & Crystal Gaytán: Chairman Han-Gill Park once said, "Achieve your goals and have the desire to grow." It changed my life. If you join together with Atomy with passion and determination, I am sure that Atomy will change your life.

Q. 회장님 스피치 가운데 가슴에 와 닿은 부분은?
폴 & 크리스탈 연설 전체가 정말 좋았다. 박한길 회장님의 열정과 에너지가 인상적이었다. 그가 멕시코에 큰 기대를 하고 있고, 그런 비전을 함께 공유할 수 있다는 점이 가장 마음에 들었다.
다니엘 임 앞으로 2030년까지 지속적인 법인 오픈과 업계 1위를 하겠다는 애터미의 비전에 가슴이 떨렸다. 또 전세계 어린이를 위해 학교를 설립하시겠다는 목표도 정말 가슴에 와 닿았다.

Q. 개인적으로 애터미를 통해 어떤 것을 성취하고 싶은가?
다니엘 임 나만의 성공이 아닌 파트너들과 함께 균형 잡힌 삶을 즐기는 '진정한 자유인'이 되고 싶다.
폴 & 크리스탈 애터미는 내 삶, 내 딸들과 가족, 그리고 내 삶의 전부를 바꿀 수 있는 통로다. 애터미를 통해 경제적 자유를 성취할 것이다.

Q. 파트너 회원들에게 하고 싶은 말은?
다니엘 임 애터미는 능력이 있는 사람들이 성공하는 사업이 아니라 간절한 꿈을 가진 사람들이 함께 노력하고 함께 성공하는 사업이다. 작은 어려움에 넘어지지 말고 그때마다 다시 일어서는 근성을 가질 수 있다면 우리는 반드시 함께 성공할 것이다.
폴 & 크리스탈 '목표를 달성하고, 성장하고자 하는 열망을 가지라'고 말씀하신 박한길 회장님은 내 삶을 변화시켰다. 여러분들이 열정과 의지를 가지고 애터미와 함께 한다면, 애터미는 여러분의 삶을 변화시킬 것이라고 확신한다.

Atomy Absolute Wins King Sejong Award

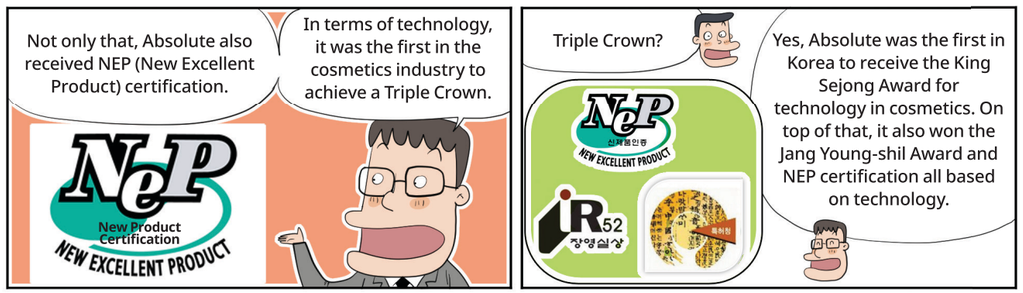


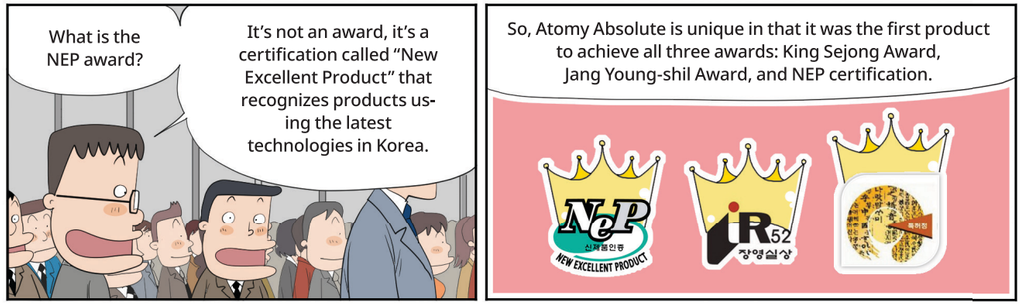
애터미 앱솔루트 세종대왕상 수상

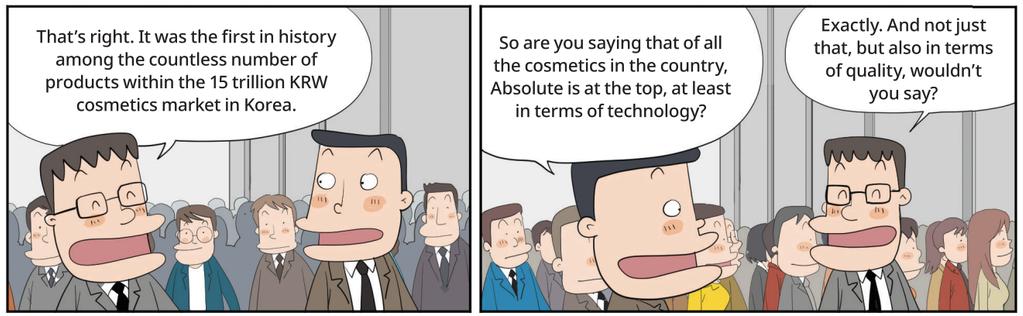


Cartoonist _ Jae Ho Heo


Based on these, it received the highest score of all the other technologies submitted in 2021.
Didn't it also receive the Jang Young-shil Award last time?
Ah yes, the IR52 Jang Young-shil Award.
IR52
Jang Young-shil Award
This award seeks out products with outstanding new technology on a weekly basis. Not only was Absolute recognized, but so was Atomy Essence.
ATOMY ABSOLUTE
LOTION

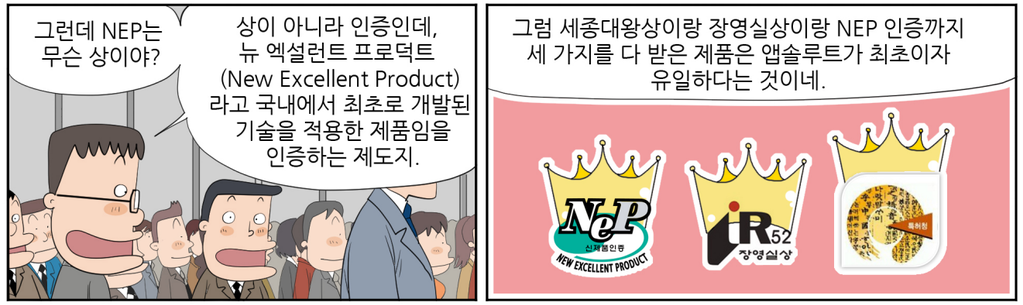

Not only that, Absolute also received NEP (New Excellent Product) certification.
In terms of technology, it was the first in the cosmetics industry to achieve a Triple Crown.
NeP
New Product Certification
NEW EXCELLENT PRODUCT
Triple Crown?
Yes, Absolute was the first in Korea to receive the King Sejong Award for technology in cosmetics. On top of that, it also won the Jang Young-shil Award and NEP certification all based on technology.
NeP
신제품인증
NEW EXCELLENT PRODUCT
IR52
장영실상
특허청

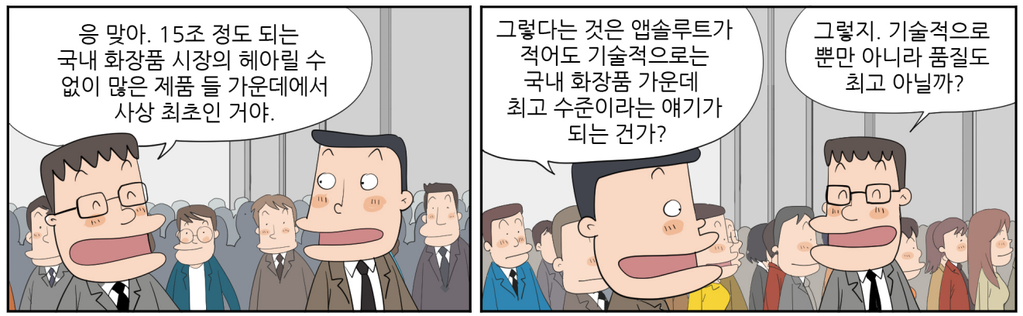

What is the NEP award?
It's not an award, it's a certification called "New Excellent Product" that recognizes products using the latest technologies in Korea.
So, Atomy Absolute is unique in that it was the first product to achieve all three awards: King Sejong Award, Jang Young-shil Award, and NEP certification.
NeP
신제품인증
NEW EXCELLENT PRODUCT
IR52
장영실상
특허청

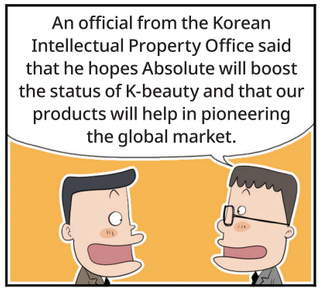

That's right. It was the first in history among the countless number of products within the 15 trillion KRW cosmetics market in Korea.
So are you saying that of all the cosmetics in the country, Absolute is at the top, at least in terms of technology?
Exactly. And not just that, but also in terms of quality, wouldn't you say?

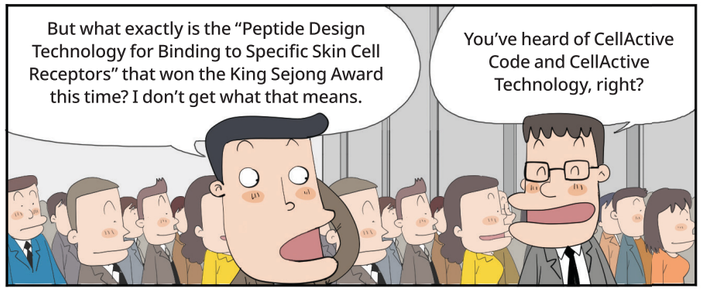

그런 부분에서 2021년에 출품된 특허기술 가운데 가장 높은 점수를 받았으니까.
저번엔 장영실상인가? 그것도 받았잖아.
아~ IR52 장영실상.
IR52
장영실상
장영실상은 매주 우수한 신기술 상품을 선정해 시상하는 건데, 앱솔루트 뿐만 아니라 '애터미 에센스'도 수상했었지.
ATOMY ABSOLUTE
LOTION


뿐만 아니라 'NEP' (New Excellent Product) 인증까지도 받았어.
화장품 기술로서는 사상 초유의 트리플 크라운을 달성한 거야.
NeP
신제품인증
NEW EXCELLENT PRODUCT
트리플 크라운?
응. 세종대왕상은 국내 화장품 특허기술 가운데 최초로 수상한 거야.거기에 장영실 상, NEP 인증 등 기술력을 바탕으로 하는 어워드 3개를 석권한 거니까.
NeP
신제품인증
NEW EXCELLENT PRODUCT
IR52
장영실상
특허청

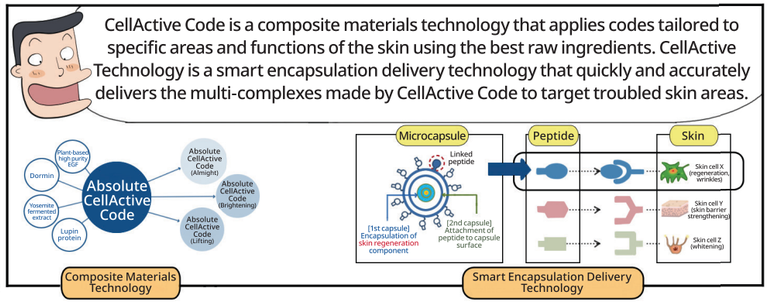

그런데 NEP는 무슨 상이야?
상이 아니라 인증인데, 뉴 엑설런트 프로덕트 (New Excellent Product)라고 국내에서 최초로 개발된 기술을 적용한 제품임을 인증하는 제도지.
그럼 세종대왕상이랑 장영실상이랑 NEP 인증까지 세 가지를 다 받은 제품은 앱솔루트가 최초이자 유일하다는 것이네.
NeP
신제품인증
NEW EXCELLENT PRODUCT
IR52
장영실상
특허청

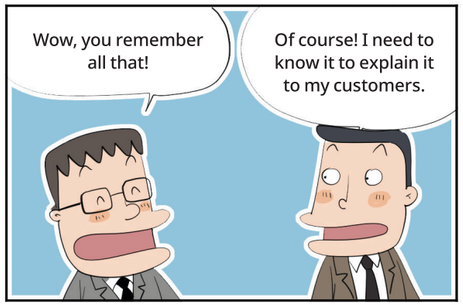

응 맞아. 15조 정도 되는 국내 화장품 시장의 헤아릴 수 없이 많은 제품 들 가운데에서 사상 최초인 거야.
그렇다는 것은 앱솔루트가 적어도 기술적으로는 국내 화장품 가운데 최고 수준이라는 얘기가 되는 건가?
그렇지. 기술적으로 뿐만 아니라 품질도 최고 아닐까?

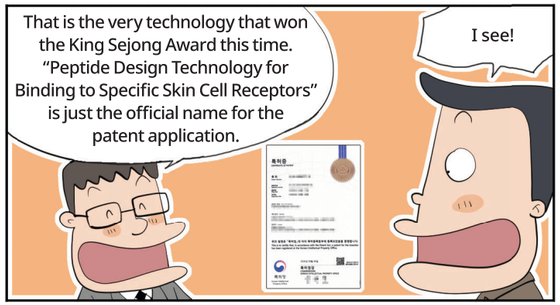

An official from the Korean Intellectual Property Office said that he hopes Absolute will boost the status of K-beauty and that our products will help in pioneering the global market.

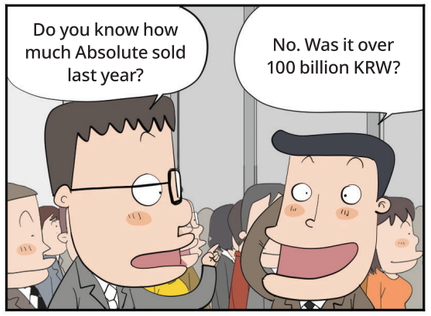

But what exactly is the “Peptide Design Technology for Binding to Specific Skin Cell Receptors” that won the King Sejong Award this time? I don’t get what that means.
You’ve heard of CellActive Code and CellActive Technology, right?

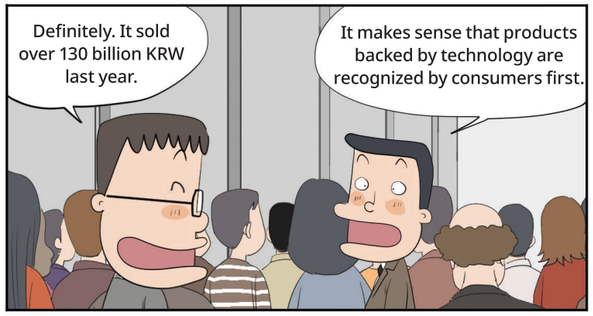

Yes, it’s in the product description of Absolute.


CellActive Code is a composite materials technology that applies codes tailored to specific areas and functions of the skin using the best raw ingredients. CellActive Technology is a smart encapsulation delivery technology that quickly and accurately delivers the multi-complexes made by CellActive Code to target troubled skin areas.
Absolute CellActive Code
Plant-based high purity EGF
Dormin
Yosemite fermented extract
Lupin protein
Absolute CellActive Code (Almighty)
Absolute CellActive Code (Brightening)
Absolute CellActive Code (Lifting)
Microcapsule
Linked peptide
[1st capsule] Encapsulation of skin regeneration component
[2nd capsule] Attachment of peptide to capsule surface
Peptide
Skin
Skin cell X (regeneration, wrinkles)
Skin cell Y (skin barrier strengthening)
Skin cell Z (whitening)
Composite Materials Technology
Smart Encapsulation Delivery Technology


Wow, you remember all that!
Of course! I need to know it to explain it to my customers.


That is the very technology that won the King Sejong Award this time. “Peptide Design Technology for Binding to Specific Skin Cell Receptors” is just the official name for the patent application.
I see!

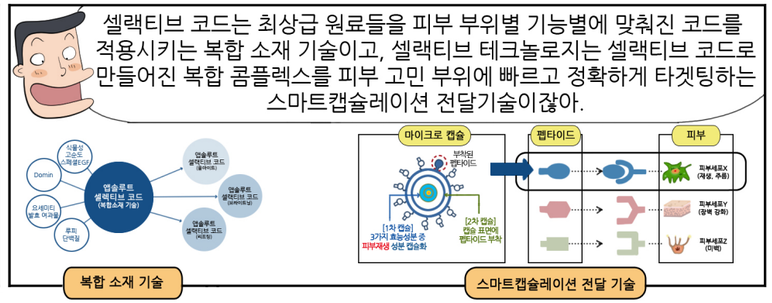

Do you know how much Absolute sold last year?
No. Was it over 100 billion KRW?

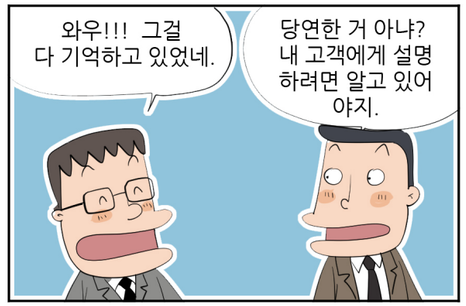

Definitely. It sold over 130 billion KRW last year.
It makes sense that products backed by technology are recognized by consumers first.

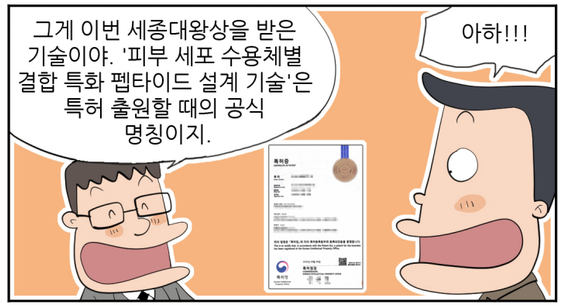

특허청 관계자도 앱솔루트가 K-뷰티의 위상 제고와 우리 화장품의 해외 시장 개척에 큰 도움을 줄 것으로 기대된다고 했거든.


그런데 이번에 세종대왕상을 받은 ‘피부 세포 수용체별 결합 특화 펩타이드 설계 기술’이라는 건 도대체 뭐야? 무슨 말인지 난 도통 이해가 안 가는데.
‘셀랙티브 코드 & 셀랙티브 테크놀로지’ 라는 말은 들어 봤지?


응. 앱솔루트 제품 설명에 나오는 거잖아.

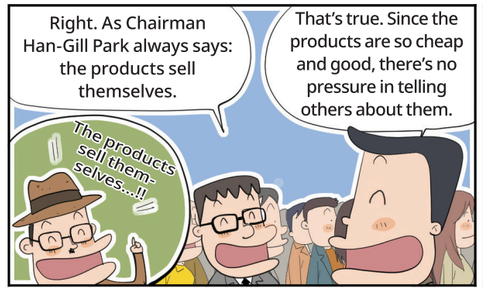

셀랙티브 코드는 최상급 원료들을 피부 부위별 기능별에 맞춰진 코드를 적용시키는 복합 소재 기술이고, 셀랙티브 테크놀로지는 셀랙티브 코드로 만들어진 복합 콤플렉스를 피부 고민 부위에 빠르고 정확하게 타겟팅하는 스마트캡슐레이션 전달기술이잖아.
앱솔루트 셀랙티브 코드 (복합소재 기술)
Dormin
앱솔루트 셀랙티브 코드 (Almighty)
앱솔루트 셀랙티브 코드 (Brightening)
앱솔루트 셀랙티브 코드 (Lifting)
마이크로 캡슐
부착된 펩타이드
[1차 캡슐] 3가지 효능성분 중 피부재생 성분 캡슐화
[2차 캡슐] 캡슐 표면에 펩타이드 부착
펩타이드
피부
피부세포X (재생, 주름)
피부세포Y (장벽 강화)
피부세포Z (미백)
복합 소재 기술
스마트캡슐레이션 전달 기술

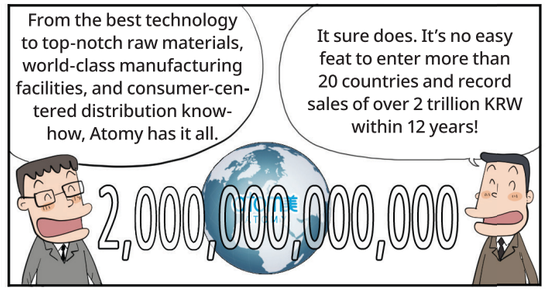

와우!!! 그걸 다 기억하고 있었네.
당연한 거 아냐? 내 고객에게 설명하려면 알고 있어야지.

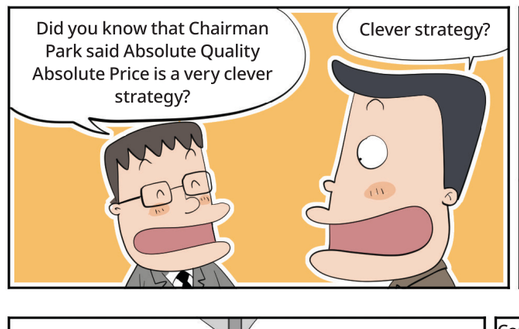

그게 이번 세종대왕상을 받은 기술이야. '피부 세포 수용체별 결합 특화 펩타이드 설계 기술'은 특허 출원할 때의 공식 명칭이지.
아하!!!


작년에 앱솔루트가 얼마나 팔렸는지 알아?
아니. 1000억 원은 넘었겠지?

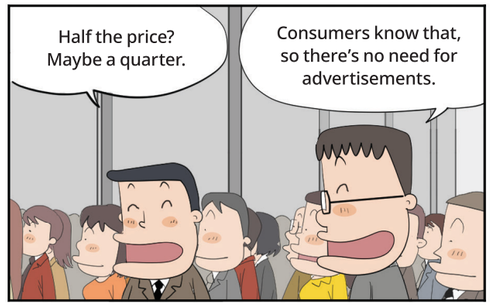

당근이지. 작년에 1300억 원 정도 팔렸어.
역시 기술이 받쳐주는 제품은 소비자들도 먼저 알아준다니까.


Right. As Chairman Han-Gill Park always says: the products sell themselves.
That's true. Since the products are so cheap and good, there's no pressure in telling others about them.
The products sell themselves...!!


From the best technology to top-notch raw materials, world-class manufacturing facilities, and consumer-centered distribution know-how, Atomy has it all.
It sure does. It's no easy feat to enter more than 20 countries and record sales of over 2 trillion KRW within 12 years!
2,000,000,000,000


Did you know that Chairman Park said Absolute Quality Absolute Price is a very clever strategy?
Clever strategy?


Think about it. Absolute has been recognized for having the best technology in the history of cosmetics in Korea, but it's sold at less than half the price of any luxury brand.

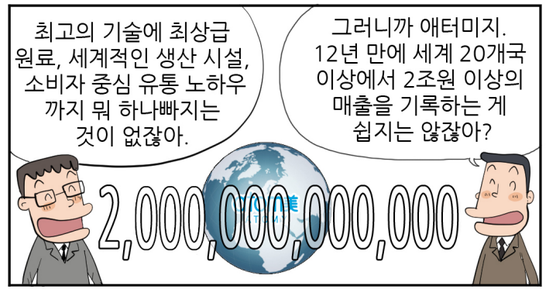

Half the price? Maybe a quarter.
Consumers know that, so there's no need for advertisements.

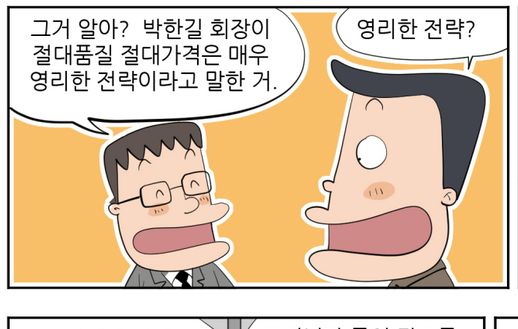

Consumers don't buy the products because of advertising or mar keting. They buy the products because they fall in love after trying them.
Aha, so that's how the products sell themselves.


And that's been proven by Atomy Absolute achieving the Triple Crown for the first time in cosmetics.


Right. Such smart products are the secret to Atomy's growth into a global distribution company.
That's why Atomy is considered a consumer-centered distribution company where the products themselves create the consumers.
atom美
ATOMY


맞아. 박한길 회장이 항상 말하잖아. 영업은 제품이 한다고.
그건 맞는 것 같아. 제품이 싸고 좋으니 소개하는데 부담이 없거든.
영업은 제품이...!!


최고의 기술에 최상급 원료, 세계적인 생산 시설, 소비자 중심 유통 노하우 까지 뭐 하나빠지는 것이 없잖아.
그러니까 애터미지. 12년 만에 세계 20개국 이상에서 2조원 이상의 매출을 기록하는 게 쉽지는 않잖아?
2,000,000,000,000


그거 알아? 박한길 회장이 절대품질 절대가격은 매우 영리한 전략이라고 말한 거.
영리한 전략?


생각을 해 봐. 앱솔루트는 국내 화장품 사상 최고의 기술력을 인정받은 제품인데 가격은 웬만한 럭셔리 화장품의 절반도 안 되잖아.

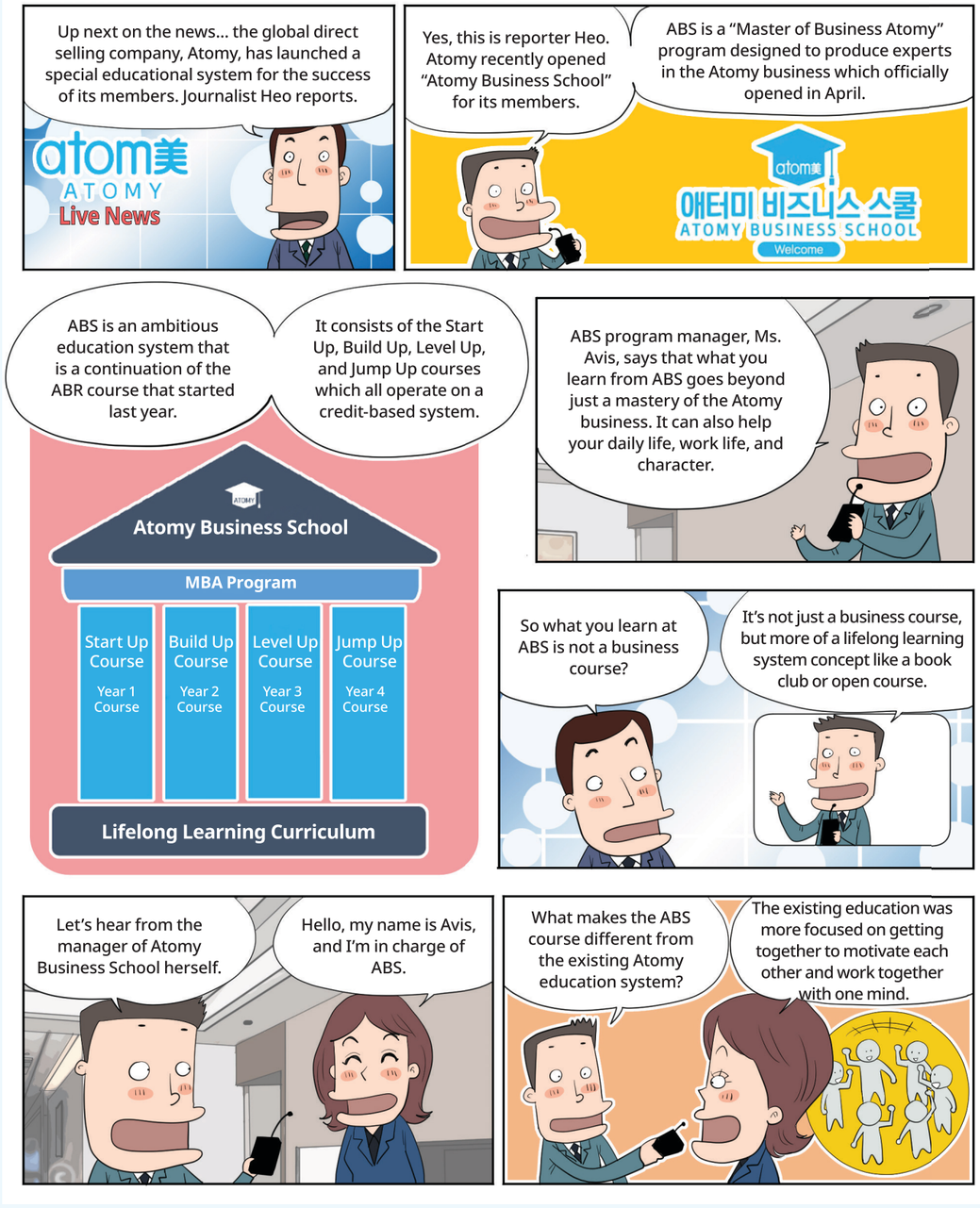

절반이 뭐야, 반의반도 안 될텐데.
그러니까 굳이 광고를 하지 않아도 소비자들이 알아보잖아.


광고나 마케팅에 혹해서 사보는 것이 아니라 써 보고 좋아서 또 사는 것이니.
아하. 그래서 제품이 영업을 한다는 거구나.

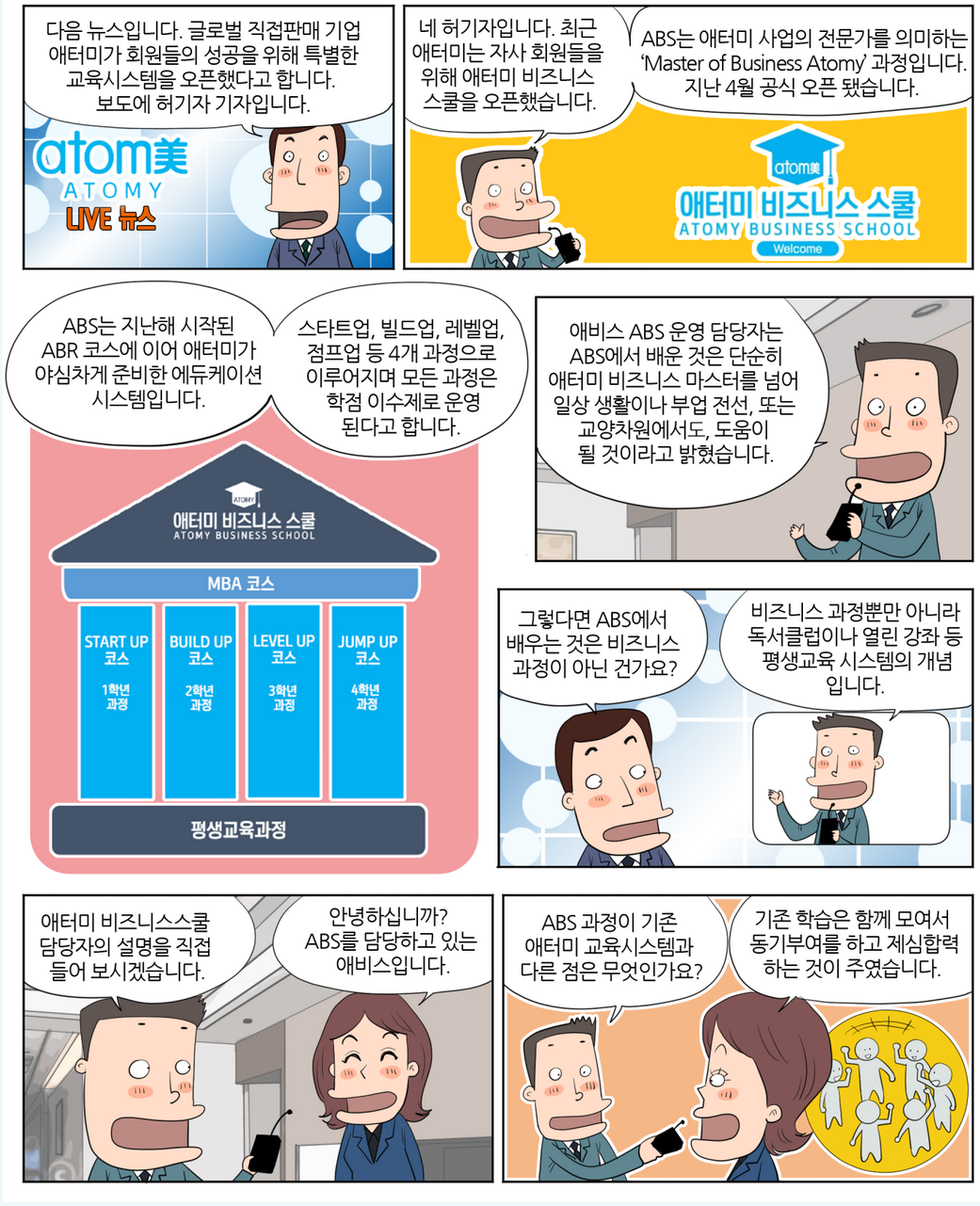

그게 이번 앱솔루트의 국내 화장품 최초의 트리플 크라운 달성으로 확인 된 거네.

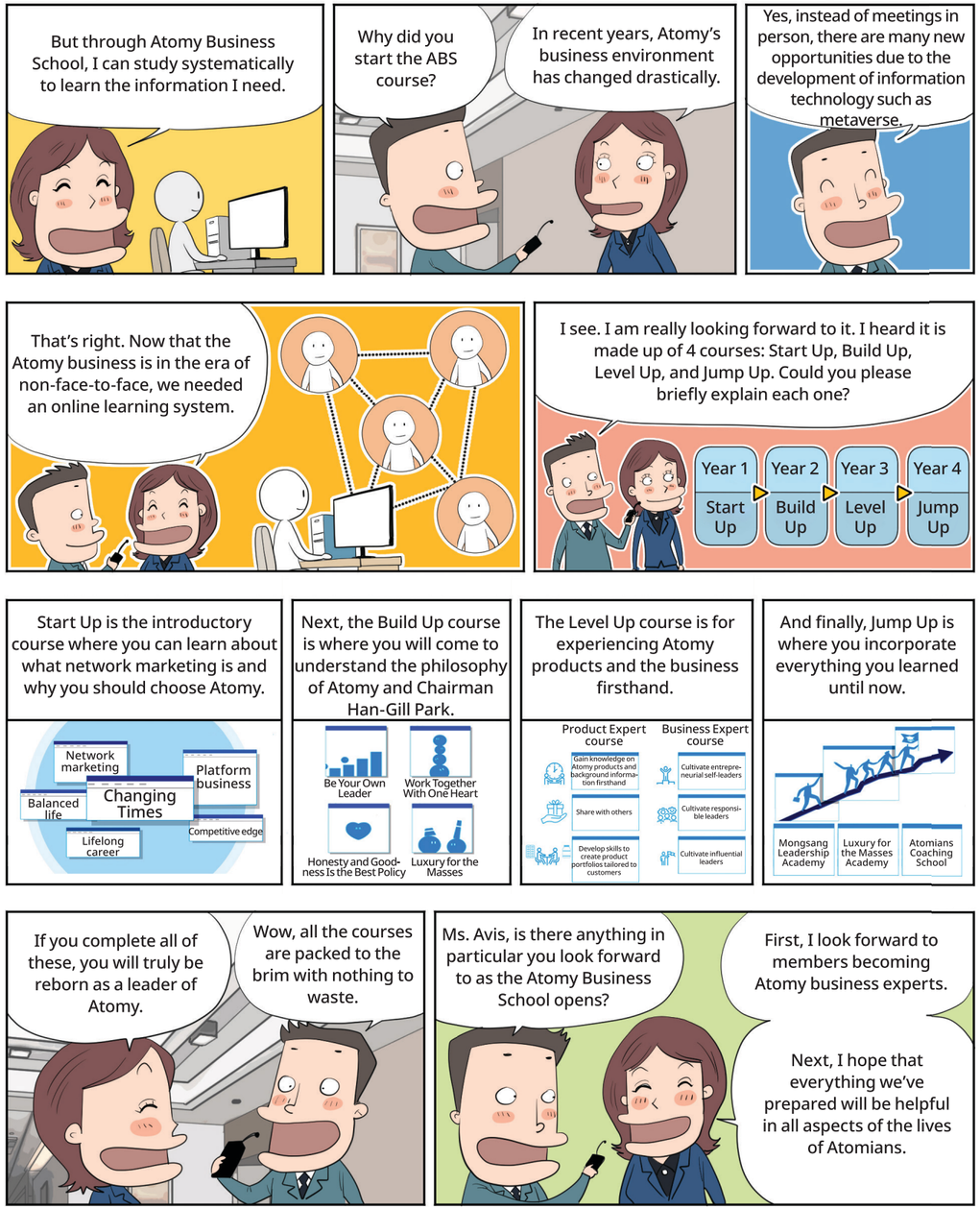

맞아. 그런 영리한 제품이 바로 애터미가 세계적인 유통기업으로 성장하는 비결인 셈이지.
그래서 애터미는 제품이 스스로 소비자를 만들어 나가는 소비자 중심 유통이라는 것이지.
atom美
ATOMY

Atomy Business School

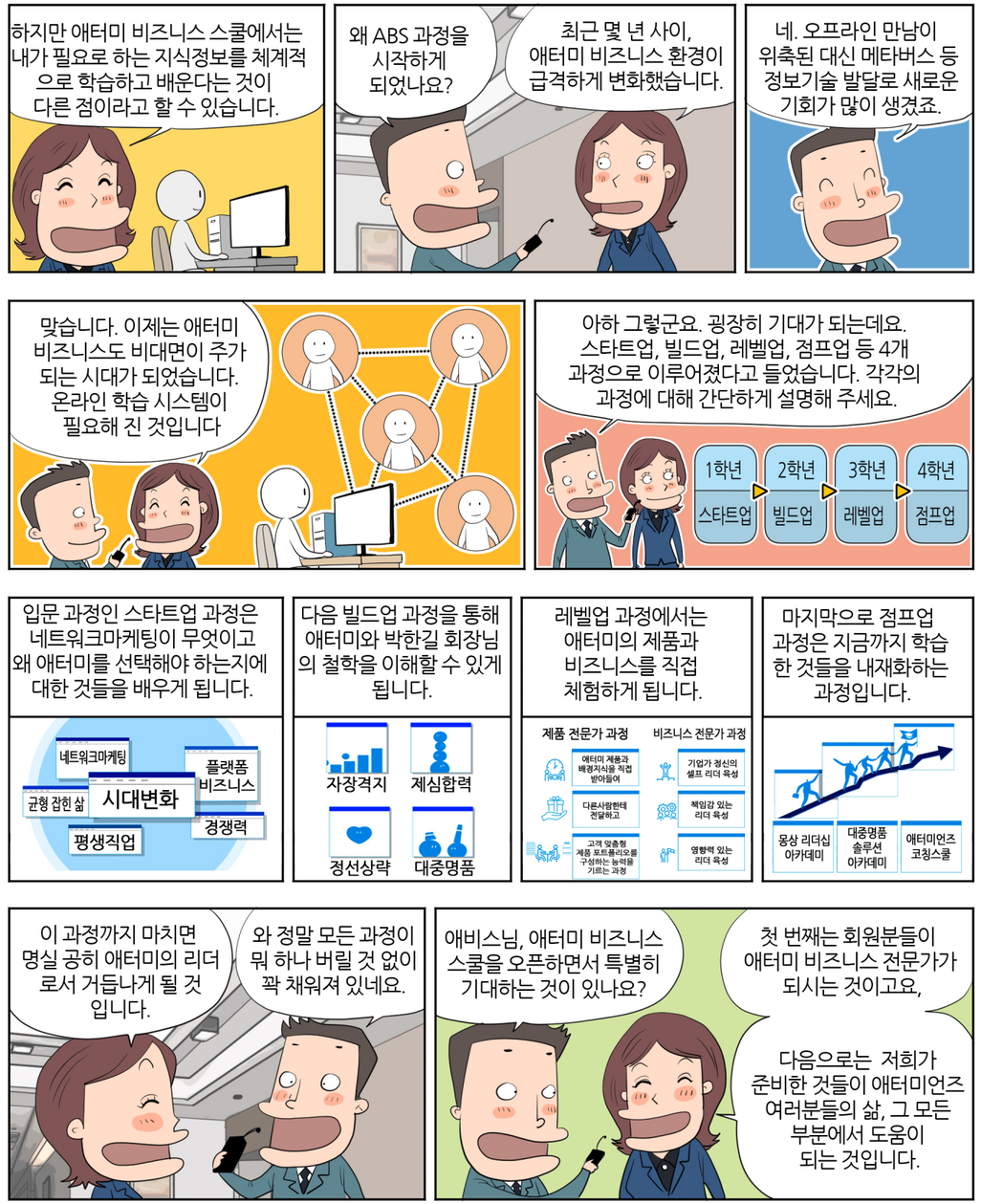


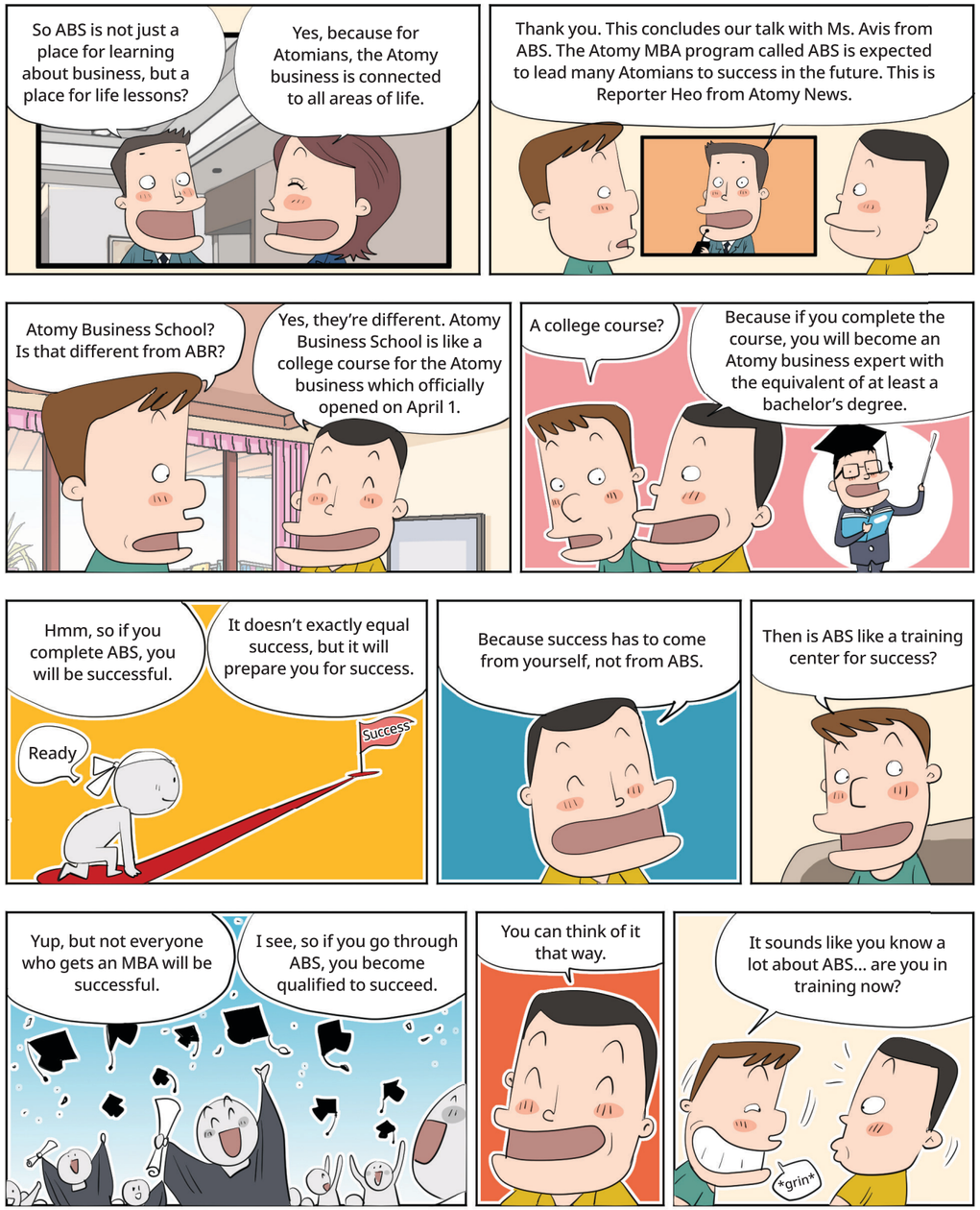
애터미 비즈니스 스쿨

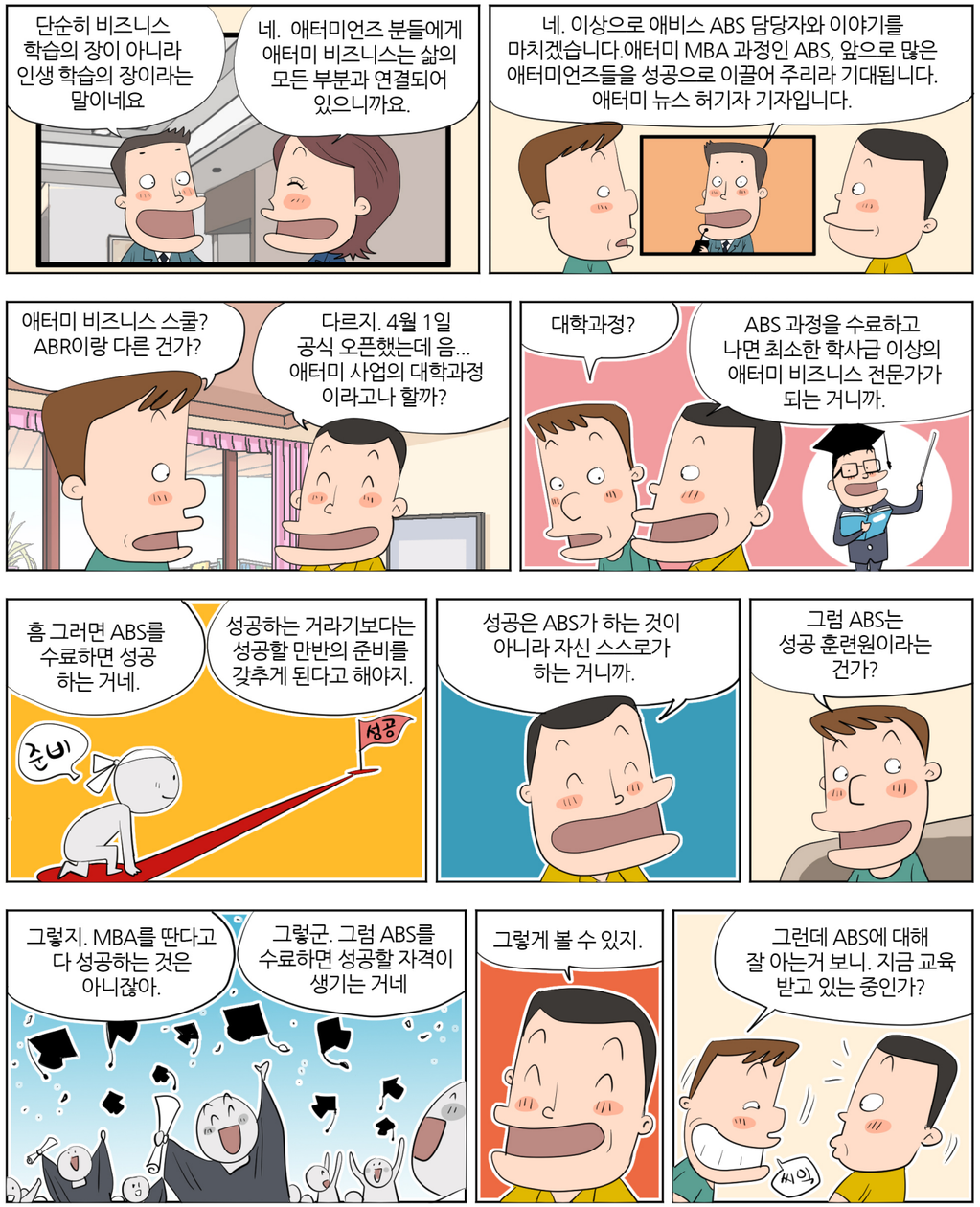




Cartoonist _ Jae Ho Heo





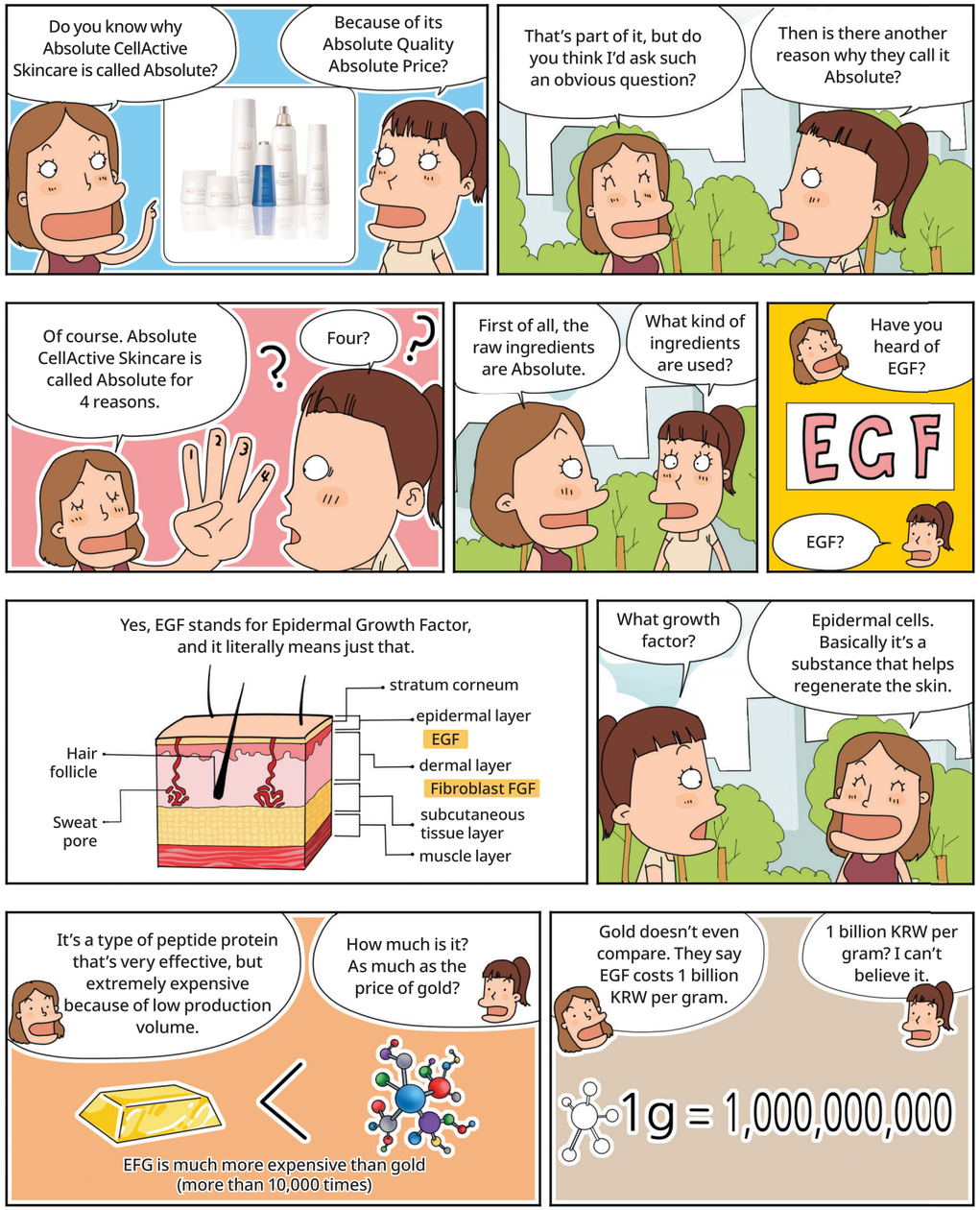


Cartoonist _ Jae Ho Heo


Haha. I've already taken the courses as a beta tester.
Oh really? How was it? Is it worth doing?
For me, it felt like synergy was created between product information and organizational management.
Ooh, it must have helped your business.
Yup. Others have said that it was good to learn systematically not only about the Atomy business, the trend of the times, and the platform, but also about life skills and know-how in general.
Then I want to take the courses, too. How do I apply?
You can apply on the ABS website where you will find detailed information on how to apply, study guides, etc.
Welcome to Atomy Business School
According to the head of ABS, people should definitely take the courses because there are plans to create and educate on a variety of content like new products, trends, and changing times.
It guess it's like a required course for Atomians who want to succeed.
sns
Yes, all Atomians have the right to get to know Atomy and move toward success in an easier, and more intimate and convenient way while enjoying it at the same time.
Is that the Atomians' declaration of rights?
atom美 ATOMY
Atomians have the right to succeed, and Atomy has an obligation to do its best to support Atomians in becoming successful. Does that make sense?
You can do it!
Success
So that's why Atomy's management objective is customer success.
Yes. The global direct selling company that is running fervently toward the all-important goal of Atomians' success is none other than Atomy.


하하하. 난 베타테스터로 미리 들어봤지.
오호 그래? 실제로 어때? 들을 만 해?
나 같은 경우엔 제품 소개와 조직관리 의 시너지를 발휘하게 해준다는 느낌?
오호라 사업이 도움이 되겠군.
응. 같이 들었던 사람도 시대 흐름이나 플랫폼 등 애터미 사업뿐만 아니라 삶을 살아가는데 필요한 지식이나 노하우까지 체계적으로 알게 돼서 좋았다고 하더라고.
그렇다면 나도 꼭 들어야겠군, 어떻게 신청하지?
ABS 홈페이지에서 신청하면 돼. 들어가 보면 신청 방법이라든가 학습도우미 등등 자세히 나와 있거든.
애터미 비즈니스 스쿨에 오신 것을 환영합니다!
ABS 담당자 말로는 앞으로 출시될 다양한 신제품, 트렌드, 시대변화 등 다양한 콘텐츠들을 만들어 교육할 예정이라니까 반드시 들어야하는 거라고.
성공하고 싶은 애터미언즈의 필수 코스라고 생각해야겠군.
sns
그렇지. 모든 애터미언즈는 더 쉽고 편리하게, 그리고 더 가깝게 애터미를 찾고 즐기면서 성공을 향해 나아갈 권리가 있잖아.
애터미언즈의 권리 선언인가?
atom美 ATOMY
애터미언즈는 성공할 권리가 있고, 애터미는 애터미언즈가 성공할 수 있도록 최선을 다해 지원할 의무가 있다. 뭐 이런 얘기가 되나?
화이팅!
성공
그래서 애터미의 경영 목표가 고객의 성공인 것이구나.
그렇지. 애터미언즈의 성공이라는 중차대한 목표를 향해 불철주야 달려가는 글로벌 직접판매 기업이 바로 애터미라는 것이지.

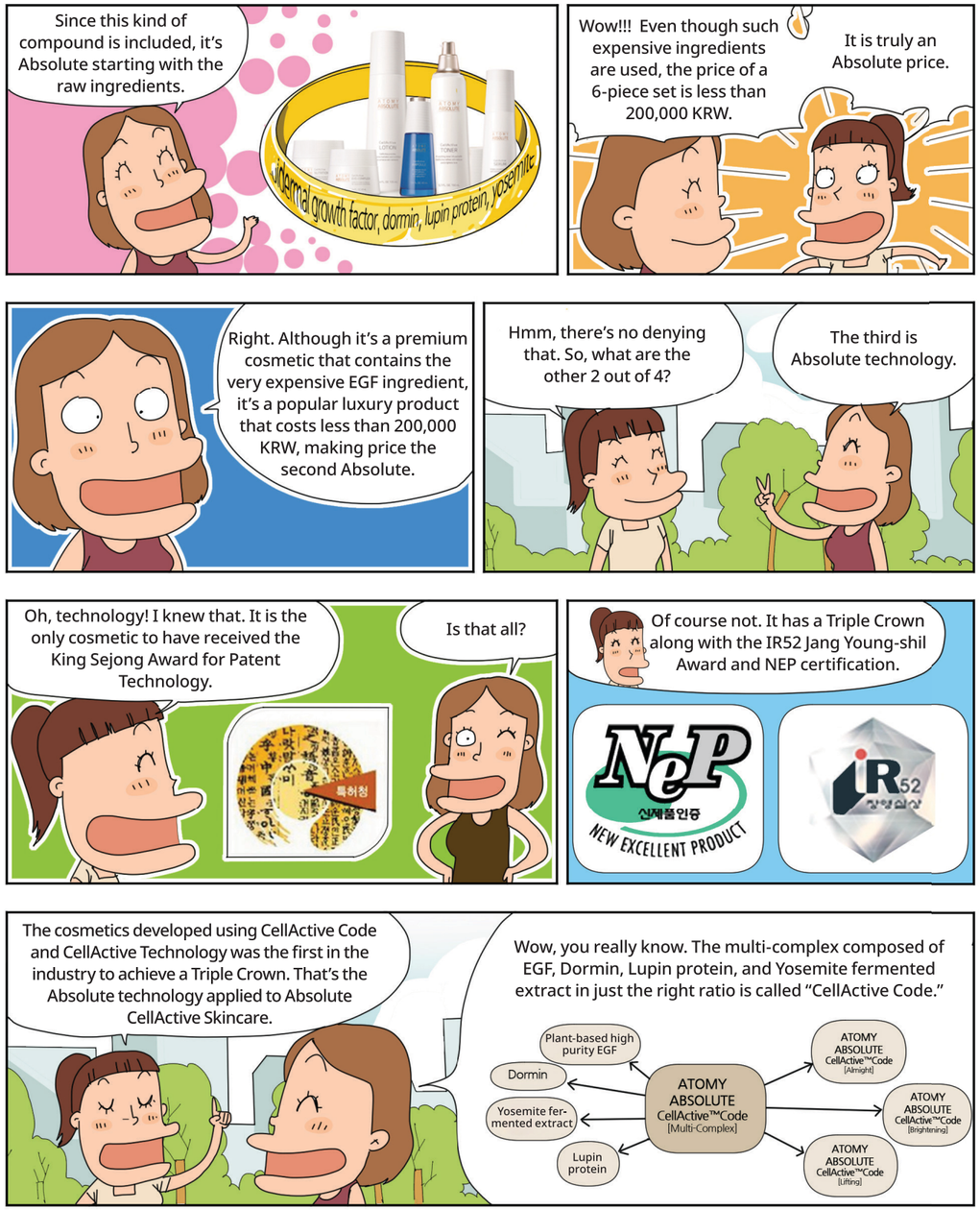
Absolute CellActive Skincare



Cartoonist _ Jae Ho Heo

앱솔루트 셀랙티브 스킨케어

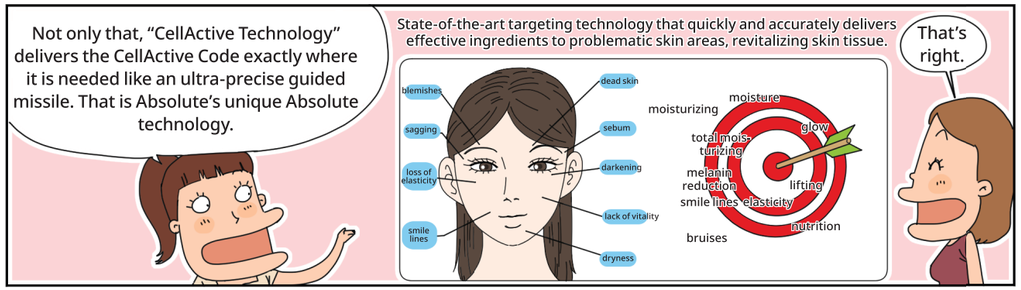


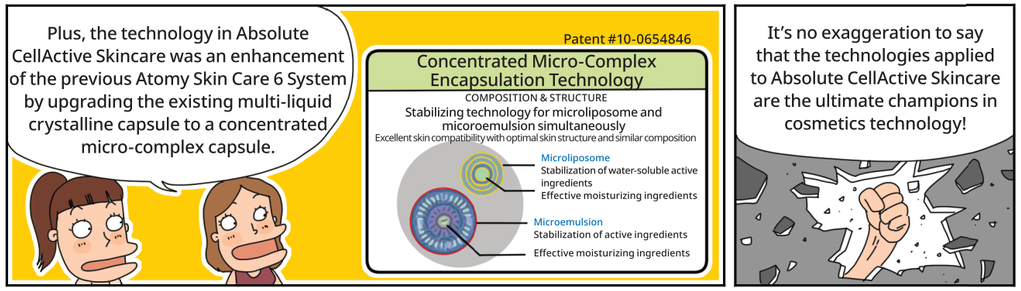


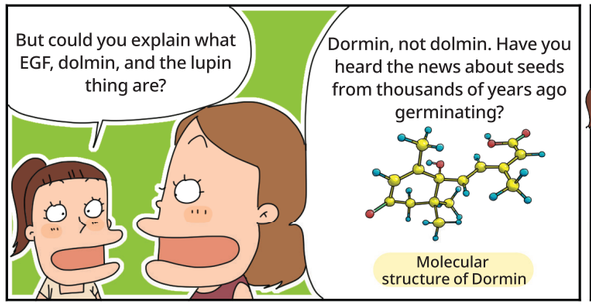


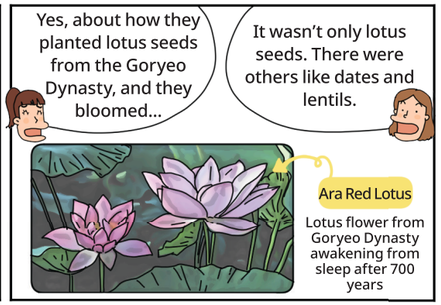
Cartoonist _ Jae Ho Heo

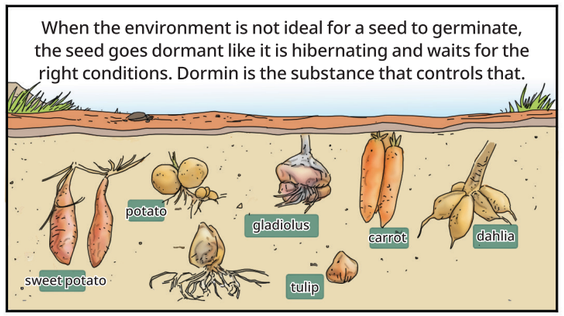
Cartoonist _ Jae Ho Heo

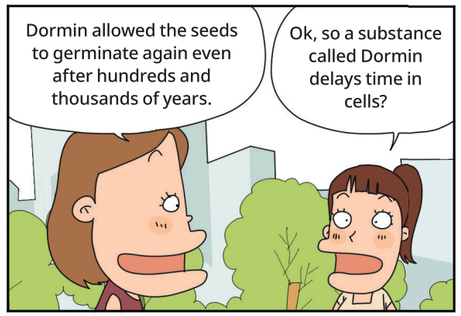


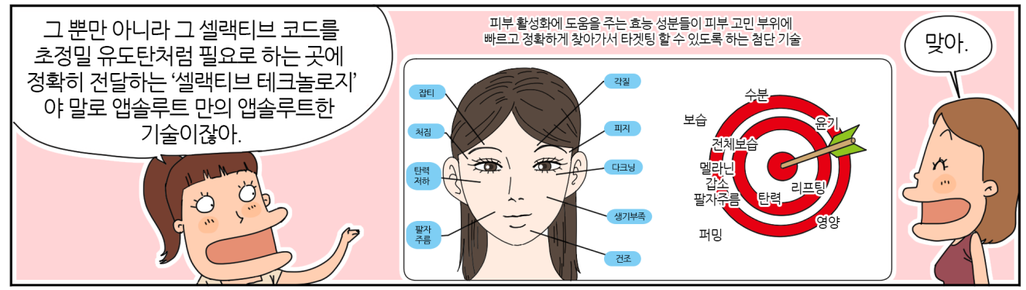


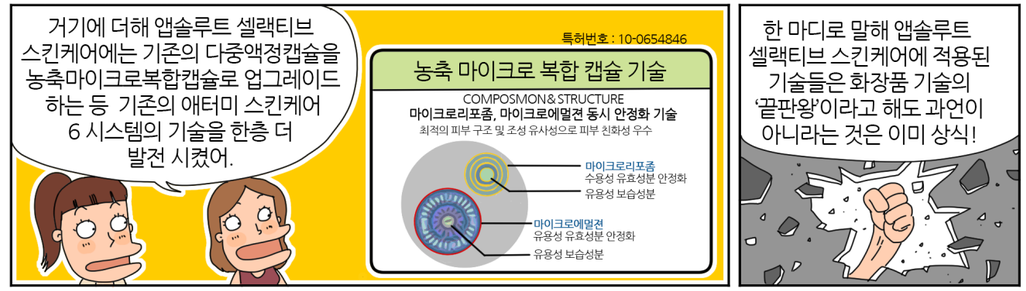


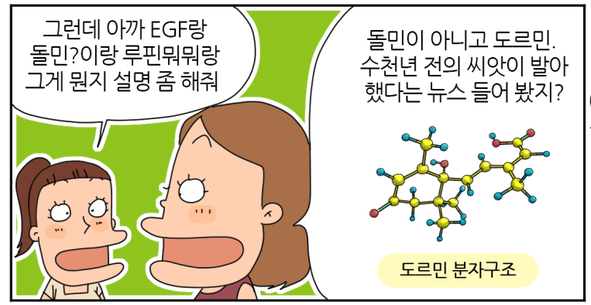


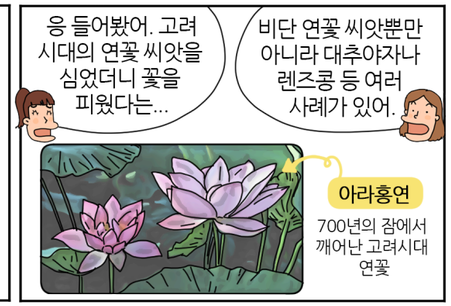


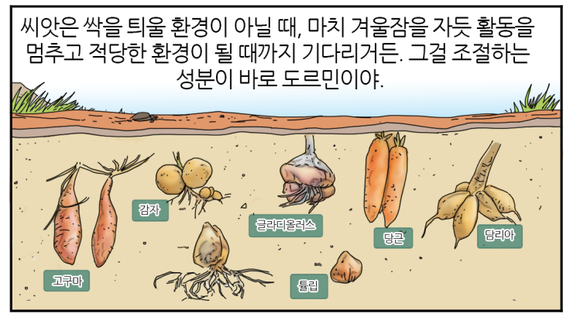


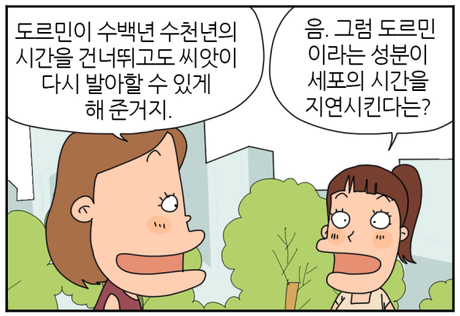


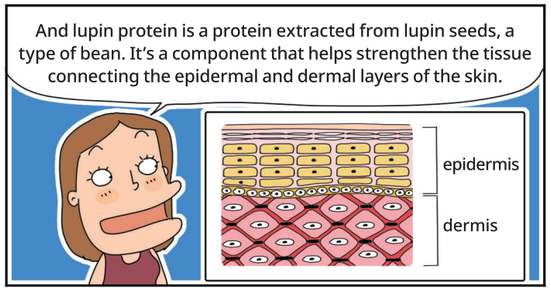


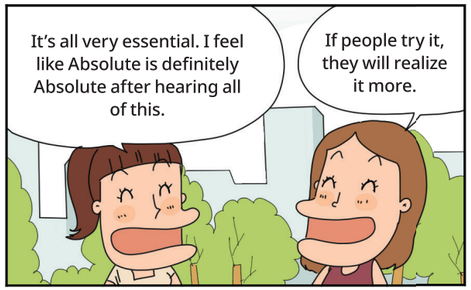




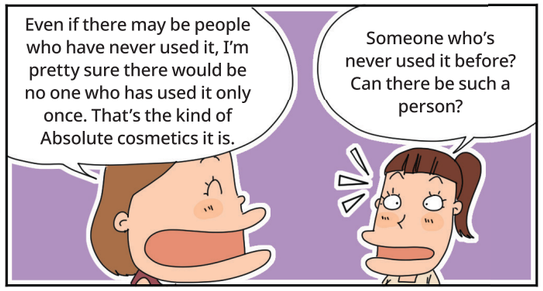


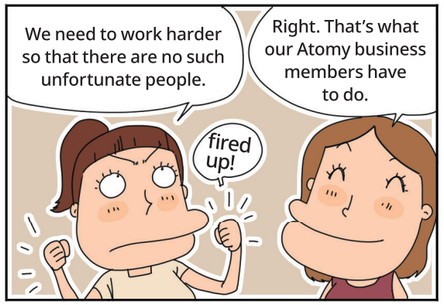


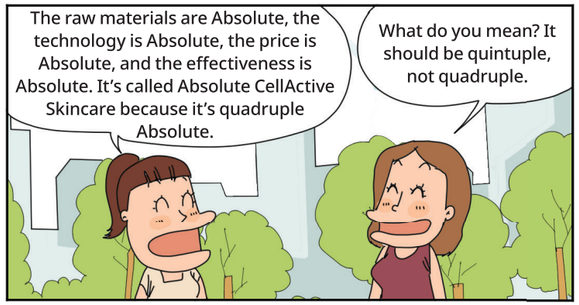




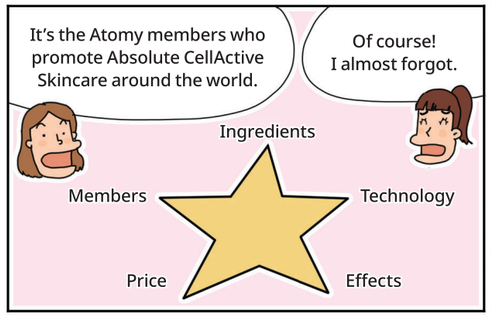






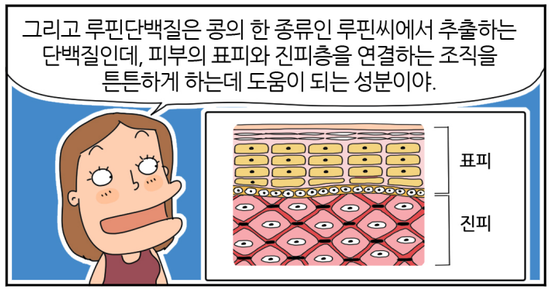






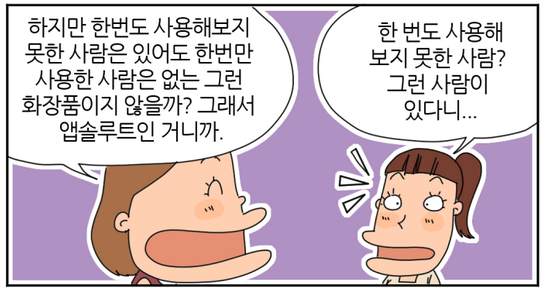


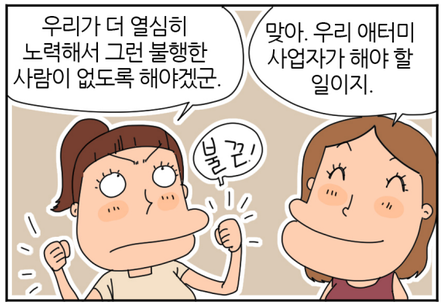
Cartoonist _ Jae Ho Heo







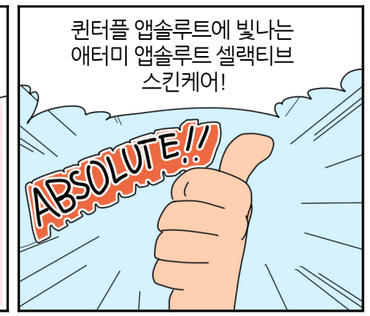












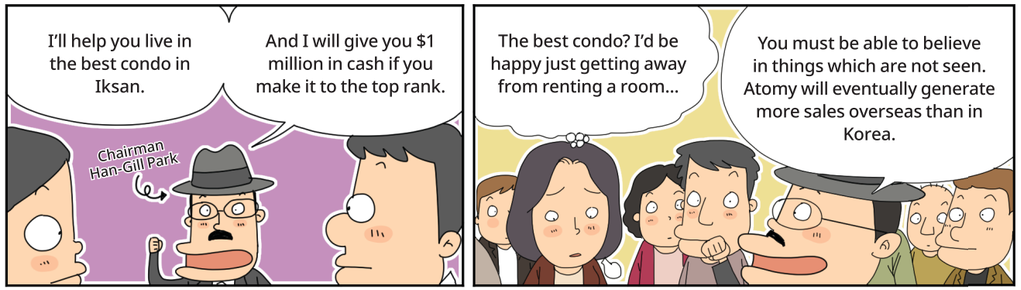
Imperial Master Jung-Soo Park's Journey to Success Started From a Duck Restaurant That Failed

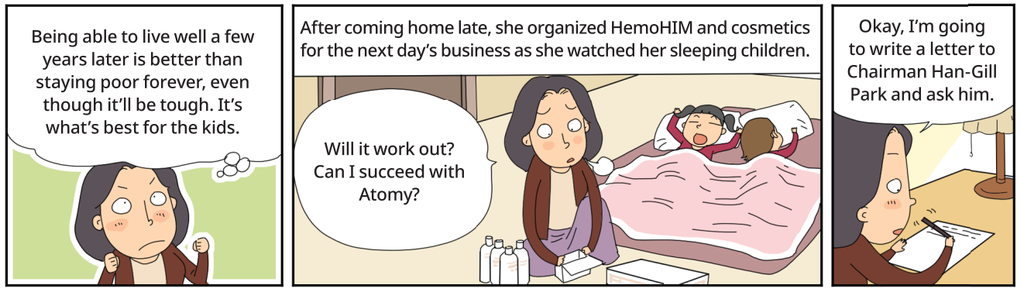


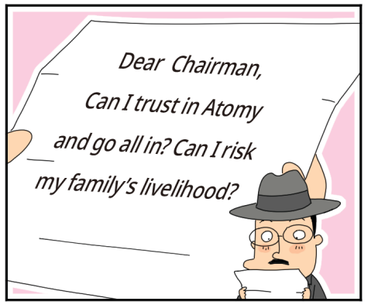
박정수 임페리얼마스터, 망한 오리탕집에서 시작한 성공의 여정

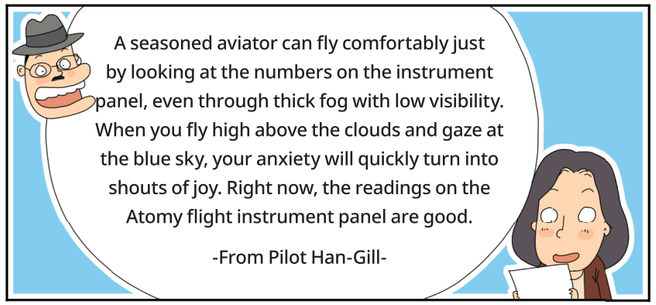


Cartoonist _ Jae Ho Heo



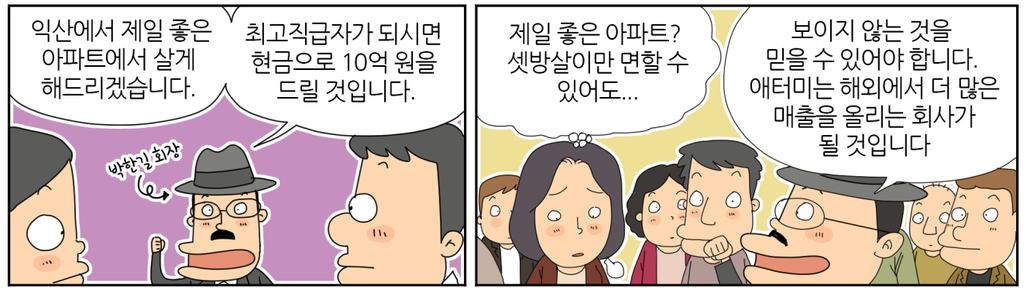


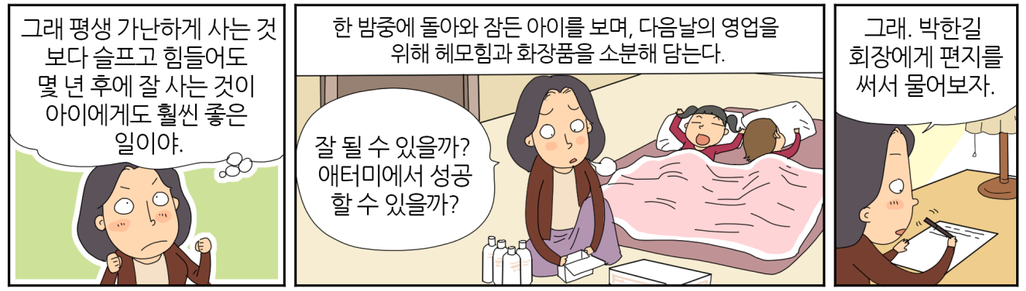


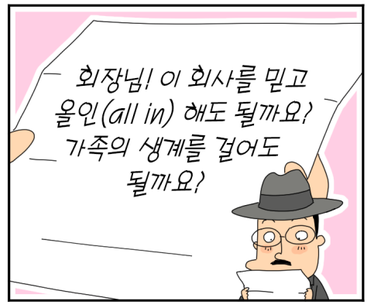


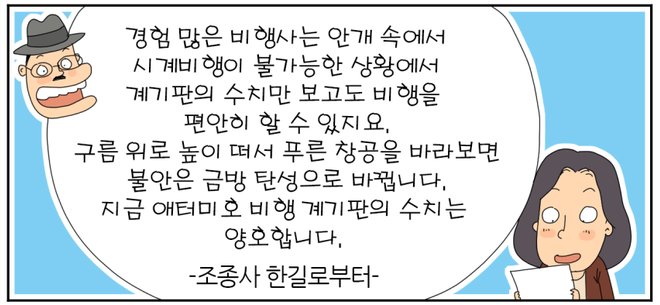


Cartoonist _ Jae Ho Heo

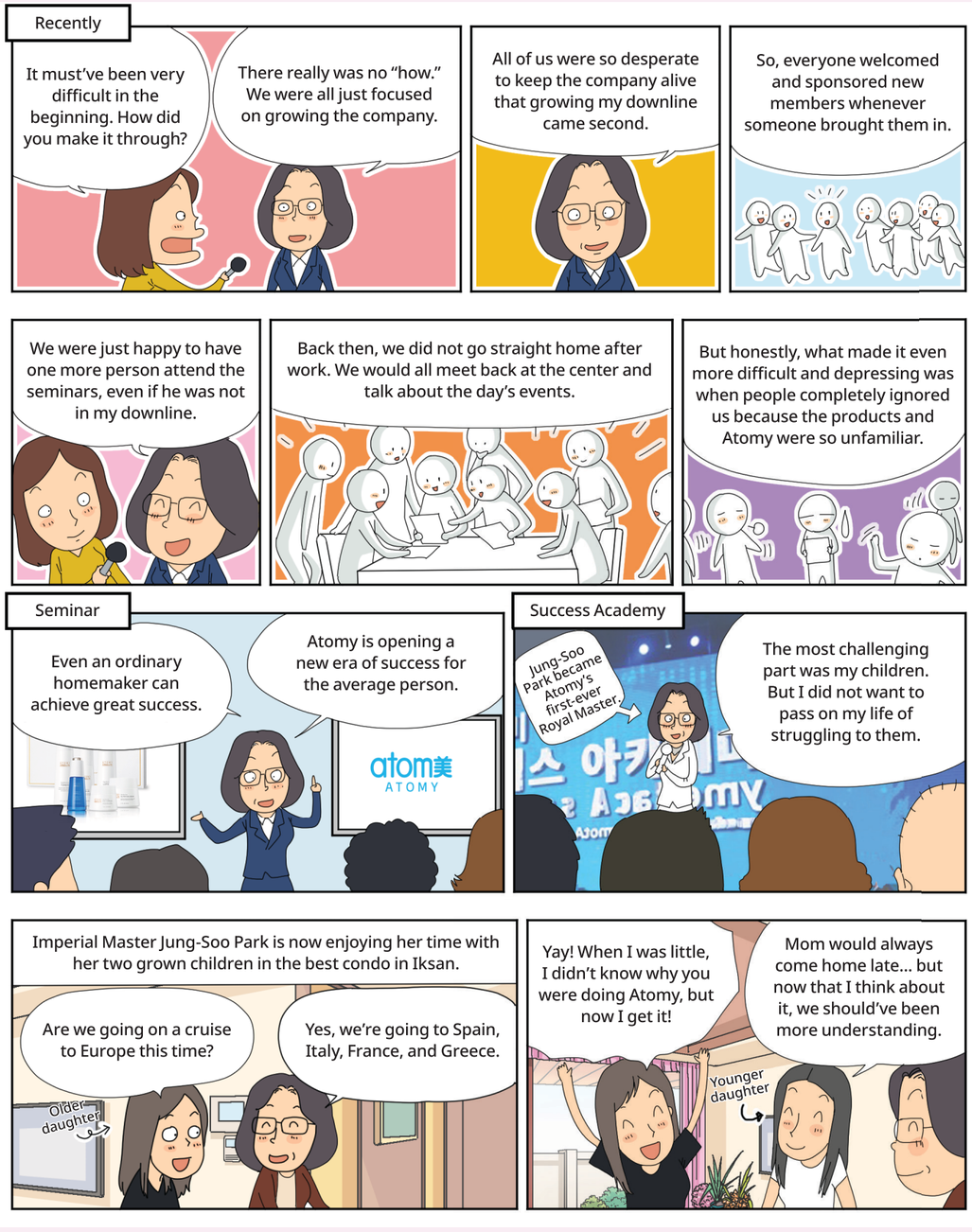




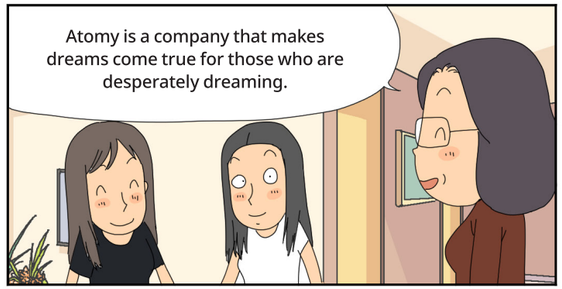


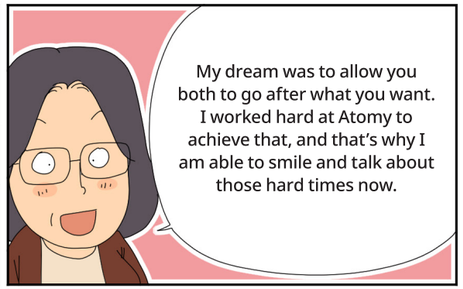


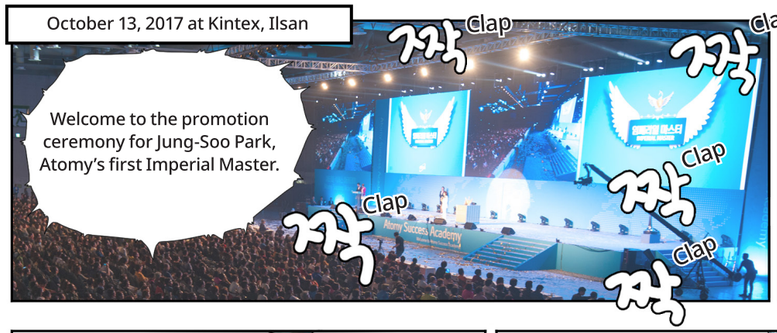


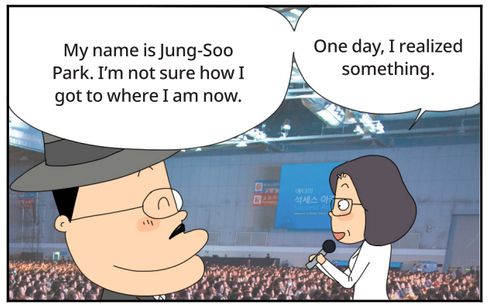

Recently
It must've been very difficult in the beginning. How did you make it through?
There really was no "how." We were all just focused on growing the company.
All of us were so desperate to keep the company alive that growing my downline came second.
So, everyone welcomed and sponsored new members whenever someone brought them in.
We were just happy to have one more person attend the seminars, even if he was not in my downline.
Back then, we did not go straight home after work. We would all meet back at the center and talk about the day's events.
But honestly, what made it even more difficult and depressing was when people completely ignored us because the products and Atomy were so unfamiliar.
Seminar
Even an ordinary homemaker can achieve great success.
Atomy is opening a new era of success for the average person.
atom美 ATOMY
Success Academy
Jung-Soo Park became Atomy's first-ever Royal Master.
The most challenging part was my children. But I did not want to pass on my life of struggling to them.
Imperial Master Jung-Soo Park is now enjoying her time with her two grown children in the best condo in Iksan.
Are we going on a cruise to Europe this time?
Yes, we're going to Spain, Italy, France, and Greece.
Older daughter
Yay! When I was little, I didn't know why you were doing Atomy, but now I get it!
Mom would always come home late... but now that I think about it, we should've been more understanding.
Younger daughter

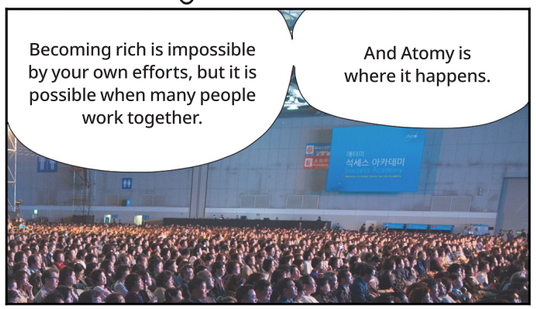

그 후 최근
초창기엔 많이 어려웠을텐데 어떤 마음으로 헤쳐 오셨는지요?
'어떻게'라고 할 것도 없어요. 모두 정말 회사가 커야 한다는 마음이 먼저였어요.
내 라인 크는 것은 그 다음이구요. 회사가 살아야 되니까. 다들 정말 그 마음이 너무 간절했죠,
그러니 누가 신입 회원 모셔왔다 그러면 너나 할 것 없이 가서 후원하는거예요.
내 라인이 아니어도 세미나의 한명이라도 더 와서 인원이 채워지면 좋겠는 거죠.
그때 우리는 퇴근하면 집을 가지 않았어요. 퇴근이 센터였어요. 센터에 다 모여서 오늘 한 일 정리하고 또 얘기하고 그렇게 했어요.
하지만 더 힘든 건 솔직히 제품도 사람들이 생판 처음 봐, 회사도 처음 들어, 그러니 완전 무시하는 거예요. 그 설움이 더 힘들었죠.
세미나
평범한 주부도 얼마든지 크게 성공할 수 있어요.
애터미가 보통사람들의 성공시대를 열어가고 있습니다.
atom美 ATOMY
석세스 아카데미
드디어 애터미 최초의 로열마스터에 오른 박정수
제일 힘들었던 것은 아이들이었어요. 하지만 아이들에게 내가 겪었던 힘든 생활을 물려주고 싶지는 않았어요
이제 장성한 두 아이들과 익산에서 제일 좋은 아파트에서 즐거운 시간을 보내고 있는 박정수 임페리얼
이번에 우리 유럽으로 크루즈여행 가는거야?
응. 이탈리아랑 스페인, 프랑스, 그리스 다 돌아볼 거야.
큰 딸
야호, 어릴땐 엄마가 애터미를 왜 하나 싶었는데 지금은 이해가 돼
맨날 엄마 늦게 오고 그랬는데... 지금 생각하면 그때 엄마를 좀 더 이해했었어야 하는건데
작은 딸

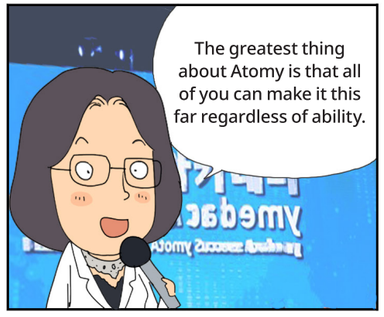

Atomy is a company that makes dreams come true for those who are desperately dreaming.

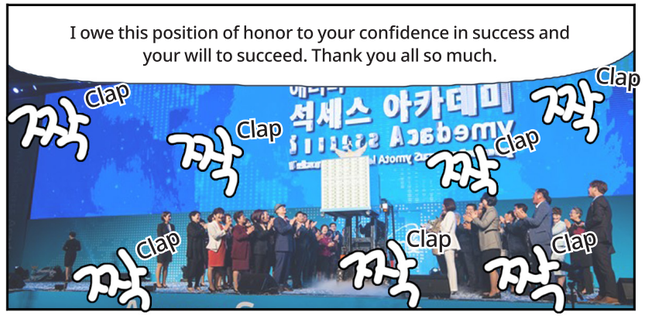

My dream was to allow you both to go after what you want. I worked hard at Atomy to achieve that, and that's why I am able to smile and talk about those hard times now.

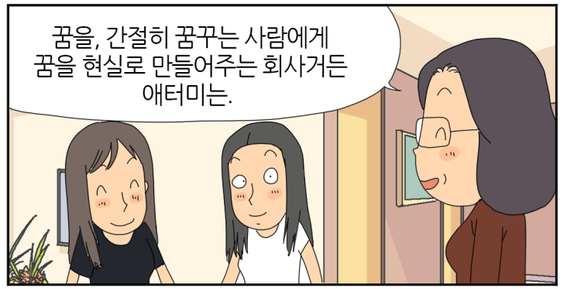

October 13, 2017 at Kintex, Ilsan
Welcome to the promotion ceremony for Jung-Soo Park, Atomy's first Imperial Master.
Clap
I am so nervous... umm... I don't know what to say.


My name is Jung-Soo Park. I'm not sure how I got to where I am now.
One day, I realized something.


Becoming rich is impossible by your own efforts, but it is possible when many people work together.
And Atomy is where it happens.

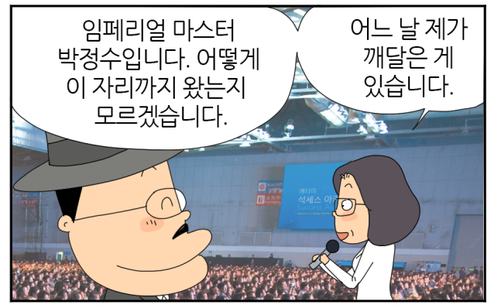

The greatest thing about Atomy is that all of you can make it this far regardless of ability.


I owe this position of honor to your confidence in success and your will to succeed. Thank you all so much.
Clap


꿈을, 간절히 꿈꾸는 사람에게 꿈을 현실로 만들어주는 회사거든 애터미는.

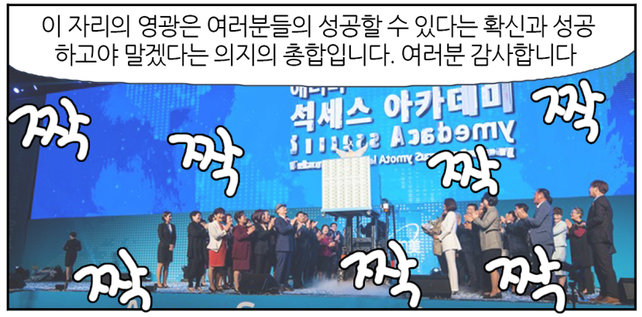

엄마의 꿈은 너희들이 하고 싶은 일을 맘껏 할 수 있도록 하는 거야. 그 꿈을 이루기 위해 열심히 애터미를 했기에 지금 이렇게 웃으면서 힘들었던 시절을 얘기할 수 있는 거야.


2017년 10월 13일, 일산 킨텍스
애터미 최초의 임페리얼마스터, 박정수 임페리얼마스터의 승급식이 진행 되겠습니다.
아우 떨립니다. 하아... 그리고... 아무 생각나지 않습니다.


임페리얼 마스터 박정수입니다. 어떻게 이 자리까지 왔는지 모르겠습니다.
어느 날 제가 깨달은 게 있습니다.


부자가 된다는 것은 혼자의 힘으로는 불가능하고 많은 사람들이 함께 했을 때 비로소 가능하다는 것을.
그리고 그것이 바로 우리의 애터미라는 것을

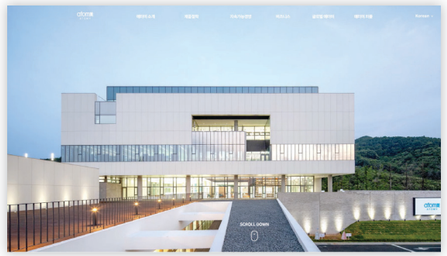

애터미의 장점은 여러분의 능력과 상관없이 이 자리에 모두가 올 수 있다는 것입니다.


이 자리의 영광은 여러분들의 성공할 수 있다는 확신과 성공하고야 말겠다는 의지의 총합입니다. 여러분 감사합니다

ONLINE & OFFLINE TOOL

atomy.com

Atomy's Official website



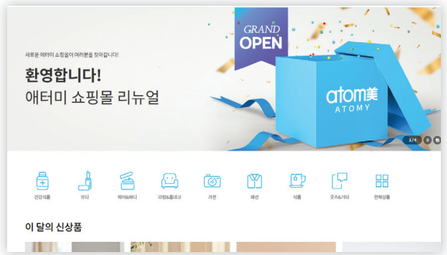
ch.atomy.com

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



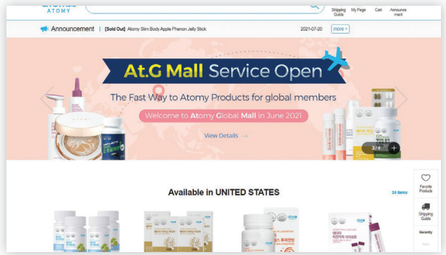
shop.atomy.com

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

Social Media

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

YouTube

Facebook

Instagram

Publications

Company profile, magazines, catalogs



THE ATOMY DNA

This book contains Atomy's management philosophy, vision, and a decade of footsteps and achievements. It is available for purchase through Atomy's official online shopping mall.



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

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

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

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

SINGAPORE www.atomy.com/sg
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 www.atomy.com/my
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 www.atomy.com/id
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 www.atomy.com/hk
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











The Masstige Strategy

ATOMY YOU CAN TRUST AND USE IS YOUR SHOPPING CURATOR

Having rooted on Absolute Quality Absolute Price policy, Atomy takes a step forward to become a "Shopping Curator: Atomy You Can Trust and Use" that must gain trust from consumers. Masstige products are selected by Atomy's curation service that analyzes consumers' needs and finds the best offer.

믿고 쓰는 애터미, 소비 큐레이터로 거듭나다

애터미는 절대품질 절대가격에서 진일보하여 소비자의 절대신뢰를 필요로 하는 '소비 큐레이터 - 믿고 쓰는 애터미'로 거듭나고 있습니다.
소비 생활의 큐레이터로서 소비자의 니즈를 분석하고, 최적의 제품을 제안하는 큐레이션 서비스를 통해 소비자들은 미처 알지 못했던 매스티지 (masstige) 제품들을 애터미를 통해 만나고 구매할 수 있게 될 것입니다.

Atomy You Can Trust and Use is our product philosophy about making consumers' life more fulfilling and meaningful.
믿고 쓰는 애터미, 소비자의 삶을 풍요롭고 가치있게 만드는 또 하나의 제품 철학입니다.

atom美 ATOMY

애터미 슬림바디 풋사과 애플페논

Light Weight, Slimmer Body

ATOMY SLIM BODY APPLEPHENON JELLY STICK



건강 기능식품 GMP

건강기능식품
15g x 28포 (420g)

2023 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 2023

2023 애터미 글로벌 매거진

충청남도 공주시 백제문화로 2148-21(웅진동)
Tel 1544-8580 | Fax : 02-888-4802
발행처 애터미(주) | 발행일 2023년 02월