

HWASEUNG LIFE MAGAZINE

화승史진

2021 Spring Vol.62



CONTENTS

2021 Spring Vol.62



신발이 최대의 동력이었던 시절, 멀리서 들려오는 기적과 스쳐지나가는 기차는 꿈이자 낭만이었습니다. 그 바람을 담은 기차표 신발은 그렇게 전국 방방곡곡을 향해 달렸고, 화승의 공식 브랜드 기차표는 그렇게 기적을 남겼습니다.

총괄 화승그룹 홍보팀 김병호 부장

화승그룹 홍보팀 심일욱 과장

화승코퍼레이션 신비(해외영업팀 대리)

ARHQ(화승코퍼레이션 미주법인) 정하영 사원

CRHQ(화승코퍼레이션 중국법인) 문지훈 과장

화승R&A 이지학(기획팀 과장)

화승소재 임상호(영업관리팀 팀장)

화승T&C 박재성(관리팀 과장)

화승네트웍스 강우준(전략기획팀 대리)

화승인더스트리 정성욱(IR/경영관리팀 매니저)

화승케미칼 한동민(경영지원팀 매니저)

화승비나(베트남) 정영섭 차장

2021년 3월 25일 발행(정보간행물)

신고번호 연제, 바00003 신고일자 2016년 8월 30일

발행인 현지호 편집인 김정식

기획·진행 화승그룹 홍보팀 김병호·심일욱

편집·디자인 오즈커뮤니케이션(02-515-3681)

인쇄 우일인쇄

펴낸 곳 화승그룹(www.hwaseunggroup.com)

주소 부산시 연제구 중앙대로 1079(연산동)

장천빌딩 화승그룹 회장실

전화 051-850-7037 팩스 051-850-7001

메일 illwook.sim@hscorp.com

SPACE

02	2021 HS메시지	70주년을 향해 진짜 화승을 찾는 여정이 시작됩니다
08	ROAD 01	화승, 온고지신溫故知新
12	ROAD 02	화승, 신발에 이름표를 붙이다
16	ROAD 03	화승의 신발 사업, 우보牛步에서 찾다
20	ROAD 04	힘찬 새해, 소원을 말해보소
26	ROUTE	2021년, 글로벌 화승의 새봄

SHUTTLE

34	전화승이 짚한 사람	화승이 화승다움이듯, 부산시립미술관은 부산답게 부산시립미술관 기혜경 관장
38	1인칭_발견傳	춤추한 세월을 이어온 신발 현승훈 회장의 초심 컬렉션
42	테마문화여행	세계의 아름다운 기차역, 페택트 여행
46	화승인터뷰	‘함께라면’ 할 수 있고 이를 수 있어요 로봇을 사랑하는 아티스트, 황성제 작가
50	和友동산	스마트팜에 농부의 마음을 담다_드림팜 스마트팜은 안정적 식량 공급을 위한 대안_그린플러스
56	Dear 화승사람들	공유(共有)

STATION

62	화승!필승!	화승코퍼레이션이 여는 글로벌 화승의 새로운 미래
66	화승FUN탐사	쓸데없지만, 은근 재밌는 밸런스 게임
68	신나는 화승생활	나를 살리는 걷기, 소처럼 실천하기 2021 화승 우보만보(牛步萬步) 캠페인
70	전화승 큐레이션	카페 속에 기차, 즐거운 만남
74	HWASEUNG NEWS	
76	즐거운 화승생활	화승 백신은 희망 백신



70주년을 향해 진짜 화승을 찾는 여정이 시작됩니다

1953년부터 지금까지 그리고 70주년을 맞을 2023년까지 우리는 늘 화승이었고, 화승사람이었습니다. 화승이 이어온 인화의 가치를, 또한 새롭게 이어갈 인화의 가치를 우리는 함께 찾고, 함께 만들어가야 합니다. 인화의 가치 속에서 지켜야 할 새로운 미션을, 성취해 가야 할 새로운 비전을, 함께해야 할 새로운 행동 양식을 우리의 손으로, 공감의 목소리를 담아 만듭시다. 누군가의 목표가 아닌 우리의 목표로 진짜 화승이 무엇인지, 찾아보고, 돌아보고, 머리를 맞대어 100년 기업으로 가는 디딤돌을 만들어갑시다.

1953년 처음 화승이 세상에 나왔던 그 날처럼 처음의 마음으로 오늘을 살았으면 합니다. 진짜 화승을 찾는 여정에는 진짜 나 자신을 찾는 과정도 함께 했으면 합니다. 나의 발견이 화승의 발견이 되고, 화승의 발견이 나의 발견으로 이어질 수 있는 이 여정 속에서 진정한 화승의 아이덴티티를 찾을 수 있는 큰길을 함께 걸어갔으면 합니다.

2021년 새봄,
화승 회장 현승훈





70주년을 향한 새로운 시작



가슴 위에 가지런히 놓인
창립 70주년을 향한 마음을 담은 배지를 뽐니다.
더불어 우리 함께 만들어갈 화승의 길을 뽐니다.

첫 출근, 그날의 첫 마음처럼
우리 다시 함께 만들어갈 화승의 70주년!
오늘부터 시작입니다.
지금부터 시작합니다.

SPACE

‘천 리 길도 한 걸음부터’이듯 기업 100년도
그 한 걸음에서 비롯됩니다. 가까이는 화승 70년이지만,
100년 화승도 코앞입니다. 한 걸음이 백 걸음이 될 수 있는 건
오늘의 한 걸음을 보태야 가능합니다.
오늘의 한 걸음, 첫걸음처럼 걸어봅시다.

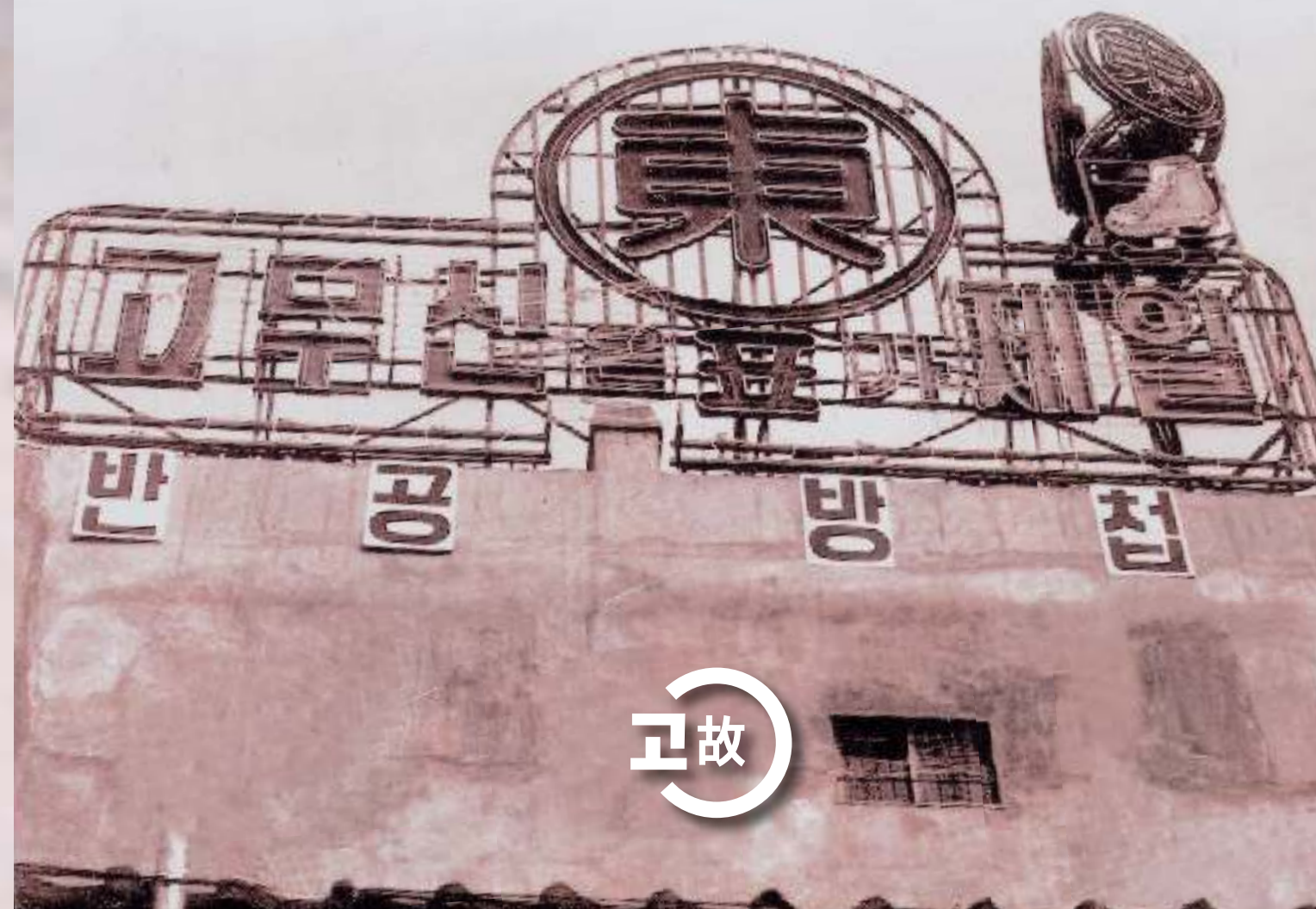
화승, 온고지신^{溫故知新}

논어 '위정편(爲政篇)'에는 '옛것을 익히고 그것을 미루어 새것을 알다'라는, '온고지신(溫故知新)'이라는 사자성어가 있습니다. 시절이 다하고 시대가 바뀌어도 변하지 않는 진리이자 금언입니다. '온고지신'으로 화두를 잡을 수 있는 것도 화승의 처음이 있었기에 가능한 일입니다.



옛것의 토대 위에 새것이 완성되고 빛을 볼 수 있음을,
창립 70주년을 두 해 앞둔 신축년의 화승은 알고 있습니다.

동양, 동방의 작은 나라에서 만들어진 '東'자표에서 기차표로 이어진 화승의 신발
사업은 그렇게 대한민국 신발 산업의 살아있는 역사이자 위상으로 자리잡았습니다.



화승은 국민의 동력인 신발을 생산하는 제조업체로 출발했지만
대한민국 포장의 효시가 되었고 신발 브랜드 1호를 출시한 기업이 되었습니다.
사람과 함께하는 기업 성장에는 고통이 따르고 시행에는 착오가 따를 수 있음을,
한 걸음 한 걸음 도전하면서 깨달았습니다.

처음은 서툴고 어렵지만 새 신발의 느낌처럼 언제나 설레고 새롭습니다.
새 신발을 신 듯 신발 사업을 이끌어온 화승,
시작은 동방의 작은 지역이었지만 지금은 세계를 무대로 뛸니다.

공자님 말씀을 화승적으로 풀이해봅니다.
“옛것을 익히고 그것을 미루어 새로운 신발을 만들다.”



화승, 신발에 이름표를 붙이다



세상의 모든 사물에는 명칭이 있고, 동종의 사물에도 별도의 이름을 붙인다. 이것을 산업적으로는 제품을 만들어내는 경쟁자들과 차별화하기 위해-독특한 이름이나 상징물을 결합해 만든-‘브랜드’라고 말한다. 전후 척박한 경제환경 속에도 상표를 통해 기업 이미지 개선에 노력했던 화승의 초창기 브랜드 이야기와 함께해보자.

상표의 의미와 가치를 담은 첫 브랜드, ‘東’자표

세계적인 문명비평가이자 미디어학자인 마셜 맥루한은 그의 저서 「미디어의 이해」를 통해 “인간이 만든 사실상의 모든 인공물을 ‘미디어’라고 부르며 바뀌는 발의 확장이고 옷은 피부의 확장이며 라디오는 귀의 확장”이라고 했다. 그렇다면 신발은 어떨까. 발을 보호함으로써 다양한 활동과 폭넓은 이동을 가능하게 한다는 점에서 또 하나의 확장 미디어라 할 수 있다. 신발을 신음으로써 더 넓은 세계와 소통하고 메시지를 전할 수 있기 때문이다.

현생 인류의 기원이라고 할 수 있는 호모사피엔스의 맨발에서 현대인들의-신발과 떼려야 뗄 수 없는-착화(着靴)는 습성이 아닌 본능이 되었다. 1953년에 설립한 동양고무(화승의 전신)가 70여 개의 동종 경쟁사를 제치고 우위를 점할 수 있었던 것도 이러한 소비자들의 욕구, 즉 인간 생래의 본성을 건드렸기 때문일 것이다. 당시까지만 해도 화승은 “질기고 가벼운 맵시 있는 신발”이라고 외치며 50여 명의 직원이 하루 3,000켤레의 고무신을 생산했지만, 소비자들은 부산의 술한 고무신 제조업체들이 매일 찍어내는, 그냥 고무신이라고 여겼을 것이다.

브랜드의 의미와 가치가 무색했던 시절의 전쟁 통속, 고무신 춘추전국시대에서 살아남기 위한 화승의 전략은 이름표를 붙이는 것이었다. “질기고… 신발”이라는 구호가 아닌, 똑같은 제품 속 차별화를 추구하는 것이었다. 어렵고 힘든 시절, 복잡한 의미나 상징을 빼고 직관적으로 소비자에게 접근할 수 있는 ‘동(東)양고무에서 만들어내는 제품’이라는 함의를 담아 당시 사명(社名)에서 차용한 ‘東’자표, 이는 화승표 브랜드의 시원이 되었다.

소비자가 비용을 지불함으로써 얻을 수 있었던 내 것만의 특별한 가치, 바로 ‘東’자표 흰 고무신이 시장에 출시되었다. 하지만 동종 경쟁사 제품들과는 다른 점이 있었다. 흰 고무신을 한 켤레씩 흰 종이봉투에 넣고 봉투 겉에는 ‘東자표 흰 고무신’이라고, 붓글씨로 상표를 찍어 시장에 내놓은 것. 이 브랜드 전략은 화승이 부산에서 성장할 수 있는 획기적인 기회를 마련해주었으며 브랜드뿐만 아니라 신발 포장의 효시가 될 수 있었다. 당시 ‘東’자표 흰 고무신을 사려고 신발 도매상들이 부산 초량공장으로 몰려드는가 하면 제품을 선점하려고 공장 숙직실에서 대기하는 진풍경이 벌어지기도 했다.



고객의 수요와 만족을 위한 차별화 브랜드, 기차표

초창기 브랜드인 ‘東’자표에 이어 화승의 전설적인 브랜드, 기차표는 어떤 탄생 비화를 갖고 있을까. 60년대 초반, 1일 1만 켤레의 각종 신발을 생산하는 3대 브랜드 기업으로 성장한 화승. 공정관리 제품 규격화에 착안, 규모가 커짐에 따른 경영 과학화를 도입하면서 한국공업규격표시허가(제37·38호)까지 받음으로써 과학경영 궤도에 진입할 수 있게 되었다. 하지만 소규모 공장에서 만들어져 나오던 ‘東’자표가 새롭고 신선함을 잃고 있다고 판단한 현수명 선대회장은 대규모 공장의 최신 공법에 맞는 새로운 브랜드의 필요성을 느꼈다.

이에 따른 해답은 멀리 있지 않았다. 새로운 브랜드에 고심하던 끝에 선대회장이 착안한 것은 공장 앞을 힘차게 지나다니던 열차, 그리고 기차표를 떠올렸다. 경부고속도로가 개통하기 전이라 당시 대중들에게 가장 인기 있는 교통수단은 기차였다. 이렇게 기차표가 탄생되었고 1965년 3월 1일 상품등록을 마침으로써 화승의 두 번째 브랜드이자 명실공히 대한민국 공식 신발 브랜드 1호가 탄생했다.

화승은 ‘기차표’ 브랜드로 바꾸고 기존 상표를 능가하기 위한 대대적인 홍보전을 펼쳤다. 동그란 테두리 속에 기관차를 원근법으로 처리한 마크와 함께 대중매체인 라디오, 신문, 잡지 등에 광고를 시작한 것. 시가지 곳곳과 철로변에 입간판을 세운 것은 물론이고 회사 화물차 적재함의 천막 덮개 양면에도 “멋있어요, 뽀내세요”란 캐치프레이즈와 함께 기차표 로고를 새겨 전국 방방곡곡이 기차표 고무신에 열광하게 만들었다.

신규 브랜드 홍보에 전력투구한 결과, 기차표를 상표등록한 같은 해 11월, 부산시가 주최한 제4회 우량국산품전시회에서 우수상을 획득하기도 했다. 이러한 기세로 화승은 부산에서 제2창업의 중흥기를 맞이할 수 있게 되었다. 브랜드의 힘을 여실히 보여주는 계기가 되었다. 여기서 그치지 않고 뒷굽이 높은 여자 고무신 즉, 기차표 하이힐고무신을 시중에 선보임으로써 제품 차별화를 꾀했다. “수요를 개발하자, 의상에 맞는 신발을 만들자”는 선대회장의 아이디어가 적중, 여성 소비자들의 인기를 독차지했으며 하이힐고무신은 실용신안 의장특허까지 내면서 바야흐로 기차표의 시대를 열었다.

“기업은 망해도 브랜드는 남는다”는 말이 있고, 기업명은 몰라도 브랜드를 기억하는 소비자가 많을 정도로 기업의 흥망성쇠를 결정하는 또 다른 힘은 브랜드다. 기업들이 자사 제품에 브랜드를 붙이는 것은 경쟁사와 차별화하기 위함이다. 이를 통해 소비자들의 구매 빈도가 높아지면 궁극적으로 기업의 가치와 성장으로 이어지기 때문이다. 전후 폐허 속, 우후죽순 난립하는 신발 시장 환경에서도 경쟁력을 갖고 일어설 수 있었던 것은 화승의 네이밍 전략, 즉 브랜드의 힘이었다고 해도 과언이 아니다. 브랜드 가치에 대한 인식조차 희박했던 시절, 화승의 ‘東’자표와 ‘기차표’는 이렇게 세상에 회자되었고, 역사가 되었다. 🚂

화승의 신발 사업, 우보^{牛步}에서 찾다

건기만 하는 황소가 있을까. 상황과 필요에 따라 뛰기도 하고 격렬한 싸움도 마다하지 않는다. 신축년(辛丑年) 소의 해, 사람들은 황소걸음을 통해 의미와 교훈을 찾는다. 대한민국의 신발 사업을 글로벌 반열에 올려놓은 화승 또한 그렇지 않을까. 그동안의 사업 행보가 우보(牛步)에 비견할 만하기 때문이다. 우직한 황소걸음으로 이어온 화승의 신발 사업에 대해 되짚어본다.

기업의 뿌리이자 정체성이 담긴 신발 사업

1953년 부산 초량동에서 시작된 신발 제조업, 당시 50여 명의 직원이 1일 3천 켤레의 고무신을 생산해오다 60년대 초반에는 2천여 명의 생산인력이 하루 1만 켤레의 고무신을 만들어내면서 화승의 신발 사업은 한 걸음 한 걸음씩 성장의 길로 들어섰다. 없어서 못 팔고, 줄 서서 기다려야만 구할 수 있었던 화승의 신발은 그렇게 사업으로 태동하였고 21세기 화승을 있게 한 뿌리이자 동력, 정체성이 되었다.

전후 신발 산업의 메카가 된 부산에서 살아남기 위해 화승이 걸어온 길은 결코 쉽지 않은 가시밭길이었다. 더러는 새 신을 신고 꽃 같은 길도 걸었지만 술한 위기와 고비를 뛰어넘으며 이룩한 화승의 68년은, 고무처럼 질기고 유연하며 묵직하게 기업의 근간이었던 신발을 버리지 않고 유지해온 집념의 결과라고 할 수 있다. 느리지만 흔들림 없이 앞을 향해 걷는 황소걸음처럼 화승의 행보 또한 그러했다.

국내를 넘어 글로벌 신발 기업으로의 성장

경쟁과 부침이 심했던 부산을 지역 기반으로 ‘국내 1호 신발 기업’이라는 화승의 명성은 하루아침에 만들어지지 않았다. 50년대 동종 경쟁사들과의 차별화를 위해 상표를 부착하고 제품 포장을 시도했으며 뛰어난 품질과 합리적인 가격의 고무신으로 업계 선두를 차지할 수 있었다. 60년대 들어서는 화학섬유가 트렌드가 되면서 고무신에서 화학섬유를 사용한 케미컬 슈즈를 생산했다. 케미컬 슈즈 생산을 기반으로 세계 굴지의 스포츠 브랜드 기업인 나이키 운동화를 OEM(주문자생산방식)으로 생산하면서 성장의 토대를 마련했다.

창업 이래 꾸준히 기술과 노하우를 축적해온 화승, 1985년에는 국내 토종 브랜드인 르까프(LeCAF)를 출시하였으며 2002년에는 또 다른 글로벌 신발 브랜드인, 아디다스와 ODM(제조업자개발생산) 계약을 함으로써 명실공히 전 세계 신발 시장을 주도해오고 있다.

현재 화승은 그룹 차원의 신발 ODM 사업군에서 화승인더스트리, 화승엔터프라이즈가 활약하고 있다. 이중 국제경쟁력을 내세워 글로벌 전문기업으로 도약하고 있는 화승엔터프라이즈는 화승비나(베트남)와 장천제화대련유한공사(중국), 화승인도네시아(인도네시아) 3개 법인의 국내 상장회사로 아디다스 및 리복 운동화를 생산하고 있으며 ‘세계 제1의 신발공장’이라는 위용을 갖추고 있다. 또한 아디다스 그룹 협력사 중 유일한 ODM 업체로서-단순 생산에만 주력하는 대만 업체들과 달리-디자인과 개발, 마케팅까지 직접 참여하고 있다. 특히 아디다스 그룹 본사 마케팅과 디자이너가 화승의 개발센터에 상주하며 협업하는 코-로케이션(Co-location) 전략으로 파트너십을 유지하고 있다.



기술과 노하우를 바탕으로 한 선택과 집중

‘성장통’이라는 말이 있듯, 기업 성장에도 예외는 아니다. 화승의 성장에도 통과의 레저럼 위기와 고통이 뒤따랐다. 1971년은 창업 이래 최대 위기로 투자에 따른 경영 악화로 법정관리에 들어갔으며 설상가상 공장에 대형 화재까지 발생해 최악의 상황을 맞기도 했다. 1980년대 중반에는 신발 수출만으로 재계 22위까지 올라섰지만, 1998년에는 IMF 외환위기로 뼈아픈 시간을 보내야 했다. 하지만 그 어떤 기업보다 빠르게 위기를 극복해냈다.

어느 하나 쉬운 길도 쉽게 가는 길도 없었지만, 화승이 계열사를 거느린 그룹으로 성장하고 어려운 경제적 여건과 기업 상황 속에서도 신발 사업을 유지·존속할 수 있었던 이유는 무엇일까. 누구나 신어야 하는 필수 아이템이라는 것은 차치하고 신발을 선택하고 집중함으로써 독보적 기술력과 노하우를 쌓아왔기 때문일 것이다. 그렇게 한 가지를 확실하게 뿌리내리는, 즉 기업의 근간을 다지는 사업으로 신발에 매진해왔다.

선택과 집중의 결과로 자동차부품, 소재, 화학 분야까지 사업을 확장할 수 있었지만, 이 모든 게 화승의 신발 사업이 단단하게 버티고 유지되었기에 가능한 일이었다. 최근에는 나이키, 언더아머 등에 모자를 납품하는-베트남 모자 OEM 생산업체인-유니팩스를 인수, 맨 아래 신발에서부터 맨 위 모자까지 스포츠 패션의 범위를 확장하고 있다.

“우리 몸에서 발이 제일 고생을 많이 하지 않나요?” 화승 현승훈 회장의 말이다. 이 한마디에서 발이 갖는 상징성, 화승 신발 사업의 정체성이 느껴진다. 인류의 삶을 지속 가능하게 하는 동력인 신발, 창립 70년을 앞둔 화승이 현실에 발을 딛고 황소 걸음으로 신발 사업을 지속해 나가야 할 이유다. 🐮



힘찬 새해, 소원을 말해보소

새마음으로 이루고 싶은 것도, 하고 싶은 것도 많은 신축년 새해다.

우리 화승사람들은 어떤 다짐으로 새해를 맞이했을까?

“소망하던 일 모두 이루세요, 좋은 일만 생길 거예요”라는 덕담과 함께
꿈과 희망, 그리고 화승에게 보내는 응원의 한마디가 궁금해진다.

2021년 올해 이루고 싶은 소망

이런 화승이 되었으면 좋겠다

이런 내가 되었으면 좋겠다

화승네트웍스 영업지원팀 김동현 과장

올 한해는 더 **활동적이고 긍정적인 사고**
를 통해 건강을 챙길 수 있는 한 해가 되었
으면 합니다. 계속 다니고 싶고 꿈을 이룰
수 있는 화승에서 없으면 모두가 찾게 되
는 존재가 되도록 노력하겠습니다.

화승코퍼레이션 기술지원2팀 제석환 과장

코로나19가 해결되어 세계 경제가 회복되고 회사
매출이 상승하는 일석이조의 효과를 기대하며,
내부적으로 활발한 소통이 이루어져 잘 통하는
화승이 되었으면 합니다. 저 또한 화승에서 업무,
가정, 취미, 건강을 균형 있게 조절하여 **내일이 기
대되는 오늘**을 살 수 있도록 노력하겠습니다.

화승코퍼레이션 IT팀 고은혜 사원

무엇보다 즐겁고 건강한 신혼생
활 만끽할 수 있는 2021년을 기대
합니다. 더불어 올해는 끝없는 **자
기계발과 삶의 새로운 가치**를 받
견하고 싶습니다. 새로운 사업 분
야를 개발하여 더 발전해 나갈 수
있는 발판을 마련하는 화승이 되
었으면 좋겠습니다.

화승아메리카홀딩스 정하영 사원

다양성을 존중하고 긍정적인 조직문화의 기반 위에, 회사
의 발전을 위해 서로 복돋아 주고 적극적이며 빠르게 혁신
할 수 있는 **민첩함과 적응력을 갖춘 화승**으로 계속 발전해
나갔으면 좋겠습니다. 저 또한 선한 유익을 끼칠 미래의 큰
그림을 늘 염두에 두고, 새로운 배움을 통해 다가올 기회에
도움이 되는 인재가 되겠습니다.

화승인도 P.GANESH KUMAR 사원

I want to get married this year. I
hope bright future and move to next
level. When my children grow up and
become adults, I hope that Hwaseung
will be the company where my
children want to work.

올해는 결혼을 하고 싶습니다. 그리고 **밝
은 미래**를 꿈꾸며 **한 단계 성장**할 수 있
길 희망합니다. 내 자녀들이 자라서 어른
이 되었을 때, 일하고 싶은 회사가 화승
그룹이 되었으면 좋겠습니다.

화승멕시코 Roberto Alonso Ontiveros Lucio 사원

Espero que sea una empresa 1er lugar en mexico.
Que desaparezca la pandemia de Covid-19 para
anormalizar la vida. Quiero ser más responsable de
lo que trabajo para crecer de sí mismo.
2021년의 화승은 멕시코에서 제일 영향력 있는 회사가 되었
으면 좋겠습니다. 코로나19가 없어지고 **일상적인 삶** 속에서
조금 더 책임감을 갖고 발전할 수 있기를 바랍니다.



화승T&C SL생산 이상민 사원

긴장하되 여유로운 사업장이 되기 위해 앞장서는 화승이 되길 바랍니다. 하루빨리 코로나19가 끝나고, 모든 업무가 정상적으로 운영되어 화승도 안정되었으면 합니다. 신축년 새해 복 많이 받으시고, **모두의 건강을 바랍니다** 다. 화승 가족 여러분들, 올 한해도 건강하세요!

화승T&C SL생산 지동수 사원

올해는 주변을 좀 더 돌아보는 눈을 가졌으면 좋겠습니다. 가족과 함께 보내는 시간을 만들어서 대화도 많이 하고, 웃음이 넘치는 가정이 되도록 힘쓰겠습니다. 2021년의 화승은 작은 것에도 투자해서 대외적으로 **모두가 공감하는 화승이** 되길 바랍니다.

화승네트웍스 화학팀 이선진 사원

고객들에게 신뢰를 주고 구성원들과 화목하고 발전하는 화승이 되었으면 좋겠습니다. 실수하지 않고 **항상 밝은 모습**으로 생활할 것이고, 올해는 자동차 면허를 취득하고 책도 읽고 영어회화도 공부하며 바쁘게 지내고자 합니다.

화승엔터프라이즈 해외지원팀 백송희 매니저

코로나19가 얼른 종식되어, 평범했던 일상으로 돌아가고 싶고 여행도 다니면서 소중한 추억들을 많이 만들고 싶습니다. 코로나19로 침체된 경제 상황을 이겨내어 화승엔터프라이즈의 사업이 더욱 확장되어 **하늘 높이 비상하는 세계적인 회사**가 되었으면 좋겠습니다.

화승비나 Huỳnh Thị Ngọc Hòa SEA Manager

Công ty sẽ trở thành 1 công ty thực sự tốt và tạo được văn hóa Hwasueng thông qua những thay đổi mang tính chiến lược thực tiễn đang áp dụng. Tôi mong muốn được cống hiến nhiều hơn cho công ty và có được vị trí cao hơn kèm theo những phúc lợi tốt hơn hiện tại. 실질적인 전략 변화를 통해 정말 좋은 기업이 되고 화승만의 문화를 만들 것입니다. 올해는 **회사를 위해 더 많이 노력**하고 더 나은 현재의 혜택과 함께 더 높은 지위를 얻고 싶습니다.

화승비나 Chu Văn Đức Senior Manager

Tôi chỉ mong ước 1 điều duy nhất cho bản thân là sức khỏe. Trong năm 2021, tôi có mơ ước cho dịch covid có vắc xin và thuốc chữa, để dịch hoàn toàn chấm dứt, Tôi mơ ước cho tất cả Local và cán bộ công nhân viên đồng lòng đồng sức cùng nhau làm việc tốt vì một mục đích chung là phát triển công ty. 올 한해 바라는 건 스스로의 건강입니다. 2021년, 저는 코로나 전염병이 백신과 치료제를 갖게 될 것이라는 꿈을 갖고 있습니다. 모든 지역 및 직원이 **회사 개발의 공통적인 목적을 위해 협력**하기를 꿈꿉니다.

화승비나 Bùi Chí Kiên Local Manager

Công ty ngày càng phát triển, chế độ và phúc lợi của người lao động ngày càng cải thiện để thu hút được nhiều lao động có tay nghề. Khẳng định được vị trí của mình trong công việc và công ty. Gia đình hạnh phúc, vui vẻ và thành công. 회사의 규모가 커지고, 직원의 복지 혜택이 향상되어 더 숙련된 직원들과 함께하길 바라며 **회사와 업무에서 스스로의 위치를 공고히** 하고자 합니다. 개인적으로는 가족 모두의 행복과 성공을 희망합니다.

화승소재 생산팀 서준호 대리

지난해 힘든 상황을 잘 버틴 만큼 신축년에는 화기에 애하고 **승승장구하는 화승이** 되었으면 좋겠습니다. 개인적으로는 코로나19가 빠른 시일에 끝나 사랑하는 아내와 마음 편히 마스크 벗고 해외여행 하고 싶습니다. 그리고 긍정적인 마음과 끊임없이 배우고자 하는 마음으로 성장하는 내가 되겠습니다.

화승네트웍스 인도네시아 박종곤 과장

올해는 2020년 말에 생각했던 것을 잘해나갈 수 있길 희망하고 **더 생기 넘치고 화기에 애한 분위기의 화승을** 기대합니다. 그리고 장가가자!

화승네트웍스 e-Market팀 이호정 사원

코로나19가 종식되어 친구, 가족과 마음 편히 만나고 싶습니다. 모두가 본인의 업무에 자부심을 느끼고 일하면서 동료 간의 힘든 점도 나눌 수 있는 **열정적이고 따뜻한 화승을** 기대합니다. 2021년에는 안일하게 현재에 만족하지 않고, 늘 새로운 것에 도전하는 용기 있고 부지런한 사람이 되겠습니다.

화승네트웍스 글로벌정보화팀 하동훈 대리

빠른 시일에 코로나19가 정리되어 준비 중인 결혼 일정에도 차질이 없었으면 좋겠고 마스크 없는 세상으로 복귀하고 싶습니다. 빠르게 변화하는 세상에 뒤처지지 않으며, 미래를 준비하여 끊임없이 발전해가는 화승을 기대합니다. 스스로는 자기계발을 소홀히 하지 않고, **항상 배우고자 하는 자세**를 유지하겠습니다.





화승비나 Pham Ngoc Hoang Senior Manager

Good health and Happiness with consistancy income. I wish I could be a good father with only one children as same as manager role if possible.
안정적인 수입과 함께 **건강과 행복**을 소망하며, 가능하다면 매니저 역할처럼 한 아이의 좋은 아빠가 되고 싶습니다.

화승인도네시아 재무팀 이순석 과장

화승의 사명을 참으로 좋아합니다. 팬데믹으로 모두가 힘든 시기이지만 화승인 모두가 **인화(人和)의 힘**으로 2021년도에도 전사가 승승장구하여 신발업체의 최고가 되었으면 합니다. 작년 코로나19라는 큰 악재에도 우리 모두의 노력과 인내로 잘 극복해냈습니다. 올 한해도 새로운 환경에 잘 적응하여 회사와 모든 화승인 가정에 건강과 마음의 평안이 있기를 기도합니다.

화승케미칼 아산 이재우 팀장

논어의 **‘언필신행필과(言必信行必果)’**처럼 시작한 것들을 꾸준히 이어나가 좋은 결과를 만들 줄 아는 사람으로 중요하지 않은 것들에 시간을 많이 소비하지 않는 현명한 내가 되었으면 합니다. 황소의 걸음처럼 대담하게 미래를 준비하고 변화에 도전하여 알찬 화승, 풍요로운 화승이 되었으면 좋겠습니다.

화승인도네시아 생산팀 Samuel Wilson 이사

Harapan saya kedepannya PT Hwaseung Indonesia menjadi tujuan/kiblat best quality dan digitalisasi dari perusahaan lain khususnya dibidang manufacturing shoe. Membangun culture yang inovatif dan digitalisasi sesuai dengan visi/misi HS Enterprise 2021.
신발 제조 분야에서 화승인도네시아가 최고의 품질과 고도의 디지털 시스템을 갖추고 운영되는 **신발계의 ‘메카’로 거듭 성장**하길 희망합니다. HSE 2021 미션/비전을 근간으로 ‘혁신과 디지털화’라는 문화를 구축해 나가는 해가 되었으면 합니다.

장천제화대련유한공사 정임경 과장

2020년은 코로나로 인해 모두에게 어려운 해였습니다. 2021년에는 정상적인 일상으로 돌아와 모두에게 행복한 한 해가 되었으면 좋겠습니다. 직원들간의 소통이 조금 더 원활해지고 활기찬 분위기가 형성되고, **더 유연해지고 배워나가기**로 노력하는 **사람**이 되었으면 좋겠습니다.

화승케미칼 DX팀 차성호 매니저

코로나19가 하루빨리 종식되고, 헬스장을 주 2회 이상 꾸준히 다니기를 목표로 하고 있습니다. 그리고 안 쓰는 물건들을 미련 없이 정리하고 싶은 소망이 있습니다. 화승이 가정과 친구들에게 사랑받는 일터가 되었으면 좋겠고, 직원들이 자랑스럽게 생각하는 회사가 되면 좋겠습니다. 현재에 안주하지 않고 비전과 목표를 통해 계속 발전해서 **새로운 경험과 목표를 가지고 도전**하는 내가 되었으면 좋겠습니다.

화승케미칼 아산 문일주 매니저

올해는 **내면을 돌볼 줄 아는 화승**이 되었으면 좋겠습니다. 소파해를 맞아 4년 동안 이루지 못했던 개인적인 목표를 반드시 이루겠습니다!

화승케미칼 아산 장예송 매니저

첫 회사가 화승인 만큼, 마지막 회사도 화승이 될 수 있게 업무 포텐을 터트리는 예송이가 되었으면 좋겠습니다! 자격증도 취득해 경쟁력도 갖추고 열심히 업무에 임하여 꼭 정규직이 될 것입니다! 지금도 성장 중인 화승이지만, 더욱더 **수평적인 마인드와 글로벌 경쟁력**을 가진 화승이 되었으면 좋겠습니다.



장천제화대련유한공사 Catherine Song

新的一年愿所争取的，都能如愿以偿；工作能力不断提升，学习热情持续不减，健康顺遂，喜乐平安。希望和承成为一个环境优美、文化先进、基业长青的标杆企业。
새해 소망을 다 성취할 수 있으면 좋겠습니다. 업무 능력이 지속적으로 향상되고 학습에 대한 열정을 유지하고, 건강하고 하는 일이 순조롭게 진행되며, **기쁨과 평화로 가득찬** 해가 되었으면 좋겠습니다. 화승 또한 아름다운 업무 환경, 선진 문화 기반을 갖춘 벤치 마크 기업이 되기를 희망합니다.

화승케미칼베트남 Văn Quốc Minh 회계장

Cùng với phân xưởng Chemical, năm 2020 Công ty phát triển thêm phân xưởng Compound. Tôi hy vọng doanh thu và lợi nhuận năm 2021 sẽ đạt được cao hơn mục tiêu Công ty đề ra. Đầu tạo tất cả nhân viên kế toán có kỹ năng và Cải tiến quy trình bộ phận kế toán. Hoàn thành tốt công việc của Công ty trong năm 2021.
우리 회사는 화학 공장과 함께 2020년에 컴파운드 공장을 추가하며 확장했습니다. 2021년의 매출 및 이익은 **회사가 정한 목표보다 높길** 바랍니다. 이를 위해 모든 회계 직원들을 교육하고 프로세스를 혁신하고자 합니다. 2021년에는 회사업무를 훌륭히 해내겠습니다.



2021년, 글로벌 화승의 새봄

2020 송년인사회, 영상으로 비전과 희망을 공유



코로나19의 영향으로 매년 진행해오던 화승그룹 송년인사회가 온라인 영상으로 대체되었다. 화승그룹 현승훈 회장의 신년사를 비롯해 지난 2020년 한 해를 돌아볼 수 있는 스토리 영상, 사업군별 중장기 비전 계획 발표 영상까지 총 3개의 영상은 국가별 언어로 번역되어 각 회사 인트라넷에 배포되었다. 현승훈 회장은 코로나19로 고생한 임직원들을 격려하는 한편, 다가올 2023년 화승의 창립 70주년을 대비해 새로운 비전을 수립할 수 있도록 각자의 영역에서 최선을 다해줄 것을 당부했다. 이를 위해 현승훈 회장은 새로운 관점의 전략적 경

영활동을 추진하고 각사는 중장기 목표에 입각해 멀리 보고 투자할 수 있는 사업모델 개발을 강조하는 등 화승만의 경쟁력 강화에 초점을 맞춘 진정한 혁신 활동에 전력을 다해줄 것을 임직원들에게 요청했다. 이밖에도 지난 2020년 진행된 ‘부회장이 쓴다’ 이벤트, EY최우수기업가상 수상 등 다양한 2020년의 이슈들을 담은 스토리 영상을 통해 ‘다가올 2021년, 쉽지 않겠지만 인화(人和)의 가치로 함께 이겨내자’는 응원의 메시지를 전세계 화승사람들이 함께 공유했다.

몸도 마음도 유난히 추웠던 2020년의 겨울을 보내니 2021년의 새봄이 다가왔다. 새해의 첫봄이자 새로운 힘이 생기는 새봄의 바람이 화승에도 불었다. 소통과 나눔을 통해 2021년의 도약을 다짐한 글로벌 화승. 그 따뜻한 현장의 이야기를 주목해보자.

지속 가능해야 할 나눔의 가치

화승그룹, 이웃돕기 성금 3억 원 쾌척



유난히 추웠던 지난 겨울이었음에도 온정의 손길은 함께했다. 화승그룹은 지난 1월 8일 부산시청에서 이웃사랑 성금 3억 원을 전달했다. 전달된 성금 3억 원은 부산사회복지공동모금회를 통해 복지 사각지대에 놓인 저소득층 이웃들의 안전하고 따뜻한 생활에 도움을 줄 수 있도록 사용될 계획이다. 변성완 부산시장 권한대행은 “화승그룹이 지난해 3월 코로나19 극복을 위한 특별성금 1억 원을 기탁한 데 이어, 새해에도 소외된 이웃들을 위해 성금을 전달해주셔서 감사하다”라며 “유독 추운 겨울과 코로나19라는 이중고로 어려움을 겪는

이들에게 소중히 전달될 수 있도록 하겠다”고 말했다. 이날 화승그룹 대표로 참석한 화승네트웍스 박동호 대표이사는 “지난해는 코로나19의 여파로 유난히 힘든 한 해였지만 나눔의 가치는 계속되어야 한다는 생각으로 기부를 결정하게 되었다”며 “지역사회와 함께 동행하는 화승그룹이 될 수 있도록 계속해서 노력하겠다”고 전했다. 🙏

어려울수록 큰 빛이 되다

2020 화승그룹 우수기업 시상

HSAB



HSCV



HSMI



IBS



2020년 그룹 송년인사회가 언택트 영상 메시지로 진행되었던 터라 매년 열린 우수기업 시상도 역사 속으로 사라질 뻔했다. 하지만 2021년 새해를 맞아 코로나19로 역대급 어려운 상황 속에서도 큰 빛이 되어준 법인에 대한 격려를 지나칠 순 없었다. 척박한 환경 속에서도 좋은 성과를 내어준 화승브라질(HSAB), 코로나19로 더욱 힘들었을 테지만 또한 좋은 성과를 내어준 화승소재인도(HSMI), 새로운 영역의 도전을 이어가

는 IBS(International B2B Solution), 화학의 새로운 역사를 쓰는 화승케미칼베트남(HSCV) 총 4개 법인이 2020 화승그룹 우수기업으로 선정되었다. 브라질, 인도, 베트남으로 배송된 상패는 자체 시상으로 이어졌고, 상금과 함께 현지호 총괄부회장과 현석호 부회장의 전화 격려도 이어졌다. 2021년 더 큰 빛이 되고자 힘찬 출발을 알린 우수기업들의 더 큰 행보를 기대해본다. 🚂

화승소재, 함께 우리의 비전을 말하다

화승소재, 대표이사-임직원 간담회

코로나19로 유난히도 힘들었던 한 해가 저물어가는 시점에서 화승소재에서는 뜻깊은 자리가 마련되었다.

바로 대표이사와 직원들 간 소통의 시간을 가진 것이다. 이번 간담회는 임원과 차장급 이상 직원들을 제외한 사원부터 과장급까지 70여 명의 직원들을 대상으로 총 12개 조가 편성되어 10월 첫째 주부터 12월 첫째 주까지 총 9주에 걸쳐 진행되었다.



기대와 부담으로 시작되었던 첫 대화의 시간

‘대표이사-직원 간담회’라는 타이틀이었지만 직원들은 이러한 기회를 처음 가졌던 자리인 만큼 기대감과 부담감이 교차했다. ‘과연 무슨 말씀을 하실까? 나는 무슨 말을 해야 할까?’ 각 조 참석자들은 생각에 잠기기 시작했다. 하지만 “반갑습니다”라는 인사로 어느 때처럼 회의를 시작하듯 대표이사와 직원들 상호 간 간담회는 시작되었다.

간담회 형식은 사원급부터 과장급까지 직급별 각 조별 일정

으로 진행되었다. 아무래도 회사에서 이런 형식의 간담회 실시가 처음이다 보니 상호 간 어색할 수도 있었겠지만 직원들의 표정은 밝았다. 다소 딱딱해질 수 있는 분위기를 바꾸기 위해 화승소재 허성룡 대표의 질문이 시작되었다. 정적이 흐르던 분위기에서 직원들의 표정에서 편안함이 느껴졌다. 각자의 개인적 이야기들로 편안하게 대화가 이어지면서 간담회 분위기가 무르익기 시작했다.



회사 방향성에 대한 인식 및 소통을 위한 자리

“지난해 코로나19로 회사에 많은 어려움이 있었습니다.” 편안한 분위기 속에서 허성룡 대표의 간담회 취지 설명이 시작되었다. 어려운 여건 속에서도 직원들이 하나로 뭉쳐 위기를 극복하고 있으며 지난해 모두 수고가 많았다는 대표이사의 감사 인사가 이어졌다. 위기가 도래하였지만 앞으로 회사가 나아가야 할 방향과 ‘화승코퍼레이션’이란 회사가 탄생하게 된 배경, 미래에 화승소재가 나아가야 할 방향과 모든 임직원이 다 함께 해야 할 일과 역할 등에 관한 대표이사의 설명이 잠시 동안 진행되었고 직원들의 표정은 사뭇 진지해졌다.

“그럼 화승코퍼레이션 회사가 출범하게 되면 화승소재의 사업 방향은 무엇입니까?”, “현재 우리의 업무범위가 바뀌는 것인가요?” 가만히 경청하던 직원들은 하나둘씩 질문을 하기 시작했다. 미래를 위한 회사의 투자, 조직, 역할 등 앞으로 다가올 변화에 대한 직원들의 호기심에 대하여 허성룡 대표는 한 명 한 명의 질문에 대한 답변을 이어갔다. 서로 질문을 주고 받으며 간담회의 분위기는 이렇게 무르익어 갔다.

비전을 공유하고 토론하는 장이 되었던 간담회

화기에애한 분위기가 정점을 찍는 가운데 어느새 점심시간, 허성룡 대표의 도시락 식사 제안에 직원들도 흔쾌히 각자의 도시락을 나누기 시작했다. “대표님께서서는 주말을 어떻게 보내시는지요?”, “과거 회사생활에서 가장 힘들었던 때가 언제였

나요?”, “회사생활 중 기억에 남으시는 에피소드가 있으신지요?” 도시락을 먹으면서 직원들은 평소에 허성룡 대표에 대해 궁금했던 질문들을 쏟아내기 시작했다.

요즘 대세 유행 문구인 ‘라떼는 말이야’가 생각나는 도시락 식사시간, 허성룡 대표의 과거 회사생활 에피소드를 듣고 있던 직원들의 입가에는 미소가 끊이질 않았다. 입사 때 에피소드부터 한창 출장을 다니던 시절, 한때 병마와 마주하게 되었던 시절 등 다양한 에피소드가 이어졌다. “가장 중요한 건 건강입니다. 건강 꼭 챙기시기 바랍니다.” 도시락 식사를 마칠 즈음 허성룡 대표의 당부 메시지를 끝으로 대표이사-직원 간담회는 마무리되었다.

이번 간담회는 단순히 대표이사와 직원이 같은 자리에 앉았다는 것을 넘어 소통의 벽을 허무는 첫 번째 시도였다는 점에서 더욱 의미가 크다고 볼 수 있다. 오히려 형식과 격식에 익숙한 직원들을 편하게 대하는 회사의 대표와 다가가기 어렵게 느꼈던 생각과 다른, 대표의 모습에 직원들 표정도 무척이나 밝게 느껴졌다. 어쩌면 이번 간담회가 앞으로 회사의 발전을 위한 격식 없는 토론의 장을 만들 수도 있다는 가능성을 본 시간이 아니었나 하는, 생각이 들었다. 앞으로 화승의 미래를 위한 활발한 토론문화가 정착하기를 기대해본다. 📝

SHUTTLE

화승알앤에이가 ‘화승코퍼레이션’과

‘화승알앤에이’라는 기업명으로 재편되었습니다.

선택을 통해 집중하기 위함입니다.

‘화승’이라는 지붕 아래서 서로의 독창성을 키워가며

제대로 안착할 수 있기를 그룹 차원의

격려와 응원을 보냅니다.

화승이 화승다움이듯, 부산시립미술관은 부산답게

부산시립미술관 기혜경 관장

‘코로나 팬데믹’이라는 사상 초유의 사태로 힘겨운 시간을 견뎌온 문화예술계, 부산시립미술관 또한 예외는 아니다. 어려운 시절, 미술관의 책임자가 된 부산시립미술관의 기혜경 관장을 만나 부산의 문화예술 환경과 미술관 차원의 계획에 대해 들어보고 화승그룹에 바라는 점도 함께 담아보았다.



© 부산시립미술관

부산 해운대구 APEC로에 소재한 부산시립미술관

예술적 소통과 교감을 위한 온·오프 미술관

근대도시에서 현대 메트로폴리스로 확장하며 국제 관광도시이자 아시아 최대 해양 수도를 구축하고 있는 부산, 그곳에 문화와 예술을 만날 수 있는 미술관이 있다. 부산 지역의 변화와 성장 속에서 일상의 문화와 예술의 가치를 담아내고자 하는 부산시립미술관이다.

“미술관 밖은 4차 산업혁명을 향해 눈부시게 질주하고 있지만 정작 미술관은 대면 접촉이 전제된 오프라인 방식으로 오랫동안 소통해왔고 운영되어 왔습니다.” 지난 2019년 11월, 제8대 관장에 취임한 부산시립미술관 기혜경 관장의 말이다. 부임 후 얼마 되지 않아 ‘코로나19’라는 복병을 만나는 바람에 지난해는 미술관 너머 바깥과의 소통을 위한 내외부 시스템 정비로 분주했던 시간이었다고 한다.

특성상 관람객들의 직·간접적인 참여와 소통이 있어야 존속 가능할 수 있는 미술관. 코로19로 현재 부산시립미술관은 오프라인 현장에서 30분당 50명씩 한정적으로 관람객을 맞고 있다. 지난해부터 방문하지 못하는 이들을 위한 소통방식을 찾고자 미술관 차원의 디지털 작업과 함께 리노베이션(Renovation)을 시행하고 있다.

코로나 팬데믹 때문이 아니더라도 해외 유명 미술관들은 이미 2010년부터 온·오프라인으로 관람객을 끌어들이기 위한 리노베이션 작업을 해왔다고 한다. 건물이나 시설 같은 하드웨어 보수가 아닌 시대적 트렌드나 관람객들의 달라진 행동 패턴을 데이터화한 소프트웨어 리노베이션이다.

“코로나 팬데믹이 디지털라이징 같은 리노베이션을 견인했다고 볼 수 있죠. 많은 예술인들이 온라인에 최적화되지 않았고 예산도 확보되지 않은 작년 상황에서 오프라인 콘텐츠를 온라인으로 구축하려다 보니 미술관 차원의 어려움이 많았어요. 이제 미술관이 온·오프 투 트랙으로 소통해야 함은 저희뿐만 아니라 많은 미술관들도 인식하고 있는 문제이자 개선해야 할 부분이라고 생각합니다.”



패러다임의 변화로 달라져야 할 예술 플랫폼

올해로 개관 23주년을 맞이한 부산시립미술관, 낡은 시설에 대한 대대적인 보수와 예술 콘텐츠에 대한 디지털 작업으로 본격 시스템 정비에 나섰다. 신축년 올해를 향 후 20년이 지속 가능할 수 있도록 대비하기 위한 준비 원년이라고 생각한다는, 부산 시립미술관의 기혜경 관장에게 롤모델 미술관에 대해 물었다.

“옛날에는 미술관의 명성에 따라 롤모델로 삼고 구분하고 있었지만 지금은 미술관이 기획하는 작품의 정체성과 표현하는 방식이 독특하고 매력적이라면 굳이 롤모델이 필요 없는 시대가 된 거 같아요. 부산시립미술관에서 전시 중인 <빌 비올라, 조우>와 얼마 전 끝난 <상흔을 넘어 The Scar>가 그 좋은 예라고 생각합니다.”

지난해 홍보 예산이 부족했던 상황에도 불구하고 좋은 전시를 기획하고 선보임으로 써 미술계 이슈로 떠오른 두 전시는 ‘부산’이라는 지역적 경계를 넘어 ‘시립미술관’이 나아가야 할 새로운 전형을 제시한 계기가 되었다. 기존의 패러다임이 전환되고 새 로운 플랫폼을 준비하기 위해 기혜경 관장은 “부산시립미술관은 부산답게” 리노베이션할 예정이라고 한다.

어느덧 짧은 임기의 중반, 임기 중 달성하고 싶은 목표에 대해 물었다. 답은 간단명료했다. “첫째는 스마트 미술관 구축, 둘째는 미술관 시설 개보수”라고 한다. 미술관의 낙후된 시설에 대한 개선뿐만 아니라 예술적 소통 강화를 위해 부산의 한 게임업체와의 콜라보로 온라인 안에 미술관을 지을 예정이다. 방탈출 게임형으로 관람객의 조희수, 재방문을 등을 통해 온라인에서도 예술을 접하고 감상할 수 있는 소통 공간을 마련하기 위함이다. 쉽지 않겠지만 부산, 그리고 시민들을 위한 공공기관으로서 소홀히 할 수 없는 작업이라고 강조한다.

1 코로나 팬데믹 속에서도 미술계 이슈로 떠오른 부산시립미술관의 두 전시 이미지-<상흔을 넘어서 The Scar> 팸플릿과 <빌 비올라, 조우> 작품을 커버에 담은 부산시립미술관 소식지 2,3 부산시립미술관 내부에 전시된 작품들



예술은 삶과 연동, 기업 차원의 관심과 독려 필요

“화승이 부산 지역을 기반으로 한 기업이란 것과 주력인 신발 사업에서 자동차 부문 까지 사업 영역을 확장한 걸로 알고 있습니다. 또 2세 경영이 안정적으로 자리잡아 오픈 마인드의 젊은 기업이란 느낌도 있고요. 장학사업이나 문화예술 분야의 사회공헌활동도 많이 하고 계신 걸로 알고 있습니다.”

기업 화승 이미지에 대한 기혜경 관장의 답변이다. “문화예술 후원 차원에서 시립미술관 링크도 해주시고 회사 차원의 미술관 가는 날을 정해 예술을 만날 수 있는 기회도 늘려주시고 많이 권고해주시면 좋겠습니다.” 부산이 큰 도시임에도 불구하고 많은 이들이 미술관이 내 삶과 무슨 상관이나는 생각에서 벗어나 시민의 세금으로 운영되는 미술관이니만큼, 주인의식을 갖고 자주 찾아달라는 부탁의 말도 잊지 않는다. 이것 또한 기업과 미술관이 상생하는 길 아닐까.

“부산은 350만을 품은 거인이예요. 거인의 어깨라도 올라갈 수 있도록 이 미술관이 작동하려면 수치상으로 60만 명 정도가 찾아줘야 하는데, 현재 이에 못 미치는 실정입니다. 최근엔 코로나19가 하나의 요인이기도 하지만, 이번 미술관 리노베이션으로 달라지리라 기대합니다. 화승에서도 많은 관심 가져주세요.”

삶을 떠난 예술이 있을 수 없듯, 시민과 관람객이 없는 시립미술관 또한 상상할 수 없다. 삶과 연동된 예술, 동시대 미술은 어렵다는 생각을 버리고 자주 물어보고 관심을 가진다면 부산 시민을 위한 문화예술의 봄은 가까이에 있지 않을까. 화승이 화승다움으로 기업문화를 만들어 가듯, 부산시립미술관 또한 부산답게 문화예술공간으로 활짝 피어나길 기대해본다. 🌸

춤춤한 세월을
이어온 신.발.

현승훈 회장의
초심 컬렉션



부산 연산동 화승그룹 사옥 장천빌딩 로비엔 오랜 신발이 전시된 공간이 있다.
조선시대애나 봄직한 나막신을 비롯해 짚신, 가죽 신발, 꽃신 등 오랜 흔적이 담긴 신발이
가지런히 놓여져 있다. 오래전부터 그는 신발을 수집해 사람에게 가장 편한 신발을 생각했다.
그의 열정이 고스란히 담긴 한 켤레 한 켤레 속에서 초연한 그의 초심을 발견한다.

고무에서 신발로, 신발에서 자동차부품, 소재, 화학, 무역 등 다양한 사업을
이어온 화승그룹의 그 첫걸음이 되었던 발자국. 세월의 흔적이 고스란히 담긴 신발을
잠시 꺼내 그 시절, 애환이 담긴 한 걸음, 한 걸음을 돌아본다. 68년의 화승,
앞으로 걸어갈 시간에 어떤 신발을 신고 걸을지. 어떤 내일을 만들어 갈지.



짚신

벚짚으로 삼은 신발인 짚신은 유구한 역사와 전통을 지닌 생활에 없어서는 안 될 필수품이었다. 고무신과 운동화 등이 탄생하기 전까지 남녀노소 구분 없이 신었다. 조선시대에는 ‘새로운 길을 나아가라’는 의미로 선물하기도 했다.



꽃신

“꽃길만 걷게 해줄게.” 꽃신의 고운 비단 위에 수놓아진 아름다운 무늬를 보면 걷는 길이 꽃길이라. 꽃신은 비단신, 갓신으로도 불리며 수가 놓인 신이라 수혜(繡鞋)로 불리기도 했다. 고려시대부터 조선시대까지 사대부가의 젊은 부녀자들이 주로 신었으며, 개화기 이후까지는 시댁에서 새며느리에게 반드시 장만해 주었다고 한다.



혜(鞋)

기름을 먹인 가죽신을 뜻하며, 가죽을 적당히 오려 실로 꿰맨 신발이다. 신발창은 가죽이지만 발등을 감싸는 부분은 비단 혹은 천으로 만들어지기도 했다. 혜는 발목이 낮은 신발을 총칭하기도 했는데, 신는 이에 따라 태사혜, 당혜 등으로도 불렸다.



나막신

나무로 만든 신이다. 오동나무, 버드나무로 만든 것을 제일로 쳤다. 나무의 속성에 따라 마르면 터지기 쉬우므로 밀을 녹여 겉에다 칠하기도 했다. 남녀노소를 막론하고 신었는데, 굽의 유무에 따라 용도를 달리하기도 했다. 높은 굽의 나막신은 비나 눈이 올 때 주로 신었다.

세계의 아름다운 기차역, 페택트 여행

부산광역시(Busan Metropolitan City)는 수출대국 대한민국을 상징하는 항구이다. 해상 무역과 물류 산업 중심 부산은 다가울 육상 교통의 시발점이기도 하다. 남북통일이 성사되면 부산역에서 KTX를 타고 서울과 평양, 러시아와 중국을 경유하여 유럽까지 여행이 가능하다. 생각만으로도 가슴이 벅차오르는 여행의 로망 철도, 이번 호에는 여러 매체에서 인정한 아름다운 기차역을 페택트(Paper+contact) 여행으로 찾아가본다.

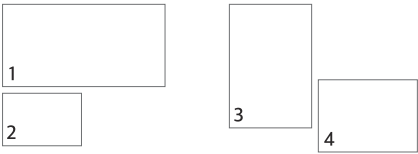


유네스코 세계문화유산으로 등재된 빅토리아 양식의 인도 뭄바이 차트라파티 시바지 역 전경

아시아의 아름다운 역, 인도 차트라파티 시바지 역과 터키 하이다르파사 역

인도 뭄바이의 차트라파티 시바지 역(Chhatrapati Shivaji Terminus)은 눈부시도록 아름다운 기차역이다. 19세기말 모습을 드러낸 역사는 영국 건축가 프레더릭 윌리엄 스티븐스(Frederick William Stevens)이 설계했다. 돔과 아치, 탑이 어우러진 외관은 이탈리아 하이고딕을 바탕으로 인도 전통양식과 장인의 숨씨가 결합한 결과물이다. 인도 최고의 빅토리아 양식으로 알려진 기차역은 반복적인 아치와 고풍스러운 실내로 편안함을 제공하지만 변화무쌍하고 웅장한 외관이 압권이다. 서양의 건축양식을 인도 장인과 예술가에 의하여 완성된 역은 독창성과 섬세함에서 세계 최고 수준이다. 이에 유네스코 세계유산위원회에서는 2004년 차트라파티 시바지 역을 세계문화유산으로 등재하였다.

차트라파티 시바지 역과 더불어 아시아를 대표하는 아름다운



1 이스탄불에서 아시아를 향해 가는 출발역, 터키 하이다르파사 역
2 오랜 역사만큼 가장 긴 노선의 시작점, 러시아 야로슬랍스키 역
3 다양한 매력을 품은 아르누보 양식의 핀란드 헬싱키 중앙철도역
4 옛 수도원 건물을 역사(驛舍)로 복원해놓은 포르투갈 상 벤투 역

기차역은 터키 이스탄불 서쪽 아시아구역에 위치한 하이다르 파사 역(Haydarpaa Train Station)이다. 독일 건축가 오토 리 터(Otto Ritter)과 헬무트 쿠노(Helmuth Cuno)가 공동 설계 한 기차역은 1872년 보스포리스 해협에 모습을 드러냈다. 이스탄불에서 아시아로 떠나는 기차의 시발역 하이다르파사 역은 삼면이 바다와 접해 지상 어느 기차역보다 낭만적인 분위기를 연출한다. 바다에 접한 역답게 지상보다 선박에서 바라보는 풍경이 멋지다. 더욱이 이른 아침햇살에 모습을 드러낸 역과 태양이 사라진 후 저녁놀이 물든 역은 환상적이다. 하이다르파사 역은 1917년 폭격과 2010년 화재로 일부가 소실되었지만 완벽하게 복원되어 방문객을 맞고 있다.

지상 최대 노선의 러시아 야로슬랍스키 역과
핀란드의 랜드마크인 헬싱키 중앙철도역

러시아 콥소몰스카야 광장에 접한 야로슬랍스키 역(Yaroslavskiy Station)은 1862년 모스크바에 건설된 9개 역 가운데 가장 먼저 모습을 드러냈다. 모스크바 최초 역 야로슬랍스키는 오랜 역사만큼이나 흥미로운 이야기가 넘친다. 지구촌 기차마니아들 사이에 최고 로망으로 꼽히는 시베리아 횡단열차의 출발지로도 위상이 높다. 국적을 알 수 없는 여러 양식이 혼합된 역으로 테마파크를 연상시킨다. 러시아 주요 도시와 국제열차가 출발하는 야로슬랍스키 역은 지구촌 최장 노선인 모스크바와 평양을 잇는 기차의 시발점이기도 하다. 모스크바와 블라디보스토크를 잇는 횡단열차보다 979km가 긴 모스크바, 평양노선은 10,267km에 이른다. 남북이 통일되어 부산역까지 연장되면 장장 11,000km에 달하는 지상 최대의 노선이 될 것이다.



핀란드 헬싱키 중앙철도역(Helsingin päärautatieasema)은 도시의 랜드마크이다. 모스크바, 상트페테르부르크와 탐페레, 헤멘리나, 로마니아에미 등 주요 도시를 연결하고 있다. 1860년 처음 건축된 중앙역은 이용객이 증가하면서 1904년 디자인 공모를 실시한 결과, 핀란드 태생 미국 건축가 엘리엘 사리넨(Eliel Saarinen) 안이 채택되었다. 엘리엘 사리넨의 설계는 스칸디나비아관 아르누보 양식으로 웅장하고 견고하면서도 역동적인 면을 동시에 보여주고 있다. 핀란드 특유의 단순미를 발산하는 외관과 다르게 실내는 넓은 공간과 다양한 편의시설로 기차여행의 특징인 안정감을 한층 높여주고 있다. 다양한 매력을 지닌 중앙역을 상징하는 곳으로는 입구 양편에 세워진 엄격한 얼굴의 거대한 남성상과 수직선과 열을 지은 창문, 시계탑 등이다.

수도원 건물이 기차 역사로 바뀌어
많은 관람객들이 찾는 포르투갈 상 벤투 역

국제적인 권위를 자랑하는 신문과 여행 잡지, 방송에서는 아름다운 기차역을 선정, 발표한다. 매체에 따라 차이는 있지만 항상 상위 순위권을 놓치지 않은 역이 있다. 바로 포르투갈 서북쪽에 위치한 낭만적인 도시 포르투에 자리한 상 벤투 역



(Estação de São Bento)이다. 상 벤투 역은 처음부터 기차역이 아니었다. 16세기까지 베네딕도회 수도원으로 사용하던 아름다운 건축물이 화재로 소실되어 오랫동안 방치했던 건물을 포르투갈 왕 카를로스 1세가 복원을 명령하면서 역으로 탄생하게 되었다. 1900년 모습을 드러낸 상 벤투 역은 기차를 이용하는 승객보다 관람을 위하여 찾는 방문객이 더 많다. 관람객이 상 벤투 역을 찾는 이유는 외관보다 실내를 관람하기 위해서다. 약 2만 개의 타일을 이용하여 완성해 놓은 실내는 도시의 역사를 문화를 담아내고 있는데 그 아름다움에 벌어진 입을 다물지 못하게 만든다.

위에서 언급한 역 외에도 아름답고 매력적인 기차역은 헤아릴 수 없을 정도로 많다. 계절마다 개성이 넘치는 축제와 이벤트가 열리는 스위스 관문 취리히 중앙역을 비롯하여 문화와 영화, 음악의 배경이 되었던 런던 킹스크로스 역과 워터루 역 또한 그렇다. 하루 빨리 코로나19가 종식되어, 세계의 아름다운 역들을 직접 찾아가는 날이 오기를 기대해본다. 

‘함께라면’ 할 수 있고 이룰 수 있어요

로봇을 사랑하는 아티스트, 황성제 작가

화승비나 황풍은 이사의 아들로 활발하게 작품활동을 펼치고 있는 황성제 화가를 만났다. 발달장애 청년작가로 ‘로봇을 사랑하는 아티스트’라는 닉네임에 어울리게 그의 그림 소재는 단연 로봇이다. 개인전이 소망이었던 작가의 꿈의 현장을 찾아 함께라면 할 수 있고, 이룰 수 있다는 그의 성장과 그림 이야기를-어머니 김금자 여사의 이야기를 통해-담아보았다.

가장 좋아하는 작품 <함께라면>과 함께한 황성제 작가



올해로 작가님이 그림을 그린 지는 얼마나 되었나요? 처음 그림을 시작했을 때의 상황과 그림 그릴 때는 어떤 마음과 생각인지도 궁금합니다.

실제 작가로 그림을 그린 지는 2년 정도 됐고요. 시작은 돌 무렵 아빠 직장을 따라 인도네시아로 이사하면서였어요. 장거리 비행이라 가만있질 못하더라고요. 그림 도구를 주었더니 그림을 그리며 잘 놀았어요. 그 이후로는 어딜 가나 그림 도구를 들고 다녔어요. 자폐 장애 특성상 사람과 소통하지 못하고 그림으로 하고 싶은 말이나 생각들을 표현한 것 같아요. 그림 속의 캐릭터들과 재밌게 노는 모습을 즐겁고 행복하게 그리면서 지금의 작가로 성장했죠.

자신을 ‘로봇작가’라고 소개하는데, 그렇게 된 계기와 이유가 있나요?

처음 그림을 그릴 땐 사람을 위주도 그렸는데 중학교 때부터 록맨(Rockman) 게임을 좋아했어요. 게임에 등장하는 로봇들이 너무 멋지고 좋다며 따라 그리기 시작했죠. 기존의 로봇 이외에 새로운 친구 로봇들이 필요할 거 같다며 로봇 캐릭터를 창작해서 그리더라고요. 동물이나 꽃, 모든 사물을 로봇으로 표현했고 이름도 지어줬어요. 로봇들은 항상 자신만 바라보며, 자신이 원하는 대로 어디든 갈 수도 있고 그런 로봇들과 즐겁게 놀고 싶어서 로봇작가가 된 거 같아요.

지난해 코로나19 상황에서도 여러 전시에 활발하게 참여하셨는데, 가장 기억에 남는 전시가 있나요?

코로나19가 시작되기 직전인 작년 2월



신발을 소재로 한 작품 <Fighting Road>

초, LA에서 참여했던 전시가 가장 기억에 남는다고 하네요. 첫 해외 전시이기도 했고 가족들이 함께 미국 여행하면서 여러 미술관도 둘러봤어요. 가족과 함께한 좋은 경험 때문인지 그 전시가 제일 좋았다고 합니다.

대한민국 장애인 미술대전에서 <신나는 사계절>로 특선을 했고, 여러 작품을 그리셨는데 가장 애착이 가고 소중한게 느끼는 작품은 무엇인가요?

이번 개인전 팸플릿 앞면에 있는 <함께라면>을 가장 좋아해요. 그전 그림들은 색칠하지 않은 드로잉 작품이 많았는데

색을 입히니 로봇들이 더 행복해 보여서 좋았고 시간이 가장 많이 걸린 작품이라 애착이 더 많이 가나 봐요.

캔버스에 채워진 수많은 로봇들 하나 하나에 개성과 디테일이 살아있어요. <함께라면>, <Space Battle> 시리즈, <Roleplay Robot master> 등을 보면 작업 시간이 상당히 소요됐을 거 같은데, 보통 작업 시간은 얼마나 걸리나요? 채색할 때와 안 할 때 작업 시간 차이가 많이 나요. <Roleplay Robot master>는 3~4시간 정도 집중하면 완성할 수 있고, <Space Battle> 같은 작품들은 밑작업



로봇아티스트, 황성제 작가가 만들어낸 로봇 캐릭터 작품들

이 필요해서 하루 정도 걸렸어요. <함께라면> 드로잉은 이틀 정도 걸렸고 색칠까지 완성하는데 한 달 가까이 걸린 거 같습니다.

초대개인전을 오픈하셨는데, 개인전을 통해 바라던 것이 있었나요?

어릴 때부터 화가가 꿈이었기 때문에 개인전 자체가 소망이었어요. 꿈을 이룬 것 같아 준비하면서도 전시하면서도 내내 행복해했어요. 그리고 황성제 작가 입장이 아닌 엄마로서 작은 소망을 덧붙이고 싶습니다. 발달장애인들도 자기만의 능력을 찾아서 자기가 하고 싶은 일을 하면서 사회구성원으로 살아갈 수 있도록 기업이나 정부에서 좀 더 많은 지원을 해주시면 감사하겠어요. 그런 지원이 서울쪽으로 치중된 거 같아요. 부산에도 발달장애 작가들이 활동하고 있다는 것 알려주시고 관심도 많이 가져주세요.

작가님 아버지 회사가 신발사업으로 유명한 화승입니다. <Fighting Road> 작품에 운동화가 등장하는데 혹시 연관성이나 작업 에피소드가 있나요?

부산 기장복지관에서 씨앗(C-art)작가 육성 프로젝트에 참여해서 수업을 하던 중 아빠가 화승개발팀에 근무하고 계시고 신발 개발에 애착이 많다고 했더니 그림 신발을 캔버스 삼아 그려보자는 제안이 나왔어요. 그렇게 시도했는데 너무 예쁘게 표현되었어요. 그래서 2019년 아빠 생신에 캔버스화에 그림을 직접 그려서 선물을 했고, 올해엔 아빠가 초대개인전 선물로 황성제 작가가 가장 좋아하는 <함께라면> 작품을 신발에 담아서 만들어주셨어요.

황성제 작가의 첫 개인초대전을 기념해 아버지(화승비나 황풍은 이사)가 신발에 담아 헌정한 아트상품



아버지 황풍은 이사가 보내온 축하 꽃바구니(좌), 어머니 김금자 여사와 함께한 황성제 로봇작가(우)



작가님의 앞으로의 전시 계획이나 바라 는 바가 있다면 무엇일까요?

초대개인전 이후에는 인천의 한 회사 갤러리에서 초대개인전시가 예정되어 있고요. 하반기에는 화승 본사 옆에 있는 웰니스치과 갤러리에서도 전시를 계획하는 중이에요. 가능하다면 아빠가 근무하시는 베트남에서도 전시하고 싶고, 어릴 적 자랐던 인도네시아에서도 전시하고 싶어해요. 세계 여러 곳을 여행하며 전시해보고 싶은 바람도 있고요.

마지막으로 어머니의 말씀으로 듣고 싶습니다. 작가님 작품을 보는 관람객이나 화승 독자들에게 전하고 싶은 메시지가 있으시다면요?

어릴 때 처음 자폐라는 진단을 받았을 땐 사회에서 아무것도 할 수 없을 거라고 절망했었는데 그림을 그리기 시작하면서 한 가지에만 몰두하는 자폐 장애의 단점이 예술세계에서는 장점이 되어

꿈을 이루게 되었어요. 장애인 극복하는 것이 아니고 함께하는 것이라고 합니다. 굳이 장애가 아니더라도 여러분 앞에 너무 큰 산이 있다면 지금 당장 극복하러 애쓰지 마시고 함께하다 보면 어느새 융화되어 더 좋은 것으로 채워져 있을 거라고 믿어요. 아들 성제가 좋아서 그리기 시작한 그림으로 인정받고 꿈을 이뤄서 본인도 그렇겠지만 엄마로서도 정말 행복합니다. 덧붙여 황성제 작가의 그림으로 많은 분들이 작은 위로와 행복을 느끼셨으면 더 없이 좋고 감사하겠습니다. 🍷

*바쁜 전시 일정 중 인터뷰를 위해 어려운 시간을 내주신 황성제 작가와 김금자 어머니께, 지면을 빌어 다시 한번 감사함을 전합니다.

스마트팜에 농부의 마음을 담다

국내 소형 스마트팜 1위 기업, 드림팜

‘회승의 벼를 위한, 벼와 함께하는 동산’이라는 뜻의 본 칼럼은 우리의 미래를 함께 고민하며 지역사회 발전에도 보탬이 될 수 있는 정보를 비롯해 마음의 휴식처가 되고 재충전할 수 있는 자연공간 등을 소개할 예정이다. 이번 호에는 ICT, IoT 기술이 접목된 대안 농업으로 각광받고 있는 스마트팜에 대해 살펴보고자 한다. 소형 스마트팜 1위 기업에 빛나는 드림팜과 국내 최대 규모를 자랑하는 스마트팜 기업인 그린플러스를 통해 들어보았다. -편집자註



1 농사로 잘 먹고 잘 사는 세상을 만들고 싶다는 박향진 드림팜 대표 2 드림팜 큐브를 통해 생산되는 특화작물, 새싹삼

농사의 현실과 미래를 담은 스마트팜 큐브

오래전 회자되었던 광고에 ‘사랑은 움직이는 거야’라는 카피가 있다. 그렇다면 ‘농사는 움직이는 거야’라고 한다면 맞는 표현일까. 땅에 불박여 하늘에서 비 떨어지기만을 기다리던 그동안의 농업이 아닌 스마트팜이라면 맞는 표현이다. 그리고 원하는 곳에서 원하는 작물을 재배할 수 있는 꿈의 농장, 드림팜이라면 가능하다.

“아무리 스마트팜이라고 해도 농사는 기술력이 아닌 정성으로 승부하는 것입니다.” 자신을 ‘농부’로 소개하며 “농작물은 농부의 발자국 소리를 듣고 자란다”는 말을 금언처럼 여기는 드림팜 박향진 대표의 말이다. 경남테크노파크 경영대상 대상을 수상하며 성장 질주하고 있는 드림팜은 33㎡ 이하 소형 스마트팜 분야에서 국내 1위를 차지하는 기업이다.

스마트팜이란 ‘스마트(Smart)’와 ‘팜(Farm)’의 합성어로 농사에 정보통신기술(ICT, Information and Communication Technologies)을 접목해 만든 지능화된 농장이란 뜻. IoT(Internet of Things, 사물인터넷) 기술을 이용하여 농작물 재배시설의 온·습도 및 일조량, 이산화탄소, 토양 등을 측정 분석한 결과에 따라 제어장치를 구동해 적절한 상태로 작물 생육 환경을 변화시키고 스마트폰 같은 모바일 기기를 통해 원격 관리가 가능한 과학기반 농업방식이다.

경남 사천에 본사를 둔 드림팜은 유리온실이나 연동형 비닐하우스 같은 대단위 면적 개념이 아닌 자체 개발한 소규모 큐브

(Cube) 방식으로 농사, 농업에 대한 인식 및 접근성을 높이고 있다. 누구나 농사를 지을 수 있으며 안정적으로 수익을 창출할 수 있다는 점은 환경과 미래 먹거리를 생각해야 하는 현실에서 새로운 대안이 아닐 수 없다. 이렇게 되기까지 쉽지 않았을 과정이 궁금하다.

“1996년부터 나름 선도적으로 광고업을 해왔는데 시장상황이 악화되면서 귀농을 했어요. 버섯농사 짓던 매형과 새송이버섯을 재배했는데, 생산 농가가 많아지면서 가격이 하락했고 납품처가 대형 유통매장이었는데도 불구하고 잘못된 버섯종균으로 적자가 누적되더군요.” 그러다 2009년 농민신문에 소개되었던 새싹삼(뿌리에서 잎까지 다 먹을 수 있는 어린 인삼)에 대한 기억을 떠올렸고 거기서 방법을 찾았다.

농업의 미래를 위한 패러다임이자 플랫폼으로

농가 소득을 높일 수 있고 화장품 원료 및 가공식품으로 각광받고 있는 새싹삼을 키우기 위해 기존의 버섯농장을 이용해 LED 조명을 설치, 재배에 성공했다는 드림팜. 농민 부담을 덜 수 있는 수확 방법을 찾고자 몇 번의 시행착오를 거쳐 지금의 큐브형 스마트팜을 완성할 수 있게 되었다.

드림팜의 큐브는 8평형(26.5㎡)의 통제된 시설 내에서 빛, 온도, 습도 등의 환경조건을 인공적으로 제어해 계절이나 장소에 관계 없이 자동적으로 연속 생산할 수 있는 시스템으로 일반 노지 재배에 비해 수확량이 높고, 쉽고 간편하게 원격으로



드림팜 www.dreampf.net



1 드림팜에서 만드는 8평형 큐브 스마트팜 2 원격으로 새싹삼 재배가 가능한 스마트 시스템

재배할 수 있다. 병충해뿐만 아니라 외부 기후변화에도 대처가 용이하며 어디든 이동 가능한 농장이라는 장점도 있다.

‘스마트팜은 1차 산업인 농업을 기반으로 2·3차 산업을 융합해 농산물의 생산 및 가공, 유통, 서비스를 통한 6차 산업을 선도하며 미래농업을 이끌 새로운 패러다임’이라고 생각한다는 드림팜 대표는 원하면 누구나 농사를 지을 수 있게 한다는 것이 목표 중 하나라고 한다. 그래서일까, 다양한 연령층의 고객뿐만 아니라 적극적으로 홍보를 하지 않았는데도 작년엔 420동을 제작했으며 올해 벌써 900동 가까이 예약된 상태다. 수요가 많아졌다는 것은 대안 농법으로서 큐브의 가치와 필요성이 높아진 방증이지 않을까.

“20~80대까지 있어요. 제일 많은 수요층은 퇴직하신 공무원이나 대기업 은퇴자분들이고, 동호회나 마을 단위로 준비하는 분들도 계시고요. 농사 경험이 전무한 젊은이들도 많아요. 옛날 농사방식이 아닌 ICT나 IoT 같은 스마트 시스템이라 아무래도 젊은 세대들에게 접근성이 높죠.”

큐브를 통해 스마트팜이 지속 가능할 수 있도록, 플랫폼 역할을 하고 싶다는 드림팜. 현재 새싹삼이 8평 큐브 안에서 4단으로(노지 재배 시 2,000평 규모) 나뉘서 재배하면 3~4주 만에 출하가 가능해 1년이면 12번 수확할 수 있다. 하지만 온·습도 및 일광 등 큐브 내 환경을 조절하고 제어해 여름딸기, 겨울배추 등 농부가 원하는 시기에 원하는 작물을 수확할 수 있도록 더 나은 시스템 구축에 심혈을 기울이고 있다.

드림팜의 드림, 농사로 함께 잘 사는 세상

드림팜에서는 큐브를 구매한 고객들을 위해 새싹삼 농사에 필요한 제반 기술 교육을 비롯해 제품 구매 및 판로, A/S까지 책임지고 있다. 최근에는 국내를 넘어 해외 시장에서도 주목하고 있다. 베트남과는 지난 연말 200만 달러 규모의 계약을 마치고 현지 테스트 중이며 중국과 싱가포르, 아랍에미리트, 말레이시아, 러시아 등에서도 스마트팜 큐브 수출 관련 논의가 이어지고 있다.

“농업이 암울하다고 해도 밥 없으면 못 살거든요. 스마트팜으로 농촌에서도 도시 못지않게 잘 먹고 산다면 내려오게 돼 있습니다. 둘러보면 젊은 농부들이 늘어나고 있어요.” 드림팜 대표의 바람은 도시와 농촌의 격차 해소뿐만 아니라 드림팜 직원들의 일에 대한 만족도도 높이는 것이다. 구성원 절반이 장애인인 드림팜은 기업의 이익이 사회에 환원되는 선순환 구조의-기부금이나 사회적 책임을 굳이 멀리서 찾지 않고 장애인 고용을 늘리고 그들이 만족하며 일할 수 있는 환경 만들기에 집중하는 것이라고 한다.

이처럼 더불어 함께 지속 가능한 삶을 위해 먹을거리가 필요하고 스마트팜은 그에 따른 대안이고 해답이 될 수 있다. 농업은 과거가 아니라 현재이고 미래이기 때문이다. 스마트팜 큐브를 통해 ‘농자천하지대본(農者天下之大本)’을 담고자 한 드림팜, 꿈의 농장으로 더 새롭고 더 똑똑하게 발전해 나가길 응원해본다. 🍓



스마트팜은 안정적인 식량 공급을 위한 대안

국내 최대 규모의 스마트팜 기업, 그린플러스

국내 최대 규모를 자랑하는 25년 역사의 스마트팜 기업이 있다. 네덜란드, 일본 등 온실 강국의 글로벌 기업들과 협업하며 독자적인 기술력을 보유한 그린플러스다. 최근 경남 스마트팜 혁신밸리 시공 계약을 따내며 환경과 경제를 생각한 대안 농법을 제시해온 그린플러스의 박정기 상무를 통해 기업 성장 이야기를 비롯해 스마트팜의 미래에 대해 들어보았다.



1 지난해 디지털뉴딜 우수기업으로 선정된 그린플러스 2 그린플러스의 딸기재배 스마트팜인 그린케이팜 내부 모습 3 경기도 평택에 위치한 2,300평 규모의 그린케이팜의 전경

그린플러스 www.greenplus.co.kr

국내 최고 최대 스마트팜 기업인 그린 플러스는 어떻게 시작되었나요?

1997년 당시는 네덜란드산 유리온실 자 재가 국내에 공급되는 시기였어요. 전 세계에 공급되는 이 자재는 네덜란드에 서 독점하던 시절로 수입 가격이 높았습 니다. 그러던 중 알루미늄 분야의 엔지니 어였던 그린플러스 박영환 대표가 네덜 란드 자재를 면밀하게 검토하여 우리 기 술로 충분히 대체할 수 있다는 판단하에 국산 알루미늄 프로파일을 설계하였고, 처음으로 경북 구미의 화훼단지에 납품 하면서 사업을 시작하게 되었습니다.

스마트팜에 대한 이해가 부족했던 시절 이라 어려움이 있으셨을 텐데요?

그렇죠. 우리가 만든 게 기존의 것과 어 떻게 다른지 관심조차 없던 시절이었죠. 되려 일본에서 더 많은 관심을 표하는 바람에 수출활로가 열렸고 사업을 유지 할 수 있었습니다. 지금처럼 해외 출장 이 자유롭지 않았고 기술자와 시공인력 이 일본에 보름 이상 체재할 수 없었던

때라 공항 근처에 숙소를 잡고 출국을 반복하며 수출을 진행했어요. 입출국이 빈번해서 일본 공안 당국으로부터 의심 을 받기도 했던 기억이 떠오르네요.

해외 온실 강국에도 수출, 시공하는 등 활발한 사업을 펼치고 있는데, 그린플 러스만의 강점은 무엇인가요?

세 가지로 정리하자면, 첫째는 스마트팜 구조물의 환경제어 효율성입니다. 당사 는 스마트팜과 관련된 50여 가지의 특허 를 보유하고 있는데 대표적으로 스마트 팜의 냉난방과 공간활용을 최적화할 수 있는 기술들이 있어요. 예를 들면 근권 부냉난방시스템을 통해 적은 에너지로 도 생물성장에 적합한 기온을 유지할 수 있고, 엽다운(다단) 시스템으로 동일 면 적에서 150% 이상 생산성을 높일 수도 있죠. 두 번째는 구조적 강점으로 태풍 이나 자연재해 등 환경을 극복하기 위한 내재해성 부분에서 네덜란드산에 비해 우수하다는 평가를 받고 있습니다. 세 번째는 상대적으로 짧은 공사기간으로,

기초 설계부터 시공까지 그동안 독자적 으로 구축해온 노하우로 동일 면적의 스 마트팜 시공 시 네덜란드 대비 약 30% 이상 시공기간을 절감하고 있습니다.

스마트팜은 고객들의 요청 시 온실 설 계에서 시공까지 원스톱 서비스(One- Stop Service)가 가능하다는데, 어떤 과 정들로 진행되나요?

당사는 먼저 의뢰자가 스마트팜을 통해 농업을 영위하고 성공적으로 사업을 수 행할 수 있는 준비가 되어있는지, 부족 한 것은 어떤 부분인지를 함께 점검합 니다. 작물을 재배하는 것은 아무리 ‘스 마트한 팜’이라고 해도 기본적으로 재 배와 유통에 대한 지식이 필요하기 때 문이죠. 본격적으로 의뢰가 접수되면 스 마트팜일지라도 일조량이 중요하기 때 문에 제반사항을 고려해 적합한 부지를 선정할 수 있는 의견을 제시합니다. 재 배하고자 하는 작물과 그 작물에 해당 하는 시스템을 검토하고 또 유리온실로 할 것인지 등 자재 선택에 따른 환경적

인 측면까지 고려해 제안하고요. 동시 에 허가, 사업계획, 자금계획, 유통계획 등 스마트팜을 정상적으로 운영하는데 필요한 제반 문제들도 함께 해결해드립 니다. 기획-설계-토목-기초-시공-설비- 시스템 도입-실제 운영까지 스마트팜을 통해 작물을 재배할 수 있는 최종단계 까지 함께 진행합니다.

친환경 대안으로, 코로나19로 라이프 스타일이 변화하면서 스마트팜에 대한 관심이 높아가고 있습니다. 스마트팜의 어떤 매력 때문일까요?

인간이 가진 자연에 대한 근본적인 그 리움이 다가가기 편리한 형태로 우리 곁에 오는 것 아닐까요. 코로나19로 실 내 활동 시간이 극단적으로 많아지면서 가정 내에서 소형으로 작물을 재배하는 아이디어 상품들이 출시되고 있습니다. 거실에 화분을 두던 것이 실내정원 형 태로 IoT 기술과 여러 가지 디자인이 적 용돼 발전해가는 것과 비슷한 맥락이라 고 봅니다.

스마트팜 사업을 일군 그린플러스의 기 업역사 속에 가장 자랑할만한 것이라면 무엇일까요?

1999년 구미 화훼단지에 자재를 납품한 것이 계기가 되어 당시 일본의 스마트팜 1위 기업인 ‘다이센’으로부터 의뢰가 들 어왔어요. 그 회사는 1년간 당사에 엔지 니어를 보내서 우리가 개발한 프로파일 과 설계 등을 1년간 검증하는 기간을 가 졌죠. 결국 우리 제품을 독점으로 받을 수 있는 계약을 체결해달라는 요청을 받 았어요. 120년이 넘는 일본 1위의 온실회 사가 설립 2년된 우리회사에 손을 내민 거죠. 계약조건으로 연간 최소 3만 평 규 모의 발주를 약속받았어요. 그게 현재까 지 20년이 되었어요. 스마트팜의 내구연 한을 20년으로 보는데, 드디어 20년 전 에 당사에서 시공했던 농장주로부터 새 로운 스마트팜 시공의뢰를 받은 거예요. 20년간 당사의 스마트팜을 사용해온 농 장주가 20년이 지나서 재의뢰를 한 것이 죠. 실제 사용자가 느끼는 그린플러스의 스마트팜에 대한 신뢰도를 단적으로 표

현해준 사례로 기업 차원에서 의미있는 쾌거라고 할 수 있죠.

고무적인 일이네요. 마지막으로 스마트 팜의 미래를 어떻게 생각하시나요?

식량은 따로 말할 것도 없이 가장 근본 적인 자원입니다. 먹지 않고 살 수 있는 인간은 없기 때문이죠. 그런데 이상기후 로 표현되는 자연적인 문제로 안정적인 식량의 공급을 무조건적으로 보장할 수 없는 상황이에요. 또한 이상기후가 아니더라도 기존의 농업과 유통방식은 생산 량이 적시에 예측되지 않는 시스템이고 요. 스마트팜은 위의 두 가지 문제를 모 두 해결할 수 있는 기초가 됩니다. 노지 와 시설을 포함한 전국의 작물 재배가 각기 적합한 모습으로 스마트화되고 생 산작물의 규모와 작황이 예측된다면, 식 량의 안정적인 공급은 물론, 농업종사자 들이 예측 가능한 소득을 얻게 되어 건 전한 방향으로 농업 분야의 경제 형태 가 안정될 것입니다. 🍷

共有 공유

서로의 생각과 철학, 비전에 대한 소통도 공유

우리는 일반적으로 공유를 ‘한 가지 물건을 두 사람 이상이 나누어 소유하는 것’이라고 생각할 때가 많습니다. 하지만 공유란 물건뿐만 아니라 자기의 생각과 삶에 대한 철학, 사업 비전에 대한 소통도 하나의 공유인 것입니다. 전국시대에 중국의 패권을 놓고 다툰 7대 강대국이었던 전국칠웅(戰國七雄:진(秦), 초(楚), 연(燕), 제(齊), 조(趙), 한(韓), 위(魏)) 중 서쪽에 위치한 작은 나라, 진나라가 패권(霸權)을 잡고 호령할 수 있었던 것은 척박한 산악지역으로 이루어진 지형으로 생존을 위해 필사적으로 영토를 확장하고 정복해야 하는 절박한 상황도 있었지만, 그보다는 새로운 인재를 받아들이고 새로운 시스템과 변법을 통해 개혁을 실행하고 성과주의와 결과론주의의 관리를 시행한 결과라고 생각합니다.



그동안 4회에 걸쳐 조직 혹은 기업에서 ‘리더’가 가져야 할 덕목에 대해 공부해왔다. 지난 호 인덕(仁德)에 이어, 이번 호에는 연재 마지막으로 공유(共有)에 대한 덕목이다. 시대가 필요로 하는 리더가 가져야 할 덕목인 공유에 대해 함께 생각하고 공감해볼 수 있는 시간을 가져보자.

여기서 진나라 천하통일의 일등 공신(功臣)이었던 이사(李斯)의 사례를 들어 설명하면 이해가 쉬울 것이라고 생각합니다. 일반인들에게 ‘이사(李斯)’하면 떠오르는 이미지는 대부분 간신 아니면 분서갱유의 주범이라는 생각이 강하겠지만 단지 간신이나 분서(焚書) 사건의 주범이라는 이미지에 간혀 중국 역사상 최초의 통일 국가를 건설하는 과정에서 이사가 보여준 능력을 간과해서는 안됩니다.

사마천 「사기」의 이사 열전에는 젊은 시절 초나라 말단 관리로 일하던 이사가 어느 날, 뒷간에 가서 용변을 보다가 분노를 흠쳐먹고 있는 쥐들을 발견하게 됩니다. 쥐들은 분노를 먹다가 사람이나 개가 오면 황급히 도망치곤 했는데 얼마 후 그는 국가의 창고에서 편안하게 양곡을 흠쳐먹는 또 다른 쥐들을 발견합니다. 이 쥐들은 뒷간의 쥐들과는 달리 놀라거나 두려움 없이 배불리 먹으면서 통통하게 살이 찌 있었습니다. 그것을 보고 이사는 이렇게 생각했다고 기록했습니다.

“사람이 어질다거나 못났다고 하는 것은, 이런 쥐와 같아서 자신이 처해 있는 환경에 달렸을 뿐이구나!”

여기서 이사는 자신과 초나라의 운명을 보게 됩니다. 그는 강대국이었던 초나라가 약해지고 있음을, 그리고 이제 진나라의 시대가 오고 있음을 직감하고 성공을 위해 새로운 도전을하기로 결심합니다. 이는 참으로 비범한 통찰력이 아닐 수 없습니다. 분명 다른 이들도 이 쥐들을 보았을 것입니다. 하지만 똑같은 사물을 보고 운명을 바꾸는 결정을 한다는 것, 이것은 비범한 인재의 특성이라고 할 수 있습니다.

통찰력의 실행에서 얻어지는 진정한 공유의 가치

우리는 어떠한 공간에서 어떤 사람을 만나고, 어떠한 사물을 보며, 무언가를 느끼며, 하루하루를 보내고 있습니다. 무심코 지나치기 쉬운 일상 속에서 지혜의 혜안을 얻는다는 것은 아무나 할 수 있는 일이 아닙니다. 하지만 전에 말씀드린 통찰력은 선천적인 것도 아니고 DNA로 결정되는 것도 아닙니다. 노력과 관심으로 얻어지는 후천적인 것입니다. 창조적인 상상력, 치밀한 관찰력, 예리한 분석력을 훈련해야 하며 그러기 위해 오감을 깨우는 일들을 찾아 실천해야 하고, 미래 보고서와 같은 책을 읽으며 미래를 예측하는 힘을 길러야 합니다. 또한, 인문학을 친구처럼 가까이하며, 불편함에 민감해야 합니다. 그리고 마지막으로 검색보다는 사색을 즐겨야 합니다.

통찰력은 실행해야만 그 가치를 얻을 수 있습니다. 구슬은 꿰어야 보배가 됩니다. 스티브 잡스도 스탠포드 대학 졸업식에서 ‘Connecting the dots’라는 표현으로 실행의 연결로 미래의 가치를 만들어내야 한다고 말했습니다. 이것이 제가 말씀드리고자 하는 소통으로 만들어지는 공유입니다.

이사는 단순한 사물을 보고 운명을 바꾸는 통찰력으로 전광석화처럼 실행에 옮깁니다. 그의 삶의 원칙은 급시물태(及時勿怠)입니다. ‘때를 잡으면 머뭇거리지 말라’는 뜻입니다. 이사는 바로 관직을 버리고 순자를 찾아가 그에게 제왕을 도와 다스리는 법을 공부합니다. 시간이 지난 후 그 당시 최강국인 진나라에서 자신의 포부를 펼쳐 보이겠다고 순자에게 찾아가 하직 인사를 하며 이런 말을 남겼다고 합니다.

“스승님, 때를 얻으면 놓치지 말라고 하였는데 지금의 상황이 바로 그때인 듯하옵니다(及時勿怠).”

이렇게 진나라로 건너간 인재는 초나라에서 온 이사뿐 아니라 한나라 출신의 한비, 위나라 출신 범저도 진나라로 갑니다. 왜 인재들은 진나라로 모이게 됐을까요? 그것은 다른 나라가 하지 못했던 것을 진나라가 했기 때문입니다. 그중 중요한 하나는 공유입니다. 진시황은 ‘천하통일’이라는 큰 비전을 가지고 있었고 그 비전을 공유하는 모든 인재를 흡수하여 능력을 마음껏 발휘하도록 지원했기 때문입니다. 그 예가 변법(變法)입니다. 변법, 말처럼 쉽지는 않습니다. 먼저 법이 나쁘다고 인식하고 그릇된 법을 바꾸겠다고 나서는 인재가 있어야 합니다. 진나라에서는 위나라 출신인 상앙(商鞅)이 그랬습니다. 그리고 그 제안을 기꺼이 받아들이고 지원하는 군주가 있어야 합니다. 효공과 진시황제가 그런 분들이었습니다.

후세의 사람들은 ‘진시황제’하면 불로초, 분서갱유만 떠올립니다. 그의 이면에 감춰진 수많은 업적 중의 하나는 도량형과 화폐, 문자 통일입니다. 물론 문자 통일 안을 낸 사람은 이사이지만 그를 받아들이고 성공하게끔 지원한 사람은 진시황제였습니다.

조직의 리더에게는 아랫사람의 의견을 어떻게 수용하느냐, 즉 그것을 어떻게 자신의 철학에 접목시키느냐가 매우 중요합니다. 이것이 바로 공유입니다. 진시황제의 국정철학은 성과주의, 결과론주의입니다. 진시황제는 직급제도를 개편하고 성과주의를 도입했습니다. 신분 체계를 세분화해서 나누고 귀족들의 세습 특권을 없애 버렸습니다. 전쟁에 나가서 공을 세우면 명확한 전공에 따라 평가하고 정확하게 신분 간의 승격에 반영했습니다. 비록 귀족일지라도 별다른 공이 없으면 신분을 박탈하고 토지도 회수해버렸습니다. 그렇게 창출된 성과에 따라 신분이 재결정되고, 그 신분에 따라 토지와 집, 노비의 수, 옷의 종류까지 차등을 두었습니다. 결국 놓고 먹던 귀족들도, 신분 상승을 원하는 평민들도 적극적으로 전쟁에 참여하게 되자, 진나라 군대는 어느 누구도 막을 수 없게 막강해졌습니다.

그러나 상황이 이러하다 보니 내부에서도 경쟁이 치열했습니다. 진나라의 귀족들은 자신들이 주인인데 초나라 출신 이사가 들어와서 나라를 좌지우지하며 심지어 자신들의 입지마저 흔드니 얼마나 못마땅했겠습니까? 진시황이 진나라의 왕이 된 지 10년째 되는 해, 진나라와 이웃하고 있는 한(韓)나라에서 온 정국(鄭國)이라는 인물이 진시황에게 관개시설의 이점을 설명하며 논밭에 물을 대기 위한 도랑을 만들겠다고 건의를 합니다. 그런데 나중에 이것이 진나라의 국력을 대규모 관개공사로 약화시켜 침략의 예봉을 피하고, 또 진나라의 민심을 혼란스럽게 만들려는 한나라의 계책임이 드러나자 진나라의 왕족과 대신들은 모두 진시황에게 다른 나라에서 와 대신이 된 객경(客卿:외국 출신의 대신)들을 추방하라며 강력하게 건의합니다.



진나라는 일찍부터 ‘무(武)를 숭상하는 정신과 외국 출신의 인재를 적극적으로 등용’하는 국가 정책을 통해 전국시대 초강대국으로 부상했으나, 이 과정에서 진나라의 왕족과 신하들은 적지 않게 피해를 보고 있었기 때문에 불만은 건잡을 수 없게 커져 버린 상황이었습니다. 진시황은 즉시 진나라에서 외국 출신의 신하, 즉 객경을 추방하라는 ‘축객령(逐客令)’을 공포합니다. 이에 초나라 출신인 이사는 중국 역사상 가장 뛰어난 명문 중 하나로 평가받는 ‘간축객서(諫逐客書)’라는 상소문을 진시황제에게 올립니다.

간축객서의 간략한 내용은 진나라가 이렇게 강대하게 만들어진 이유는 8명의 객경들이 있었기 때문이고, 지금 객경들을 쫓아내면 다른 나라의 힘을 키워줄 것이 명백하다. 왕은 출신을 가리지 말고 널리 인재를 등용하여 진나라를 부강하게 이루라는 제안을 한 것입니다. 글이 너무 명료하고 합당한 내용이라 진왕은 축객령을 폐기하였고, 이사는 다시 진왕의 신임을 얻게 됩니다. 진왕의 힘을 얻은 이사는 속전속결, 선이후난(先易後難), 원교근공(遠交近攻)을 통한 방법으로 한나라부터 공격해 세력을 넓히기 시작합니다. 그리고 마침내 BC221년 천하통일을 이루어냅니다.

인재와 소통하며 분명한 비전과 목표를 공유해야

다양한 인재를 채용하고 역량을 발휘하게 하여 성과를 이루게 하는 것은 역사 속 이야기뿐만 아니라 기업에도 적용되는 원칙입니다. 현재 우리가 사용하는 언어로 말하면 ‘Talent management’ 또는 ‘Diversity’입니다. 즉 ‘인재개방론’입니다. 국적이나 연고를 벗어나 능력 위주의 인사정책은 기업이 반드시 성취해야 할 정책이라고 할 수 있습니다. 여기에 연관된 아주 좋은 말이 있습니다.

泰山不辭土壤, 故能成其大,
河海不擇細流, 故能就其深。
王者不卻眾庶, 故能明其德。

‘태산은 작은 흙덩이도 사양하지 않기에 그 거대함을 이룰 수 있고, 강과 바다는 작은 물줄기도 가리지 않기에 그처럼 깊어질 수 있고, 왕은 백성들을 물리치지 않기에 그 덕을 밝힐 수 있다’라는 뜻입니다. 인재를 모시고 차별하지 말며, 소통이라는 도구로 분명한 비전과 목표를 공유해야 합니다. 참 쉽지 않은 일들입니다. 쉽지 않기 때문에 리더는 더더욱 해야만 합니다. 소통으로 공유하고, 이렇게 만들어낸 가치 또한 공유하면 조직은 같은 꿈을 꾸며 지속적으로 발전하는 기업이 될 것입니다.

시대가 변하고 있습니다. 산업시대에서 지식시대로, 지식시대에서 문화시대로 변화하고 있으며 개발독재시대에서 시장자유시대로 그리고 경제민주시대로 변모하고 있습니다. 관리시대에서 정보시대로, 정보시대에서 또 창조시대로 변화해 갑니다. 이에 따라 기업의 환경도 빠르게 변화하고 있습니다. 그러면 우리는 어떻게 이런 변화의 시대를 극복하고 새로운 시대에 적응해 나갈 수 있을까요?

이에 대해 아리스토텔레스는 ‘텔로스(Telos)’라는 개념을 이야기했습니다. 텔로스는 일의 목표나 목적을 뜻하는 단어로, 뛰어난 사람들은 이 텔로스를 추구합니다. 지엽적인 것에 얽매이지 않고 그 직업이 추구하는 최종의 가치를 실현하기 위해서 노력한다는 뜻입니다. 때가 되면 성과를 내야 하는 품질, 생산성, 원가, 안전 등의 문제 해결에 매달리는 것이 아니라 각자의 지향점인 텔로스를 추구하며 더 나아지기 위해 스스로 노력하는 모습이야말로 이 변화의 시대에 가장 필요한 능력입니다. 이를 행동으로 옮기기 위해서는 ‘각기 다른 개별 상황에 대한 대응 능력, 이와 관련되어 있는 사람들의 감정을 어루만지고 사람들에게 대한 영향을 예측하는 눈, 이상과 현실 간의 합의를 이끌어내는 머리가 필요한데 이를 실천적 지혜 ‘프로네시스(Phronesis)’라고 합니다. 그리고 이 실천적 지혜를 통해 일의 텔로스에 도달했을 때 느끼는 만족감이 바로 행복입니다. 리더가 조직원들의 감성과 욕구를 이끌어내고 역량을 키울 수 있는 기회를 총체적인 관점에서 제공할 때 모든 임직원은 이런 행복을 누릴 수 있게 될 것입니다.

그동안 결행, 순리, 혁신, 인덕에 이어 공유까지 리더가 갖춰야 할 덕목들을 여러분들과 함께 생각해보았습니다. 글을 읽고 응원해 주시고 성원해 주신 화승의 모든 분들에게 감사함을 전하며 리더로서 필요한 덕목들을 갖춰 성공하시는 2021년 되시길 바라며 글을 마칩니다. 신축년 을 한해도 복 많이 받으시고 두루 평안하시길 기원합니다. 🏠

STATION

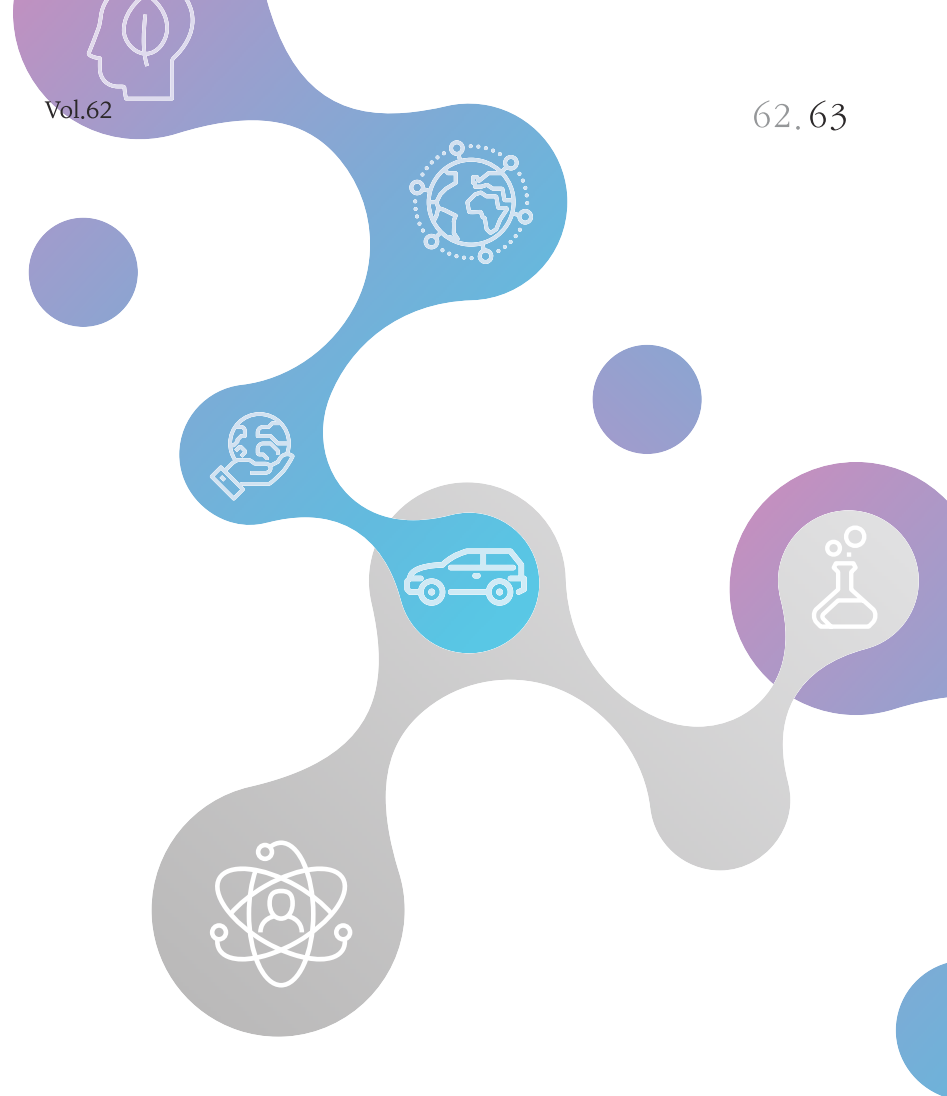
“기업이란 결국 여러 사람이 모여서 의미 있는 일을 하는 곳입니다.
그러니 인화야말로 기업을 있게 하고 키우는 가치가 아닐까요.”
현승훈 회장의 메시지가 공허하게 들리지 않는 것은
시대와 세월을 초월한 가치이기 때문입니다.



김해공항 출국장에 위치한 화승코퍼레이션의 조명 광고

화승코퍼레이션이 여는 글로벌 화승의 새로운 미래

화승알앤에이 사업구조 개편 완료

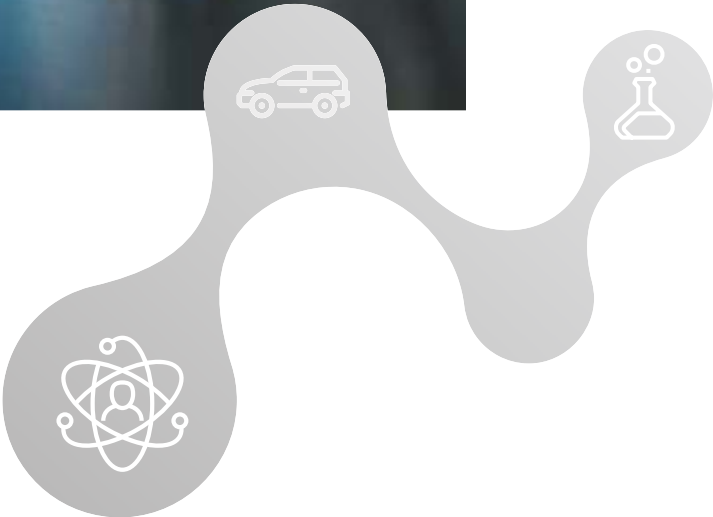




김해공항 입국장에 위치한 화성코퍼레이션의 조명 광고



2021년 3월부터 게재된 부산역 대합실 광고



화성그룹의 자동차 부품 계열사 화성코퍼레이션이 인적분할 절차를 마무리 짓고 3월 15일 변경상장 후 거래를 재개했다. 분할 전 회사 화승알앤에이는 지난달 25일 분할에 따른 전자등록 변경을 사유로 거래정지 중이었다. 화성코퍼레이션은 분할 전 회사 화승알앤에이의 분할 존속법인이며, 기존 자동차 부품 사업을 맡을 분할 신설법인 화승알앤에이도 같은 날 재상장됐다. 분할 전 회사 화승알앤에이는 지난해 인적분할을 결정하고 한국거래소의 예비심사를 통과한 후 임시주주총회에서 해당 안건을 특별 결의했다.

산업용 고무제품을 비롯해 미래 신사업 발굴,
자회사 가치 상승을 지원하는 GHQ 역할 수행
재상장되는 신설법인 화승알앤에이,
친환경 자동차 부품 사업 분야 강화 예고

화승알앤에이는 앞으로 비자동차(Non-Auto) 부문에서 산업용 고무제품 등을 활용한 미래 먹거리를 발굴하고 투자에 나설 계획이다. 또한, 화성코퍼레이션은 친환경 자동차 부품, 각종 산업에 필요한 핵심 소재, 종합무역 사업 분야를 맡는 자회사들을 지원 및 관리하는 GHQ(Global Headquarters)로서 핵심적인 역할을 하게 된다. 신설된 화승알앤에이는 자동차 부품 사업에 집중해 효율적인 경영을 이어나간다. 특히 친환경 자동차 부품 사업 분야의 연구개발을 강화하고 급변하는 자동차 시장의 패러다임에 선제적으로 대응하면서 부품 산업의 미래 수요를 충족한다는 방침이다. 회사 관계자는 “인적분할 후 투자와 운영을 구분하고 사업의 효율을 높이는 한편, 글로벌 리딩 기업으로 나아가기 위한 다양한 활동을 모색해 나갈 것”이라며, “특히 화성코퍼레이션을 중심으로 고부가가치 신규 사업을 발굴해 지속 성장을 추구하는 비즈니스 모델을 만들어 기업과 주주의 가치를 향상시키겠다”고 전했다. 🚗

쓸데없지만, 은근 재밌는 밸런스 게임

극과 극의 선택지 두 개 중에서 무조건 하나를 선택해야 하는 게임, 밸런스 게임이 유행이다. 현실화 가능성은 제로지만, 쉽게 선택하지 못하는 고민이 재미있다. 동료 혹은 연인, 친구, 가족과 서로의 취향과 속마음을 공유해볼 유쾌한 기회! 쓸데없지만, 은근히 재밌는 밸런스 게임의 질문들을 소개해본다.

동료 혹은 친구와 함께 Pick

발표를 망쳤을 때 듣고 싶은 말은?

위로나 격려

VS

현실적인 피드백

누구와 어떻게 일하실래요?

휴가 몰아쓰고 일주일 폭 쉬기

VS

휴가 안쓰고 돈으로 보상받기

일 잘하는 차가운 동료

VS

일 못하는 마음 따뜻한 동료

나 빼고 다 천재인 팀에서 자괴감 느끼기

VS

내가 능력자인 팀에서 혼자 소처럼 일하기

돈을 받는다면?

100% 확률로 1억 받기

VS

10% 확률로 10억 받기

지금 당장 1억

VS

10년 후에 10억

월 300만 원으로 백수로 살기

VS

월 900만 원으로 직장인으로 살기

연인 혹은 배우자와 눈치 밸런스

누구와 사귄 것인가?

얼굴만 잘생긴 애인

VS

얼굴 빼고 뭐든 다갖춘 애인

나한테 돈 잘쓰는데 빚 10억

VS

나한테 돈 안쓰는데 재산 10억

늘 30분 미리 나오는 애인

VS

늘 5분 늦는 애인

혼자 가야 한다면?

놀이동산 혼자 가기

VS

뷔페 혼자 가기

아이와 함께 킬킬깔깔

만약 부모를 선택한다면?

방귀쟁이 아빠

VS

트림쟁이 아빠

입냄새 나는 엄마

VS

발냄새 나는 엄마

초능력을 갖는다면?

순간이동 능력

VS

사람마음투시 능력

5초 후의 미래를 볼 수 있는 능력

VS

5초 전으로 돌아가는 능력

하나만 먹는다면?

케첩 없이 감자튀김 먹기

VS

치킨무 없이 치킨 먹기

똥맛 카레

VS

카레맛 똥

나를 살리는 걷기, 소처럼 실천하기

2021 화승 우보만보 牛步萬步 캠페인

일본의 의학박사 나가오 가즈히로는 “대부분의 병은 걷기만 해도 낫는다”고 했다. 현대인의 중대 질병인 암을 비롯해 당뇨병, 고혈압, 고지혈증, 위장장애, 우울증, 불면증, 치매, 감기 등의 각종 질환이 걸음으로써 회복될 수 있다는 것이다. 2021년, 워라밸(Work & Life Balance)를 꿈꾸는 화승 사람들에게 ‘1일 10,000보 걷기’를 추천해본다.

걷기 효과와 올바른 걷기의 방법

- ❶ 뇌심혈관질환 예방
- 원활한 산소공급으로 심폐기능 향상은 물론
뇌졸중 등 뇌질환 감소에도 효과적
- ❷ 착한 유산소운동
- 운동화 한 켤레만 신으면 몸속 지방을
산화시키고 체중 조절에도 효과적인 운동
- ❸ 관절 건강 증진
- 뼈에 자극을 줌으로써 관절 건강은
물론 골밀도 강화, 골다공증 예방 및
면역력 증강
- ❹ 체내 노폐물 배출
- 소화 개선뿐만 아니라 체내에 쌓인
노폐물과 중금속 성분이 땀으로 배출되는 효과
- ❺ 스트레스 해소
- 혈액 순환 원활로-세포 내 산소공급 증가로-
생기 회복은 물론 우울증에도 긍정적



- 시선은 10~15m
전방을 주시한다.
- 몸은 바로 세우고
어깨와 가슴은 활짝 편다.
- 목과 허리는 곧게 펴고
배와 엉덩이에 힘을 준다.
- 팔은 편안히 내려 앞뒤로
자연스럽게 흔든다.
- 체중은 발뒤꿈치를
시작으로 가운데 발바닥을
거쳐 엄지발가락 쪽으로
이동시킨다.

걸음을 통한 신체적, 정신적 변화

인간은 원래 직립보행 하는 동물이다. 이러한 인간들이 문명의 이기(利器)들로 바로 서서 걷는 걸 피하거나 줄이게 되면서 각종 질병과의 전쟁을 벌이고 있다. “10리를 걸어 학교에 다녔다”는 어른들 얘기가 전설처럼 들리는 요즘, 제대로 걸음으로써 일과 삶의 균형은 물론 일상의 소소하지만 놀랄만한 변화를 느껴보면 어떨까.

‘제2의 심장’이자 ‘인체의 축소판’인 발을 통한 걷기는 가장 기본적인 인간의 움직임으로 보통 현대인들은 ‘10,000보 걷기’를 건강 유지의 척도로 생각한다. 1960년대 초 일본의 한 워킹클럽에서 슬로건으로 사용하면서 시작된 만보 걷기는 개인의 체중이나 유전적 요인, 걷는 속도와 지형 등에 따라 차이가 있지만 칼로리 소모에는 단연 효과적이다. 60~70cm 성인 보폭으로 1만 보는 6~7km로, 걸으면 1시간~1시간 30분 정도가 소요된다.

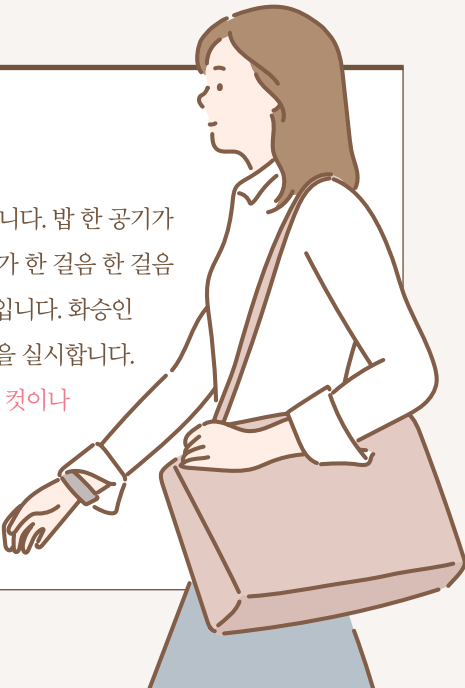
걷기가 신체적 변화뿐이라면 오랫동안 강조되지 않았을 것이다. 위대한 사상과 철학을 남긴 고대 그리스의 ‘소요학과(逍遙學派)’가 그 증거다. 철학자 아리스토텔레스가 리케이온(Lykeion, 아테네의 철학자를 양성하던 학교) 안의 나무 사이를 소요하며 자유롭게 이리저리 거닐며 돌아다니며-제자들을 가르쳤다는 데서 비롯된 이 학파는 걸음으로써 철학적 사고와 공부 효과를 끌어올렸다. 이를 증명하듯 현대과학에서도 ‘걷기가 창의성을 60% 증진시킨다’는 연구 결과가 나와 있다.

걸을 때마다 200개의 뼈와 600여 개의 근육이 동시에 움직인다고 한다. 똑바로 직립, 직진 보행도 좋지만 때로는 칼로리 소비를 더욱 높일 수 있는 뒤로 걷기, 혹은 지압 효과로 인체 장기 기능을 향상하고 혈액 순환에도 효과적인 맨발 걷기도 병행해 보자. 신발은 슬리퍼나 플랫슈즈가 아닌 화승에서 생산하는 운동화나 워킹화, 트레킹화라면 더없이 좋지 않을까. 



화승인 여러분을 위한 ‘우보만보(牛步萬步)’ 캠페인

50kg의 성인이 1시간을 걸으면 200kcal, 70kg 체중이면 약 280kcal 정도가 소모됩니다. 밥 한 공기가 300kcal이니까, 혹자들은 “에게~”할 것입니다. 작심삼일이 아닌 한 달만 마치 황소가 한 걸음 한 걸음 서두르지 않고 꾸준히 나아가듯 시작해보세요. 3~4kg은 거뜰히 감량할 수 있을 것입니다. 화승인 여러분을 위한 다이어트뿐만 아니라 멘탈 변화에도 효과가 있을 만보 걷기 캠페인을 실시합니다. 걷기를 실천한 이야기를 다음 호에 소개할 예정이니, **자신의 얼굴과 만보기를 찍은 컷이나 걷기 앱에 찍힌 숫자, 혹은 자신의 걷는 모습 등을 담은 사진과 함께 간단한 소감(illwook.sim@hscorp.com)을 적어 보내주세요.** 채택된 사우들께는 소정의 기념품을 보내드립니다. 화승 사우 여러분의 많은 동참, 부탁드립니다.





카페 속에 기차, 즐거운 만남

1804년, 최초의 증기 기관차 발명 이후 기차는 수많은 역사와 함께 발전했다. 그리고 우리 일상에 꼭 필요한 교통수단으로 자리매김했다. 2021년 현재, 기차의 조금 색다른 변신이 주목받고 있다. 하나의 요소로써 '기차'를 즐길 수 있는 공간이 생겨났기 때문이다. 기차를 특별하게 즐기고 싶다면, 이곳을 주목해보자.



BUSAN

바다와 기차로
두 마리 토끼를 잡은
뷰맛집

수월경화

사진 제공: 수월경화(@swgh_official)
부산 해운대구 송정중앙로6번길 188 4층
매일 11:00-21:00

부산 해운대. 이름만 들어도 끝없이 펼쳐진 바다가 생각난다. 그래서인지 시원한 공기와 바다 내음이 가득한 해운대 근처에는 바다 풍경을 액자 삼은 카페가 많다. 수월경화도 이 중 하나다. '물에 비친 달과 거울에 비친 꽃'을 뜻하는 수월경화(水月鏡花)에선 푸른 바다의 눈부신 햇살을 맘껏 느낄 수 있다.

이뿐만이 아니다. 바다 옆 철로 위를 지나다니는 형형색색의 기차는 이국적인 분위기를 자아낸다. 이 해변 열차는 해운대 일대를 지나는 블루라인 파크로 옛 동해남부선의 철로에서 재탄생되었다고 한다. 실제 탑승객이 이용 중이며, 승객을 태울 만큼 큰 기차지만 수월경화에서 바라보면 그저 작고 귀여운 장난감 기차 같다. 오전뷰와 레일뷰, 이 모두를 동시에 즐길 수 있는 곳이 또 어디 있을까? 수월경화에서는 한옥 카페 특유의 포근함과 다양한 찻잎, 곁들여 먹을 수 있는 전통 간식까지 만날 수 있다. 특히 간식거리를 한 데 모은 달보드레* 상자와 함께 따뜻한 차 한 잔 마시면 달보드레하단 말이 절로 나온다.

*달보드레: '달달하고 부드럽다'는 의미의 순우리말

SEOUL



사진 제공: 페이버(@favor.seoul)
서울 성동구 연무장길 41-22 101호
월~토 10:00-21:00

기차인 듯
기차 아닌
기차 같은 너

페이버(FAVOR)

여행을 떠나기 전, 목을 축일 음료 하나 챙기고 기차에 탔을 때의 설렘을 기억하는가? 빨라진 기차속도에 멍멍해진 귀, 침 한 번 꿀떡 삼키고 창문 밖을 바라볼 때, 무수히 지나치는 풍경 또한 기억하는가? 서울 성동구에는 그때의 추억 혹은 설렘을 느낄 수 있는 카페가 있다. 요즘 ‘핫’하디 ‘핫’한 서울숲이 있는, 성수에 위치한 카페 페이버(Favor)다.

페이버는 입구부터 정체성이 확실하다. 실제 기차 입구처럼 자그마한 창이 있고, 그 창으로 카페 내부가 보이기 때문이다. 내부는 3개의 스크린을 설치해 창문으로 구현했다. 드넓은 초원부터 노을 지는 풍경까지, 잠시나마 여행의 떨림을 느낄 수 있을 정도로 그 화면은 생생하다. 탑승권처럼 디자인한 메뉴판과 여권 모양의 커피 쿠폰도 페이버가 사랑받는 이유 중 하나다. 커피를 주문하고 밝지 않은 조명 아래에서 스크린을 가만히 보고 있자면 잊고 지냈던 추억이 떠오를 것만 같다. 카페인지 기차인지 헷갈리는, 행복한 설렘이 가득한 곳이다.

작고 소중한
꼬마 기차가
배달해주는

온더레일

언제 진동벨이 울릴지, 진동벨이 울리면 누가 갈지 결정하는 재미는 잠시 접어두자. 대구 달성군 가창에 위치한 온더레일(On the rail)의 음료는 꼬리를 문 꼬마 기차가 직접 배달해준다. 카페 이름 그대로 레일 위에서 기차가 커피를 서빙하고 있다. 경적 소리와 함께 실제 기차가 움직이는 듯한 ‘칙칙폭폭’ 소리가 이목을 집중시키고, 카페를 찾은 손님들은 신기한 표정을 짓는다. 기차의 선로는 테이블마다 연결되어 있고, 선로 주변에는 작은 돌맹이도 깔려 실제 기차역을 축소해 놓은 것만 같다.

온더레일은 케이크와 먹음직스러운 빵들로도 유명하다. 맛있는 빵과 음료를 잔뜩 실은 꼬마 기차의 서빙이 끝났다면, 잠시 주변을 돌아볼 차례다. 높은 층고를 자랑하는 온더레일 내부는 일상의 답답한 마음을 해소하기에 충분하다. 창문 밖으로 보이는 푸른 산과 저수지의 모습 또한 일품이다. ‘숲은 숲이어서 아름답다’는 말이 있듯, 힐링이 필요하다면 온더레일이 정답이다. 🚂



사진 제공: 온더레일(@on.the.rail.cafe)
대구 달성군 가창면 가창로93길 52
평일 11:00-20:00 (수요일 휴무),
주말 11:00-21:00



DAEGU



화승코퍼레이션



온라인 출범식 개최

지난 3월 3일 오전 9시, 화상을 통한 화승코퍼레이션 온라인 출범식이 진행되었다. 허성룡 대표이사를 비롯해 이석현 부사장 등 임직원들이 모두 화상에서 함께 화승코퍼레이션의 새로운 미래를 공유했다. 이날 허성룡 대표이사는 화승코퍼레이션 출범의 의미와 앞으로의 다짐을 공유하는 CEO 메시지를 전했다. 이후 화승코퍼레이션 임원에 대한 소개와 간단한 인사로 소통의 폭을 넓혔다. 코로나19로 인해 대면할 수 없는 상황이었지만 화상으로나마 뜻을 전하고, 마음을 모으는 큰 계기가 되었다.

화승그룹



‘희망나눔 캠페인’
화승그룹이 함께합니다

부산·경남 대표 방송 KNN에서 진행하는 ‘희망나눔 캠페인’에 화승그룹 직원이 등장해 화제다. 부산사회복지공동모금회와 KNN 그리고 화승그룹이 함께하는 KNN 희망나눔 캠페인은 최근 코로나19 영향으로 줄어들고 있는 기부문화를 다시 확산시키고자 3사가 함께 기획한 캠페인으로 해당 영상에 화승코퍼레이션 인터스트리얼 사업부 신비 대리가 실제 출연했다.

신비 대리는 평소 활발한 사회공헌활동 참여로 부서는 물론 그룹사 임직원들의 귀감이 되고 있다. 한 줄 남짓한 대사에 전문 배우가 아니다 보니 카메라 앞에서

뻗뻗해진 그녀였지만 실제 TV 속 그녀는 말 그대로 ‘기부천사’ 였다. 신비 대리는 “낮선 카메라 앞이라 너무 부끄러웠지만 이 작은 출연으로 기부문화가 조금 더 활성화될 수 있기를 바란다”면서 ‘천사’와도 같은 후기를 남겼다. 한편 화승그룹은 지난 1월 8일 부산사회복지공동모금회를 통해 부산시청에서 이웃돕기 성금 3억 원을 전달했다.

알립니다

화승그룹 사보(Do Better Tomorrow)에 애정을 갖고 참여해주신 독자분들께 송구한 소식을 알립니다. 그동안 독자들과의 직접적인 소통 창구였던 <독자엽서> 코너가 폐지되었습니다. 더 나은 소통 창구 마련 및 원활한 커뮤니케이션을 위해 노력하겠습니다. 독자엽서로 소통해주신 화승의 많은 독자 여러분들께 다시 한번 머리 숙여 감사함을 전합니다. 고맙습니다!

화승케미칼



창립 3주년 맞아
전 구성원 대상 축하 이벤트 진행

‘World Only 화학소재기업’을 지향하는 화승케미칼이 2021년 2월 1일부로 창립 3주년을 맞이했다. 2018년 화승 인터스트리로부터 필름 사업부를 물적 분할한 것을 시작으로, 2019년 화학사업부 물적 분할, 2020년 다시 화승케미칼(필름사업부)과 첨단소재(화학사업부) 합병을 거쳐 하나의 조직이 된 지 어느덧 만 3살이 된 것이다.

화승케미칼은 창립기념일을 뜻깊게 기념하고자 관리직 및 기능직 구성원 전체를 대상으로 ‘나는 화승케미칼에 대해 얼마나 알고 있을까?’라는 주제로 퀴즈 이벤트를 열고, 임직원들이 조직에 대한 내용을 재밌게 확인하는 시간을 가졌다. 퀴즈 문항은 핵심가치, 법인 정보, 화승

케미칼의 제품 등으로 다양하게 구성되었으며 상품은 백화점 상품권에서부터 배달의 민족 쿠폰, 화승케미칼의 B2C 카케어 제품인 타이어 광택보호제까지 생활에 유용한 제품으로 마련되었다.

화승케미칼의 구성원들은 “코로나 위기를 극복하고 새로운 시대를 맞이하기 위해 준비하는 한 해가 되기를 바란다”, “3년 동안 긍정적인 변화가 있었다. 30년을 넘어 300년 이상 지속될 수 있는 우리의 일터가 되었으면 좋겠다”, “회사와 같이 성장하고 싶다” 등의 축하 메시지를 남겼다. 해당 이벤트는 구성원들의 뜨거운 호응을 받아 화승케미칼만의 행사로 매년 시행될 예정이라고 전했다.

2021 코트라(KOTRA)
수출바우처사업 지원 대상 최종 선정

화승케미칼이 KOTRA 중견기업 글로벌 지원 사업에 최종 선정되었다. 해당 사업은 유망 중견기업의 글로벌기업 육성 지원을 위한 국고 지원 사업으로 수출지원 서비스, 맞춤 컨설팅, 해외 마케팅 서비스 3개 영역에 대해 바우처 혜택을 받을 수 있다.

화승케미칼은 최고 금액인 2억 원을 지원받게 되었으며, 해당 사업 선정으로 인해 온·오프라인 전시회 및 홍보·광고뿐 아니라 전담위원 배정을 통한 수출시장 멘토링, 바이어 발굴, KOTRA 네트워크를 이용한 해외 마케팅 서비스를 제공받는다. 해당 사업이 화승케미칼의 해외 마케팅 역량 향상에 기여할 것으로 기대된다.



화승 백신은 희망 백신

코로나19를 예방하는 화승가족을 위한 집콕DIY 키트입니다. 사각사각 종이를 오리고, 이쪽저쪽 종이접기를 하며 아이들과 힐링타임을 가져보세요. 엄마아빠가 다니는 화승의 초심이 깃든 제품을 손으로 만지작만지작하다보면 아이들의 집콕생활도 한결 즐겁지 않을까요. 화승 백신, 집콕 생활의 희망 백신이 될 것입니다.

만드는 법[검은 실선 걸면 기준]

- 1 A~E의 검은 실선을 따라 모두 자르세요.
- 2 C와 D의 바깥접음선(-----)에 자를 대고 칼등으로 약하게 살짝 칼집을 내주세요.
- 3 발등 E의 둥근 바깥접음선(-----)은 자 없이 칼등으로 약하게 살짝 칼집을 내주세요.
- 4 C와 D와 E의 칼집을 낸 바깥접음선(-----)을 바깥으로 접으세요.
- 5 D의 삼각 시접들에 풀칠하여 밑창 A의 흰면 뒤꿈치부터 D1을 동글리면서 앞코까지 계속 이어 붙이세요.
이때 부착 시작점은 밑창 A 뒤꿈치의 빨간 실선 뒷면부터입니다.
- 6 D2의 이점쇄선(----)을 잘라서 D3 파선(---)까지 당겨 붙이세요.
- 7 C1을 뒤꿈치부터 밑창선을 따라 D와 만나는 지점까지 붙이세요.
- 8 C2를 D4 파선(---)과 붙이고, 뒤꿈치쪽 C1과 D1을 붙이세요.
- 9 C와 D를 부착된 A를 바닥에 놓고, 풀칠한 E의 삼각 시접들을 앞코부터 붙이세요.
- 10 기차표 로고가 있는 깔창 B를 고무신 안에 넣어 깔아주면 완성입니다.

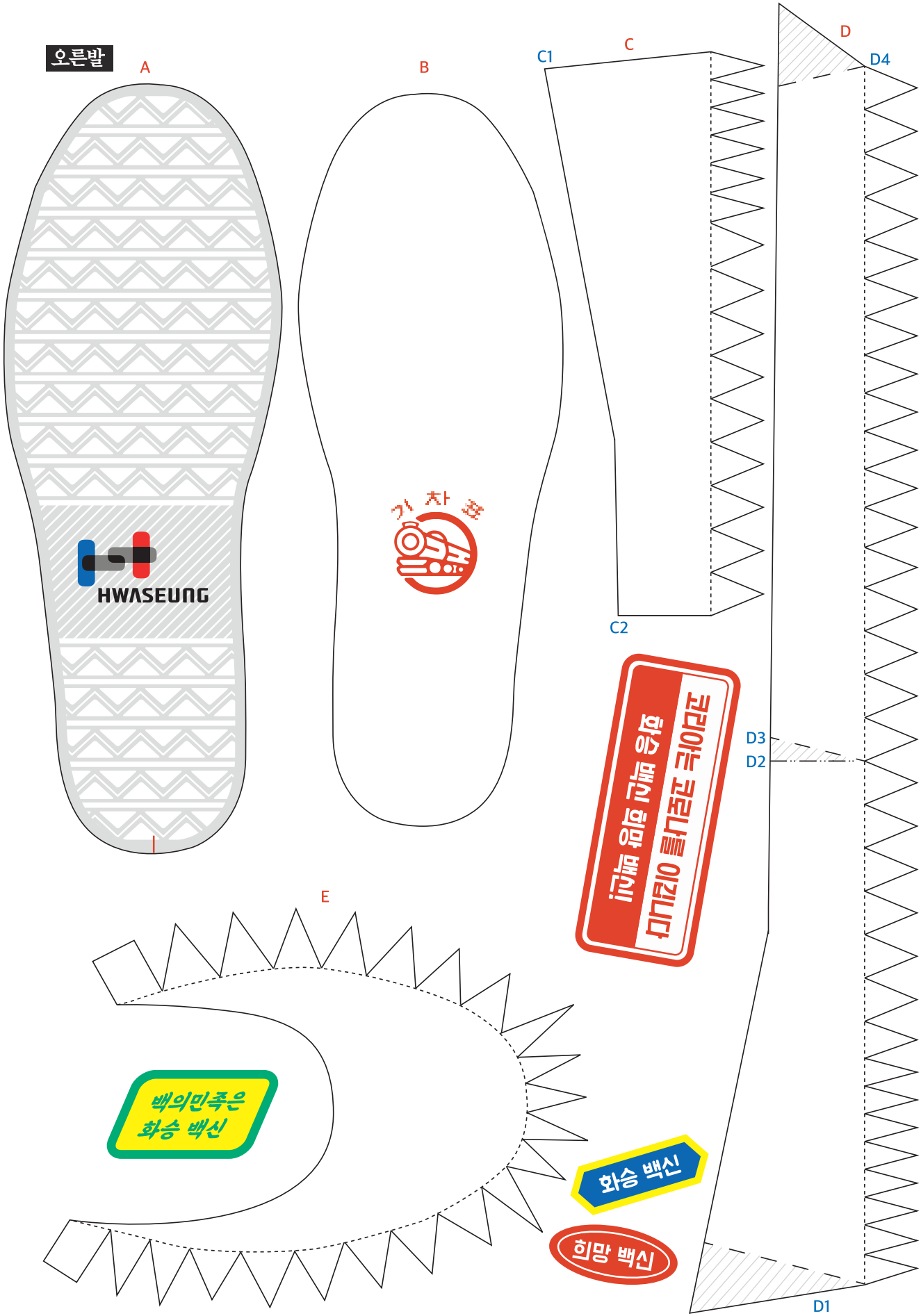
*도면의 백신 부착 스티커는 자유롭게, 재밌게 활용하세요.

준비물

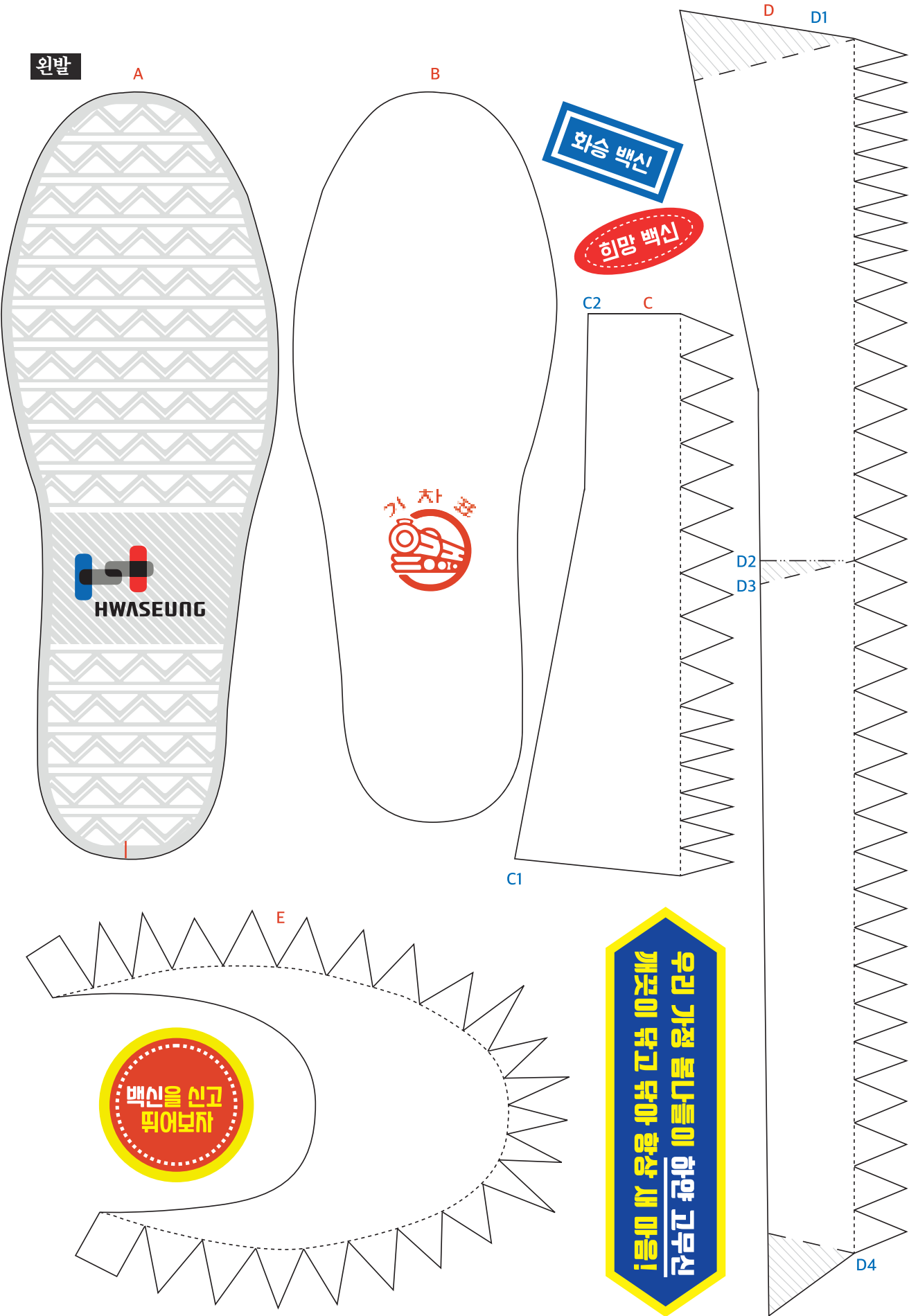
가위, 칼, 풀, 투명테이프, 자,
커팅매트(없을 시 두꺼운 신문지나
유리바닥 활용)

소요시간

한 컬레 1시간



백신을 신고 뛰어보자. 팔짝! 코로나도 무서워서 도망가겠네!



신 신 무슨 신? 백해무의 코로나 잡는 신출귀몰 화승 백신!



70주년을 향해

인화승 찐화승

인 화 의 화 승 , 진 짜 화 승 으 로



2021년 3월부터 2023년 말까지

화승사람들과 머리를 맞대 화승의 비전과 얼굴을 바꿉니다.

화승의 미래, 나의 미래를 위한 대장정에 함께해 주세요.

다시, 화승다움을 통해 화승사람, 화승으로, 2023년 70주년을 향해 함께 뛸시다.

화승다움 경영이념, 미션, 핵심가치, 행동약속 7Actions

화승다짐 70주년을 준비하는 우리의 자세

화승세움 우리가 함께 만들 화승의 비전

화승이음 세상을 이롭게 할 화승의 사회공헌 비전

드러난 오늘의 성장 가려진 기술의 깊이

드러난 성장에 기뻐하는 기업이 있는가 하면
가려진 기술의 깊이에 더 매진하고 집중하는 기업이 있습니다
오늘의 성과에 기뻐하기보다는 오늘의 부족함을 연구하고
나타내고 드러내기보다는 갈고 닦는 데 치중해온 화승그룹

역사가 있는 혁신은 내일이 다릅니다
진심이 있는 기술은 깊이가 다릅니다

자동차부품



소재



화학



신발ODM



종합무역



더 큰 내일을 위한 화승의 진심