

1분기 영업이익 흑자 달성 모든 직원에 성과급 지급

한세드림

전개 브랜드 모두 목표치 넘겨
‘모이몰른’ 매출·영업이익 초과 달성
신학기 특수 덕분에 매출 증진



김지원 한세드림 대표.

유아동복기업 한세드림은 2021년도 1분기 매출 및 영업이익 목표를 달성해 전사적으로 성과급을 지급했다고 19일 밝혔다.

한세드림은 성과 달성을 기념하기 위해 직원들에게 통 큰 성과급을 안기며 기쁨을 함께 나눴다.

한세드림은 사업을 전개 중인 브랜드 모두 올 1분기 매출액 목표치를 훌쩍 넘기며 흑자를 달성하는 기염을 토했다.

‘모이몰른’은 매출액과 영업이익 모두 목표이상 달성해 100%에 달하는 성과급을 받았다. ‘컬리수’, ‘플레이키즈

프로’와 ‘리바이스키즈’ 역시 목표한 매출 성과를 올리는 데 성공하며 전사적으로 1분기 영업이익 흑자 기록을 세워 전년 75%의 성과급을 받게 됐다.

올 1분기는 1학기 등교가 부분적으로 확대됨에 따라 신학기 특수로 지갑을 여는 부모들이 급증했다. 또, 실내와 집 근처에서 입기 편한 원마일웨어(자택에서 1마일권 내에 착용하는 의복)이 트렌드로 떠오르기도 했다. 회

사 측은 스타일과 아이들을 위한 기능성을 모두 갖춘 한세드림 브랜드의 다양한 제품들이 이 시류를 타고 매출 증진을 이끌어낸 것으로 분석했다.

한세드림은 각 부서별 목표 달성 여부에 따라 1년에 총 4번의 성과급을 지급한다. 직원들의 사기를 충전하고 더 나은 업무 환경을 제공하고자 하는 차원이다.

김지원 한세드림 대표는 “전세계적으로 어려웠던 시기에도 소비자들의 관심이 이어지며 의미 깊은 성과를 이룰 수 있었다”며 “앞으로도 유아동복 시장의 선두주자로서 모범이 되는 모습을 보여드릴 수 있도록 노력할 것”이라고 전했다.

한편, 한세드림은 한세에스24홀딩스 계열 회사로 국내 유아동복 시장을 대표하는 컬리수, 모이몰른, 플레이키즈프로, 캔버스키즈, 리바이스키즈 등을 운영 중이다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

코로나 조기극복 위한 인재 동시 채용

계약바이오협회 등 3곳 정책 연구 등 9개 분야

백신 개발을 통한 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 극복을 위해 한국 계약바이오협회와 유관기관인 한국혁신의약품컨소시엄, 한국인공지능신약개발지원센터 등 3곳이 동시에 인재 채용에 나선다고 19일 밝혔다. 정책연구, 사업 기획, 인공지능 연구개발 등 모두 9개 부문에 걸쳐 인재를 모집한다.

먼저 협회는 정책연구, 조사·광고심의 부문, 경영기획 업무 지원 등 3개 부문에서 인력을 충원한다. 정책연구는 ▲계약바이오산업 정책 과제 발굴 ▲연구계획 수립 및 지원을, 조사·광고

심의는 ▲계약바이오산업 관련 조사 기획 및 운영 ▲국내외 계약바이오기업 사업 현황 조사 ▲의약품 광고심의 지원 업무를 수행할 예정이다. 경영기획 업무 지원은 ▲인사, 총무, 재무 등 업무 지원 ▲회원 DB구축 등 서비스 개선 및 회부 지원을 담당한다. 비즈니스 영어가능자, 컴퓨터 활용 능통자, 제약바이오기업 근무 경력자(학술, 개발, 마케팅 등)를 우대한다. 지원서는 7월 23일까지 제출하면 된다.

한국혁신의약품컨소시엄(KIMCo)은 PL(프로젝트 리더)과 PM(프로젝트 매니저)을 선발한다. 이들은 코로나 19 극복을 위해 최근 결성된 K-mRNA 백신 컨소시엄 사업과 혁신신약 등 개

발 및 글로벌 진출사업 등에 관한 사업 과제 기획 및 운영·관리를 맡게 된다.

지원 자격은 번역학, 약학, 생명과학, 화학, 생화학, 의과학 등 관련 전공 분야 석사 이상이다. 박사 이상 학력 소지자와 신약 연구개발 유경험자, 글로벌 BD 업무 경력자, 컨설팅·정책·기획 업무 경력자, 외국어 능력 우수자를 우대한다.

KIMCo는 8월 1일부터 내년 1월 31일까지 6개월간 프로젝트 수행, 행정 등 연구 업무보조를 수행할 연구원(인턴)도 채용한다. 해당 연구원은 인턴기간 만료 후 정규직 전환이 가능하다. 지원서 접수는 7월 21일까지다.

/이세경 기자 seillee@

테이스티나인

이호준 CBO 영입

가정간식(HMR) 기업 테이스티나인은 중장기적 경영 전략 수립, M&A 및 전략적 해외시장 진출을 통한 기업가치



제고를 위해 이호준 최고경영전략책임자(CBO·사진)를 영입했다고 19일 밝혔다.

이번에 테이스티나인 최고경영전략 책임자로서 경영전략본부를 맡게 된 이호준 본부장은 12년간 PwC 컨설팅에 몸담았다. 이 본부장은 미국, 홍콩 등 해외 프로젝트를 포함해 국내외 우수 기업들의 업무 프로세스 혁신 등 전략 수립에서 실행까지 경영 전반에 걸친 자문 프로젝트를 이끌어왔다. /원은미 기자

심용환 역사학자와 월간 마에스트로 캠페인

월별 스토리텔링 프로젝트

LF의 남성복 브랜드 마에스트로(MAESTRO)가 역사학자 심용환과 함께 7월의 ‘월간 마에스트로’ 캠페인을 전개한다고 19일 밝혔다.

마에스트로가 7월 ‘월간 마에스트로’ 주인공으로 역사학자 심용환을 선정하고 인터뷰 및 화보, 영상 콘텐츠를 공개한다. 올해 2월부터 시작된 ‘월간(月刊) 마에스트로’는 역사, 경제, 금융, 건강 등 타깃 고객들이 관심 갖는 분야에서 독보적인 입지를 다진 명사와의 인터뷰를 진행해 공통의 관심사에 대해 소통하는 월별 스토리텔링 프로젝트다. 마에스트로는 단순히 제품을 내세우는 일회성 홍보가 아니라, 함께 즐길 수 있는 이야기거리를 전하는

새로운 방식의 캠페인을 통해 고객과 깊은 공감대를 형성해 나가고 있다.

‘선을 넘는 녀석들’, ‘역사스테이 흔적’ 등 역사 주제의 방송 프로그램에서 귀에 쏙쏙 들어오는 설명과 재치 있는 입담의 심용환은 방송, 출판, 강연, 공연 등을 통해 이야기를 풀어내는 역사학자다. 역사적 연구에 기반한 콘텐츠 제작회사인 ‘역사N교육연구소’를 운영하고 있으며, 한국사를 다룬 베스트셀러 작가로도 유명하다. 마에스트로는 1986년 론칭해 업계 최초로 포워드 피치 시스템을 도입하는 등 지난 35년 동안 국내 남성복 시장에 굵직한 자취를 남겨온 브랜드의 역사를 타깃 고객들에게 보다 효과적으로 어필하기 위해 역사학자와 콘텐츠 협업을 진행한다. /원은미 기자

한림대성심병원, 현대미술관과 사회공헌

사회공헌 프로그램 공동 개발

한림대학교성심병원은 국립현대미술관과 미술·의료분야 사회공헌 업무협약을 체결했다고 19일 밝혔다.

양 기관은 사회공헌 업무협약에 따라 다양한 사회공헌 프로그램을 공동 개발하고, 지역사회 문화 수준 향상에 이바지하는 다양한 활동을 추진할 계획이다. 이번 협약은 한림대학교성심병원이 지역사회에 위로와 희망을 전하는 ‘We路(위로)캠페인’ 일환으로 준비했다.

코로나19의 장기화로 지친 마음을 치유하기 위해 국립현대미술관 미술은 행 소장품인 이왕종의 ‘제주 생활의 중도’(2014) 등 자연·행복·생명을 소재로



유경호 한림대학교성심병원장(오른쪽)과 윤범모 국립현대미술관장이 미술·의료분야 사회공헌 업무협약을 체결하고 있다.

한 작품 20여 점을 We路(위로) 미술 캠페인을 통해 선보인다.

작품은 환자와 보호자가 작품을 감상하며 쉽고 위로받을 수 있도록 눈높이에 맞춰 본관 복도, 진료대기실 등 다양한 곳에서 이달부터 1년간 전시한다. /이세경 기자

국순당 생막걸리, 6월 편의점 판매량 ‘썩썩’

전년 동기 대비 241.8% 증가

국순당은 대표 상품인 ‘국순당 생막걸리’의 6월 편의점 부문 판매량이 전년 동기 대비 241.8% 증가했다고 19일 밝혔다. 전월 대비 판매량도 179.4%가 늘었다.

‘국순당 생막걸리’의 6월 전체 판매량은 편의점 부문 판매 호조에 힘입어 지난해 동기대비 56.4%가 증가했으며, 전월인 5월에 비해서도 78.9%가 증가하는 등 큰폭으로 늘어났다.

해당 제품의 이 같은 판매량 급상승 이유는 지난 6월에 단행한 제품 리뉴얼이 소비자와 유통업계의 호평을 받았

기 때문으로 국순당 측은 분석했다.

국순당은 지난달 ‘국순당 생막걸리’를 맛과 품질을 높이고 환경과 제품 품질을 고려한 포장으로 변경한 제품으로 새롭게 출시했다.

국순당은 기존 두 번의 쌀 발효 과정에 5단 복합발효제법을 적용, 세 번의 유산균 발효 과정을 거치도록 했다. 자연스럽게 생성된 산미와 직접 배양한 막걸리 전용 효모가 만들어 내는 과실 향미가 풍부한 맛과 향을 구현했다.

또한, 빛에 의해 맛의 품질이 저하되는 것을 차단하기 위해 페트병 전체를 감싸는 디자인을 도입했다.

/원은미 기자



수제버거 브랜드 ‘이삭버거’ 오픈

토스트 브랜드 이삭토스트를 운영하는 ㈜이삭이 19일 서울 강남구 논현동에 수제버거 전문 브랜드 ‘이삭버거’ 신사역키친점을 오픈한 가운데 매장을 찾는 시민들이 주문을 위해 대기하고 있다. /손진영 기자 son@

수제버거 브랜드 ‘이삭버거’ 오픈

에이블리, 풀필먼트 서비스로 경쟁력 강화

당일 출발 서비스 ‘삭출발’ 선배

에이블리가 안정적이고 고도화된 풀필먼트 서비스를 기반으로 빠른 배송 서비스를 통해 배송 경쟁력을 한층 강화한다.

에이블리는 당일 출발 서비스 ‘삭출발’을 오픈했다고 19일 밝혔다. ‘삭출발’은 평일 오후 6시 전까지 주문 완료하면 당일 배송을 출고하는 빠른 배송 서비스다. 금요일 오후 6시 이후부터 주말 동안 주문한 상품은 돌아오는

월요일에 출고된다.

‘삭출발’ 배경에는 에이블리만의 스타일 커머스 전문 자체 풀필먼트 서비스가 있다. 에이블리는 6년 전부터 풀필먼트 센터를 설립해 24시간 운영하며 사입부터 상품 검수, 포장, 배송, 고객 커뮤니케이션 등 모든 단계를 도맡아 시행하고 있다. 에이블리가 직접 물류를 운영하기 때문에 효율적인 재고 관리 및 빠른 배송이 가능하다. 에이블리는 26일까지 할인 쿠폰 및 쇼핑 지원금 이벤트를 진행한다. /원은미 기자