



Number 2
2018
Volume 78





TASTE THE FEELING[®]

Congratulations
KAGRO International
on your 58th
annual board meeting





THE ORIGINAL LIGHT PILSNER.

#ITSMILLERTIME

GREAT BEER GREAT RESPONSIBILITY
©2010 MILLER BREWING CO., MILWAUKEE, WI
Per 12 fl oz: 96 cal, 3.2g carbs, <1g protein, 0.0g fat



PEPSICO



Tropicana





목 차 (Index)

| | | | |
|--------------|---------|----------------------------|---------|
| 회장 인사말 | 6 ~ 7 | President Message | 6 ~ 7 |
| 이사장 인사말 | 8 | Chairman Message | 8 |
| 축사 | 9 ~ 10 | Congratulatory Message | 9 ~ 10 |
| KAGRO 뉴스 | 11 ~ 16 | KAGRO News | 11 ~ 16 |
| 한상대회 | 17 | Korean Business Convention | 17 |
| 산업 뉴스 | 18 ~ 21 | Industry News | 18 ~ 21 |
| 경제 뉴스 | 22 ~ 25 | Business News | 22 ~ 25 |
| 건강 뉴스 | 28 ~ 29 | Health News | 28 ~ 29 |
| 회장단 및 스폰서 소개 | 30 | Board Members & Sponsors | 30 |

제 15 대 집행부 명단

Kagro International Executive Member & Board of Directors

Officers

| | | | |
|---------------------|-----------|-----|-----------------|
| Washington D.C | 회장 | 이요섭 | Lee, Yo Sup |
| Southern California | 대외 수석부회장 | 김중철 | Kim, mike |
| Delaware | 대내 수석부회장 | 송영석 | Song, Mike |
| Central California | 부회장 | 장중희 | Chang, jong hee |
| Arizona | 부회장 | 최인준 | Choe, Calvin |
| Colorado | 부회장 | 연규산 | Yeon, Sean |
| Harrisburg, PA | 부회장 | 이정희 | Yi, chong |
| Washington D.C | 부회장 | 유홍규 | Yoo, John |
| New York | 부회장 (총무부) | 박광민 | Park, kwangmin |
| Maryland | 부회장 (섭외부) | 김 혁 | Kim, Domingo |
| Washington D.C | 부회장 (재무부) | 김형묵 | Kim, Shawn |
| Colorado | 부회장 (홍보부) | 서천룡 | Suh, John |
| Arkansas | 사무총장 | 이창현 | Lee, Chang Heon |

Auditors

| | | | |
|--------------|----|-----|--------------|
| Maryland | 감사 | 김재만 | Kim, Jae Man |
| Philadelphia | 감사 | 이승수 | Lee, Seung |

Board of Directors

| | | | |
|---------------------|------|-----|---------------|
| Maryland | 이사장 | 송기봉 | Song, ki bong |
| Philadelphia | 부이사장 | 이창희 | Lee, Justin |
| Harrisburg, PA | 부이사장 | 나광렬 | Na, Kwang yol |
| Southern California | 부이사장 | 한우태 | Han, wootae |

Advisors

| | | | |
|---------------------|----|-----|----------------|
| Washington D.C | 고문 | 김기욱 | Kim, kiok |
| Southern California | 고문 | 김양일 | Kim, Yang il |
| Philadelphia | 고문 | 전기풍 | Jeon, Ki Pung |
| Southern California | 고문 | 김치현 | Kim, David H. |
| New York | 고문 | 구군서 | Ku, Andrew |
| Oregon | 고문 | 김주한 | Kim, Ju Han |
| Maryland | 고문 | 김현주 | Kim, David |
| Delaware | 고문 | 한용웅 | Han, Yong wong |
| New York | 고문 | 허성철 | Heo, Seong C. |



“시대에 맞는 아이디어와 정보 공유”

존경하는 국제한인식품주류상 총연합회 회원 여러분

2018년도 어느덧 결실의 계절 가을로 들어 가고 있습니다. 올해 여러분들이 계획 하였던 일들이 얼마나 이루어 지고 계십니까? 남은 시간 소중히 활용 하셔서 만족한 결과를 얻으시길 소망합니다 .

알고 계시듯이 식품업계는 아마존의 홀푸드 인수를 기점으로 거의 모든 체인스토 어들이 온라인 판매와 픽업 서비스등을 확대해 나감으로써, 구매의 패턴이 매장을 직 접 방문하지 않고도 원하는 물품을 구입 할 수 있는 점점 간편하고 편리하게 변화되 어 가고 있습니다.

이는 우리 자영업자들에게는 더욱 어려운 여건에서 사업을 할 수 밖에 없는 결과를 가져다 주었다 할 것입니다. 또한 트럼프 정부의 대 중국 보복 관세 부가로 인해 모든 제품의 원가 상승은 벌써부터 우리의 현실로 다가오고 있어 우리의 경쟁력을 더욱 약화 시키고 있는 것이 우리 앞에 놓인 현실입니다.

이렇게 변화의 속도가 가속화 되고 있는 시대에서 생존하기 위해서는 무엇보다 매 장 관리에 한층 힘쓰고 소셜 미디어를 통한 적극적인 홍보와 창의적인 아이디어 및 서비스 개선과 고객과의 소통을 통해 그들의 필요를 충족시키기 위한 다양한 노력을 기울여야만 하겠습니다.

이번 아틀란타 조오지아에서 개최되는 59차 총회에서는 이 어려운 시기를 헤쳐나 갈 여러 방법을 토의하고 현실적으로 적용할 수있는 새로운 아이디어를 공유할 수있 는 기회를 갖기를 희망합니다. 또한 참여업체와의 협력과 각 첵터에 맞는 프로그램에 대한 다양한 의견과 정보를 얻을 수 있는 소중한 기회로 삼으시길 바랍니다.

특히 이번 총회 개최를 가능하게 해주신 김백규 회장님 이하 조오지아 협회와 실무에 헌신하신 박 수목 사무총장에게 감사를 드립니다.

끝으로 아틀란타 총회 기간 중에는 우리 민족의 최대 명절인 추석을 맞게 됩니다. 가득 차오른 보름달처럼 행복도 건강도 사업의 성공도 회원 여러분 모두에게 가득 차 오르기를 기원 드립니다.

아틀란타에서 뵙겠습니다.
감사합니다.

이 요 섭
국제 한인 식품주류상 총연합회 회장

“Sharing Innovating Ideas & Information”

Honorable members of KAGRO International

The year 2018 is entering the autumn of another fruitful season. How many things have you planned for this year? I hope you can use the remaining time to accomplish everything you set out to do.

As you know, almost all chain stores in the food industry are expanding their online presence and pickup services. Amazon’s purchase of Whole Foods, enables them to analyze a buyer’s purchasing patterns and reduce the cost of desired items, all without having the buyer step into the store.

It is already a reality that the Trump government’s imposition of a tariff levy on China has raised the cost of all of its products, and it is weakening our competitiveness even further.

In order to survive in this age of rapid change, we have to put more effort into store management, actively promote through social media, make various efforts to improve creative ideas and services, and communicate with customers to meet their needs.

At the 59th Board Meeting in Atlanta, Georgia, I want to have an opportunity to discuss ways to break through this difficult time and share new ideas that can be applied in real life. I also hope that you take this opportunity to work with the participating companies and get a variety of opinions and information about the programs available that may meet your particular needs.

I would especially like to thank President of Georgia KAGRO Kim Baek-kyu for making this conference possible and Director Jon Park for his dedication to the work of the Georgia KAGRO.

Finally, at the conference in Atlanta, we will celebrate our nation’s biggest holiday, Chuseok. Like a full moon, I fully wish you all the happiness, health and business success. See you in Atlanta. Thank you.

Yo Sup Lee
President of KAGRO INTERNATIONAL
International Korean Grocers and Licensed Beverage Association



인사말

전국의 식품인 여러분 안녕하십니까?

기승을 부리던 무더위가 물러가고 결실의 계절 가을이 왔습니다.

아무리 기다려도 오지 않을 것 같던 가을과 아무리 기다려도 가지 않을 것 같던 여름도 때가 되면 바뀌는 자연의 법칙을 어기지 못하고 자기 자리를 찾아 가고야 말았습니다. 기나긴 불경기로 고통을 겪는 우리 회원 여러분들도 기나긴 여름이 지나고 가을이 오듯, 이 불경기가 지나면 바로 좋은 날들이 온다는 자연의 법칙을 곧 몸으로 느낄 수 있기를 바랍니다.

또 불경기와 호경기의 사이클은 시간에 달려 있는 것이 아니라 바로 우리들의 노력에 달려 있다는 점도 아울러 느끼고 하루 빨리 좋은 날이 올 수 있도록 최선을 다해야겠습니다.

미국 경제의 실핏줄 같은 우리 식품인들이 일치단결해서 사업환경을 개선하고 공동의 힘으로 새로운 유통질서를 이루어 낸다면 불경기 탈출, 호경기 진입은 더욱 빨리 다가올 것입니다. 이를 위해 본 국제한인식품주류상 총연합회에서 여러 가지 야심찬 사업을 준비 중이니 많은 회원들의 적극적인 참여가 있기를 바랍니다.

우리의 미래는 우리가 개척하고 우리가 미래를 개척할 때 우리 후손들에게 보다 복된 미래가 주어질 것입니다.

오늘도 어려운 환경 속에서 열심히 일하시는 우리 회원 여러분들께 힘찬 박수와 감사의 마음을 전하며 화이팅을 외칩니다.
화이팅 !!!

송기봉
국제한인식품주류상 총연합회 이사장



축사

존경하는 국제 한인식품주류상협회 회원 여러분,

무더운 여름의 열기가 한결 가라앉은 입추의 길목에서 모두 한결 여유롭고 풍요로운 계절을 맞이하고 계시리라 봅니다.

국제 한인식품주류상 총연합회는 지난 18년 동안 변함없이 한인 사업가들의 발전과 상호부조의 커뮤니티 발전에 기여하여 왔습니다. 이를 통해 한인사회의 경제적 기반을 튼튼히 하여 왔으며, 이민자들의 소통의 장이 되어 왔습니다.

앞으로도 국제 한인식품주류상협회 회원 여러분들께서 함께 힘을 모아 한인 경제 및 지역 경제 발전을 위한 소중한 공헌이 지속되기를 바랍니다. 금년 59차 총회의 성공과 모든 회원님들의 사업의 번창을 기원드립니다.

주미대사관
총영사 김동기

Dear Members of KAGRO International members,

I hope you all are welcoming this fruitful, leisurely season at the entrance of Autumn, leaving the hot summer behind.

For the past 18 years, International KAGRO have supported Korean American small business owners and mutual-aid Korean American community, have contributed to the economic basis in the local businesses, and have been the Agora for the immigrants.

I believe your precious devotion will continue to enhance Korean American business and strengthen local business environment. I wish the prosperity of your business and the success of the 59th General Assembly of KAGRO International.

**Embassy of the Republic of Korea
Consul General
Dong gi Kim**



ARKANSAS SECRETARY OF STATE

MARK MARTIN

Dear Friends,

I am honored to welcome you to this edition of the Korean-American Grocers' Association International Journal. Arkansas is both proud of and grateful for the contributions made by our Korean community, which is exemplified by the Arkansas chapter of KAGRO International.

KAGRO International is a powerful resource to retail merchants in America, offering assistance, advocacy and fellowship to the hard-working Korean grocers established across our nation. However, you do so much more by hosting events that support the entire Korean community, providing engagement and integration opportunities that increase awareness and influence in our national and state capitols, and wherever Koreans are living and doing business.



As Arkansas Secretary of State, I am privileged to offer greetings, gratitude, and encouragement to you on behalf of Arkansas and of all your fellow Americans. As you read further, you will be pleased, as I have been, to learn of the current progress and the future plans of KAGRO International.

Yours Faithfully,

Mark Martin

Mark Martin, P.E.
Arkansas Secretary of State

State Capitol • Suite 256 • 500 Woodlane Street • Little Rock, Arkansas 72201-1094
501-682-1010 • Fax 501-682-3510
e-mail: arsos@sos.arkansas.gov • www.sos.arkansas.gov



KAGRO NEWS

KAGRO 뉴스



국제한인식품주류상총연합회 개최



△ 총연합회에 참석한 관계자들의 단체사진

지난 4월 27일부터 30일까지 3박 4일간의 일정으로 제 58차 국제한인식품주류상 총연합회가 LA에서 열렸다.

이를 위해 LA 총회 임원 준비모임과 임원회의를 갖고 준비에 만전을 기했다. 이요섭 회장은 한미 무역협정의 재협상 요구와 보호무역주의의 추구 그리고 중국과의 무역전쟁이 현실화 되어 세계 경제가 불투명하고 어려운 상황에 대비한 대책마련 논의를 하는 중요한 자리라 설명했다.

또한 15대 임원진들이 처음으로 주체하는 회의로서의 큰 의미가 있다고 밝히고 새로운 회장단의 계획과 비전을 파악할 수 있는 시간이 될것이라 전했다.

총회에서는 그간 지지부진 했던 정관 개정의 최종 통과 여부를 결정하고, 새로 구성된 정관 개정위원회 각 챕터의 다양한 의견을 수렴해 만들어진 안건을 상정했다.

이번 총회는 안건 토의, 사업보고 및 감사보고, 협력업체 소개와 발표, 지역 협회 사업보고, 현지 관광 및 골프 등의 일정이 포함됐다.

제 59차 국제한인식품주류상 총연합회 정기총회는 9월

21일부터 24일까지 3박 4일의 일정으로 조지아에서 개최되며, 각 지역 협회 회장 및 이사장 그리고 임원들의 많은 관심과 참여를 당부했다.

조지아주한인식품주류협회

식품협회 춘계골프대회 “비 짬이야”

조지아한인식품협회(회장 김백규)는 4월 15일 스톤마운틴 골프코스에서 벤더, 회원, 일반인 등 110명이 참가한 가운데 춘계골프대회를 가졌다.



김백규 회장은 “비가 내리고 날씨가 추운 가운데서도 많은 참가자들이 즐거운 시간을 보냈다”며 “봄철 대회는 식품협회와 벤더, 회원 상호간 친목과 유대를 목적으로 하고 있고, 가을에는 장학기금 마련을 위해 대회를 열 예정으로 많은 참석을 기대하고 있다”고 말했다.

메릴랜드 캐그로

장학기금 마련 골프대회 성황

메릴랜드한인식품주류협회(캐그로, 회장 김도민고)가 주최한 제23회 장학기금 모금 골프대회가 24일 파사디나의 컴퍼스 포인트 골프코스에서 성황리에 열렸다.

캐그로 회원과 식품 및 주류업체 직원 등이 참가한 대회는 일반조, 여성조 및 챔피언조로 나뉘어 언더5 방식으로 채점해 입상자를 가렸다.

김재만 이사장과 김도민고 회장은 “차세대를 위한 장학기금 모금에 많이 협조해줘 감사하다”면서 “한인상인들의 권익 옹호를 위한 활동을 더욱 열심히 하겠다”고 말했다.



△ 김도민고 (우측) 회장과 골프대회 입상자들

백성옥 메릴랜드한인회 회장과 이요섭 국제한인식품주류상총연합회장, 김동기 총영사는 축사를 통해 “캐그로는 단합이 잘되는 모범단체”라며 “회원들의 사업이 번창하기 바란다”고 전했다.

대회장에는 여러 주류회사에서 나와 신제품 및 주력제품 등을 홍보하며 시음할 수 있도록 했고, 올해 선거에 출마하는 지역 정치인들이 선거운동을 펼치기도 했다. 시상식에서는 푸짐한 상품이 준비돼 경품추첨을 통해 참가자들에게 나눠졌다.

캐그로는 매년 골프대회를 통해 장학기금을 조성, 회원 자녀 및 지역 주민, 경찰 자녀 등에게 장학금을 지급하고 있다.

시카고 한인 식품주류상협회

장학기금 마련 골프대회에 밀러사 후원

시카고 한인식품주류상 협회(회장 김세기)가 주관하고 밀러사가 후원한 제24회 Miller Scholarship Fund-raising Golf Outing이 8월 22일에 열렸다.



△ 골프대회에 참가한 참석자들의 기념 촬영.



△ 밀러사가 캐그로측에 장학금을 전달하고 있다.

이날 대회는 청명한 날씨속에서 모두즐겁게 사고없이 성공적으로 마무리했다. 밀러사는 KAGRO측에 장학금 \$2000 전달식도 가졌으며, 행사 말미에는 협회의 고문 변호사인 Peter lee의 주하원 출마 인사와 후원금 전달식도 함께 했다.

알칸사 한인 식품협회

차세대와 함께하는 비전세미나

알칸사 한인 식품협회는 지난 6월 24일 이민 1세대와 2-3세대들이 함께하는 비전세미나를 알칸사 주정부의 도움과 휴스턴 총영사관과의 협업으로 알칸사 주청사에서 개최했다.

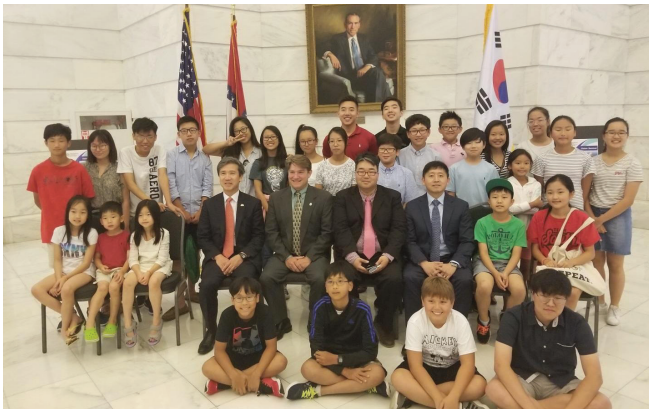
비전세미나는 알칸사주 동포사회 내 세대 간 비전을 공유하고, 젊은 세대들이 현지에서 적극적으로 활동할 수 있도록 리더십을 육성하기 위해 주휴스턴총영사관과 알칸사 식품협회가 함께 준비한 행사이다.

이날 행사에는 김형길 총영사와 알칸사 국무 장관 Mark

Martin 및 2-3세대들을 포함하여 약 120명이 참석하였으며, 2명의 외부 강사를 초청해 앞으로 차세대 동포들이 나아가야 할 방향에 대해 토의하는 시간을 가졌다.



△ 다양한 세대간의 소통을 위해 비전세미나를 개최.



김형길 총영사는 축사를 통해 기존 세대들과 차세대들 간의 유대감 형성을 강조하고, 세대 간 네트워크를 강화할 수 있는 활동들을 적극 전개해주기를 당부했다.

또한 12월 8일 토요일 오후 6시에 The Maumelle Event Center (10910 Maumelle Blvd, North Little Rock, AR 72113)에서 제 2회 알칸사 식품협회 장학금 수여식이 있을 예정으로, 올해는 많은 스폰서들의 관심과 성원을 부탁하고, 15명의 학생에게 장학금을 지급할 계획을 밝혔다.

First Data와 파트너십으로 연간 \$100000.00 이상 절감 효과

파트너십을 함으로 현재까지 중간 프로세싱 회사를 통해 (Ex, Bank of America, Bank of Orzka, 등등) 크레딧

카드 프로세싱을 함으로서 멤버들에게 상당한 부담이 있었으나, 중간 중계자가 필요 없으므로 요금을 절감할 수 있는 길이 열렸다.

First Data®

서류 절차도 까다롭고 진행에 따른 추가 비용 등 정확하지 않은 비용 부담의 문제로 인해, 지난 몇 달간 협회 회원뿐 아니라 알칸사에서 비즈니스를 하는 100여개의 사업주를 만나 전체적으로 얼마만큼의 진행비용이 사용되는지에 대해 알아보는 시간을 가졌다.

연간 \$40 millions 이상을 사용함으로, 이 숫자를 가지고 First Data와 계약을 맺어, 전회원들의 크고 작은 사업체와 관계없이 한가지 조건으로 하기로 합의했다.

Acquiring: Inter change +\$0.015/ transaction,
Bundled debit: IC+.015/transaction,
EBT: 0.015/transaction and
Clover security/Transarmor:\$9.95/month,

업소당 적게는 연간 천달러에서 많게는 구천달러 정도를 절약 할 수 있고, 앞으로 많은 고객들이 현금보다는 크레딧 카드로 지불을 하게 됨으로, 서로 협력하고 뭉쳐서 힘을 합하는것이 중요함을 이번 사업을 추진하면서 새삼 느끼게 되는 순간이었다.

워싱턴식품주류상협회

워싱턴식품주류상협회와 유홍규 회장 KCCOC에 기금전달

워싱턴식품주류상협회(회장 유 홍규)가 7월12일 한인 커뮤니티 건립에 1000달러를 기탁했다. 같은 날 유홍규 회장은 개인적으로 500 달러를 커뮤니티센터 건립기금으로 기부했다.

유홍규 회장은 이날 자신이 운영하는 DC 노스이스트 소재 JY 리그스 리커 스토어에서 스티브 리 한인 커뮤니티

센터 건립 준비위원회 부간사에게 기금을 전달했다.

유홍규 회장은 “예전부터 커뮤니티센터에 기부를 하겠다고 생각하던 차에 이번에 협회와 개인 자격으로 기금을 기탁하게 됐다”면서 “워싱턴에 한인 커뮤니티센터가 마련되면 한인들의 위상도 올라갈 것으로 믿는다”고 전했다.



스티브 리 부간사는 “유 홍규회장은 자신이 운영하는 가게에 불이나 지난 1년 반 동안 가게 문을 연지 이제 한 달 밖에 안되는 상황임에도 불구하고 이렇게 기금을 내 놓아 특히 감사 드린다”고 말했다.

뉴욕 장학금 수여식

2018년 ‘식품인의 밤’ 및 ‘장학금 수여식’

2018년 식품인의 밤 및 장학금 수여식이 지난 5월 18일 플러싱 대동연회장에서 식품협회 회원들과 한인단체 지도자, 협력업체 관계자들 등 200여명이 참여 한 가운데 성황리에 열렸습니다. 뉴욕한인식품협회는 지난 18일 플러싱 대동연회장에서 2018년 식품인의 밤 및 장학금 수여식 행사를 개최했습니다.

뉴욕한인 식품 협회 박광민 회장은 “한인 경제가 불황으로 많이 어렵지만, 이럴때 일수록 협회가 단합 할 수 있는 이벤트 마련 등 앞으로 협회가 발전 할 수 있는 사업을 함께 펼쳐 나갈 수 있도록 앞장 서겠다”고 강조했습니다.

뉴욕한인식품협회 박홍규 장학위원장은 “이번 행사에서 협회 회원과 종사자 자녀 7명에게 각각 1,000달러의



△ 뉴욕한인 식품 협회 박광민 회장(맨 뒷줄 왼쪽에서 다섯번째), 강희원 행사준비위원장, 박홍규 장학위원장(맨 앞줄 오른쪽에서 첫번째 두번째)

장학금을 전달했다”며 “앞으로도 이런 장학 사업을 활발히 펼치 수 있도록 노력하겠다”고 말했습니다.

이날 행사에서는 김민선 뉴욕한인회장, 신원식 뉴욕총영사관 영사, 김일형 직능단체협의회 의장, 이요섭 국제식품주류상연합회 회장 등이 축사를 하는 등 뉴욕한인 식품 협회의 건승을 기원했습니다.

증가주한미식품상협회

장학기금마련 골프대회 성황리 개최

증가주한미식품상협회(회장 장종희, KAGRO)가 주최한 장학 기금 마련 골프대회가 지난 4월 22일 애프터스 시스케이입 골프장에서 박준영 총영사, 이응찬 미주총연 부회장, 실리콘밸리 한인회, 이스트베이 한인회, 북가주 나눔봉사회, SF민주평통 등 80여명이 참가한 가운데 열렸다.

장종희 회장은 “자라나는 지역 청소년들이 꿈을 펼쳐나가는 데 조금이나마 도움이 되고자 하는 마음으로 골프대회를 25년간 이어가고 있다”면서 “참석해주신 모든분들의 성원과 관심 덕분에 더욱 유익하고 즐겁게 진행될 수 있었다”라고 감사 인사를 전했다.

안상석 대회장(실리콘밸리 체육회장)은 “좋은 취지의 골프대회에 참여한 모든 분들께 감사한다”며 “커뮤니티를 위한 행사에 한인회가 언제든지 돕고 솔선수범하겠다”며 장종희 회장에게 후원금 1000달러를 전달했다.



△ KAGRO 장학기금마련 골프대회를 성황리에 마치고 함께한 단체사진



△ KAGRO 장학기금마련 골프대회에서 수상한 수상자들과 함께

콜로라도 한인 리커협회 콜로라도협회 골프 대회 개최



△ 콜로라도 협회 골프대회에 함께한 참석자들

콜로라도 한인 리커협회(회장 서천용)가 주관하고 밀러 쿠퍼스가 후원하는 ‘2018 KRLAC 골프 토너먼트’가 지난 6월 18일 파커의 프라데라 클럽(The Club at Pradera)에서 열렸다.

이날 행사는 총 144명이 참가한 가운데 샷건 방식으로 진행되었으며, 워싱턴 DC에서 미주 식품 주류협회 이요섭 회장이 함께해 “이곳 콜로라도는 상당히 모범적인 단체입니다. 회장님 이하 회원들이 상당히 열심히 하시기 때문에 협회가 활성화하고 있다”라며 회원들에게 응원과 격려의 메시지를 남겼다.

덴버시내에서 리커스토어를 운영하는 김성수 씨는 “1997년부터 꾸준히 본 대회에 참석하면서 회원들과 친선을 도모하고 있다”고 전하며, “일년에 한번씩 이렇게 만나는 자리를 가질 수 있어서 상당히 기분이 좋다. 때로는 십년 만에 만나게 되는 분도 계시고 어떤 분은 20년동안 꾸준히 만나게 되는 분도 있어서 바쁘게만 살다가 잠시라도 함께 즐길 수 있는 시간을 갖게 되어 아주 좋은 행사라고 생각한다”고 말했다.



△ 사전 미팅에서의 한 장면 (중앙에 이요섭 미주식품주류협회 회장)

감기로 인해 컨디션이 좋지 않음에도 참석한 익명의 한 회원은 “골프를 친지 얼마 안되서 실력이 좋지 않지만 회원들과 함께 이렇게 기분전환을 할 수 있어서 좋다”고 참가 소감을 밝혔다.

대회에는 홀인원상으로 1만 달러 상금과 BMW 세단을 비롯해서 999달러 상당의 한국 왕복 비행기표 2장 등 푸짐한 상품과 경품 등의 부상이 주어졌다.

이번 콜로라도 골프대회 참석에 앞서 Coors 회사에서 협회 후원을 담당하는 Gloria와 미팅을 갖고 각 협회와 새로운 프로그램의 실행 외에 공동된 관심사에 관한 대화

의 시간을 가졌다. 또한 콜로라도 챕터와 DC 챕터의 성공적인 프로그램을 위한 심층적인 대화와 메릴랜드 협회와 알칸사 협회도 참여할수 있는 방안과 관련해 광범위한 토론의 장을 펼치기도 했다.

제 15대 임원 및 챕터 회장단 모임



△ 콜로라도 협회 골프대회에 함께한 참석자들



△ 모임을 함께한 임원 및 관계자들이 골프로 친목을 도모했다.

지난 8월 8일(수)에 메릴랜드의 한 골프장에서 제 15대 임원들 및 각 챕터 회장, 이사장님 등과 함께 총연의 발전과 나아갈 방향에 대해 진솔하게 토의하는 자리를 마련하고, 골프 라우팅을 통해 친목을 도모했다.



KAGRO

세계한상대회 준비모임



△ 세계한상대회 제32차 운영위원회에 참석한 한인경제 단체장 및 역대 대회장.



△ 행사에 참석한 운영위원들이 만찬을 함께 하고 있다. (중앙에 착석한 이요섭 회장)

세계한상대회 제 32차 운영위원회 및 제 33차 리딩 CEO 포럼이 지난 20일(금)과 21일(토) 양일간 달라스에서 개최됐다. 이날 모임에는 이요섭 총연 회장과 이사장을 대신해 이창현 사무총장이 참석했다.

세계 한상 대회는 세계 각국에서 활동하고 있는 해외 한인 경제인들과 한국내 기업인들간 네트워크 구축 및 한민족 경제 역량 강화를 위해 2002년부터 매년 열리고 있는 한민족 최대 경제 컨벤션이다. 해당 운영위원회는 세계 한상 대회 개최지 선정 및 운영 방식에 대한 논의를 하며 1년에 2회 열린다.

32차 모임에는 한인 경제 단체장과 역대 대회장 등 58명의 운영위원들이 참석해, 이날 대회 유치 신청서를 단독 제출한 여수시의 개최 계획과 필요 제반 사항 등을 검토하고, 이후 내년 10월 15일에서 17일 3박 4일간 여수 엑스포컨벤션 센터에서 제 19회 세계 한상 대회를 개최하기로 결정했다.

제17차 세계한상대회

THE 17TH WORLD KOREAN BUSINESS CONVENTION

2018.10.23(화) ~ 10.25(목), 인천 송도컨벤시아

한민족경제인 최대의 비즈니스 장! '제17차 세계한상대회'가 오는 10월23일부터 3일간
동북아 최고의 비즈니스 중심도시 인천광역시에서 개최됩니다.

다양한 프로그램으로 진행되는 이번 대회에 참여해 새로운 비즈니스 기회를 만드시길 바랍니다.

대회 개요

- **행사명** : 제17차 세계한상대회 (The 17th World Korean Business Convention)
 - **장 소** : 송도컨벤시아(Songdo Convencia)
 - **주 관** : 재외동포재단, 인천광역시, 매일경제-MBN
 - **주요프로그램** : 개·폐회식, 한상리더십컨퍼런스, 세미나, 비즈니스 네트워킹, 한상&청년 Go Together, 기업전시회, 일대일비즈니스미팅 등
 - **기 간** : 2018.10.23(화)~10.25(목)
 - **주 최** : 재외동포재단
 - **규 모** : 3,500명(해외 1,000여명, 국내 2,500여명)
- ※ 자세한 사항은 www.hansang.net을 참고하세요.



재외동포재단에서는 국내 청년들에게 글로벌 역량강화 및 해외진출의 기회를 제공하고,
해외 한상기업에는 맞춤형 국내 우수인력 제공을 위해 '한상기업 청년채용 인턴십' 사업을 시행하고 있습니다.
이에 많은 한상분들께서 아래 운영계획을 참고하시어 해외진출을 꿈꾸는
국내 청년들에게 기회를 제공해주시길 부탁드립니다.

사업 목적

- 한상네트워크를 활용한 국내 청년의 글로벌 역량강화 및 해외진출 기회제공
- 차세대 한상 육성 및 한민족 경제영토 확장
- 한상기업 맞춤형 국내 우수인력 제공 및 국내 청년 실업 문제 해소에 기여

사업 개요

- **사업명** : 한상기업 청년채용 인턴십
- **사업기간** : 2018년 1월 1일 ~ 2018년 12월 31일
- **인원** : 150명(연), 기수제 운영
- **기간** : 6기(4월~7월), 7기(8월~10월)
- **인턴직무** : 디자인, 무역, 행정, 기술직 등 한상기업 요청 직무
- **인턴지원금** : 월 1백만원(청년인턴에게 지급)

일정 및 제출서류

가. 일정

- 6기 : 2018년 4월 16일(월) ~ 2018년 4월 30일(월), 18:00
- 7기 : 2018년 7월 30일(월) ~ 2018년 8월 13일(월), 18:00

나. 제출서류(온라인)

- 한상기업 청년채용 인턴십 인턴채용 신청서
- 회사 소개서 및 회사 사진
- 현지 사업자 등록증 사본

다. 접수 방법

- 한상넷(www.hansang.net)
- ※ 자세한 사항은 한상넷(www.hansang.net) 청년인턴십을 참고하세요

Coca-Cola silent following PepsiCo's latest splash in sparkling water wars



PepsiCo's \$3.2 billion purchase of SodaStream International Ltd. is the beverage giant's biggest splash yet in the sparkling water wars, and its biggest beverage giant rival, Coca-Cola, isn't tipping its hand on how the company plans to respond.

New York-based PepsiCo Inc. said Monday it will pay \$144 per share in cash for Tel Aviv, Israel-based SodaStream. PepsiCo officials said the acquisition will help the company's nutritional products efforts.

SodaStream is "offering consumers the ability to make great-tasting beverages while reducing the amount of waste generated," said Indra Nooyi, PepsiCo CEO and chairman, in a statement. "That focus is well-aligned with Performance with Purpose, our philosophy of making more nutritious products while limiting our environmental footprint."

SodaStream makes sparkling-water makers that turn tap water into sparkling water and flavored sparkling water that start about \$80. The move also follows Pepsi's first major leap into the sparkling water category in February, when it launched "bubly," a flavored sparkling water that doesn't include artificial flavors, sweeteners or calories. Bubly's introduction came one year after PepsiCo launched its premium bottled water LIFEWTR.

As Atlanta Business Chronicle has reported, PepsiCo's ground-up technique for bubly differed from Coca-Cola's strategy, which leans heavily on its Venturing & Emerging Brands unit to acquire growing, trendy companies that can reach the ever-important millennial demographic. That includes its \$220 million acquisition in October of Topo Chico, one of Mexico's most popular sparkling waters. Coke also recently started testing its popular Swiss brand Valsar in the U.S. It has also added a variety of new flavors to existing water brands, including for Dasani and its coconut water, Zico Coco-Lixir. Last week, in its push to compete with PepsiCo's Gatorade, Coke bought a minority ownership stake in BodyArmor, a startup line of healthier sports drinks.

Meanwhile, Coca-Cola recently filed a trademark that hinted at a potential venture into new territory: snack food and bars. It's a move that could bring Coca-Cola in line with PepsiCo, which sells Fritos, Cheetos, Tostitos and other snacks.

A Coca-Cola spokesperson declined to comment Tuesday about PepsiCo's acquisition or how it affects their future innovations/acquisitions.

Some news reported that the SodaStream deal allows PepsiCo to reach consumers at home, rather than in retail stores. About 70 percent of U.S. shoppers are expected to buy their groceries online by the year 2025, and the SodaStream acquisition will allow PepsiCo's entry into the home beverages market.

Beer vs. Wine vs. Liquor

New York prefers wine, Austin loves liquor. Where does your city stack up?

Online alcohol delivery brands like Drizly make relaxing with a beer, wine or spirit in the comfort of your own home as easy as drinking. Additionally, as is the case with many of these high-tech companies, they're also able to offer a breadth of data about their customers like never before. Drizly recently dug through its data on a dozen major markets to determine how people in different areas drink – looking at what they buy, when they buy it, and how much they spend.

Probably the most interesting insight is the breakdown of sales on beer versus wine versus liquor. Of the 12 markets the brand looked at, New York City had sold the highest percentage of wine – **50 percent of all alcohol sold in the city was wine** – whereas **Boston** had the **highest percentage of beer** – 31 percent. Meanwhile, Austin had the lowest percentage of wine, just 28 percent – which makes sense for a college town – but it wasn't beer that was making up the slack: **Austin** had the highest percent of any market in **liquor sales: nearly 50 percent.**

Drizly also broke each category down by type, and though nothing really jumps out on comparisons like reds versus whites and whiskey versus vodka, the beer data is a bit telling. Percentagewise, Dallas sold the most lager – 66 percent of all the beer sold in the city was lager – whereas Seattle, an early embracer of the craft beer trend, greatly preferred ales, with the style making up 52 percent of its beer sales. Along

those lines, Seattle also broke from the rest of the cities when it came to their top-selling beer brand: In every other city, either Bud Light, Miller Lite or Coors Light was the top-selling beer brand, but in Seattle, they opted for Rainer – a lager, yes, but not one of the big three. As far as pricing is concerned, Drizly points out that “cost of living and tax policies vary across the country,” but in general, New York and Los Angeles are higher on the spectrum while Denver and Tampa Bay are lower. Meanwhile, somewhat unexpectedly, **Seattle spent the most on average per order**, but Drizly was quick to explain this phenomenon by saying the city “has a disproportionate share of corporate orders where order totals are typically higher.”



As to when people order, the day of the week data is somewhat skewed since Texas doesn't allow Sunday alcohol sales, throwing off the info on Austin, Houston and Dallas, but in general, Washington DC was the most weekend-focused city. And though most orders are placed between 5pm and 7pm, some cities skew earlier and later. Once again thanks to its corporate slant, Seattle tends to lean towards afternoon ordering. Meanwhile, the big metropolises of New York and Chicago skew the latest of any areas on the list.

Most 'Bad' Beers Aren't as Bad as you think

I've endured plenty of bad beers in my life; as a beer writer, it comes with the territory. Narrowing down the absolute worst is impossible, but to give you a taste, I once encoun-



tered a pour during a tasting flight that immediately reeked of gym socks and tasted like funky cheese. Purportedly a California Common, the beer was literally “bad,” infected with some unwanted microbe.

Yet, when we talk about “bad” beers, rarely are they actually these types of flawed products. Thankfully, truly “bad” brews are few and far between. Serving beer with serious flaws—whether the aforementioned gym sock beer or more subtle issues like strong notes of creamed corn (dimethyl sulfide) or nail polish remover (ethyl acetate)—will hurt a brewery’s reputation, and usually brewers either fix these mistakes or go out of business. But at a time when beer comes in a wider range of flavors than ever before, it’s important that we tease apart those that are literally brewed incorrectly and those we simply dislike.

With a huge range of styles from chocolatey imperial stouts to tart and salty gooses, beer is a subjective minefield, and when beer drinkers use “bad” to denote personal preferences, they run the risk of doing a disservice to the industry.

This distinction is already understood at beer competitions where products are attempted to be judged as objectively as possible. Brews are broken down by style, and trained judges are given specific guidelines on what to look for. However, casual conversations aren’t so standardized, and sometimes entire styles get tossed into the “bad” category. On the beer rating app Untappd, millions of users rate beers on a zero-to-five scale, and a quick look at two of the industry’s most popular styles shows an immediate discrepancy.

American light lagers are, by far, the country’s best-selling beers. Untappd’s top-rated offering in that style, Shower Beer by Fieldwork Brewing, has a composite score of 3.79. Compare that to the top-rated American IPA, the de facto signature style of the craft beer movement: JJJULIUSSS from Tree House Brewing scores a 4.65. Notice a difference?

As a whole, the beer community inevitably ranks some styles higher than others. That’s fine—an IPA is probably objectively more interesting than a light lager because there’s more room for variation. But what can be problematic is when a perfectly acceptable beer is dismissed as “bad” simply because it doesn’t reach some subjective benchmark of excitement.

As an example, look no further than Miller Lite. Like many mainstream brews, America’s third most popular beer brand often gets tossed into the “bad” category. Its Untappd average is a paltry 2.43. But is Miller Lite actually “bad” beer? Just ask a professional beer judge: The brew took home the gold in the American-Style Lager or Light Lager category at the Great American Beer Festival as recently as 2014.

“I think people sometimes confuse intensity of flavor with quality,” explains Jason Pratt, Master Cicerone and Senior Marketing Manager, Innovations, for MillerCoors. “If you’re expecting any light beer to measure up to a Russian imperial stout or imperial IPA on flavor intensity, you’re going to be disappointed. At the same time, if you’re looking for a beer that’s light, refreshing and balanced, a light beer is probably a better fit. When you look at Miller Lite, it checks all of the boxes for what a light beer is supposed to be. That’s why it consistently wins medals when compared to its peers.”

Whatever your personal preference is when it comes to light beers, “bad” is a frustratingly vague descriptor for a beer that, from a technical perspective, may be totally fine.

In his forthcoming book, *Drink Beer, Think Beer: Getting to the Bottom of Every Pint*, certified beer judge and Senior Editor of *Craft Beer & Brewing Magazine* John Holl specifically addresses the difference between personal tastes and actual quality in a competition setting. “Long ago I realized that there are certain beer styles, such as Belgian tripels and quads, that I just don’t prefer,” he writes. “Professionally, I learned how they were supposed to taste and the processes used to make them, but if I had the opportunity to judge a beer contest where they were offered, I’d beg off unless there was no alternative – in which case, I’d give it my honest shot to make an assessment uninfluenced by my personal bias.”

This same lesson can be applied to casual drinkers as well. “There’s a lot of choice with beer these days and not every style is going to suit everyone,” Holl told us via email. “And when it comes to ‘rating’ a beer online, it’s unfair to give it a

low score because it doesn’t suit your tastes. It’s unfair to the brewery and your fellow drinkers.”

Of course, we still need to openly express when we dislike a beer. But drinkers should use this opportunity to provide more context. Maybe the beer’s not to style: a valid complaint that regularly prevents perfectly drinkable, sometimes even delicious beer from winning competitions. Maybe it’s boring, or maybe the opposite: Its flavors are too intense. Maybe it’s something even more ethereal: You don’t like the can’s artwork, the brewery’s politics, or the brewer’s cousin. All fair—just reserve that term “bad” for when it’s truly flawed. (And if you haven’t yet delved into brewing flaws, it’s an incredible way to learn about the flavors you probably already know you don’t like in a beer.) If you ever encounter a beer that actually tastes like gym socks, you’re going to wish that everyone rating beer would stick to the proper descriptor.



완벽한 조화.
깊고 순수한 맛.



Responsibility Matters

© 2018 Anheuser-Busch, Inc., Budweiser® Beer, St. Louis, MO

경제 뉴스



온라인 업체 대상 '아마존세' 검토하는 영국



△ 세계 최대 온라인 유통업체 아마존 로고

영국 정부가 오프라인 소매업자와의 공정한 경쟁을 도모하기 위해 온라인 업체를 대상으로 이른바 '아마존세' 도입을 고려 중이다.

필립 해먼드 영국 재무장관은 지난번 스카이뉴스 인터뷰에서 “영국 소비자들은 쇼핑 습관을 바꿨다. 영국은 주요 선진국 중에서도 온라인쇼핑 비율이 가장 높다”면서 “이는 하이 스트리트(영국의 쇼핑거리)가 변할 것이라는 걸 의미한다”고 말했다. 그러면서 “하이 스트리트를 지원해야 한다는 점을 확실히 알고 있다”고 덧붙였다.

해먼드 장관은 이와 관련, 하이 스트리트의 (오프라인) 경쟁자들보다 전통적으로 세금을 덜 낸 온라인 업체들에 대한 새로운 과세제도 도입을 고려 중이라고 밝혔다.

그는 “영국 정부는 과세제도가 온라인 업체들은 물론 전통적 방식으로 사업을 하는 소매 기업들에게도 공정하다는 것을 보장하기를 원한다”고 덧붙였다.

해먼드 장관의 발언은 영국 대형유통업체인 세인즈베리

의 저스틴 킹 전 최고경영자가 소매업 시장이 한쪽으로 기울지 않도록 전통적인 오프라인 소매업자들을 위해 아마존도 정당한 세금의 몫을 지불해야 한다고 촉구한 것과 궤를 같이 한다.

세계 최대 온라인 유통업체인 아마존은 2017년 영국 시장에서 벌어들인 세전 이익이 이전 해보다 3배 가까이 늘었음에도 법인세는 오히려 적게 낸 것으로 나타나면서 최근 여론의 비판에 직면한 바 있다.

이번엔 한식이다...문체부·관광공사 미국 방한 시장 공략

관광 당국이 최대 방한 시장 중 하나인 미국 시장 공략에 나선다. 기존 한류와 함께 세계적으로 관심이 고조하는 '한식'을 앞세우고 있다.

문화체육관광부와 한국관광공사는 8월 10~12일 로스앤젤레스(LA)에서 '한국 문화 관광 대전(Korea Festival in Los Angeles)'을 개최했다.

이번 행사는 미서부 지역 유력 미디어와 관광 유관 기관 등 오피니언 리더를 대상으로 한국 관광 인지도를 높이고, 여행업계와 일반 소비자를 대상으로 한국 관광 매력을 알리기 위해 마련됐다.

관광공사는 첫날 LA 시내 알렉산드리아 볼룸에서 현지 미디어, 여행업계, 마이스(MICE) 기획자 등 60여 명을 초청해 한국 관광 설명회를 개최했다. 주요 행사로 미쉐린 가이드북 선정 2스타 한식당 '권숙수'의 권우중 셰프를 초청해 '30년 된 씨간장을 뿌린 국산 캐비어 전복찜' '400년 전통비법을 담은 무만두' 등 고급 한식 요리를 시연하고, 고품격 미식 관광 목적지로서 한국을 홍보한다.

관광공사 조사에 따르면, 미국인은 한국을 ‘맛있는 음식’ 관련 관광 경쟁력이 있는 것으로 평가했다. 지난해 방한 미국인 관광객의 한국 음식 만족도는 95.3%로 방한 국가 중 가장 높았다.

또한 관광공사가 제작 지원한 미국 CBS 프로그램 ‘로트래블(Raw Travel) 한국 편’ 프로듀서를 연사로 초청해 ‘DMZ 투어’ ‘경복궁 한복 체험’ ‘홍대 버스킹’ 등 한국여행 체험담을 소개하기도 했다.

아울러 기간동안 롯데물산, 아시아나항공, 하나투어 등 한국 여행업계와 함께 KCON LA 컨벤션센터에 한국 관광 홍보관을 설치해 한식과 한류 등 테마 관광 상품을 홍보한다. 부스를 찾는 방문객에게 한국 관광 가상현실(VR)과 한복 체험, 캘리그라피, 페이스페인팅 등 기회를 제공하고, 마지막날에는 LA타임스가 LA 파라마운트 픽처스 스튜디오에서 개최하는 세계 음식 축제 ‘더 테이스트(THE TASTE)’에서 ‘삼색전’ ‘팔빙수’ ‘막걸리’ 등 전통 음식을 소개해 미식 관광 목적지로서 한국을 부각시켰다.



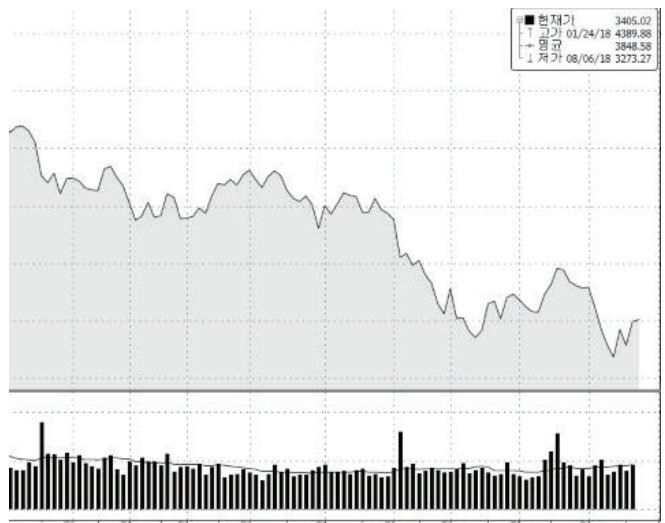
지난해 미국인 방한 관광객은 북핵 위기로 87만 명에 그쳤으나 올해 상반기 한반도 평화 무드가 조성되면서 지난해 같은 기간보다 10.8%가 증가한 47만 명이 방한해 뚜렷한 성장세를 보이고 있다.

관광공사 민민홍 국제관광본부장은 “북미 관계가 개선되면서 DMZ 투어 등 테마 관광에 관심이 높아져 미국인 방한객이 꾸준히 늘 것으로 보인다”면서, “미국 관광객 100만명을 조기에 유치할 수 있도록 한식과 한류를 내세워 마케팅을 전개해 나가겠다”고 전했다.

미중 무역전쟁... 경제지표는 미국이 앞서

장기화되어가는 미국과 중국의 무역전쟁에서 분위기가 미국에 유리한 쪽으로 흘러가고 있다. 주력 수입품에 고율 관세를 주고받는 공방이 이어진 4개월 동안의 양국의 경제지표를 보면 그런 여건이 잘 나타나고 있다.

이번 무역전쟁은 올해 3월 22일(미국시간) 도널드 트럼프 미국 대통령이 백악관에서 ‘중국의 경제침략을 표적으로 하는 행정명령’에 서명, 500억 달러 규모 중국산 수입품에 25% 관세를 물리기로 하면서 시작됐다.



△ 3월말 무역전쟁 개시 후 추락하는 CSI300 지수 [블룸버그 캡처]



△ 3월말 무역전쟁 개시 후 미국 S&P500 지수 [블룸버그 캡처]

그 시점부터 지금까지 미국과 중국의 각종 경제지표를 보면 중국보다 미국이 월등히 우세한 모습이다.

11일 블룸버그에 따르면 중국 상하이와 선전 우량주를 모은 CSI 300 지수는 3월 22일 4,020.34에서 지난 10일엔 3,405.02까지 15.31%나 떨어졌다. 반면 미국의 각 산업을 대표하는 보통주를 모은 스탠더드앤드푸어스(S&P) 500지수는 같은 기간 2,588.26에서 2,853.58로 10.25% 뛰어올랐다. 중국 위안화도 무역전쟁이 시작된 뒤 점차 떨어지고 있다. 달러 대비 위안화 환율은 역외현물시장에서 지난 3월 22일 6.33위안이던 것이 이달 10일 6.86위안으로 8.34% 치솟았다. 중국 국가외환관리국은 올해 상반기 경상수지가 283억 달러 적자를 냈다고 지난 7일 발표했다. 중국이 경상수지 적자를 기록한 것은 1998년 이후 20년 만에 처음이다. 중국의 2분기(4~6월) 경제 성장률은 통상갈등 속에 6.7%를 기록, 전년 동기 6.9%보다 소폭 둔화했다.

그에 반해 미국은 올해 2분기 경제 성장률이 2014년 이후 최고인 4.1%를 기록했다. 올해 전체 성장률도 애초 2.5% 정도일 것이라는 전망을 벗어나 3%에 달할 것으로 정부와 민간 기관들이 입을 모으고 있다. 트럼프 대통령은 이 같은 분위기를 토대로 무역전쟁에 강한 자신감을 재차 피력했다. 그는 지난 4일 자신의 트위터를 통해 “누가 예상한 것보다 관세가 훨씬 잘 작동하고 있다”며 “중국(주식) 시장은 지난 4개월 동안 27%나 떨어졌지만 우리 시장은 그 언제보다도 강하다”고 강조했다. 영국 주간지 이코노미스트는 미중 무역전쟁의 승부를 분석하는 최신호 기사에서 “최소한 자신감에서는 미국이 허약한 중국 시장을 토대로 우위를 잡았다”고 결론을 내렸다. 이코노미

스트는 이 같은 분위기 속에서 중국 관리들과 경영자들이 느끼고 있는 허탈함을 소개했다. 중국은 전쟁의 불씨를 끄려고 미국산 천연가스와 대두(메주콩)를 더 많이 사주겠다고 제의했다가 나중에 퇴짜를 맞았다. 최대 통신장비업체 가운데 하나인 ZTE(중싱<中興>통신)가 미국의 반도체 등 핵심부품 수출금지로 부도위기에 몰리자 충격 속에 무력감을 느끼기도 했다. 중국의 한 펀드매니저는 이코노미스트 인터뷰에서 “미국이 원하는 건 거래가 아니라 중국을 망하게 하려는 것”이라고 음모론까지 제기했다. 중국의 경제전문가인 쉬이미아오는 10일 홍콩 사우스차이나모닝포스트(SCMP)에 기고한 칼럼에서 패배를 인정하자고 촉구했다. 그는 “무역전쟁에서 강경 대응으로 일관한 중국 전략은 분명히 실패했다”며 “트럼프 대통령이 승리를 선언하는 것을 지켜보는 것은 고통스럽고 수치스러운 일이 되겠지만 단기적 손실이 때로는 장기적 이득으로 이어질 수 있다”고 주장했다.

이코노미스트는 애초 미중 무역전쟁의 구도와 시점이 중국에 불리한 면이 있다고 지적했다. 미국이 상호무역에서 중국보다 수입 규모가 훨씬 큰 까닭에 중국으로서는 관세 표적을 찾는 데서부터 밀릴 수밖에 없다는 점, 중국이 부채를 감축하라고 자국 기업들을 옥죄는 상황에서 판로가 축소되는 무역전쟁이 펼쳐지고 있다는 점 등을 지목했다. 이코노미스트는 중국이 전세를 뒤집기 위해 비관세 장벽을 동원할 가능성이 있지만, 효과는 미지수라고 지적했다. 애플이나 스타벅스처럼 중국 내에서 큰 이익을 내는 기업들에 대해 위생문제 등 허위사유를 들어 영업을 방해할 순 있지만, 이런 방식은 국제사회의 비판을 받을 수 있는 데다 공표할 수도 없어 효과를 보는 데 시간도 오래 걸린다고 설명했다.



협상에 필요한 요령과 지혜

상대방과 의견의 차를 좁히고 최선의 결과를 내기 위해 반드시 거쳐야 할 과정인 협상. 많은 사람들이 협상이라는 상황 자체를 부담스러워하고 심지어는 회피하고 싶어 하기도 한다.

사회생활을 하기 위해서는 피할 수 없는 부분이기 때문에 이를 헤쳐나갈 지혜가 필요하다. 여기 비즈니스 협상을 위한 7가지의 팁을 소개한다.



협상은 분쟁과는 별개다.

다른 사람과의 협상이 갈등처럼 느껴지는 때가 있고 그렇게 느끼는 사람이 의외로 많다. 하지만 협상은 분쟁과는 별개의 일임을 명심해야 한다. 갈등이 아닌 대화가 주이고, 협상을 두려워하기 보다 더 나은 해결책을 도출할 수 있는 기회라고 여기는 것이 중요하다.

낙천적으로 임하자.

당신의 가치를 평가하는 협상 테이블에 임하면 심리적 압박감을 느끼게 마련이다. 그럴수록 마음의 평온을 가지고 낙천적으로 생각해야 한다. 늘 긍정적인 자세에서 시작해 성공할 것이라고 믿는 자세가 필요하고, 당당한 모습은 상대방에게 자신의 가치를 높이는 일임을 기억해야 한다.

준비된 것을 보여줘라.

의도치 않은 변수가 협상의 가장 큰 요인이라고 생각한다면 오산이다. 협상도 면접과 회의처럼 모든 준비가 완벽하게 된 상태에서 임할 때 좋은 결과가 나온다. 도전적인 대화를 미리 준비하고, 예상된 질문에 대한 답변을 사실을 기



반으로 준비해야 한다.

능동적으로 경청하자.

협상은 나의 의견을 말하는 자리임과 동시에 상대방의 의견을 듣고 조율해야 하는 자리이다. 상대방의 의견을 경청하는 것은 솔루션을 도출하고 긍정적인 방향으로 나갈 수 있는 프로세스를 구축하며, 질문을 활용하면 좋다. 적절한 질문을 통해 원하는 답을 유도하면 협상의 키를 잡을 수도 있다.

원하는 것을 물어보자.

자신이 원하는 것을 내놓고 어필하는 것이 민망하고 쑥스러운 일이라 생각하는 사람이 많다. 하지만 협상은 원하는 것을 얻는 자리이기 때문에 원하는 것을 당당하게 요구하고 물어보는 자세가 필요하다.

협상 자체를 기억하라.

협상 테이블에 자연스럽게 임하여 동시에 협상을 하고 있음을 상기하고 있는 것이 중요하다. 당신은 협상을 하기 위해서 자리에 앉는 순간부터 모든 것이 대화의 흐름에 영향을 미칠 수 있다는 사실을 기억해야 한다. 적절하게 타협하기보다는 최대한 기대했던 것, 원하는 것을 달성하기 위해 노력하는 것이 좋다.

당당하게 '아니요'라고 말할 수 있어야 한다.

모두가 '예'라고 말할 때 '아니요'라고 말할 수 있는 용기가 협상에서도 필요하다. 거절을 해야 하는 상황에서는 당당하게 할 필요가 있다. 대화가 진행되지 않는다면 잠시 휴식을 취하거나 목표에 도달하기 위한 다른 접근 방식의 시간을 확보하는 것이 바람직하다. 협상의 이유는 최선의 결과를 달성하기 위함임을 잊어서는 안 될 것이다.

매릴랜드에서 유일하게 게임과 시가를
즐길수 있는 풀서비스 패티오를 소개합니다

ORCHID
GAMING | SMOKING | PATIO



5월 2일 오픈 welcome to

Live!
CASINO · HOTEL
AT ARUNDEL MILLS

Arundel Mills에 위치. 21세 이상만 참여할 수 있습니다. 건강하고 책임감있게 즐기십시오. 웹사이트 mdgamblinghelp.org나 전화 1-800-GAMBLER에서 도박중독에 대한 도움을 받을 수 있습니다. ©2018

Visit us at **www.kagro.org**

Our organization profile

Advertising opportunity for KAGRO Journal

Link for various KAGRO capture and Affiliate Organizations.

원고를 모집합니다.

회원 여러분들의 경험담이나 나누고자 하는 이야기 또는 여러분의 의견과 잡지에 대해 느끼신점 반영되었으면 하는 의견들 그리고 사업운영하며 협회에 건의사항 등 모든글들을 환영 합니다. 영어나 한글 편하신 언어로 사진 · 연락처와 함께 email로 보내주시면 감사하겠습니다.

send your submission to : info@kagro.org

9749 Traville Gateway Dr, Rockville, MD 20850 U.S.A

Advertising space available for KAGRO Journal

KAGRO Journal Ad ask Yo Sup Lee 301-996-3146

9749 Traville Gateway Dr, Rockville, MD 20850 U.S.A

Email : info@kagro.org

건강뉴스

신진대사에 언제 먹는가 미치는 영향 크다.



영양학자들은 오랫동안 건강을 위한 가장 좋은 식이요법에 대해 토론해왔다. 그러나 요즘 들어 전문가들은 건강에 중요한 것은 무엇을 먹느냐는 것뿐 아니라 언제 먹느냐가 상당한 비중을 차지한다고 믿고 있다. 우리의 몸은 타고

난 24시간의 생체 주기에 맞춰있을 때 최적의 기능을 수행한다. 즉 언제 일어나고, 언제 먹고, 언제 잠들어야 하는지의 하루 주기에 맞추는 것이다. 이 리듬이 만성적으로 방해받을 때, 예를 들어 자주 늦은 식사나 심야 스낵을 하는 경우 체중 증가 및 신진 대사에 문제가 생길 수 있다는 것을 보여주는 연구들이 적지 않다.

솔크 인스티튜트(Salk Institute)의 샷친 팬더 교수는 최근 발간된 그의 저서 '신체주기 코드'(The Circadian Code)에서 식사는 매일 아침 8시에서 밤 10시 사이로 제한하고, 첫 식사는 아침 일찍 하고 마지막 식사를 이른 저녁에 하는 사람은 신진대사 건강이 개선된다고 주장하고 있다. 우리 몸의 호르몬과 효소 및 소화 시스템은 이른 아침과 오후에 섭취하는 음식을 위해 준비돼있다. 그러나 많은 사람들은 잠에서 깨어나서부터 잠들기 바로 전까지 간식을 먹고 있다는 것이다. 팬더 박사의 연구에 따르면 사람들은 평균 하루에 15시간 이상 먹고 있다. 아침에 일어난 직후 우유와 커피부터 시작하여 잠자리에 들기 직전 와인 한 잔과 늦은 식사 또는 칩과 견과류 등의 간식이 그것이다.

이러한 식생활 패턴은 우리의 생물학적 리듬과 맞지 않는다. 과학자들은 오랫동안 우리 인체는 뇌의 시상하부에 위치한 마스터 시계가 있어서 밝은 빛에 반응하여 수면과 기상 사이클을 관장한다고 생각해왔다. 그런데 20여년 전 학자들은 우리 몸에 있는 시계가 하나가 아니라 여러 개라는 사실을 발견했다. 모든 기관은 매일의 활동 주기를 관리하는 내부 시계를 갖고 있다는 것이다. 췌장은 낮에는 인슐린 생산을 증가시켜 혈당 수치를 조절하고, 밤이 되면 생산을 줄인다. 창자는 매일 썰물의 흐름처럼 효소와 양분의 흡수 및 폐기물 제거를 조절하는 시계를 가지고 있다. 내장 속 미생물을 구성하는 수조 개의 박테리아 군집 역시 일일 리듬에 따라 작동한다. 이러한 일일 리듬은 우리의 DNA에 프로그램 되어있다. 연구에 따르면 모든 기관에서 수천 개의 유전자가 매일 거의 같은 시간에 켜지고 꺼진다.

팬더 박사는 “인간은 지구라는 행성에서 수천 년 동안 살아왔다. 그동안 많은 것들이 변했지만 언제나 변치 않는 단 하나의 법칙이 있는데 바로 매일 아침 태양이 뜨고 밤에 지는 것이다”라고 말하고 “우리의 생리와 신진대사는 24시간의 리듬을 갖도록 설계되어있다. 이러한 리듬은 우리의 뇌가 수리하고, 재설정하고 재생하기 위해 수면을 취하듯이 모든 기관이 보수하고 재설정할 시간을 필요로 한다”고 설명했다.

버밍엄의 엘라베마 대학 영양과학부 조교수인 코트니 피터슨 박사 역시 하루의 이른 시간에 음식을 많이 섭취하는 것이 건강에 좋다는 증거가 많다고 동의했다. 수십 건의 연구 결과에 따르면 혈당 조절은 아침 시간에 가장 좋고, 저녁에는 최악이다. 우리는 아침에 더 많은 칼로리를 소모하고 음식을 더 효율적으로 소화하는 것이다. 밤에는 햇빛이 없기 때문에 뇌가 멜라토닌을 방출하고 이에 따라 잠들 준비를 하게 된다. 늦게 저녁을 먹으면 신체 다른 부분의 생체시계는 여전히 낮이라는 상충되는 신호를 받게 된다고

피터슨 박사는 말했다. “낮의 밝은 빛에 노출되지 않은 상태에서 하루 종일 끊임없이 식사를 하면 서로 다른 생체시계 시스템이 어긋나는 결과를 초래한다”고 설명한 그녀는 “마치 하나의 시계는 일본 시간대에 있고, 다른 하나는 미국 시간대에 있는 것과 같다. 이 때문에 신진대사는 활성화를 올려야 할지, 내려야 할지 헷갈리게 된다”고 말했다.

자주 여러 시간대를 비행하거나 한밤중에도 일을 하는 현대인들은 대부분 뇌의 중심 시계를 방해하면 어떤 일이 일어나는지를 잘 알고 몸으로 느끼고 있다. 피곤함과 시차로 인한 피로 때문에 뇌에 안개가 낀 것처럼 흐려지는 것 말이다. 잘못된 시간에 먹는 것은 소화기를 비롯한 상태 만들어서 잠들어야 할 때 억지로 일하게 만듦으로써 질병의 위험에 노출시키게 된다고 UC 어바인의 발생기구학 및 신진대사 센터 소장인 파올로 사슨-코르시는 말했다.

일상생활을 변화시키거나 매일의 사이클이 깨지면 많은 병리학적 위험이 증가한다고 사슨 코르시 박사는 지적했다. 그 대표적인 예가 교대 근로자인데, 전국 노동력의 약

20%를 차지하는 이들은 야간 교대 근무를 자주하기 때문에 이상한 시간에 잠을 자고 식사를 하게 된다. 이 때문에 야간 교대 근무는 비만, 당뇨병, 암 및 심장병 발병 증가와 관련이 있다. 다른 사회 경제적 요소도 중요한 역할을 하겠지만 연구 결과에 따르면 생체주기가 깨짐에 따라 건강에 좋지 않은 영향이 오는 것이다.

한 실험에서 과학자들은 건강한 성인에게 취침 시간을 늦추고 아침에 늦게 일어나는 수면 패턴을 10일 동안 갖도록 했다. 이에 따라 순환주기와 식사 패턴이 달라졌는데 그 결과 혈압이 상승하고 인슐린과 혈당 조절이 손상되었다. 2012년 솔크 인스티튜트의 닥터 팬더와 동료들은 유전적으로 동일한 쥐들을 두 그룹으로 나눴다. 한 그룹은 지방이 많고 설탕이 많이 들어있는 음식을 언제나 먹을 수 있게 했고, 다른 한 그룹은 같은 음식을 하루 8시간 동안만 먹게 했다. 두 집단은 같은 양의 칼로리를 소모했음에도 불구하고 언제나 먹을 수 있었던 쥐들은 살이 찌고 병이 들었고, 시간 제한이 있었던 쥐들은 비만, 지방간 및 대사성 질환에 걸리지 않았다.

NATIONALLY RANKED LOAN OFFICER READY TO FOCUS ON YOU

재용자 - 매수 - 투자 자산 - 두번째 주택

Mortgage Solutions to Match Your Needs
Experienced Lender & Full Staff of Mortgage Specialists
Provide Application-to-Closing Service
No-Closing-Cost Refinance Options Available
for qualifying applicants

지금 전화주세요! 240.406.1130 – Mehdi Pirzadeh
한국어 서비스 Sandy Chung - 240.406.1875



Mehdi Pirzadeh, VP/Senior Mortgage Banker
Office 240.406.1130 | Cell 301.332.4260 | eFax 301.841.9812
MPirzadeh@EagleBankCorp.com | NMLS #189912



KAGRO International 지역협회

| | | | |
|---------------------|-----------|------------|-------------------------------------|
| KAGRO International | 회장 이사장 | 이요섭 송기봉 | Lee, Yo Sup Song, Ki Bong |
| Arkansas | 회장 이사장 | 이창현 정형길 | Lee, Chang Heon Chung, Hyung Gil |
| Arizona | 회장 | 최인준 | Choe, Calvin |
| Southern California | 회장 이사장 | 김중철 박재현 | Kim, Mike Park, Jay |
| Central California | 회장 이사장 | 장종희 지대현 | Chang, Jong Hee Chi, Day Hyun |
| Chicago | 회장 이사장 | 김세기 김창석 | Kim, Se Gi Kim, Chang Suk |
| Colorado | 회장 이사장 | 서천룡 연규산 | Seo, John Yeon, Sean |
| Dallas | 회장 | 이상근 | Lee, Sang Kun |
| Delaware | 회장 이사장 | 송영석 최기철 | Song, Mike Choi, Ki Chul |
| Georgia | 회장 이사장 | 김백규 김봉수 | Kim, Baik Kyu Kim, Bong Soo |
| Harrisburg, PA | 회장 이사장 | 조종진 나광열 | Cho, Chong Na, Kwang Yol |

| | | | |
|---------------------|-----------|-----------------|------------------------------------|
| Hawaii | 회장 | 안경일 | Ahn, Kyung Il |
| Maryland | 회장 이사장 | 김도민고 김재만 | Kim, Domingo Kim, Jae Man |
| New York | 회장 이사장 | 박광민 이종식 | Park, Kwangmin Lee, Chong Sik |
| Northern California | 회장 | 김복기 | Kim, Bok Ki |
| Oregon | 회장 이사장 | 유영만 김문홍 | Yoo, Young Man Kim, Moon Hong |
| Philadelphia | 회장 이사장 | 이승수 이창희 | Lee, Seoung Soo Lee, Justin |
| Tennessee | 회장 | 박정식 | Park, Jung Sik |
| Virginia | 회장 이사장 | 김윤옥 이봉순 | Kim, Yun Ok Nelson Yi, Pong Sun |
| Washington D.C | 회장 이사장 | John Yoo 박인석 | Yoo, John Pak, In Suk |
| Washington | 회장 이사장 | 이정섭 방옥철 | Yi, Jung Bang, Ok Chul |
| Manitoba, Canada | 회장 이사장 | 김익주 이관주 | Gim, Ikjoo Lee, Kwan Ju |

스폰서

Miller Brewing Company / Anheuser Bush Inc / Coors Brewing Co
 CoCa Cola USA, Inc / PEPSICO / KT&G USA
 Maryland Live! Casino & Hotel / Eagle Bank



timeless
TIME
 CIGARETTE
 Smooth & Rich



SURGEON GENERAL'S WARNING: Quitting Smoking Now Greatly Reduces Serious Risks to Your Health.

CONTACT US:

*If you want to add to your profits with our
 NEW 2018 DISTRIBUTOR & RETAIL PROGRAMS!*

Phone: 1-214-299-4202
 Fax: 1-214-299-4207
 info@ktngusa.com
 www.ktngusa.com

COLD FILTERED. COLD AGED.
COLD INSPIRED.

