

주주총회소집공고

2019년 11월 12일

회 사 명 : 한류타임즈 주식회사

대 표 이 사 : 이승호, 장시영

본 점 소 재 지 : 서울시 영등포구 경인로 775
(문래동3가,에이스하이테크시티1동5층)

(전 화) 02-2001-0062

(홈페이지) <http://www.sportsseoul.com/company/21/>

작 성 책 임 자 : (직 책) 상무 (성 명) 장호영

(전 화) 02-2001-0079

주주총회 소집공고

(제22기 임시)

주주여러분께

임시주주총회 소집통지서

주주님의 깊은 관심과 성원에 감사드립니다.

우리 회사 정관 제22조에 의하여 임시주주총회를 아래와 같이 개최하오니 참석하여 주시기 바랍니다.

- 아 래 -

1. 일 시 : 2019년 11월 27일(수) 오전 10시

2. 장 소 : 서울시 영등포구 경인로 775 에이스하이테크시티 4동 3층 회의실

3. 회의의 목적사항

(1) 보고사항

가. 감사의 감사보고

(2) 의결사항

제1호 의안 : 이사 선임의 건 {별첨}

- 제1-1호 : 김종철 사내이사 선임의 건

- 제1-2호 : 김성대 사내이사 선임의 건

- 제1-3호 : 김도현 사내이사 선임의 건

- 제1-4호 : 조현희 사외이사 선임의 건

- 제1-5호 : 권영우 사외이사 선임의 건

4. 경영참고사항 비치

상법 제542조의4에 의거하여 경영참고사항을 회사의 홈페이지에 게재하고, 우리 회사의 본점, 금융위원회, 한국거래소 및 한국예탁결제원 증권대행팀에 비치하오니 참조하시기 바랍니다.

5. 주주총회 참석시 준비물

- 직접행사 : 주총참석장, 신분증
- 대리행사 : 주총참석장, 위임장(주주와 대리인의 인적사항 기재, 인감날인)

6. 실질주주의 의결권 행사에 관한 사항

우리 회사의 이번 주주총회에서는 한국예탁결제원이 주주님들의 의결권을 행사할 수 없습니다.

따라서 주주님께서서는 한국예탁결제원의 의결권 행사에 관한 의사표시를 하실 필요가 없으며,

종전과 같이 주주총회에 참석하여 의결권을 직접 행사하시거나 또는 위임장에 의거 의결권을 간접

행사할 수 있습니다.

2019년 11월 12일

한류타임즈 주식회사

대표이사 이 승 호

I. 사외이사 등의 활동내역과 보수에 관한 사항

1. 사외이사 등의 활동내역

가. 이사회 출석률 및 이사회 의안에 대한 찬반여부

회차	개최일자	의안내용	사외이사			
			이정교 (출석률 : 23%)	김광희 (출석률 : 23%)	김동하 (출석률 : 57%)	한진영 (출석률 : 10%)
			찬반여부			
1	2019.04.15	내부회계관리규정 개정의 건	불참	불참	찬성	불참
2	2019.04.22	제24회 무기명식 무보증 사모 전환사채 일부내용 변경의 건 타법인출자(신주취득) 일정 연기의 건 타법인출자(구주취득) 일정 연기의 건	불참	불참	찬성	불참
3	2019.04.30	제3자배정 유상증자 일정 변경의 건 제20회 무기명식 무보증 사모 전환사채 일부내용 변경의 건	불참	불참	찬성	불참
4	2019.05.07	내부회계관리제도 운영실태 보고 내부회계관리제도 운영실태 보고에 대한 감사의견 보고	-	-	-	-
5	2019.05.13	스포츠톨 홈페이지 리뉴얼 한류타임즈 경제부문 홈페이지 구축 한류타임즈 홈페이지 구축	찬성	찬성	불참	불참
6	2019.05.20	타법인 주식 양도의 건	찬성	찬성	불참	불참
7	2019.05.23	타법인출자(구주취득) 일정 연기의 건 제24회 무기명식 무보증 사모 전환사채 일부내용 변경의 건	불참	불참	찬성	불참
8	2019.05.28	타법인출자(신주취득) 일정 연기의 건	불참	불참	찬성	불참
9	2019.05.30	제21기 정기주주총회 개최의 건 타법인출자(신주취득) 이해합의의 건	불참	불참	찬성	불참
10	2019.06.05	타법인 인수 진행 및 공동운영의 건	불참	불참	찬성	불참
11	2019.06.07	타법인 주식 양도 일정 변경의 건(아스팩투자조합)	찬성	찬성	불참	불참
12	2019.06.13	정관 일부 변경 내용 추가의 건 이사후보자 확정 의 건 주식매수선택권 부여 승인 안건 추가의 건 제21기 재무제표승인의 건	불참	불참	찬성	불참
13	2019.06.28	타법인출자(신주취득) 일정 연기의 건	불참	불참	찬성	불참
14	2019.07.05	제20회 무기명식 무보증 사모 전환사채 일정 변경의 건 제3자배정 유상증자 일정 변경의 건	불참	불참	찬성	찬성
15	2019.07.15	대표이사 변경의 건	-	-	찬성	불참
16	2019.07.17	타법인 주식 양도의 건 공시 철회의 건			찬성	불참
17	2019.07.29	공시 철회의 건			불참	불참
18	2019.07.31	대표이사 보수한도 책정의 건			불참	찬성
19	2019.08.13	임시주주총회 개최의 건 주주명부 폐쇄의 건			불참	불참
20	2019.09.04	타법인 주식 처분의 건			불참	불참

회차	개최일자	의안내용	사외이사			
			이정교 (출석률 : 23%)	김광희 (출석률 : 23%)	김동하 (출석률 : 57%)	한진영 (출석률 : 10%)
			찬반여부			
21	2019.09.16	임시주주총회 일정 변경의 건			불참	불참
22	2019.09.18	대출금 차입 및 담보제공의 건			불참	불참

※ 김광희, 이정교 사외이사 사임(2019년 7월 12일)

나. 이사회내 위원회에서의 사외이사 등의 활동내역

위원회명	구성원	활동내역		
		개최일자	의안내용	가결여부
-	-	-	-	-

2. 사외이사 등의 보수현황

(단위 : 원)

구분	인원수	주총승인금액	지급총액	1인당 평균 지급액	비고
사외이사	2	1,000,000,000	0	0	-

II. 최대주주등과의 거래내역에 관한 사항

1. 단일 거래규모가 일정규모이상인 거래

(단위 : 억원)

거래종류	거래상대방 (회사와의 관계)	거래기간	거래금액	비율(%)
-	-	-	-	-

2. 해당 사업연도중에 특정인과 해당 거래를 포함한 거래총액이 일정규모이상인 거래

(단위 : 억원)

거래상대방 (회사와의 관계)	거래종류	거래기간	거래금액	비율(%)
대한제지(거래처)	신문용지매입	2019.4.1~2019.9.30	6	9.09
서울신문(거래처)	외주인쇄비	2019.4.1~2019.9.30	5	6.98

III. 경영참고사항

1. 사업의 개요

가. 업계의 현황

1) 미디어사업

(가) 산업의 특성

신문산업은 정보의 대가로 구독료를 지불하는 매체상품시장과 독자의 접근성을 전제로 광고료를 받는 광고상품시장의 2개 시장을 가지고 있습니다.

국내 광고시장은 과거 신문, TV, 라디오, 잡지 등 4대 매체중심의 시장에서 온라인, CATV, 스마트폰, 테블릿PC 등 급속히 늘어나는 정보매체의 다변화로 뉴미디어 광고 비중이 증가하고 있습니다.

(나) 산업의 성장성

신문은 과거 TV, 라디오, 잡지 등과 함께 4대 매체를 형성해 왔으나, 멀티미디어시대의 도래에 따라 인터넷, 위성TV, 스마트폰, 테블릿PC 등의 등장으로 그 역할이 계속해서 축소되고 있습니다.

그러나 멀티미디어시대 다양한 정보매체의 출현에도 불구하고, 신문 특유의 "기록성"은 신문만의 고유영역을 통해 지속 될 것으로 전망되고 있습니다.

(다) 경기변동의 특성

신문사업의 주 매출원인 광고매출은 경기에 매우 민감하게 반응합니다. 특히 스포츠신문은 국내외 주요 스포츠행사 등의 호응도에 따라 증감되는 기업 마케팅 비용이 매출 변동의 중요한 요소입니다.

(라) 국내시장 여건

신문사업은 종편 뿐만 아니라, 멀티미디어시대에 따라 정보매체의 다변화로 종이신문의 대체재가 다양화 되는 등 급속한 외부환경 변화로 인해 신문광고시장이 위축되고 있으며, 특히 마이너 신문의 영업환경은 더욱더 어려울 질 것으로 예상됩니다.

현재 스포츠서울과 경쟁관계에 있는 스포츠연예전문지는 스포츠조선, 일간스포츠

등이 있습니다.

(마) 회사의 경쟁우위요소

신문사업은 브랜드(제호)를 중심으로 구독선택을 하며, 한번 구독하면 지속적으로 구독하는 경향이 있는 경험재로, 브랜드 이미지가 매우 중요시 됩니다. '스포츠서울'은 1985년 매일 1면을 비롯한 주요 지면의 컬러편집과 가로쓰기, 한글전용 등 기존신문의 틀을 깨는 파격적인 제작으로 업계의 비상한 주목을 받으며 창간하여, 이후 현재까지 스포츠연예전문지로서의 독보적인 위치를 고수하고 있습니다.

특히, 멀티미디어시대의 도래에 따른 외부환경 변화에 적극적으로 대응하기 위하여 온,오프라인의 결합 등 “통합뉴스룸”의 활성화를 통해 다양한 콘텐츠를 제공하고 있으며, 속보기사와 심층기사를 믹스해 독자들의 관심을 유도하는 등 다각적인 방법을 모색 중에 있습니다.

2) 홈쇼핑사업

(가) 산업의 특성

1995년 한국홈쇼핑(현. GS홈쇼핑)과 39쇼핑(현. CJ오쇼핑)이 첫 방송을 시작하여, 2001년 후발 3사(현대홈쇼핑, 우리홈쇼핑(현. 롯데홈쇼핑), 농수산홈쇼핑)이 TV홈쇼핑시장에 합류하였으며, 2011년 12월 신규사업자인 홈앤쇼핑이 개국하여 현재 6개 회사가 영업중입니다. 홈쇼핑벤처사업은 이러한 TV홈쇼핑사에 제조업체의 상품을 납품할 수 있도록 중개하는 사업입니다.

TV홈쇼핑사 입장에서는 경쟁력있는 제조업체의 상품을 발굴하고 입점시키는 것이 매출 성과에 직접적인 영향이 되기 때문에 입점에 관한 심사는 매우 중요한 부분입니다. 그러나 납품심사와 계약을 홈쇼핑사 내부에서 수행하는 것은 처리할 수 있는 계약의 한계가 있고 같은 이유로 제조업체는 홈쇼핑에 직접 납품하는 것이 어려움이 있어 홈쇼핑벤처사업체에서는 제조업체의 상품을 자체적인 심사 후 TV홈쇼핑사에 납품을 대행합니다.

(나) 산업의 성장성

국내 홈쇼핑 산업은 매년 성장을 거듭하고 있는데, 이러한 성장 배경 및 요인을 보면 다음과 같으며, 홈쇼핑 벤더산업 또한 홈쇼핑산업과 비례하여 성장하고 있습니다. 산업인프라면에서 한국케이블 TV방송 가입자는 1,489만명 (한국 케이블 TV협회

홈페이지 참고, 2013년 3월 기준), 초고속인터넷 서비스 가입자는 1,831만명(방송통신위원회 홈페이지 참고, 2013년 1월 기준)으로 보급률 기준 세계 최고를 기록 하고 있습니다.

신용카드 결제시스템 발전과, 체계적인 배송을 전문으로 하는 택배회사의 등장, 외곽 도로망 발달에 따른 배송시간 단축 등이 홈쇼핑 성공을 가능케 하고 있습니다.

문화적으로 볼 때 TV홈쇼핑의 주 고객층은 가정에서 구매 결정권을 갖고 있는 주부입니다. 전업주부 비율이 높은 우리나라의 경우, 주부들은 다양하고 유익한 상품 및 생활정보에 엔터테인먼트적 요소가 가미되어 시각적인 즐거움이 있는 홈쇼핑을 즐겨 보는 것으로 나타나고 있습니다. 또한, 최근에는 상품의 다양성이 증대되면서 남성고객이 확대되고 있으며, 라이프스타일의 변화에 있어서도 소비자의 구매패턴은 편리성과 합리성을 추구하는 방향으로 변화하고 있습니다. 홈쇼핑은 중간유통을 배제한 직거래로 오프라인에 비해 가격 경쟁력을 갖고 있으며, 30일 이내의 교환, 반품 정책으로 소비자의 신뢰도가 늘어나면서 홈쇼핑 이용율 및 반복구매율이 증가하고 있습니다.

(다) 경기변동의 특성

홈쇼핑벤처사업은 TV홈쇼핑사를 통해 최종소비자를 대상으로 하고 있어 타 유통업체와 마찬가지로 경기상황 변동에 영향을 받습니다. 그러나, 백화점이나 할인점 등 오프라인 유통업체에 비해 다양한 상품을 취급하므로 소비자의 수요변화에 기민하게 대처해 경기변화에 따른 영향을 최소화 할 수 있다는 장점이 있습니다.

또한, 국내외 전반적인 경기회복과 소비심리 개선, 스마트 기기 확대 및 인터넷 쇼핑 확산 등으로 국내 유통시장은 지속적인 성장을 거듭하고 있습니다.

(라) 시장여건

현재 6개사(현대홈쇼핑, GS홈쇼핑, CJ오쇼핑, 롯데홈쇼핑, 농수산홈쇼핑, 홈앤쇼핑)가 TV홈쇼핑사업을 영위하고 있으며, TV홈쇼핑사업의 공공적인 특성상 시장 진입은 관련기관의 승인을 통해 이뤄지므로 방송통신위원회의 추가 승인이 없는 한, 현재 6개 회사의 경쟁 구도가 계속 유지될 것으로 전망됩니다. 당사는 공인 1등신문사로서 공신력을 바탕으로 경쟁력있는 프리미엄상품을 기획하고, 각 쇼핑사의 특성을 활용하여 선별 런칭하며, 당사 광고 및 마케팅이 뒷받침된 브랜드 인지도를 높인 상품으로 빅벤더로서의 입지를 점차 강화해가고 있습니다.

(마) 회사의 경쟁우위 요소

홈쇼핑벤더 부문은 당사의 고품격 브랜드 가치는 물론 상품의 소싱부터 기존 벤더사의 운영노하우를 대입하여 우수한 상품을 제공하는 것은 물론, 효율적인 마케팅을 통해 질적 성장을 추구하고 있으며 신상품 개발을 강화하고 선기획 및 완전매입 증대와 독점상품 확대 등을 통해 시장의 벤더 파워를 다지기 위해 노력하고 있습니다.

3) 패션사업

(가) 산업의 특성

국내 패션산업은 경기 변동에 민감하고, 시장의 진입이 비교적 자유로워 경쟁이 치열한 특징을 갖고 있습니다. 소득수준 향상에 따른 소비자의 삶의 질적 향상 욕구 증대, 글로벌화의 진전, 패션에 대한 소비자 감도 상승에 따라 시장 변화는 더욱 가속화되고 있으며 이에 대한 기업의 적절한 대응이 요구되고 있습니다.

(나) 산업의 성장성

경기 및 소비심리에 대한 불안감이 존재하나, 고감도 하이패션의류의 경우 상대적으로 경기 변화에 비탄력적인 모습을 나타내고 있습니다. 고급 브랜드의 경우 브랜드Loyalty가 작용하는데다 비교적 여유계층의 소비는 경기변화에 영향을 덜 받기 때문입니다. 고객의 구매 의사결정에서 브랜드의 중요성이 높아짐에 따라, 패션사업은 품질, 가격, 납기가 중요시 되는 제조업에서 고객의 라이프스타일과 욕구를 파악하여 이를 충족시키는 제품과 서비스를 제공하는 브랜드 마케팅 사업으로 변화하고 있습니다.

(다) 경기변동의 특성 및 계절성

패션산업은 각 복종별로 경기에 대한 민감도 차이가 있을 수 있으나, 대부분 내수에 기반을 두고 있기 때문에 국내 경기변동과 직접적인 관련을 갖고 있고, 그 외 더욱 고감도화, 고급화 되어가고 있는 소비자의 구매패턴 등의 변화도 중장기적으로 중요한 변동 요인입니다. 또한 패션 산업은 계절적인 요인과 밀접한 관련이 있기 때문에 상품 기획 단계에서부터 판매 시점까지 계절성을 반영한 기획능력이 요구됩니다. 뿐만 아니라 제품 단가의 차이로 인하여 S/S(봄/여름) 보다는 F/W(가을/겨울)의 매출 비중이 상대적으로 큰 경향을 나타내고 있습니다.

(라) 경쟁 요소

패션사업의 본질은 브랜드력, 제품력, 유통망, 프로페셔널한 인재입니다. 감각적 부가가치를 창출하는 사업특성상 브랜드 이미지 및 인지도는 경쟁의 원천이 되고 있으며, 이러한 브랜드력은 우수한 디자인과 품질 등 제품력을 바탕으로 하고 있습니다. 참여 복종과 브랜드 이미지에 따라 대상고객이 제한적이기 때문에 패션사업은 브랜드 컨셉을 명확히 하고 효율적인 브랜드 포트폴리오를 관리하는 것이 경쟁의 중요한 요소가 되고 있습니다. 또한 패션사업은 고유의 시즌성과 트렌드성으로 재고 리스크를 관리할 시스템이 필요하고 패션 대기업은 규모의 경제상, 전국적인 유통망과 조직력이 요구됩니다. 이에 강한 디자인력과 MD력 등 프로페셔널한 인재확보가 매우 중요합니다.

(마) 회사의 경쟁우위 요소

회사는 현대홈쇼핑, CJ오쇼핑 등 국내홈쇼핑업체를 통해 패션제품 판매 및 대형 패션기업에 ODM방식의 패션제품 납품하고 있습니다. 회사는 홈쇼핑 채널 이용고객들의 취향과 트렌드 변화에 대한 풍부한 경험과 홈쇼핑 판매 채널에 대한 이해도가 높아 판매율이 높은 제품을 제조하여 판매하고 있습니다. 회사는 의류 생산 기획과 디자인 부문에 주력하고 있으며 국내외 생산협력업체를 통해 제품을 조달하는데 있어 충분한 인프라와 인력을 보유하고 있습니다.

나. 회사의 현황

(1) 영업개황 및 사업부문의 구분

(가) 영업개황

1. 미디어사업

당사 미디어사업부문은 스포츠연예전문지인 ‘스포츠서울’을 발행하고 있습니다. ‘스포츠서울’은 1985년 매일 1면을 비롯한 주요 지면의 컬러편집과 가로쓰기, 한글전용 등 기존 신문의 틀을 깨는 파격적인 제작으로 업계의 비상한 주목을 받으며 창간하여, 이후 현재까지 스포츠연예전문지로서의 독보적인 위치를 고수하고 있습니다.

또한 최근 다매체시대에 따른 신문시장 위축에 적극적으로 대응하기 위해 온,오프라

인의 결합 등 “통합뉴스룸”의 활성화를 통해 다양한 콘텐츠를 제공하고 있으며, 속보기사과 심층기사를 믹스해 독자들의 관심을 유도하는 등 새로운 미디어환경에 대응하기 위해 다각적인 방법을 모색 중에 있습니다.

2. 홈쇼핑사업

홈쇼핑벤처사업은 다양한 소비자들에게 홈쇼핑 방송을 통해 판매한 후 배송하는 것입니다. 당사는 2012년 5월 신사업분야 홈앤온사업본부가 만들어져 국내 6대 홈쇼핑사는 물론 관계 쇼핑몰에 각종 상품을 판매하고 있으며, 상품을 기획하고 브랜드화할 수 있는 상품소싱에 주력하고 있습니다. 또한, 경제상황, 소비자 관심에 맞는 상품을 기획하며, 언론매체로서의 홍보, 콘텐츠 활용을 다각적으로 모색하고 있습니다.

(나) 공시대상 사업부문의 구분

[2019년 09월 30일 현재]

(단위 : 백만원, %)

구분	매출액	매출비중	주요사업내용	구분방법 및 취지
스포츠서울(미디어사업)	6,268	47.37	제품매출외	총매출의 10%이상 되는 사업부문
아진글로벌(홈쇼핑사업)	6,963	52.63	제품매출외	총매출의 10%이상 되는 사업부문
계	13,231	100.00		

(2) 시장점유율

[미디어사업부문]

각 스포츠 신문들의 정확한 발행부수, 판매부수 및 무가지 부수를 파악할 수 없어 정확한 시장점유율을 산정할 수 없습니다.

(3) 시장의 특성

1) 미디어사업

신문산업은 정보의 대가로 구독료를 지불하는 독자를 대상으로한 매체상품시장과 독

자의 접근성을 전제로 광고지면제공 대가로 광고료를 받는 광고상품시장 등 두개의 시장을 가지고 있으며, 이중 광고 상품시장이 신문매출의 큰 비중을 차지하고 있습니다.

국내 광고시장은 과거 신문, TV, 라디오, 잡지 등 4대 매체중심의 시장에서 온라인, CATV, 스마트폰, 태블릿PC 등 급속히 늘어나는 정보매체의 다변화로 뉴미디어의 광고비중이 증가하고 있습니다.

2) 홈쇼핑사업

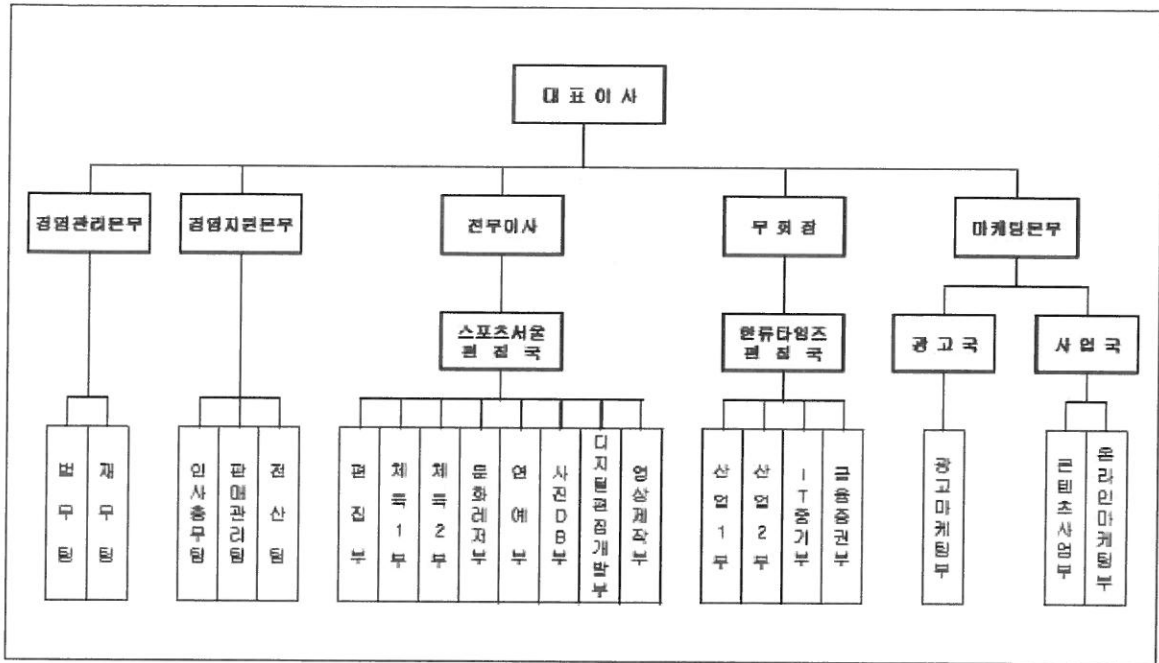
1995년 한국홈쇼핑(현. GS홈쇼핑)과 39쇼핑(현. CJ오쇼핑)이 첫 방송을 시작하여, 2001년 후발 3사(현대홈쇼핑, 우리홈쇼핑(현. 롯데홈쇼핑), 농수산홈쇼핑)이 TV홈쇼핑시장에 합류하였으며, 2011년 12월 신규사업자인 홈앤쇼핑이 개국하여 현재 6개 회사가 영업중입니다.

홈쇼핑벤더사업은 이러한 TV홈쇼핑사에 제조업체의 상품을 납품할 수 있도록 중개하는 사업입니다.

(4) 신규사업 등의 내용 및 전망

- 해당사항 없음

(5) 조직도



조직도

2. 주주총회 목적사항별 기재사항

□ 이사의 선임

가. 후보자의 성명·생년월일·추천인·최대주주와의 관계·사외이사후보자 여부

후보자성명	생년월일	사외이사 후보자여부	최대주주와의 관계	추천인
김종철	58.04.12	-	해당사항없음	이사회
김성대	64.08.16	-	해당사항없음	이사회
김도현	76.07.07	-	해당사항없음	이사회
조현희	69.08.15	사외이사	해당사항없음	이사회
권영우	59.07.29	사외이사	해당사항없음	이사회
총 (5) 명				

나. 후보자의 주된직업·약력·해당법인과의 최근3년간 거래내역

후보자 성명	주된직업	약력	해당법인과의 최근3년간 거래내역
김중철	(주)지투하이소닉 CRO	(주)지투하이소닉 CRO (주)씨앤중공업 전무이사 (의)한영의료재단 이사장 (주)한올글로벌 대표이사 울트라건설(주) 대표이사	-
김성대	한스타일플러스 대표이사	한스타일플러스 대표이사	-
김도현	디에이치아린 대표이사	디에이치아린 대표이사 대영건설 리조트 업무 팀장	-
조현희	(주)티켓나라 대표이사	(주)티켓나라 대표이사	-
권영우	한국증권신문 회장 한국미디어서비스(주) 회장 법무법인 진운 고문	한국증권신문 회장 한국미디어서비스(주) 회장 법무법인 진운 고문	-

※ 기타 참고사항

해당사항없음

※ 참고사항

해당사항없음