

HG HanmiGlobal

한미글로벌 30년

HanmiGlobal 30 Years of History

1996 - 2026

한미글로벌 30년

HanmiGlobal 30 Years of History

HG HanmiGlobal

HG HanmiGlobal



Creating a New World
Beyond Construction



한미글로벌 디지털역사관에서
《한미글로벌 30년사》의
더 자세한 이야기를
만나보실 수 있습니다.

한미글로벌 30년

HanmiGlobal 30 Years of History

CONTENTS

THE FRONTIER 최초, 그 시작의 여정 1996-1999	006
THE ADVANCE 내실로 다져진 성장의 토대 2000-2010	022
THE EXPANSION 거침없이 넓어지는 글로벌 지도 2011-2016	052
THE BEYOND 멈추지 않는 전진, 새로운 지평으로 2017-2026	068
THEME STORY	094



도전의 30년, 미래를 설계하는 새로운 출발

사랑하는 한미글로벌 가족 여러분, 그리고 고객과 주주, 협력사 여러분께 진심으로 감사드립니다.

한미글로벌이 창립 30주년을 맞이하였습니다. 1996년 창립 이후 지난 30년은 단순히 한 기업이 성장한 시간이 아니라 대한민국 건설산업의 새로운 길을 개척해 온 도전의 역사였습니다. 창업 당시 PM(Project Management)이라는 개념은 국내 건설산업에서 매우 생소했습니다. 그러나 우리는 건설산업도 보다 체계적이고 전문적인 관리가 필요하며, 고객의 성공을 중심에 두어야 한다고 믿었습니다. 이러한 신념은 한미글로벌 창업의 출발점이 되었고, 지난 30년 동안 우리의 성장과 도전을 이끌어 온 원동력이 되었습니다.

돌이켜보면 한미글로벌의 역사는 대한민국 PM 산업의 역사이기도 합니다. 우리는 건설산업의 투명성과 전문성을 높이고 새로운 기준을 만들어 왔습니다. IMF 외환위기와 글로벌 금융위기, 팬데믹 등 수많은 도전 속에서도 원칙을 지키며 고객의 신뢰를 얻었고, 오늘날 대한민국을 대표하는 글로벌 PM 기업으로 성장할 수 있었습니다. 이 모든 성과는 임직원 여러분의 헌신과 고객 여러분의 신뢰가 있었기에 가능했습니다. 진심으로 감사드립니다.

이번에 발간하는 『한미글로벌 30년사』는 단순한 기록이 아닙니다. 이 책에는 우리가 걸어온 도전의 과정과 함께 정직과 신뢰라는 한미글로벌의 핵심 가치가 담겨 있습니다. 저는 기업의 가장 중요한 자산은 사람과 신뢰라고 믿습니다. 정직은 기업의 존재 기반이며, 신뢰는 오랜 시간 원칙을 지켜온 결과입니다. 한미글로벌은 지난 30년 동안 이 가치를 지켜왔고 앞으로도 결코 흔들리지 않을 것입니다. 또한 기업의 존재 이유는 단순한 이익 창출이 아니라 고객의 성공을 돕고 더 나은 사회를 만드는 데 있다고 믿습니다. 이것이 한미글로벌이 지향해 온 길이자 앞으로도 변함없이 추구할 가치입니다.

이제 우리는 또 다른 전환점 앞에 서 있습니다. AI와 디지털 기술은 건설산업의 미래를 새롭게 바꾸고 있습니다. 지난 30년이 PM을 정착시키고 건설산업 선진화의 토대를 마련한 시간이었다면, 앞으로의 30년은 AI와 데이터를 기반으로 산업의 미래를 새롭게 설계하는 시간이 될 것입니다. 한미글로벌은 변화에 뒤따르는 기업이 아니라 변화를 만들어 가는 기업이 되고자 합니다. AI 기반 프리콘(Pre-Con)역량을 강화하고 고객의 성공 가능성을 높이며, 보다 안전하고 지속가능한 미래를 설계하는 글로벌 Top-tier PM 기업으로 도약할 것입니다.

우리가 지난 30년 동안 만들어 온 것은 단순한 건설프로젝트가 아닙니다. 우리는 고객으로부터 신뢰를 쌓아 왔고, 새로운 산업의 길을 열어 왔으며, 수많은 사람들의 꿈과 미래를 현실로 만들어 왔습니다. 대한민국 건설산업 선진화라는 우리의 사명은 아직 끝나지 않았습니다. 한미글로벌은 앞으로도 정직과 신뢰, 도전과 혁신이라는 가치를 바탕으로 AI기반 Platform기업으로 건설을 넘어(Beyond Construction) 세계가 신뢰하는 기업으로 성장해 나가겠습니다.

지난 30년 동안 함께해 주신 모든 분들께 다시 한번 깊이 감사드립니다.

감사합니다.

2026년 6월
한미글로벌 회장

김정호

HanmiGlobal

Global Presence

그룹사 11 해외법인 13 해외지사 4 해외진출국 66 누적 프로젝트 3,300+



그룹사 (Group Companies)		
1	한미글로벌	HanmiGlobal 1996
2	오택(미국)	Otak 2011
3	K2(영국)	K2 Construction Management 2019
4	워커사임(영국)	Walker Sime 2022
5	에코시안	Ecosian 2011
6	아이아크	iArc 2014
7	한미글로벌D&I	HanmiGlobal D&I 2003
8	한미글로벌E&C	HanmiGlobal E&C 2016
9	한미글로벌PMC	HanmiGlobal PMC 2020
10	한미글로벌AMC	HanmiGlobal AMC 2022
11	터너앤타운젠드코리아	Turner & Townsend Korea 2009

해외법인 (Corporation)		
1	중국	HanmiGlobal Construction (Shanghai) Co., Ltd. 2003
2	사우디아라비아	HanmiGlobal Saudi LLC 2008
3	베트남	HanmiGlobal Vietnam Co., Ltd. 2010
4	인도	HanmiGlobal India Private Ltd. 2012
5	일본	OTAK JAPAN Inc. 2015
6	헝가리	HanmiGlobal Hungary Ltd. 2016
7	영국	HanmiGlobal UK Limited 2018
8	미국	HanmiGlobal USA, Inc. 2022
9	폴란드	HanmiGlobal PL sp.z.o.o 2022
10	캐나다	HanmiGlobal Canada, Inc 2023
11	카자흐스탄	HanmiGlobal Kazakhstan LLP. 2023
12	쿠웨이트	HanmiGlobal Kuwait Co., Ltd. 2024
13	루마니아	HanmiGlobal Romania S.R.L 2025

해외지사 (Branch-Office)		
1	리비아	Libya Branch 2009
2	인도네시아	Indonesia Representative Office 2014
3	필리핀	Philippines Branch 2016
4	페루	Peru Branch 2019



THE FRONTIER

최초, 그 시작의 여정 1996 - 1999

1990년대 중반, 한국 건설산업은 잇따른 붕괴 사고 속에서 새로운 사업관리 방식의 필요성에 직면했고, 1996년 「건설기술관리법」 개정을 통해 PM(건설사업관리)이 제도권에 편입되었다. 그리고 같은 해 6월 한미건설기술이 국내 최초의 PM 전문회사로 출범했다.

외국 전문가 인력과 선진 관리시스템을 도입해, 기존 감리 중심의 건설 관행과는 다른 방식의 관리를 시도했다. 1998년 IMF 외환위기는 창립 2년 차의 신생 기업을 시험대에 올려놓았지만, 한미건설기술은 구조조정보다 사람과 조직을 지키는 선택으로 위기를 극복했다. 이후 서울월드컵경기장 PM 수주를 기점으로 공공 PM 시장을 열었고, 도곡동 타워팰리스와 삼성동 아이파크, 강원랜드 호텔 등 굵직한 프로젝트를 통해 초고층·복합시설 관리 역량을 입증했다.



1996. 6.
한미건설기술(주) 설립

국내에 PM(건설사업관리) 개념이 막 도입되던 시기, 국내 최초 수준의 PM 전문회사로 출범하며 ‘관리로 품질을 지키는’ 방식을 제시했다



1997. 11.
부산신항만 PM 수주

부산 신항만 설계 단계에 참여하며 PM 도입을 이끌었고, 외환위기 속에서도 프로젝트를 지속 수행했다.



1998. 3.
유럽계 대형유통법인 까르푸 PM 수주

IMF 외환위기 시기, 해외 고객사로 눈을 돌렸다. 외국계 발주처의 요구 기준에 맞춘 PM·감리 포괄 수행으로, 이후 외자 발주처 레퍼런스를 확장하는 출발점이 됐다.



1998. 8.
ISO 9002 인증 획득

IMF 위기 속에서도 품질 체계를 공식화하며, 업무 절차와 문서화 기반의 품질경영 시스템을 구축했다.



1998. 9.
서울월드컵경기장 PM 수주

공공사업에서 PM을 도입한 국내 최초 사례로, 대형 공공 프로젝트에 PM 확산의 계기를 만들었다.



1999. 5.
도곡동 타워팰리스 PM 수주

초고층 주거 프로젝트에서 설계·공정·원가·리스크를 통합 관리하며 초고층 PM 역량을 시장에 각인시켰다.



1999. 5.
강원랜드 호텔 PM 수주

대규모 리조트 개발에서 설계 단계 중심의 PM과 VE를 수행하며 호텔·리조트 분야 경험을 축적했다.



1999. 11.
삼성동 아이파크(I-PARK) PM 수주

도심 초고층 주거단지에서 구조·공법·공정 최적화를 통한 품질·공기 관리로 ‘초고층 PM’ 수행 포트폴리오를 강화했다.



1996년, 2002 한일 월드컵 개막이 확정됐다. 남은 시간은 40개월. 사실상 불가능에 가까운 공기였다.
PM(건설사업관리)의 영역조차 분명하지 않던 시대, 공공 부문 최초의 PM 도입 출발점에
한미글로벌의 이름이 새겨졌다.

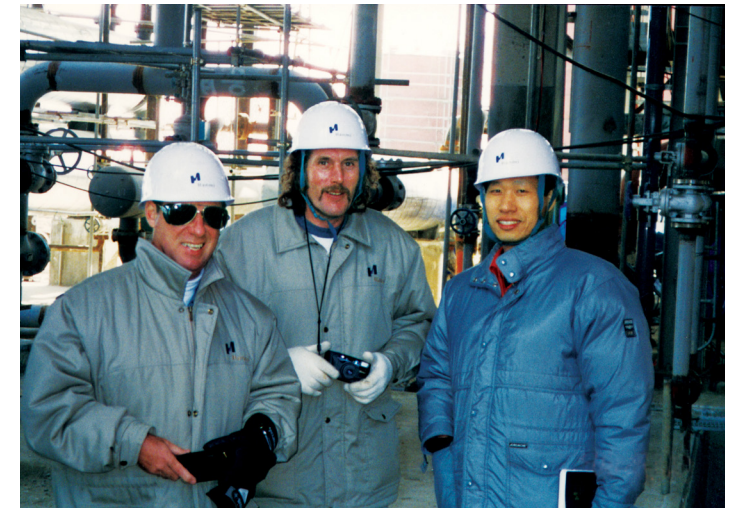


한미글로벌 출범 초기 인력 구성은 외국인 50여 명, 한국인 70여 명으로 외국인 전문가 중심의 운영 체제였다.
 이후 한국인 전문가 중심의 주도적인 운영 체제로 전환하며
 조직의 자생력을 확보해 나갔다.

1996년 10월 건설현장을 방문한 직원들
창업 당시 외국인 전문인력을 핵심으로 한 통합 조직을 구축했다.



1997년 2월 프로젝트관리실 현장 지원
한국인 직원들은 외국인 직원과 일대일로
팀을 이뤄 일하며 파슨스의 시스템과
기술을 몸소 익혔다.



1996

비극에서 태어난 사명감

1994년 성수대교가 무너졌고, 이듬해 삼풍백화점이 주저앉았다.
철근이 드러난 단면처럼 한국 건설의 민낯이 드러났다.
문제는 기술이 아니라 관리의 부재였다.
안전보다 앞선 것은 속도와 이윤이었다.

그 무렵 'PM(건설사업관리)'이라는 낯선 개념이 등장했다.
기획, 설계, 시공 그리고 유지관리까지
프로젝트 전반을 관리하는 선진형 시스템이었다.
그리고 1996년 6월,
한국에는 없던 이 개념을 현실로 옮긴 회사가 탄생했다.

**국내 최초 PM 전문회사,
한미글로벌(당시 한미건설기술).**

건설 문화를 '빨리 짓는 산업'에서 '제대로 짓는 문화'로 바꾸겠다는 선언.
품질과 안전을 현장의 기준으로 세우겠다는 다짐이었다.

1997

IMF의 겨울, 고객의 지형을 바꾸다

1997년 IMF 외환위기로 한국 경제는 멈춰 섰다.
기업이 연이어 쓰러지고, 건설 현장의 소음도 함께 사라졌다.
창립 2년 차 한미건설기술도 예외는 아니었다.
계약은 취소됐고 수주는 0건이었다.

**회사는 정리하고 대신 순환근무를 선택하며 함께 버티는 길을 택했다.
그리고 고객의 지형을 바꾸었다.**

내수 중심 영업에서 벗어나 외국계 투자자를 새로운 고객으로 공략했다.
리스크를 수치로 제시하고 관리 역량을 데이터로 증명하는 PM의 무기로,
외국계 대형 유통사 까르푸(Carrefour)의 문을 두드렸다.

1998년 까르푸 서울 가양점 PM 수주,
이어 월마트와 테스코 홈플러스 계약까지.
외국계 발주처 실적은 회사의 신뢰도를 높였고
이후 국내 대형 프로젝트 수주의 기반이 되었다.

1998년 9월 18일 ISO 9002 인증 획득
IMF 시대, 경영진은 어려운 때일수록 오히려 품질에 대한
투자가 필요하다는 판단으로 ISO 인증 추진을 결정했다.



1998

공공 발주 최초의 PM 프로젝트 서울월드컵경기장

2002 한일월드컵 개최가 확정됐지만
월드컵경기장 건립 여부를 둘러싼 논쟁으로 결정은 지체됐다.
마침내 건립이 확정됐을 때 남은 기간은 30개월 남짓.
서울시는 절대 공기 부족과 고난도 공종이 얹힌 이 사업에
공공사업 최초로 PM 방식을 도입했다.

**그리고 1998년 9월,
그 시험대에 오른 주인공은
한미글로벌이었다.**

PM의 결과는 숫자로 증명됐다.
공기 4개월 단축,
예산 40억 원 절감,
무재해 340만 인시.

2002년 5월, 전 세계가 지켜본 개막전은
한 치의 오차도 없이 완벽하게 치러졌다.
서울월드컵경기장은 한미글로벌의 이름을
대한민국 공공 PM의 역사에 각인시킨
가장 뜨거웠던 승부수로 남아 있다.

국내 공공사업 최초의 건설사업관리(PM) 방식이 적용된 프로젝트다.
이후 국내 공공건설 분야에 PM을 확산시키는 결정적 계기가 되었다.





1999년 10월 서울월드컵경기장 공사 현장

1985년부터 1994년까지 시행된 100억 원 이상 대형 공공공사 가운데 계획된 기간 내 완공된 사례는 전체의 20%에 불과했다. 이러한 현실 속에서 한미글로벌은 공기 단축을 위해 가능한 모든 수단을 강구했다. 그 결과 부실시공 시비나 안전사고 단 한 건도 없이 공사기간을 4개월 앞당겼고, 공사비는 당초 예산보다 40억 원을 절감했다.



1999

초고층의 PM의 서막

도곡동에 새로운 스카이라인이 그려졌다.
타워팰리스는 그 시대의 야심이었고,
초고층은 더 이상 꿈이 아닌 증명해야 할 현실이었다.
그 무대의 중심에 한미글로벌이 있었다.

수많은 변수와 이해관계가 얽힌 현장에서
한미글로벌은 초고층을 '기술의 도전'이 아닌 '관리의 완성'으로 바꾸었다.

그 경험은 삼성동 아이파크로 이어졌다.
초고층 PM 경험의 축적은 하나의 체계로 자리 잡았고,
곧 다음 프로젝트의 경쟁력이 되었다.

타워팰리스,
한미글로벌 초고층 역사의 첫 장이었다.

도곡동 타워팰리스 현장

초고층 주거 프로젝트에서 설계·공정·원가·리스크를 통합 관리하며
초고층 PM 역량을 시장에 각인시켰다.



THE ADVANCE

내실로 다져진 성장의 토대 2000 - 2010

2000년대는 단순히 규모를 키우는 것을 넘어, 시스템의 내실을 다지고 세계 시장으로 뻗어 나가는 ‘질적·양적 동반 성장’의 시대였다. 그 시작은 브랜드의 재정립이었다. 사명을 ‘한미건설기술’에서 ‘한미파슨스’로 변경하며 글로벌 스탠더드에 부합하는 신뢰도를 확보했고, 이를 바탕으로 국내 PM 시장에서 독보적인 1위 입지를 굳혔다. 한미파슨스는 합작 구조를 전략적 제휴로 전환하고, 우리사주제 도입을 통해 전 직원이 주주가 되는 독자적 경영 기반을 완성했다. 이러한 내실은 성장의 기폭제가 되었다. 2009년 업계 최초로 코스피 상장을 실현하며 자본시장에서 기업 가치를 입증받았고, 이는 글로벌 시장으로 영토를 확장하기 위한 강력한 추진력이 되었다. 준비된 역량은 곧장 해외로 향했다. 국내 현장에서 축적하며 검증한 선진 PM 역량을 세계 무대에 본격적으로 이식하기 시작하며, 대한민국을 넘어 글로벌 리더로 도약하는 역사적 전환점을 맞이했다.



2000. 10.
‘한미파슨스’로 사명 변경

글로벌 엔지니어링 기업 파슨스와의 협력을 기반으로 사명을 변경하며, 국제적 신뢰를 확보하고 글로벌 스탠더드 PM 기업으로 도약하기 위한 전환점을 마련했다.



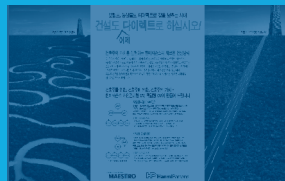
2003. 9.
상하이 중국법인 설립

상하이에 첫 해외 법인을 설립하며 중국 시장에 본격 진출했다. 국내에서 축적한 PM 역량을 바탕으로 글로벌 시장 확장의 교두보를 구축한 첫 사례였다.



2005. 5.
평창 알펜시아 PM 수주

동계올림픽 유치를 목표로 한 국가적 프로젝트에 참여해, 대형 공공사업에서의 통합 관리 역량과 리스크 대응 능력을 입증했다.



2006. 1.
‘책임형CM’ 서비스 도입

시공 이전 단계부터 리스크를 직접 관리하는 ‘책임형CM’ 서비스를 도입하며, 기존 관행을 뛰어넘는 차별화된 사업 모델을 구축했다.



2007. 11.
싱가포르 마리나 베이 샌즈 PM 수주

세계적 랜드마크 복합개발 프로젝트에 참여하며 글로벌 시장에서의 기술력과 관리 역량을 입증했다. 해외 대형 프로젝트 수행 경험을 축적하는 계기가 됐다.



2009.06.
PM업계 최초 유가증권시장 상장

코스피 상장을 통해 자본시장에서 기업가치를 공식적으로 인정받았다. 확보한 자금을 기반으로 글로벌 진출과 사업 확장의 성장 동력을 마련했다.



2009. 12.
롯데월드타워 PM 수주

2010년부터 2016년 준공까지 국내 최초 100층 이상의 최고층 PM을 수행했다.



2010. 3.
사회복지법인 ‘따뜻한동행’ 설립

건설사업관리의 전문성을 사회공헌으로 확장하며, 기업의 사회적 책임을 실천하는 기반을 마련했다. 지속 가능한 가치 창출을 위한 새로운 방향을 제시했다.



중동 시장은 세계 유수의 선진 PM사들이 선점하고 있어 진입장벽이 높은 격전지였다.
낮선 환경과 치열한 경쟁 속에서도 타협하지 않는 품질로 발주처의 신뢰를 획득했다.
이는 곧 다음 프로젝트를 향한 '초대장'이 되었고, 지속적인 파트너십으로 확장되었다.
불가능해 보였던 사막에서의 도전은 한미글로벌을 명실상부한 글로벌 플레이어로 성장시켰다.



1999년 수주한 초고층 타워팰리스(234m) 그리고 10년 뒤인 2009년 대한민국 최고층 랜드마크인 롯데월드타워(555m) PM을 수주하기까지, 마천루의 역사를 새로 쓰며 쌓아온 초고층 PM의 독보적인 역량은 이제 전 세계로 뻗어 나가는 한미글로벌의 가장 강력한 엔진이 되었다.



2000년 9월 한미파슨스 PM 광고

2000

낮선 땅에 PM의 씨앗을 뿌리다

2000년, 합작사인 미국 파슨스(Parsons)의 이름을 더한
‘한미파슨스’로 이름을 바꾸며 글로벌 스탠더드라는 강력한 날개를 달았다.
하지만 여전히 가장 큰 숙제는 시장의 인식이었다.
당시 건설업계 전문가들조차 PM이라는 개념을 낯설어했다.
발로 뛰는 홍보만으로는 한계가 있다고 판단했다.

**“고객의 머릿속에 PM의 개념과
한미글로벌의 존재를 확실히 각인시켜야 한다.”**

2000년 9월, 건설업계의 시선을 단숨에 사로잡은 광고가 베일을 벗었다.
복잡한 설명 대신 고객이 얻을 실익을 명확히 타격한 카피는 그야말로 파격이었다.

**공사비 10% 절감, 공기 30% 단축.
사장님은 테이프 커팅만 하십시오.
건설사업의 모든 것, 한미파슨스가 대신해 드리겠습니다!**

이 광고는 즉시 장안의 화제가 되었다.
과감했고, 도발적이었으며, 무엇보다 이해가 쉬웠다.
구체적인 수치를 내세운 광고는 건설업계에 신선한 충격을 주었고,
쏟아지는 언론의 인터뷰 요청과 함께
생소했던 PM 개념을 대중화하는 거대한 창구가 되었다.



2001년 6월 18일 창립 5주년 기념식
‘한미파슨스’로 사명을 변경한 이후 처음으로
맞이한 창립기념식이다.



2006년 6월 16일 창립 10주년 기념행사
창립 10주년을 맞아 서울월드컵경기장 컨벤션홀에서
기념행사를 개최했다.

2003년 7월 10일 중국 선전 현장
김종훈 회장이 삼성코닝 정밀유리공장
건설 현장을 찾아, PM단으로부터
프로젝트 진행 상황을 보고받고 있다.



2002

세계로 향한 첫 항해, 중국

“국내에만 머물러서는 성장할 수 없다.”
한미글로벌은 일찍이 방향을 정했다.
해외 진출은 선택이 아니라 생존 전략이었다.

첫 무대는 중국.

2002년 상하이에 대표연락사무소를 설치했고,
이후 현지법인으로 전환되며 한미글로벌의 해외 1호 법인이 되었다.

2003년 중국 선전 삼성코닝 정밀유리공장 PM 수주.
이후 한샘 베이징 공장,
마카오 베네치안 프로젝트까지.
한미글로벌의 중국시장 현지화 전략은 분명했다.

타협이 아닌 투명성, 관행이 아닌 원리원칙.

불투명한 시장 관행 속에서 고집스럽게 정공법을 택했다.
‘원칙대로 관리하는 회사’라는 신뢰는
곧 수많은 반복 수주의 성과로 돌아왔다.



2005

동계올림픽의 꿈을 현실로, 평창 알펜시아

평창 알펜시아 리조트는 2018 동계올림픽 유치의 상징적 프로젝트다. 대관령의 험준한 산맥 위에 이 거대한 꿈을 실현하기까지, 그 이면에는 불가능해 보이던 공정을 현실로 바꿔놓은 한미글로벌의 치열한 '사투'가 있었다.

스키점프대부터 특1급 호텔까지 서로 다른 성격의 대규모 시설을 동시에 구축해야 하는 유례없는 복합 프로젝트였다. 해발 700m의 혹독한 추위와 긴박한 올림픽 유치 일정 속에서, 한미글로벌은 사업 전 과정을 하나의 호흡으로 묶어내는 조율사를 자처했다.

특히 글로벌 스탠더드에 맞춘 철저한 품질 관리를 통해 IOC 실사단에게 “준비된 평창”이라는 확신을 심어주었다.

한미글로벌이 사수해낸 공기와 품질은 평창이 세계 앞에 서는 당연한 근거가 되었고, 동계올림픽 유치라는 국가적 대업을 이루는 결정적 토대가 되었다.

대한민국 건설의 한계를 넘어 세계의 축제를 준비했던 열정, 알펜시아에는 지금도 한미글로벌의 이름이 살아 숨 쉬고 있다.

2006

책임형CM 국내 최초 도입

대형 건설사가 들어오기엔 규모가 작고
그렇다고 전문업체 몇 곳만으로 해결하기엔 복잡한 프로젝트들.
공사비는 한정돼 있지만 완공 시점은 반드시 지켜야 하는 사업.
빠른 의사결정과 투명한 공사 운영을 원하는 발주자들.

한미글로벌은 그 틈에서 새로운 시장을 발견했다.
“설계·시공·사업관리까지, 누가 끝까지 책임질 수는 없을까?”

한미글로벌은 책임형CM(CM at Risk) 도입을 위해 조직을 개편했다.
기존의 PM이 ‘관리’ 중심이었다면,
책임형CM은 ‘관리’에 ‘시공’까지 업무영역을 넓혀
공사비와 공기까지 직접 책임지는 방식이었다.

그리고 2006년 1월, 삼성테스코 청주 중원점 프로젝트를 수주했다.
국내 최초의 책임형CM 프로젝트였다.

이후 한미글로벌의 책임형CM은 거침없이 뻗어 나갔다.
인천 씨티전기 공장, 사우스케이프 오너스 클럽, 서울스퀘어 리모델링 등
프로젝트의 형태는 달랐지만, 그 안에 흐르는 원칙은 하나였다.

“어떠한 난관 속에서도 발주자의 기대를 넘어서는 결과를 만들어내는 것”



사우스케이프 오너스 클럽 현장

건축주는 초기 설계를 뒤집는 파격적인 변화와 증액 우려 속에서도,
기한 넘김 없이 최고 수준의 클럽하우스를 완성해낸 한미글로벌의 역량에
깊은 신뢰와 감사를 표했다.



사우스케이프 PM단

현장 곳곳에는 최고의 완결성을 향한
PM단의 땀과 노력이 깊게 스며들어 있다.



서울스퀘어 리모델링 사업 책임형CM 수행

서울역에 내리자마자 가장 먼저 시야에 들어오는 대우센터빌딩은 리모델링을 거쳐 '서울스퀘어'로 새롭게 태어났다. 리모델링 공사 기간 건물 외벽을 감싼 대형 래핑 하단에는 프로젝트 관리자인 '한미파슨스'와 '마에스트로'의 이름이 함께 새겨져 있다.

2007

재실(在室) 리모델링 개척

시장의 성장과 경쟁 심화 속에서 한미글로벌은 사업 다각화에 속도를 냈다. 재건축, 재개발, 리모델링 같은 정비사업을 핵심 전략 영역으로 편입하고, 2003년 '재건축·리모델링 PM 사업 진출'을 대외적으로 선언했다.

리모델링은 완전히 새 건물을 짓는 것보다 더 복잡하고 예측하기 어려운 변수가 빈번하게 발생했다. 특히 도심 한복판의 대형 건물은 더 어려웠다. 건물은 멈출 수 없었고, 사람들은 계속 일해야 했다.

한미글로벌은 난제를 정면으로 돌파했다.

2007년 수주한 교보생명 본사 리모델링에서

국내 최초로 '재실(在室) 리모델링' 공법을 본격 도입한 것이다.

건물을 비우지 않은 채 입주자가 업무를 이어가는 상태에서 공사를 단계적으로 진행하는 방식이었다.

이 경험은 곧 서울스퀘어(구 대우센터빌딩) 리모델링으로 이어졌고, 노후된 건물은 서울 도심의 새로운 랜드마크로 다시 태어났다.

도시를 비우지 않고 도시를 바꾸는 것. 그것이 한미글로벌이 만든 재실 리모델링의 새로운 방식이었다.



2007

싱가포르 마리나 베이 샌즈 PM 수주

21세기 건축의 기적이자 싱가포르를 대표하는 브랜드,
마리나 베이 샌즈.

피사의 사탑보다 10배나 더 기울어진 세 개의 타워,
그 꼭대기를 잇는 축구장 3배 크기의 거대한 배 모양 스카이파크.
설계자 모세 샤프디조차
“이대로 구현하기는 쉽지 않을 것이다”라고 말할 만큼
전례 없는 최고난도 프로젝트였다.

여기서도 한미글로벌의 PM 역량이 진가를 발휘했다.

건설 현장은 전쟁터와 같았다.
세계 각국에서 모인 6,000여 명의 인력이 24시간 2교대로 쉼 없이 움직였다.
이 거대한 에너지를 하나의 목표로 결집시키는 것,
그것이 바로 PM의 역할이었다.

결과는 놀라웠다.
보통의 상식으로는 도저히 불가능해 보였던 27개월이라는 기록적인 공기 단축.
이 험난한 공사 과정 속에서도 ‘1,000만 시간 무재해’ 달성.

마리나 베이 샌즈는 지금도 전 세계 건축사에 한 획을 그은 사례로 기록되고 있다.
그리고 그 중심에는 불가능을 가능으로 바꾼 이름,
한미글로벌이 있다.

2008

사막 위의 도전, 중동 시장 진출

중동 시장은 세계 유수의 선진 PM사들이 선점하고 있어
진입장벽이 높은 격전지였다.
한미글로벌은 '글로벌 Top 10 PM사 도약'이라는 비전을 품고,
2007년 두바이를 시작으로 2008년 사우디,
2009년 아부다비까지 정면 돌파를 시도했다.

**2008년 사우디 리야드 디지털시티(ITCC) PM 수주.
한국 기업이 중동에서 대형 개발 프로젝트 PM을 수주한 첫 사례였다.**

디지털시티로 증명한 신뢰는 2010년 이슬람 최고의 성지인
사우디 메카의 '자발 오마르' 초대형 개발사업 수주로 이어졌다.
한미글로벌은 Phase 1부터 참여해 Phase 5에 이르기까지,
무려 15년에 걸쳐 이 장기 프로젝트를 수행했다.

**긴 세월 동안 수많은 조직과 이해관계자가 떠나고 새로 들어왔지만,
한미글로벌은 변함없이 그 자리를 지켜냈다.**

급변하는 현장 상황 속에서 매 단계마다
다시 선택받을 수 있었던 이유는 무엇이였을까?
그것은 대체 불가능한 전문성과 변치 않는 신뢰가 있었기 때문일 것이다.

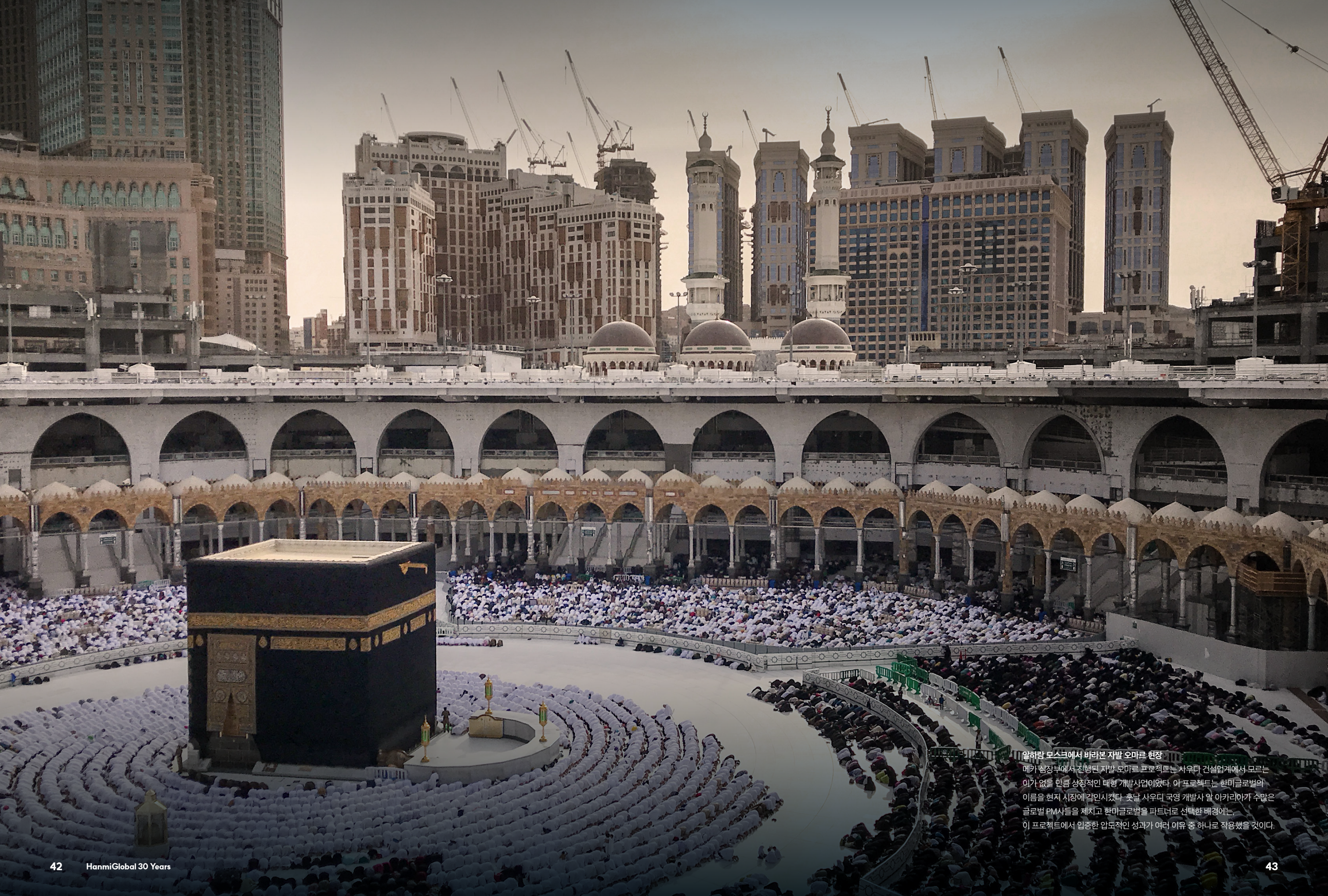
사우디 메카 자발 오마르 개발 프로젝트 현장



사우디 리야드 디지털시티
사우디 내에서 모르는 사람이 없을 만큼 상징성을 지닌
랜드마크 프로젝트다. 한국의 선진 PM 기법이 중동 시장으로
확장되는 출발선에 선 순간이다.

리비아 벵가지 현장
2009년 2월 리비아 벵가지 신도시 개발 프로젝트
협의를 위해 김종훈 회장이 현장을 방문했다.





알하람 모스크에서 바라본 자발 오마르 현장
메카 심장부에서 진행된 자발 오마르 프로젝트는 사우디 건설업계에서 모르는
이가 없을 만큼 상징적인 대형 개발사업이었다. 이 프로젝트는 한미글로벌의
이름을 현지 시장에 각인시켰다. 훗날 사우디 국영 개발사 알 아카리아가 수많은
글로벌 PM사들을 제치고 한미글로벌을 파트너로 선택한 배경에는,
이 프로젝트에서 입증한 압도적인 성과가 여러 이유 중 하나로 작용했을 것이다.



2009년 6월 23일 코스피 상장
기존 600만 주에 더해 110만 주를 일반 공모해 총
발행주식 수는 710만 주로 확대됐으며, 이를 통해
약 160억 원의 공모 자금을 확보했다.

2009

PM 업계 최초 코스피 상장

한미글로벌은 글로벌 시장 진출을 위한
본격적인 성장동력을 얻고자 기업공개(IPO)를 결정했다.

2009년 6월 23일 아침.
코스피 개장을 알리는 타종 소리와 함께
‘한미파슨스’의 이름이 전광판에 올랐다.

공모가 14,500원,
최초가격 19,150원,
거래량 98,720주.

글로벌 금융위기의 여파가 시장을 짓누르던 시기였음에도
주가는 곧 상한가를 기록했다.

**비시공 기반의 매니지먼트 서비스,
PM이라는 사업 모델이
한국 자본시장에서
처음으로 기업가치를 인정받은 순간이었다.**

한미글로벌의 코스피 상장은 자본 확충 그 이상의 의미를 담고 있다.
불투명한 관행이 잔존하던 건설업계에서
스스로를 시장에 가감 없이 공개함으로써
‘투명한 기준으로 시장을 선도하는 본보기’가 되겠다는 약속이었다.



2009년 5월 26일 IPO 기자간담회

영광스러운 상장을 통하여 세계적인 기업으로 거듭나겠습니다.
고객여러분과 투자가 여러분께 감사드리며 거래소의 영원한 발전을
기원합니다.
2009. 6. 23. 한미파슨스 회장 김종훈

2010

123층, 미지의 영역 롯데월드타워 PM

123층, 높이 555m.

대한민국 건설 역사에 100층을 넘어본 경험은 없었다.

롯데월드타워는 그 '처음'을 만드는 프로젝트였다.

2009년 12월 롯데월드타워 PM을 수주한 한미글로벌은

2010년 계획설계 단계부터 참여해 이 거대한 프로젝트의 PM을 수행했다.

**대한민국 최초의 100층 돌파를 가능하게 한 핵심은
바로 한미글로벌의 프리콘 역량이었다.**

2017년 마침내 롯데월드타워가 완공되었다.

OECD 국가 중 최고층 건물이자 당시 세계에서 다섯 번째로 높은 빌딩.

대한민국은 새로운 기준에 도달했고,

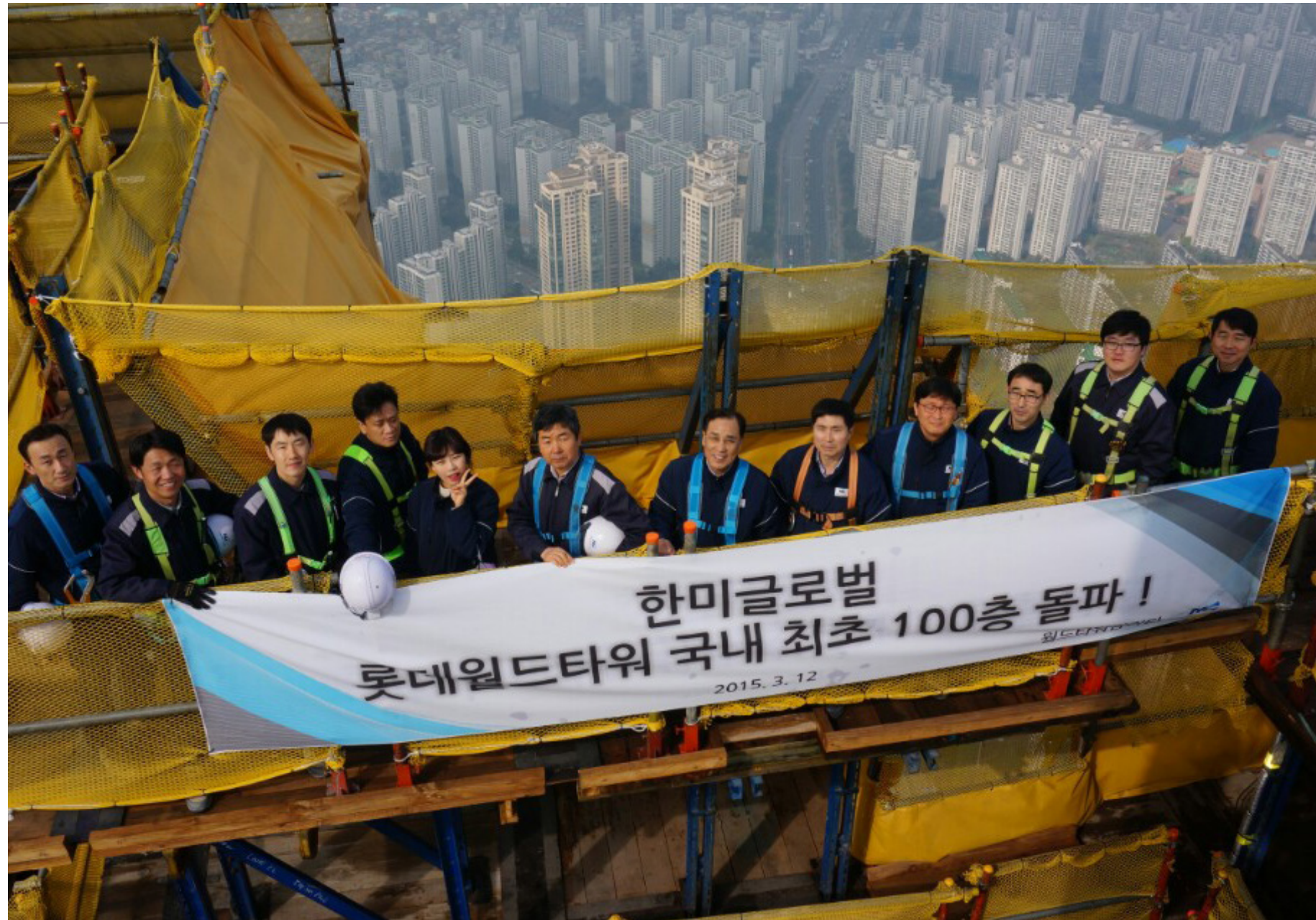
그 배경에는 공정·품질·안전의 균형을 끝까지 유지했던

한미글로벌의 PM 역량이 있었다.

한미글로벌의 초고층 PM 역량은 곧바로 전국으로 확장되었다.

부산의 지도를 바꾼 101층 해운대 엘시티, 해운대 아이파크, 용호만 복합시설 등

지역의 스카이라인을 바꾼 랜드마크들이 한미글로벌의 손을 거쳐 탄생했다.



2015년 3월 12일 100층에 올라선 모습

롯데월드타워 100층 코어부 타설이 완료되던 날, PM단은 대한민국 건설사의 새로운 정점에 섰다는 자부심을 공유했다. 100층 위에서 남긴 기념사진은 그간의 고단함을 씻어내는 최고의 훈장이었다.

2017년 4월 3일 롯데월드타워 그랜드 오픈 행사

롯데그룹 창립 50주년에 맞춰 국내 최고층인 롯데월드타워가 마침내 문을 열었다. 김종훈 회장(둘째 줄 오른쪽에서 세 번째)은 주요 내빈 중 한 명으로서 '새로운 하늘을 여는 열쇠'를 함께 돌리는 퍼포먼스에 참여했다.





국내 최고층 롯데월드타워

대한민국 최고 높이에서 빛을 발하는 롯데월드타워는 거대한 '등대'와 같다. 건물이 가리지 않는 곳이라면 어디서나 식별되는 그 빛은 대한민국의 발전상을 상징한다. 이 거대한 마천루를 완성하기까지 한미글로벌은 6년간 프로젝트의 중심을 지켰다. 불가능에 가까웠던 도전을 현실로 바꿔낸 PM단의 헌신과 기술력은 모두의 자부심으로 남았다.



2023년 11월 2일 공간복지 1,000호 기념식
장애인 시설 및 가정을 대상으로 장애 특성을 고려한 공간복지 지원사업을 펼쳐온 지 13년 만에 1,000번째 수혜 가정의 개보수 작업을 마쳤다. 김종훈 회장과 정준호 따뜻한동행 후원회장이 참석했다.



2025년 6월 25일 에티오피아 참전용사 및 유가족 만남
6.25전쟁 발발 75주년을 맞아 에티오피아 참전용사와 유가족을 초청해 환담회를 가졌다. 따뜻한동행은 해외 참전용사 및 장애인 가정을 대상으로 공간복지 지원사업을 지속적으로 이어가고 있다.

2010

함께 더 멀리 따뜻한 동행의 시작

창립과 동시에 시작된 '사회봉사의 날'.
매월 도움이 필요한 현장을 찾는 작은 실천은
곧 회사의 문화가 되었다.

2001년, 한미글로벌은 사회공헌위원회를 발족했다.
이듬해, 전 구성원 참여 원칙이 마련되고,
활동은 협력회사와 외부단체, 시민사회까지 연결된
'함께 만들어가는 구조'로 진화했다.

한미글로벌은 PM 전문기업으로서의 역량을 사회공헌에 접목하기도 했다.

대표적인 사례가 '기적의 도서관'이다.
한정된 예산, 수많은 제약 속에서 PM으로 참여해
우리나라 최초의 '어린이 전용' 공공도서관 개관에 기여했으며,
용역비의 45%를 도서관 건립비로 환원함으로써
그 실천의 가치를 더욱 분명하게 했다.

**이후 사회공헌의 조직적 확장과 지속성을 위해
2010년 사회복지법인 '따뜻한동행'을 설립한다.**

전 구성원들이 십시일반으로 모은 돈으로 세워진 이 재단은
한미글로벌의 진정성이 일시적 기부를 넘어
하나의 거대한 나눔 플랫폼으로 진화했음을 증명한다.

THE EXPANSION

거침없이 넓어지는 글로벌 지도 2011 – 2016

한미글로벌은 2011년 사명 변경을 기점으로 세계 무대로 향한 전환을 본격화했다. ‘한미파슨스’에서 ‘한미글로벌’로의 변화는 글로벌 시장에서 독자적으로 경쟁하겠다는 전략적 선언이었다.미국 오탁(OTAK) 인수는 선진 시장 진입의 교두보가 되었고, 중동과 아시아 전역에서 활동 영역을 빠르게 확장하며 국제 무대에서의 입지를 다져 나갔다. 이 과정에서 한미글로벌은 ‘프로젝트 관리자’를 넘어 ‘사업을 완성하는 파트너’로서 역량을 한층 고도화해 나갔다.

한편, 회사의 외연이 확장될수록 한미글로벌은 성장의 기반인 ‘사람’에 더욱 집중하며, ‘행복경영’을 기업의 핵심 가치로 삼았다. 구성원의 행복이 곧 고객의 가치 창출로 이어진다는 믿음 아래, 일하는 방식의 혁신과 나눔의 문화를 정착시켜 나갔다.



2011. 3.
‘한미글로벌’로 사명 변경

미국 파슨스의 브랜드에서 벗어나 독자적인 글로벌 브랜드로서의 위상을 정립하고 세계 시장 진출을 본격화했다.



2011. 4.
미국 종합엔지니어링 전문기업 오탁 인수

국내 건설 서비스 업계 최초의 선진국 기업 인수 사례로, 미국 시장 거점 확보 및 글로벌 수준의 설계·엔지니어링 기술을 내재화했다.



2011. 9.
사우스케이프 오너스 클럽 PM(책임형CM) 수주

공사비, 공기, 품질 등 사업 전반의 성과를 보증하는 ‘책임형CM’ 방식을 도입하여 서비스의 전문성을 심화했다.



2012. 1.
친환경건설링 전문기업 ‘에코시안’ 인수

친환경 건설링 역량까지 확보하여 건설 프로젝트의 기획 단계부터 환경 가치를 창출하는 기반을 마련했다.



2012. 9.
이라크 카бат 화력발전소 PM 수주

중동 최초의 플랜트 PM 수주이자 이라크 시장 진출의 교두보가 된 프로젝트로, 이를 통해 발전 시장에 본격적으로 진입했다.



2013. 1.
‘행복경영’ 추진

행복경영을 기업 성장의 핵심 동력으로 삼는 경영 철학을 공식화하고, 조직 체질 혁신을 고도화해 나갔다.



2014. 6.
일본 도조 태양광발전시설 PM 수주

일본 선진 시장에 진출해 오탁재팬 현지법인을 설립하며, 글로벌 사업의 지평을 확장했다.



2014. 9.
건축설계사 ‘아이아크’ 인수

설계부터 PM까지 이어지는 밸류 체인을 완성하며, ‘Total Solution Provider’로의 진화를 가속화했다.



창립 15주년이 되는 시점 ‘한미파슨스’라는 이름을 뒤로하고 ‘한미글로벌’로 사명을 변경했다.
 바뀐 사명은 글로벌 경영을 강화하겠다는 의지를 담고 있다. 김종훈 회장은
 “세계 무대에서 한미글로벌의 브랜드 가치를 한 단계 끌어올리겠다”는 의지를 분명히 했다.
 사진은 2013년 시무식 퍼포먼스 장면.



PM 불모지였던 대한민국에 건설사업관리의 씨앗을 뿌린 지 어느덧 20년이 흘렀다.

당시 국내 최고층의 역사를 새로 쓰던 롯데월드타워 현장에서부터 국내 첫 공공 PM의 이정표를 세운 서울월드컵경기장까지.

한미글로벌은 20km를 잇는 행진으로 지난 20년의 발자취를 다시금 떠올렸다.

2014년 7월 25일 비전 2020 선포식

비전 2020의 핵심 목표였던 '세계 10위 PM 회사' 비전은 결국 현실이 됐다. 2019년 ENR 순위 9위에 오르며 글로벌 톱10 PM 기업 진입이라는 성과를 이뤄냈다.



2011년 4월 26일 오택 인수 조인식
미국 엔지니어링 기업 오택을 인수하며
미국 시장 진출의 교두보를 확보하고, 선진
시장 공략을 위한 본격적인
발판을 마련했다.



2011

‘한미글로벌’로서 독자 행보와 오택 인수

“누군가의 이름 뒤에 숨어서는 결코 최고가 될 수 없다.”

10년 넘게 사용하며 신뢰의 상징이 되었던 ‘파슨스’라는 이름을 내려놓고,
2011년 3월, 마침내 ‘한미글로벌’이라는 새 이름을 내걸고
진정한 글로벌 PM 기업으로서의 독자 행보를 시작했다.

사명 변경과 동시에 시선을 돌린 곳은 미국이었다.
국내 시장의 정체와 중동 시장의 변동성을 극복하기 위해서는
전 세계 건설 컨설팅의 기준이 되는 미국 시장 점유가 필수적이었고,
한미글로벌은 현지 인프라를 통째로 흡수하는 ‘플랫폼 전략’을 선택했다.

2011년, 한미글로벌은 미국 종합엔지니어링사 ‘오택(OTak)’을 인수했다.
국내 건설 서비스 기업이 해외 선진 엔지니어링사를 인수한 최초의 사례였다.

파슨스의 그늘에서 벗어나
오히려 자신의 이름으로堂堂히 선 한미글로벌은
글로벌 톱티어 PM사라는 비전에 성큼 다가섰다.

2012

화력발전에서 신재생에너지까지

한미글로벌의 에너지·인프라 사업 도전은 2012년부터 본격화됐다.
초기에는 해외와 민간 프로젝트를 중심으로
경험을 축적해 나갔다.

그리고 2012년, 전환점이 찾아왔다.
이라크 카밧(Khabat) 300MW 화력발전소 PM 수주.

이후 축적된 경험은 4년 뒤,
고성하이화력발전소 PM 수주로 이어졌다.
대형 화력발전소 PM 영역에 민간 기업이 처음 진입한 순간이었다.

그리고 2024년 부천열병합발전소 현대화 총괄 PM 수주를 통해
국내 발전 분야에서 감리(CS) 중심이 아닌 '전체 사업관리' 방식 PM이
본격 도입되는 계기를 만들었다.

방향은 그린뉴딜의 핵심인 신재생에너지 분야로 확장됐다.
영암(94MW), 안좌(1·2단계 통합 300MW) 등 대규모 태양광 프로젝트와
제주가시리풍력(30MW), 제주한림해상풍력(100MW급),
전남해상풍력(100MW급) 등을 거쳐,
마침내 2023년 국내 최대 규모의 낙월해상풍력(364MW)까지.

이라크 뜨거운 사막 위에서 시작된 도전은
이제 푸른 바다 위로 이어지고 있다.



제주한림해상풍력 발전사업
제주한림해상풍력, 전남해상풍력에 이어 국내 최대
해상풍력인 낙월해상풍력까지, '지상에서 바다로'
신재생에너지 사업 영역을 본격 확장했다.



이라크 카밧 화력발전소 현장
발전소 경험이 전혀 없던 회사가 발전소 프로젝트를 따냈다.
무에서 유를 이룬 기적이 가까운 일이었다.



2013

행복한 구성원이 탁월한 기업을 만든다

2003년부터 이어온 'GWP(Great Place to Work) 운동'은
2013년, '행복경영'으로 한 단계 발전했다.

**구성원의 행복이
업무의 몰입과 성과로 이어지고,
그 성과는 궁극적으로 고객만족을 끌어내는,
성장의 선순환 구조.**

행복경영은 구성원들이 같은 목표를 향해 나아가도록 하는
한미글로벌 고유의 조직문화로 자리 잡아갔다.

감사나눔 운동, 독서경영을 비롯한 다양한 실천도 이어졌다.
특히 독서경영은 자기계발을 넘어,
서로의 생각을 나누고 배우는 소통의 문화로 확장되며
조직에 새로운 활력을 불어넣었다.

여기에 행복경영 철학을 반영해
일·가정 양립 지원, 심리상담 제도 등을 더하며
구성원이 일과 삶의 균형 속에서 지속적으로 성장할 수 있는
기반을 마련해 나갔다.





2023년 9월 6일 건설산업비전포럼 20주년 기념 세미나 '디지털 전환시대와 건설산업의 미래'

대한민국 인구비전 2100

일시 | 2025년 10월 28일(화) 09:30 ~ 12:00 장소 | 은행회관 2층 국제회의실



2025년 10월 28일 한반도미래연구연구원 '대한민국 인구비전 2100' 선포식

2014

지식환원이 만드는 인류의 미래

한미글로벌의 사회공헌은 단순한 나눔을 넘어, 더 나은 사회와 미래를 만들기 위한 또 하나의 프로젝트에 가까웠다.

2003년, 한미글로벌과 김종훈 회장을 중심으로 산·학·연 전문가들이 뜻을 모아 민간 주도 플랫폼 '건설산업비전포럼'을 설립했다.

한국 건설산업의 선진화와 글로벌 스탠더드화를 향한 문제의식에서 출발한 움직임이었다.

이러한 고민은 점차 더 넓은 영역으로 확장됐다. 국토와 도시, 그리고 한반도의 미래까지 바라보는 시선은 2014년 '한반도국토포럼(현 미래국토포럼)'의 설립으로 구체화됐다.

국토에 대한 성찰은

결국 그 위에서 살아갈 '사람'에 대한 질문으로 이어졌다.

저출생과 고령화, '국가 소멸'이라는 위기 앞에서 한미글로벌은 해법을 기다리는 대신, 먼저 움직이기도 했다. 2022년 10월, 국내 유일의 민간 인구 전문 싱크탱크 '한반도미래연구연구원'의 출범.

한반도국토포럼이 공간과 국가의 미래를 묻는 자리였다면, 한반도미래연구원은 그 미래를 지속하게 할 '사람'을 향한 또 하나의 응답이었다.

한미글로벌의 '행복경영' 역시 이 흐름 위에 있다. 일·가정 양립 지원과 출산 장려 제도는 곧 사회의 지속가능성을 향한 실천으로 이어진다.

2014년 11월 10일 한반도국토포럼(현 미래국토포럼) 창립식



2015

아시아 신시장 개척

2010년대 중반,
한미글로벌은 인도, 일본, 동남아시아를 잇는
'아시아 벨트' 확장 가속화에 나섰다.

보수적인 일본 건설 시장에서 한국 PM 업체 최초로
도조 태양광 발전사업을 완수하며,
발전·에너지 분야에서 유의미한 분기점을 만들어냈다.

**곧이어 2015년 9월, 한미글로벌은 업계 최초로 일본 시장에 진출하며
현지법인 오택 재팬(OTAK JAPAN)을 설립했다.**

동남아시아에서는 개발형 프로젝트가 연속적으로 이어졌다.
필리핀의 초대형 리조트 마닐라베이,
미얀마의 랜드마크 롯데호텔 양곤 등.

서로 다른 시장,
서로 다른 규칙.
한미글로벌은 하나의 방식으로 접근하지 않았다.
시장마다 다른 해법을 설계하며
진출의 방식을 스스로 만들어갔다.



THE BEYOND

멈추지 않는 전진, 새로운 지평으로 2017 – 2026

한미글로벌은 기존 산업의 틀과 경계를 끊임없이 돌파하며 건설산업의 새로운 지평을 열어가고 있다. 중동 사막에서 이뤄낸 기가 프로젝트의 성과를 바탕으로 미국과 유럽 등 글로벌 주류 시장으로 보폭을 넓히며, 대한민국 PM의 위상을 한 단계 끌어올렸다. 또한 반도체와 이차전지 등 하이테크 플랜트부터 인류의 지속가능성을 고민하는 신재생에너지에 이르기까지, 포트폴리오를 산업 전반으로 확장해 나가고 있다. 이제 디지털 전환과 AI 혁신으로 무장한 한미글로벌의 진화는 건설을 넘어 새로운 가치를 창출하는 방향으로 나아가고 있다.



2019. 9.
영국 PM사 'K2 그룹' 인수

영국의 K2 그룹을 인수하며 유럽 시장 내 서비스 경쟁력을 강화하고 글로벌 네트워크를 한층 확대했다.



2020. 1.
'HG프리콘' 공식 론칭

한미글로벌은 'HG프리콘' 서비스 브랜드를 공식 론칭하며 '시공 이전 (Pre-construction) 단계에서 프로젝트의 완성도가 결정된다'는 건설 패러다임을 전면에 내세웠다.



2021. 6.
네움 더 라인 특별총괄프로그램관리
용역 수주

초대형 미래도시 사우디 네움 사업의 ePMO를 수주하며 글로벌 초대형 프로그램 관리 역량을 입증했다.



2022. 3.
영국 모노파일 메가팩토리 PM 수주

세계 최대 규모의 해상풍력 하부구조물 생산기지 건설 관리를 진두지휘하며 신재생에너지 분야로 사업영역을 넓혔다.



2022. 7.
영국 PM사 '워커사임' 인수

영국 전문 PM사인 워커사임을 인수하여 유럽 내 시장 지배력을 공고히 하고 시너지를 극대화했다.



2023.12.
쿠웨이트 압둘라 신도시 인프라 조성사업 PM 수주

쿠웨이트 최초의 스마트 도시이자 대규모 주거 단지인 압둘라 신도시 프로젝트 PM을 수주하며 도시 인프라 사업 수행 역량을 확대했다.



2024. 1.
부천 열병합발전소 현대화 사업 PM 수주

노후 발전 시설의 효율을 높이는 친환경 현대화 사업의 PM을 맡아 에너지 전환 및 지속가능한 도시 인프라 구축에 기여했다.



2025. 6.
루마니아 체르나보다 1호기 설비개
선사업 PM 수주

'팀코리아'의 일원으로 참여하여 원전 시장 진출의 물꼬를 텃으며, 노후 원전 성능 개선 분야의 독보적 레퍼런스를 확보했다.



1996년 해외 선진 기업의 노하우를 수용하며 성장의 토대를 닦았던 한미글로벌은,
 30년이 지난 오늘날 미국과 유럽 등 전 세계 건설 무대의 중심에서 그들과 어깨를 나란히 하고 있다.
 특히 2025년 2월 영국 국왕 찰스 3세가 방문한 세아윈드 현장은 한미글로벌이 세계적 프로젝트의
 핵심 파트너로 자리매김했음을 보여주는 상징적인 사례다.



한미글로벌의 가장 강력한 동력은 각자의 자리에서 전문성을 발휘해 온 구성원들이다.
이들이 축적해 온 경험과 역량은 새로운 영역에 도전하고 더 넓은 무대로 나아가는 기반이 되어 왔다.
그리고 앞으로의 한미글로벌 행보 역시 이러한 구성원들의 역량 위에서 이어질 것이다.

2017

전략적 M&A 미국 시장의 판도를 바꾸다

한미글로벌의 2011년 오택 인수는 단순한 해외 진출이 아니었다.
목표는 미국 시장 안에서 스스로 작동하고 성장할 수 있는 사업 구조를 만드는 데 있었다.

한미글로벌은 오택을 전진기지로 삼아 미국 현지 기업들을 잇따라 품었다.
2017년 PM 기업 데이씨피엠(DAY CPM)을 인수했고,
이어 로리스(Loris&Associates), 2022년 타르히트먼그룹(TWG)까지 더하며
사업 영역과 고객 기반, 네트워크를 하나씩 연결해갔다.

이 과정에서 한미글로벌이 고수한 철학은 명확했다.
한국식으로 현지를 바꾸려 하기보다
현지 인력과 전문성을 중심에 둔 '현지화된 플랫폼 모델'을 구축하는 것.

이렇게 축적해온 '준비된 자산'은 2020년대 들어
시대적 흐름과 맞물리며 폭발하기 시작했다.

글로벌 공급망 재편으로 국내 대기업들의 북미 하이테크 투자가 급물살을 타자,
현지 실행력과 하이테크 수행 경험을 갖춘 한미글로벌은
대체 불가능한 PM 파트너로 부상했다.

텍사스, 조지아, 인디애나 등에서 이룬 수주 실적은
15년 가까이 현지에서 구축해온 미국 사업 플랫폼이 거둔 필연적인 결실이었다.



오택 포틀랜드 본사 봉사활동 모습
오택은 ESG와 지속가능성을 중시하는 글로벌
발주 환경에 효과적으로 대응하고 있다.
이는 사회적 가치까지 고려하는
한미글로벌의 철학과도 맞닿아 있다.



SK넥실리스 폴란드 동학 공장



삼성SDI 헝가리 grids 공장

2019

영국의 심장에서 유럽의 중심으로

2010년 한미글로벌은 터너애타운젠드와의 합작법인을
통해 영국 시장에 첫발을 내디뎠다. 처음부터 외연을 빠르게
넓히기보다 선진 시스템을 가까이에서 익히며
네트워크를 구축해 나가는 전략이었다.

다음 단계는 인수를 통한 실행력 확보였다.

2019년 영국 PM 전문기업 K2를 인수한 데 이어,
2022년에는 맨체스터 기반의 워커사임까지 합류시켰다.
이는 유럽 시장 확장의 교두보인 동시에
영국과 중동을 잇는 네트워크를 활용해
글로벌 공동 프로젝트의 가능성까지 넓혀가는 과정이기도 했다.

영국에서 다진 기반은 헝가리, 폴란드, 루마니아 등
유럽 곳곳의 프로젝트로 이어졌다.

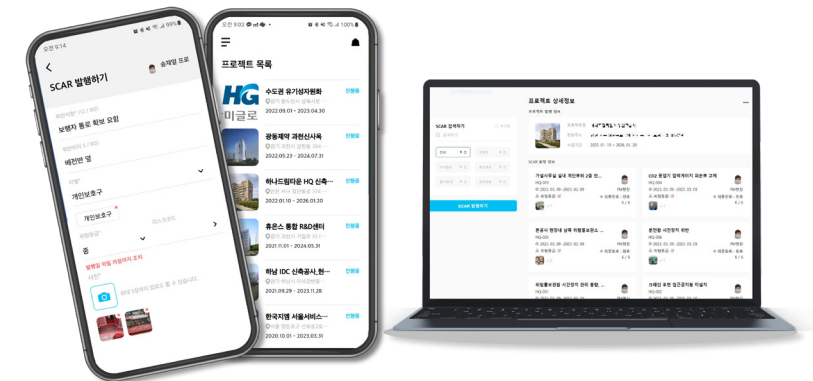
그리고 2025년, 한미글로벌이 PM을 수행하는
영국 세아윈드 모노파일 메가팩토리 현장에
영국 국왕 찰스 3세가 방문했다.
이날 행사장 배너에는 발주처와 함께 한미글로벌과 K2의
로고가 나란히 걸려 있었다.
한미글로벌이 프로젝트의 성공을 이끄는 핵심 파트너임을
보여주는 상징적인 장면이었다.

2019년 9월 17일 영국 K2 인수





세아윈드 모노파일 매가팩토리 현장
2025년 2월 13일에는 영국 국왕 찰스 3세가 직접 현장을 방문해 관계자들을 격려했다. 이는 해당 사업이 영국 내에서 지닌 국가적 위상과 상징성을 보여주는 장면이었다.



한미글로벌이 리스크제로와 협업해 개발한
안전관리 애플리케이션 '리스크제로HG'

2020

HG프리콘 론칭 & 디지털 PM

2020년 한미글로벌은 'HG프리콘' 서비스 브랜드를 공식 론칭하며, '시공 이전(Pre-construction) 단계에서 프로젝트의 완성도가 결정된다'는 건설 패러다임을 전면에 내세웠다.

한미글로벌은 오랜 시간 축적해온 프리콘 경험을 하나의 체계와 방법론으로 더 명확히 정리하고, 이를 'HG프리콘'이라는 브랜드로 구체화했다.

HG프리콘의 차별화된 경쟁력은 디지털 PM 기반의 운영 체계에 있다. BIM 기반 3D 시뮬레이션, 공사비 데이터베이스, 현장운영관리시스템, 모바일 안전관리 플랫폼까지. 현장의 경험과 감각은 점차 데이터와 시스템으로 축적되기 시작했다.

현재 한미글로벌은 디지털 전환(DX)을 넘어 AI 기반의 AX(AI-driven DX) 체계로 방향을 넓혀가고 있다. HG프리콘은 디지털 PM과 결합하고 다시 AI 기반 예측과 분석으로 확장되며 건설사업관리의 새로운 흐름을 만들어가고 있다.

2020

도시정비사업 PM의 새로운 이정표

도시정비사업은 수많은 이해관계가 맞물리는 현장이다.
최근 공사비가 급격히 오르면서 조합과 시공사 간 갈등이 더 빈번해졌다.
건설 전문성이 부족한 조합이 거대 시공사를 상대로
사업을 안정적으로 이끌어가기란 결코 쉬운 일이 아니다.

**바로 이 지점에서 한미글로벌은
도시정비사업에서 PM의 필요성을 확신했다.**

사업 초기 단계부터 복잡한 이해관계와 공사비 갈등을 조정할
‘조합의 든든한 전문가 파트너’ 역할에 주목한 것이다.

2020년 준공된 용산4구역 재개발은 그 가능성을 증명한 무대였다.

한미글로벌은 시공사와의 공사비 검증 및 협상을 통해
용산4구역에서 390억 원, 용산5구역에서 120억 원의 사업비를 절감했다.
조합이 놓치기 쉬운 부분을 전문 기술력과 사업관리 역량으로
보완해낸 결과였다.

용산에서 증명한 숫자는 곧 시장의 신뢰가 되었다.

‘단군 이래 최대 재개발’이라 불리는 한남뉴타운 재개발 사업에서
2023년 한남4구역에 이어, 2025년에는 한남3구역까지 연이어 수주했다.
통상 인접 구역 사업에는 동일 업체를 쓰지 않는다는 관례를 깨고
한남4구역에서 입증한 PM 역량이 높은 평가를 받은 결과였다.



사우디 네오텍스 메타버스 워룸

현지 PM단과 본사 AX팀이 협업해 메타버스 기반 워룸 환경에 통합보고 플랫폼(ePMO) 대시보드를 구축했다.

NCV 조성 프로젝트 현장

2024년 김종훈 회장이 네오텍스 옥사곤 건설근로자 숙소단지(NCV)에 방문해 직원을 격려했다.



2021

네오텍스에서 증명한 글로벌 PM 경쟁력

사우디 네오텍스(NEOM) 사업이 처음 공개됐을 때,
전 세계 건설업계의 시선은 일제히 사막으로 향했다.
유례없는 규모의 기가 프로젝트이자
도시의 개념 자체를 완전히 새롭게 쓰는 파격 그 자체였기 때문이다.

**그리고 이 거대한 실험의 출발선에
국내 기업 최초로 이름을 올린 주인공이 바로 한미글로벌이었다.**

2021년 한미글로벌은 네오텍스 더 라인의 특별총괄프로그램관리(ePMO) 용역을 수주했다.
현장의 까다로운 요구를 충족시키며 발주처의 신뢰를 얻었고,
이듬해 네오텍스 건설근로자 숙소단지(NCV) 조성 프로젝트까지
연속 수주하는 쾌거를 거두었다.

이러한 성과는 현지의 시선마저 바꾸어 놓았다.

“네오텍스가 당신들을 선택했느냐”라는 반문은
사우디 시장에서 한미글로벌의 위상이
완전히 달라졌음을 상징하는 방증이 되었다.

2023년 로빈 주택단지 현장

2020년 사우디 국영 부동산 개발업체 로빈이 발주한 대규모 주거복합단지 조성사업 PM을 수주한 데 이어,
2022년 추가 용역 계약을 체결했다.





2023년 12월 압둘라 신도시 사업관리 용역 계약체결식

한미글로벌은 쿠웨이트 압둘라 신도시 조성의 총괄 프로젝트 관리를 맡고 있는 LH로부터 쿠웨이트 압둘라 신도시 개발 PM 용역을 수주했다.

2023

쿠웨이트 압둘라 신도시 PM 수주 중동 전역으로 영토 확장

한미글로벌의 인프라 사업은 국가 간 신뢰를 기반으로
'K-PM'의 경쟁력을 세계 시장에 증명해 가는 과정이었다.

2019년 한미글로벌은 대한민국 인프라 분야 최초의 G2G(정부 간 거래) 사업인
페루 친체로 신공항 건설사업 PMO를 수주했다.
한국공항공사 등과 함께 컨소시엄을 구성해
영국, 캐나다 등 선진 기업들을 제치고 거둔 성과였다.

그리고 그 흐름은
2023년 쿠웨이트 압둘라 신도시 사업으로 이어졌다.

LH와 쿠웨이트 주거복지청이 협력하는 G2G 기반 사업 속에서,
한미글로벌은 사막 위 약 4만 6,000호 규모의
스마트시티를 조성하는 프로젝트의 PM을 맡았다.
사우디를 넘어 중동 전역까지 중동 사업의 무대가 넓어지는 순간이었다.

안데스 고원의 하늘길에서 사막 위의 미래 도시까지,
한미글로벌의 기술력은 국경과 환경의 한계를 넘어
새로운 인프라 지도를 그려나가고 있다.





네이버 데이터센터 '각 춘천'

국내 포털 기업 최초의 자체 데이터센터인 네이버 '각 춘천'과 '각 세종'의 PM을 성공적으로 수행했다. 특히 '각 춘천'에서는 LEED 인증 컨설팅도 맡아 데이터센터로는 세계 최초로 최고 등급인 LEED 플래티넘 인증을 획득했다.

네이버 데이터센터 '각 세종' PM단



2023

데이터센터 PM의 절대 강자

AI와 클라우드가 주도하는 디지털 대전환 시대,
데이터센터는 국가와 기업의 경쟁력을 결정짓는 핵심 인프라로 부상했다.

**한미글로벌은 2013년 네이버 데이터센터 '각 춘천'에 이어
2023년 국내 최대 규모의 하이퍼스케일 데이터센터 '각 세종'의
PM을 성공적으로 완수했다.**

특히 BCM(업무 연속성 관리)를 적용해
초고난도 기술과 공정을 통합 관리하며
데이터센터 PM 역량을 한층 고도화했다.

까다로운 보안과 무중단 운영이 필수인 금융권에서도 빛을 발했다.
하나금융그룹 통합 데이터센터, 신한은행 데이터센터 등
주요 금융·IT 기업의 '디지털 두뇌'를 PM 기술력으로 일궈냈다.

**한미글로벌은 국내에서 가장 많은 데이터센터 PM 실적을 보유하며
'데이터센터 PM의 명가'라는 위상을 공고히 하고 있다.
이를 기반으로 중동을 비롯한 글로벌 시장으로 사업 영역을 확대하고 있다.**

네이버 데이터센터 '각 세종'



2024

하이테크 사업이 곧 경쟁력

한미글로벌을 오늘의 독보적 PM사로 만든 힘은 하이테크 현장에서 길러졌다.

삼성전자 화성, 팅택 반도체 단지를 시작으로 SK하이닉스, 삼성SDI, LG에너지솔루션 등
대한민국 대표 기업들의 기술 고도화 여정에 동행하며
초정밀 제조시설 PM의 입지를 굳건히 다졌다.

배터리 산업의 무대가 유럽으로 확장되던 시기에도 한미글로벌의 움직임은 빨랐다.

삼성SDI 헝가리 괴드 배터리 공장, SK이노베이션 헝가리 공장, SK넥실리스 폴란드 동박 공장
등을 수행하며 유럽 하이테크 시장에서도 경쟁력을 넓혀갔다.

**2020년대 들어 글로벌 공급망 재편과 함께 반도체·배터리 경쟁이 본격화되자,
한미글로벌의 하이테크 역량은 북미 시장에서 더욱 빛을 발했다.**

특히 2024년 SK하이닉스 인디애나 HBM 프로젝트에서는
초기 In house PM 역할에서 Full PM 체계로 수행 범위를 확대하며,
프로젝트 전반을 통합 관리할 수 있는 역량과 신뢰를 입증했다.

미국 현장에서 레퍼런스가 축적되자 현지 진출을 추진하는 국내 투자사들이 PM 파트너로
한미글로벌을 찾는 선순환도 만들어졌다.

미국 조지아주 HL-GA 배터리 공장

현대자동차그룹과 LG에너지솔루션이 공동
투자해 설립한 전기차용 배터리셀 합작 공장이다.
한미글로벌은 국내 대표 완성차·배터리 기업의
글로벌 생산거점 구축에 참여하며 첨단 산업시설
PM 분야의 경쟁력을 한층 강화했다.



SK하이닉스 인디애나 공장 조감도



미국 조지아주 HL-GA 배터리 프로젝트 PM단





2025

난공불락의 원전 성벽을 허물다

원전은 한미글로벌에게 오랫동안 쉽게 닿지 않는 시장이었다.
시장 자체가 높은 장벽으로 둘러싸여 있어,
외부 PM 기업이 들어설 틈은 좀처럼 보이지 않았다.

한미글로벌이 문을 두드릴 때마다 돌아오는 질문도 늘 같았다.
“원전 사업을 해본 적이 있습니까?”

그럼에도 한미글로벌은 원전 TF를 꾸리고
시장의 문을 두드리는 일을 멈추지 않았다.
전환점은 루마니아 체르나보다 원전 설비개선 사업에서 찾아왔다.
간신히 열린 기회의 틈 사이로 한수원과 협업 관계를 구축하게 되면서,
루마니아와의 시차에 맞춰 밤낮없이 협의를 이어간 끝에,
한미글로벌은 원전 PM의 가능성을 현실로 만들어 갔다.

**2025년 체르나보다 원전 설비개선 사업 PM 참여를 통해
첫 원전 레퍼런스를 확보했고,
2026년 신한울 3·4호기 건설 PM 기술지원 영역까지 수주하며
신규 원전 분야로 영역을 확장했다.**

닫혀 있던 원전 시장의 문이 조금씩 열리기 시작한 순간이었다.



2026년 1월 12일 글로벌 원자력 사업 전략적 제휴 협약 체결



2026

‘AI 기반 종합 프로젝트 플랫폼 기업’을 향해

1996년 국내 최초로 선진 건설관리기법인 PM을 도입하며
건설업계의 새로운 지평을 연 한미글로벌이
2026년 6월, 창립 30주년을 맞이했다.

이제 한미글로벌은 또 하나의 전환점 앞에 서 있다.

지난 30년이 PM을 국내에 정착시키고
프리콘 등 선진기법의 표준을 만들어온 시간이었다면,
다가올 미래는 AI와 빅데이터 기술을 융합하여
산업의 패러다임을 새롭게 설계하는 진화의 여정이 될 것이다.

2026년 6월 19일 'Global PM Summit 2026'
패널토론 모습



2026년 6월 13일 한미글로벌 창립 30주년
걷기 행사

한미글로벌은 첨단 디지털 기술과 축적된 데이터를 기반으로
리스크를 선제적으로 제어하는 지능형 PM 서비스를 강화하고 있으며,
이를 통해 건설을 넘어 세계 최고 수준의
‘AI 기반 종합 프로젝트 플랫폼 기업’으로 도약하겠다는
위대한 이정표를 수립했다.

창립 30주년을 맞아 열린 ‘Global PM Summit 2026’은
이러한 미래 비전을 구체적으로 공유하는 자리였다.
글로벌 건설 PM 분야의 세계적인 권위자들과 업계 리더들이 참석한 자리에서
AI 시대를 맞이한 PM의 새로운 성장 전략과
건설 AI 기술 및 PM 시장의 다각적 변화 사례가 폭넓게 논의됐다.

여기에 30주년 기념 걷기대회를 비롯해
사회복지법인 따뜻한동행과 함께한 공간복지 지원사업 및
글로벌 사회공헌 캠페인 등을 진행하며
상생과 나눔의 가치를 실천하고 30년 역사의 깊이를 더욱 풍성하게 더했다.

세상은 끊임없이 변하고 있다.
그리고 변화의 순간마다 한미글로벌은 늘 그 출발선에 서 있었다.
미래를 먼저 읽고 새로운 가능성을 현실로 만드는 것,
그것이 지난 30년 동안 한미글로벌이 성장해 온 방식이었으며,
앞으로도 변함없이 이어갈 한미글로벌의 길이다.

PHILOSOPHY

한미글로벌의 성장은 기술이나 전략보다 먼저 ‘사람’을 어디에 두었는가에서 시작됐다. 성과를 만드는 것은 시스템이 아니라 결국 사람이라는 확신, 그리고 구성원이 스스로 몰입하며 성장할 수 있는 환경을 만들겠다는 선택. 이는 곧 조직의 명확한 방향이 되었다. 남들이 가지 않은 길을 먼저 선택한 용기와 불확실성 속에서 길을 만들어낸 저력은, 결국 사람이 스스로 몰입하고 성장할 수 있는 환경을 구축해온 신념에서 비롯되었다. 위기의 순간마다 구성원을 지켜내며 쌓아온 신뢰는 조직을 지탱하는 단단한 뿌리가 되었고, ‘행복한 일터’를 향한 진심은 자발적 협업과 탁월한 성과를 이끌어내는 고유한 경쟁력으로 승화됐다. 이러한 사람 중심의 철학은 한미글로벌이 그 어떤 변화 앞에서도 멈추지 않고 스스로 다음 길을 개척해 나가는 가장 강력한 성장 동력이 되고 있다.

‘강’으로 버티고 ‘도전’으로 키웠다

한미글로벌의 역사에는 한 줄기 분명한 흐름이 있다. 남들이 가지 않은 길을 먼저 보고 도전하며, 끝내 새로운 길을 열어온 개척의 정신이다. 그 중심에는 김종훈 회장의 경영철학이 있었다. 한미글로벌의 성장사는 곧 이 철학이 산업 현장에서 실현되어 온 과정이라 해도 과언이 아니다.

1990년대 중반 성수대교 붕괴와 삼풍백화점 붕괴는 한국 건설산업의 구조적 취약성을 적나라하게 드러냈다. 김종훈 회장은 이 비극적 사건들을 지켜보며 한국 건설산업이 더 이상 과거의 방식에 머물러서는 안 된다고 생각했다.

그리고 그는 그 해답을 PM에서 찾았다.

김종훈 회장이 건설사업관리, 즉 PM의 가능성을 처음 품게 된 것은 국내가 아니라 해외 현장에서였다. 그는 해외 건설현장을 두루 거치며 실무를 익혔고, 사우디아라비아 현장에서는 선진 건설관리기법이 작동하는 방식을 가까이서 지켜봤다. 당시 국내 건설산업은 여전히 시공사 중심 구조가 강했고, 발주자 관점에서 사업 전반을 관리하는 전문 영역은 거의 존재하지 않았다. 그러나 그는 그 낯선 개념 속에서 한국 건설산업의 미래를 봤다.

2006년 11월 중국 현장을 시찰하는 김종훈 회장



1996년 미국 파슨스와 손잡고 한미파슨스를 설립한 것은 이런 문제의식이 사업으로 구현된 순간이었다. 그것은 공급자 중심으로 움직이던 건설시장을 발주자 중심으로 바라보고, 사업 전체의 가치와 성공 가능성을 높이는 새로운 관점을 우리 산업에 심어놓은 역사적 출발점이었다.

그러나 이는 창업이라기보다 시장을 먼저 만들어가는 개척에 가까웠다.

누군가는 무모하다고 했고, 누군가는 시기상조라고 했다. 그러나 김종훈 회장은 흔들리지 않았다. 필요한 길이라면 누군가는 반드시 먼저 가야 한다는 신념으로 국내 최초의 건설사업관리 전문회사를 세우며 새로운 시장의 문을 열었다.

개척의 길이 순탄할 수는 없었다. 창업 직후 닥친 IMF 외환위기는 회사의 존립 자체를 위협하는 큰 시련이었다. 그러나 김종훈 회장은 물러서지 않았다. 위기 앞에서 주저앉기보다, 위기 속에서 새로운 길을 찾고 조직을 지키며 더 멀리 내다보았다. 그가 여러 차례 강조해온 악바리 정신과 강, 그리고 끝까지 버티는 집념은 바로 그때 더욱 빛을 발했다. 어떤 상황에서도 쉽게 물러서지 않는 힘, 어려움 속에서도 기회를 발견하는 태도, 그리고 한번 시작한 길을 끝내 길로 만들어내는 의지. 이것이야말로 한미글로벌이 위기를 성장의 발판으로 바꾸어낼 수 있었던 원동력이었다. 김종훈 회장은 이러한 악바리 정신과 강의 뿌리를 학창 시절의 시행착오와 큰 대가를 치른 경험 그리고 다시 일어서기 위해 보냈던 시간에서 찾는다. 그 시절의 실패와 좌절, 방향의 시간은 동시에 단련의 시간이기도 했다. 김 회장은 그 시절을 지나며 절체절명의 상황에서도 쉽게 무너지지 않는 집념을 체득했다고 회고한다.

도전은 말이 아니라 성과로 이어졌다. 한미글로벌은 수많은 프로젝트를 통해 건설사업관리의 가치를 시장에 증명해냈다. 공사비 절감, 공기 단축, 품질 향상이라는 실질적 성과를 통해 PM이 왜 필요한지, 그리고 한미글로벌이 왜 특별한지를 보여주었다. 그 결과 한미글로벌은 국내 PM 분야를 대표하는 기업으로 자리매김하게 되었다.

하지만 김종훈 회장의 시선은 한 번도 현재에 머물지 않았다. 그는 늘 다음 단계를 바라보았다. 한미글로벌은 PM으로 시작



2013년 2월 미얀마 현장에서 프로젝트를 점검하는 김종훈 회장

한 회사이지만, PM에만 머무르는 회사가 되어서는 안 된다고 강조했다.

그래서 익숙한 길을 따라가기보다 아무도 가지 않은 길에서 기회를 찾는 방식으로 회사를 키워갔다.

그 과정에서 한미글로벌은 사업 영역을 끊임없이 확장해 나갔다. 건축 중심의 PM을 넘어 인프라, 에너지, 친환경, 하이테크, 도시개발 분야로 역량을 넓히며 미래 성장 동력을 확보했다. 나아가 기획에서 운영까지 전 과정을 아우르는 토탈 솔루션 프로바이더로 진화했다. 최근에는 ‘창주사업’이라는 개념까지 제시하며 사업의 주도권을 직접 확보하는 방향으로 새로운 도전을 이어가고 있다.

김종훈 회장은 국내 건설사업관리 시장의 한계를 벗어나, 더 넓은 세계 시장에서 새로운 성장의 길을 찾아야 한다고 보았다. 한미글로벌은 해외사업을 미래를 위한 핵심 전략으로 삼고 글로벌 경쟁력을 선도적으로 키워 나갔다. 중국 시장에 첫 진출한 이후 아시아 주요 시장으로 활동 무대를 넓히며 글로벌 사업 기반을 다졌고, 미국과 영국 등 선진 시장으로 진출하며 운영 역량을 고도화했다. 또한 중동의 초대형 프로젝트에 참여하며 세계를 무대로 한 성장의 지평을 넓혀 왔다. 그리고 마침내 한미글로벌은 세계 시장에서 통하는 전문성과 실행력을 갖춘 글로벌 기업으로 도약했다.



행복한 구성원이 탁월한 기업을 만든다

한미글로벌의 조직문화를 설명할 때 가장 먼저 등장하는 말은 '구성원 중심'이다. 창립 초기부터 김종훈 회장이 일관되게 밀고 온 경영철학의 핵심이다. 김종훈 회장은 회사의 경쟁력과 지속 가능성이 결국 사람에게서 나온다고 보았다. 기술과 제도, 전략도 중요하지만 그것을 움직이고 완성하는 것은 결국 사람이며, 그 사람들이 어떤 문화 속에서 일하느냐가 기업의 미래를 좌우한다는 인식이었다.

이 철학의 출발점에는 'Excellent People'이라는 개념이 놓여 있다.

구성원 한 사람 한 사람이 지닌 잠재력과 창의성, 그리고 이들이 서로 신뢰하고 협업할 때 발휘되는 힘이 곧 회사의 성장 동력이라는 믿음이다.

김종훈 회장은 회사를 급여를 받고 일하는 공간이라기보다는 구성원이 자부심과 주인의식을 갖고 스스로 성장할 수 있는 공동체로 보았다.

그가 이런 생각을 품게 된 배경으로 자주 거론되는 일화가 있다. 말레이시아 페트로나스 트윈 타워 현장소장으로 근무하던 시절, 방학을 맞은 두 딸이 학교에 가지 못해 오히려 아쉬워하는 모습을 본 경험이다. 학교라는 공간이 누군가에게는 억지로 등교하는 곳이 아니라 즐겁고 의미 있어 다시 가고 싶은 장소일 수 있다는 사실은 그에게 깊은 인상을 남겼다. 훗날 그가 '아침에 눈을 뜨면 출근하고 싶은 회사', '직장인의 천국' 같은 표현을 사용하게 된 데에는 바로 이런 배경이 있었다.

그 첫 번째 실천이 GWP(Great Work Place), 즉 '훌륭한 일터 만들기' 운동이었다.

한미글로벌은 구성원 상호 간 신뢰와 배려가 살아 있고 본사와 현장, 부서와 부서 사이의 소통이 원활하며, 누구나 자발적이고 창의적으로 일할 수 있는 문화를 만들기 위해 꾸준한 노력을 기울였다. 그것은 활기차고 보람 있게 일하는 조직문화를 만들고 그 힘으로 더 높은 성과를 이루는 실천적 경영철학이었다.

이러한 첫걸음은
행복경영으로 더욱 발전했다.

GWP가 일하기 좋은 환경 조성에 초점이 맞춰져 있었다면, 행복경영은 구성원의 일과 삶, 정서와 성장, 관계의 질까지 포괄하는 개념이었다. 김종훈 회장은 행복경영을 추상적인 구호로 두지 않고, 그것이 조직 안에 실제로 뿌리내리도록 다양한 실행 장치를 마련했다. 행복경영 TF를 운영하며 임원부터 신입사원까지 다양한 계층이 참여하도록 했고, 부서장 KPI에도 관련 요소를 반영했다. 조직문화의 방향을 최고경영자의 메시지에만 의존하지 않고 운영 원리와 실행 과제로 제도화한 것이다.

한미글로벌이 도입한 장기근속자를 위한 안식휴가, 탄력근무제도와 육아휴직, 멘토링과 자기계발 지원 등 여러 복지제도 역시 이런 철학의 연장선에 있다. 특히 임원은 5년, 직원은 10년마다 두 달의 유급 안식휴가를 통해 재충전의 시간을 갖도록 한 안식휴가 제도는 조직이 사람의 소진과 회복, 장기적 성장을 중요한 경영 요소로 본다는 의미에서 상징성이 크다.

물론 한미글로벌이 조직문화만 강조한 것은 아니다. 지식경영, HPMS 성과관리제도, 경영정보화 등 시스템 경영 역시 꾸준히 병행했다. 김종훈 회장이 궁극적으로 지향한 것은 ‘행복한 회사’ 그 자체가 아니라, 행복한 구성원이 자발적으로 탁월한 성과를 만들어내는 ‘일하기 좋은 고성과 조직’이었다.

김종훈 회장의 구성원 중심 철학이
진정한 힘을 발휘한 것은 위기의
순간이었다.

IMF 외환위기와 글로벌 금융위기가 닥쳤을 때도 그는 사람을 쉽게 구조조정의 대상으로 삼아서는 안 된다고 봤다. 어려울 때 일수록 회사가 구성원과의 약속을 지키고 신뢰를 훼손하지 않아야 한다는 원칙이었다. 외환위기 때 그랬던 것처럼 한미글로벌은 금융위기 시기에도 끝내 감원 없이 어려움을 넘어섰다. 좋은 시절의 구호보다 어려운 시기의 원칙이 조직문화의 진정성을 증명한다는 점에서, 이 선택은 한미글로벌의 사람 중심 철학을 상징적으로 보여주는 장면이 되었다.





조직의 힘을 하나로 모으는 HanmiGlobal Way

한미글로벌은 성장 과정에서 다양한 배경과 경력을 지닌 인재들을 영입하며 조직의 외연을 빠르게 넓혀왔다. 국내외 사업 현장이 확대되고 프로젝트가 여러 지역과 부문으로 분산되면서 구성원마다 업무를 바라보는 관점과 수행 방식에도 차이가 나타났다. 개인의 경험과 역량에 기반한 업무 수행은 일정 수준의 성과를 낼 수 있지만, 조직 전체의 생산성과 품질을 안정적으로 높이기 위해서는 보다 일관된 기준이 필요했다.

김종훈 회장은 이러한 문제를 한미글로벌이 더 큰 조직으로도약하기 위해 반드시 해결해야 할 구조적 과제로 보았다.

그 고민은 2009년 ‘HanmiParsons Way’ 선포로 이어졌다. HanmiParsons Way는 회사가 축적해 온 가치와 고유의 일하는 방식을 처음으로 체계화한 기준이었다. 한미글로벌다운 방식으로 생각하고, 한미글로벌다운 기준으로 판단하며, 한미글로벌다운 실행력으로 성과를 만들어내겠다는 의지였다. 이후 2011년 회사가 한미파슨스에서 한미글로벌로 사명을 변경하면서, 이 기준은 ‘HanmiGlobal Way(HG Way)’로 계승됐다.

창립 20주년을 맞은 2016년, HG Way는 한 단계 더 깊어졌다.

한미글로벌은 구성원 모두가 반드시 인식하고 실천해야 할 원칙과 규범, 조직문화의 방향, 시스템과 운영 기준까지 폭넓게 담아 HG Way를 대대적으로 확대 개정했다. 개정된 HG Way는 경영원칙, 사람, 조직문화, 시스템과 운영, 일하는 방식, 행복경영의 6개 카테고리과 30개의 핵심 키워드로 구성됐다. 구성원 중심의 경영, 정직, 탁월성과 차별화, 최고 인재, 신뢰, 학습, 도전, 팀워크, 리스크 관리, 실행, 고객 중심, 효율, 감사, 존중, 소통 등 한미글로벌이 지향해 온 가치가 그 안에 담겼다. 이 키워드들은 김종훈 회장의 경영철학을 조직의 언어로 풀어낸 결과물이라 할 수 있다.

이제 한미글로벌은 창립 30주년을 맞아 다시 HG Way를 되새기고 있다.

한미글로벌의 지난 30년은 없던 길을 만들고, 조직의 기반을 차근차근 쌓아온 시간이었다. 그러나 앞으로 펼쳐질 시간은 더 복잡한 변수와 더 빠른 변화 속에서 새로운 기준을 만들어가야 하는 도전의 시간이다. 코로나19 팬데믹 이후 경영환경의 불확실성은 더욱 커졌고, AI 시대는 기업에게 민첩한 대응력과 강력한 실행력을 동시에 요구하고 있다. 이런 때일수록 조직을 하나로 묶는 구심점의 힘은 더욱 절실해진다. 김종훈 회장이 HG Way를 다시 강조하는 이유도 여기에 있다. 기업은 결국 자신만의 방식으로 성장한다. 한미글로벌에게 그 방식은 HG Way로 집약된다. 한미글로벌은 앞으로도 자신만의 기준으로 길을 만들고, 그 길 위에서 더 큰 미래를 향해 나아갈 것이다.

노블레스 오블리주의 경영철학



연탄 배달 봉사활동

한미글로벌의 성장에는 언제나 하나의 중요한 가치가 함께해 왔다. 바로 사회적 책임이다. 창립 초기부터 기업도 사회의 구성원인 만큼, 성장의 성과를 사회와 나누며 책임을 다해야 한다는 철학을 강조해 왔다. 그가 꾸준히 실천해 온 ‘노블레스 오블리주’ 정신은 한미글로벌 사회공헌활동의 출발점이자, 오늘의 기업문화를 이루는 바탕이 됐다.

김중훈 회장이 사회공헌의 의미를 깊이 체득한 계기는 젊은 시절의 봉사활동이었다. 지역사회의 어려운 이웃을 돕고 장애인과 노인들을 가까이에서 만나며 그는 ‘배움은 곧 행복’이라는 삶의 가치를 깨닫게 되었다. 이 깨달음은 개인적 신념에 머물지 않고 창업 후 회사를 운영하는 방식에도 이어져, 이후 한미글로벌은 사회공헌을 회사의 중요한 문화로 정착시켜 왔다.

이는 좋은 일을 하는 차원을 넘어
조직을 하나로 묶는 힘으로도 작용했다.

봉사 현장에서 구성원들은 직급과 부서를 넘어 함께 움직였고, 일상적인 업무 공간에서는 얻기 어려운 신뢰와 연대의 경험을 쌓았다. 김중훈 회장이 사회공헌을 행복경영의 중요한 활동으로 본 이유도 여기에 있다. 봉사는 어려운 이웃을 돕는 일인 동시에 구성원들에게 자부심과 공동체 의식을 심어주는 일이었다. 나눔의 경험은 구성원들에게 회사가 추구하는 가치가 무엇인지를 몸으로 느끼게 했고, 한미글로벌의 조직문화 안에 신뢰와 배려, 책임의 감각을 깊이 심었다.

이러한 실천이 더욱 체계적인 모습으로 발전한 것은 2010년 사회복지법인 ‘따뜻한동행’의 설립이다. 따뜻한동행은 장애 없는 따뜻한 세상을 만들겠다는 뜻 아래, 한미글로벌 임직원들의 자발적인 참여와 기부를 바탕으로 출범했다. 이를 통해 한미글로벌의 사회공헌은 보다 전문적이고 지속적인 활동으로 확장될 수 있었다.

김중훈 회장은 기업의 역할을
회사 내부의 성장에만 한정하지 않았다.
그의 시선은 늘 기업 밖을 향해 있었다.

한미글로벌을 성장시키는 일과 더불어, 그 성장이 산업과 사회에 어떤 의미로 이어질 수 있는지를 끊임없이 고민해 왔다. 이 같은 생각이 가장 먼저 구체화된 영역은 ‘건설산업 선진화’였다. 김중훈 회장은 한국 건설산업의 체질을 바꾸기 위한 근본적인 대안으로 창업과 함께 선진 건설관리기법인 PM을 국내에 도입했지만, 이 같은 문제의식은 개별 기업의 실천에만 머물지 않았다. 2003년 출범한 ‘건설산업비전포럼’은 그의 철학이 산업 전체의 공론장으로 확장된 대표적 사례다. 그는 산·학·연 전문가들과 함께 포럼을 이끌며 조찬토론회, 국내외 세미나, 공동연구, 출판 사업을 꾸준히 이어왔다. 이를 통해 건설산업의 구조적 과제를 공론화하고, 스마트건설과 디지털 혁신 같은 미래 의제를 선도적으로 제시해 왔다.

나아가 기업이 사회와 국가의 기반 위에서 성장하는 만큼 사회가 직면한 구조적 문제에도 책임 있게 응답해야 한다고 보았다. 이러한 철학은 저출생, 고령화, 청년세대 육성, 국토의 미래와 같은 우리 사회의 중요한 어젠다를 외면하지 않는 실천으로 이어졌다.

특히 저출생 문제에 대한 문제의식은 남달랐다. 김중훈 회장은 저출생과 고령화가 특정 분야의 문제가 아니라 국가의 지속가능성과 산업 전반의 활력을 좌우하는 중대한 과제임을 일찍이 인식했다. 이에 따라 한미글로벌은 자녀 수와 관계없는 학자금 지원, 입양 자녀에 대한 동등한 지원, 결혼·출산·양육에 대한 실질적 지원 제도 확대를 통해 가족친화경영의 새로운 모델을 제시해 왔다. 그리고 이러한 노력은 2024년 대통령 표창으로 이어졌다. 김중훈 회장의 실천은 여기서 한 걸음 더 나아갔다. 2022년 출범한 ‘한반도미래인구연구원’은 저출생과 초고령화

문제를 연구와 정책 제안, 공론의 장으로 끌어올린 민간 비영리 인구정책 전문기관이다. 이는 우리 사회의 구조적 위기를 함께 고민하고 지속 가능한 미래를 위한 해법을 모색하려는 노력의 연장이었다.

아울러 김중훈 회장은 지식과 경험을 사회와 다음 세대에 환원하는 일에도 큰 뜻을 두었다. ‘CEO지식나눔’을 통해 전·현직 경영자들의 통찰을 청년들과 나누고, ‘차세대 건설리더 아카데미’를 통해 미래 인재들이 산업 현장과 시대의 변화를 직접 경험하도록 했다. 또한 ‘미래국토포럼’을 통해 국토 발전과 미래 사회 기반에 대한 장기적 비전을 함께 모색해 나가고 있다.

취약계층 급식 봉사활동



SERVICES

한미글로벌이 제공하는 서비스는 단순한 수행 역량을 넘어, 건설 산업의 방식을 바꾼 과정 자체였다. 눈에 보이지 않는 PM의 가치를 시장에 설득하고, 개념을 실질적인 성과로 증명하며, 결국 표준으로 정착시킨 선택들이 지금의 경쟁력을 만들었다.

모두가 눈앞의 시공에 매몰될 때 한미글로벌은 '성공은 시작 전에 결정된다'는 역발상으로 프리콘을 도입하며 산업의 표준을 바꿨다. 때로는 적자를 감수하면서도 PM의 효용을 입증해낸 이 결단력은, 무형의 가치를 유형의 실적으로 치환해온 한미글로벌만의 고유한 성장 동력이 됐다.

이제 이러한 개척 정신은 현장의 경험을 자산화하는 디지털 PM으로 이어지고 있다. 과거가 '개념'으로 시장을 설득한 시대였다면, 지금은 축적된 데이터를 기반으로 리스크를 선제적으로 제어하는 지능형 서비스로 도약하고 있다. 기술을 넘어 PM의 본질을 디지털로 재정의하는 이 담대한 행보는 그 누구도 흉내 낼 수 없는 전문성을 발휘하며 글로벌 무대에서 한미글로벌의 입지를 굳히는 핵심 저력이 되고 있다.

PM 불모지에서 시장을 개척하다



한미글로벌의 성장사는 ‘PM’이라는 낯선 관리 방식을 산업의 표준으로 바꾼 도전의 연대기다. 1990년대 중반, 부실시공과 대형사고가 이어지며 건설산업의 신뢰가 흔들렸고, 사후 ‘감리’ 중심의 감독 체계만으로는 비용·공기·품질·안전을 동시에 붙잡기 어렵다는 한계가 드러났다. 1996년 6월 18일, 한국 건설업계 최초의 PM(건설사업관리) 전문회사 한미글로벌이 태어났다. 한미글로벌이 들고 나온 것은 낯선 것이었다. 시장에서 PM

이라는 단어는 손에 잡히지 않는 공기처럼 그 형체가 막연했다. 그래서 창업 초기의 과제는 수주 경쟁이 아니라 시장 교육이었다. 당시 국내 건설시장은 감리와 PM의 차이를 거의 구분하지 못했고, 발주자들은 눈에 보이지 않는 관리의 가치에 비용을 지불하는 데 익숙하지 않았다. 특히 공공 부문은 전통적 발주 방식에 기반한 관성이 강해 새로운 개념의 도입에 소극적이었다.

한미글로벌은 PM을 기술이 아니라 의사결정의 체계로 정의하며, 설계·발주 단계의 체계적 의사결정과 이해관계 조정이 부실을 예방하고 비용·기간을 함께 관리한다는 논리를 내세웠다.

구성원들은 발주처를 찾아가 감리와 PM의 차이를 반복해 설명했고, 김종훈 회장은 스스로를 ‘PM 전도사’라 부르며 강연과 포럼, 기고와 인터뷰, 세미나 발표 등 가능한 모든 채널을 총동원해 여론과 시장의 인식을 바꾸는 데 힘을 쏟았다. 수주보다 먼저 개념을 팔아야 했던 이 시간은 한미글로벌이 이후 시장을 선도할 수 있는 브랜드 자산을 축적한 시기이기도 했다. PM이 국내 시장에서 실질적으로 인정받는 계기가 된 프로젝트로 상암동 서울월드컵경기장이 있다. 당시 PM은 국내 공공사업에서 생소한 방식이었기 때문에, 한미글로벌은 이 사업을 수행하기 위해 적자를 감수하는 결정을 내린다. 40% 적자가 불가피하다는 평가 속에서도 전력을 다해 완수했고, 서울월드컵경기장은 공공 건설에서 PM의 효용성을 입증한 첫 사례로 자리 잡았다. 촉박한 공기 속에서도 사업 기간을 단축한 성과는 업계를 놀라게 했고, PM의 기법인 프리콘을 통해 초기 기획 단계에서 경기장 사후 활용 계획까지 제안해 ‘완공 이후’까지 관리하는 PM의 관점을 보여줬다. 이 단 한 번의 증명으로 한미글로벌은 개념을 파는 기업에서 성과를 만들어내는 기업으로 넘어가는 경계선이 됐다.

서울월드컵경기장 이후 한미글로벌은 성장의 가속 구간에 진입했다.

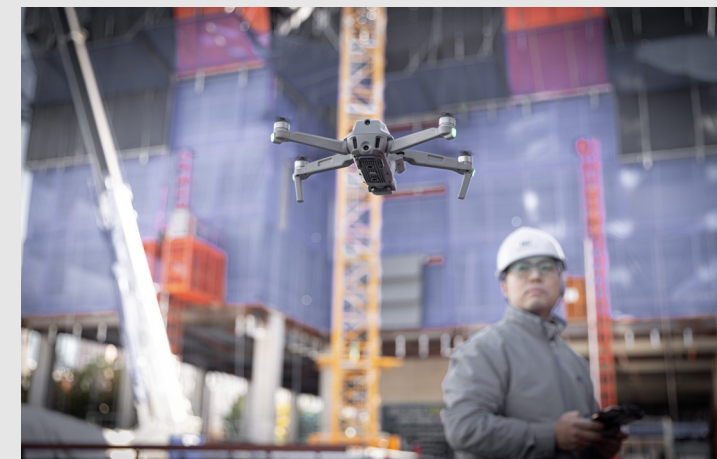
상암에서 확보한 신뢰를 발판으로 도곡동 타워팰리스, 삼성동 아이파크, 롯데월드타워 같은 초고층 프로젝트와 SK T-Tower, 제주 카카오 스페이스닷원, 국립과천과학관, 국립현대미술관 서울관, 평창 알펜시아, 남극 장보고과학기지, 신세계 센텀시티, 삼성전자 수원 R3·R4·R5 등 대규모 프로젝트를 잇따라 수주하며 시장의 중심으로 들어섰다.

2000년대 이후 한미글로벌은 선진국에서 적용되는 다양한 PM 모델의 장점을 조합해 국내에 소개하고, 한국의 제도·관행에 맞게 변형·정착시키는 역할을 수행했다.

CM for Fee 방식의 장점을 반영한 사업관리형PM, PM이 시공까지 책임지는 CM at Risk 개념을 국내 여건에 맞게 가미한 책임형CM 등 수행 체계를 고도화하며 업계의 반향을 이끌었다. 한미글로벌은 이제 PM이라는 개념을 국내에 들어온 회사가 아니라 시장을 설계하는 회사로 자리매김했다. 프로젝트 전체를 조망하며 큰 그림 속에서 비용·기간·품질·안전을 동시에 관리하는 역량이 축적될수록, PM은 필요한 운영체제로 인식되기 시작했고, 회사는 그 변화의 중심에 섰다.

한미글로벌이 첫 도입부터 시작해 국내 시장에 PM을 정착시키기까지 이 모든 과정의 바닥에는 도전정신이 있었다.

시장이 무르익지 않았던 시기 PM을 전면에 내세우는 일은 모험이었다. 보이지 않는 가치를 팔아야 했고, 이해 부족을 넘어야 했으며, 적자를 감수하면서까지 PM의 가능성과 성과를 직접 입증해 나가야 했다.





시작부터 완벽에 다가서는 일, 프리콘

한미글로벌은 도면 위에 아직 아무것도 확정되지 않았을 때가 가장 위험하고 동시에 가장 큰 기회라는 것을 알았던 사람들이었다. 창업 당시 건설시장은 설계와 발주 단계의 관리가 허술했고, 공기 지연과 원가 상승은 관성처럼 굴러갔다. 누가 책임지는지도 명확치 않았으며, 분쟁은 예고된 결말처럼 따라왔다. 대부분은 완공 이후에야 손해를 계산했고, 현장에서 비로소 문제를 발견했다. 한미글로벌은 그 구조를 뒤집었다. 뒤에서 문제를 잡아내는 감리가 아니라 앞에서 문제를 예방하는 프리콘으로. PM은 기획과 타당성 조사, 분석과 설계, 조달과 계약, 시공관리와 감리, 평가와 사후관리까지 프로젝트의 전 과정을 통합 운영하는 수행 체계였다. 한미글로벌은 그 가운데에서도 착공 이전 단계, 즉 기획과 설계, 조달과 발주전략의 구간을 특히 중요하게 보아 왔다. 이 구간을 한미글로벌은 프리콘(Pre-Construction)으로 불렀다. 말 그대로, 시공에 들어가기 전 사전 시뮬레이션을 통해 발생 가능한 리스크와 관리 요소를 예측하고 검증하는 방식이다.

건설 프로젝트에서
가장 비싼 시간은 언제일까?
공사가 한창 진행되는 때일 것 같지만,
정답은 처음이다.

설계가 이루어지고, 발주가 결정되고, 공정이 짜여지는 바로 그때 비용과 기간, 품질과 안전의 운명이 함께 정해진다. 그래서 한미글로벌은 한 줄의 선을 그은 후 이렇게 말해 왔다. 왼쪽을 관리하면, 오른쪽은 조용해진다고. 한마디로 착공 이전에 성공 확률을 높여 놓는 일. 그것이 한미글로벌이 선택한 길이었다. 그리고 국가적 난제가 찾아왔다. IMF 외환위기, 서울월드컵경기장 프로젝트는 기간 안에 완공이 될지 안 될지부터가 문제였다. 경기장을 짓느냐 마느냐를 두고 의사결정이 늦어졌고, 경기장 건설에 착수했을 때는 시간은 이미 부족했다. 경기장을 제때 완공하지 못할 경우에는 국가 행사 실패로 번질 수 있었다. 그 순간 한미글로벌은 프리콘을 꺼냈다. 착공 전에 문제를 점검하고 설계와 공정과 비용을 앞단에서 정렬하면서 이해관계자의 의견을 모아 의사결정 루프를 세팅했다. 공사가 시작되기 전에 이미 공사의 절반을 끝내는 방식이었다. 결국 많은 이들이 불가능에 가깝다고 느꼈던 시간표를 현실로 바꾸며, 대한민국이 세계인의 축제를 성공적으로 치를 수 있도록 한 부분을 담당했다.

그때 한미글로벌은 다시 한번 확인했다.
프로젝트는 시작 전에 이미
승부가 난다는 사실을.



2010년대에 들어 한미글로벌 프리콘은 세계적인 PM 및 원가 관리 전문기업 터너애타운젠드와 협력체계를 구축하는 등 원가관리 전문 역량을 결합하며 더욱 강해졌다. 그리고 스타필드 하남, 하나그룹 통합데이터센터 등에서 초기 계획 대비 수백억 원 절감과 같은 성과가 확인되며 프리콘이 개념이 아니라 실적을 만드는 도구임을 입증했다. 성과는 이후 부산 용호만 W, GS 홈쇼핑 신물류센터, 네이버 데이터센터 각 세종, 하나금융 통합 데이터센터, 네이버 1784 등 수많은 프로젝트들로 따라붙었다. 2020년대에 들어 프리콘은 새롭게 단장한 모습으로 재탄생했다. 건설시장 환경은 더욱 냉정해지고 있었다. 원자재 가격 상승은 상시화되었고, 안전 책임은 강화되었으며, 부실시공이 가져오는 비용과 리스크는 과거보다 훨씬 커졌다. 나중에 고치는 방식으로서는 더 이상 버틸 수 없는 시대가 되었다.

이 시점에서 한미글로벌은
그동안 축적해 온 경험과 방법론을
하나로 정리해 2020년 ‘HG프리콘’
서비스를 공식 론칭했다.

HG프리콘은 다양한 도구들로 이루어진 하나의 통합 서비스로 재구축됐다. IPD·파트너링을 통해 프로젝트 초기부터 발주자, 설계자, 시공자, 컨설턴트, 주요 협력사가 목표를 공유하도록 협업 구조를 만들고, BIM을 통해 착공 전에 가상공간에서 설계·시공성을 검증하며 공정과 원가를 점검했다. 그리고 MPMS와 같은 플랫폼을 통해 무엇을 어떻게 합의했고, 무엇을 검증했고, 어떤 결정을 내렸는지의 이력을 데이터 자산으로 축적한다. 더 나아가 한미글로벌은 AI 기반 예측력 강화까지 준비하면서, 경험과 감에 의존하던 영역을 데이터 기반의 선제 대응으로 전환해 가고 있다.

디지털 PM에서 AI 기반 지능형 PM으로

디지털 기술은 눈 깜짝할 사이에 진화하고, AI와 데이터는 산업의 언어를 바꿔놓고 있다. 건설산업 역시 관성을 넘어 새로운 시대에 맞는 비즈니스 모델을 스스로 만들어야 하는 국면에 들어섰다. 스마트 건설로의 재편은 선택이 아니라 재도약을 위한 필수 조건이 됐다. 그러나 변화의 파도가 거세질수록 많은 이들은 잠시 멈춰 서서 지켜보려 했다. 하지만 한미글로벌은 관망이 아니라 선제 대응으로 행동했다.

디지털 전환을 PM의 본질을 다시 세우는 성장 전략으로 받아들였다. 또 한 번의 새로운 도전이었다.

한미글로벌은 2019년 5월 TF를 출범시켰고, 같은 해 12월에는 DT추진실이라는 상설 조직으로 확대했다. 한미글로벌 규모의 중견 회사가 전담 조직과 인력을 갖추고 비용과 자원을 투입해

디지털 전환을 선도해 나가는 사례는 많지 않았다. 하지만 한미글로벌은 지금 투자하지 않으면 미래에 따라갈 수 없다는 것을 알고 있었다. 초기의 DT추진실은 테크 샌드박스로 출발했다. 3D 시뮬레이션을 만들고, 코로나 시기에는 안면 인식 같은 기능도 실험했다. 하지만 실험이 성과로 이어지려면, 방향이 분명해야 한다는 결론에 이르렀다.

한미글로벌은 질문을 바꿨다. 한미글로벌이 디지털로 바꾸려는 것은 기술이 아니라 PM의 업무라는 것을 목표로 선명하게 수립했다.

디지털 전환이 해야 할 일은 바로 PM의 역할들이 더 빠르고 더 정확하게 돌아가도록 현장을 받쳐주는 것이었다. 그 인식 전환 위에서 첫 성과가 탄생했다. 바로 리스크제로HG(모바일 SCAR)다.

과거에는 위험 요소를 발견하면 사진을 찍어 메신저로 공유하고, 조치 결과를 다시 받는 방식이 흔했다. 하지만 이 방식으로는 기록은 흩어지고 추적은 어려웠다. 반면 리스크제로HG는 현장에서 촬영과 기록을 마친 뒤 전송하면, 시공사가 조치하고, 조치 결과를 다시 올리며, 최종 확인까지 이어지는 실시간 루프를 만들었다. 안전이 프로세스가 되고 지시가 말이 아니라 기록이 되는 순간이었다.

두 번째 성과는 현장의 문서 생태계를 바꾸었다. MPMS(Maestro Project Management System)가 그것이었다. 건설현장은 문서로 움직이지만, 문서가 파일로 흩어져 있을 때 현장은 느리고 인수인계는 전쟁이 된다. MPMS는 문서를 개인 PC에서 만들던 방식에서 벗어나, 웹 기반 스마트폰으로 작성하고 결재·저장·분류·검색까지 원스톱으로 처리하도록 설계했다. 그리고 무엇보다 문서를 파일이 아니라 데이터(DB)로 축적했다. 반복 업무의 자동화 기반이 생기고, 현장 종료 때마다 반복되던 이관과 인수인계 부담이 줄어들었다.

이 두 도구는 편리한 소프트웨어로 기능하는 데만 그치지 않도록 설계됐다. 데이터가 모일수록 더 큰 가치를 만들 수 있도록 처음부터 CDE(Common Data Environment) 개념을 염두에 두었다. 드론, BIM 뷰어, 사진과 기록들이 한 공간에서 연결될 수 있도록 하는 구조였다. 데이터가 쌓이면 공정률과 준공 예정일, 기성검사 같은 핵심 지표는 대시보드로 시각화되고, 리스크 증감과 패턴도 보다 정밀하게 분석할 수 있다. 이는 경험과 개인 역량에 의존하던 현장 관리를 표준화된 데이터 기반의 의사결정 체계로 전환하는 토대가 될 것이다.

이러한 변화에 발맞춰 한미글로벌은 2024년 DT추진실을 AX실(AI-driven DX)로 확대 개편하며 AI 기반의 디지털 전환을 본격화했다.

이는 단순히 새로운 기술을 도입하는 수준을 넘어, 프로젝트 전 과정의 데이터를 통합 분석하고 최적의 의사결정을 지원하는 지능형 PM 플랫폼으로 발전시키기 위한 전략적 변화였다. 앞으로 AX는 데이터와 AI를 기반으로 의사결정의 정확도와 예측력을 높여 PM 서비스의 생산성과 품질, 고객가치를 함께 끌어올리는 핵심 경쟁력이 될 것이다.



BUSINESS

한미글로벌의 사업 포트폴리오는 기술적 한계를 극복하며 새로운 시장을 창조해온 확장과 증명의 기록이다. 하나의 프로젝트에서 확보한 신뢰는 곧 다음 시장으로 이어졌고, 한 분야에서 쌓은 관리 방식은 다른 영역으로 확장되며 포트폴리오를 넓혀왔다.

초고층 랜드마크와 고난도 상업시설에서 보여준 독보적 성과는 ‘관리의 전문성’이 어떻게 산업의 표준이 되는지 증명하는 강력한 동력이 됐다.

이러한 저력은 물류센터, 도시정비사업, 운영형 디벨로퍼로의 진화를 거쳐 하이테크와 데이터센터, 신재생에너지 및 원전 등 미래 사업군으로 끊임없이 뻗어 나가고 있다. 시장의 흐름을 읽고 선제적으로 포트폴리오를 전환하는 전략적 유연성은 한미글로벌의 무대를 세계로 넓히는 핵심 엔진이 됐다.

시장을 선도해 온 대표 사업군

타워팰리스에서 롯데월드타워까지, 초고층 PM

1990년대 후반부터 초고층 붐이 본격화되면서 주상복합을 중심으로 도시의 스카이라인을 바꿔놓았다. 초고층 사업은 기획·설계 단계부터 부담이 크고 공사 기간이 3~4년에 이르며 막대한 공사비가 수반되는 고난도 프로젝트였다. 높이가 올라갈수록 안전과 품질, 자재 신뢰성에 대한 요구가 엄격해졌고, 이 환경에서 일정·품질·원가를 동시에 통제할 수 있는 선진 관리기법인 PM은 프로젝트 신뢰를 담보하는 현실적 대안으로 부상했다.

초고층 건축은

공학적 한계에 대한 도전이며, PM은 그 한계를 안전과 효율로 치환하는 핵심 엔진이었다.

한미글로벌은 세계 초고층 현장을 거친 인재들을 모아 전담팀을 꾸렸다. 영국·호주 등 선진 시장에서 20~30년 실무를 쌓은 기술자들을 직접 면접해 채용했다. 그리고 설계 대안, 공법, 원가·공정·리스크를 한 덩어리의 패키지로 엮어 제시했다. 그렇게 타워팰리스에서 초고층 사업의 역사를 시작했다.

타워팰리스는 한국 초고층 주거 프로젝트에서 PM의 기준선을 끌어올렸다. 한미글로벌은 타워팰리스 1~3차를 통해 초고층 주거 분야에서 기반을 다진 뒤, 그 과정에서 축적한 노하우를 분당 코오롱 트리폴리스와 삼성동 아이파크 등으로 확장해 나갔다. 2010년에는 롯데월드타워 프로젝트에 건설사업관리자로 참여해 준공까지 서비스를 수행했으며, 동시에 초고층 무대가 수도권을 넘어 전국으로 확장되는 흐름 속에서 부산 용호만 W와 해운대 엘시티 같은 해안 랜드마크 프로젝트로 참여 범위를 넓혔다.

사옥과 오피스, 그리고 ‘랜드마크’

2000년대 초, 업무시설 시장은 외관 경쟁이 시작된 무대였다. 기업들에게 사옥 외관은 브랜드의 선언이고, 내부는 조직 문화의 설계도였다. 반면 임대 오피스는 면적 효율, 공사비 통제, 운영비 최적화가 곧 수익성이고 생존이었다. 출발점은 달라도 결론은 하나였다. 둘 다 랜드마크가 되어야 했다. 그 역할의 정중앙에 한미글로벌 PM이 있었다. SK T-Tower, 현대차 양재사옥, 카카오 스페이스닷원, NHN 분당 사옥, KT 광화문, 네이버 1784, 판교 알파돔타워, 하나은행 본점 등을 수행하며 품질의 기준선을 지키고 준공일이라는 결승선을 지켜냈다.

공공에서는 성남시청사를 비롯해 여러 공공기관 청사 이전 사업을 수행하며 복잡한 이해관계와 이전 운영까지 통합해내는 PM으로 확장했다. 한미글로벌은 영역에서 자신의 강점을 각인시키며 업무시설의 명가로 불렸다.

건축물 PM은 업무·주거에 갇히지 않고 더 넓은 용도로 확장됐다.

교육·연구시설은 창의성과 탐구가 살아나야 하고, 학습·연구·생활·교류가 겹치는 복합 프로그램을 하나의 동선으로 엮어야 한다. 단순 공정관리로는 통하지 않는다. 이 난이도 높은 영역에서 한미글로벌은 발주자 중심 관리 역량으로 요구조건을 정교하게 맞추며 신뢰를 쌓았다. 기업은행 충주연수원, 에스원 천안연수원, 신한 진천연수원, 하나글로벌캠퍼스 같은 연수시설에서 시작해, 송도 BRC, LG 사이언스파크, 삼성전자 연구소들, 대웅제약 OCR센터, 아모레퍼시픽 기술연구원 같은 연구시설로 파이프라인을 확장했다.

상업시설 PM, ‘속도+품질’ 동시 달성의 시스템을 만들다

1998년 까르푸(Carrefour)와 PM·감리 포괄계약을 체결하며 한미글로벌은 외국계 발주처 시장에서 첫 결실을 맺었다. 결정적인 성장의 분기점은 1999년 11월, 까르푸 서울 가양점 PM 수주였다. 발주처의 리포트 체계, 품질 기준, 검수 방식, 즉 유럽계 유통사의 표준이 현장에 그대로 적용되는 자리에서, 우리는 그 표준과 정확히 호흡을 맞추었다. 고객은 만족했고 월마트와 홈플러스가 연달아 연락해왔다. 하나의 프로젝트가 다음 프로젝트를 보증하는 구조, 업계가 ‘가양점 효과’라고 부른 그 흐름이 시작되었다.

한미글로벌은 외국계 할인점 프로젝트에서 체득한 ‘속도와 품질의 동시 달성’ 노하우를 바탕으로 이마트, 홈플러스, 코스트코 같은 대형할인점으로 수행 범위를 넓혔고, 신세계백화점 본점·죽전점, 주네브 쇼핑몰, 영등포 타임스퀘어, 신도림 디큐브시티 등으로 상업시설 역량을 확장했다.

상업시설은 본질적으로 시간과의 싸움이였다. 정해진 개장 시점을 맞춰야 하는 압박 속에서도, 다중이용시설로서 안전과 품질은 타협할 수 없었다.

속도와 품질, 비용을 동시에 달성해야 하는 최전선에서 한미글로벌은 실적을 쌓고, 시스템을 쌓고, 신뢰를 쌓았다. 그리고 레퍼런스가 계속 이어졌다.

코로나19 전후, 한미글로벌의 상업시설 역량을 가장 선명하게 보여 준 무대가 스타필드 시리즈다. 스타필드는 쇼핑에 레저·휴식·힐링 요소를 결합해 ‘하루를 보내는 공간’으로 진화한 복합 쇼핑몰 브랜드다. 한미글로벌은 스타필드와 스타필드시티 가운데 5곳의 건설사업관리를 수행하며 스타필드 시리즈 전반에 깊이 관여했다.

문화와 휴양을 ‘작품’으로 만드는 PM

한미글로벌의 문화·휴양시설 PM은 2000년대 초 도서관에서 출발해 국가 대표 문화공간과 관광·레저 복합개발로 확장되며 국내 성공 모델로 자리 잡았다. 이 경험은 곧 국립과천과학관, 국립현대미술관 서울관, 제주항공우주박물관 등 국가 대표 문화·과학시설로 이어지며 공공 문화시설 PM의 지평을 넓혔다. 문화시설에서 축적한 감각은 생태·관광·연구시설로도 확장됐다. 국립생태원, 국립낙동강 생물자원관 등 대규모 관광·교육·연구시설은 준공이 끝이 아니라 운영까지가 끝이라는 점을 보여준다. 한미글로벌은 이런 프로젝트에서 운영 관점의 통합관리 경험을 축적하며 공공 공간의 완성도를 한 단계 끌어올렸다. 송도컨벤시아와 아트센터인천, 인천세계도시축전 기념관, 송도 U-CITY 홍보체험관 및 복합환승센터 등 집회·전시 분야 또한 방문객 동선·안전·운영 시나리오·설비 가동이 동시에 맞물리는 복합 운영형 시설이다. 다양한 이해관계자와 프로그램을 하나의 시스템으로 묶어 실제 운영이 흔들리지 않도록 조율하는 능력이 PM이었다.

숙박시설에서는 호텔 특유의 복합 조건이 시험대가 됐다. 여의도 메리어트(파크 스위트), 디큐브시티 쉼라톤, 해운대 파크 하얏트 부산, 마포 스탠포드호텔 코리아, 홀리데이 인 인천 등은 객실·연회·설비·운영동선이 얹혀 있어 작은 변수도 서비스 품질로 번진다. 나아가 리츠칼튼 서울, 노보텔 엠베서더 부산, 서울 팔레스, 그랜드 하얏트 서울의 객실·연회장 리모델링까지 수행하며, 영업과 공사가 공존하는 리뉴얼의 난이도를 관리 역량으로 흡수했다.

휴양·레저 분야도 방문객 만족과 운영 효율이 동시에 고려돼야 하는 공간이었다. 한미글로벌은 알펜시아 리조트, 제주 신화역사공원 리조트, BMW 드라이빙 센터, 사우스케이프 오너스 클럽 등 복합시설 수행이 이어지면서 한미글로벌은 준공을 넘어 오픈까지, 시설을 넘어 경험까지 책임지는 통합형 PM으로 대응했다.



물류 혁명의 한 가운데에서, 대형 물류센터 선점

2010년대 중반 무렵부터 온라인 커머스의 성장이 물류를 산업의 중심으로 끌어올렸다. 물류센터는 유통과 배송 경쟁을 떠받치는 핵심 기반이 됐다. 그리고 2020년대, 코로나19가 대면 소비를 비대면으로 급격히 전환시키면서 그 변화는 더 빠르게 확산됐다.

그 변화의 한복판에서 한미글로벌은 서울북합물류센터(동남권 물류단지)라는, 상징적 이정표가 될 만한 프로젝트를 수행했다. 당시 서울에 위치한 유일한 물류단지로 추진된 이 사업은 장지동 가든파인브 인근에 6개 동 규모의 대형 단지로 조성되며, 기존 2~3만 평급을 ‘대형’이라 부르던 기준을 단숨에 넘어섰다. 그만큼 이해관계를 조율하고, 일정과 비용과 품질을 끝까지 완주시키는 사업관리 역량이 요구되는 고난도 프로젝트에서 한미글로벌의 PM 역량이 발휘됐다. 이후 캔달스퀘어, 프로로지스와 같은 프로젝트를 통해 존재감을 키웠고, 물류센터 사업 분야는 한미글로벌의 중요한 성장축으로 자리 잡았다.

코로나19 이후에도 경기도 용인 처인구의 양지 유통업무설비 공동집배송센터, 시흥 정왕동 판매유통물류센터, GS홈쇼핑 신물류센터, 한국초저온 평택 오성 물류단지 등의 레퍼런스를 구축했고, 물류 인프라 시장의 성장 동력을 한미글로벌의 역량으로 연결해 왔다.

○ 한미글로벌이 PM을 수행한 도시정비사업
 용산 국제빌딩 주변 제4구역 도시환경정비사업
 용산 국제빌딩 주변 제5구역 도시환경정비사업
 방배5구역 재건축

도시정비사업에서 커지는 한미글로벌의 역할

한미글로벌이 새롭게 힘을 쓰고 있는 시장은 도시정비사업이다. 우크라이나 전쟁 이후 공급망 불안과 원자재 가격 급등이 공사비 상승으로 이어지면서, 정비사업 현장에서는 시공사와 조합 간 갈등이 빈번해졌다. 정비사업이 복잡한 이해관계와 공사비 갈등을 조정할 전문 관리 역량을 요구하는 영역으로 바뀌면서 PM의 역할 역시 빠르게 커지고 있다.

본래 한미글로벌은 설립 초기부터 도시정비사업에 적극적으로 뛰어들던 회사는 아니었다. 사옥·복합시설·인프라·하이테크 등 비주거 프로젝트를 중심으로 강점을 축적해왔고, 정비사업 분야에는 비교적 신중하게 접근해왔다. 그러다 2016년 용산4구역 재개발 PM 참여를 계기로, 도시정비사업에서도 PM이 사업성과와 투명성을 높일 수 있음을 확인하게 됐다.

용산에서 확인한 PM의 가치는 곧 시장의 신뢰로 이어졌다.

이후 용산5구역과 한남3구역·한남4구역, 압구정3구역에 이르기까지 도시정비 분야에서 한미글로벌의 영향력은 전방위로 확대 중이다. 도시정비사업의 ‘게임 체인저’가 공사비와 리스크를 통제하는 전문성으로 이동하는 가운데, 한미글로벌은 PM 솔루션을 앞세워 도시정비사업의 새로운 플레이어로 자리매김하고 있다.



브랜드와 금융을 결합한 운영형 디벨로퍼 실험

개발사업은 한국 부동산 시장에서 가장 변수가 많은 분야로 꼽힌다. 토지 매입 이후 인허가, PF 조달, 분양·임대 수요, 공사비와 공정까지 한 지점만 흔들려도 전체 사업이 흔들린다. 한미글로벌은 이 난제를 ‘시행의 감’이 아니라 ‘PM의 프로세스’로 풀 수 있다고 보고 개발사업으로 무대를 넓혔다.

원가·공정·품질·리스크 관리 역량을 기획·PF·설계·시공·분양·운영 전 주기의 앞단에 배치해 우발 변수를 예측 가능한 구조안으로 끌어들인다는 전략이었다.

진입 방식부터 치밀했다. 2003년 랜드마크디벨롭먼트(LMD)를 설립하여 개발 실행 주체를 분리했다. 본사 리스크 전이를 줄이면서도 개발사업 특유의 속도와 자율성을 확보하는 방식이었다. 출범 첫째, 서울 송파동 한진로즈힐레이크가 침체장에서도 3개월 만에 100% 분양을 기록하며 PM 기반 개발의 가능성을 빠르게 입증했다.

브랜드 전략은 2007년 ‘마에스트로’ 도입으로 본격화됐다.

○ 한미글로벌 자체 개발사업 주요 프로젝트
 서울대입구역 마에스트로
 방배 마에스트로 주상복합
 삼성동 마에스트로 (청년안심주택)
 위례 심포니아 (시니어 레지던스)

프로젝트 전체를 지휘한다는 의미를 서비스 품질의 약속으로 걸고, 2009년 말에는 이를 도시형 생활주택·오피스텔 상품 브랜드로 확장했다. 1~2인 가구 확대와 수익형 부동산 부상, 제도 변화로 역세권 소형 상품이 트렌드로 굳어지던 시기였다. 2010년 서울대입구역 마에스트로의 흥행을 시작으로 2011년 이대역·연신내역 등으로 확대했고, 단기간 완판 기록이 이어지며 ‘PM 회사의 개발’이라는 낯선 실험은 시장에서 주목을 받았다. 이어서 방배 마에스트로 주상복합 등으로 스케일을 키우며 기획력과 상품 설계력, 직접 시행·시공을 결합한 실행력을 강화했다.

2012년 을지로 비즈니스호텔 개발에서는 PFV를 세우고 브랜드·운영사·선매각·펀드·리츠 연계까지 엮어 개발·운영·매각의 흐름을 하나의 구조로 설계했다. PF 경색 리스크에 대응해 ‘CM-신탁형 건축자금지원대출’ 같은 대체 조달 모델을 구상하는 등 금융 구조까지 관리 범위에 넣었다.

2021년 7월 LMD는 사명을 한미글로벌D&I로 바꾸며 개발(Development)을 넘어 투자(Investment)로 확장 의지를 분명히 했다. 그리고 2024년에는 시니어 레지던스 브랜드 ‘심포니아’를 공개해 고령화라는 구조적 변화에 대응했다. 첫 사업인 위례 심포니아는 건강과 커뮤니티를 전면에 내세우며 거주와 생활 서비스를 결합한 운영 모델을 제시했다. 개발 구조를 플랫폼으로 확장해 온 한미글로벌의 다음 실험이 어디까지 이어질지 주목된다.

새로운 지평을 연 도전. 에너지·인프라 포트폴리오 구축

한미글로벌이 에너지 시장으로 향한 이유는 변동성이 큰 건축 시장의 흐름에만 기대지 않고, 안정적인 사회기반시설 분야에서 한미글로벌의 역량을 증명하기 위해서였다. 한미글로벌은 국내 공공시장에 곧장 뛰어드는 대신, 해외와 민간 프로젝트에서 먼저 실적을 만들고, 그 성과로 다음 도전을 여는 길을 택했다.

첫 이정표는 2012년 9월, 이라크 카бат 화력발전소 프로젝트였다. 아르빌 인근 300MW 중유발전소와 바지안 400kV 변전소 건설에서 한미글로벌은 발주처 대행 PM과 OE(Owner's Engineering) 역할을 맡았다. 단순히 일정과 비용을 관리하는 수준을 넘어, 발주처가 필요로 하는 기술적 판단과 리스크 관리까지 함께 책임졌다. 그 현장에서 한미글로벌은 해외 발전 분야에서 그 이름을 분명히 새겼다.

이 경험은 다음 단계로 이어졌다. 2014년 파푸아뉴기니 디젤 발전 사업, 2015년 미얀마 가스발전소 PM 용역, 일본 도조 태양광발전사업 33MW, 일본 키리시마 태양광발전사업 PM 등의 수주로 레퍼런스를 확보했다.

해외에서 축적한 경험은 마침내 국내 시장으로 이어졌다. 2016년 고성그린파워 화력발전소에서 한미글로벌은 품질·안전·공정을 책임지며 국내 발전소 PM 경쟁력을 입증했다.

해외에서 만들어낸 레퍼런스가 국내 수주로 전환되고, 국내에서 완성한 성과가 다시 포트폴리오를 단단하게 하는 선순환이 시작된 것이다.

신재생에너지 분야에서도 2014년 제주 가시리 풍력 발전사업을 통해 풍력 PM에 진입했고, 같은 해 서울 고덕 20MW급 연료전지 발전시설에서는 실시설계부터 착공, 시운전까지 전 공정을 관리했다. 울산 2.8MW급 연료전지 사업에서는 EPC 성격의 역할까지 맡으며 토털 솔루션 가능성도 열었다.

2020년대에는 육상풍력·태양광에서 해상풍력으로 무게중심을 옮겼다.

한미글로벌은 전남해상풍력, 제주한림해상풍력 등에서 경험을 누적했고, 국내 최대급으로 거론되는 낙월해상풍력 364MW급 프로젝트로 확장하며, 단순 PM을 넘어 OE(Owner's Engineering) 역할까지 포함한 고도화된 스코프를 소화해냈다. 한미글로벌의 에너지·인프라 사업은 한미글로벌의 다음 10년을 떠받칠 두 번째 성장곡선으로 뿌리를 내리고 있다.

민자항만에서 G2G 공항까지, 문제해결형 PM 기반 인프라 수출

인프라(SOC) 사업은 규모가 크고 기간이 길다. 공익성과 경제성이라는 두 개의 목표를 동시에 맞춰야 한다. 그래서 인프라는 ‘시공’만으로는 완성되지 않는다. 프로젝트의 성공은 기획·설계·조달·시공·시운전·유지관리로 이어지는 전 과정에서 비용·일정·품질·안전·리스크를 얼마나 일관되게 통합 관리하느냐에 달려 있었다. 그래서 한미글로벌은 인프라 사업을 ‘문제 해결형 PM’의 영역으로 규정해 왔다.

출발점은 1997년 부산신항만 사업이다. 당시 국내에서 설계 단계부터 PM을 투입하는 사례는 극히 드물었지만, 이 사업을 통해 쌓인 신뢰는 추가 계약으로 이어졌다. 부산신항만에서 체득한 통합 관리 원칙은 항만·터미널을 넘어 조선소, 산업단지, 수처리, 공항 등으로 확장됐다. 부산 북항 국제여객터미널에서는 PMIS 통합 관리를 ‘종합상황실’처럼 운영하고 BIM 기반 검토를 결합해 인터페이스·설계 변경 리스크를 줄이며 완성도를 끌어올렸다.

공공 중심 SOC 시장의 관행과 예산 제약은 PM 확장의 장벽이었지만, 한미글로벌은 민간투자자·개발자 측 기술자문과 민자개발 PM으로 우회하며 경험치를 축적했다.

2000년대 첨단 제조업이 부상하는 가운데 한미글로벌은 아산 디스플레이시티(탕정 일반산업단지)에서는 ‘단지조성+제조시설 구축’ 결합 모델을 구축하며 외연을 넓혔다. 해외로 시야를 넓히면 오만 두름, 말레이시아 조호르바루, 미국 LA 롱비치 등 항만·조선 인프라 경험이 축적됐고, 2019년 페루 친체로 국제공항 PMO(G2G) 계약으로 해외 인프라 PMO 단계에 올라섰다. 2024년부터는 쿠웨이트 압둘라 신도시의 택지·기반시설 조성 PM을 수행하며 도시 단위로 관리 범위를 확장하고 있다.

반도체·배터리·바이오, 하이테크로 증명한 PM의 힘

한미글로벌의 경쟁력은 하이테크에서 가장 돋보인다. 반도체·이차전지·바이오 등 첨단 제조시설 프로젝트는 공정·품질·원가·안전은 물론 시운전까지 전 과정을 정밀하게 통제해야 하는 고난도 영역이다. 고객사가 만드는 제품의 스펙트럼이 넓어 질수록 공장 건설이 요구하는 기술 수준과 리스크 관리 범위도 함께 커진다. 한미글로벌은 반도체와 디스플레이, 가전 완제품, 휴대폰 부품 등 고객사의 제조 플랜트 변화 흐름과 함께 하면서 다양한 제조 플랜트를 다루는 PM이라는 정체성을 구축해 왔다.

하이테크 분야에서 한미글로벌의 뚜렷한 출발점은 삼성전자 반도체 프로젝트다. 화성에서 시작된 경험은 평택에서 본격화됐고, 현재 평택 4공장에 이르기까지 긴밀한 협력을 이어오고 있다.

삼성전자와의 협력을 중심축으로, SK하이닉스가 2020년대 이천·청주 등에서 투자를 가속화하는 국면에서 한미글로벌은 협력 범위를 넓히며 역량을 다시 한 번 증명하고 있다.

이차전지 분야에서는 LG화학과 LG에너지솔루션과 함께, 특히 해외 현장에서 동반 수행을 통해 레퍼런스를 확장해 왔다. 삼성 SDI 역시 2000년 탕정산업단지 조성사업(현 아산 디스플레이 시티) 참여 이후 연속성 있는 신뢰를 축적해 온 핵심 고객사로 자리 잡았다.

팬데믹 이후 해외 공장 건설이 재가동되고 공급망 재편이 본격화되는 흐름 속에서 미국에서는 2022년 전후 이차전지·반도체 투자가 급증하는 과정에서 굵직한 현장을 수행하며 레퍼런스를 빠르게 축적했고, 유럽에서도 폴란드·헝가리를 중심으로 배터리 소재·생산시설 투자가 집중되는 흐름 속에서 교두보를 다졌다.

한미글로벌의 대표 프로젝트



서울월드컵경기장 (2001년)



부산 신세계 센텀 UEC (2009년)



싱가포르 마리나베이샌즈호텔 (2010년)



삼성전자 평택캠퍼스 (진행 중)



SK하이닉스 청주 공장 (2008년)



LG 사이언스파크 (2017년)



평창 알펜시아 리조트 (2010년)



해운대 아이파크&두산 위브더제니스 (2011년)



사우스 케이프 오너스클럽 (2013년)



영국 세아윈드 모노파일 공장 (진행 중)



하나금융그룹 통합데이터센터 (2017년)



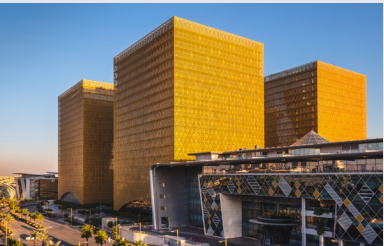
제주 드림타워 (2020년)



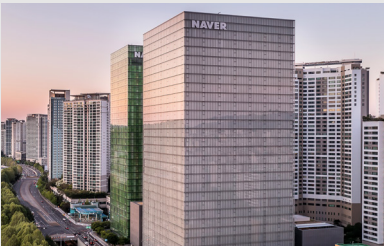
네이버 데이터센터 각 춘천 (2013년)



국립생태원 (2013년)



사우디 리야드 디지털시티 (2015년)



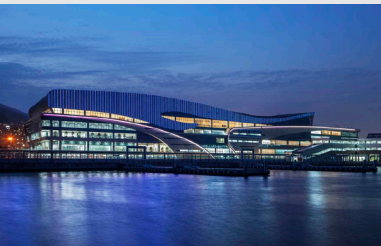
네이버 1784 (2021년)



고성하이 화력발전소 (2021년)



제주 한림 해상 풍력발전단지 (2024년)



부산항 국제여객터미널 (2015년)



스타필드 하남 (2016년)



롯데월드타워 (2017년)



서울대 해동첨단공학관 (2024년)



부산 신항만 컨테이너 터미널 (2025년)



영남 태양광·풍력 발전소 (2020년)

차세대 성장 엔진, 미래사업군

네이버 데이터센터
'각 세종'



필수 인프라가 된 데이터센터

AI가 불러온 연산 수요의 폭증은 데이터센터를 건설 신사업의 중심으로 끌어올렸다. 2023년 전후 생성형 인공지능이 산업 전반으로 확산되면서 기존 데이터 처리 인프라만으로는 급증하는 트래픽과 연산량을 감당하기 어려워졌다. 코로나19 이후 비대면 소비와 온라인 유통이 일상화되며 디지털 트래픽이 구조적으로 늘어난 흐름도 수요를 떠받쳤다.

수요 확대는 곧바로 난이도 상승으로 이어졌다. 처리해야 할 정보량이 늘면서 서버 사양이 고급화됐고, 전력 소모와 발열이 급증했다. 이제 데이터센터의 경쟁력은 건축의 외형보다 냉각·전력·설비 시스템을 얼마나 안정적으로 구현하느냐에 달려 있다. 연면적과 사업비가 과거와 비교하기 어려울 만큼 커지면서, 데이터센터는 '특수시설'이라는 말로는 부족한 초고난도 인프라로 변했다.

최근에는 자산운용사와 투자사 등 민간자본이 참여하는 상업

용 데이터센터가 빠르게 늘고 있다. 데이터센터가 금융상품과 결합한 투자 프로젝트로 확장되면서 공사비를 얼마나 줄이고 공기를 얼마나 단축하느냐가 손익으로 환산되는 시장이 됐다.

이 변화의 흐름에서 한미글로벌은 데이터센터 분야에서 선도적 위치를 공고히 해왔다.

네이버의 첫 데이터센터 '각 춘천' 프로젝트 PM 수행을 시작으로 '각 세종' 등 후속 프로젝트에서도 PM 업무를 맡으며 레퍼런스를 축적했다. 금융권 데이터센터(신한은행, 하나금융그룹 통합데이터센터 등)와 상업용 데이터센터(고양 향동, 부천 춘의동 등) 수행 경험이 더해지며 국내 최다 수준의 데이터센터 PM 수행 이력으로 이어지고 있다.

원전 PM, '첫 레퍼런스'가 여는 다음 시장

한미글로벌은 2025년 6월 한국수력원자력(KHNP)과 계약을 맺고 루마니아 체르나보다 원자력발전소 1호기 설비개선 사업의 인프라 건설 부문 PM 용역을 수주했다.

체르나보다 1호기는 1996년 상업운전을 시작한 706MW급 중수로형 원전이다. 이번 사업은 노후 기기 교체 등 설비개선을 통해 수명을 30년 연장하고, 2030년부터 계속운전을 가능하게 하는 데 목표가 맞춰졌다. 수명연장 프로젝트는 신규 건설과 달리 기존 설비의 상태와 운전 이력, 정지 기간의 제약, 규제 요구조건이라는 현실의 조건 속에서 진행된다. 작은 변경도 문서화와 검증을 거쳐 공식화돼야 하며, 공정 간 연계성이 높아 일정 관리의 난도가 급격히 올라간다.

이 계약이 첫 해외 원전 PM이라는 상징을 넘어, 원전 산업에서 PM이 왜 핵심 가치로 부상하는지를 보여주는 사례로 평가되는 이유이기도 하다.

노후 원전이 개선과 연장의 단계로 진입하면서 설비개선 시장은 커질 전망이다. 차세대 흐름인 SMR도 새로운 수요를 만들 가능성이 있다. 한미글로벌은 체르나보다 1호기를 교두보로 유령을 넘어 더 넓은 시장으로 원전 PM의 길을 열어갈 계획이다.

GLOBAL

한미글로벌의 글로벌 진출은 단순한 외연 확장이 아니었다. 국내에 안주하지 않고, 낯선 시장과 다른 규칙 속으로 스스로를 던진 선택이었다.

한국 PM 기업이 해외에서 글로벌 선진기업과 경쟁한다는 것은 전례도, 정답도 없는 길이었다. ‘한국의 방식’을 수출하는 일이 아니라 각 지역의 법과 문화, 산업 구조에 맞게 다시 배우고, 다시 설계하는 과정이었다. 특히 한미글로벌은 글로벌 역량을 내부 성장에만 의존하지 않았다.

현지 기업과의 협업과 전략적 M&A를 통해 외부의 전문성과 경험을 적극적으로 흡수하는 방식을 선택했다. 한미글로벌의 저력은 가능성이 높은 시장만을 선별하는 데서 나오지 않는다. 불확실성이 큰 환경에서도 ‘될 만한 곳’만을 택하는 계산이 아닌, 가능성이 낮아 보이는 시장에서도 끝까지 구조를 만들어내는 집요함에 있다. 지금도 여전히, 진정한 글로벌 기업으로 진화하기 위한 조건을 스스로에게 묻고 있다.

세계를 무대로 ‘글로벌 톱10’에 오르다



싱가포르 마리나 베이 샌즈 호텔

한미글로벌은 창립 당시부터 글로벌 기업을 목표로 했다. 설립 초기 ‘글로벌 톱10’이라는 말이 처음 언급됐을 때, 그것은 목표라기보다 구호에 가까웠다. “우리가 무슨 역량으로 해외에 나가나”고 내부에서도 고개를 저었다. 게다가 합작파트너사의 반대는 강경했다. 양사가 글로벌 시장에서 경쟁을 벌여야 했기 때문이다.

하지만 한미글로벌은 결론을 내렸다.

성장은 선택이 아니라 생존이라고.
우리의 무대는 국내가 아니라
세계여야 한다고.

그리고 그 결론을 실행하기 위해서라면, 오랜 관계도 기꺼이 내려놓을 수 있다고. 세계로 나가는 길목에서 양사는 결별의 아픔을 받아들여야 했다.

첫발은 중국이었다. 문을 박차고 들어가기보다는 문 옆 틈으로 몸을 밀어넣는 방식에 가까웠다. 로컬 시장을 단번에 뚫는 정면승부 대신, 국내 고객사와 동반 진출을 택했다. 순수 글로벌이라고 부르기엔 미흡했을지 모른다. 그러나 해외에서 ‘내 고객’을 당장 만들어내기 어려운 기업에게 그 선택은 현실의 설계도였다.

다음 무대는 KOICA였다. 규모는 크지 않을 수도 있었다. 하지만 KOICA 프로젝트는 다국가 운영 능력이라는 자산을 남겼다. 국경을 넘으면 날씨가 바뀌고, 관행이 달라지고, 언어가 뒤바뀌었다.

한미글로벌은 그 시행착오 속에서 배웠다.

현장에 맞춰 원칙과 절차를 조정하는 힘, 일정과 품질과 예산을 서로 다른 조건 속에서도 끝까지 맞춰내는 힘. 무엇보다 KOICA는 해외 진출국의 저변을 넓혀주는 통로였다. 지도 위의 점들이 하나둘 선처럼 이어지기 시작했다.

중동. 모래바람이 불어오는 땅에서 한미글로벌은 처음으로 ‘내 고객’을 만들기 시작했다. 국내 고객사를 따라간 동반 진출이 아니라, 현지 발주처와 직접 계약하고, 결과로 직접 평가받는 구조가 서서히 자리잡았다. 사우디 법인을 세우고, 스스로 수주하고, 스스로를 증명했다.

“한미글로벌은 해외에서도 통한다.”
한미글로벌은 비로소 확신을 얻었다.

2010년대 들어서 한미글로벌은
속도를 올리기로 했다.

글로벌 톱10의 시간표를 앞당기기 위해 M&A라는 엔진에 시동을 걸었다. 2011년 미국 종합엔지니어링 기업 오택(OTAK) 인수는 그 출발점이었다. 현지 거점과 인력, 네트워크를 한 번에 확보하는 방식이었다. 오택은 이후 미국 현지 기업에 대한 추가 인수와 통합을 이어가는 발판이 되어 한미글로벌의 미국 시장 확장을 이끄는 거점 역할을 했다. 그리고 유럽 진출은 또 다른



사우디 메카 자발 오마르(Jabal Omar) 프로젝트

의미의 확장이었다. 글로벌 수준의 전문성과 프로젝트 수행 역량, 현지 네트워크를 더욱 정교하게 짜는 과정에 가까웠다.

이러한 과정에는 수익이 나지 않는 시기가 부득이 수반됐다. 성과가 보이지 않는 오랜 인고의 시기가 찾아왔다. 버티고 또 버티는 동안, 해외는 투자가 아니라 출혈처럼 느껴지기도 했다. 그럼에도 한미글로벌이 쉽게 현지를 떠나지 않았던 이유는 PM 사업의 특성 때문이었다. PM은 프로젝트 한 건으로 끝나는 사업이 아니라, 현지에서 관계와 신뢰를 꾸준히 쌓아야 다음 기회로 이어질 수 있었기 때문이다. 2020년대 초부터 20여 년의 시간 동안 한미글로벌은 수익성이 당장 맞지 않더라도 현지 인력과 법인을 유지하며 장기적인 관점에서 해외 시장에 뿌리를 내려갔다.

그리고 2020년대는 폭발적 성장의 시기로 다가왔다. 마침내 축적된 자산이 서로를 밀어올리기 시작했다. 중동에서 쌓아올린 신뢰, 미국에서 확보한 플랫폼, 유럽에서 보강한 전문성. 이 세 축이 맞물리며 숫자가 달라졌다. 매출이 가파르게 뛰었고 마침내 한미글로벌은 글로벌 톱10에 올라섰다.



2008년에 더 베네치안 마카오 리조트 PM 용역 수주. 이 프로젝트는 국내 고객사와의 동반 진출이 아닌, 외국 발주처와 직접 계약한 첫 사례였다.

상하이의 작은 사무소가 ‘브랜드’를 만들기까지

2000년대 초 중국은 세계 최대의 건설현장이었다. 공사가 도시를 바꾸고, 산업이 그 변화를 지속시켰다. 개발은 속도를 요구하고 있었다. 또한 2008년 베이징 올림픽을 앞두고 역사적인 카운트다운이 눈앞으로 다가오고 있었다.

2002년, 상하이에 대표 연락사무소가 열렸다. 간판은 작았고, 조직은 더 작았다. 그곳에서 현지 실사를 돌며 지형을 익히고, 현지 기업과 제휴를 통해 로컬 정보를 흡수했다. 2003년 상하이 대표사무소를 마침내 현지 법인(WFOE)으로 승격 인가를 받는다. 당시 명칭으로는 ‘한미파슨스 컨설팅(상해)유한회사’. 이 이름은 곧 해외 1호 법인이라는 표기가 됐다.

중국을 이제 잠깐 다녀오는 시장이 아니라, 살아남아야 하는 시장으로 성격이 바뀌었다.

중국은 외국 PM 업체에 우호적이지 않았다. 한미글로벌은 먼저 안전벨트를 맸다. 삼성, 아모레퍼시픽, 포스코. 검증된 고객사와 함께 움직이며 현지 생태계에 스며들었다. 동반 진출은 낯선 시장에서 첫 신뢰를 확보하는 가장 빠른 방식이었다.

2003년 2월, 중국 선전에서 전화가 걸려왔다. 삼성코닝 증설 PM을 맡아달라는 요청이었다. 기회는 왔지만 조건은 만만치 않았다. 시간은 촉박했고, 규모는 압도적이었다. 세계 최대 용량의 유리용해로 430톤. 숫자만으로도 현장은 긴장했다. 여기에 변수가 더해졌다. 사스(SARS)가 확산되며 출입이 까다로워졌고 협력업체 인력은 줄었다. 설상가상으로 태풍이라는 변수까지 얹혀졌다. 한미글로벌이 위생 안전 프로토콜을 다시 세우고, 공정 체인을 재배열했다. 현장은 매일 업데이트되는 전장의 지도 같았다. 결과는 놀라웠다. 예정보다 4.5개월 앞당겨 화입식을 성사시켰다.

신뢰가 생기자,
다음 일들은 물처럼 이어졌다.

한샘의 북경 공장, 마카오의 베네치안 카지노. 첫 계약은 두 번째 계약을 가져왔고, 두 번째 계약은 세 번째 계약을 끌고왔다. 선전 이후 포트폴리오도 확장됐다. 현지 발주처의 호텔 PM과 상해한국학교 프로젝트 등 사업 영역도 점차 확대됐다. 산업시설에서 상업시설로, 상업시설에서 교육시설로, 한미글로벌의 프로젝트 경험과 역량은 한 단계씩 넓어져갔다.

2010년대 한미글로벌은 중국을 핵심 거점으로 사업을 고도화하기 시작했다. 디자인빌드와 인테리어 분야 확장을 위한 기반을 마련하고, 서부개발 정책 흐름에 맞춰 충칭(중경)까지 활동 반경을 넓혔다. 한미글로벌은 2010년대 중국 내 외국계 PM 전문기업 가운데 최대 규모의 인력과 매출을 기록했다.

중국 법인 직원들이 ‘베이징(北京) 한미글로벌(韩美顾乐博) 파이팅(加油)’이라는 문구를 들어올리며 팀워크를 다지는 장면.



글로벌 PM의 길을 연 KOICA 원조사업

2003년, 한미글로벌에 전화 한 통이 걸려왔다. KOICA 실무자였다. 목소리는 조심스러웠지만 질문은 분명했다. “원조사업에 PM을 접목하는 방안을 검토 중인데, 시간을 내서 좀 설명해주시실 수 있을까요?” 이 전화 한 통으로 한미글로벌의 해외 진출 지도가 바뀌었다.

중국이라는 첫 시험무대가
대륙으로 향하는 길을 열고 있었다면,
KOICA는 그 길을 세계 여러 나라로
뻗어나가게 만드는 고속도로였다.

당시 KOICA는 개발도상국에서 무상원조 사업을 수행하고 있었지만, 프로젝트 착수부터 준공까지 한 줄로 꿰어 관리하는 체계가 충분하지 않았다. 필요할 때 파견되는 건축 전문가가 그때그때 바뀌었고, 지속적으로 사업을 끌고가야 하는 KOICA 담당자는 건축 전문성이 부족한 경우가 많았다. 그래서 현장

KOICA 사업, 필리핀 직업훈련원



은 타당성조사 따로, 설계 따로, 공사 따로, 분절된 프로젝트가 반복됐다. 설계를 마친 뒤 입찰을 열어보면 예산을 크게 초과하는 일이 비일비재했고, 공사 단계에서는 공정과 품질을 정교하게 통제하지 못해 지연과 품질 저하가 누적됐다. 그 누적은 결국 KOICA의 대외 신뢰를 흔드는 문제로까지 이어질 수도 있었다.

KOICA가 그때 떠올린 대안이 PM이었다.
원조사업을 관리라는 기술로
완성하려는 시도였다.

한미글로벌의 대응은 빨랐다. 전화를 받자마자 KOICA라는 발주기관의 역할과 업무 구조부터 해부했다. 그리고 공공기관 발주에서의 PM이라는 실행 설계도를 준비했다. PM 적용 시 장점과 기대효과, 도입 시 예상되는 입찰 방식과 절차, 낙찰자 선정 및 평가구조, 해외 사례, 공공발주에 필요한 법률적 근거 자료. 이 모든 것을 꼼꼼히 정리해 KOICA 실무자 앞에 올려놓았고, 약 세 시간에 걸친 회의가 이어졌다.

2003년 KOICA는 PM 도입을 승인했고,
첫 사례로 3개국 프로젝트를 동시에
PM 방식으로 발주했다.
그리고 같은 해 10월, 한미글로벌은
3개 프로젝트의 PM 용역을
모두 수주했다.

필리핀 직업훈련원(민다나오 다바오), 인도네시아 스포츠교류센터(자카르타 근교), 과테말라 기술교육훈련원(싸까빠 등)이 그것으로, 중국에 쏠려 있던 해외 활동 권역이 동남아와 중남미로 한 번에 확장됐고, KOICA가 매년 집행하는 수백억 원 규모의 원조 포트폴리오에 지속적으로 참여할 수 있는 출입구가 열렸다. 한미글로벌의 KOICA 사업은 빠르게 확장되기 시작했다.

2004년 11월 3일 필리핀 현지에서 KOICA 총재 및 관계자들과 회의



KOICA 사업, 요르단 청각학교





사우디 리야드 디지털시티(ITCC) 전경

중동에서 ‘체급’을 한 단계 올리다

2006년 한미글로벌은 창립 10주년 기념식에서 ‘글로벌 톱10’ 비전을 공식 선언했다. 이를 현실로 만들기 위해서는 치열한 링으로 들어가야만 했다. 그렇게 고른 곳이 중동이었다. 글로벌 톱 10 비전을 발표한 이듬해인 2007년 두바이에 첫 거점을 세웠고, 이후 2008년 사우디아라비아, 2009년 아부다비로 사업 기반을 연이어 확장해 나갔다.

중동은 이미 서구의 선도 PM사들이 깃발을 꽂고 있었고, 발주자들의 눈높이 역시 선진국 수준의 성과물 완성도와 관리 역량에 맞춰져 있었다.

한미글로벌은
그 기준을 피해가지 않았다.
애초에 선진국형 발주자의 눈높이를
우리 기준으로 가져오는 것에
정면으로 도전했다.
중동에서 체급을 키우겠다면,
체급이 큰 선수들과 같은 규칙으로
싸워야 했다.

2008년 사우디 리야드 디지털시티(ITCC) PM 수주. 한국 기업이 중동에서 대형 개발 프로젝트 PM을 수주한 첫 사례로, 이 계약은 글로벌 선도사들이 장악해 온 고부가가치 컨설팅 시장에서 한미글로벌이 실적을 확보하는 하나의 사건이었다.

2009년은 한미글로벌의 체급이 달라졌음을 증명한 해였다. 사우디 동부지방정부(ERM)의 대규모 인프라·환경개선 PM을 수주하면서, 한 번에 65개 사업을 포트폴리오 단위로 묶어 관리하는 경험이 열렸다. 회사의 몸집이 커지는 소리가 들리는 것 같았다. 같은 시기 오만 드라이도크 PM 수주로 산업·항만·관광이 섞인 복합 개발까지 외연을 늘렸다. 2012년 이라크 화력발전소·변전소 건설사업 OES 계약. 2014년에는 사우디 제다 포시즌스 호텔 PM을 따내며 글로벌 PM사들과 경쟁하는 장에서 높아진 입지를 확인했다.

이라크 카бат 화력발전소 PM 현장





사우디 로선 주택단지 PM 현장

2017년 한미글로벌은 사우디 국영 최대 부동산 개발회사 알 아카리아(Al Akaria)와 합작해 '알 아카리아 한미(Al Akaria Hanmi)'를 설립한다.

로컬 기준에 준하는 자격과 네트워크를 확보하는 선택이었다. 합작법인인 2018년 웨디안 신도시 PMO 용역을 수주하며 곧바로 성과를 냈다. 이어 리야드·제다 지역 13개 프로젝트를 묶는 총괄 건설사업관리까지 잇따라 확보했다.

2020년대, 중동은 '기가 프로젝트' 시대로 들어섰다. 2021년 한미글로벌은 네옴(NEOM) 더 라인 특별총괄프로그램관리(ePMO)를 수주하며 그 무대에 합류했다.

이후 디리야 개발, 로선 주택단지, 네옴 관련 추가 용역까지 포트폴리오를 확장했다. 2023년 말에는 쿠웨이트 압둘라 신도시 조성 PM을 수주하며 아랍국가 국제 경제협력체인 GCC(걸프 협력회의) 권역 확대에도 시동을 걸었다. 2024년에는 사우디 RHQ(중동지역본부)를 설립하면서 수주가 아니라 역내 운영의 단계로 전략을 또 한 번 진화시켰다.

‘넘사벽’ 미국 시장에서 입지 굳히기

미국 시장은 한국 기업들에게 늘 이른바 ‘넘사벽(넘을 수 없는 사차원의 벽)’이었다. 한미글로벌이 그 벽 앞에 섰던 건 2011년이었다. 이 해에 한미글로벌은 미국 종합 엔지니어링 회사 오택(OTAK)을 품었다. 겉으로는 해외 진출로 보였지만, 실은 해외에 뿌리를 내리는 방식이었다.

오택 인수는 두 가지를 동시에 가져왔다. 미국 엔지니어링 역량을 보완하고, 현지 네트워크와 실적을 한 번에 확보하는 것.

오택은 곧 한미글로벌의 주력 해외 자회사로 자리잡았고, 미국의 공공 인프라 투자 확대 흐름과 맞물리며 성장의 발판이 됐다. 미국 시장은 여전히 벽이 높았지만, 이제는 벽을 바라보는 게 아니라 벽 안쪽에 거점을 하나 가진 상태가 됐다. 2017년부터 한미글로벌은 오택을 전진기지로 삼아 추가 인수에 나섰다. 2017년 공공건축 분야 PM 전문기업 데이씨피엠(DAY CPM)을 인수하였고, 2022년 PM 기업 타르 휘트먼 그룹(TWG)을 인수하며 조직을 강화했다. 이후 고객층과 사업 영역을 지속적으로 확대하며 미국을 해외 사업 성장의 핵심 거점으로 키워 나갔다.

2020년대 들어 글로벌 공급망 재편과 함께 반도체·배터리 산업 경쟁이 본격화되자, 한미글로벌이 축적해 온 하이테크 역량은 북미 시장에서 더욱 빛을 발했다.

특히 국내 기업들의 대규모 북미 투자가 활발해진 것은 결정적인 기회가 됐다. 한미글로벌은 LG화학 테네시 양극재 공장, 현대자동차그룹-LG에너지솔루션 합작 조지아 HL GA 배터리 공장 등 굵직한 첨단 하이테크 프로젝트의 PM을 수행하며 존 재감을 각인시켰다. 2024년에는 SK하이닉스 인디애나 HBM 프로젝트에서 초기 In house PM 역할로 시작해 Full PM 체계로 수행 범위를 확대하는 쾌거를 이뤘다. 이는 미국 시장에서 프로젝트 전반을 통합 관리할 수 있는 한미글로벌의 역량과 신뢰도를 입증한 대표적 사례였다. 이처럼 미국 현장에서 성과가 탄탄히 쌓이면서, 북미 진출을 추진하는 국내 투자사들이 PM 파트너로 한미글로벌을 찾는 선순환도 만들어졌다.

2024년, 한미글로벌은 해외 실적 가운데 51%가 미국에서 발생했다. 오택이 꾸준히 성과를 내면서 한미글로벌은 10년 만에 해외 시장에서 5배 가까운 매출 성장을 만들어냈다.

한미글로벌은 미국을 최대 성장축으로 키워 나가고 있다. 앞으로의 환경도 한미글로벌에 우호적인 국면이다. 데이터센터 같은 하이테크 시설 투자, 반도체·배터리 등 제조시설 확대, 전력·송전망, 교통 인프라 수요 증가 등 미국 정부의 규제 완화와 인허가 속도전 기조가 강화된다면, 프로젝트 착공이 앞당겨질 수도 있다. 이 경우 사업 실적을 보유하고 있고, 현장에 실행 조직이 이미 있는 기업이 유리하다. 지금 미국은 더 이상 먼 목표가 아니라, 한미글로벌 성장 스토리의 가장 큰 동력으로 부상하고 있다.

영국을 거점으로, 유럽 PM 시장 공략

세아윈드 모노파일 공장은 세계 최대 규모의 해상풍력 모노파일 제조 공장으로, 한미글로벌은 영국 자회사 K2와 함께 이 사업의 PM을 수행하고 있다.
사진은 영국 찰스 3세 국왕이 공장 및 제조시설 시찰을 위해 현장을 방문한 모습.



2010년 한미글로벌은 영국의 터너애타운젠드(Turner & Townsend)와 합작법인을 설립한다. 그 선택은 유럽에 사무소 하나를 여는 정도의 의미가 아니었다. 국내에서 강점을 쌓아온 설계·시공·감리 중심 역량에 비해 상대적으로 약했던 QS(사업 비관리)와 엔지니어링 서비스를, 가장 성숙한 시장에서 가장 검증된 방식으로 보완하겠다는 계산이었다.

유럽에서 속도가 붙은 것은 2019년이였다. 한미글로벌은 영국의 건설·부동산 컨설팅 기업 K2를 인수한다. K2는 PM·CM뿐 아니라 프로젝트 플래닝, QS, DM(부동산 개발관리)까지 갖춘 ‘풀 라인업’ 컨설팅 회사였다. 이 인수를 통해 한미글로벌은 단순히 영국 내 프로젝트를 수주하는 수준을 넘어, 영국을 거점으로 유럽 전역까지 사업 영역을 확장할 수 있는 구조를 확보했다.

K2는 또 하나의 숨은 통로였다. 영국과 중동 사이에 이미 굵직한 네트워크를 갖고 있던 만큼, 한미글로벌이 공을 들여온 사우디·중동 프로젝트와 자연스럽게 연동될 수 있었다. 영국이 유럽의 관문이라면, K2는 영국과 중동을 잇는 연결부였다.

2019년 K2가 첫 단추였다면,
2022년의 위커사임 인수는
그 단추를 단단히 여미는 과정이었다.

위커사임은 맨체스터를 거점으로 PM·원가관리·건축설계관리 서비스를 제공해 왔고, 건축뿐 아니라 에너지 프로젝트 경험도 갖춘 회사였다. 이로써 한미글로벌은 영국에서 두 개의 엔진을 갖게 되었다. 런던 중심의 네트워크와 맨체스터 기반의 실행력이라는.

동유럽은 또 다른 의미를 더했다. 2022년 한미글로벌은 SK넥실리스 폴란드 동박 공장건설 프로젝트에서 PM 용역을 수주해 전 과정을 수행하면서 유럽 이차전지 밸류체인 투자 확대 흐름에 보폭을 맞췄다. 2025년에는 루마니아 체르나보다 원자력발전소 1호기 설비개선 PM 계약 체결로 해외 원전 시장에 첫 진출한다. 유럽이 부동산·건설에 머물지 않고, 에너지·인프라 영역으로 확장될 수 있다는 신호였다. 2020년대 들어 영국 법인의 매출이 증가하며 유럽 거점의 성장 기대감도 커지고 있다.

한미글로벌이 유럽에서 그려가는 지도는
아직 완성본이 아니다.

유럽 곳곳에 투자 거점을 늘려가는 한국 배터리·철강 기업들의 동행 파트너 역할, 영국의 원전·재생에너지 확대 기조가 만드는 에너지 인프라 프로젝트, 폴란드법인을 통한 우크라이나 전후 재건 참여 가능성까지, 유럽은 한미글로벌 포트폴리오의 다음 성장축으로 추진력을 얻고 있다.

SOCIAL RESPONSIBILITY

한미글로벌은 기업의 존재 이유를 단순한 이윤 창출을 넘어 공동체와의 상생에서 찾아왔다. 설립 초기부터 기부를 제도화하고 전 구성원이 나눔의 주체로 참여하는 문화를 구축한 것은, 성장의 결실을 사회와 나누는 것이 기업의 당연한 책무라는 확고한 믿음이 있었기 때문이다. 이러한 나눔의 내재화는 한미글로벌을 지탱하는 고유한 조직문화로 자리 잡았다.

나아가 한미글로벌의 시선은 우리 사회의 구조적 과제로 확장됐다. 저출생과 인구 위기를 연구하는 한반도미래인구연구원, 건설 혁신을 이끄는 건설산업비전포럼, 지식과 경험을 미래 세대에게 환원하는 다양한 활동을 통해 사회적 책임을 실천해왔다.

이는 한미글로벌이 사회와 함께 내일을 설계하는 지속 가능한 상생의 주체로 나아가게 하는 중요한 기반이 되고 있다.



사회복지법인 ‘따뜻한동행’

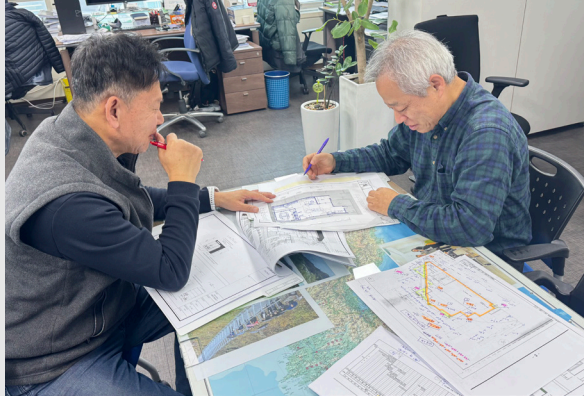
한미글로벌은 설립 초기부터 구성원이 매달 급여의 1%를 기부하면 회사가 그 금액의 두 배를 추가 지원하는 ‘더블 매칭 그랜트’ 방식으로 기부 문화를 제도화해왔다. 이 구조는 구성원의 자발적 참여를 기반으로 하되, 회사가 추가 지원을 통해 책임을 제도적으로 확정하는 방식이다. 이런 재원 구조를 바탕으로 기부는 특별한 결심이 아닌 매달 이어지는 조직의 문화로 자리 잡았고, 따뜻한동행의 핵심 사업을 장기적으로 뒷받침하는 기반이 되어 왔다.



사회공헌은 최고경영자가 위원장을 맡는 사회공헌위원회를 중심으로 기획-조정-실행 거버넌스를 구축해 운영하고 있다. 사회공헌위원회에는 사원부터 임원에 이르기까지 다양한 구성원이 참여하며, 활동처 리더 역할 수행, 협력기관과의 조율, 프로그램 기획 및 실행 관리 등 사회공헌 운영 전반을 담당하고 있다. 이는 사회공헌을 특정 부서의 역할로 한정하지 않고, 전사가 함께 만들어가는 과제로 확장하는 데 밑거름이 되었다. 2010년 설립된 사회복지법인 ‘따뜻한동행’은 장애 없는 따뜻한 세상을 만들어가기 위해 출범했다.

한미글로벌은 따뜻한동행을 사회공헌의 미션 파트너로 삼아 긴밀한 협력을 이어오고 있으며, 이를 중심으로 사회공헌활동을 체계화해 전문성과 지속가능성을 갖춘 대표 사회공헌사업으로 발전시켜 나가고 있다.

따뜻한동행 운영 시설



설계 검토 업무

건축사사무소 따뜻한동행㈜

건축사사무소 따뜻한동행은 건축을 통해 사람과 지역사회를 연결하고 모두가 안전하고 편리하게 이용할 수 있는 공간을 조성함으로써 사회적 가치를 확산하는 건축 전문 사회적기업이다. 2013년 따뜻한동행의 복지시설 환경개선 사업 수행 조직이 독립 법인으로 출범했으며, 55세 이상 건축 전문 기술인의 경험과 역량을 사회에 환원하고 재취업 기회를 확대하는 역할을 수행하고 있다.

공공·복지 분야에 특화된 전문성을 바탕으로 사업관리(PM), 건설사업관리(CM), 건축설계, 실내건축공사 등 건축 전 과정에 걸친 통합 서비스를 제공하며, 장애인·노인·아동 복지시설과 지역사회 공공시설의 환경 개선에 힘쓰고 있다.



광주시장애인복지관 전경

광주시장애인복지관

2026년 7월 경기도 광주시에 개관한 광주시장애인복지관은 따뜻한동행이 운영하는 지역 거점 복지기관으로, 장애인의 권리에 기반한 맞춤형 복지서비스를 제공하고 지역사회 내 통합환경을 조성함으로써 장애인의 자립과 사회 참여를 지원하기 위해 설립됐다.

광주시장애인복지관은 기능향상 및 발달지원, 문화활동지원, 가족지원, 직업지원 등 장애인의 자립과 사회 참여를 위한 다양한 복지서비스를 제공하고 있으며, 스마트팜 카페 운영 등 특화 사업을 통해 자립 기반 강화에도 힘쓰고 있다. 또한 인권보호와 권익증진 사업, 부설 주간이용센터 운영 등을 통해 장애인이 지역사회 구성원으로서 주체적인 삶을 살아갈 수 있도록 지원하고 있다.



만들레동행봉사대 지역사회 캠페인 활동

사당어르신종합복지관

사당어르신종합복지관은 2011년 4월 개관한 노인복지 전문기관으로 따뜻한동행이 운영을 맡고 있다. 어르신들의 건강하고 활기찬 노후를 지원하기 위해 여가·문화·교육·복지 서비스를 종합적으로 제공하며, 지역사회 참여와 자립을 돕는 다양한 사업을 펼치고 있다. 특히 고령장애 어르신을 위한 맞춤형 통합돌봄, 노인일자리 지원, 노인전문자원봉사단 운영 등을 통해 지역사회와의 연계를 강화하고 있다. 또한 사회교육 프로그램과 디지털 교육, 특화 교육 프로그램인 ‘인생학교’와 ‘청춘학교’를 운영하고 있으며, 건강교육 및 무료진료, 치매·우울 예방, 경로식당 운영 및 도시락 배달 등 폭넓은 복지서비스를 제공함으로써 어르신의 삶의 질 향상과 건강한 노후를 지원하고 있다.



자원봉사 활동

강남구자원봉사센터

강남구자원봉사센터는 1999년 7월 개소한 자원봉사 전문기관으로, 강남구가 설치하고 따뜻한동행이 운영하고 있다. 지역사회와 주민, 기업, 단체를 연결하는 자원봉사 플랫폼으로서, 다양한 사회공헌 활동을 기획·지원하며 지역사회의 문제 해결과 공동체 활성화에 기여하고 있다.

특히 기업의 사회공헌 수요와 지역사회의 필요를 연계한 맞춤형 기업 자원봉사 프로그램을 운영하고, 환경·안전·빈곤 등 도시형 사회문제에 대응하는 다양한 자원봉사 활동을 추진하고 있다. 또한 자원봉사 활동을 체계적으로 기록·관리하고 지역 내 다양한 주체들과의 협력 네트워크를 구축해 지속가능한 자원봉사 문화를 확산하고 있다. 2025년 기준 서울시 25개 자치구 가운데 자원봉사 참여율 1위를 기록하며 지역사회의 대표적인 자원봉사 거점기관으로 자리매김하고 있다.

주요 사회공헌 프로그램들



공간복지(드림하우스) - 장애인의 삶의 공간을 새롭게 디자인하다

한미글로벌의 PM 역량을 사회공헌에 직접 접목한 핵심 프로그램이다. 소규모 장애인시설과 장애인 가정, 사회복지시설을 대상으로 노후 환경을 개보수하는 수준을 넘어, 유니버설 디자인과 IoT 기술 등을 적용해 장애 특성을 반영한 당사자 중심의 생활환경을 구현해 나가고 있다. 이 사업은 설계-시공-품질-안전-사후관리까지 프로젝트 생애주기 전반을 관리하는 접근으로 운영되며, 동일한 투입 대비 체감 효과(안전·접근성·운영 편의)를 높일 수 있는 구조를 갖추고 있다. 특히 '장집사' AI 상담원 기반의 24시간 불편 접수 및 잔고장 수리 지원 체계는 공간복지를 단발성 공사에서 '지속 관리형 생활환경 서비스'로 확장하는 역할을 하고 있다.



글로벌 공간복지 - 글로벌 현장에서 완성되는 장애 포용

공간복지 사업은 베트남 등지의 저소득 장애인 가정으로 확장되었고, 에티오피아·튀르키예·필리핀 등 6·25 참전국 참전용사 가정 지원으로도 이어지며 감사와 기억을 실질적 주거환경 개선으로 연결해 왔다. 이는 사회공헌을 국내 중심 복지에서 글로벌 ESG 실천으로 확장하는 과정이며, 국제개발협력사업 등 해외 나눔 활동 확대의 기반이 되고 있다.



첨단보조기구 지원 - 장애 청년의 날개를 달다

따뜻한동행은 성장 잠재력이 큰 장애 청소년과 청년을 대상으로 맞춤형 첨단보조기구(High-Tech)를 지원해 왔다. 이 지원은 단순 편의 제공이 아니라 학업·사회 활동·진로 영역에서의 제약을 낮춰 자립의 경로를 넓히는 데 초점을 맞추고 있으며, 일부 프로그램은 코딩 교육 등 디지털 역량 지원과 결합되어 취업·사회 진출로 이어지는 구조를 강화하고 있다.



장애인 일자리 창출 - 자립의 구조를 만들다

따뜻한동행의 장애인 일자리 창출 사업은 대학생 팀, 사회적기업, 소셜벤처, 비영리단체 등 다양한 주체를 대상으로 혁신 모델을 공모·선발하고, 사업 실현금과 전문가 멘토링을 결합해 새로운 직무 개발과 양질의 일자리 창출로 연결하는 방식으로 운영되어 왔다. 이는 지원 중심 복지를 넘어 고용이라는 결과를 설계하는 접근이며, 자립을 위한 핵심 요소를 고용 시장 안에서 만들어내려는 전략이다.



북한이탈 청소년 지원 - 정착을 넘어 성장으로

따뜻한동행은 북한이탈 청소년이 남한 사회에서 겪는 문화적·사회적 어려움을 완화하고 안정적으로 정착할 수 있도록 멘토링, 상담, 심리치료 및 교육 프로그램 등을 지원하고 있다. 북한이탈 청소년 지원은 2024년부터 고립된 고령 탈북 장애인에 대한 맞춤 지원 등으로 확장되며 정착 지원 사업의 범위를 넓히고 있다.



전 직원 자원봉사 활동 - 창립 초기부터 이어진 조직문화

한미글로벌의 봉사 문화는 창립 초기부터 매월 정기적으로 이어져 왔으며, 현재는 전 구성원이 함께 실천하는 조직 문화로 정착했다. 전국 약 70여 개 활동처에서 구성원과 가족이 참여하는 봉사 체계가 운영되고, 현장 구성원의 근무지역 사회단체와 연계해 맞춤형 봉사로 발전했다. 2025년 기준 구성원 1인당 평균 37시간, 누적 봉사 시간은 약 25만 6,000시간에 이른다. 한미글로벌은 체계적이고 지속적인 사회공헌 활동을 통해 ESG 평가기관(서스틴베스트) 평가에서 8년 연속 AA 등급을 획득했고, 2025년 상반기 ESG 평가에서는 '사회공헌 및 지역사회' 부문 100점 만점을 받으며 자본재 부문 1위를 차지했다.

한반도미래인구연구원

- 저출생 해법 찾는 민간 싱크탱크

대한민국은 2021년 처음으로 인구가 감소 전환하며 저출생·초고령화의 충격이 미래의 위험이 아닌 현재의 구조로 굳어졌다. 노동력 부족과 지역소멸, 성장잠재력 하락이 동시에 진행되는 상황에서 기업 역시 일할 사람이 사라지는 경영 리스크를 체감하게 됐다. 이 흐름 속에서 한미글로벌은 2022년 10월 민간 비영리 인구정책 전문기관 한반도미래인구연구원을 출범시키며, 인구 문제를 연구와 정책 제안의 영역으로 전환시켰다.

한반도미래인구연구원은 한미글로벌에서 출범했지만, 별도 법인으로 독립 운영돼 연구의 공공성과 자율성을 확보했다. 정운찬 전 국무총리가 초대 이사장을, 이인실 전 통계청장이 초대 원장을 맡았고, 김종훈 한미글로벌 회장은 발기인 대표이자 회장으로 참여했다. 포스코·호반그룹·콜마홀딩스 등 76개 기업·단체가 파트너 기관으로 참여하며 민간 연합형 정책 플랫폼의 성격도 강화했다.

한반도미래인구연구원의 활동은 연구, 정기 세미나·포럼, 석학 강연, 정책 제안, 대국민 소통 캠페인과 교육으로 확장돼 있다. 논의된 정책 아이디어는 자료로 정리해 정부와 국회에 제안하고 연구 성과는 오픈 아카이브로 공개해 외부 기관과의 협업 기반을 넓히고 있다. 2023년에는 한국을 ‘인구소멸 국가 1호’로 전망했던 인구학 분야 세계적 석학인 데이비드 콜먼 옥스퍼드대 명예교수를 초청해 국제적 시각의 진단을 공유하기도 했다. 한반도미래인구연구원은 출범 이후 자체 세미나와 포럼은 비롯해 국회·연구기관·언론사 등과 함께 다양한 학술 행사를 개최해왔다. 최근에는 대통령선거 및 지방선거 등에 대응해 ‘인구 위기 반전을 위한 인구 정책’을 제안했으며, 2025년에는 민간 대표 54인과 함께 ‘2100년까지 총인구 3,000만 명 유지와 합계출산율 2.1명 회복’을 목표로 한 ‘대한민국 인구비전 2100’을 선포하며 실행형 정책 의제 제시에 힘을 싣고 있다.

2022년 10월 25일 한반도미래인구연구원 출범식



2025년 10월 28일 ‘대한민국 인구비전 2100’ 선포식



건설산업비전포럼

- 민간이 이끄는 건설혁신 플랫폼

한국 건설산업의 선진화와 글로벌 스탠더드화를 목표로 한 민간 주도 플랫폼 ‘건설산업비전포럼’은 2003년 한미글로벌과 김종훈 회장을 중심으로 산·학·연 인사들이 뜻을 모아 설립됐다. 포럼은 우리나라 건설산업의 업그레이드라는 질문을 정례화하며 조찬토론과 국내·외 세미나를 꾸준히 개최해 왔다. 이후 2025년 말까지 22년간 누적 약 260여 회에 달하는 토론과 세미나를 이어오며 업계 집단지성의 장으로 자리매김했다.

포럼의 특징은 논의를 축적·확산하는 구조에 있다. 산학연 공동연구 성과를 도서로 발간해 업계에 공유했고, 스마트건설·디

지털 혁신 등 변화의 핵심 의제를 선도하며 <건설 선진화 총서> 발간을 지속해 왔다. 2019년에는 영국 건설산업협회(CE)와 MOU를 체결해 국제 세미나 공동 개최, 선진 정보 공유 등 글로벌 네트워크도 강화했다. 2023년 20주년 기술발표회에서는 국내외의 40여 개 기업이 디지털 기술을 선보이며 미래 경쟁력 의제를 전면화했다. 건설산업비전포럼은 토론, 연구, 출판, 국제 협력의 광역 행보를 통해, 민간이 만든 상설 혁신 엔진으로 진화하고 있다.

2023년 9월 6일 건설산업비전포럼 20주년 기념 세미나 ‘디지털 전환시대와 건설산업의 미래’



차세대 건설리더 아카데미

- 해외 유학생도 찾는 건설 교육

한미글로벌이 2007년 시작한 차세대 건설리더 아카데미는 국내 최초의 건설 분야 산학협동 교육 프로그램이다. 방학 기간 단기 집중 캠프 형식으로 운영되며, 최근에는 학기 중 온라인 학습과 방학 중 오프라인 집중 캠프를 결합한 온·오프라인 혼합 과정으로 진화해 교육의 연속성을 높이고 있다.

차세대 건설리더 아카데미는 국내 주요 대학 학생들뿐 아니라 퍼듀대, 칭화대, 코넬대, 일리노이대, UCLA 등 해외 우수 대학 유학생들까지 참여할 정도로 국내외 건설 관련 학과 학생들 사이에서 인지도를 쌓아가고 있다. 수료생 상당수는 관련 분야 취업이나 진학으로 이어지고 있으며, 강의 만족도 역시 평균 90

점 이상을 기록하며 프로그램의 경쟁력과 신뢰도를 높여가고 있다.

프로그램은 현직 전문가와 교수진, 사회 저명인사 및 CEO 등이 강사진으로 참여해 산업 트렌드를 반영하고, 참여자들이 대학 과정만으로 접하기 어려운 건축·토목은 물론 기계·전기·안전 등 실무 영역을 폭넓게 경험하도록 설계됐다. 또한 ESG, 리더십, 인공지능(AI) 등 확장 주제와 현장견학 기회까지 더해 기술 역량과 가치 감수성을 함께 키우는 플랫폼으로 범위를 넓히고 있다.

2019년 6월 24일 차세대 건설리더 아카데미



건설전략연구소

- 건설 혁신을 이끄는 R&D 플랫폼

2000년에 설립된 한미글로벌 건설전략연구소는 사내 실무 경험과 현장 지식을 기반으로 주요 이슈를 발굴하고, 국내외 전문가 협업 및 글로벌 벤치마킹을 통해 산업의 변화 흐름을 분석하는 전략 연구 조직이다. 내부와 외부의 지식을 개방적으로 연결하는 연구 생태계를 구축해 정책·제도, 기술·미래전략, 글로벌 기준 등 다양한 관점에서 건설산업의 미래 방향을 제시하고 있으며, 이를 통해 PM분야에서 가장 신뢰받는 연구기관으로 자리매김해 나가고 있다.

설립 초기에는 원가·공정·품질·안전관리 기법 중심의 핵심 기술 개발로 한미글로벌의 기술 경쟁력 향상에 기여했다. 이후 미국, 영국, 일본 등 건설 선진국에 대한 벤치마킹과 국내외 건설

관련 제도 연구를 통해 선진 기술과 관리기법을 도입·확산했으며, BIM, 친환경 건축, 엔지니어링, 사업관리 등 연구 분야를 확대하며 건설산업 혁신 전략 수립에 주력해 왔다. 현재는 산·학·연 협력을 기반으로 정책·제도, 기술혁신, 미래전략, 글로벌 건설시장 동향 등 건설산업 전반에 걸친 연구를 수행하고 있다.

지난 20여 년간 축적된 성과는 정책 및 제도 개선, 발주자 의사결정 지원 등의 근거로 활용되고 있다. 아울러 보고서와 정기 리포트 발간, 프리콘 세미나, 전문 포럼, 교육 프로그램 운영 등을 통해 연구 성과를 산업 전반에 확산시키며 건설산업의 전문성과 경쟁력 향상에 기여하고 있다.

2025년 7월 10일 HG TECH FORUM ‘공동주택 건설, 전화의 시대’



통일한반도건설전략연구소

- 지속가능한 한반도 개발 연구

통일한반도건설전략연구소는 한미글로벌이 2020년 설립한 사내 연구조직으로, 통일 이후 한반도 개발과 건설산업의 역할을 선제적으로 연구하기 위해 출범했다. 통일은 언제 현실화 될지 예측하기 어려운 만큼, 한미글로벌은 연구소 설립을 통해 미래 한반도 개발에 필요한 전략과 건설산업의 역할을 선제적으로 준비함으로써 통일 이후 발생할 수 있는 사회적·경제적 비용을 최소화하고 새로운 성장 기회를 모색하고자 했다.

연구소는 북한과 통일 관련 자료를 꾸준히 수집·분석하며 건

설산업의 북한 진출 전략과 지속가능한 개발 방향을 연구해 왔다. 그 일환으로 <통일한반도 개발구상과 건설산업전략>, <통일을 대비한 북한 도시개발 구상> 등 전문 도서를 발간하며 미래 한반도 개발에 대한 논의를 이어가고 있다. 또한 통일 이후 예상되는 국토 개발과 도시 재건, 지역 균형발전 과제를 검토하며 균형 발전과 지속가능성을 바탕으로 한 미래 한반도 개발의 청사진을 연구하고 있다.

2025년 4월 17일 통일한반도건설전략연구소 이상준 소장의 ‘통일 독일 국토개발과 한반도의 국토전략’ 주제 발표



CEO지식나눔

- 대학생 멘토링의 진화

전·현직 대기업 CEO들이 자신의 경험을 사회에 환원하고 미래 리더를 키우기 위해 만든 비영리 사단법인 CEO지식나눔은 2010년 출범 이후 '리더가 리더에게'를 기치로 멘토링과 강연을 이어왔다. 출범 당시 31명의 전·현직 CEO가 뜻을 모았고, 이후 회원 규모가 100명대(127명)로 확대됐다. 삼성·LG·SK·포스코 등 대기업과 중견기업에서 CEO·임원을 역임한 시니어들이 중심이 돼 리더십, 조직문화, 전략, 혁신 등 경영의 핵심을 강의·멘토링·코칭·자문 형태로 나누는 것이 특징이다. 대표 프로그램으로 꼽히는 '대학생 멘토링'은 2011년 숙명여대 장학재단과의 협약을 계기로 시작돼 성균관대, 한동대 등 여러

대학으로 확장되며, 학생들의 인성과 진로, 취업 준비를 폭넓게 지원해 왔다. '리더십 마스터클래스'는 전·현직 경영자 13명이 재능기부로 참여해 강의·멘토링·코칭·액티비티를 결합한 하이브리드 방식으로 운영된다.소수정예로 깊이 있게 만나면서 1:1 멘토링과 코칭을 통해 프로그램이 끝난 뒤에도 네트워크로 관계가 이어지도록 설계했다. 올드 세대(65~79세)와 청년 세대를 잇는 액션플랜이라는 문제의식을 강조하며이 단체를 창립한 김중훈 한미글로벌 회장도 이사로 활동하며 강의와 멘토링에 참여하고 있다.

2022년 7월 대학생 멘토링 평창 워크숍



한반도국토포럼

- 한반도를 넘어 미래사회로

한반도국토포럼은 국토 발전의 주요 현안을 놓고 전문가들이 식견을 나누고, 자유로운 토론을 통해 미래지향적 대안을 모색하는 정례 플랫폼이다. 2014년 출범 이후 매년 4차례 이상 꾸준히 열리며, 통일 이후 한반도 국토의 건설·사회기반시설(SOC)을 어떻게 준비할 것인지까지 장기 과제를 선제적으로 다뤄 왔다. 출범 배경에는 김중훈 회장의 환원 철학이 상징적으로 담겼다. 한

다는 뜻에서 사비 1억 원을 더해 총 2억 원의 씨앗 자금을 마련했고, 이를 바탕으로 한림원 산하 포럼이 시작됐다. 이후 포럼은 '스마트 메가시티와 초광역권 국토발전 전략' 등 다양한 주제를 논의하며 시대 변화에 대응해 왔으며, 2023년부터는 '미래국토포럼(Future Land Forum)'으로 명칭을 변경해 한반도 국토발전을 넘어 미래 사회 도약을 위한 국토 비전까지 탐색하는 장으로 진화하고 있다.

2014년 11월 10일 한반도국토포럼 창립식



한미글로벌 30년 연표

연도	월	일	연혁
1996	06	04	파슨스사와 합작계약 체결
	06	18	한미건설기술㈜ 설립 - 파슨스사 45%, 서영기술단 55% 지분 투자 - 김종훈 대표이사, 김종환 이사, 이순광 이사, Terry O'Brien 이사, 이기열 감사 취임 - 서울 강남구 역삼동 701-2 삼성빌딩
	07	31	감리전문회사 등록(서울지방국토관리청)
	08		종합감리면허 취득(건설교통부)
	08	19	엔지니어링 활동주체 신고(한국엔지니어링진흥협회)
	09	18	(주)한미건설기술건축사사무소 상호 변경
	10		건축사 업무 신고
	10	19	삼성생명 노블카운티 실버타운 수주
	11	01	삼성그룹 도곡동 시너지파크 PM 수주
1997	01	15	서울 서초구 서초동 덕흥빌딩으로 이전
	02	14	건축사사무소 등록(서초구청)
	03	06	품질방침 제정
	03	17	제1기 정기주주총회
	06	03	정관 개정 - 목적사업에 전기설계 및 감리업 추가
	06	23	전력시설물 감리업 등록(서울특별시)
	09		매출 100억 원 돌파
	10	01	PM 전문과정교육 첫 실시
	11	05	부산 가덕도 신항만 프로젝트 PM 수주
1998	03	01	유럽계 대형 유통법인(까르푸)과 PM 포괄계약 체결
	07	01	한글 홈페이지 운영
	09	07	서울월드컵경기장 PM 수주 - 국내 최초 공공발주 PM
	09	18	ISO 9002 인증 획득
	12	14	분당 코오롱 트리폴리스 PM 수주
1999	01	15	서울 강남구 역삼동 현축빌딩으로 이전
	03	01	비상대책 회의(재택 순환근무 결정)
	05	11	강원랜드 설계관리 PM 수주
	05	30	삼성그룹 도곡동 타워팰리스 I & II PM 수주
	07	01	한국건설사업관리협회 가입
	11	11	초고층 거푸집 국제세미나 개최(대한건축학회 공동)
	11	17	현대산업개발 삼성동 아이파크(I-PARK) 프로젝트 PM 수주
2000	04	01	e-Biz팀 및 기술연구소 설립
	04	20	한국산업기술진흥협회 가입
	05	10	동호회 제도 실시
	09		회사 광고문안 화재(사장님은 테이프 커팅만 하십시오)
	09	07	초고층 공기단축 공법(2-Day Cycle) 세미나 개최
	10	20	한미파슨스(주)로 사명 변경
	10	20	회사 공식 웹사이트(www.hanmiparsons.com) 확대 개편
2001	03		구성원 200명 돌파
	03	29	우리사주조합 결성

연도	월	일	연혁
2001	03	31	삼성그룹 도곡동 타워팰리스 III PM 수주
	05	11	단지개발사업 첫 PM 적용 및 수주
	05	28	서울 강남구 삼성동 도심공향타워로 이전
	06		국내 최초 중소규모 건설사업관리 ‘e집 사업’ 개시
	06	10	산학연관 Opinion Leader들과 건설비전포럼 설립
	06	15	초고층 건설 기술 국제 세미나 개최
	07	03	e집 사업 설명회 개최
	07	05	www.ejip.co.kr, www.cmhub.com 웹사이트 오픈
	09		정보화 전략 계획(Information Strategy Planning, ISP) 수립
	09	01	사회공헌위원회 발족
	10	22	부동산 재테크 세미나 개최(주모두넷 부동산 114와 공동)
	11	10	서울월드컵경기장 완공 개장
2002	12	04	김종훈 대표, 건설단체총연합회 주관 ‘건설경영대상’ 수상
	01	02	「News Letter」 사보 창간호 발간
	01	02	5개년 중장기 사업계획 수립 지식경영 추진 전담조직 구성
	01	18	Project Financing Team 설립
	03		그룹웨어 HITs(Hanmiparsons Information Technology system) 및 전자문서관리시스템(Electronic Document Management System, EDMS) 오픈
	04		지식경영 추진계획 수립 윤리규정 시행 공표
	04	11	‘한국 건설산업의 선진화 전략’ 세미나 개최
	05	01	PM예비단장 교육 첫 실시
	05		사회공헌활동 제도화, 매칭그랜트 제도 운영
	06		중국 대표사무소(상하이) 설립
	07		KM 전문가 선발 - 8~10월: KM전문가 워크숍 실시 - 10~11월: KMS 사용자 교육 실시
	08		경영정보시스템(Management Information System, MIS) 오픈
2003	10		신세계백화점 본점 재개발공사 PM 수주
	12	02	김종훈 사장, 서울월드컵경기장 건설 공로 체육포장 수상
	12		매출 200억 원 돌파
	12		KMS(Knowledge Management System) 및 EIS 출범
	12		소방공사 감리업(1급) 및 소방시설 설계업(1급) 등록 정보통신분야 엔지니어링 활동 주체 등록
	01	27	개발사 랜드마크디벨롭먼트(LMD) 설립
	02	12	국가 건설산업의 발전전략 수립을 위한 세미나 개최
	02	28	중국 선전 삼성코닝 정밀유리공장 PM 수주
	03		CoP(Community of Practice) 활동 실시
	03	15	2003년 경제 변화에 따른 부동산 투자전략 세미나 개최(코리아에셋인베스트먼트와 공동 주관)
	06	10	건설산업비전포럼 설립
	06	27	중국 언론사 초청 PM 설명회 개최
2004	06		MBC ‘기적의 도서관’ 프로젝트 PM 수주(이후 총 8개 프로젝트 PM 수행)
	09	02	정비사업팀 신설

연도	월	일	연혁
2003	09	19	상하이 중국법인 설립(한미파슨스 컨설팅 유한공사)
	10		한국국제협력단(KOICA) 과테말라, 인도네시아, 필리핀 3개국 프로젝트 총괄관리 PM 수주
	10	08	2003 한경-레버링 ‘훌륭한 일터상’ 수상(한국경제신문, 엘테크신뢰경영연구소 주관)
	10	31	정비사업전문관리업 등록
	11		재건축 및 리모델링 기자간담회 개최
	11	19	해외 건설 활성화를 위한 대 토론회 개최(건설산업비전포럼 주최)
	12	01	통합성과관리시스템(HammiParsons Performance Management System, HPMS) 구축
	01	05	KAIST 지식경영진단 실시
	02	01	북경 건공집단유한사와 MOU 체결
	02		(주)코리츠, (주)기라에셋과 부동산 개발 제휴
	02	14	기술연구소 → 건설전략연구소로 명칭 변경
	03		CEO 홈페이지 오픈(www.kimjonghoon.com)
2004	03	25	초고층빌딩 외장시스템 국제 세미나 개최
	04	06	‘일하기 좋은 기업 만들기’ 공식 선포
	06	30	사보명 변경 「Excellent People & Company」
	07		화성동탄지구 주택 건설사업 PM 수주
	07		헤럴드경제 주관 건설사업부문 그린주거문화 대상 수상
	07		보안관리시스템(DRM) 설치
	07	16	구성원 간 독서토론회 시행
	08		한미파슨스 예비단장 Impowerment 과정 시행
	09		중국 홀리데이 인 호텔 플라자 및 상해한국학교 PM 수주
	09	01	제1기 원탁모임 CoP 출범
	09		단장 Power-Up 과정 교육 실시
	10	28	한국건설관리공사와 제휴
2005	10		‘2004 대한민국 훌륭한 일터상’ 수상
	10		국립과학관 PM 수주
	11	03	중국 선전 삼성코닝 중국 공장 준공식
	11	05	핵심리더 통합 워크숍 시행
	12		CDP(Career Development Program) 구축
	12		KOICA 프로젝트 수주(과테말라, 베트남, 요르단 등)
	12	14	매경 부즈엘런 ‘2004 지식경영대상’ 수상
	12	30	부산 센텀스타 수주
	12	31	DMC 누리꿈 스퀘어 수주
	01		김종훈 사장 ‘2005년 한국을 이끌어 나가는 100대 CEO’로 선정(매경 이코노미 주관)
	01	17	탕정 폐수종말처리장 및 용수공급시설 PM 수주
	02		김종훈 사장 ‘2005년 한국을 이끌어 나가는 100대 CEO’로 선정
2006	03		‘자기개발의 날’ 제도 실시
	04		교육이수 학점제 본격 시행
	05	11	송도 125블럭 & 36블럭(송도 125블럭 주상복합 및 컨벤션센터) PM 수주

연도	월	일	연혁
2005	05	13	평창 알펜시아 리조트 PM 수주
	05	16	화성동탄 복합단지 PM 수주
	05	30	대전엑스포 컨벤션 복합센터 개발사업 PM 수주
	05	30	헤럴드경제 그린주거문화대상 ‘우수CM대상’ 수상
	06	24	‘삼풍사고 교훈과 건설안전 과제’ 세미나 개최
	07		전남 무안기업도시 PM 수주
	09	14	북리후생제도 확대 - 3자녀 이상 무제한 교육비 지원 등 제도 변경, 안식휴가 제도 도입
	10		한미파슨스 3년 연속 ‘훌륭한 일터상’ 수상
	11	25	CoP 페스티벌 개최
	12	01	경영비전 선포식 개최
	12	09	제12회 기업혁신대상 국무총리상 수상(대한상공회의소 주최)
	12	21	2005 디지털 지식경영대상 수상(정보통신부 주관)
2006	12		교보생명빌딩 리모델링 PM 수주
	01		홀플러스 청주 중원점 책임형CM(CM at Risk) 프로젝트 수주 - 국내 최초 책임형CM 계약
	03	10	일본 미쓰비시지소 설계와 기술 제휴식
	06		BSC(Balanced Score Card, 경영혁신도구) 대상 수상
	06		2006 대한민국 BSC 대상 수상(한경-웨슬리퀘스트)
	06		창립 10주년 기념식 개최(서울월드컵경기장 컨벤션홀)
	06		한-인니 기술문화협력센터 건립 PM 수주
	08		ENR紙 세계 18위 CM/PM기업(미국 제외) 선정
	11		미국 현지 첨단 PM 관리기법 교육(O'Brien 부사장) 시행
	12		삼성전자 인도 첸나이 공장 PM 수주
	12		매출 500억 원 돌파
2007	01		신입 공채 1기 채용
	01		고객만족 전담부서 신설
	02		전사적 경영혁신 워크샵 개최
	02		두바이 사무소 설립
	03		BAT 물류센터 책임형CM(CM at Risk) 프로젝트 수주(최초의 디자인빌드형 CM at Risk)
	03		신호명지 공동주택개발사업 수주(최초의 사업관리형CM)
	03		통합 브랜드 ‘마에스트로(MAESTRO)’ 제정
	04		부동산투자회사(REITs)의 자산관리회사(AMC) 예비인가 취득
	04		두바이 법인 설립(Hanmi International M.E.F.M(LLC))
	05		LA & Las Vegas Multi-unit Development 개발사업관리 수주
	06		하나은행 본점 리모델링 PM 수주
	06		Silicon Gates Building 수주(두바이 최초 프로젝트)
2008	07		건설관련 대학 재학생 대상 ‘차세대 건설리더 아카데미’ 개최
	08		ENR紙 세계 18위 CM/PM기업(미국 제외) 선정
	09		국가생산성대상 국무총리 표창
	09		국토교통부, 건설사업관리(CM) 능력평가 실적 4년 연속 1위 선정

연도	월	일	연혁
2007	10		외부기관에 의한 고객만족도 조사 최초 실시, NPS도입
	11		싱가포르 지사 설립
	11		싱가포르 Marina Bay Sands Integrated Resort Project Services PM 수주
	12		‘2007 대한민국 훌륭한 일터’ 최우수상 수상
2008	01		부천 중동 반달마을 리모델링 PM 수주(국내 최초 아파트 리모델링 PM)
	01		2008년 전경련 IMI 지식경영부문 경영대상 수상
	01		Hanoi City Complex PM 수주(해외 최초 초고층 프로젝트)
	03		김중훈 사장, 공정거래의 날 ‘국무총리 표창’ 수상
	03		동티모르 우체국본부 건립사업 등 행정제도분야 3개 사업 PM 수주
	03		중동 IT컴플렉스 개발프로젝트 PM 수주
	04		사우디아라비아 리야드 디지털시티(ITCC) PM 수주
	04		실천31운동 선포
	04		‘건설산업선진화위원회’ 위원장으로 김중훈 사장 위촉
	04		오만조선소 PM 수주
	06		구성원 500명 돌파
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 16위 CM/PM기업 랭크
	08		지식경영 고도화 사업 추진
	08		‘피터드러커 혁신상’, 혁신 CEO부문 수상(피터드러커 소사이어티)
	10		‘2008 대한민국 훌륭한 일터’ 건설부문 대상 수상
	11		성남 판교 알파돔시티 PM 수주
2009	11		사우디아라비아 법인 설립(Hanmi International(KSA) LCC)
	11		마카오 법인 설립(HanmiParsons Macau Limited)
	12		ISO 14001 인증 취득
	12		삼성전자 멕시코 공장 PM 수주
	12		김중훈 사장, 자랑스런 한국인 대상 ‘건설발전부문’ 수상(한국언론인연합회)
	01		김중훈 회장, 이순광 사장 취임
	01		친환경관련 국제협회 ICLEI 및 USGBC 회원 가입
	04		한미파슨스 기업블로그 및 CEO 블로그 오픈
	04		리비아 주택 1만 세대 PM 추가 수주
	04		국립생태원 PM 수주
	05		지속가능보고서 발간
	05		「HanmiParsons Way」 발간
	05		인턴 공채 1기 채용
	05		파라과이 교육 및 보건사업 PM 수주
	05		리비아 지사 설립(HanmiGlobal Co.,Ltd.(Tripoli Branch))
	06	23	PM 업계 최초 유가증권시장(KOSPI) 상장
2009	07		아부다비 법인 설립(Hanmi International Construction Project Management LLC)
	08		청계 글로벌스타(현. 센터원 빌딩) LEED인증 용역 수주
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 20위 CM/PM기업 랭크
	09		쿠웨이트 유정관리 Security System 공정관리 용역 수주

연도	월	일	연혁
2009	09		MMHE(MALAYSIA MARINE AND HEAVY ENGINEERING) Yard Optimization 용역 수주
	10		‘2009 대한민국 훌륭한 일터’ 종합대상 수상
	10		여성가족부 주관 가족친화기업 선정
	11		지속가능경영대상 최초보고서 발간부문 최우수상
	12		잠실 제2롯데월드(롯데월드타워) PM 수주
	12		OHSAS 18001 인증 취득
	12		자원봉사유공 국무총리 표창 수상
	12		김중훈 회장, 한국CEO 그랑프리 ‘서비스 부문’ 수상
	02		터너엔터테인먼트코리아 설립 - 세계적 원기관리/PM 전문기업인 영국의 Turner & Townsend 社와 합작
	03		한국노사협력대상 우수상 수상
	03		사회복지법인 ‘따뜻한동행’ 설립
	03		가족친화 조직문화제도 실시 - 결혼 및 출산 장려, 보육, 경조 등 신설 및 확대
2010	04		리비아 주택 1만 세대 PM 추가 수주
	04		Vision 2015 선포
	08		노사문화 우수기업 선정
	09		사우디아라비아 JODC(Jabal Omar Development) PM 수주
	10		베트남 법인 설립(HanmiParsons Vietnam Co., Ltd.)
	10		농촌진흥청 지방이전사업 PM 수주
	10		중소규모 건축지원을 위한 세미나 개최(한미파슨스, 한국투자증권, KT 공동개최)
	10		제1회 조해형 경영과학상 수상
	11		남극 장보고과학기지 PM 수주
	12		매출 1,000억 원 돌파
	12		6시그마 도입 및 추진 조직 운영
	12		2010 포춘 일하기 좋은 한국기업 대상수상 김중훈 회장 대한민국 훌륭한 일터상 최고경영자상 수상(GWP 코리아)
2011	03		한미글로벌(주)로 사명 변경
	03		김중훈 회장, 한국을 빛낸 창조경영대상 ‘미래경영부문’ 3년 연속 수상
	04		미국 종합엔지니어링 전문기업 ‘오탁(Otak)’ 인수
	04		2011 한국 최고의 직장(Best Employer in Korea) Top 10 선정
	06		부산 국제여객터미널 건립사업 PM 수주
	07		WorkSMART 추진 선포
	07		중국 법인 북경사무소 개설
	07		김중훈 회장, 한국의 경영대가 30인 2회 연속 선정
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 18위 CM/PM기업 랭크
	09		사우스케이프 오톤스 클럽 책임형CM(CM at Risk) 수주
	11		‘2011 대한민국 훌륭한 일터’ 서비스부문 대상 수상
	11		인도 펜치실 그룹과 MOU 체결 및 인도 펜치실 발리와디 캠퍼스 커 민스 & 와콜리 타운쉽 PM 수주
2012	12		매출 1,500억 원 돌파
	01		친환경컨설팅 전문기업 ‘에코시안’ 인수
	02		한미글로벌, 국내 최초 광산재개발 PM 참여

연도	월	일	연혁
2012	04		김중훈 회장, 사회복지법인에 12만 주 기부
	05		인도 현지법인 설립 (HanmiGlobal India Private Ltd.)
	06		필리핀 마닐라베이 리조트 수주
	07		서울특별시 여성상 우수상 수상
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 19위 CM/PM기업 랭크
	09		이라크 카бат 화력발전소 건설사업 PM 수주
	10		갤러리 화이트 블럭(한미글로벌 책임형CM 수행) 2012 미국 건축가 어워즈 수상
	12		매출 2,000억 원 돌파
	12		중국법인 인테리어 3급 시공 라이선스 취득
	01		‘행복경영’ 조직문화 운동 추진
	02		2013년 한국 최고의 직장(Best Employer in Korea) Top 10 선정
	02		사우디 리야드 KFMC New Medical Centers PM 수주
2013	02		미국 Long Beach Port PM수주
	03		김중훈 회장 ‘2013 공학한림원 대상’ 수상
	04		이라크 지사 설립(HanmiGlobal Co., Ltd. Erbil Branch)
	06		네이버 데이터센터 ‘각 촌천’ 세계 최초 LEED Platinum 등급(최고 등급) 취득
	05		일본 시미즈건설과 MOU 체결
	08		신세계 스타필드 하남 PM 수주
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 18위 CM/PM기업 랭크
	08		중국법인 인테리어 설계, 시공 2급 라이선스 취득
2014	05		제주신화역사공원 복합리조트 PM 수주
	06		일본 도조 태양광 발전시설 PM 수주
	06		파푸아뉴기니 IPP사업 PM 수주
	07		한미글로벌 Vision 2020 선포
	08		‘Cloud-EDMS’ 특허 등록 및 전 현장 적용
	08		국토교통부, 한미글로벌 건설사업관리자 CM능력 평가 1위 선정
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 19위 CM/PM기업 랭크
	09		건축설계사 ‘아이아크’ 인수
	09		인도네시아 연락사무소 설립 (HanmiGlobal Co., Ltd. Indonesia RO)
	10		하나드림타운 1단계 조성사업(하나금융그룹 통합데이터센터) PM 수주
2015	01		사업부제 도입
	02		2015년 한국 최고의 직장(Best Employer in Korea) Top 10 선정
	03		김중훈 회장 은탑산업훈장 수훈
	04		중국법인 중경사무소 개설
	08		2015년 노사문화 우수기업 선정
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 17위 CM/PM기업 랭크
	09		일본법인 오탁재팬(Otak Japan) 설립 - 국내 PM업계 첫 일본 진출
	03		고성그린파워 민자발전사업 PM 수주
	05		인도 델리 국제공항 컨벤션 센터 PM 수주
	05		필리핀 마닐라 베이 리조트 프로젝트 PM 수주

연도	월	일	연혁
2016	06		그룹사 한미글로벌 E&C 설립
	07		한미글로벌 2016년 한국 최고의 직장(Best Employer in Korea) 선정(4회 연속)
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 13위 CM/PM기업 랭크
	08		삼성SDI 헝가리 공장 PM 수주
	09		김중훈 회장 제 25회 다산경영상 ‘창업경영인 부문’ 수상
	10		주택 인테리어-리모델링 플랫폼 이노톤 설립
2017	11		네이버 제2사무소 1784 PM 수주
	12		건축사사무소 따뜻한동행(주) 사회적기업 인증(2016-253) 획득
	01		미국 자회사 오택, CM/PM기업 DAY CPM 인수
	03		「Excellent People&Company」 인채사보에서 전자사보로 전환
	04		하나드림타운 2단계 조성사업(하나글로벌캠퍼스) PM 수주
	05		영국 엔지니어링 기업 ARUP과 지진 관련 컨설팅 협약
2018	06		김중훈 회장 서울대 공과대 ‘자랑스러운 동문상’ 수상
	07		미국 자회사 오택, 토목-구조엔지니어링기업 Loris & Associates 인수
	07		철레 태양광 발전 PM 진출
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 12위 CM/PM기업 랭크
	10		한미글로벌 2017년 한국 최고의 직장 (Best Employer in Korea) 선정(5회 연속)
	11		김중훈 회장 한국전략경영학회 최고전략경영상 수상
2019	11		사우디 합작법인 ‘알 아카리아 한미’ 설립
	01		알 아카리아 한미, 사우디 신도시 개발 웨디안 프로젝트 PMO 수주 - 7월 PMC 추가 수주, 11월 실시설계 추가 수주
	02		매출 2,000억 원 돌파
	06		공유오피스 ‘이노스페이스’ 개관
2020	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 12위 CM/PM기업 랭크
	01		국내 첫 유니버설 디자인 적용한 방배마에스트로 입주 개시
	07		고용노동부 주최 노사문화 우수기업 선정
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 9위 CM/PM기업 랭크 - Global Top 10 진입
2021	09		영국 건설사업관리(PM)업체 ‘K2 그룹’ 인수
	10		페루 전체로 신공항 사업 PMO 계약 체결 - G2G사업 팀코리아로 참여
	10		제6회 대한민국 독서경영 우수 인증 ‘최우수상’ 수상
	12	16	DT추진실 조직 출범(현 AX실)
2022	01		네이버 데이터센터 ‘각 세종’ 수주
			‘HG프리콘’ 브랜드 론칭
	03		평택 P2L 상충동편 PM/품질관리 수주
	03		안좌 태양광발전소 PM 수주(300MW급 국내 최대규모 태양광발전 사업)
2023	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 11위 CM/PM기업 랭크
	02		네이버 데이터센터 ‘각 세종’ 수주
	06	24	사우디아라비아 ‘네올 더 라인(NEOM The Line)’ 특별총괄프로젝트 PMO 수주
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 10위 CM/PM기업 랭크

연도	월	일	연혁
2021	10		영국 세아월드 모노파일 생산공장 PM 수주
	12		그룹사 한미글로벌투자운용 리츠AMC 본인가 획득
	12		미국 자회사 오택, 미국 PM 기업 Tarr Whitman Group 인수
2022	01		미국 법인 설립(HanmiGlobal USA, Inc.)
	01		하나드림타운 3단계 조성사업(하나금융그룹 본사 사옥) PM 수주
	02		삼성전자 평택캠퍼스 4기 FAB(P4) 수주
	02		SK넥실리스 폴란드공장 PM 수주
	03		폴란드 법인 설립(HanmiGlobal PL sp.z.o.o.)
	03		매출 3,000억 원 돌파
	06		사우디아라비아 로친 주택단지 PM 수주
	07		영국 PM 기업 ‘워커사임’ 인수
	07		사우디아라비아 디리아 게이트 개발청 주거복합단지 조성 프로젝트 PM 수주
	08		고용노동부 주관 ‘대한민국 일자리 으뜸기업’ 선정
	08		ENR紙 선정 미국 제외 세계 8위 CM/PM기업 랭크
	09		고용노동부 주관 ‘2022 인적자원개발 우수기관(BEST HRD)’ 선정
	10	25	한반도미래연구연구원 설립
2023	02		매출 4,000억 원 돌파
	04		현대차-LG에너지솔루션 미국 조지아 합작법인 배터리 공장 PM 수주
	02		사우디아라비아 네옴시티 건설근로자 숙소 PM 수주
	03		캐나다 법인 설립(HanmiGlobal Canada, Inc)
	04		카자흐스탄 법인 설립(HanmiGlobal Kazakhstan LLP.)
	05		사우디아라비아 네옴시티 건설근로자 숙소 PM 3차 수주(누적 8만 가구)
	05		‘2023 대한민국 150대 지속가능 선도기업’ 선정
	06		제25회 여성이 뽑은 최고의 명품대상 ‘특별상(여성가족부 장관상)’ 수상
	07		2023 대한경제 스마트CM대상 수상
	09		제20회 서울시 성평등상 ‘저출생 극복’ 분야 우수상 수상
	10		제13회 대한민국 SNS 대상 건설부문 대상 수상
	10		현장 운영관리 시스템 MPMS(Maestro Project Management System) 오픈
	10		RiskZero HG 애플리케이션 현장 도입
	10		영광 낙월 해상풍력발전단지 건설사업관리 수주(국내 최대 규모)
	11		2023 좋은 일자리 대상 ‘여성가족부 장관상(일하는 여성이 행복한 기업 부문)’ 수상
	12		제60회 무역의 날 ‘천만불 수출의 탑’ 수상
	12		2023년 ‘가족친화 최고기업’ 선정
	12		2023 헤럴드 일자리 대상(고용노동부장관상) 수상
	12	11	원전그룹 조직 출범(현 원전사업단) - 원전 신 사업 진출
	12	27	쿠웨이트 알둘라 신도시 인프라 조성사업 PM 수주
2024	01		부천 열병합발전소 현대화 사업 PM 수주 - 국내 최초 발전 PM+CS 감리
	03		한미글로벌 GPMU PM교육과정, PMI(미국PM협회) 공식 교육과정 채택

연도	월	일	연혁
2024	07		사우디아라비아 중동지역본부 설립(Hanmiglobal Regional Headquarters Company)
	04		한국은행 강남본부 행사 신축공사 PM 수주
	06		서스틴베스트 2024년 상반기 ESG 베스트 컴패니 선정(자산 5,000억 원 미만 그룹 중 2위)
	06		제32회 경제정의실천시민연합 ‘좋은기업상’ 수상(비제조·서비스업 부문 최우수상)
	07		보건복지부 주최 제13회 인구의날 ‘대통령 표창’ 수상
	07		소셜아이어워드 2024 건설분야 페이스북 대상 수상
	09		ENR紙 선정 미국 제외 세계 8위 CM/PM기업 랭크
	10		미국 SK하이닉스 반도체 공장 PM 수주
	10		‘아이 키우기 좋은 기업’ 서울특별시 시장상 수상
	10		제9회 아시아양성평등지수대상 ‘아시아경제 대표상(특별상)’ 수상
2025	10		공사비 검색 시스템 ConsCostNavi(CCN) 오픈
	03		루마니아 법인 설립(HanmiGlobal Romania S.R.L)
	03		사우디아라비아 그린리야드 그룹 PM 수주
	03		사내 인공지능(AI) 플랫폼 ‘HG AI 포털’ 오픈
	04		김종훈 회장, 대한민국 100대 CEO 19번째 선정(매경이코노미 주관)
	05		사우디아라비아 메카 초고층 프리미엄 주거단지 PM 수주
	06		한남뉴타운 재개발 사업 한남3구역 PM 수주
	06		모바일 펀치리스트 애플리케이션 오픈
	06		루마니아 체르나보다 1호기 설비개선사업 인프라건설 PM 수주
	06		ENR紙 선정 미국 제외 세계 8위 CM/PM기업 랭크
2026	12		매일경제 주최 제21회 대한민국 토목건축 기술대상 토목부문 신재생에너지 최우수상(전남해상풍력 건설사업관리)
	01		한전기술, 터너엔타운젠드와 글로벌 원전 사업 협력 위한 전략적 제휴 협약(SAA) 체결
	04		신한올 3·4호기 건설 PM 기술지원 수주
	04	22	네이버와 해외 데이터센터 사업 공동 참여를 위한 전략적 제휴 협약(SAA) 체결
	06	19	창립 30주년 기념 ‘Global PM Summit 2026’ 개최
	07	11	김종훈 회장 제15회 인구의날 ‘국민훈장 모란장’ 수훈

한미글로벌 30년

HanmiGlobal 30 Years of History

퍼낸날	2026년 7월
퍼낸이	김종훈
퍼낸곳	한미글로벌(주)
	서울시 강남구 테헤란로87길 36 도심공항타워빌딩 9층
	02-3429-6300
	https://www.hanmiglobal.com

기획·제작 (주)비컴 02-2285-5081

이 책은 상업적 판매를 목적으로 제작되지 않았으며, 비매품입니다.

이 책의 저작권은 한미글로벌(주)에 있습니다.

책 내용의 전부 또는 일부를 인용·재사용하려는 경우에는 저작권자의 사전 동의를 받아야 합니다.

Copyright © 2026 HanmiGlobal Co., Ltd. All rights reserved.