

a**pM** COIN 

Blockchain-powered
Customer Rewards Management Platform

Whitepaper_Chinese

Ver 4.0

目录

1. 概要	2
2. 市场分析	3
2.1. 消费积分系统市场规模.....	3
2.2. 东大门服装批发市场规模.....	3
2.3. 现有消费积分系统的局限性.....	3
3. apM Coin project	5
3.1. 项目策划	5
3.2. 区块链解决方案的功能.....	5
3.3. 服务模式	7
4. 构建项目生态	9
4.1. 与 apM 集团的合作.....	9
4.2. apM 生态的服务应用计划.....	12
5. apM Chain platform 的系统结构	14
5.1. 区块链层	14
5.2. 业务层	14
5.3. 应用层	14
6. 代币经济	16
6.1. 代币发行信息.....	16
6.2. Token Metrics.....	16
6.3. 代币应用场景.....	17
6.4. 调节代币流通量的计划.....	18
7. 项目路线图	21
法定告知事项.....	22

1. 概要

apM Coin 项目与韩国最大服装批发购物商场 apM、apM PLACE、apM Luxe 合作，将构建优化线上线下批发交易的客户回报平台，即消费积分平台。

消费积分具备货币的三大功能——商品交换媒介、会计单位、价值储存，故从形式上带有货币性质。目前通用的消费积分发行主体大都是私有机构，而且均以电子形态发行，可理解为私有电子货币。同时，该制度不仅利于开展营销和吸引客户，而且在预测客户消费习惯方面创造优质的数据。

apM Coin 项目认为，在消费积分平台上结合区块链、云网络、数据分析技术等数字技术，可增强在积分和使用、积分平台的数据应用等优势。而且，为了有效推进我项目消费积分平台的市场商用化，与有竞争力的合作伙伴共同开展项目，具备了商业开发与执行竞争力。

apM Coin 项目的合作公司是 apM 集团。20 多年来，apM 集团在东大门服装批发市场上以优秀品质和新的服装系列，发展成为了韩国最大批发购物商场。apM 集团为了加强其市场竞争力，试图引进消费积分制度，apM Coin 项目将与 apM 集团一同构建基于区块链技术的消费积分平台。借此，有效收集分散于东大门的顾客数据，在整合的电算平台上积累可提升顾客服务的经验，加强市场竞争力，提供可使用该项目数字资产电子支付系统。

同时，我们将基于与 apM 集团一同推进的实际商用化事例，把消费积分平台应用到其他产业或企业，从而扩大 apM Coin project 的消费积分平台与数字资产的应用场景。

2. 市场分析

2.1. 消费积分系统市场规模

据 2019 年 12 月发布的 Fortune Business Insights 报告¹，全球消费积分管理市场规模从 2019 年的 21.332 亿美元有望增加到 2026 年的 71.2680 亿美元，2019 年到 2025 年间年平均复合增长率（CAGR）有望达到 16.84%。在诸多产业群当中，特别是在流通领域有望引进最多的消费积分制度，以确保顾客并鼓励顾客的再消费。

国民日报 2019 年 1 月报道²称，针对五大商业积分制度 L.point、OK Cashbag、Happy Point、CJ ONE、Shinsegae Point 进行调查显示，截至 2018 年 9 月，L.point 注册用户为 3800 万人，OK Cashbag 为 3470 万人，Happy Point 为 1990 万人。其中 L.point 注册用户人数最多，20-30 岁年龄段用户占 80%，会员年均增加 14% 左右，积分使用率达 95%。

2.2. 东大门服装批发市场规模

2016 年统计厅资料³显示，韩国服装批发业销售额突破了 33.4917 万亿韩元。其中位于首尔的服装批发市场销售额为 30.1098 万亿韩元，约占整个韩国服装批发市场的 90%。首尔服装批发市场按照生态特性，以东大门为中心得以形成，有 20 多个与服装相关的批发商集中此地。据 2019 年韩国经济杂志报道⁴，东大门服装市场的经济规模达 15 万亿韩元，日交易额估算为 500 亿韩元，东大门可谓是代表韩国的服装产业之核心。

2.3. 现有消费积分系统的局限性

货币功能可分为三大类：支付手段 (Means of payment)、衡量价值尺度的会计单位 (Unit of account) 以及价值储存手段 (Store of value)。当前，有一种手段未被普遍视为货币，但被参与市场的经济主体广为使用，并具备充分的货币功能。只要购买过商品或服务的人必已经历过，这就是消费积分。消费积分在消费者购买商品或服务时，按照其缴纳金额，按一定比率支付或积存，在日后购买商品或服务时，可在消费积分提供方的企业或合作企业内使用。

¹“Loyalty Management Market, Size, Share and Global Trend by Type (Customer Retention, Customer Loyalty, Channel Loyalty), By Deployment (On-Premises, Cloud), By Organization Size (SMEs, Large Enterprises), By End-User (BFSI, IT and Telecommunication, Retail, Travel and Hospitality, Manufacturing, Media and Entertainment, Hospitality, and Others) And Geography Forecast till 2026,” Fortune Business Insights, 2019 年 12 月

² Soojeong Moon, “没钱没卡…照样享受会员积分”免费购物 (Whether you don't have money or credit card, enjoy free shopping with membership points)”, Kookmin Ilbo, 14 Jan 2019,

<http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0924056190&code=11151400&cp=ny>

³ “批发零售业界调查[2016-2016] (Wholesale and Retail Report[2016-2016])”, KOSIS,

http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1KA3001&conn_path=I3

⁴ Yeongeun Kim, “凭借‘一人市场·数据’正在进化中的东大门服装市场(SNS indi markets, data analysis...Dongdamun Fashion Market is Evolving)”, Korea Economic Daily Magazine, 20 Mar 2019,

http://magazine.hankyung.com/apps/news?popup=0&nid=01&c1=1003&nkey=2019031801216000151&mode=sub_view

从形式来看，消费积分带有货币性质，因为消费积分具备货币的三大功能，即商品交换媒介、会计单位、价值储存等。目前通用的消费积分发行主体为私有机构，而且大多数均以电子形态发行，可理解为私有电子货币。私有电子货币由民间企业自由发行，是带有在线交易媒介形态的交易手段。

目前，消费积分在成本和便利性方面有其优势。因不经银行或交易卡公司等中介方即可进行交易，支付手续费极低或完全没有。与其他支付手段不同，其丢失风险很低，这也是优势之一。但是现使用的消费积分在许多方面呈现出了局限性。首先，具有附带条件债券形态的消费积分隐含着得不到结算的风险，缺乏可确认用以结算的支付储备的方法。而且，当前的消费积分发行公司和商品与服务的提供商之间存在信息差距，无法平等共享顾客数据与使用数据。

消费积分制度利于营销和吸引更多顾客，也为预测顾客消费行为提供了优质的数据价值。这些数据在做出事业规模与方向、时间等经营决策时必不可少。在消费积分管理方面，商品或服务提供商起到很多作用，可以说是管理主体，尽管如此，在接触数据方面有很大限制。

3. apM Coin project

3.1. 项目策划

如上述内容，消费积分制度是营销、吸引顾客的有效手段，也是收集优质数据的大数据平台，以推进业务发展而采取有效战略。顾客通过购买消费积分，进而将其用于购买商品或服务，提升消费满意度，这已成为了一个新潮流，故而，消费积分成为企业的另一创收模式。

韩国流行歌曲和韩剧等 K 文化在国外掀起了热潮，对韩国服饰的海外需求也随之与日俱增，韩国服装产业之中心——东大门服装市场也在蓬勃发展。特别是在东大门服装园区进行商品策划、生产、销售的大部分服装商品，质量高、设计佳，已成为华语区顾客认可的高档商品。

但是正如前面所讲，东大门批发市场虽然市场规模大，两万多家批发商创数万亿韩元销售额，且海外买家比重高，是一个 B2B 交易比重高达 90% 的线下 B2B 平台，但尚无消费积分系统，用来系统地管理顾客数据，与顾客保持良好关系，进而鼓励顾客消费。由此，apM Coin 看到如此庞大的服装批发市场有数万人的国内外买家定期访问，但仍然缺乏供买家购买，即符合他们偏好的消费积分整合管理系统，确认了消费积分平台的必要性。

3.2. 区块链解决方案的功能

2016 年德勤发布报告⁵系统地显示了引进区块链解决方案的消费积分平台所具有的优势。报告称，若消费积分平台结合区块链解决方案，技术解决方案的核心则是信任网络/平台、信任应用、信任代币。apM Coin project 将利用该报告提出的核心因素之优势，为东大门服装批发市场的买卖双方提供可持续使用的客户回报方案。

3.2.1. 构建顾客管理平台

apM Coin 通过引进针对海外顾客高比重的 B2B 市场消费积分平台，有效收集分散于东大门市场的顾客数据，在整合的电算平台上快速提供符合顾客需求的服务。同时，将区块链技术引进到该平台，apM Coin project 的消费积分管理系统基于系统化协议、智能合约技术等，囊括多种其他组织或消费积分程序，在无中介者的情况下，可与多家公司或积分程序之间进行消费积分的兑换或变换。借此功能，日后将消费积分发展为符合市场特性的货币，进而构建高效且安全的电子支付系统。

3.2.2. 实时管理积分，加强平台的互操作性

据现行法，具有附带条件债券形态的消费积分隐含着得不到结算的风险，缺乏可确认用以结算的支付储备的方法。而且，当前的消费积分发行公司和商品与服务的提供商

⁵“Making blockchain real for customer loyalty rewards programs,” Deloitte Center for Financial Services, 2016 年

之间存在信息差距，无法平等共享顾客数据与使用数据。在此平台的基础上引进区块链技术，以趋于实时的速度实现透明的信息共享，借此可实时支付、使用消费积分并进行实况确认。

同时，通过区块链协议，消费积分平台参与者之间的互操作性也得到提升，乃是优势之一。apM Coin 有数千件 B2B 交易在同一时间产生，且东大门批发市场的中国、台湾、东南亚等海外买家比重高，与住宿、运输服务等其他产业的合作可能性巨大。平台互操作性高，易于与更多合作伙伴展开合作，有望为顾客提供更多积分。

3.2.3. 加强安全与操作稳定性

在现有的消费积分系统，发行公司是运营消费积分的单方主体，故若产生发行方的电算错误或信息遗漏等问题时，顾客难以认知。消费积分是以债券的形式赋予顾客的价值资产，因而必须有强而有力的安全保护。

基于区块链技术的平台上，所有的消费积分都被代币化，赋予其难以篡改的固有价值，受黑客袭击风险低，信息伪造或变更难，具备极强的安全性。同时，apM Coin project 通过多个节点，严格管理消费积分，提高操作稳定性，加强安全，有望降低信任成本。

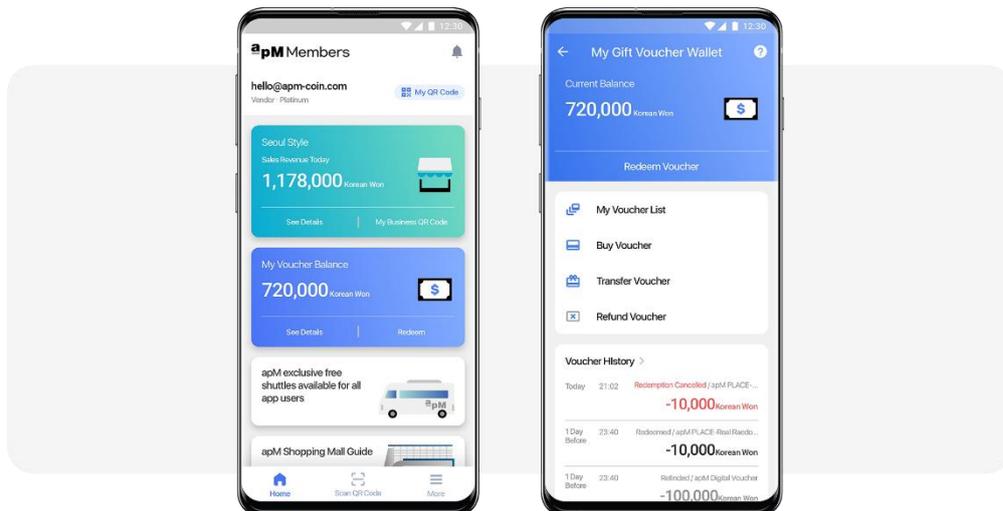
3.2.4. 透明管理消费积分平台条款

发行消费积分的企业有义务在签订注册合同时告知顾客条款事项，不能单方变更条款。但是随着消费积分制度的实施，大部分消费者曾经历过朝着对消费者不利的方向变更条款内容的情况，例如，消费积分运营主体单方变更消费积分支付比率，调整基于消费积分的折扣比率等。

apM Coin 将确保一切手段和方法，在区块链上对消费积分支付比率、折扣比率等条款及优惠事项进行透明管理，以保障顾客或加盟店所具有的权利。当条款内容发生变更或调整时，将在区块链上记录有关内容。消费者和消费积分管理主体的合同通过智能合约进行担保，任何一方无法私自变更或违反。

3.3. 服务模式

3.3.1. 基于手机应用程序的终端用户



为推进技术服务的普及，用户便利性则是需要优先考虑的因素。apM Coin project 采取买家和批发商等生态参与者最熟悉且最便于携带的方法，使其下载移动设备 apM Members 应用软件，提供简单高效的 apM Coin 消费积分平台服务。购买者可通过 apM Members 手机应用，积累并使用 reward token，也可方便获得多种优惠、活动等最新购物信息。

3.3.2. 针对批发市场的客户管理系统



apM Coin project 的消费积分平台用户大体上可分为批发市场顾客（购买者）买家以及销售者批发商。他们基于 apM Coin 手机应用而使用的消费积分数据将成为了解顾客购物行为的有效市场信息。批发商每月缴纳一定的客户管理服务使用费，即可获得并使用 apM Coin 平台收集的顾客数据。批发商利用 apM Coin 的消费积分平台的顾客数据，按照各自的业务战略管理顾客，也可进一步掌握信息，以实现业务发展。

3.3.3. 基于区块链系统的电子支付解决方案



apM Coin project 将在 apM Members APP 采用基于二维码的移动支付功能，为批发商和买家提供快速便捷的交易服务。该移动支付解决方案提供基于二维码的线上线下快捷支付功能，其中包括数字资产 apM 代币、顾客消费积分、电子商品券等。

apM Coin project 的数字资产可在 APP 用户之间转让，因在区块链系统上进行管理，安全性与扩张性突出，而且在其他公链/私链以 NFT（Non-Fungible Token）形式发行。apM Coin project 利用数字资产的优势，不断加强在批发市场中的 apM Coin project 数字资产的应用场景，从而扩大到相关商务环境。

4. 构建项目生态

4.1. 与 apM 集团的合作

要想通过 apM Chain platform，让消费积分系统在市场得以灵活运用，离不开合作公司的积极参与。apM Coin project 的首家核心合作公司是韩国东大门服装批发市场的龙头企业——apM 集团，旨在构建该消费积分管理平台的生态环境。

4.1.1. apM 集团介绍



类别	apM	apM PLACE	apM Luxe
顾客规模		日均访客 10,000 多人， 年累计访客 150 万多人，海外买家占 80%以上	
开店年份	1999 年	2016 年	2012 年
楼层	11 层 (B2 楼-9 楼)	16 层 (B4 楼-12 楼)	8 层 (B2 楼-6 楼)
楼层详情	8 楼-9 楼：运营办公室 4 楼-7 楼：男装 B1-3 楼：女装	4 楼-8 楼：高端女装 (钻石层) 1 楼-3 楼：女装 B2-B1 楼：饰品 9 楼-10 楼：运营办公室 11 楼-12 楼：酒店式公寓	1 楼-6 楼：女装 B1 楼：饰品
入驻品牌数量	500 多个	500 多个	300 多个

apM 集团是韩国服装批发市场的龙头企业，旗下有 apM、apM PLACE、apM Luxe 等大型服装批发购物商场。自大型服装购物商场 apM 于 1999 年开业以来，相继开始运营 apM Luxe(1999 年)和 apM PLACE(2016 年)，引领东大门服装批发市场的潮流，是

发展当前服装批发市场的主力军。在 apM、apM PLACE、apM Luxe 约有 1,300 多家服装批发品牌入驻于此。

每天平均有 10,000 多名顾客访问 apM 商城，其中 80%来自海外，apM 商城可谓是韩国的全球性购物商场。为提升全球买家的满意度，apM 集团为顾客提供多种便利服务，包括翻译、区间巴士、酒店式公寓、代理购买服务等。

同时，apM 集团在网上市服装批发市场领域也在扩大其业务范畴，为巩固作为全球企业的基础，计划推进海外业务扩张。



4.1.2. 与 apM 集团的合作宗旨

东大门服装市场是世界五大服装圣地之一，在东大门销售的服装商品中有 75% 出口到外国，为提高韩国服饰在全球服装市场的地位起到重要作用。据说中国杂牌市场 20% 的商品都来自东大门，可见东大门服装市场的海外影响力极大。这一竞争力源于对潮流的敏捷应对能力，甚至有人说昨天在媒体上看到的衣服，今天就开始在商店销售了。这样的应对能力得益于紧密结合策划、生产、流通的东大门服装园区的地理优势。

目前东大门批发市场在追逐数字信息时代变化时面临诸多困难。大多数其他服装市场引进电算化系统，朝着具备系统性数据的在线平台迈进脚步，但东大门服装市场仍以线下市场、现金支付为主。由此，顾客与交易相关的数据大部分都以手记账簿的形式进行管理。分散的信息价值固然比不上集中的信息价值，在分析或预测市场时也无法给出正确的视角。东大门虽然是世界五大服装圣地之一，但缺乏成套的大数据系统，有可能成为可持续发展的绊脚石。

apM 集团为了应对这样的变化，加强市场竞争力，提供符合顾客需求的服务，在鼓励顾客不断访问并购买的同时，将构建消费积分系统，以系统地管理顾客与交易数据，获得可信任的市场视角。同时，考虑到数千次的 B2B 交易同时产生，包括中国、台湾、东南亚等的海外顾客比重高，我们将利用基于 apM Coin 的区块链技术的消费积分平台，有效收集分散于东大门市场的顾客数据，在整合的电算平台上，为顾客提供快速有效的服务，将消费积分日后发展成为符合市场特性的货币，进而构建有效且安全的电子支付系统。

apM 集团正在直营便利设施及服务，为顾客提供咖啡店、酒店式公寓、区间巴士、物品保管、VIP 休息室、物品代理购买等服务。这些配套设施和服务虽然在线下使用较多，但由于数据收集渠道不足，包括顾客信息在内的，可用于营销、业务战略的数据不能系统地收集。因缺乏整合信息平台，顾客也无法得知并获得多种服务。由此，apM 集团寻求新的方案，以求在包括顾客消费积分制度的顾客吸引、提升顾客忠诚度等营销要素上，结合基于积分购买/使用系统的电子货币功能，开始与 apM Coin project 展开合作。



4.2. apM 生态的服务应用计划

apM Coin project 将考虑东大门服装批发市场的特性，逐步搞活该消费积分平台。东大门服装批发市场尚未普及电子支付和整合电算管理系统，若过快采用此类系统会引起将成为 apM Coin project 的主要用户——现有参与者的排斥心理。由此，apM Coin project 在庞大的批发市场平台 apM 商城基础上，将逐步扩大符合现有生态的消费积分平台服务，让实际用户充分体验到平台优势。

与此同时，我们将最大程度体现市场生态需求，apM Coin project 平台具备坚实的 apM 顾客群，有望使其覆盖范围扩大到 apM 商城之外的东大门市场其他商场与业务领域。



4.2.1. apM 购物商场首次采用客户回报积分应用服务

apM Coin project 将利用 apM Members 移动应用，为 apM、apM PLACE、apM Luxe 的忠诚用户提供客户积分，可在 apM Members 加盟店使用。当买家在 apM 购物商场的 apM Members APP 加盟店购买商品时，可获得顾客消费积分 (a.point)。按照顾客回报政策，移动应用 APP 上积累商品购买金额一定比率的消费积分，积分即可在 apM Members 积分使用处兑换成相应的商品。

apM Coin project 致力于实现消费积分应用场景与使用方式的多样化，吸引买家成为 apM Members APP 的忠诚用户，鼓励其持续参与到该积分回报项目中。

4.2.2. 基于 APP 专享服务，增强用户忠诚度，提升购物体验

apM 向顾客和批发商提供 apM Members APP 专享服务，旨在使他们主动且持续使用 APP。乘坐免费区间巴士、提供免费饮料等，利用 apM 购物商城的便利设施，仅向 APP 用户提供各种优惠，以吸引大多数 apM 购物商城顾客和访客成为初期用户。同时，之前 apM 购物商城顾客及访客等不特定人群均可享受 apM 商城的顾客优惠，而现在明确圈定享受对象为 APP 用户，从而有望掌握享受优惠的顾客人群，朝着符合实际用户需求的方向改善购物环境。

与此同时，仅可通过 apM Members APP 储存并使用 apM 电子商品券支付，提高入驻商家和顾客之间交易时的 apM Members APP 的使用度。apM 电子商品券是 apM、apM PLACE、apM Luxe 的入驻商家和买家之间可使用的补充支付手段，基于 apM Coin 平台发行，通过区块链技术实现安全管理。apM Coin project 在 apM Members APP 以 APP to APP 支付方式使用 apM 电子商品券，作为提升顾客便利性的电子支付手段提供快捷的支付环境，进而提高 apM Members APP 内部的电子支付服务的使用度。

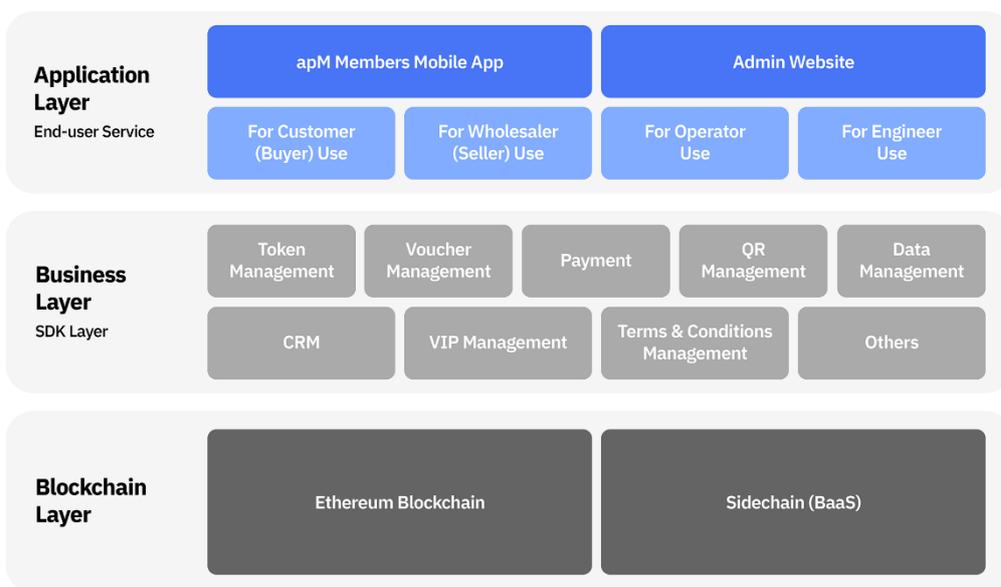
4.2.3. 提供技术服务，以搞活 apM 购物商场的商圈

当 apM Members APP 用户积累并使用消费积分时、购买并使用电子商品券时、使用各种 apM Members APP 专享优惠时，该顾客数据则安全记录在 apM Chain platform。通过该整合平台收集的数据将利用 apM Chain platform 的数据分析系统，从多角度区分并管理用户。

而且，apM Coin project 将通过客户管理系统，以订阅服务的形式向入驻商家共享顾客·市场数据，使商家管理不同品牌的优秀顾客，展开营销活动的同时，获得有利于业务发展的市场洞察力，能够敏捷地应对市场变化。



5. apM Chain platform 的系统结构



apM Chain platform 是 apM Coin project 的消费积分管理平台。该平台包括区块链层、业务层、应用层。

5.1. 区块链层

为同时满足管理高效性和安全性，区块链层同时使用以太坊和 BaaS 形式的侧链。用于业务层的积分平台主要资产（apM Coin 代币、a.point、电子商品券等）在该区块链层保障完整性管理，资产的发行与应用标准条款与管理的一切信息也都透明地记录在该区块链层上。同时，遵守标准协议，易于与其他服务的相互扩张。

5.2. 业务层

业务层构筑于云基础设施之上，apM Chain platform 的所有功能均以 RESTful 实现。该业务层囊括终端用户在应用层享受的所有服务逻辑，如代币使用、支付系统、数据收集系统、顾客管理系统、顾客等级与 VIP 管理系统、消费积分平台条款管理等，还包括记录该业务逻辑条件、区块链的记录模块以及系统管理员逻辑。apM Chain platform 的业务层易于按照不同功能管理 API 访问权限或 SDK 整合，基于此，合作伙伴公司的 APP 亦可利用该平台功能。

5.3. 应用层

应用层可以说是帮助 apM Chain platform 用户使用服务的入口，供买卖双方通过移动终端来使用服务的 apM Members 手机应用和系统操作管理网页实现该功能。帮助买家和商人等 apM 生态参与者简单安全使用区块链服务，则是 apM Coin project 优先考虑的重点。

apM Members APP 搭载有 apM Coin 代币的使用、a.point 的积分/支付、电子商品券的购买与移动支付功能等。同时，apM Coin project 的消费积分平台管理员可通过该层的操作管理系统使用管理员功能，如进行积分制度与条款管理、用户认证与管理等；数据工程师或系统管理员可利用该应用层上的监控及数据收集管理系统，对整体平台数据进行管理，监测系统状态。

利用 apM Chain platform 的私有 API 等，除 apM Members 外其他公司也可对 apM Chain platform 用户提供相关服务。

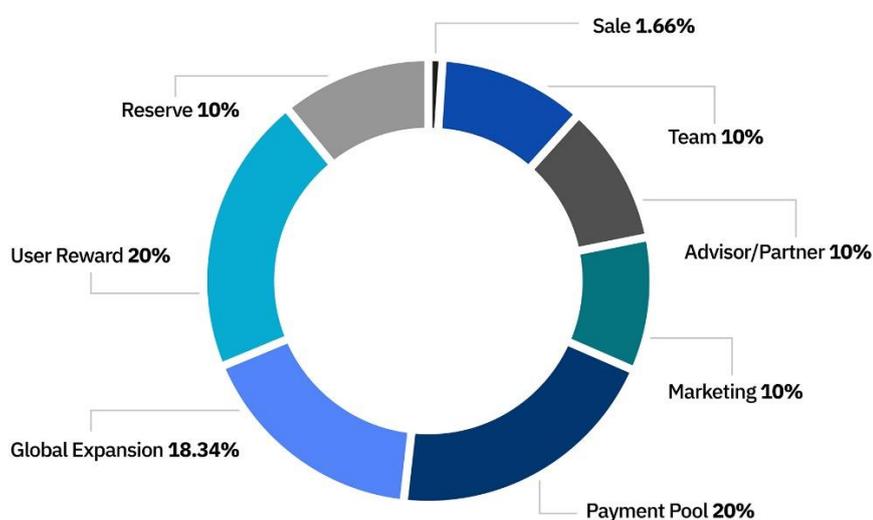
6. 代币经济

6.1. 代币发行信息

代币名称	apM Coin
标识	APM
平台	以太坊
标准	ERC-20
发行量	1,812,500,000 APM

6.2. Token Metrics

apM Coin 代币的用途分配内容如下，但在项目进展所需用途范围之内，部分比率可进行变更调整。



类别	数量 (APM)	比率 (%)	禁售期 (以上市日为准)
出售 (Sale)	30,000,000	1.66%	最长 13 个月
团队 (Team)	181,250,000	10%	1 年
顾问/合作伙伴 (Advisor/Partner)	181,250,000	10%	-
营销 (Marketing)	181,250,000	10%	最长 1 年
支付池 (Payment Pool)	362,500,000	20%	最长 2 年
全球扩张 (Global Expansion)	332,500,000	18.34%	最长 20 年

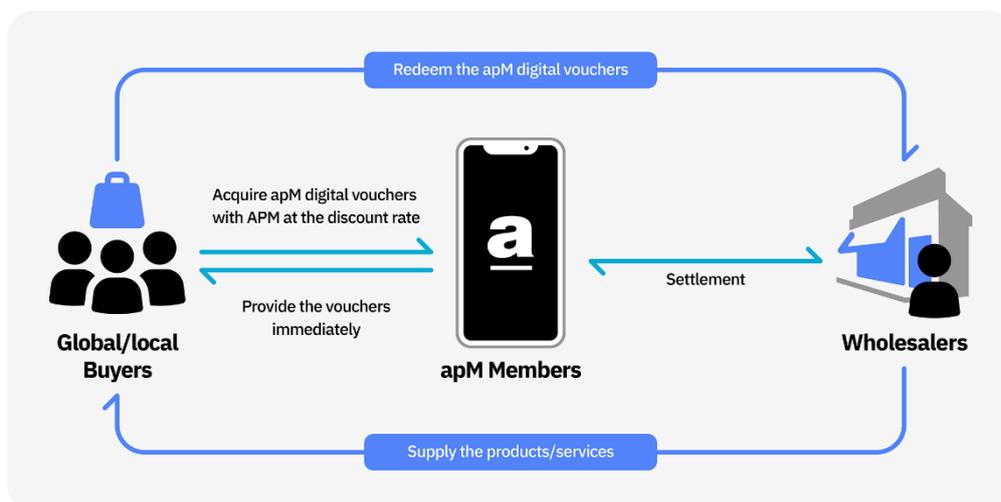
类别	数量 (APM)	比率 (%)	禁售期 (以上市日为准)
用户回报 (User Reward)	362,500,000	20%	最长 20 年
储量 (Reserve)	181,250,000	10%	最长 2 年
合计	1,812,500,000	100%	

6.3. 代币应用场景

apM Chain platform 的终端用户可以通过 apM Members APP 使用服务。apM Members

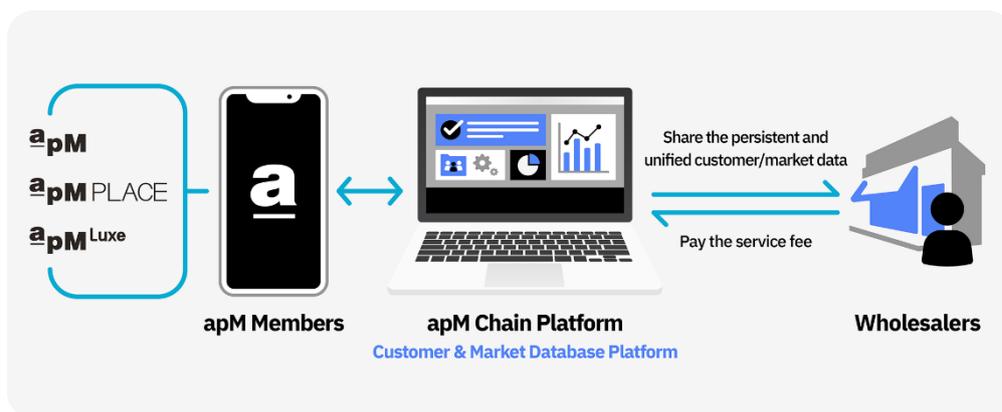
APP 的主要用户可分为访问 apM 购物商场购买商品的顾客以及入驻 apM 购物商场销售商品的入驻商。apM Coin 代币有望作为交易手段使用，如 APP 用户购买 apM Chain platform 销售的电子商品券或使用顾客管理服务等服务。同时，apM Coin project 将永久禁售或销毁通过 apM Chain platform 收取的部分 apM Coin 代币，以持续搞活代币经济。

6.3.1. 购买 apM 电子商品券



apM 电子商品券是具有韩元价值的定额型预付电子支付手段，可用于在 apM 购物商场内的服装店、咖啡厅、餐饮车卖场卖店等电子商品券加盟店购买商品或服务。顾客可通过 apM Members APP 以非接触的方式购买电子商品券，没有时间和空间界限，购买后即可使用。顾客可通过多种支付手段购买 apM 电子商品券，如韩币现金、apM Coin 代币等，但在 apM Coin 代币支付时，可获得最大优惠。

6.3.2. 订阅 apM 购物商场顾客管理服务



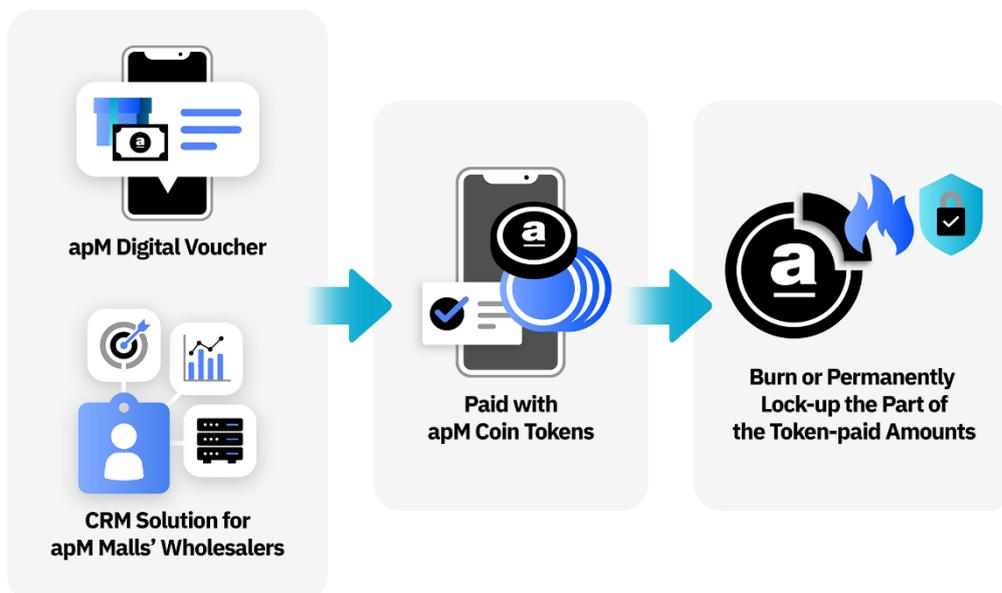
顾客用户和商家用户的 apM Members APP 使用数据将成为用于掌握 apM 商城用户特性的绝佳市场信息。入驻 apM、apM PLACE、apM Luxe 的 1,300 多个服装批发品牌商家以 apM Coin 代币的形式缴纳一定金额的服务订阅费，即可利用基于相关数据的顾客管理系统。顾客管理系统囊括顾客数据分析服务、回头客分析服务、卖场宣传服务等。

6.4. 调节代币流通量的计划

apM Coin project 在 apM Chain platform 销售 apM 电子商品券或提供 apM 商城顾客管理服务，收取相当于商品或服务价值的 apM Coin 代币。日后服务进一步搞活，项目收取的代币数量有望逐步增多。为实现稳定且可持续的代币经济，apM Coin project 将永久禁售或销毁已收取的部分 APM 代币，同时对于未被永久禁售或销毁的其他 APM 代币不以直接出售，而进行战略性管理，以保障流动性的稳定。

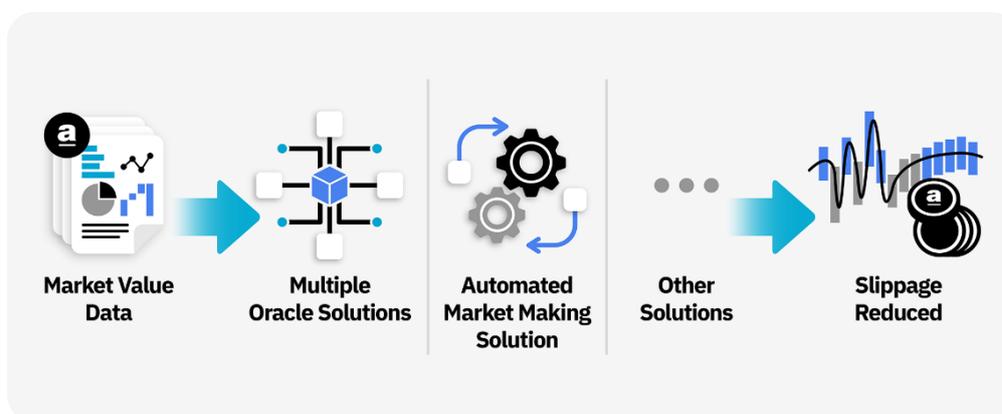
6.4.1. 永久禁售或销毁代币，持续减少流通量

apM Coin project 将针对在代币应用场景中用于交易手段，且由项目收取的 apM Coin 代币中的一部分，每隔半年通过智能合约进行永久禁售或销毁。随着 apM 电子商品券的购买、顾客管理系统服务订阅等代币应用服务的普及，作为交易手段使用的 APM 代币将会增加，而 apM Coin 代币流通量有限，apM Coin 代币的整体流通量反而会持续减少，最高流通量有望随之逐渐减少。永久禁售或销毁的具体比率将日后公布。



6.4.2. 基于复数甲骨文网络和 AMM，最大程度避免滑点

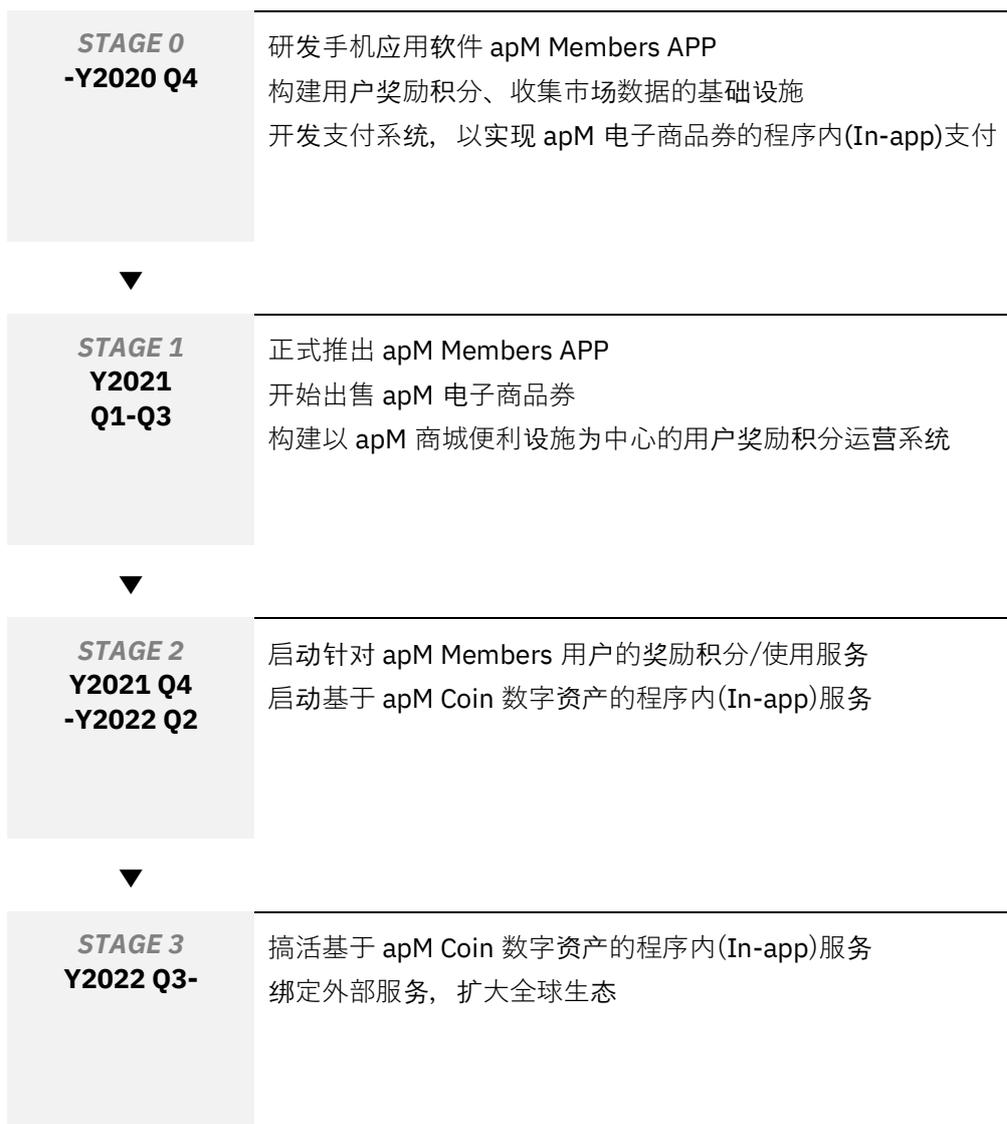
当 apM Members APP 用户购买 apM 电子商品券时、为订阅顾客管理服务从数字资产交易市场购买 APM 代币时、使用 APM 代币购买 apM 电子商品券或订阅顾客管理服务时，均有可能出现 APM 代币市场价格突然失常的现象或出现大滑点（Slippage）。



apM Coin project 利用去中心化的复数甲骨文网络（Oracle Network），为用户提供 apM Chain platform 上最接近 APM 代币最新市场价的 KRW-APM 兑换价格。同时 apM Coin project 不会立即出售在商品·服务购买时用户支付的大部分 APM 代币，而在货款

核算周期中通过 AMM 系统将其用于供应流动性，以此来避免出现滑点。与核算周期有关的风险均由 apM Coin project 承担。

7. 项目路线图



上述路线图是基于当前进展情况做出的说明，可能发生变更。

法定告知事项

本白皮书帮助了解 apM Chain platform 和 apM Coin 代币（以下统称“代币”）的业务模式、技术等信息，是以编写本书时的状态为基准（As-is）进行说明，apM Coin 团队对未来路线图上记载的项目结论、日程及成果及其一切内容，不提供准确性及恰当性的任何保证。本白皮书内容可按照 apM Coin 团队政策及决策发生变更，对于变更内容的效力以最终版本为先。

本白皮书记载的信息或分析不包括项目参与建议，本书不是投资咨询或劝诱，使您进行证券、金融商品投资。如需确认书中所载内容以外的各种风险评估、相关法律适用、税收等相关内容，请另咨询专家。

您参照或利用本书所做决策的结果及由此产生的所有损害、损失、费用，均自行承担，apM Coin 团队不负有任何责任。

本白皮书未经管理部门研究或批准，也不意味着本书的发行、散播、推广事实完全遵守了相关法律或管理规定。发行、散播、推广可能依照具体情况受相关法规的禁止或限制。另外，管制部门可能对代币的销售、所有、使用、储备加以限制，代币的销售及使用可能受到这些措施的影响。

代币除了在本白皮书规定的 apM Coin 平台上使用之外，不具有任何其他用途，其价值及功能不受保障。代币不是证券或投资商品，拥有代币不代表可向 apM Coin 团队要求分红或偿还，也不解释为拥有任何知识产权。

代币购买伴随一定的风险。您可能失去全部或相当部分的用来购买代币的资金，apM Coin 团队对于购买价、代币价值不提供任何保障。在参照本白皮书欲购买代币时，请务必充分了解上述风险，并确认能否接受。

免责条款

本白皮书所含信息可能随时被翻译成其他语言或与多名参与者沟通过程中被使用，在翻译或沟通过程中有可能被改动或产生误译的情况，网站公布的韩文白皮书具有最优先效力，因此，您有责任亲自确认具最优先效力的白皮书内容。

apM Coin 团队告知并说明以下风险。对于 apM Coin 团队说明的下述风险，apM Coin 团队不以任何内容及形式进行陈述或提供保证，下述风险完全由 apM 代币购买人和 apM Chain platform 参与者自行承担。

对未来预测陈述的警告

本白皮书含有在现今时间点对将来计划及落实（下称“将来计划”）进行说明的内容，表述将来计划时使用“能做”、“可能做”、“预期”、“预计”、“目标”、“预测”、“意图”、“计划”、“查找”、“相信”、“潜在”、“继续”、“可能有”之类的单词或句子，是参照 apM Coin 团队的经验、当前状况、未来开发的预计及其他因素，基于认为合理的假设及分析而提出。但其内容不可避免存在风险性及不确定性，实际 apM Coin project 结果及成果可能与将来计划不同。

潜在风险

建议在决定购买及参与 apM 代币前认真阅读以下内容，充分分析并理解相关因素及风险。风险包括但不限于：代币或硬币受到美国证券交易委员会（SEC）等全球许多管理部门的缜密调查，在包括美国在内的多国 apM 代币有可能被视作证券。在此情况下，持有特定金额以上的 apM 代币等时，可能根据与证券相关的法律内容受到限制，apM 代币等的转让也有可能受到限制，也可能对 apM 代币等销售附加一定条件，或对 apM 代币等的兑换或转让相关业务进行限制。

而且，因数码钱包个人密钥损坏有可能丧失 apM 代币。在因个人密钥丢失、损坏或损伤而不能登录时，apM 代币持有人将无法进入基于区块链的数字资产，apM Coin 团队无法对此进行复原修复。

智能合约技术尚处于开发起步阶段，其应用伴随着运营、技术、管制、财务等方面的风险。智能合约可能不符合当初目的，智能合约内可能隐含缺陷、漏洞或其他问题，可能引起技术问题或带来 apM 代币等的损失。

个人、企业等潜在参与者在首发以后可能不参与 apM Coin project 或代币的使用，相关认知度也可能不高。而且，apM Coin project 有可能无法运营。在此情况下，代币等的价值可能显著降低或损失。

apM Coin 的功能含有参与者个人信息的储存及传输，可能受到各类网络袭击而发生安全问题，致使个人信息面临泄露风险。apM Coin 团队计划采取安全措施阻断无权限者登录数据库，但由于多种原因可能导致个人信息受到侵害。在此情况下，可能出现法律、金钱损失，对 apM Coin project 产生负面影响。

最近政府对区块链相关产业进行管控的风险与日俱增。根据政府对区块链产业的管制与否及其力度，相关公司的业务将直接或间接受到影响。apM Coin 团队为推进区块链技术的健康发展，将在遵守相关法规和法律允许范围内，持续保持稳健的经营。但今

后亦可能因法律限制等，对 apM Coin project 产生负面影响，且如果政府对代币加以限制，为采取应对措施可能需要投入相当程度的时间和资源。

a_—**pM** COIN[®]**a**

www.apm-coin.com