



Blockchain-powered
Customer Rewards Management Platform

Whitepaper_Korean

Ver 4.0

목차

1. 요약	2
2. 시장 분석	3
2.1.고객 리워드 시스템 시장 현황.....	3
2.2.동대문 의류 도매 시장의 규모.....	3
2.3.현재 고객 리워드 시스템의 한계.....	4
3. apM 코인 프로젝트	6
3.1.프로젝트 도입 취지.....	6
3.2.블록체인 기술 솔루션의 기능.....	6
3.3.서비스 모델.....	9
4. 프로젝트 생태계 구축.....	11
4.1.apM 그룹과의 협업	11
4.2.apM 생태계 내 서비스 도입 계획.....	14
5. apM 체인 플랫폼의 시스템 구조	17
5.1.블록체인 레이어.....	17
5.2.비즈니스 레이어.....	17
5.3.어플리케이션 레이어.....	18
6. 토큰 이코노미	19
6.1.토큰 발행 정보.....	19
6.2.토큰 매트릭스.....	19
6.3.토큰 사용처.....	20
6.4.토큰 유통량 조절 계획.....	21
7. 프로젝트 로드맵	24
법적 고지사항.....	25

1. 요약

apM 코인(apM Coin) 프로젝트는 한국 최대 패션 도매 쇼핑몰 apM, apM PLACE, apM Luxe와 협력하여 온오프라인 도매 상거래에 최적화된 고객 리워드 플랫폼을 구축할 예정이다.

고객 리워드는 화폐의 세가지 기능, 즉 상품 교환의 매개적 기능, 회계 단위로서의 기능, 가치 보관의 기능을 모두 수행할 수 있기 때문에 그 형식상 화폐로서의 성격을 지닌다. 현재 통용되는 고객 리워드는 그 발급 주체가 사적기관으로 대부분 전자 형태로 발급되기 때문에 사적 전자화폐로 이해될 수 있다. 또한, 고객 리워드 제도는 마케팅과 고객 유치라는 장점을 가지는 것은 물론 고객의 소비 패턴 예측을 위한 양질의 데이터라는 가치를 창출해내고 있다.

apM 코인 프로젝트는 고객 리워드 프로그램에 블록체인, 클라우드 네트워크, 데이터 분석 기술 등 디지털 기술과 접목시켜 리워드 적립/사용, 리워드 플랫폼의 데이터 활용 등에 있어서 장점을 강화할 수 있을 것으로 판단했다. 이와 함께 본 프로젝트의 고객 리워드 플랫폼을 효과적으로 상용화할 수 있는 경쟁력 있는 파트너사와 함께 프로젝트를 추진함으로써 사업 개발 및 실행 부문에서의 경쟁력도 갖추었다.

apM 코인 프로젝트의 파트너사는 동대문 의류 도매 시장에서 20여 년 간 우수한 품질과 새로운 컬렉션으로 대한민국 최고의 도매 쇼핑몰로 성장한 apM 그룹이다. apM 코인 프로젝트는 시장 경쟁력을 강화하기 위한 목적으로 고객 리워드 제도를 도입하고자 하는 apM 그룹과 함께 블록체인 기술을 활용한 고객 리워드 플랫폼을 도입할 예정이다. 이를 통해 동대문 시장 내의 분산되어 있는 고객 데이터들을 효율적으로 수집하고, 통합된 전산 플랫폼 상에서 고객 서비스를 향상할 수 있는 인사이트를 도출하여 시장 경쟁력을 강화하며, 본 프로젝트의 디지털 자산을 활용할 수 있는 전자 결제 솔루션을 제공하고자 한다.

또한 apM 그룹과 함께 구축한 실제 상용화 사례를 기반으로 고객 리워드 플랫폼의 도입처를 타 산업 또는 기업과 확대하여, apM 코인 프로젝트의 고객 리워드 플랫폼과 디지털 자산의 활용도를 높여 나갈 예정이다.

2. 시장 분석

2.1. 고객 리워드 시스템 시장 현황

2019년 12월 포춘 비즈니스 인사이트(Fortune Business Insights) 보고서¹에 따르면 글로벌 고객 리워드 매니지먼트 시장의 규모가 2018년 기준 미화 21억 3320만 달러에서 2026년에는 미화 71억 2680만 달러까지 성장하면서, 2019년부터 2025년까지 연평균복합성장률(CAGR)이 16.84%를 기록할 것이라고 전망했다. 또한, 여러 산업군 중 유통 부문에서 고객 유지 및 지속적인 재구매 독려를 위해 고객 리워드 프로그램을 가장 많이 도입할 것으로 예상한다고 전했다.

2019년 1월 국민일보 기사²에서는 커머스 부문 대표적인 멤버십 제도 5개 엘포인트(L.point), OK캐시백, 해피포인트, CJ 원포인트, 신세계 포인트를 취재한 결과, 엘포인트(L.point)의 경우, 2018년 9월 기준 가입자수가 3,800만 여명, OK캐시백의 경우 3,470만 여명, 해피포인트의 경우 1,990만여 명이라 한다. 가입자 규모가 가장 큰 엘포인트는 가입 고객 80% 이상이 20-30대이고 이용 회원이 연평균 14%가량 증가하고 있으며 이들의 포인트 사용률은 95% 이다.

2.2. 동대문 의류 도매 시장의 규모

2016년 통계청 자료³ 기준 대한민국 의류 도매업의 매출액은 33조 4,917억원이 넘는다. 그 중 서울에 위치한 의류 도매 시장의 매출액은 30조 1,098억원으로 대한민국 의류 도매 시장의 약 90%를 차지한다. 서울의 의류 도매시장은 생태계의 특성에 따라 동대문을 중심으로 형성되어 있고, 20여 개의 패션 관련 도매상 등이 이 지역에 밀집되어 있다. 2019년 한국경제매거진

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, 2019년 12월

² 문수정, "돈 없어도, 카드 없어도... 즐겨라, 멤버십 포인트 '공짜 쇼핑'", 국민일보, 2019년 1월 14일, <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0924056190&code=11151400&cp=nv>

³ "도소매업조사[2016-2016]", KOSIS, http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1KA3001&conn_path=I3

기사⁴에 따르면 동대문 패션 시장의 경제 규모는 15조원, 하루 거래액은 약 500억원으로 추산된다고 하니 동대문은 실로 한국을 대표하는 패션 산업의 중심이라 할 수 있다.

2.3. 현재 고객 리워드 시스템의 한계

화폐의 기능은 지불 수단(Means of payment), 가치의 척도를 표현할 수 있는 회계의 단위(Unit of account), 그리고 가치의 저장 수단(Store of value)으로 요약할 수 있다. 현재 시장에 참여하고 있는 경제의 주체들에 의해 널리 사용되고 있으며 충분한 화폐의 기능을 가지고 있으나 일반적으로 화폐라고 인식되지 못하는 수단이 있다. 물건이나 서비스를 구매해 본 사람이라면 누구라도 경험해 보았을 고객 리워드이다. 고객 리워드는 소비자가 용역이나 상품을 구입할 시 그 대금에 따라 일정한 비율로 지급 및 적립되며 차후에 상품이나 서비스를 구매할 시 고객 리워드 지급자의 업체 또는 제휴 업체 내에서 사용할 수 있다.

고객 리워드는 그 형식상 화폐로서의 성격을 지닌다. 고객 리워드는 화폐의 세가지 기능, 즉 상품 교환의 매개적 기능, 회계 단위로서의 기능, 가치 보관의 기능을 모두 수행할 수 있기 때문이다. 현재 통용되는 고객 리워드는 그 발급 주체가 사적기관으로 대부분 전자 형태로 발급되기 때문에 사적 전자화폐로 이해될 수 있다. 사적 전자화폐는 민간 기업이 자유롭게 발행하며 온라인상의 거래 매개체 형태를 띤 거래의 수단이다.

현재 고객 리워드는 비용과 편의성의 측면에서 효율성을 자랑한다. 거래에서 은행이나 카드회사와 같은 중개 회사를 거치지 않아도 된다는 점에서 지급 수수료는 아주 낮거나 전혀 들지 않는다. 다른 결제수단과는 달리 분실 위험이 낮다는 것 또한 장점이 될 수 있다. 그러나 현재 사용되고 있는 고객 리워드는 여러 가지 측면에서 한계점을 보이고 있다. 조건부 채권의 형태를 지닌 고객 리워드는 정산되지 않을 위험성이 내재되어 있으며, 정산을 보장할 수 있는 지급 준비를 확인할 수 있는 방법이 존재하지 않는다. 또한, 현재의 고객 리워드 발행사와 용역 또는 상품 제공 업체 간에는 정보의 격차가 존재하고 고객 데이터 및 사용 데이터는 평등한 수준으로 공유되지 않고 있다.

고객 리워드 제도는 마케팅과 고객 유치라는 장점을 가지는 것은 물론 고객의 소비 패턴 예측을 위한 양질의 데이터라는 가치를 창출해내고 있다. 이러한 데이터는 사업의 규모와 방향, 시기 등을

⁴ 김영은, “1인 마켓· 데이터’입고 진화하는 동대문 패션 시장”, 한국경제매거진, 2019년 3월 20일,

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

결정하는 경영 전략에 있어서 필수적인 요소가 됐다. 그러나 상품 또는 용역 제공업체는 고객 리워드의 운영의 큰 부분을 담당하고 있고 운영의 주체임에도 불구하고 이러한 데이터에 접근하는 것이 제한되어 있는 실정이다.

3. apM 코인 프로젝트

3.1. 프로젝트 도입 취지

앞서 언급한 바와 같이 고객 리워드 제도는 마케팅과 고객 유치를 위한 효과적인 수단이며 비즈니스 성장을 위한 효과적인 전략을 구축할 수 있는 양질의 데이터를 수집할 수 있는 빅데이터 플랫폼으로서의 역할을 수행하고 있다. 또한, 고객이 고객 리워드를 구매해 상품이나 서비스 구입 시 사용해 구매 만족도를 높이는 트렌드가 확산되면서 기업의 또 다른 수입 모델이 되고 있다.

해외에서 K팝, K드라마 등 K-컬처의 인기가 올라감에 따라 해외에서 한국 패션에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있고, 이에 따라 대한민국 패션 산업의 중심이라 할 수 있는 동대문 패션 시장 역시 지속적으로 성장하고 있다. 특히 동대문 패션 클러스터에서 상품 기획부터 생산, 판매까지 진행되는 대부분의 의류 상품의 경우, 품질과 디자인 면에서 우수해 중화권 고객들에게 프리미엄 상품으로 인식되고 있다.

하지만, 동대문 의류 도매 시장은 앞서 언급한 바와 같이 2만여 개의 도매상이 수조원 매출액을 기록하는 거대한 시장 규모, 높은 해외 바이어가 비중을 차지하며 B2B 비즈니스가 90%의 비율⁵을 차지하고 있는 오프라인 B2B 플랫폼임에도 불구하고 체계적으로 고객 데이터를 관리하고 이를 통해 고객과 지속적인 관계를 구축하며 구매를 독려하기 위한 고객 리워드 시스템을 찾아보기 어렵다. 이에 따라 apM 코인은 수만명의 국내외 바이어가 주기적으로 방문하고 이들이 상품 구입, 즉 사업 거래를 하러 오는 상인의 성향을 고려하여 의류 도매 시장이라는 거대한 플랫폼에 체계적인 고객 데이터 통합 관리 시스템이 아직 부재하다는 점에서 고객 리워드 플랫폼에 대한 필요성을 확인했다.

3.2. 블록체인 기술 솔루션의 기능

2016년 딜로이트가 발행한 보고서⁶에서는 고객 리워드 프로그램에 블록체인 솔루션을 도입하였을 때의 장점을 체계적으로 제시하고 있다. 그들은 고객 리워드 프로그램에 블록체인 솔루션을 도입할 때, 이 기술 솔루션의 핵심 요소는 로열티 네트워크/플랫폼, 로열티 어플리케이션,

⁵ 김영은, “1인 마켓·데이터’입고 진화하는 동대문 패션 시장”, 한국경제매거진, 2019년 3월 20일,

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

⁶ “Making blockchain real for customer loyalty rewards programs,” Deloitte Center for Financial Services, 2016년

로열티 토큰이라고 언급했다. apM 코인 프로젝트는 본 보고서에서 언급한 핵심 요소의 장점을 활용하면서도, 동대문 의류 도매 시장의 상인과 고객 모두 지속적으로 사용할 수 있는 적절한 로열티 프로그램을 제공하고자 한다.

3.2.1. 통합 고객 관리 플랫폼 구축

apM 코인은 해외 고객이 다수를 차지하는 B2B 시장 맞춤형 고객 관리 플랫폼을 도입함으로써 동대문 시장 내의 분산되어 있는 고객 데이터들을 효율적으로 수집하고, 통합된 전산 플랫폼 상에서 고객 니즈에 맞는 고객 서비스를 빠르게 제공할 예정이다. 또한 블록체인 기술을 본 플랫폼에 도입함으로써 apM 코인 프로젝트의 고객 리워드 관리 시스템은 체계적인 프로토콜, 스마트 컨트랙트 기술 등을 통해 다수의 다른 조직이나 고객 리워드 프로그램을 수용할 수 있으며, 중개자 없이 여러 회사나 리워드 프로그램 간의 고객 리워드 교환이나 변환이 가능할 수 있다. 이와 같은 기능을 활용하여 추후 고객 리워드를 시장 특성에 적합한 화폐로 발전시켜 높은 효율성과 보안성을 갖춘 전자 결제 시스템까지 구축하고자 한다.

3.2.2. 실시간 리워드 관리 및 플랫폼의 상호 운용성 강화

현행법 상 조건부 채권의 형태를 지닌 고객 리워드는 정산되지 않을 위험성이 내재되어 있으며, 정산을 보장할 수 있는 지급 준비를 확인할 수 있는 방법이 존재하지 않는다. 또한, 현재의 고객 리워드 발행사와 용역 또는 상품 제공 업체 간에는 정보의 격차가 존재하고 고객 데이터 및 사용자 데이터는 평등한 수준으로 공유되지 않고 있다. 본 플랫폼에 블록체인 기술을 도입함으로써 실시간에 가까운 속도로 투명한 정보 공유가 가능하고 이를 통해 고객 리워드 즉시 지급, 사용, 현황 확인이 가능하다.

블록체인 프로토콜을 통해 리워드를 지급함으로써 리워드를 발행하는 플랫폼 참여자 간의 상호운용성이 높아지는 것도 장점이 된다. apM 코인은 수천 건의 B2B 거래가 동시에 발생하고 중국, 베트남, 일본, 대만 등 아시아 국가의 해외 바이어 비중이 높은 동대문 도매 시장의 특성을 고려하였을 때, 숙박, 수송, 운송 서비스 등 타 산업과의 긴밀한 협력 가능성을 내재하고 있다. 플랫폼의 높은 상호운용성은 더 많은 파트너사와 협력을 용이하게 함으로써 고객에게 더 많은 리워드를 제공할 수 있을 것으로 예상된다.

3.2.3. 보안 및 운용 안정성 강화

기존의 고객 리워드 시스템은 발행사가 고객 리워드 운영의 일방적인 주체여서 발행사 측의 전산 오류 또는 정보 누락 등의 문제가 발생해도 고객이 인지하기 어려웠다. 고객 리워드는 고객에게 채권 형태로 부여되는 가치 자산이므로 강력한 보안을 통해 그 안전이 보호되어야 한다.

블록체인 기술이 적용된 플랫폼은 모든 고객 리워드가 토큰화 되어 위조가 어려운 고유값을 가지고 있고 해킹이 어렵고 정보의 위조나 변경이 어려운 블록체인 기술의 특성으로 높은 보안성을 보유하게 된다. 또한, apM 코인 프로젝트는 여러 노드를 통해 고객 리워드를 철저하게 관리함으로써 운용 상의 안정성을 높이고 보안성을 강화하여 신뢰 비용을 절감할 수 있을 것으로 기대한다.

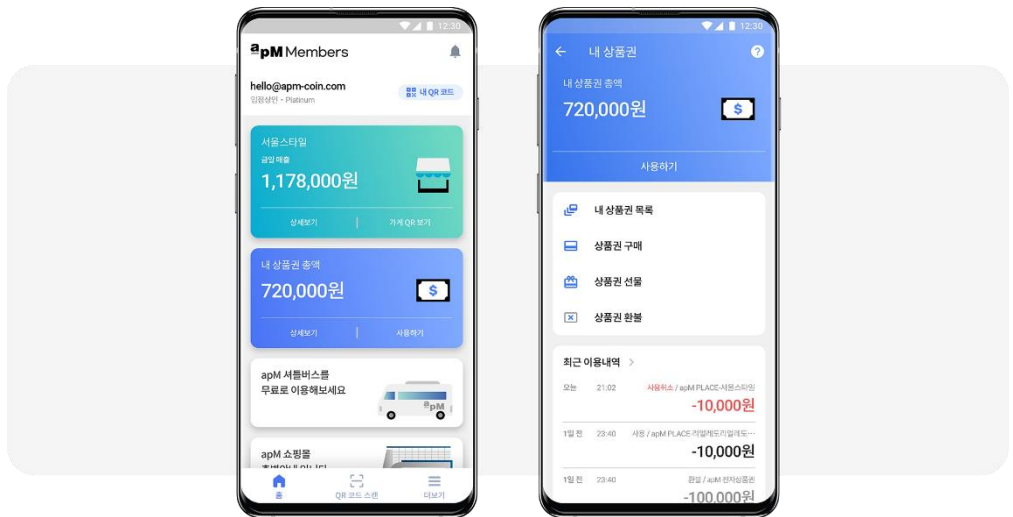
3.2.4. 투명한 리워드 프로그램 약관 관리

고객 리워드를 발급하는 기업은 가입 계약 체결 시 약관의 내용을 고객에게 고지할 의무를 가지며 약관을 일방적으로 변경할 수 없다. 그러나 고객 리워드 제도 시행 이래 대부분의 소비자들은 고객 리워드 운영 주체가 일방적으로 고객 리워드의 지급 비율을 변경하거나 또는 고객 리워드를 통한 할인 비율을 조정하는 등 약관을 불리하게 변경할 경우에도 인지를 하지 못하는 경우가 대다수였다.

apM 코인은 고객 리워드 지급 비율, 할인 비율 등의 약관 및 혜택을 블록체인 상에서 투명하게 관리하여 고객 또는 가맹점들의 권리를 보호하는 수단과 장치를 확보할 것이다. 약관의 변경 또는 조정이 있을 시에는 블록체인 상에 기록이 이루어지게 된다. 소비자와 고객 리워드 관리 주체와의 계약은 스마트 계약을 통하여 보증되고 어느 한쪽이 일방적으로 조건을 변경하거나 위반할 수 없다.

3.3. 서비스 모델

3.3.1. 모바일 앱 기반 엔드 유저 서비스



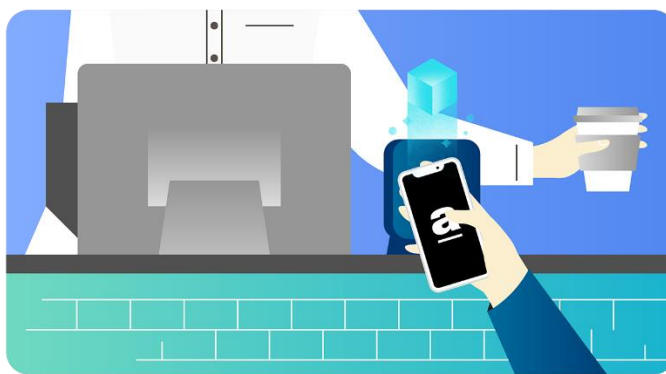
기술 서비스 대중화에 있어서 사용자의 편의성은 최우선으로 고려해야 하는 사항이다. apM 코인 프로젝트는 바이어와 도매상인 등 생태계 참여자들이 가장 익숙하고 쉽게 소지할 수 있는 모바일 기기 내 apM 멤버스 모바일 앱을 설치하도록 하여 apM 코인의 고객 리워드 플랫폼 서비스를 쉽고 효율적으로 이용할 수 있도록 할 예정이다. apM 멤버스 모바일 앱을 통해 구매자는 고객 리워드 적립 및 사용이 가능하고, 여러 쇼핑 혜택, 이벤트 진행 정보 등 대한 최신 쇼핑 정보를 쉽게 접하고 이용할 수 있다.

3.3.2. 도매 시장 맞춤형 고객 관리 시스템



apM 코인 프로젝트 리워드 플랫폼의 주요 이용자는 크게 도매 시장의 고객(구매자)인 바이어와 판매자인 도매상인으로 나뉠 수 있다. 이들이 apM 코인의 어플리케이션을 통해 리워드 프로그램을 이용한 데이터는 고객의 쇼핑 패턴을 파악할 수 있는 훌륭한 시장 정보가 된다. 도매상인은 매달 고객 관리 서비스 이용료를 납부한 뒤, apM 코인의 플랫폼에 수집된 고객 데이터에 대한 접근 및 이용이 가능하다. 도매상인들은 apM 코인의 고객 리워드 플랫폼에 수집된 고객 데이터를 활용해 각자 사업 전략에 맞는 자체 고객 관리가 가능하고, 사업 성장을 위한 인사이트를 도출할 수 있다.

3.3.3. 블록체인 시스템 기반의 디지털 자산 결제 솔루션



apM 코인 프로젝트는 QR 코드 기반의 모바일 결제 기능을 apM 멤버스 앱 서비스에 포함하여 도매상인과 고객 간의 빠르고 편리한 상거래를 지원할 예정이다. 해당 모바일 결제 솔루션은 apM 코인 프로젝트의 디지털 자산인 apM 코인 토큰, 고객 리워드 포인트, 전자상품권 등을 활용한 QR 코드 기반의 온/오프라인 간편 결제 기능을 지원한다.

apM 코인 프로젝트의 디지털 자산은 앱 사용자 간의 양도가 가능하며, 블록체인 시스템으로 관리되어 높은 보안성과 확장성을 가지고 있을 뿐 아니라 타 퍼블릭/프라이빗 체인 상에서 NFT(Non-Fungible Token) 형태로 발행이 가능하도록 설계되어 있다. apM 코인 프로젝트는 이러한 블록체인 적용 디지털 자산의 이점을 활용하여, 도매 시장 내 상거래 apM 코인 프로젝트의 디지털 자산의 활용도를 계속해서 높여 나가며, 연관 비즈니스까지 활용 영역을 확장해 나갈 예정이다.

4. 프로젝트 생태계 구축

4.1. apM 그룹과의 협업

apM 체인 플랫폼을 통해 고객 리워드 시스템이 시장에서 원활하게 도입되고 활성화되려면 파트너사들의 적극적인 참여가 필수적이다. apM 코인 프로젝트는 한국 동대문 의류 도매 시장의 선두 기업인 apM 그룹과 협업을 시작으로 본 고객 리워드 관리 플랫폼의 생태계 구축을 시작하고자 한다.

4.1.1. apM 그룹 소개



구분	apM	apM PLACE	apM Luxe
고객 규모	일일 평균 방문자 10,000여 명, 연간 누적 방문자 150만여 명, 80% 이상의 해외 바이어		
개점년도	1999년	2016년	2012년
층수	11개 층 (B2층-9층)	16개 층 (B4층-12층)	8개 층 (B2층-8층)

구분	apM	apM PLACE	apM Luxe
층별 구성	8층-9층: 운영 사무실 4층-7층: 남성 의류 B1-3층: 여성 의류	4층-8층: 프리미엄 여성 의류 (다이아몬드층) 1층-3층: 여성 의류 B2-B1층: 약세서리 9층-10층: 운영 사무실 11층-12층: 레지던스	1층-6층: 여성 의류 B1층: 약세서리
	입점 브랜드수	500여 개	500여 개

apM 그룹은 apM, apM PLACE, apM Luxe 등의 대형 의류 도매 쇼핑몰을 보유하고 있는 한국 패션 도매 시장의 선두 기업이다. 1999년 대형 의류 쇼핑몰 apM을 개업한 뒤 apM Luxe (2012년)와 apM PLACE(2016년)를 개점하며, 동대문 의류 도매 시장의 트렌드를 이끌고 현재 의류 도매시장을 성장시킨 주역 중 하나이다. apM, apM PLACE, apM Luxe에는 약 1,300여 개의 의류 도매 브랜드가 입점 되어있다.

하루 평균 10,000여 명의 고객들이 apM 쇼핑몰을 방문하며 그 중 80%가 해외 고객으로 한국에 소재한 글로벌 쇼핑몰이라 할 수 있다. 글로벌 바이어의 만족도 강화를 위해 apM 그룹은 통역 서비스, 셔틀버스 운영, 레지던스 호텔, 대리 구매 서비스 등 고객 편의를 위한 여러 서비스를 제공하고 있다. 나아가 apM 그룹은 온라인 패션 도매 시장 영역에서도 사업을 확장하고 있으며 글로벌 기업으로서의 내실을 견고히 하기 위하여 해외 사업 확장을 추진 중 이다.



4.1.2. apM 그룹과의 협업 취지

동대문 의류 시장은 세계 5대 패션의 메카 중 하나로, 동대문에서 판매되는 의류 상품의 75%를 해외로 수출하면서 세계 패션 시장 속에 K-패션의 입지를 높이고 있다. 중국 보세 시장의 20%가 동대문에서 판매되는 상품이라 할 정도로 동대문 의류 시장이 해외 패션 시장에 미치는 영향력은 막대하다. 이와 같은 경쟁력은 어제 매체에 실린 옷이 오늘 상점에 나올 정도로 트렌드에 대한 빠른 대응력에 기반한다. 또한, 이러한 대응력은 기획, 생산, 유통이 긴밀하게 결합된 동대문 패션 클러스터의 지리적 장점에서 비롯되었다.

현재 동대문 도매 시장은 디지털 트랜스포메이션 시대의 변화에 대응하는데 어려움을 겪고 있다. 타 패션 시장의 대부분이 전산화 시스템 도입으로 체계적인 데이터를 갖춘 온라인 플랫폼으로 영역을 확대하고 있으나, 동대문 의류 시장은 오프라인 시장 비중이 크고 현금 결제 위주로 거래되고 있다. 이로 인해 고객 및 거래 관련 데이터는 대부분 수기 장부로 관리되고 있다. 분산된 정보는 수집된 정보에 비해 가치가 떨어지며, 시장 분석 및 예측 시 정확한 인사이트를 제공하지 못한다. 동대문이 세계 5대 패션 메카임에도 불구하고 체계적인 빅데이터 시스템이 미비하다는 점은 시장의 지속가능한 성장에 약점이 될 수 있다.

apM 그룹은 이와 같은 변화에 맞추어 시장 경쟁력을 강화하기 위하여, 고객 니즈에 맞춘 서비스를 제공함으로써 지속적인 방문 및 구매를 독려하는 것은 물론 고객 및 거래 데이터를 체계적으로 관리하여 신뢰할 수 있는 인사이트를 도출할 수 있는 고객 리워드 시스템을 도입할 예정이다. 또한, 수천 건의 B2B 거래가 동시에 발생하고 중국, 대만, 동남아시아 등 해외 고객군의 비중이 높은 점을 고려해 apM 코인의 블록체인 기술이 적용된 고객 리워드 플랫폼을 활용해 동대문 시장 내 분산되어 있는 고객 데이터들을 효율적으로 수집하고, 통합된 전산 플랫폼 상에서 빠르고 효과적인 고객 서비스를 제공하며, 추후 고객 리워드를 시장 특성에 적합한 화폐로 발전시켜 높은 효율성과 보안성을 갖춘 전자 결제 시스템까지 구축하고자 한다.

apM 그룹은 의류 도매 쇼핑몰 이외에도 카페, 레지던스, 셔틀버스, 락커, VIP 라운지, 물품 대리 구매 등 apM 고객을 위한 편의 시설 및 서비스 등을 직영으로 운영하고 있다. 그러나 이들 부대시설 및 서비스는 오프라인에서 활발하게 운영이 되는 것에 비해 데이터 수집 채널의 부재로 인하여 고객 정보를 포함한 마케팅, 사업 전략에 활용 가능한 데이터가 체계적으로 수집되지 못하고 있는 실정이다. 고객 역시 통합 정보 플랫폼의 부재로 다양한 고객 서비스가 제공되고 있음을 모르는 경우가 있어 혜택을 놓치기도 한다. 이에 apM 그룹은 고객 리워드 제도의 신규 고객 유치, 고객 충성도 상승 등의 마케팅 요소에 리워드 구입/활용 시스템을 통한 전자 화폐 기능을 더하는 방안을 모색하였으며 이에 apM 코인 프로젝트와 협력하게 되었다.



4.2. apM 생태계 내 서비스 도입 계획

apM 코인 프로젝트는 동대문 의류 도매 시장의 성향을 고려하여 본 고객 리워드 플랫폼을 점진적으로 활성화할 예정이다. 동대문 의류 도매 시장에는 전자 결제 및 통합 전산 데이터 관리 시스템이 아직 활발하게 도입되지 않았기 때문에, 이러한 시스템을 급진적으로 도입하는 것은 apM 코인 프로젝트의 주 사용자가 될 도매상과 바이어 등 기존 생태계 참여자들에게 거부감을 유발할 수 있다. 그리하여 apM 코인 프로젝트는 거대한 도매 시장 플랫폼인 apM 쇼핑몰에 기존 생태계 특성에 맞춘 고객 리워드 플랫폼 서비스 영역을 점진적으로 확장해 나가면서 실 사용자들이 충분히 플랫폼 사용의 이점을 느낄 수 있도록 할 예정이다.

또한, 시장 생태계의 니즈를 최적으로 반영하며 탄탄한 apM 고객군을 플랫폼 사용자로 보유한 apM 코인 프로젝트의 플랫폼은 apM 쇼핑몰 이외 동대문 시장의 타 쇼핑몰이나 다른 산업 영역으로의 확장할 수 있을 것으로 기대한다.



4.2.1. apM 쇼핑몰 최초 고객 리워드 포인트 적립 및 사용 서비스 도입

apM 코인 프로젝트는 apM 멤버스 모바일 앱을 통해 apM, apM PLACE, apM Luxe의 충성 고객에게 apM 멤버스 가맹점에서 이용할 수 있는 고객 리워드 프로그램을 제공할 예정이다. 바이어 고객은 apM 쇼핑몰 내 apM 멤버스 앱 가맹점에서 상품을 구입할 때, 고객 리워드 포인트(에이포인트 또는 a.point)를 적립 받을 수 있다. 상품 구입 금액에 대한 일정 비율의 고객 리워드 포인트가 고객 리워드 정책에 따라 모바일 앱을 통해 적립되고, 적립된 포인트는 apM 멤버스 포인트 사용처에서 포인트에 상응하는 상품과 즉시 교환 가능하다.

apM 코인 프로젝트는 고객 리워드 포인트 사용처와 사용 방식을 다양하게 확대하여서, 바이어 고객을 apM 멤버스 앱의 충성 사용자로 유입하고, 지속적인 로열티 프로그램 참여를 독려할 예정이다.

4.2.2. 앱 전용 서비스로 사용자 충성도 강화 및 쇼핑 환경 향상

apM 코인 프로젝트는 apM 멤버스 앱을 통해서만 이용할 수 있는 서비스를 고객과 도매상을 대상으로 제공함으로써, 사용자들의 자발적이고 지속적인 앱 이용을 유도하는 것을 목표로 하고 있다. 무료 셔틀버스 이용, 무료 음료 제공 등 apM 쇼핑몰의 부대시설을 활용한 혜택을 앱 사용자에게만 제공함으로써, apM 쇼핑몰 고객과 방문자 대부분을 초기 사용자로 유입할 예정이다. 또한, 이전에는 apM 쇼핑몰 고객과 방문자라는 불특정 다수에게 제공되었던 apM 쇼핑몰의 고객 혜택을 앱 사용자로 명확하게 한정함으로써 고객 혜택 사용자를 파악하여 실 사용자 니즈에 부합하는 쇼핑 환경으로 개선하려 한다.

이와 함께, apM 전자상품권을 apM 멤버스 앱을 통해서만 보관하고, 결제 시 사용할 수 있도록 하여서 입점 상인과 고객 간 상거래에서 apM 멤버스 앱의 활용도를 높일 예정이다. apM 전자상품권은 apM, apM PLACE, apM Luxe의 입점 상인과 바이어 고객 간 상거래에서 이용할 수 있는 추가적인 결제 수단으로, apM 코인의 플랫폼을 기반으로 발행되고 블록체인 기술로 안전하게 관리된다. apM 코인 프로젝트는 apM 멤버스 앱에서 앱투앱 결제 방식으로 apM 전자상품권을 사용할 수 있게 하여, 고객이 편의성을 강화한 전자결제 수단으로 편리한 결제 환경을 제공함과 동시에 apM 멤버스 앱 내 전자 결제 서비스 활용도를 높일 예정이다.

4.2.3. apM 쇼핑몰 상권 활성화를 위한 기술 서비스 제공

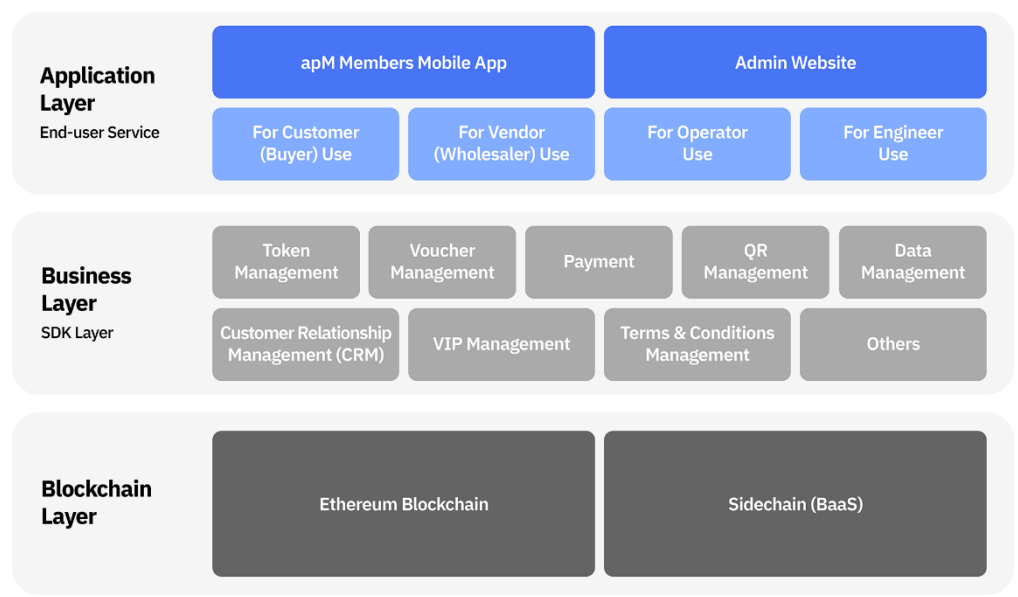
apM 멤버스 앱의 사용자가 고객 리워드 포인트를 적립하고 사용할 때, 전자상품권을 구입하고 사용할 때, 그외 apM 멤버스 앱 전용 여러 혜택을 이용할 때, 해당 고객의 데이터는 apM 체인

플랫폼에 안전하게 기록된다. 이와 같이 통합된 플랫폼에 체계적으로 수집된 데이터는 apM 체인 플랫폼의 데이터 분석 시스템을 활용하여, 다각적인 기준에서 사용자를 구분하고 관리할 예정이다.

또한, apM 코인 프로젝트는 이와 같은 고객/시장 데이터를 입점 상인들에게 고객 관리 시스템을 통해 구독형 서비스로 형식으로 공유함으로써, 상인들이 각자 브랜드 별 우수 고객을 관리하고, 마케팅 활동을 진행하는 한편, 통합 고객 데이터로 사업 성장을 위한 인사이트를 도출하여 시장 변화에 기민하게 대응할 수 있다.



5. apM 체인 플랫폼의 시스템 구조



apM 체인 플랫폼은 apM 코인 프로젝트의 고객 리워드 관리 플랫폼이다. 본 플랫폼은 블록체인 레이어, 비즈니스 레이어, 어플리케이션 레이어로 구성된다.

5.1. 블록체인 레이어

블록체인 레이어는 효율적인 운영과 보안성을 모두 충족하기 위해 이더리움과 BaaS 형태의 사이드체인을 함께 활용하는 형태로 구성되어 있다. 비즈니스 레이어에서는 apM 코인 토큰, 에이포인트, 전자상품권 등 리워드 프로그램 내의 주요 자산들이 발급되고 활용되는 기준이 되는 약관 및 운용에 대한 모든 정보들이 블록체인 레이어에 투명하게 기록되고 무결성이 보증된 상태로 관리된다. 또한 표준 프로토콜을 준수함으로써 타 서비스와의 상호 확장이 용이하게 설계되어 있다.

5.2. 비즈니스 레이어

비즈니스 레이어는 클라우드 인프라 위에 구성되어 있으며, apM 체인 플랫폼의 모든 기능들이 RESTful하게 구현되어 있다. 본 레이어에는 토큰 활용, 결제 시스템, 데이터 수집 시스템, 고객 관리 시스템, 고객 등급 및 VIP 관리 시스템, 고객 리워드 프로그램 약관 관리 등 어플리케이션 레이어에서 엔드 유저에게 제공하는 서비스의 모든 비즈니스 로직들이 구현되어 있다. 또한 해당 비즈니스 로직들의 조건을 기록하고 결과를 블록체인에 기록하는 모듈과 시스템 운영관리자용 로직도 구현되어 있다. apM 체인 플랫폼의 비즈니스 레이어는 각 기능 별로 접근 권한 관리나

SDK 통합 등이 용이하도록 설계되어 있으므로 이를 활용하여 파트너사의 애플리케이션도 본 플랫폼의 기능을 활용할 수 있다.

5.3. 어플리케이션 레이어

어플리케이션 레이어는 apM 체인 플랫폼의 사용자가 서비스를 이용할 수 있게 하는 진입점으로 소비자와 판매자가 모바일 단말기를 통해 서비스를 이용할 수 있도록 개발된 apM 멤버스 모바일 앱과 운영관리용 웹을 통해 구현된다. apM 코인 프로젝트는 바이어와 상인 등 apM의 생태계 참여자가 손쉽게 안전하게 블록체인 활용 서비스를 이용하는데 최우선 순위를 두었다.

apM 멤버스 모바일 앱에는 apM 코인 토큰 활용, 에이포인트 적립 및 사용, 전자상품권 구매 및 모바일 결제 기능 등이 탑재되어 있다. 또한, apM 코인 프로젝트의 고객 리워드 플랫폼 운영관리자는 해당 레이어의 운영관리 관리자 시스템을 통해 블록체인 기반의 리워드 제도 및 약관 관리, 사용자 본인 인증 및 관리 등의 관리자 기능을 이용할 수 있고, 데이터 엔지니어나 시스템 관리자는 모니터링 및 데이터 수집 관리자 시스템을 통해 전반적인 플랫폼 데이터를 관리하고 시스템 상태를 모니터링 할 수 있다.

나아가 apM 멤버스 이외에도 apM 체인 플랫폼의 프라이빗 API 등을 활용하여 타사에서도 apM 체인 플랫폼의 사용자에게 관련 서비스를 제공할 수 있다.

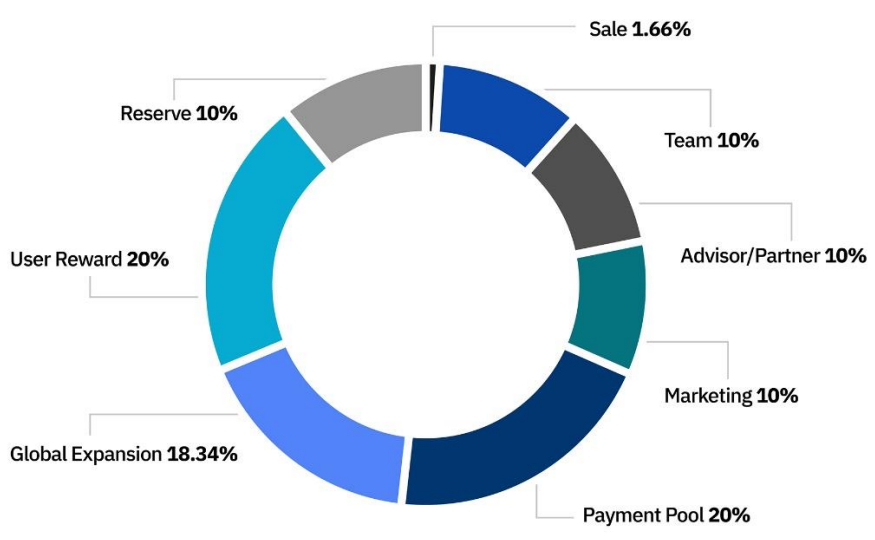
6. 토큰 이코노미

6.1. 토큰 발행 정보

토큰명	apM Coin
심볼	APM
플랫폼	이더리움
표준	ERC-20
발행량	1,812,500,000 APM

6.2. 토큰 매트릭스

apM 코인 토큰의 용도 별 배분 정보는 아래와 같다. 다만 프로젝트 진행 상황에 따라 필요한 목적 범위 내에서 일부 비율은 추후 변경될 수 있다.



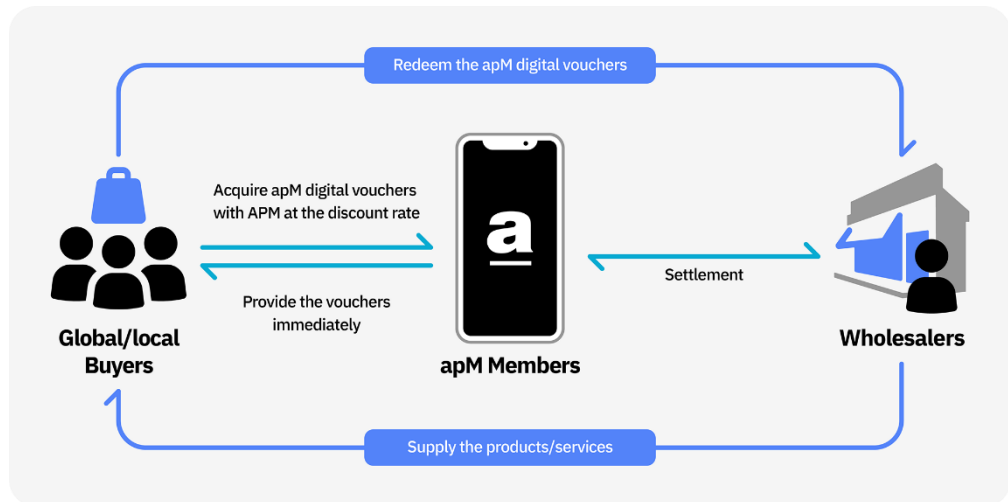
카테고리	수량 (APM)	비율 (%)	락업 기간 (상장일 기준)
세일 (Sale)	30,000,000	1.66%	최대 13개월
팀 (Team)	181,250,000	10%	1년
어드바이저/파트너 (Advisor/Partner)	181,250,000	10%	-
마케팅 (Marketing)	181,250,000	10%	최대 1년
페이먼트 풀 (Payment Pool)	362,500,000	20%	최대 2년

카테고리	수량 (APM)	비율 (%)	락업 기간 (상장일 기준)
글로벌 확장 (Global Expansion)	332,500,000	18.34%	최대 20년
유저 리워드 (User Reward)	362,500,000	20%	최대 20년
리저브 (Reserve)	181,250,000	10%	최대 2년
총계	1,812,500,000	100%	

6.3. 토큰 사용처

apM 체인 플랫폼의 엔드유저는 apM 멤버스 모바일 앱을 통해서 서비스를 이용할 수 있다. apM 멤버스 앱의 주 사용자는 apM 쇼핑몰을 방문하여 상품을 구매하는 고객과 apM 쇼핑몰에 입점하여 상품을 판매하는 입점 상인으로 구분된다. apM 코인 토큰은 앱 사용자들이 apM 체인 플랫폼을 통해서 판매되는 전자상품권을 구매하기 위한 결제 수단, 고객 관리 서비스 등의 서비스를 이용하기 위한 결제 수단으로 사용될 계획이다. 또한, apM 코인 프로젝트는 토큰 이코노미를 지속적으로 활성화하기 위하여, 이와 같이 apM 체인 플랫폼을 통해 수취한 apM 코인 토큰 일부를 영구 락업 또는 소각할 예정이다.

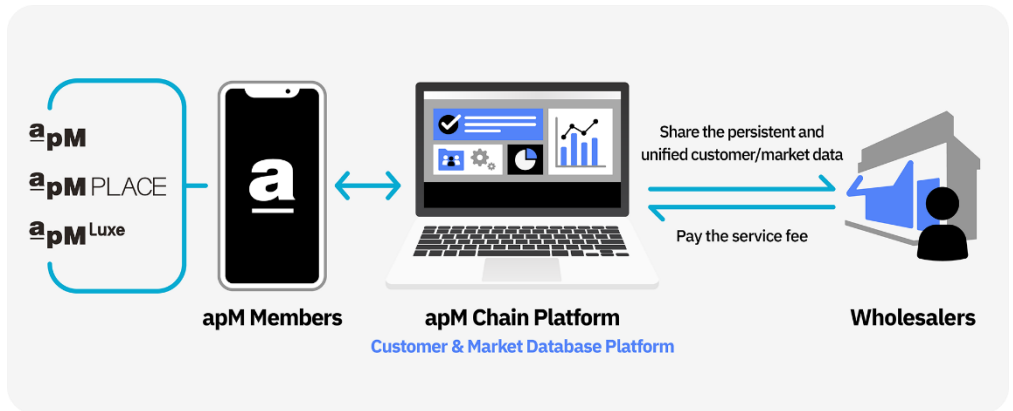
6.3.1. apM 전자상품권 구매



apM 전자상품권은 원화 가치를 지닌 정액형 선불전자지급 수단으로, apM 쇼핑몰에 위치한 의류 매장, 카페, 푸드트럭 매장, 매점 등의 전자상품권 가맹점에서 상품이나 서비스를 구매 시 사용할 수 있다. 고객은 apM 멤버스 앱을 통해 거리와 시간의 제약 없이 비대면 방식으로 전자상품권을 구매할 수 있으며, 구매 즉시 사용 가능하다. apM 전자상품권은 원화 현금, apM 코인 토큰을

포함해 여러 결제수단으로 구매 가능하지만, apM 코인 토큰으로 결제 시 가장 큰 폭의 할인 혜택으로 전자상품권을 획득할 수 있도록 할 예정이다.

6.3.2. apM 쇼핑몰 고객 관리 서비스 구독



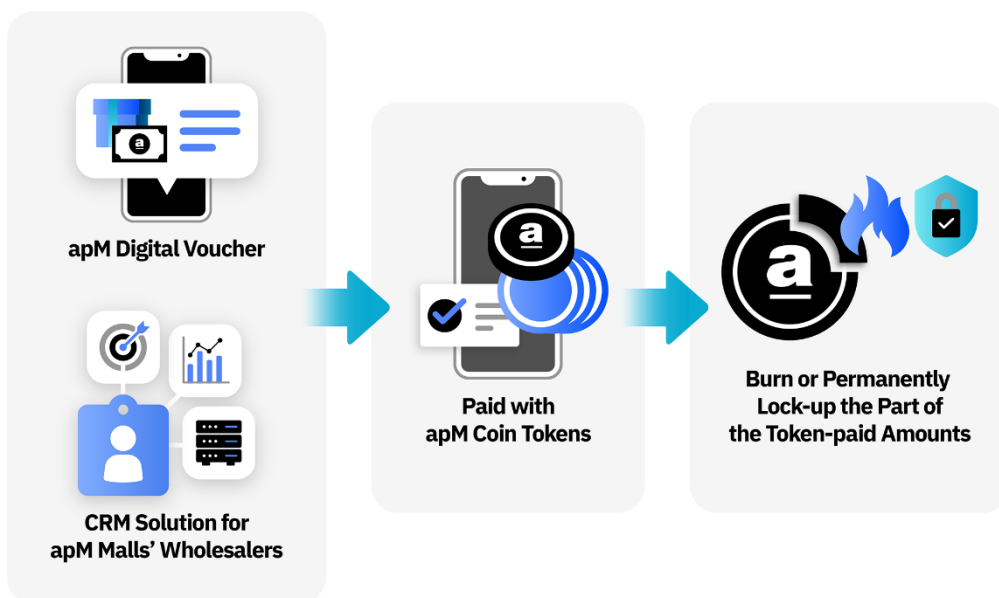
고객 사용자와 상인 사용자들이 apM 멤버스 앱을 이용한 데이터는 apM 쇼핑몰의 사용자 특성을 파악할 수 있는 훌륭한 시장 정보가 된다. apM, apM PLACE, apM Luxe 내 입점한 1,300여 개 의류 도매 브랜드로 구성된 상인 사용자는 일정 수준의 서비스 구독료를 apM 코인 토큰으로 납부함으로써 해당 데이터를 활용한 고객 관리 시스템을 이용할 수 있다. 고객 관리 시스템에는 고객 데이터 분석 서비스, 단골고객 관리 서비스, 매장 홍보 서비스 등이 제공할 예정이다.

6.4. 토큰 유통량 조절 계획

apM 코인 프로젝트는 apM 체인플랫폼에서 apM 전자상품권을 판매하거나 apM 쇼핑몰 고객 관리 서비스를 제공함으로써 그에 대한 상품이나 서비스 제공의 대가로 apM 코인 토큰을 수취하게 된다. 서비스가 활성화가 되면서 프로젝트가 수취하는 토큰의 수량은 점차 증가될 것으로 예상된다. apM 코인 프로젝트는 안정적인 지속가능한 토큰 이코노미를 위하여, 수취한 APM 토큰의 일부를 영구 락업 또는 소각하고, 안정적인 유동성 관리를 위하여 영구 락업/소각된 APM 토큰 이외의 토큰은 즉시 매도하지 않고 전략적으로 관리할 계획이다.

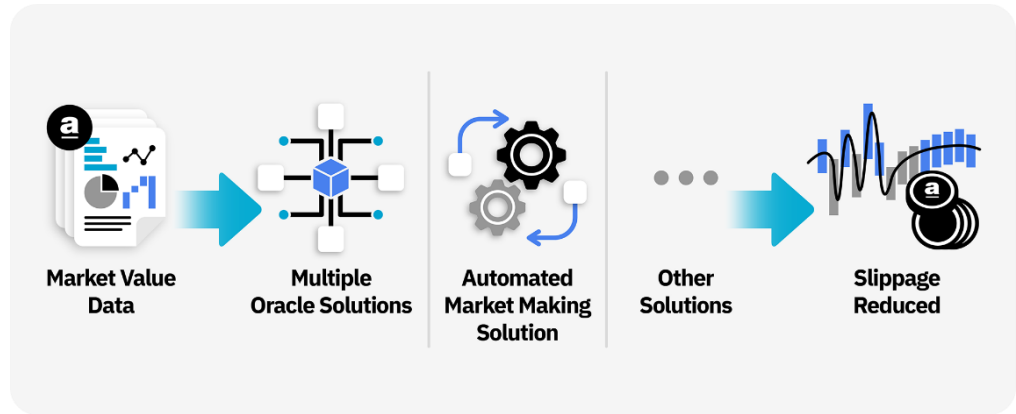
6.4.1. 토큰 영구 락업 또는 소각을 통한 지속적인 유통량 감소

apM 코인 프로젝트는 토큰 사용처에서 결제 수단으로 사용됨으로써 프로젝트가 수취한 apM 코인 토큰 중 일정 비율을 매년 반기마다 스마트 컨트랙트를 통해 영구 락업 또는 소각할 예정이다. 이에 따라 apM 전자상품권 구매, 고객 관리 시스템 서비스 구독 등 토큰 활용 서비스가 점차 활성화되면서, 결제 수단으로 사용되는 APM 토큰이 증가되는 반면, apM 코인 토큰의 유통량은 한정되어 있으므로, 전반적인 apM 코인 토큰의 유통량은 지속적으로 감소되고, 최대 유통량 역시 점차 낮아질 것으로 예상된다. 정확한 영구 락업 또는 소각 비율은 추후 발표될 예정이다.



6.4.2. 복수의 오라클 네트워크와 AMM을 활용한 슬리피지 현상 최소화

apM 멤버스 앱 사용자가 apM 전자상품권을 구매하거나 고객 관리 서비스를 구독하기 위해 APM 토큰을 디지털 자산 거래 시장에서 매입할 때, 또는 APM 토큰으로 apM 전자상품권을 구입하거나 고객 관리 서비스 구독료를 결제할 때, APM 토큰의 시장가격이 순간적으로 크게 왜곡되거나 큰 슬리피지(Slippage)가 발생할 수 있다.



apM 코인 프로젝트는 복수의 탈중앙화 오라클 네트워크를 활용하여, apM 체인 플랫폼 상에서 최신 APM 토큰 시장가에 가장 근접한 KRW-APM 교환 가격을 사용자에게 제공할 예정이다. 또한, apM 코인 프로젝트가 토큰 유틸리티에서 상품/서비스 구매 비용으로 수취한 APM 토큰 대부분을 즉시 매도하지 않고, 상품 대금 정산주기 동안 AMM 시스템을 통해 유동성을 공급하는데 활용하여 슬리피지를 억제할 계획이다. 이 때 정산주기와 관련된 리스크는 apM 코인 프로젝트가 감당한다.

7. 프로젝트 로드맵

<p><i>STAGE 0</i> -Y2020 Q4</p>	<p>모바일 앱 apM 멤버스 앱 개발 고객 리워드 적립 및 시장 데이터 수집을 위한 인프라 구축 apM 전자상품권 인앱(In-app) 결제를 위한 자체 결제 시스템 개발</p>
▼	
<p><i>STAGE 1</i> Y2021 Q1-Q3</p>	<p>apM 멤버스 앱 공식 출시 apM 전자상품권 판매 시작 apM 쇼핑몰 부대시설 중심의 고객 리워드 서비스 운영 시스템 도입</p>
▼	
<p><i>STAGE 2</i> Y2021 Q4 -Y2022 Q2</p>	<p>apM 멤버스 활용 고객 리워드 적립/사용 부문 서비스 활성화 apM 코인 디지털 자산 활용 인앱(In-app) 서비스 도입</p>
▼	
<p><i>STAGE 3</i> Y2022 Q3-</p>	<p>apM 코인 디지털 자산 활용 인앱(In-app) 서비스 활성화 외부 서비스 연동 및 글로벌 생태계 확장</p>

위 로드맵은 현재 진행 상황에 따라 기재한 것으로 변경 가능성이 있다.

법적 고지사항

이 백서는 apM 체인 플랫폼과 apM 코인 토큰 (이하 통칭하여 “토큰”)에 관심을 가지고 있는 분들에게 비즈니스 모델, 기술 등에 대한 정보를 제공하기 위한 목적으로 작성되었습니다. 이 백서는 작성 당시의 상태를 기준으로 (As-is) 작성되었으며, apM 코인팀은 장래에 대하여 로드맵에 기재된 프로젝트의 결론, 일정, 및 성과를 포함하여 어떠한 내용에 관하여도 그 내용이 정확하거나 적절함을 보장하지 않습니다. 이 백서는 apM 코인팀의 정책 및 의사결정에 따라 그 내용이 변경될 수 있으며, 변경된 내용에 대하여는 최신본의 효력이 우선합니다.

이 백서에 기재된 정보나 분석은 여러분에게 본 프로젝트의 참여를 권장하는 내용을 포함하고 있지 않습니다. 이 백서는 투자자자문이나 증권, 금융 상품 투자를 권유하기 위한 자료가 아니며, 이 백서에 기재된 내용 이외에 각종 위험 평가, 관련 법률의 적용, 세금의 부과와 관련한 내용을 확인하기 위하여는 별도로 전문가의 자문을 받으시기를 권해드립니다.

여러분이 이 백서를 참조 또는 사용하여 행한 의사결정의 결과 및 그에 따른 여러분의 모든 손해, 손실, 비용은 전적으로 여러분이 책임을 부담하며, apM 코인팀은 이에 대하여 어떠한 책임도 부담하지 않습니다.

이 백서는 규제 당국의 검토 또는 승인을 받은 것이 아니며, 이 백서의 발행, 배포, 보급 사실이 이 백서가 관련 법률 또는 규제를 모두 준수하였음을 의미하지도 않습니다. 경우에 따라 이 백서의 발행, 배포, 보급은 관련 법률 및 규제에 의해 금지되거나 제한될 수 있습니다. 또한, 규제 당국은 토큰의 판매, 소유, 사용, 보유에 대해 제한을 할 수 있으며, 이러한 규제 당국의 조치에 따라 토큰의 판매 및 사용에 영향을 받을 수 있습니다.

토큰은 이 백서에 정한 apM 체인 플랫폼에서의 사용 용도 외에 다른 용도를 가지고 있지 않으며, 그 가치 및 기능이 보장되지 않습니다. 토큰은 증권 또는 투자 상품이 아니며, 토큰의 소유가 apM 코인팀에 대한 이익 등의 분배 또는 상환을 청구할 수 있는 것으로 해석되지 않으며, 어떠한 지식재산권을 보유한 것으로 해석되지 않습니다.

토큰의 구매는 상당한 위험성을 수반합니다. 여러분은 토큰을 구매하는데 사용한 자금의 전부 또는 상당 부분을 잃을 수 있으며, apM 코인팀은 구매 가격, 토큰의 가치에 대해 어떠한 보장도 하지 않습니다. 토큰을 구매하기 위해 이 백서를 참조할 때에는 반드시 이러한 위험성을 충분히 이해하고 이를 수용할 수 있는지 확인하시기 바랍니다.

책임 배제

이 백서에 포함된 정보는 수시로 다른 언어로 번역되거나, 여러 참여자들과의 커뮤니케이션 과정에서 사용될 수 있습니다. 이러한 번역 또는 커뮤니케이션 과정에서 변경된 사항이나 오역된 사항이 있을 수 있음을 알리며, 홈페이지에 게재된 국문 백서가 최우선적인 효력을 가지므로, 최우선적인 효력을 가진 백서의 확인 책임은 여러분에게 있습니다.

apM 코인팀은 아래와 같이 위험성을 고지하고 설명합니다. apM 코인팀이 설명하는 아래 위험성에 대해 apM 코인팀은 어떠한 내용 및 형태로도 진술 및 보증을 하지 않으며, 아래 위험성은 전적으로 토큰 구매자와 apM 체인 플랫폼 참여자가 부담합니다.

미래 예측 진술에 대한 경고문

본 백서에는 현재 시점에서 장래의 계획 및 실행 (이하 “장래 계획”)에 대해 설명하는 내용이 포함되어 있습니다. 이러한 장래 계획은 “할 수 있다”, “할 것이다”, “기대”, “예상”, “목표”, “예측”, “의도”, “계획”, “찾다”, “믿는다”, “잠재”, “계속”, “있을 것” 등과 같은 단어 또는 문구를 사용하여 표현되고 있으며 apM 코인팀의 경험, 현재 상황, 미래 개발의 예상 및 기타 요소 등에 비추어 합리적이라고 생각되는 가정 및 분석에 기반하여 이루어졌습니다. 하지만 그 내용에 위험성 및 불확실성이 존재할 수 밖에 없으며 실제로 실현된 apM 코인 프로젝트의 결과 및 성과는 장래 계획과 다를 수 있습니다.

잠재적 리스크

토큰 구매 및 참여를 결정하기 전 아래 내용을 주의 깊게 읽고 관련 요소와 리스크를 충분히 분석 및 이해할 것을 권장합니다. 리스크는 다음을 포함하지만 이에 국한되지 않습니다. 토큰 또는 코인은 미국증권거래위원회(SEC)를 비롯하여 전 세계 여러 규제 기관에 의해 면밀하게 조사되고 있는 바, 미국을 포함한 여러 국가에서 토큰 등이 증권으로 간주될 수 있습니다. 이 경우 그 증권 관련 법률의 내용에 따라 특정 금액 이상의 토큰 등을 보유하는 것이 제한되거나 토큰 등의 양도가 제한될 수 있으며, 토큰 등 판매를 위하여 일정 조건 등이 부과될 수 있고 토큰 등의 교환 또는 양도를 용이하게 하는 관련 비즈니스가 제한될 수 있습니다.

디지털 지갑에 대한 개인키 손상으로 인해 토큰 등을 상실할 수 있습니다. 개인키의 분실, 파괴 또는 손상으로 인해 개인키에 대한 액세스가 불가능한 경우, 토큰 등 보유자는 블록체인 기반 디지털 자산에 액세스하지 못할 수 있으며, apM 코인 팀은 이를 복원할 수 없습니다.

스마트 컨트랙트 기술은 아직 개발 초기 단계이며, 이를 적용하는 데에는 운영, 기술, 규제, 재무와 관련된 상당한 위험이 수반됩니다. 스마트 컨트랙트는 당초의 목적에 적합하지 않을 수 있으며, 스마트 컨트랙트에 내재될 수 있는 결함, 취약성 또는 기타 문제로 인해 기술적 문제 또는 토큰 등의 손실이 발생할 수 있습니다.

개인, 기업 등 잠재적 참여자들이 런칭 이후에도 apM 코인 프로젝트의 플랫폼에 참여하거나 토큰 등을 사용하지 않을 수 있으며, 그에 대한 인지도가 높지 않을 수 있습니다. 뿐만 아니라 apM 코인 프로젝트의 운영이 불가능하게 될 수도 있습니다. 이러한 경우 토큰 등의 가치가 현저하게 감소하거나 상실될 수 있습니다.

apM 코인의 기능에는 참여자 개인정보의 저장 및 전송이 포함되어 있는 점에서, 다양한 방식에 의한 사이버 테러 등에 의해 보안상 문제가 발생하여 개인정보가 유출될 수 있는 위험에 노출되어 있습니다. apM 코인팀은 권한이 없는 자가 데이터베이스에 접근할 수 없도록 차단하는 등 보안 조치를 취할 예정이나 여러 사유로 개인정보의 침해가 발생할 수 있습니다. 이 경우 법적, 금전적 손실이 발생할 수 있으며, apM 코인 프로젝트에 부정적인 영향을 미칠 수 있습니다.

최근 블록체인 관련 산업에 대한 정부 규제의 위험이 증가하고 있습니다. 정부의 블록체인 산업 규제 여부 및 그 강도에 따라, 이와 관련한 회사들의 사업 직/간접적으로 상당한 영향을 받게 됩니다. apM 코인팀은 블록체인 기술의 건전한 발전을 위해 관련 법규 등을 준수하고 법률상 허용되는 범위 내에서 안정적으로 사업을 영위하고자 노력합니다. 그러나 향후 법률 규제 등으로 인하여 apM 코인 프로젝트에 부정적인 영향이 발생할 수 있습니다. 또한 토큰 등에 대하여 정부 규제 조치가 이루어지는 경우, 그에 대한 대응을 위하여 상당한 시간, 지원이 소비될 수 있습니다.

a_—**pM** COIN[®]**a**

www.apm-coin.com