

ECON

탈중앙화 된 안전한 Peer TO Peer 기술과 전자 상거래가
가능한 ECON를 통해 고객 만족도 및 로열티를 높이는
블록체인 판매자 및 소비자의 역량을 강화합니다.

White paper V1.0(Kor version)

06.2022

JK FOUNDATION

목차

- 1. 요약 ----- 3
- 2. 전자상거래시장-----4
 - A. 전자상거래 로열티-----8
 - B. 전자상거래의 어려움-----9
 - C. GROUPON 요인-----10
- 3.블록체인 시장: 분열되는 시장-----12
 - A. 블록체인 & 전자 상거래-----14
- 4.ECON 플랫폼 : 궁극적인 결합-----14
 - A. ECON의 비전-----15
 - B. 운영방법-----16
 - 1) 판매자-----17
 - 2) 소비자-----17
 - C. 주요 이점-----18
 - D. ECON 워크플로우 엔진-----19
- 5.ECON TOKEN 오퍼링-----22
 - A. ECON 토큰 사용-----22
 - B. ECON 토큰 배분-----23
- 6.로드맵-----24
- 7.고지사항-----25

1. 요약

글로벌 전자 상거래 시장은 지난 몇 년 동안 폭발적인 성장세를 보여 왔으며 미래에 호황을 누릴 것으로 예상됩니다. 2018년 글로벌 전자 소매 판매액은 3조 3천억 달러에 달했고 2022년 까지의 예상치는 6조 4,800억 달러에 이릅니다. 이 놀라운 증가는 주로 모바일 장치를 사용하여 제품과 서비스를 구매하는 소비자에 의해 주도되고 있습니다.

이런 매우 경쟁이 높은 환경에서 신규 고객을 찾고 확보하는 것은 판매자들에게는 큰 도전일 수 있습니다. 또한 고소득 가정의 성인 53%는 쿠폰 사용을 위해 브랜드를 기꺼이 바꿔볼 의사가 있다고 주장합니다.

이 거대한 시장의 고객들에 대한 도전은 고객 충성도, 수익성 높은 장기 성장 달성도, 적절한 기술 및 파트너 선택 등을 포함하는 핵심 요소입니다.

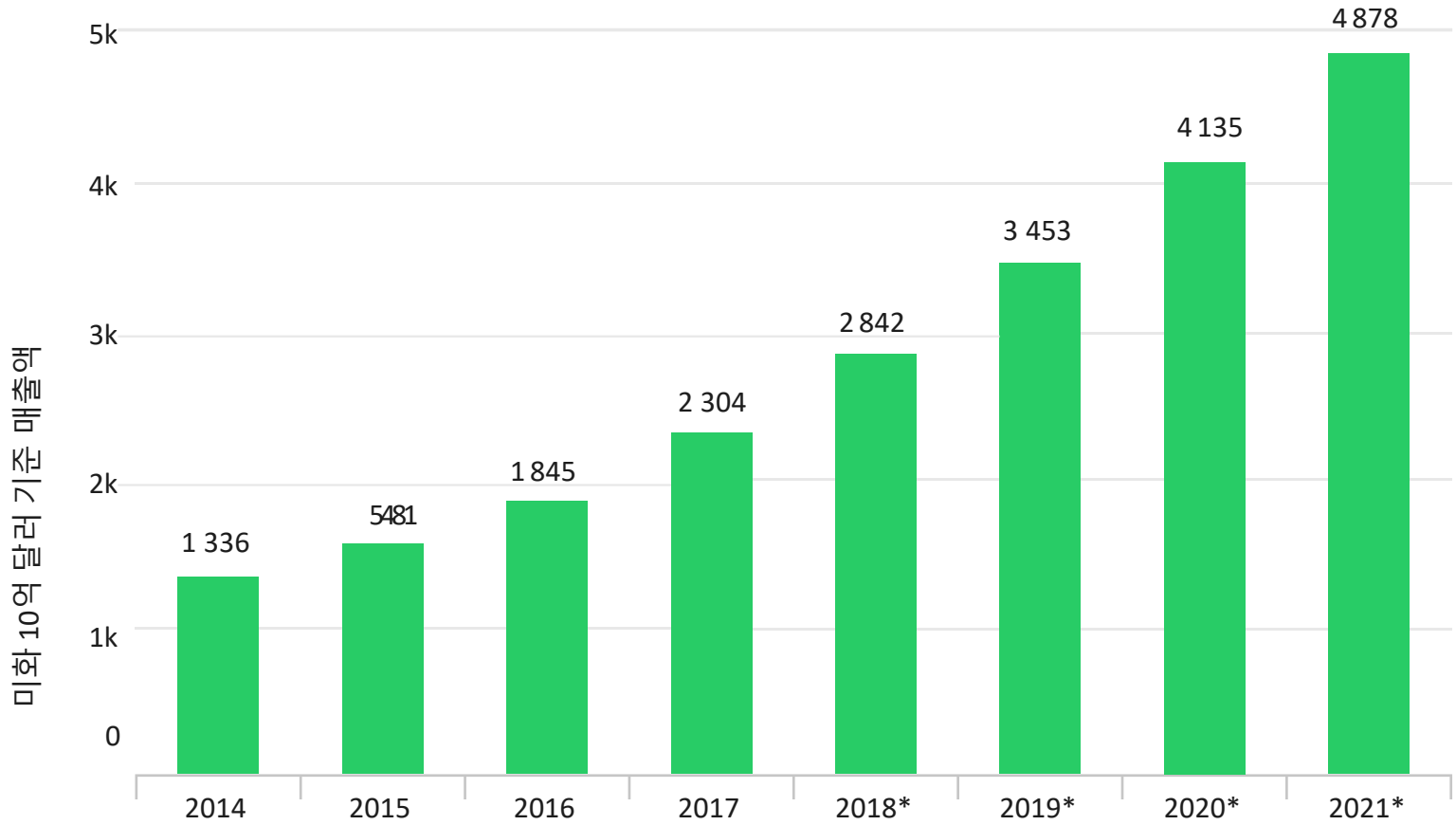
동시에 블록 체인 기술의 엄청난 발전은 많은 시장의 운영 방식을 근본적으로 변화시키고 있습니다. 투명성, 일관성, 비용 효율성 및 모든 비즈니스 단계의 프로세스와의 효과적인 통합과 같은 블록 체인의 중요한 USP는 전자 상거래 시장에 끝없는 기회를 가져올 수 있습니다.

이제 전자 상거래, 블록 체인 기술 및 가상화폐의 폭발적인 조합을 상상해보십시오.

ECON 플랫폼, 블록 체인에서의 진정한 P2P 전자 상거래 로열티 플랫폼을 말입니다.

이는 판매자들과 소비자들에게 탈중앙화 된 안전한 피어 투 피어 기술과 상거래가 가능한 ECON를 통해 고객 만족도 및 로열티를 높이는 것을 목표로합니다. ECON 플랫폼은 전자 상거래 분야의 많은 어려움을 성공적으로 해결할 수 있습니다.

2. 전자 상거래 시장



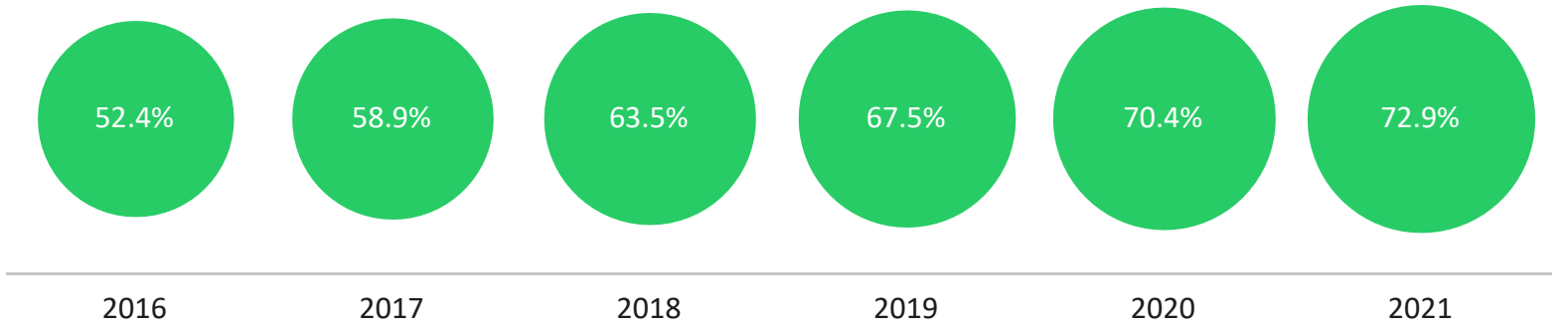
© Statista 2018

전자 상거래 시장은 세계적으로 거대시장입니다. 전 세계 민간 소비자에게 가장 잘 알려진 전자 상거래 형태는 온라인 소매 또는 온라인 쇼핑을 포함하는 기업 대 소비자간 전자 상거래 (B2C) 범 주에 속합니다. 2017년 **전세계 16억 6천만 명의 사람들이 온라인으로 물건을 구입했습니다.** 같은 해, 전세계 전자 소매 판매액은 3조 3천억 달러에 달했고 2021년에는 4조 4,800억 달러 까지 증가할 것으로 예측됩니다¹. 아시아 태평양 지역의 온라인 소매 판매액은 2016년 소매 판매액의 12.1%를 차지했습니다. 북아메리카에서는 8.1%, 중동과 아프리카에서는 1.8%의 판매율을 기록했습니다².

최근에는 모바일 쇼핑이 늘어나고 있으며 고객은 다양한 온라인 쇼핑 활동을 위해 모바일 디바이스를 사용하고 있습니다. 전세계 모바일 쇼핑 보급률에 대한 2016년 3월 조사에 따르면 아시아 태평양 지역의 인터넷 사용자 중 46%와 북미 사용자의 28%는 스마트폰 또는 태블릿 컴퓨터 등 모바일 디바이스를 통해 제품을 구매했습니다.

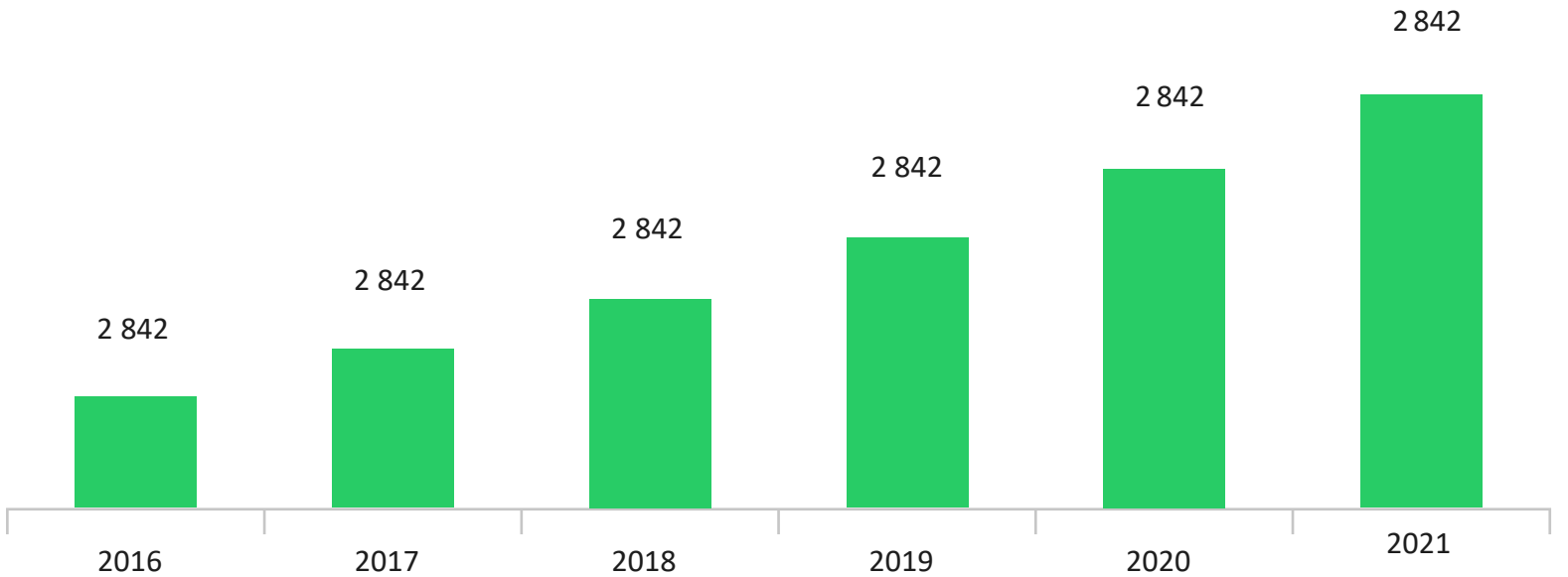
모바일 전자 상거래는 성장하고 있으며 더 나아가기 위한 자세를 취하고 있습니다. 전 세계적으로 예상되는 모바일 전자 상거래 판매

총 전자 상거래의 큰 부분인 모바일



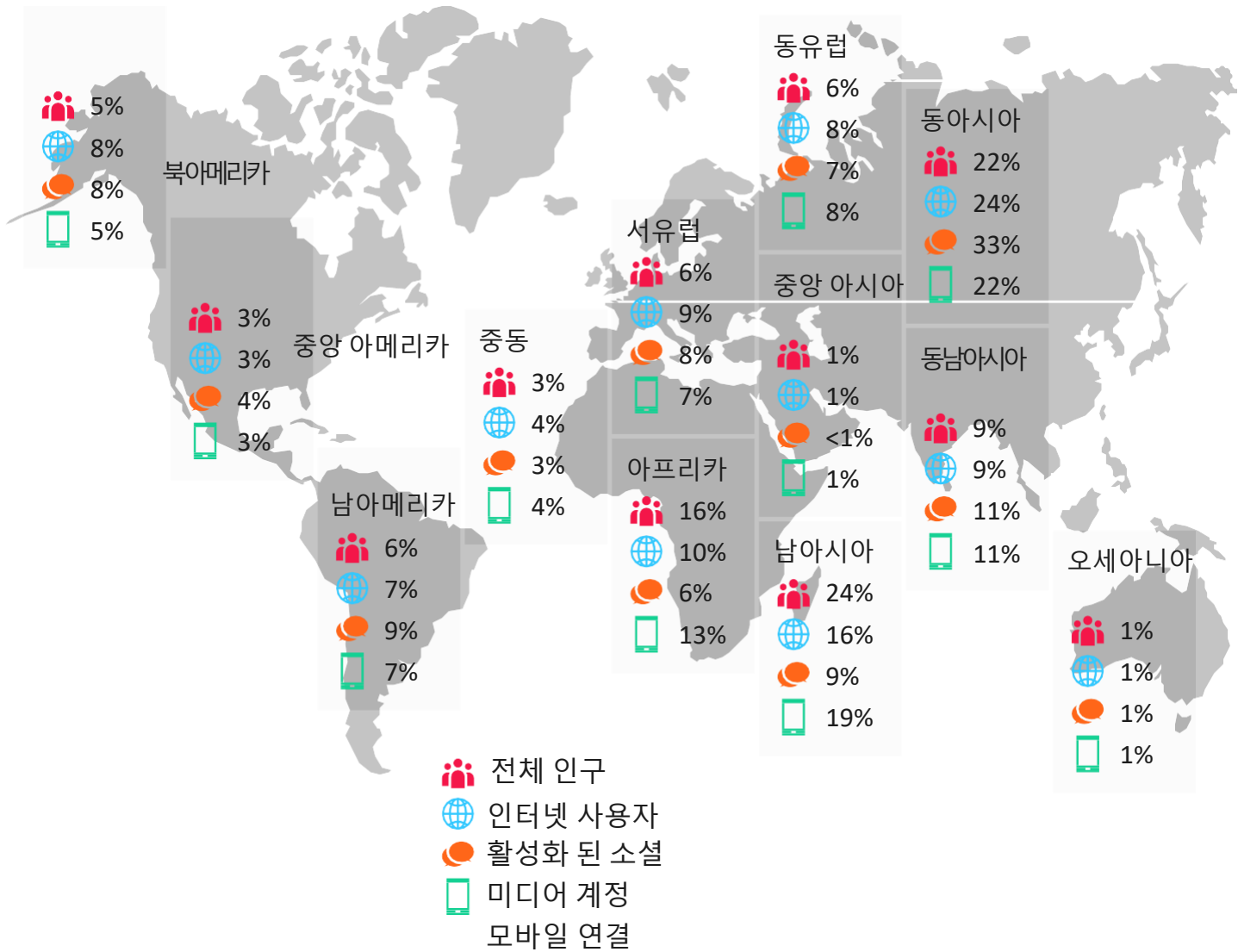
© Statista 2018

총 모바일 전자 상거래 판매 (조 단위 미화 달러)



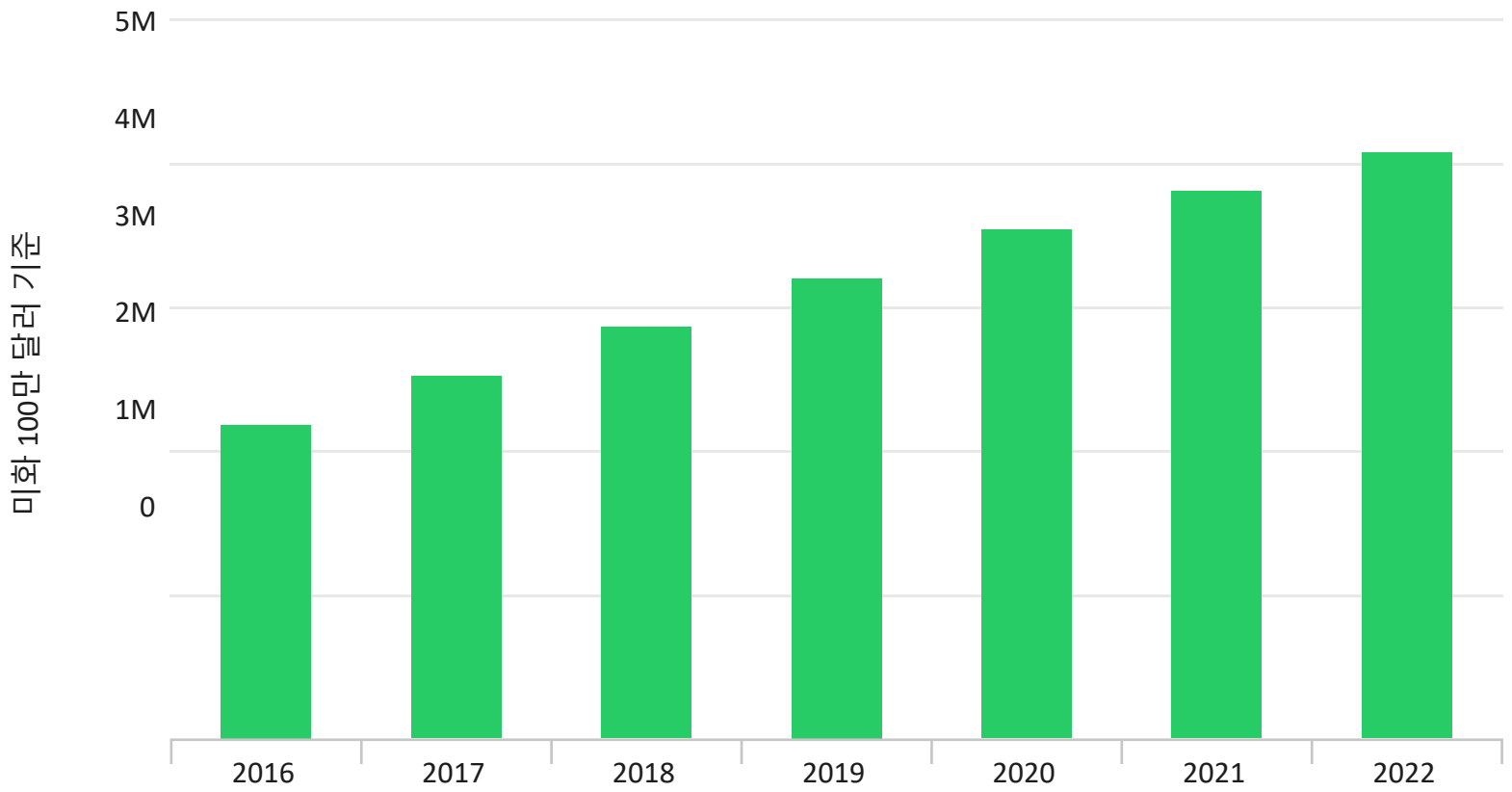
© Statista 2018

지불 또는 이행 방법에 관계없이 모바일 디바이스(태블릿 포함)를 통해 구매한 제품 또는 서비스 포함 여행 및 이벤트 티켓을 제외합니다. 2018년 1월 기준



‘디지털 상거래’ 부문의 거래금액은 2018년 2,873,774달러입니다.

거래 금액은 연평균 성장률 (CAGR 2018년-2022년)이 9.2%로 예상되어 2022년 총 4조 831억 1천만 달러가 될 것으로 예상됩니다. “디지털 상업” 부문의 사용자 수는 2022년 25억 9220만 명이 될 것으로 예상됩니다.



© Statista 2018

“디지털 상거래” 부문의 사용자 당 평균 거래 금액은 2018년 1,492.68 달러에 이릅니다. 세계적으로 비교할 때 중국에서 가장 높은 거래 금액이 닿은 것으로 나타났습니다 (2018년 8,418억 8,800만 달러) ⁴.



0 200,000 400,000 600,000 800,000 1,000,000

© Statista 2018

A. 전자 상거래의 로열티

새로운 고객을 찾고 확보하는 것은 큰 어려움일 수 있습니다. 그 이유는 다양할 수 있지만 고객 로열티 통계는 거짓말하지 않습니다. **현재 고객을 유지하는 것보다 새로운 고객을 확보하는 데 대략 500% 더 높은 가격이 듭니다.**

탁월한 경쟁자들 사이에서 새로운 고객을 확보하는 것은 마케팅 담당자에게는 끊임없는 두통 과도 같습니다⁵.

미국의 개인화 된 온라인 경험에 관해 가장 인기있는 [요인]은 기기 (데스크톱, 태블릿, 모바일) (64%)의 최적화 된 웹 사이트였고 고객이 적극적으로 고려하는 제품(59%)에 대한 프로 모션 오퍼였습니다⁶.

흥미로운 사실은 고소득 가정의 성인 53%가 쿠폰 사용을 위해 브랜드를 기꺼이 바꿔 볼 의사 가 있다는 것입니다⁷. 이는 우리에게 중요한 문제, 즉 전자 상거래가 직면하는 문제를 야기합니다.

B. 전자 상거래의 어려움

인터넷 시대에 전자 상거래는 제왕입니다. 그러나 급격하게 성장하고있는 이 시장은 심각한 어려움을 직면하고 있습니다.

1. 고객 로열티

회사가 새로운 고객을 확보하고 동일한 고객을 오랫동안 유지하는 데 많은 노력이 필요하므로 이는 중요한 문제입니다.

전자 상거래 회사가 고객과 신뢰와 로열티를 구축하면서 어려움에 직면하는 이유 중 하나는 판매자와 구매자가 서로를 알지 못하기 때문이며 길거리 쇼핑과 달리 거래를 하는 동안 서로를 볼 수 없기 때문입니다. 고객의 신뢰와 로열티를 구축하기 위해 회사는 여러 거래, 시간 및 노력이 필요합니다⁸.

2. 수익성이 있는 장기적 성장 달성하기

판매 확대는 비즈니스를 성장시키는 한 가지 방법이지만 결국 가장 중요한 것은 수익성입니다. 온라인 소매 업체들은 항상 재고 비용 절감, 마케팅 효율성 개선, 간접비 절감, 운송 비용 절감 및 환불 횡수 통제 등의 방법들을 찾아야합니다.

3. 올바른 기술 및 파트너 선택하기

일부 온라인 소매 업체들은 자체 기술에 대한 제약이나 프로젝트를 관리하는 파트너/대행사를 잘못 고용했기 때문에 성장에 있어 어려움을 겪을 수 있습니다.

성장을 목표로하는 소매업자들은 훌륭한 기술을 기반으로 구축되어야 합니다. 올바른 쇼핑 카트 솔루션, 재고 관리 소프트웨어, 이메일 소프트웨어, CRM 시스템, 분석 등을 선택해야 합니다. 또한 프로젝트 수행에 도움이 되어야하는 파트너 또는 대행사를 잘못 고용하면 성장하는 데 있어 제한될 수 있습니다. 온라인 소매 업체들은 누구와 일할 것인지 신중하게 선택해야 합니다⁹.

C. Groupon 요인

블록 체인 이전 시대의 진정한 성공 사례인 Groupon은 사용자의 그룹 구매력을 활용하여 서비스 및 제품에 대한 할인을 제공했습니다. 비즈니스 모델은 쿠폰 할인과 그룹 구매의 조합입니다. 쿠폰 할인 및 그룹 구매는 19세기 후반과 20세기 초반으로 거슬러 올라가는 오래된 개념입니다. 1887년 코카콜라의 파트너였던 Asa Candler는 쿠폰 할인을 광고 전략으로 처음 사용했습니다. Candler는 잡지, 우편, 직원 및 영업 담당자와 같은 다양한 수단을 사용하여 잠재적인 고객들에게 무료 쿠폰을 배포했습니다.

50여개국 이상의 500여개 도시에 1억 명이 넘는 가입자를 보유하는 Groupon은 로컬 거래 시장에서 가장 큼니다. 이 기업은 입증된 성공을 거둔 현지 거래 부문의 집중 투자입니다. Groupon은 현지 시장에서 “오늘의 할인” 및 기타 판촉 행사를 제공함으로써 로컬 비즈니스를 위한 수익과 많은 고객을 보장합니다. 로컬 비즈니스는 선불 수수료를 지불할 필요가 없으며 거래가 최소 가입을 달성한 경우에만 Groupon과 수익을 공유합니다. Groupon은 소비자들에게 이전에 알려지지 않은 서비스/상품을 발견할 수 있도록 상당한 비용 절약 기회를 제공합니다.

Groupon의 성공 원인은 현지 시장을 조사하고 Groupon 영업 담당자가 직접 성공적인 로컬 비즈니스를 파악하여 새로운 시장으로 진출한 로컬 비즈니스와의 강력한 파트너십입니다. Groupon은 고비용 고정비의 비즈니스 및 고객 유치 비용이 매우 높고 기업이 많은 광고를 해야 하는 비즈니스에 가장 적합하며 해당 거래는 선불 수수료를 지불하지 않고 현지 시장을 기반으로 대상 고객에게 다가갈 수 있는 채널을 제공합니다. Groupon은 또한 스파 및 레스토랑과 같은 단골 고객들을 보유한 비즈니스에 가장 적합합니다.

Groupon은 큰 성공을 거둔 반면 많은 어려움도 겪었습니다:

- 로컬 비즈니스는 거래의 경제성을 파악해야 합니다. 경우에 따라 로컬 비즈니스는 자본이 없는 가입자를 포함하거나 거래 하나에 몰린 거래들을 제안했습니다. 이러한 경우 로컬 비즈니스는 배송 기대치를 충족시키지 못하고 결국 엄청난 손실을 입었습니다. 수익성이 없는 판촉 활동을 하는 기업의 경우 Groupon 사용자가 거래 액면가보다 더 적은 비율로 소비하며 다시 비즈니스에 총매매가로 더 적은 비율로 반환한다고 보고했습니다.
- 낮은 진입 장벽과 낮은 전환 비용. Groupon의 비즈니스 모델은 따라하기 쉽고 로컬 거래 시장 진입 장벽은 낮으며 소비자 및 로컬 비즈니스의 전환 비용은 낮습니다.
- 다른 상대방과의 경쟁은 Groupon이 거래를 제공하는 모든 도시들로 급속하게 확대되고 있습니다. Groupon은 또한 거래 제안을 시작한 Yelp와 같은 로컬 리뷰 및 검색 스페이스에서 상대방과 경쟁할 수도 있습니다.
- 소비자 유지는 어렵습니다. Groupon 소비자의 대부분은 장기 소비자가 아닌 거래 주도형이지만 유지율은 약 20%이므로 회사는 판매 및 마케팅에 많은 비용을 투입해야 합니다. Groupon의 소비자 기반은 거래를 추구하는 사람들과 거래를 넘어서는 구매를 기꺼이하지 않는 할인 세일 구매자들로 구성됩니다. 대부분의 사용자는 Groupon에서 일회성으로 구매합니다.
- 판매자 파트너의 수익 지분을 낮게 유지할 수 없습니다. Groupon은 거래에서 수익의 40-50%를 차지합니다. 판매자들이 검색 및 기타 경쟁력 있는 광고 대안으로 신속하게 이동하여 Groupon으로부터 더 적은 금액을 과금하여 매출을 끌어내는 법을 배우면 장기간에 걸쳐 이러한 방식이 계속 지속될 수 없습니다.

3. 블록체인 기술: 분열되는 시장

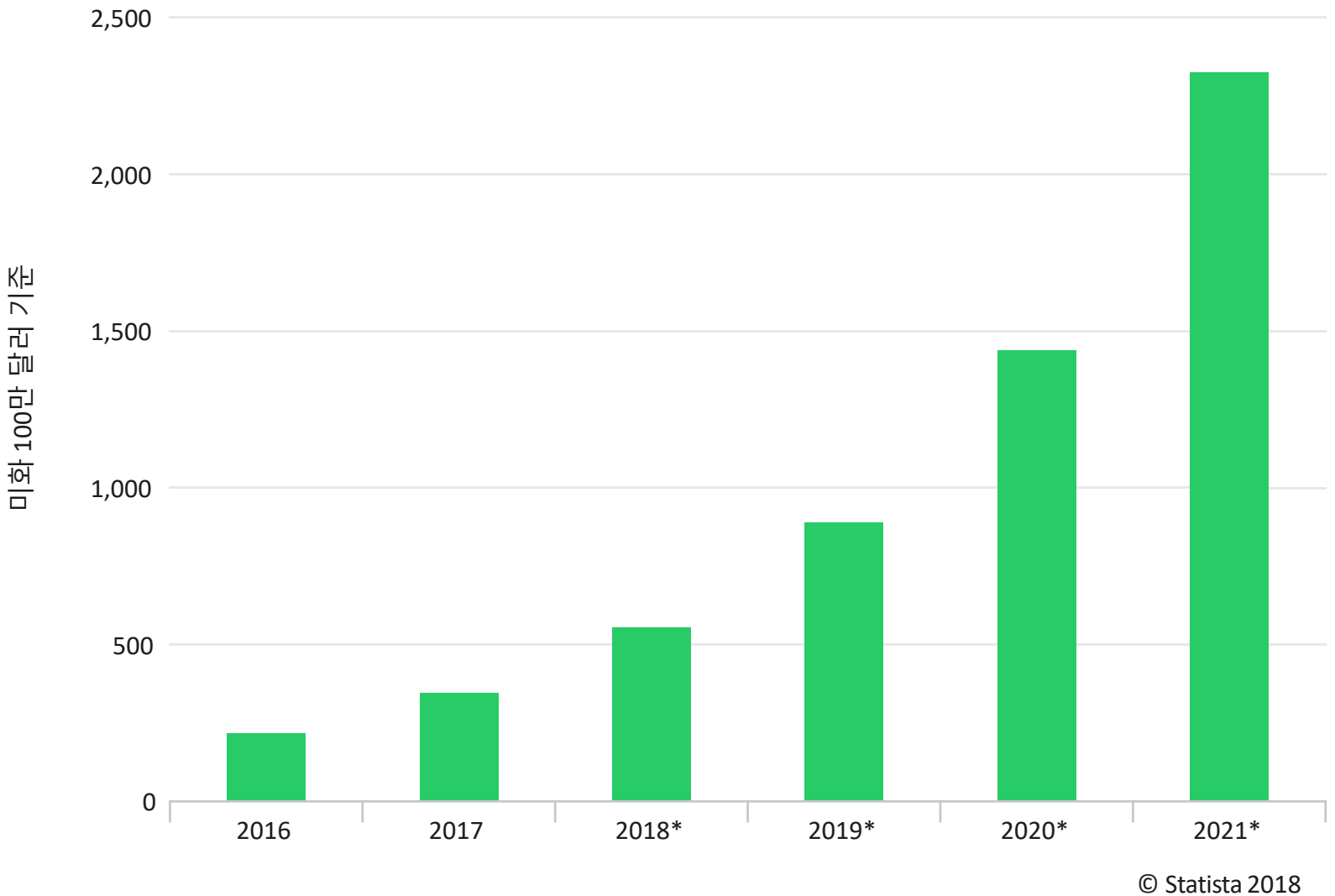
블록 체인은 개방형 분산 된 원장으로서 두 당사자 간의 거래를 효율적이고 검증 하며 영구적으로 기록 할 수 있습니다.

블록 체인을 통해서 계약이 디지털 코드에 포함되어 투명하게 공유되는 데이터베이스에 저장 되어 삭제, 변조 및 수정으로부터 보호되는 세계를 상상할 수 있습니다. 이 세상에서 모든 계약, 모든 프로세스, 모든 작업 및 모든 지불은 식별, 확인, 저장, 공유될 수 있는 디지털 기록 및 서명이 있어야합니다. 변호사, 중개인, 은행가와 같은 중개인은 더 이상 필요하지 않을 수 있습니다. 개인, 조직, 기계 및 알고리즘은 자유롭게 거래하고 교류할 수 있습니다. 이것은 블록 체인의 막대한 잠재력입니다.

블록 체인 기술은 전 세계를 장악하고 많은 부문의 운영 방식을 깨뜨립니다. 2017년 세계 블록체인 기술 시장 규모는 3억 3,950만 달러에 달할 것으로 예상됐으며 2021년까지 23억 달러 규모로 성장할 것으로 예상됩니다.

분산 된 원장 기술에 대한 수요, 총 소유 비용 절감, 가상화폐 시가 총액 및 초기 코인 제공 증가, 단순화 된 비즈니스 프로세스에 대한 수요, 투명성 및 불변성, 빠른 거래 속도 및 블록체인 서비스가 이 시장의 성장을 가속화하고 있습니다.

또한 커뮤니케이션 서비스 제공 업체들을 위한 블록 체인의 증가하는 중요성과 채택률, 국제 무역 및 공급망 관리의 변화, 프로그래밍 가능한 블록 체인 플랫폼의 새로운 유형, 지불, 스마트 계약 및 디지털 ID에 대한 블록 체인 채택의 증가는 이 시장의 발전에 있어 기회를 창출합니다.



IBM, Oracle과 같은 많은 대기업들은 블록 체인 기술을 이미 사용하고 있으며, Wal-Mart Stores Inc.와 Visa Inc.와 같은 기업들에서도 공급망을 간소화하고 결제 속도를 빠르게 하거나 기록을 저장하기 위해 블록 체인 기술이 점점 더 많이 테스트되거나 사용되고 있습니다.

400여명의 임원, 관리자 및 기술 직원들을 상대로 한 Juniper Research 설문조사에 따르면, 대기업 10개사 중 6개사가 블록 체인 사용을 고려하고 있습니다¹².

A. 블록체인 & 전자 상거래

블록 체인 전자 상거래는 올해의 단어인 것 같습니다. 몇 년 동안 계속 그럴 수도 있습니다. 블록체인 응용 프로그램의 초기 개발 및 채택에서의 확산은 그것의 미래와 전자 상거래 세계를 어떻게 형성할 수 있는지에 대해 많은 것을 말해줍니다. 전자 상거래의 거물인 Alibaba는 진짜 식품을 추적하고 품목의 진위 여부를 확인하기 위해 블록 체인에 막대한 투자를 하고 있습니다.

비즈니스의 모든 수준에서 **투명성, 일관성, 비용 효율성 및 비즈니스 프로세스와의 효과적인 통합**은 블록 체인의 단 몇 USP에 불과합니다. 비즈니스 규모에 관계없이 블록 체인의 장점을 전자 상거래 비즈니스와 결합하면 (점차적으로) 무한한 기회를 제공할 수 있습니다.

4. ECON 플랫폼: 궁극적인 결합

이제 전자 상거래, 블록 체인 기술 및 가상화폐의 폭발적인 조합인 **ECON 플랫폼**을 상상해 보십시오.

ECON 플랫폼은 블록 체인에서의 진정한 P2P 전자 상거래 로열티 플랫폼입니다.

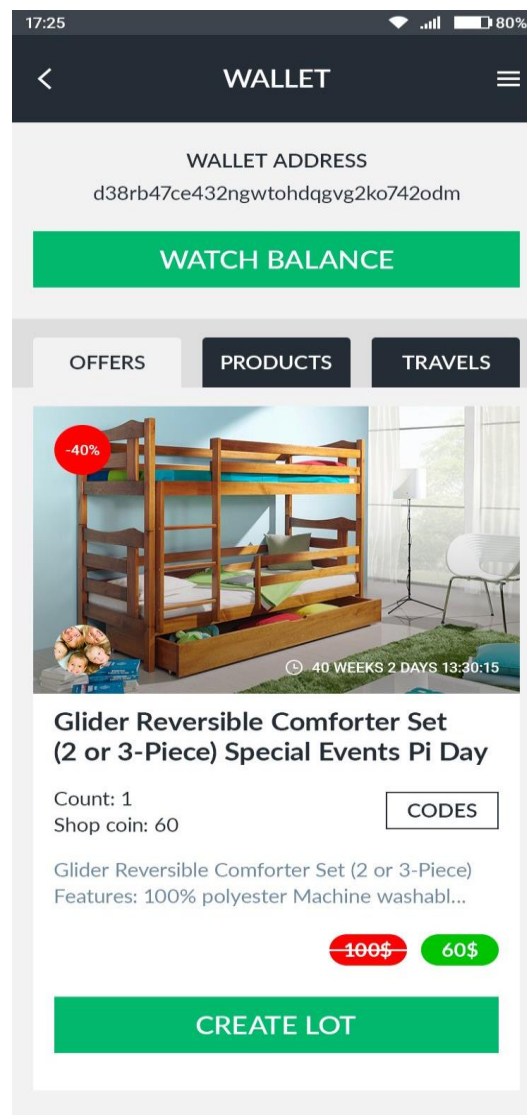
이는 판매자들과 소비자들에게 탈중앙화 된 안전한 피어 투 피어 기술과 상거래가 가능한 ECON을 통해 고객 만족도 및 로열티를 높이는 것을 목표로합니다.

A. ECON의 비전

ECON는 판매자들에게 더 높은 유연성, 통제성 및 향상된 혜택을 제공하기 위해 기존의 로열티 시스템을 재창조합니다. 이는 마케팅 비용 지출에 대해 가능한 한 높은 수준의 소비자 만족도를 보장하기 위함입니다.

ECON“로열티 시스템”은 사업주가 소비자와 새로운 차원의 교류를 할 수 있게하며, 가장 중요하게, 소비자들이 그들의 ECON 오퍼를 다른 고객들과 자유롭게 교환할 수 있는 기회를 제공하여 해당 거래 당사자에게 더 필요한 다른 ECON를 제공합니다.

ECON 피어 투 피어 (P2P) 플랫폼은 로열티 시스템 구성, 소비자와의 교류, 투자 유치 및 자체 자유롭게 거래 가능한 ECON(ECON 가상 의무)를 발행함으로써 매출 증대와 관련하여 전 세계의 각 판매자(사업자)에게 새로운 기회를 제공합니다.



B. 운영 방법

ECON는 명확한 가시성, 보안, 처리 속도 및 모든 정보의 탈중 앙화 된 등록을 통한 거래 추적성을 갖춰 그룹 로열티 오퍼 에 대해 블록 체인을 사용하여 완전한 투명성을 제공합니다.

ECON는 판매자들과 소비자들에게 서로 간의 공극적인 신뢰 를 구축하면서 비용 효율적이고 안전한 기존의 전자상거래 환경에 대한 명확한 이점을 제공합니다. 평가 메커니즘은 이러한 신뢰를 더욱 신장시킬 것입니다.

거래의 비용 효율성과 전세계 소비자에 다가갈 수 있는 도 달성은 큰 비용을 감수하는 중개자 / 지불 프로세서를 필요 로 하지 않으므로 기존 디지털 지불 방법을 능가합니다.

소비자는 안전하게 느끼며 상당히 절약을 할 뿐만 아니라 구입한 ECON를 실제 화폐의 자산으로 사용하여 다른 소비 자와 거래하거나 교환소에서 판매할 수 있습니다. 이것은 ECON 플랫폼의 엄청난 혜택입니다.

로열티 요인은 소비자와 판매자 모두가 ECON 교환소에서 최 고 등급 품질의 오퍼 및 거래를 생성하는 데 대한 보상을 받 을 수 있는 또 다른 큰 이점입니다.

판매자와 소비자는 불우한 사람들을 위해 일부 ECON를 기부 하고 자선 활동에 대한 보상을 받을 수 있습니다. 회사는 또한 특별한 경우에 대한 기부 요청을 하고 판매자와 소비자에게 보상을 제공할뿐만 아니라 그러한 기부금을 제공하여 해당 경우에 이익을 줍니다.

17:25

LOT OFFER

Slurm-Tasting Package for Two at Real Slurm Company (Up to 70% Off)

30.00\$

Select your coupons and quantity

ADD

Glider Reversible Comforter Set (2 or 3-Piece) Special Events Pi Day

Count: 1

OFFER

Chicago, IL, USA

100\$ 60\$

OPEN IN CHAT

HURRY UP ONLY A FEW DEALS LEFT

40 WEEKS 2 DAYS 13:30:15

YOU CAN ACTIVATE FROM 20-03-2018 00:00 TO 20-04-2018 23:00

f g+ p t in

ABOUT SELLER



Email nicetoys@nct.com

Full Name NICE TOYS

Phone +1-211-555-1205

FOLLOW

I. 판매자

- ECON 발행
- 여러 카테고리에 다양한 판매자 ECON를 표시하는 온라인 스토어
- ECON 오퍼의 전달을 위한 모바일 및 브라우저 통합
- 멀티미디어 및 소셜 네트워킹의 통합을 허용하는 마케팅 캠페인 모듈
- GPS 및 구매 트렌드와 같은 소비자 데이터 분석
- 소비자에게 도달하기 위한 판매자 상태에 기반한 다양한 권한 및 역할
- 영업 및 소비자 교류에 대한 분석 보고서
- 본사 또는 타사 응용 프로그램을 사용하는 웹 서비스
- 판매자는 서비스 보증 및 지불 환불을 처리할 수 있는 옵션도 보유합니다
- 판매자와 소비자 사이의 ECON 오퍼의 P2P 교환 및 다른 판매자 간의 교환

II. 소비자

- 판매자 또는 P2P ECON 교환소에서 ECON오퍼를 직접 구매
- 선호하는 판매자로부터 연락을 받을 수 있는 만장일치 메시징 시스템
- 소비자가 선호 분야를 홍보하고 판매자로부터 특별 오퍼를 받을 수 있게 해주는 소비자 프로필 관리 모듈
- 소비자가 판매자와 다른 소비자를 평가할 수 있는 평가 기능
- 구매했거나 선호하는 ECON 오퍼의 안전한 저장소

C. 주요 이점

기존 광고 시스템이 점점 더 효과적이지 않게됨에 따라 ECON 플랫폼은 궁극적인 솔루션을 제 시합니다. 판매자와 소비자에게 주요 이점은 다음과 같습니다:

판매자

- 로열티 및 고객 유지
- 바이럴마케팅
- 시장 주도적 유연성
- 판매자는 현재 소비자의 한도와 관심을 받을 수 있음
- 소비자와의 접촉
- 소비자 프로필의 추가 한도 수신
- 판매자 간의 기능 교환

소비자

- 다른 소비자와 ECON 거래
- 익명성 보호
- 판매자와의 교류 언제든지 선택 해제 가능
- 판매자와의 교류를 개인화 할 수있는 가능성

D. ECON 워크플로우 엔진



17:25 80%

< CREATE OFFER

Step 4. Preview

-70%

2 WEEKS 2 DAYS 13:09:36

Slurm-Tasting Package for Two at Real Slurm Company (Up to 70% Off)

New York, NY, USA

What You'll Get. Slurm-Tasting Package for Two. Includes: Two Tasting Flights, Two Empty Howlers...

~~100\$~~ 30\$

I agree to the license terms and conditions

YOUR OFFER'LL APPEAR AFTER MODERATION

ACTIVATE OFFER

ECON은 명확한 가시성, 보안, 처리 속도 및 모든 정보의 탈중앙화 된 등록을 통한 거래 추적성을 갖춰 그룹 로열티 오퍼에 대해 블록 체인을 사용하여 완전한 투명성을 제공합

니다. ECON은 판매 자들과 소비자들에게 서로 간의 궁극적인 신뢰 를 구축하면서 비용 효율적 이고 안전한 기존의 전자 상거래 환경에 대한 명확한 이점을 제공합 니다.

평가 메커니즘은 이러한 신뢰를 더욱 신장시킬 것입니다. 거래의 비용 효율성과 전세계 소비자에 다가갈 수 있는 도달성은 큰 비용을 감수하는 중개자 / 지불 프로세서를 필요로 하지 않으므로 기존 디지털 지불 방법을 능가합니다.


소비자는 안전하게 느끼며 상당히 절약을 할 뿐만 아니라 구입한 ECON를 실제 화폐의 자산으로 사용하여 다른 소비자와 거래하거나 교환소에서 판매할 수 있습니다. 이것은 ECON 플랫폼의 엄청난 혜택입니다.

로열티 요인은 소비자와 판매자 모두가 ECON 교환소에서 최고 등급 품질의 오퍼 및 거래를 생성하는 데 대한 보상을 받을 수 있는 또 다른 큰 이점입니다.

17:25 80%

< TRANSACTION SUCCESS ≡

Exchange FROM



Slurm-Tasting Package for Two ...


📍 New York, NY, USA

What You'll Get. Slurm-Tasting Package for Two. Includes: Two Tasting Flights...

📖 ~~100\$~~ 30\$

Coupons count: 1

Exchange TO



Glider Reversible Comforter ...

판매자와 소비자는 불우한 사람들을 위해 일부 ECON를 기부하고 자선 활동에 대한 보상을 받을 수 있습니다. 회사는 또한 특별한 경우에 대한 기부 요청을 하고 판매자와 소비자에게 보상을 제공할뿐만 아니라 그러한 기부금을 제공하여 해당 경우에 이익을 줍니다.



5. ECON TOKEN 오퍼링

A. 토큰 사용

ECON 토큰은 다음과 같은 다양한 방식으로 활용될 것으로 예상됩니다:

- 에스프로 관리
- VIP 판매자 상태
- ECON 판매자 오퍼의 소비자 구매
- 로열티 토큰 보조금
- 프로모션 오퍼

판매자는 소비자에게 발행된 모든 ECON에 대해 5%의 수수료를 지불해야 합니다 (가상 화폐를 통한 구매에 대한 5% 수수료에 추가로, ECON 토큰을 통한 구매는 면제됩니다).

교환 중, ECON 토큰 소지자에게 인센티브를 제공하기 위해 모든 ECON 토큰 거래는 소비자에게 5% 할인을 추가로 부여합니다. 추가로 로열티 토큰 10개는 1,000 토큰의 거래를 모은 후에 판매자와 소비자 모두에게 매번 부여됩니다.

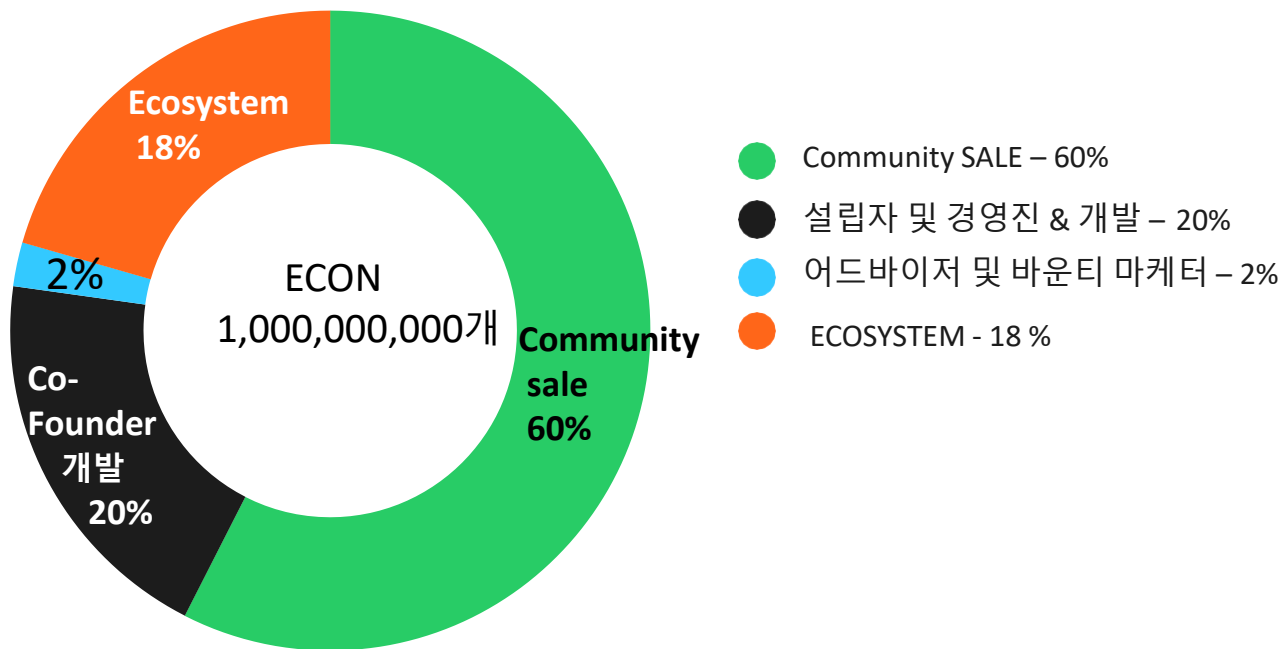
판매자는 ECON 오퍼로 제공되는 제품이나 서비스가 만족스럽지 않은 경우 서비스 보증 및 지불 환불을 제공할 수 있습니다. 따라서 추가 ECON 토큰은 ECON 오퍼의 기간이 끝날 때까지 스क्र로됩니다.

ECON 오퍼가 발행되는 동안 판매자는 토큰 할인, 서비스 보증 및 수수료 조건에 동의해야 합니다.

B. 토큰 배부

ECON Distribution Plan

- ECON은 TRC-20기반의 커스텀 토큰으로서 총10억개 발행.
- ECON는 거래소 상장과 생태계를 갖춘 TOKEN ECONOMIST(토큰경제)를 지향 하며, 판매 유통량 을 제외하고는 일정비율과 기간에 따라 락업 (Lock-up) 정책으로 ECON 가치를 높일 것입니다.
- ECON 초기 값(PRICE) : 0.1 USDT(100원)



1.Community sale 60%	600,000,000개
2.설립자 및 경영진. 개발팀 20%	200,000,000개
3.어드바이저 에어드롭,바운티 2%	20,000,000개
4.생태계 18%	180,000,000개
합계	1,000,000,000개

6. 로드맵



7. 고지사항

보증 없음

ECON는 비즈니스 또는 재무 결과를 보장하지 않으며 해당 토큰의 가치에 대한 어떠한 추측적인 제안도 하지 않습니다. 투자 결정을 내리기 전에 관련된 위험을 주의 깊게 평가하는 것이 좋습니다.

책임 배제

ECON는 어떠한 진술이나 보증도 하지 않으며 전달된 진술이나 정보 자료에 대해 법률의 최대 범위에 대한 모든 책임과 의무를 부인합니다. IOU 팀은 이 백서 및 기타 자료에서 전달된 정보의 완전성 및 정확성을 보장하기 위해 모든 합당한 조치를 취했습니다.

독자 선서 및 보증

1. 모든 자료, 아이디어 및 개념은 ECON의 재산이며 저작권법 및 기타 관련법의 보호를 받습니다.
2. 이 백서, ECON 웹 사이트 또는 ECON 또는 그 팀이 제작한 다른 자료는 어떠한 종류의 제안, 권유 또는 안내서가 아닙니다.
3. ECON는 법의 최대 범위에 대한 직접 또는 간접 책임으로부터 면제됩니다.
4. ECON 토큰은 모든 관할권에서 유가 증권으로 간주되지 않습니다.
5. IOUX 토큰은 유틸리티 토큰으로 분류됩니다.
6. 독자는 블록 체인 기술의 주요 구성 요소를 연구 및 분석하고 블록 체인 작동 구조, 지갑 및 개인 키 보호의 중요성에 대해 알아야 함을 주의해야 합니다.
7. 독자는 블록 체인 기반 시스템을 포함한 모든 기술이 다양한 해킹 공격으로부터 완전히 보호되지 않는다는 것을 주의해야 합니다.
8. 독자는 가상화폐 업계의 위험 및 심각한 손실을 입을 가능성에 대해 주의해야 합니다.
9. 독자는 이 백서 또는 IOU에서 제공한 다른 자료가 이익을 창출하는 목적으로 만들어지지 않았음을 주의해야 합니다.