



[코스모체인] 화장품을 사랑하는 고객 - 이들의 생각을 필요로 하는  
기업 간 open C2C (company to customer) 플랫폼

Website:  
[www.cosmochain.io](http://www.cosmochain.io)

# 목차

- I. 초록 (Abstract)
- II. 뷰티 산업의 변화 트렌드
- III. 코스모체인 서비스 아키텍처
- IV. 코스모체인 토큰 모델
- V. ICO 진행 계획
- VI. 코스모체인 로드맵
- VII. Team
- VIII. Disclaimer

# I. 초록 (Abstract)

화장품(Beauty)은 최근 전세계에 걸쳐 social media, community, commerce 등 다양한 영역 내 가장 활발하게 등장하는 산업 category 이자 theme 이다. 화장품 산업은 글로벌 평균 연 3% 수준의 안정적 성장을 이어나가고 있으며, 중국을 포함한 개발도상국의 경우 연 5% 수준의 높은 성장을 이어나가고 있다<sup>1</sup>. 하지만 이러한 외형적 성장에 반해, 화장품 산업 내에서는 수많은 기업들이 서로 유사한 상품, 브랜드, 채널을 기반으로 경쟁하는 zero-sum game 을 벌이고 있다. 쉽게 말해, 화장품 회사들이 본질적인 화장품의 가치보다 컨셉팅 / 마케팅 / 브랜딩 등에 의존하기 시작하면서, 화장품 산업 전반에 걸쳐 ‘혁신의 가속도’가 크게 둔화된 것이다. 이에, 화장품 기업들은 고객에 대한 data insight 를 기반으로 whole value chain 에 걸쳐 시장 내 창조적 파괴를 가져올 수 있는 “혁신적” idea 를 갈구하고 있으나, 신뢰할 수 있는 고객 data insight 를 얻을 수 있는 방법 및 채널이 부재한 상황이다

화장품 고객들 또한 기업 참여자들과는 다른 종류의 불편함을 겪고 있다. 첫째, 화장품 관련 콘텐츠의 대부분이 기업 sponsored 화 되어, 믿을 수 있는 진짜 정보를 걸러내기가 점차 어려워지고 있다는 점이다. 둘째, 콘텐츠로 창출된 수익이 콘텐츠 제작자에게 온전히 배분되지 않는 중앙화된 구조 때문에, 극소수의 유명한 influencer 만이 콘텐츠를 “수익화”할 수 있다는 점이다. 셋째, 인터넷 공간의 사진, 후기, 글, 인적사항 등의 개인 정보가 social media 를 통해 무분별하게 확산됨으로써 “보안성”에 대한 우려가 커지고 있다는 점이다.

코스모체인(Cosmochain)은 화장품/ 뷰티를 주제로 콘텐츠를 생산하고 소통하는 것을 즐기는 active user 와 믿을 수 있는 고객 data 를 필요로 하는 화장품 기업 참여자(브랜드 사업자, OEM/ODM 사업자, 유통 사업자 등)를 연결해주는 블록체인 기반의 플랫폼으로, 고객과 기업 양 쪽이 느끼는 unmet needs 를 동시에 해결하는 것을 목표로 한다. 본 플랫폼 내에서 생산되고 공유되는 모든 정보는 블록체인 기술을 통해 안전하게 관리되고, 모든 개인 참여자들은 자신이 창출한 콘텐츠 및 개인 정보에 대한 소유권과 관리 권한을 행사할 수 있으며, 이를 기업 참여자에게 공유하여 기여하는 경우 이에 대한 보상(compensation)을 받게 된다. 또한 기업 참여자들은 코스모체인이 제공하는 API 를 이용하여, 본 플랫폼 내에서 다양한 “on-demand” 서비스를 구현할 수 있다.

코스모체인 내에서는 블록체인에 의해 운영되는 2 가지의 토큰과 1 개의 자체적인 가상 지표가 함께 운영된다. 1) 외부 시스템에서도 거래가 가능한 토큰인 코스모코인(Cosmo Coin), 2) 플랫폼 내 사용 가능하며 활동 내역에 따른 보상 수단 및 영향력 지표이자 플랫폼 내 marketplace 에서 지불 수단으로 사용 가능한 토큰인 코스모파워(Cosmo Power), 3) 순수한 플랫폼 활동으로만 얻을 수 있는 명성(reputation) 지표인 코스모레벨(Cosmo Level)로 구성되어 권력의 남용을 방지하고 플랫폼 내 건전한 경제 생태계를 구축한다.

- 코스모체인 플랫폼 성공의 근간은 고객들이 자발적으로 플랫폼 위에서 다양한 뷰티 콘텐츠를 생산하고, 서로 소통하며 가치 있는 data 를 창출함에 있다. 따라서, 코스모체인 플랫폼은 사용자 커뮤니티의 성공적 운영을 위해 Steemit 의 인센티브 모델을 바탕으로, 코스모체인만의 공정한 보상체제로 설계되었다.
- 코스모체인 플랫폼은 사용자들이 직접 만들어낸(또는 공개한) data 를 이를 필요로 하는 기업 참여자에게 연결하여, 그 정보 사용료(fee)에 해당하는 토큰을 고객들에게 전달한다. 이를 통해 많은 social media 기반 플랫폼들이 보유하고 있는 구조적 문제인 1) 커뮤니티를 성장시키는데 수반되는 장기간 - 다량의 추가 토큰 발행에 따른 인플레이션 발생 이슈, 2) 인플레이션 안정화 이후 고객 참여에 대한 보상체계의 매력도 저하 이슈를 보완하고자 한다.
- 추가적으로, 코스모체인 플랫폼은 1 차원적인 개인 정보 또는 개인이 창출한 정보의 공개를 넘어, 내 공간에 광고를 노출할 권리/ 나에게 맞춤화(customized)된 marketplace 를 노출할 권리, 나의 data 가 big data 분석에 쓰여질 권리 등, 기존에는 big data analysis 라는 대 명제 하, 수백만/ 수억 개 data pool 중의 하나로 치부되던 영역까지도 개인에게 재분배하여 한 단계 진일보한 tokenization 메커니즘을 구현하고자 한다.

<sup>1</sup> Euromonitor International report 기준, 17~21 년 성장률 전망: 글로벌 2.8%, 중국 5.4%

이렇게 코스모체인 팀은 코스모체인 플랫폼을 통해 개인이 보유한 개인 정보 및 화장품 관련 콘텐츠의 소유권 및 관리권한을 필요한 곳에 재분배 하고, 이에 대해 명확한 보상을 함으로써 필요한 정보들이 선순환 되도록 하고자 하며, 이를 기반으로 화장품 산업의 에코시스템 혁신에 기여하고자 하는 목표를 갖고 있다.

## II. 뷰티 산업의 변화 트렌드

### II-1. 뷰티 산업의 핵심 변화

지난 10년간 글로벌 화장품 시장은 제품 카테고리라 지역을 불문하고 꾸준한 성장을 지속하여 현재 retail value(B2C) 기준 약 5,000억 달러 규모<sup>2</sup>의 시장으로 성장하였다. 향후에도, 기존 선진국 시장 내 연 2~3% 대의 안정적 성장과 함께 중국, 동남아, 남미 등의 신흥 시장 내에서는 연 5% 이상의 추가 성장이 예상되고 있다. 이와 동시에 화장품 산업의 가치사슬(value chain) 내 몇 가지 trend가 발견되고 있다. 이는 기업에게 점차 “고객 data 및 insight“ 활용의 중요성이 빠르게 증대되고 있음을 의미한다.

#### 1) (기획: Ideation) 기존 성공 공식의 재편

과거에는 유통채널을 확보한 사업자가 승리하는 구조였다면, 이제는 고객의 시선을 잡는 사업자가 이기는 사업 환경으로 바뀐 상황이다. 화장품을 꽤 오랫동안 구매해 본 20~30대 이상의 고객이면 체감할 수 있듯이, 과거에는 단순 스킨(토너), 로션, 크림, 선크림 등의 제품군을 구매하였지만, 현재는 피부 타입, 향, 색깔 등 수백~수천 가지의 조합으로 화장품 세트를 구성할 수 있으며 심지어는 이를 다 합쳐놓은 형태의 all-in-one 화장품까지 쉽게 찾을 수 있다. 색조 화장품의 경우에도 기존에 존재하는 색깔, 광택 등으로 구성된 기성품 중 고객에게 맞는 화장품을 고르는 것이 아닌 피부 톤에 맞는 개인화 수준의 제품을 찾는 단계까지 이르렀다. 화장품의 성공 공식이 고품질의 제품 생산에서 벗어나, 복잡해진 고객 니즈의 정확한 파악과 이를 제품으로 연결시킬 수 있는 섬세한 기획 역량으로 재편된 것이다.

#### 2) (생산: Manufacturing) 상품 세분화/개인화 방향으로의 진화

타 산업에서 이미 확산된 맞춤형 상품의 선호도는 지속 증가하고 있으며, 국내외 화장품 사업자들 역시 개별 고객의 니즈에 정확히 대응할 수 있는 개인 맞춤형 제품 개발에 많은 노력을 쏟고 있다. ‘아모레퍼시픽’은 대표 브랜드인 ‘아이오페(IOPE)’를 내세워 유전자 정보 분석을 기반으로 상품을 개인화 하려는 노력을 시작하였으며, 국내 대표 브랜드인 ‘아모레퍼시픽’, ‘LG 생활건강’ 외에도, 글로벌의 ‘키엘’, ‘랑콤’ 또한 매장 내 즉시 측정/수집한 고객 피부 data를 기반으로 맞춤형 제품을 즉석에서 제조하여 판매하고 있다. 다만, 기업 입장에서는 이러한 data를 효과적으로 수집할 수 있는 채널 및 방법(lever)이 부족한 상황이며, 고객 입장에서든 기꺼이 본인의 개인/피부 정보를 공개할 만한 동기부여가 충분히 되지 않아 진화의 속도가 다소 둔화된 상황이다.

#### 3) (채널: Channel) 온라인 채널로의 마케팅/판매 중심 이동 & 마케팅 효과성의 저하

오프라인 채널이 주요 판매 채널이던 ‘00년대 초까지는 대부분의 화장품 마케팅은 유명한 모델을 활용하여 브랜드의 가치를 올릴 수 있는 ATL(TV 광고, 지면 광고 등) 채널에서 진행되었다. ‘00년대 후반 온라인 채널이 화장품 판매 채널의 대부분을 차지한 이후, 마케팅의 무게중심이 온라인/viral 마케팅으로 점차 이동하였으며, 동시에 브랜드의 중요성이 감소하고 있다. 이와 함께, 제품 및 브랜드 차별화에 어려운 중소 화장품 브랜드들의 온라인 마케팅 경쟁이 심화되며, 전체 비용 구조 중 마케팅 비용이 지속적으로 증가하고 있는 중이다. 특히, ‘10년 초 대형 social media들이 광고 채널로서 자리잡은 이후, social media(특히 Facebook)가 화장품 기업의 유일한 온라인 마케팅/판매 옵션이 되어가고 있다. 다만, social media에 화장품 외에도 수많은 소비재 광고가 노출되다 보니, 고객들의 피로도가 증가하여 광고의 ROAC(Return On Advertising Cost)가 빠르게 저하되고 있으며, 이에 따라 많은 화장품 브랜드들이 온라인 채널 내 효과적 고객 타겟팅 및 콘텐츠 제작 등을 통한 ROAC 증대에 많은 노력을 쏟고 있다.

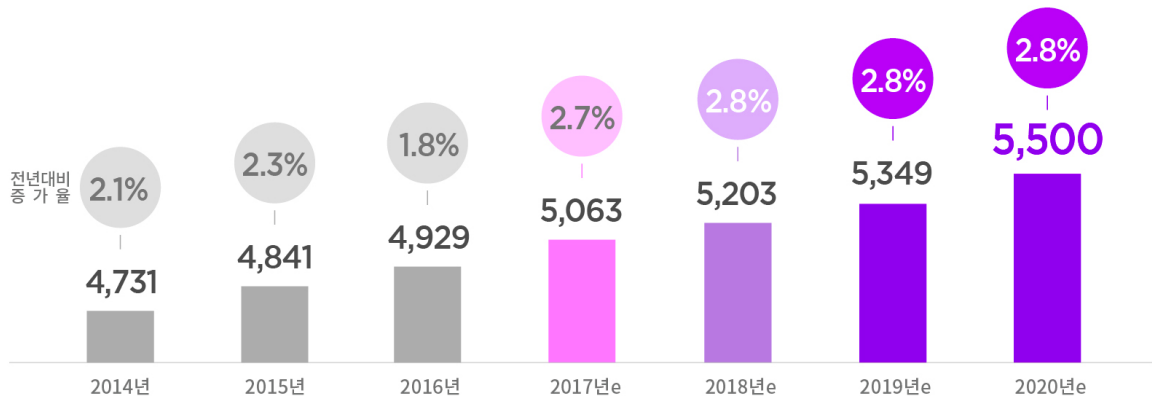
<sup>2</sup> Euromonitor international report 기준, 17년 시장 규모 5,063억

<sup>3</sup> 아모레퍼시픽의 ‘마이 워터뱅크 크림’ 및 ‘마이 투톤 립바’, LG 생활건강의 ‘르메디 바이 CNP’

## II-2. 관련 산업의 시장 가치 및 규모

앞서 기술하였듯이 화장품 산업은 전 세계적으로 가장 안정적으로 성장하고 있는 매력적인 산업이다. 그리고 이러한 성장은 특정 지역과 제품에 편중된 것이 아니라 글로벌 전 지역 및 제품군에서 고르게 나타나고 있으며 향후에도 이러한 성장은 지속될 것으로 예상되고 있다.

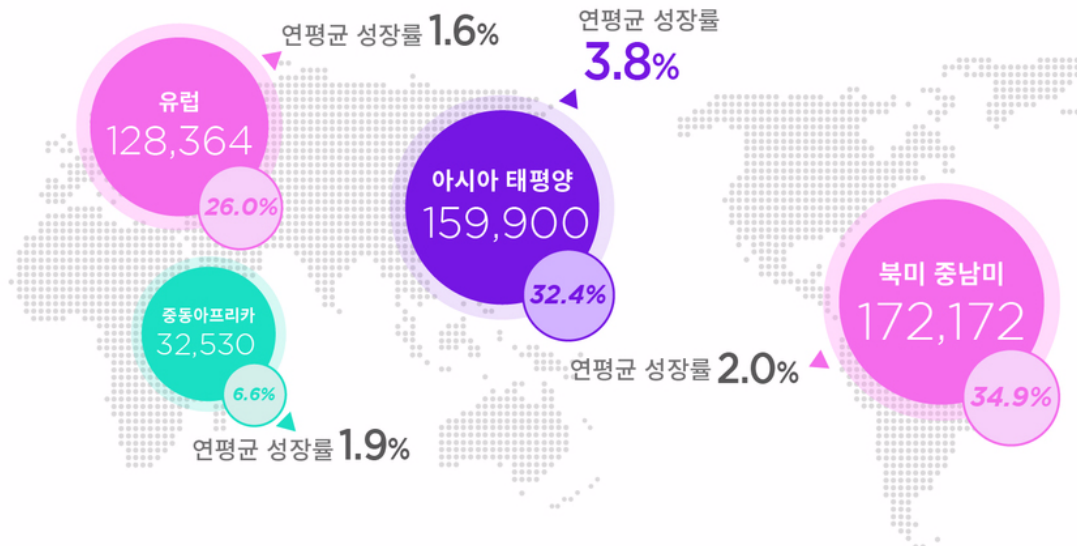
-글로벌 화장품 시장 현황 (억 달러, %)-



• 자료원 : Euromonitor, 2017 (Aug)

(단위 : 억 달러)

-글로벌 지역 별 화장품 시장 현황 (백만 달러, %)-



• 연평균 성장률 기준 : '11~'16  
 • 자료원 : Euromonitor, 2017 (Aug)

코스모체인의 핵심 가치 제공 영역인 뷰티 데이터의 수집과 공유에 대한 니즈는 이미 화장품 시장 내 다양한 영역에서 나타나고 있다. 또한, 화장품 시장의 복잡도와 성숙도가 심화됨에 따라 정교한 데이터의 대규모 수집과 이를 해석하고 활용하는 기능의 보유는 모든 업체가 필수로 지녀야 할 핵심 역량으로 대두되고 있다. 이미 글로벌 화장품 업체의 경우는 경영 컨설팅사, Big data analytics 업체 등에 연간 수십-수백억원의 비용을 지출하며 각종 뷰티 관련 외부 데이터의 수집 및 분석을 의뢰 및 이에 대한 분석을 제공 받고 있으며 중소형 업체의 경우에는 서베이 업체 등을 활용하여 각종 데이터 수집을 진행하고 있는 상황이다.

데이터 수집의 효과성을 증명할 수 있는 사례로는 이미 수많은 업체가 존재하는데, 대표적으로 미국의 'Beauty By Design', 'Curology', 그리고 중국의 'Huiseoul' 등의 업체가 있다. 위 업체들은 전문 피부 상담원과 고객을 연결하여 직접 찍은 피부 사진 이미지와 설문조사 및 상담을 통해 수집한 데이터를 표준화 한 후 고객 맞춤형 제품을 제조하고 솔루션 형태로 판매하는 방식으로 이미 MAU(Monthly Active User)기준, 수백만 고객을 보유한 업체로 성장하였다. 또한 2015년 창립한 미국의 big data 기반 맞춤형 샴푸 제조 스타트업 기업 'Function of beauty' 경우 창립 2년여만에 기업가치가 1,500 억원에 육박하는 등 제조의 혁신이 가져다 주는 value는 이미 증명된 바가 있다. 화장품 기업 관점에서 이러한 데이터 수집을 통한 사업의 운영은 R&D 및 기획 단계의 데이터 활용을 통한 불필요한 제품의 제작 및 테스트 절차 최소화, 비효율적인 불특정 다수에 대한 마케팅 비용 절감, 데이터를 보유한 고객의 니즈를 직접 해결해주는 맞춤형 솔루션 판매, 그리고 고객의 정확한 파악을 통한 우수한 서비스 제공 등 기존에는 불가피하다고 여겨졌던 비효율 요소를 모두 제거할 수 있게 되었다.

또한 최근 고객의 '화장품 정보 수집 채널' - '상품 구매 채널' 간 decoupling 되는 행태는 데이터의 중요성을 더욱 부각시킨다. 국내의 주 화장품 고객인 20세-49세 여성 고객의 정보 채널은 SNS, 온라인 쇼핑몰, 온라인 카페 및 블로그 등 다양한 온라인/모바일 정보 채널인 반면, 구매 채널의 경우는 드럭스토어(오프라인), 홈쇼핑, 소셜커머스, 오픈마켓 등 온-오프에 걸쳐 고르게 분포되어 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 이는 곧 구매자가 검색하고 조회, 시청하는 화장품 관련 데이터가 판매와는 완전 별개로 이원화되어 수집이 되고 있으며 활용까지는 거의 이어지지 못한다는 것을 의미한다. 이렇게 버려지는 데이터를 수집하기 위한 노력은 빅데이터 전문 업체의 고용, 키워드 추출 솔루션의 구매 등으로 지속되고 있으나 최종 의사결정권자인 고객에게 편의를 제공하는 통합 플랫폼은 존재하지 않아 SNS에서 정보만 찾고 구매는 불특정 하게 흩어져서 행해지는 현상은 지속이 될 수밖에 없다. 이를 해결하기 위해 SNS를 활용한 마케팅 및 판매, 혹은 판매 채널 내 SNS 기능 탑재 등으로 데이터의 통합 및 활용을 촉진시키려 하고 있으나 주기능과 부기능이 명확한 이원화된 플랫폼에 대한 고객의 반응은 싸늘하다.

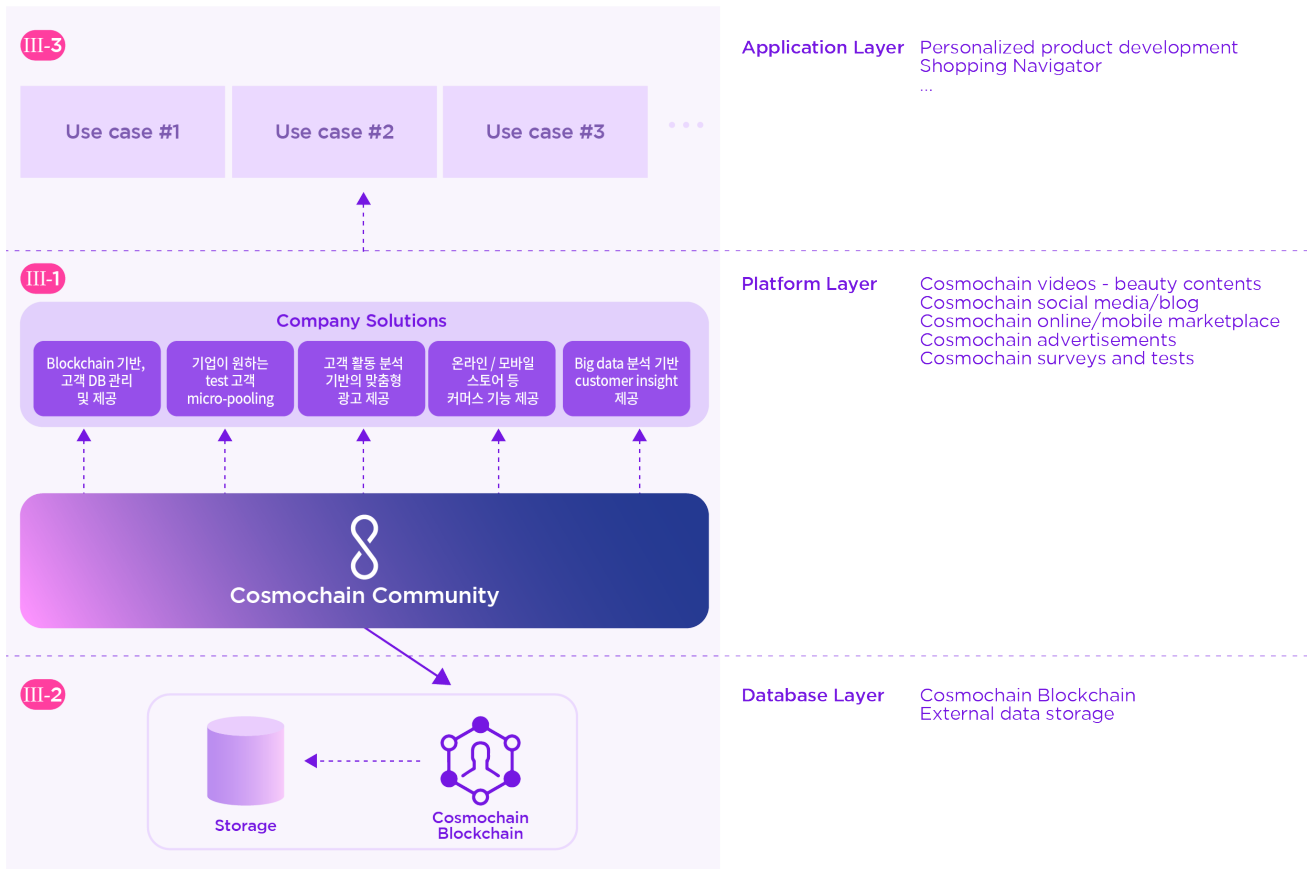
마지막으로 정부의 규제 완화는 '맞춤형' 화장품의 확산을 더욱 촉진시킬 수 있다. 의류 및 신발 등의 패션, 운동 및 식단 등 라이프스타일, 그리고 상대적으로 진입장벽이 높다고 여겨졌던 전자기기 및 가구까지 맞춤형 상품 및 서비스의 제공은 이미 수년간 이어져 온 전세계적 트렌드이다. 화장품의 경우 '피부'라는 민감한 영역에 직접적으로 영향을 주는 제품이다 보니 정부의 규제 등으로 인해 타 산업보다 발전이 더디게 진행되고 있었으나, 국내의 경우, 2016년부터 시작된 정부의 기능성 화장품 범위 확대 등의 규제 완화 및 맞춤형 화장품 개발을 위한 각종 지원의 확대를 통해 본격적인 맞춤형 화장품 시장 참여를 알리게 되었다. 전세계의 화장품 생산을 선도하는 대표 업체들을 보유한 대한민국의 규제 완화와 이미 선진국에서 나타나고 있는 맞춤형 화장품에 대한 시장의 긍정적인 반응은 코스모체인에서 제공할 수 있는 데이터의 가치를 더욱 높이는 계기가 될 것으로 보인다.

이렇듯이, 코스모체인이 제공하는 플랫폼에서 제공 가능한 데이터 수집의 주 목적은 특정 영역에 한정된 것이 아닌 화장품이라는 산업 value chain 전반의 혁신을 가져오기 위한 것이라는 점에서 큰 의미가 있다.

### III. 코스모체인 서비스 아키텍처

코스모체인은 database/platform/application 등 3 개의 layer 로 구성되어 있다. 본 플랫폼 내에서 생산되고 공유되는 모든 정보는 블록체인 기술을 통해 안전하게 관리되고, 모든 개인 참여자들은 자신이 창출한 콘텐츠 및 개인 정보에 대한 소유권과 관리 권한을 행사할 수 있으며, 이를 기업 참여자에게 공유하여 기여하는 경우 이에 대한 보상(compensation)을 받게 된다. 또한 기업 참여자들은 코스모체인이 제공하는 API 를 이용하여, 본 플랫폼 내에서 다양한 “on-demand“ 서비스를 구현할 수 있다.

-코스모체인 서비스 아키텍처-



#### III-1. 플랫폼 layer

코스모체인 서비스 아키텍처의 핵심 layer 로서, 고객들이 창출한 정보를 블록체인에 담아 기업들에게 솔루션으로 전달해주는 영역이다. 플랫폼 layer 는 크게 고객 커뮤니티 파트와 기업 솔루션 파트로 구성된다. ‘코스모체인 커뮤니티’는 다양한 고객들이 화장품/뷰티에 대해 서로 소통하고 다양한 콘텐츠를 창출하는 곳이다. 이러한 활동을 통해 고객들은 본인이 창출하는 뷰티 insight 에 대한 보상을 투명하게 획득할 수 있으며, 이렇게 창출된 정보를 바탕으로 기업들에게 필요한 정보를 ‘코스모체인 솔루션’ 영역에서 효과적으로 연결함으로써 뷰티 기업들의 경영 개선에 기여할 수 있다.

### III-1-1. '코스모체인 커뮤니티'

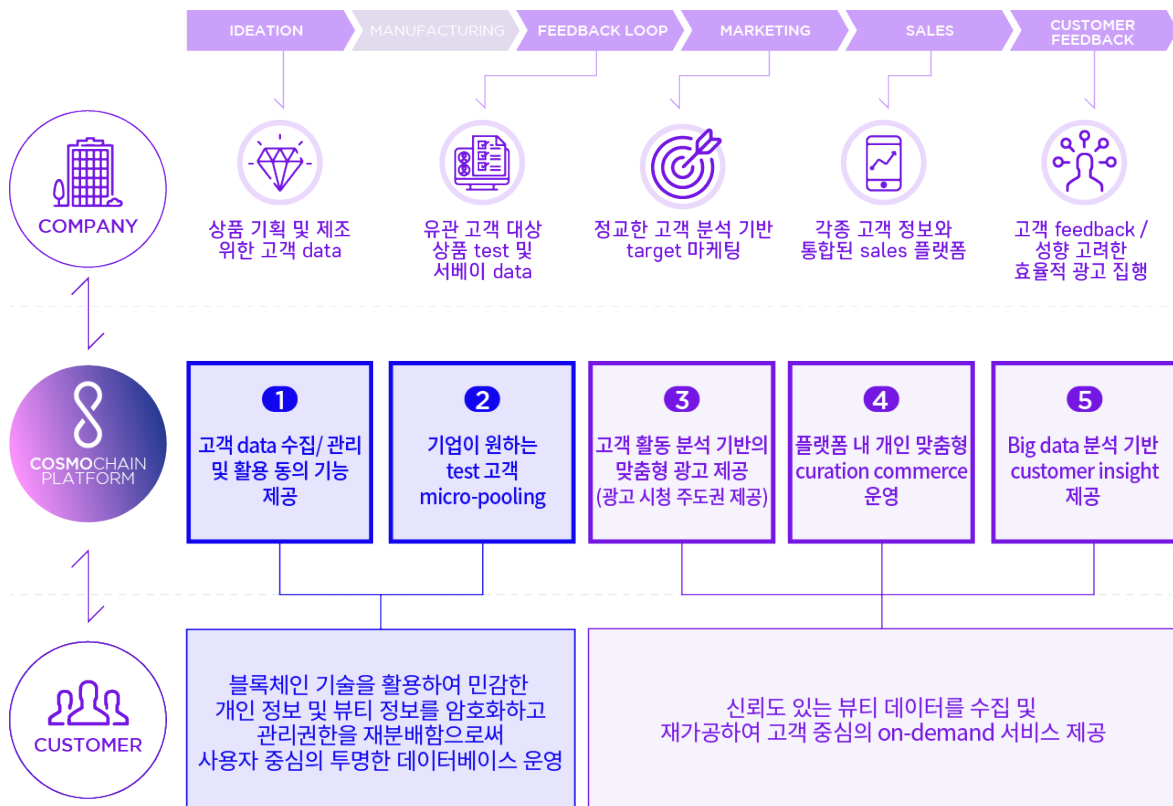
기업들에게 제공될 모든 insight가 창출되는 곳으로 코스모체인 서비스의 핵심 파트이다. 광고성 콘텐츠 일변도인 대부분의 social media 들과는 달리, 코스모체인 플랫폼을 통해 실제로 화장품에 대한 객관적 정보가 창출되고 소통되는 커뮤니티가 구성, 운영된다. 이를 구현하기 위해서는 가치 있는 콘텐츠 제작 및 큐레이션 활동에 대해 정교한 보상이 이루어져야 하며, 이를 블록체인을 활용하여 성공적인 탈중앙화(decentralization)를 이뤘다고 평가 받는 'Steemit'을 모델로 하여 '코스모체인 커뮤니티'만의 보상체계를 구현하였다. 고객들은 '코스모체인 커뮤니티'내에서 글, 동영상 등을 작성 하는 콘텐츠 제작 활동 및 타인의 콘텐츠에 대해 up/down vote 를 하는 큐레이션 활동을 할 수 있으며, 2 가지 활동 모두에 대해 정교한 보상체계에 기반한 보상이 이루어진다.

### III-1-2. '코스모체인 솔루션'

코스모체인 플랫폼에서는 '코스모체인 커뮤니티' 외에도, 기업들이 직접 참여하여 고객 동의 아래 추가적 data 를 활용할 수 있는 다양한 솔루션을 제공한다. 코스모체인 플랫폼이 지향하는 핵심 특징은 다음과 같다.

- 1) '코스모체인 플랫폼'은 기본적으로 기업 참여자에게 5 가지의 솔루션을 제공하며, 기업은 각 솔루션 별 고객이 제공한 정보 이용에 대한 fee 를 지불한다.
- 2) 기업이 개인이 제공한 정보 및 커뮤니티 내 창출한 정보를 활용할 경우, 블록체인을 통해 정보제공자에게 투명하게 분배된다. 단, 이러한 정보를 활용하여 플랫폼이 자체적으로 부가가치를 만들어내는 일부 사업모델에 대해서는 플랫폼과 데이터 제공자가 보상을 공유하여 플랫폼의 지속적 고도화를 추구한다.

-코스모체인 솔루션 map-





### Solution 1. 고객 data 수집/관리 및 활용 동의 기능 제공

코스모체인 플랫폼의 핵심은 블록체인을 활용한 데이터의 수집 및 관리이며 여기서 중심이 되는 데이터는 바로 고객의 demographics 정보와 같은 기본 정보, 그리고 피부 타입과 같은 뷰티 특화된 정보이다. 코스모체인 플랫폼 내에서만 활용할 수 있는 이러한 개인 정보는 고객이 선택적으로 입력할 수 있으며, 어느 정도 수준으로 활용 동의를 할지도 설정을 할 수 있다. 기업의 경우 개인 정보 활용에 동의한 고객을 대상으로 일정 부분의 보상을 지급 후에 필요한 데이터를 수집할 수 있게 된다.

화장품 기업 입장에서 이러한 고객 데이터를 보유할 수 있다는 것은 근본적인 business model 의 판도를 바꿀 수 있는 혁신적인 변화이다. 이미 'II. 뷰티 산업의 변화 트렌드' 장에서도 설명했듯이, 기업입장에서는 점차 까다로워지는 고객의 needs 에 대응하기 위해 상품 본연의 경쟁력 확보가 더욱 중요해지고 있으나 상품 기획 및 제조를 위한 input data 를 확보할 방법이 제한적이다. 이러한 상황에서 상품의 기획과 제조의 핵심 input 으로 쓰일 수 있는 실제 고객의 피부 정보를 보유하게 된다면 현재까지 이상으로만 여겨져 왔던 대규모 맞춤형 상품의 개발이 가능하게 된다.

고객 정보에 대한 보안 측면에서도, 기존에 발생했던 개인정보 유출 등의 우려를 블록체인의 도입을 통해 불식시킴으로써 안전성의 담보 하에 긍정적인 혁신을 가져올 수 있게 될 것이다.

### Solution 2. 기업이 원하는 test 고객 micro-pooling

기업이 고객의 정보를 보유한다는 것은 기획 및 제조를 위한 input 역할 수행을 넘어 실제 제품 출시 전, 혹은 기존에 출시한 제품에 대한 다양한 테스트, 서베이 등 의견 수집의 창구로 활용할 수 있다는 점에서 큰 편의성을 제공한다. 현 시점에서 화장품 업체의 상품의 테스트는 기존의 고객을 활용하거나, 무작위로 테스트 대상을 선정하거나, 아니면 긴 시간을 들여 특정한 행태 및 특징을 보유한 대상을 찾는 것에서 시작되는데 실제 제품의 테스트보다 적합한 고객의 발굴이 더 긴 시간과 노력을 필요로 하는 경우가 다반사이다. 이러한 비효율은 제품 테스트의 중요성을 고려해 볼 때 불가피하다고만 여겨져 온 것이 사실이다.

또한, 현재는 이 과정에서 서베이 업체 등이 화장품 업체와 고객 사이에서 연결고리 역할을 수행하는 경우가 빈번한데 이러한 업체의 활용은 시간, 비용, 그리고 고객 발굴의 정교성 측면에서 추가적인 비효율을 야기한다. 코스모체인 플랫폼 내에서는 기업이 스스로 시간을 들여 고객을 찾아 다니거나 외부 업체를 활용하여 대상을 발굴하는 것이 아니라, 특정 요건을 갖춘 고객의 micro-pooling 을 요청 시, 요청과 동시에 요건에 부합하는 고객이 (일정 수준의 reward 를 지급받는 조건으로) 자원해서 테스트를 할 수 있는 상호 이타적인 관계가 설정된다.

### Solution 3. 고객 활동 분석 기반의 맞춤형 광고 제공

현재 온라인과 모바일 웹사이트 및 각종 앱에서의 맞춤형 광고는 상당한 비효율적 요소를 내포하고 있다. 첫째로, 광고 노출의 주도권은 플랫폼 (웹사이트, 앱 등) 운영 주체가 보유하고 있어 해당 플랫폼에 광고가 포함이 되어 있다면 모든 고객이 이에 노출 될 수 밖에 없다. 두 번째는 광고의 효율성 측면의 문제이다. 현재 노출되는 광고는 고객이 이미 방문한 커머스의 재 노출, 또는 타 커머스 플랫폼에서 클릭했던 상품 혹은 유사 상품을 노출하는 일차원적인 수준의 광고가 대부분이다. 따라서 고객들은 광고 차단 앱, 유료 Ad-free 서비스(YouTube Red 등) 를 사용하는 등 편의성을 위해서라면 지출도 감수하는 행태를 보이고 있다.

코스모체인 플랫폼에서는 고객 관점에서 귀찮을 수도 있는 광고의 노출을 거부할 수 있는 광고 시청 자율성의 주도권이 제공되는 동시에 광고 시청에 동의했을 경우 이에 대한 보상이 지급되어 일방적인 광고 거부의 방지 역할을 수행한다. 또한, 고객이 플랫폼 내에서 수행하는 각종 행동을 광고의 input 으로 활용할 수 있도록 고객 행동 분석을 제공하여, 고객의 click 및 구매 확률이 높은 광고를 선택적으로 노출할 수 있다. 기업 관점에서는 플랫폼 내에서의 고객 활동 분석에 기반하여 높은 클릭률과 구매 전환율을 보유한 효과적인 광고 집행을 할 수 있으며, 상품 구매와 광고에 거부감이 있어 노출에 동의를 하지 않은 고객에게는 불필요한 광고 비용 지출이 없다는 장점이 있다.

### Solution 4. 플랫폼 내 개인 맞춤형 curation commerce 운영

코스모체인 플랫폼의 marketplace 는 단순히 다양한 기업들이 참여한 종합 온라인 화장품 매장을 운영하는 수준을 넘어, 고객 관점에서는 가장 관심이 있는 제품을, 기업 관점에서는 가장 구매전환율이 높은 제품을 거래할 수 있는 curation commerce 에 기반하여 운영된다. 코스모체인 플랫폼에 적용되는 curation 은 실제 고객의 정보를 활용한다는 점에서 경쟁력이 있다.

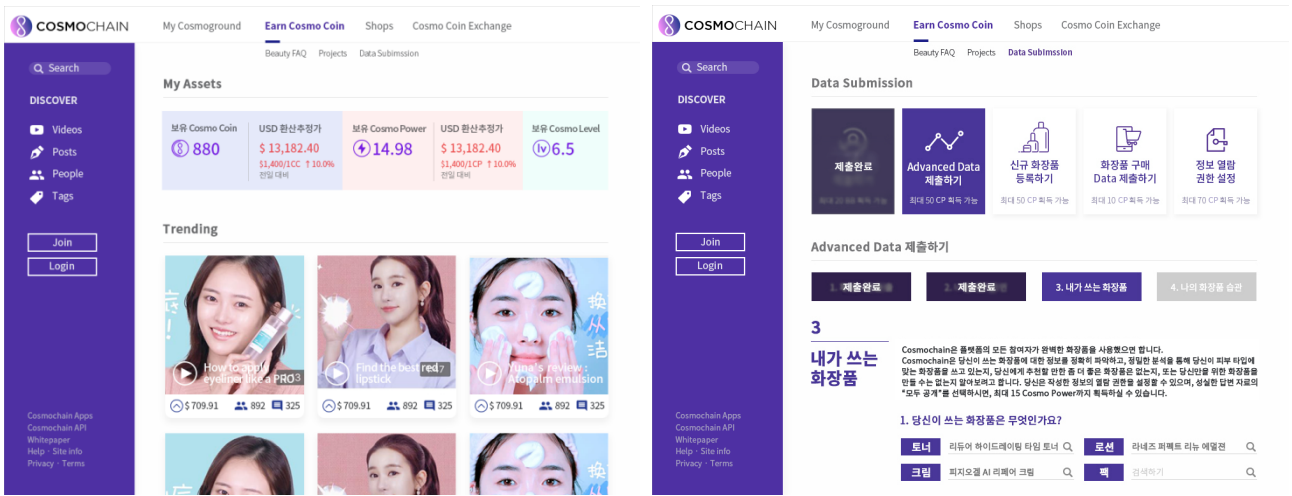
전 세계에서 가장 진보된 personalization engine 을 운영하는 '아마존'과 '구글'조차도 고객의 개인 정보를 보유하지 못해, 각자의 플랫폼 내에서의 고객의 행동을 분석하여 실제 고객의 정보를 가장 유사하게 추측하는 방식으로 맞춤형 커머스를 구현하고 있는 수준이다. 반면 코스모체인 플랫폼이 운영하는 curation 의 경우 실제 개인 정보와 고객의 행동 분석을 동시에 진행하여 기존의 어떠한 커머스보다 더 정확도가 높은 curation 의 구현이 가능하며, 개인 정보에 대한 활용 동의를 하는 고객과 플랫폼에 참여하는 고객이 증가할수록 curation commerce 의 효과성 역시 비약적으로 개선될 수 있다는 장점이 있다.

**Solution 5. Big data 분석 기반 customer insight 제공**

마지막으로 코스모체인 플랫폼은 플랫폼 내의 다양한 서비스 영역 내에서 활동하고 있는 고객의 모든 정보와 행동을 분석하여 화장품 업체들이 다양하게 활용할 수 있는 다각도의 고객 insight 를 제공한다. 쉽게 말해서, 코스모체인 플랫폼 내의 포스팅, 콘텐츠, 쇼핑 등 모든 커뮤니티 활동에서 이루어지는 행동에 대한 data 화가 가능하다. 예를 들어, 고객의 Up vote / Down vote 행위를 분석하여 고객의 선호도 파악, 포스팅에서 작성하는 특정 단어의 키워드화, 업로드한 콘텐츠에 대한 평가에 기반한 영향력 척도 부여 등을 통해 구체적인 고객의 특징까지 파악을 할 수 있으며, 이는 이미 제공된 고객의 기본 정보 및 뷰티 데이터와 시너지를 발휘하여 어디에서도 구할 수 없는 customer insight 의 도출이 가능해진다.

**III-1-3. 코스모체인 플랫폼 구현 방식**

코스모체인 플랫폼은 사용자들이 쉽게 기업들이 발주하는 다양한 프로젝트를 수행하며 보상을 받을 수 있도록 사용자 중심의 UI 를 제공한다.



사용자 관점에서의 코스모체인 플랫폼의 기능은 크게 5 가지이다.

**1. 커뮤니티로서의 social media**

- 사용자는 자유롭게 콘텐츠를 업로드하거나 볼 수 있으며, 해당 콘텐츠를 소비한 다른 사용자는 투표에 참여하거나, 댓글을 달거나, 공유할 수 있다. 사용자는 플랫폼에 콘텐츠를 업로드 할 때마다 코스모체인 플랫폼에 기여한 것으로 간주되며, 다른 사용자들로부터 받은 반응은 정해진 알고리즘에 따라 자동으로 평가되어 그 보상으로 코스모파워 (플랫폼 내 활용 가능 토큰)와 코스모레벨(명성 지표)을 지급받을 수 있다. 콘텐츠를 소비한 참여자 역시 정해진 알고리즘에 따라 큐레이션 보상을 받을 수 있다.

## 2. 기업 발주 프로젝트 참여

- 기업은 코스모체인 플랫폼이 참여자의 동의 하에 기본적으로 제공하는 데이터 외에 추가적인 데이터, 설문조사, 또는 피실험자가 필요한 경우, 별도로 프로젝트를 발주할 수 있다. 'Project 탭'에서는 기업이 발주한 프로젝트와 지원 자격, 지급하는 코스모파워 등을 한 눈에 볼 수 있으며, 해당 프로젝트에 참여를 원하는 개인은 자신의 코스모파워를 보증금과 같은 형태로 걸어두고 지원할 수 있다. 기업은 프로젝트를 함께 진행하고자 하는 참여자를 선택할 수 있으며, 보유한 코스모파워나 코스모레벨 등을 통해 참여자의 신뢰도를 예측할 수 있다. 성공적으로 프로젝트가 완수되면 약속한 코스모파워를 고객에게 지급한다. 기업과 참여자는 프로젝트가 끝난 후 상호간의 평가 시스템을 통해 그 결과에 따라 코스모파워를 추가 지급 또는 차감한다. 지급되는 코스모파워에 따라 코스모레벨도 자동 계산되어 기업과 고객에게 적립된다.

## 3. 상품을 구매할 수 있는 marketplace

- 코스모체인 플랫폼 내에서는 참여 기업들의 상품을 판매할 수 있는 marketplace 를 운영한다. 거래가 일어날 때, 상품과 서비스의 대금은 코스모파워로 지급되며, marketplace 에 상품을 입점한 기업은 변환된 코스모코인(Token)으로 정산(환급) 받게 되며, 이를 현금(Fiat)으로 환전하거나 이를 다시 코스모체인 경제 생태계 내에서 자유롭게 사용할 수 있다. 고객은 현금+코스모파워를 섞어서 상품을 구매할 수 있고, 기업은 현금+코스모코인으로 대금을 지급받게 된다. 따라서, 플랫폼 내에서 고객이 지급한 '코스모파워'는 플랫폼 자체적으로 코스모코인으로 vesting 하며, 기업에게는 즉시 코스모코인 또는(플랫폼 내 거래소 환전 솔루션을 통해) 현금으로 지급한다. (IV. 토큰모델'에서 상세히 기술)

## 4. Data submission

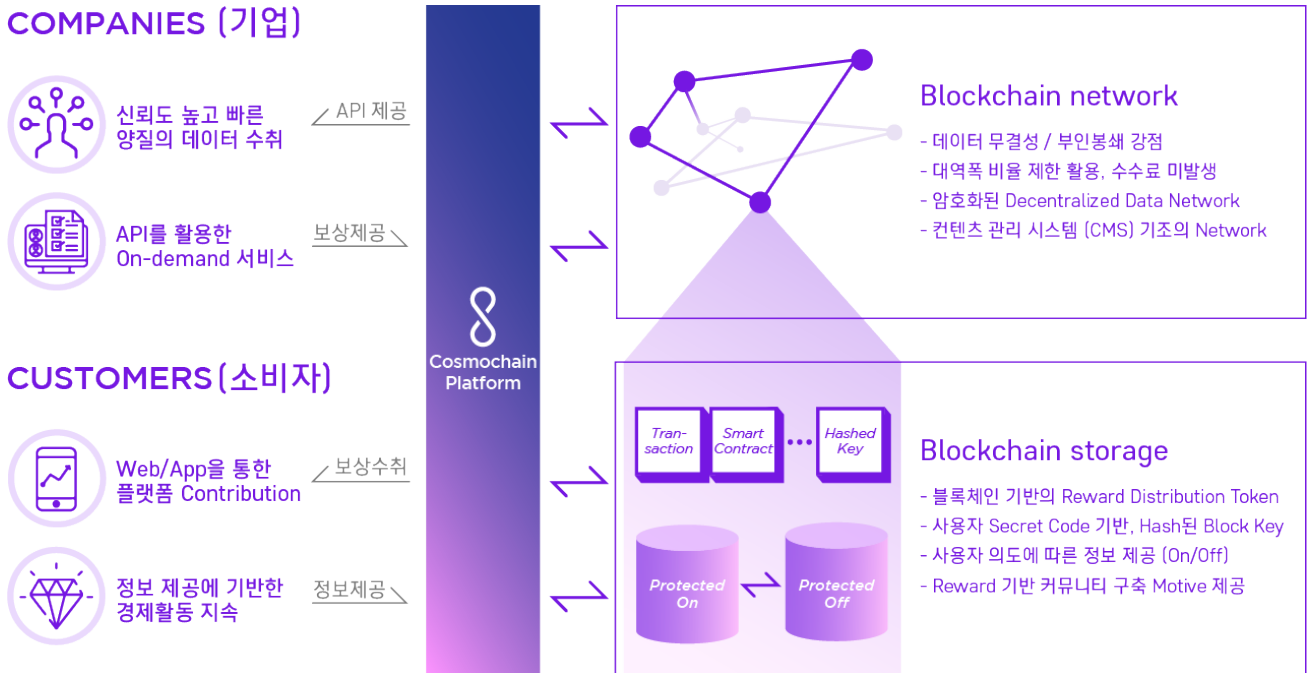
- 참여자는 본인의 피부 및 화장품에 대한 데이터를 제공하며, 기업이 본인의 데이터를 열람할 때마다 플랫폼에 기여한 것에 대한 보상으로 약속된 코스모파워를 지급받는다. 기업은 참여자의 동의를 얻은 데이터를 열람할 수 있으며, 필요한 데이터를 열람할 때마다 데이터를 제공한 참여자에게 약속한 코스모파워를 지급하여야 한다.
- 코스모체인 플랫폼의 "Data Submission" 탭은 1) 테모 정보: 사용자의 이름, 성별, 생일, 주소 등 bio 위주의 정보, 2) Advanced 정보: 사용자의 피부 관련 사진 및 정보, 사용하고 있는 화장품 관련 정보, 3) 신규 화장품 등록: 코스모체인 플랫폼 DB 에 아직 등록되지 않은 신규 화장품 등록 정보, 4) 화장품 구매 데이터 제출: 코스모체인 플랫폼을 통하거나 플랫폼 외부에서 화장품을 구매한 정보 등 4 가지 테마의 정보를 제출할 수 있다. 사용자가 데이터를 제출하면 그 완성도에 따라 코스모파워 보상이 차등 지급되며, 사용자는 자신이 제출한 데이터의 열람 권한을 자유롭게 설정할 수 있다. 각각의 데이터 테마는 코스모체인 플랫폼이 제공하는 template 에 맞추어 작성하는 정보와 사용자가 자발적으로 서술하는 정보가 혼재되어 있는데, 기업은 전자의 정보를 유형화를 통해서, 후자의 정보는 big data analysis 를 통해서 원하는 data insight 를 추출할 수 있다.

## 5. 코스모코인/ 코스모파워의 전환 등 개인 계정 관리 및 플랫폼 정보 제공 기능

- 코스모체인 플랫폼은 사용자들이 활동에 대한 보상을 위해서 자발적이고 적극적으로 뷰티 콘텐츠를 생산하고 가치 있는 데이터를 창출하는 것이 필수적이기 때문에, 사용자가 창출한 가치를 직접적으로 표현해주는 My Cosmo Power/ Level 섹션을 별도로 구성하였다. 오른쪽에 있는 탭은 개인 계정 관리, 플랫폼 정보 제공 기능, FAQ 등 플랫폼이 원활하게 작동할 수 있도록 도와주는 기능을 수행한다. 코스모체인 경제 생태계에서 쓰이는 토큰의 환전, 또는 거래소에서 코스모코인 구입을 포함한 거래 기능부터 백서, FAQ, 이용약관 등 다양한 정보를 열람할 수 있다. 개발자들의 경우, 코스모체인 플랫폼에서 제공하는 API 정보를 얻을 수 있으며, 이를 바탕으로 탈중앙화 어플리케이션을 개발하여 코스모체인 생태계의 일원으로서 플랫폼에 기여할 수 있다.

### III-2. Database layer

흔히 제 4 차 산업혁명이라 불리는 ICT 의 시대에서도 정보를 유의미하게 제공받고 가공하는 행위는 매우 비싼 비용을 수반하며, 신뢰성 자체에 대한 우려 또한 적지 않다. 코스모체인 팀은 무결성/부인봉쇄적이라는 강점과 플랫폼을 이용하고자 하는 사용자의 진입비용, 네트워크 수수료 등에서 자유로운 블록체인을 코스모체인 플랫폼의 core 기술로 적용하여 전체 database layer 를 구성하였다.



#### III-2-1. 기저 블록체인 고찰

코스모체인 팀은 코스모체인 플랫폼의 원활한 구현을 위해 다양한 블록체인 프로토콜에 대한 연구를 하고 있다. 플랫폼의 구현을 위해 필수로 확보해야 할 블록체인의 첫 번째 요구사항은 트랜잭션 간의 수수료 비용이 들지 않아야 하는 것이다. 코스모체인 플랫폼의 특성상, 플랫폼 내 대부분의 활동은 높은 용량과 사용빈도를 수반할 수 밖에 없는데 모든 거래에 수수료를 지불해야 한다면 플랫폼이 지속될 수 없을 것이다. 두 번째로, 플랫폼 내에서 발생하는 다수의 트랜잭션을 처리할 수 있는 강력한 네트워크 처리 성능을 보유해야 한다는 것이다. 구체적으로는 커뮤니티라는 플랫폼 특성상 1,000 TPS 이상의 거래 처리 능력이 요구된다. 코스모체인 팀은 플랫폼이 발전해서 완성되기 전까지 커뮤니티 내 피드백과 사용자들의 기술적 지원 요구에 대해 지속적으로 꾸준한 평가 과정을 통해 기술적 완성도를 이룰 것이다.

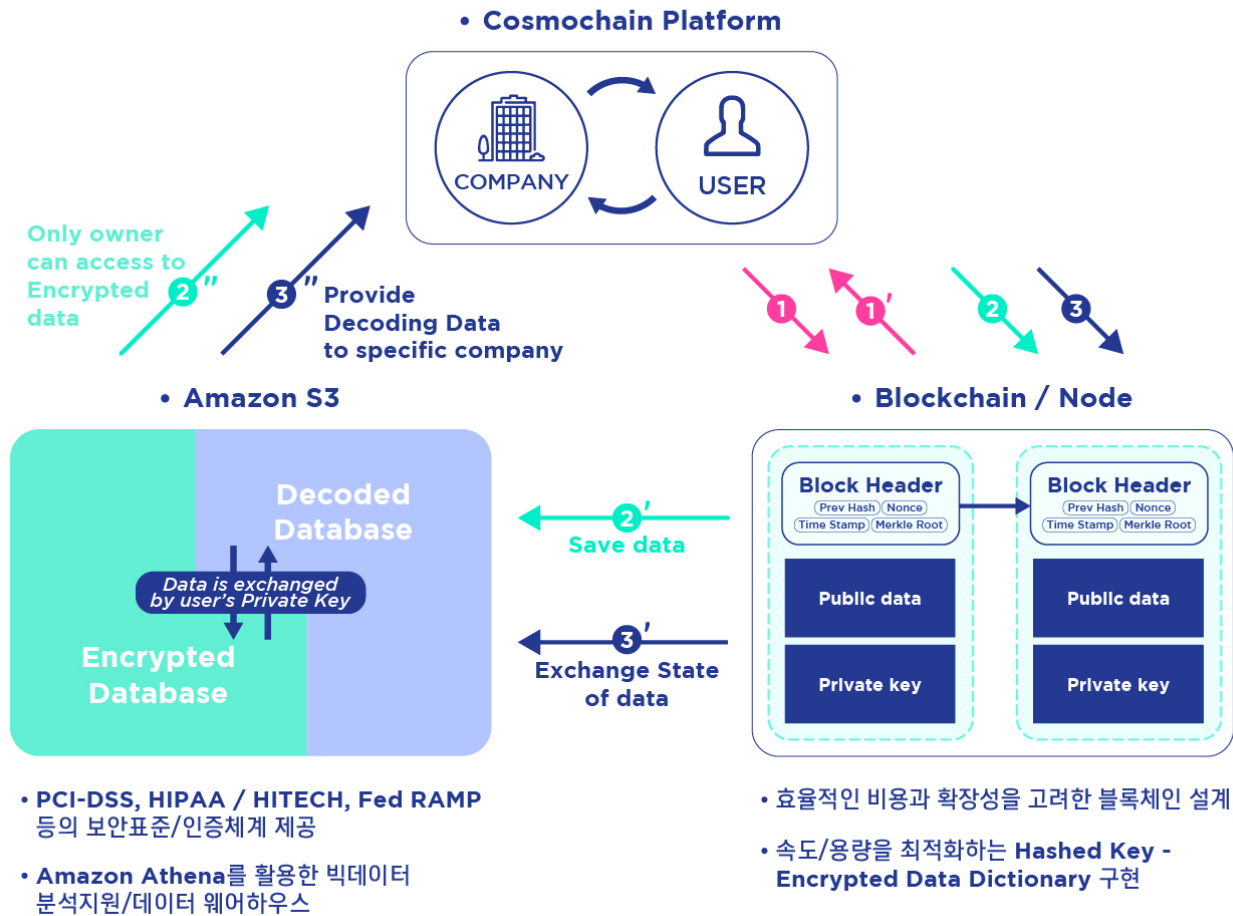
#### III-2-2. 접근 제한자를 활용한 데이터 분류

플랫폼 내에서 통용되는 정보는 크게 공여자의 의도에 따라 public 한 성격과 private 한 성격으로 나눌 수 있으며, 우리는 이를 access modifier 의 naming rule 을 그대로 따라 명명하기로 하였다.

그 중간자적 성격을 띠는 데이터로는 C2C 에서 거래 목적으로 사용될 정보가 있을 것이며, 이러한 정보는 개인 기본정보부터 시작해서 건강상태, 피부사진/동영상, 선호브랜드, 관심분야와 같이 매우 광범위할 수 있다. 우리는 이를 “Protected-on“이라고 분류하고 사용자의 선택에 따라 “Protected-off“로 바꿀 수 있다. 이는 최종적으로 암호화되어 key 값은 블록체인 내부에,

encrypted value 는 블록체인 외 다른 공간에 저장된다. 플랫폼에서 사용자가 자유롭게 on/off switch 할 수 있는 정보의 선택 범위를 어떤 scope 로 정의하는가에 대한 결정은 굉장히 중요한 요소이다. 코스모체인 팀은 내부적으로 글로벌 데이터 패브릭을 구성하여 웹 상의 수 많은 데이터를 기준으로 ETL(Extraction, Transformation, Loading)을 수행하고, 재빠르게 변화하는 뷰티 업계의 key factor 를 파악한 다음 플랫폼 사용자에게 정보 제공 여부를 결정지을 수 있는 선택지로 플랫폼을 구축할 것이다.

- 1 Public data : Community contents
- 2 Private data : 암호화되어 저장되어야 할 data
- 3 Exchange : Private data 중에서 기업에서 오픈할 데이터



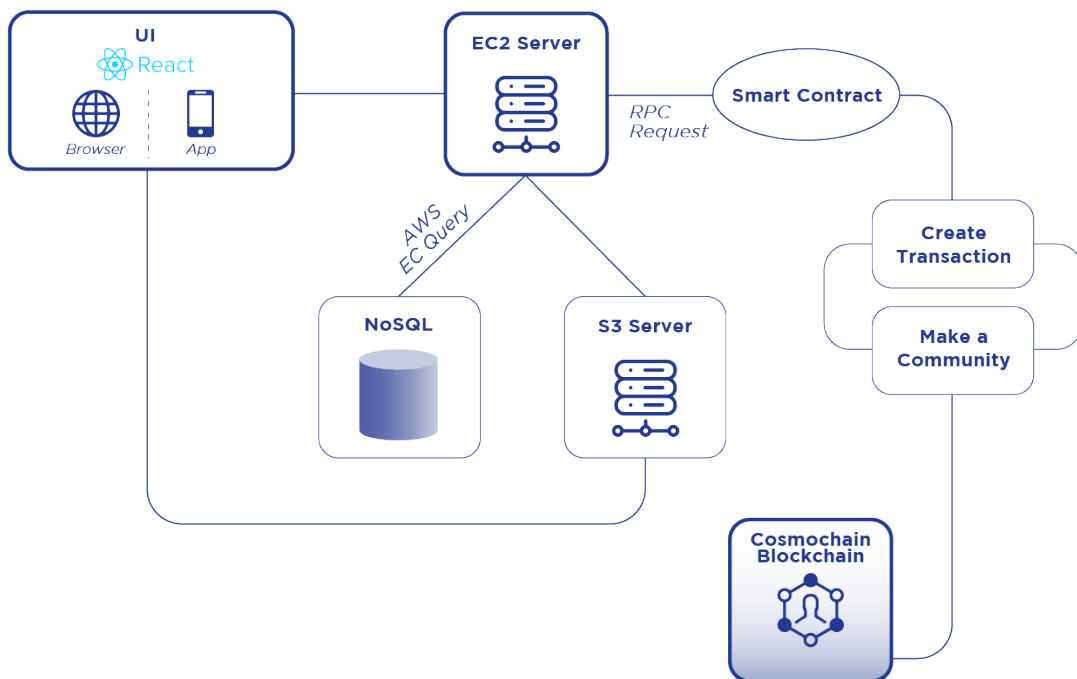
### III-2-3. 스토리지 정책

구글에 따르면, 모든 사용자는 페이지가 3 초 내에 로드되지 않으면 웹사이트를 떠난다고 한다. 이처럼 블록체인 body 를 가볍게 하여 서비스 속도를 확보하는 것은 필수적이다. Public 하게 저장될 수 있는 text 형태의 data 를 제외한 모든 데이터를 암호화 하여 해시값만 private key 로 블록 체인 내에 저장하고 value 값은 Amazon S3 에 안전하게 저장한다. IPFS(Interplanetary File System)도 옵션으로 고려하였지만, "Protected-on"된 데이터가 모두 복호화되어 IPFS 로 분산되어 있는 것은 또 다른 문제를 야기할 수 있다. 또한, 우리는 HIPAA/HITECH, Fed Ramp 등 다양한 방면으로 보안/인증체계를 제공해주고, 빅데이터 분석을 위한 tool 을 보유한 AWS 를 메인 external database 로 사용할 예정이다. Public 한 데이터는 블록체인 내부 data 공간과 스토리지에서 decoded area 에 저장되어 모든 사람에게 오픈된다. Private 한 정보는 스토리지에서 encrypted area 에 저장되며 오로지 해당 사용자만이 접근할 수 있다. 그리고 사용자의 요청에 따라 데이터는 두 공간(encrypted, decoded)을 exchange 할 수 있다.

### III-2-4. API 구성 및 기타 인프라 구성

코스모체인 팀은 내부적으로 데이터를 정제한 결과물뿐만 아니라, 다양한 **privacy level** 에 걸쳐 고객이 **query** 할 수 있는 검색 엔진 기능까지 탑재된 API 를 제공할 것이다. 이 API 는 플랫폼 내 다양한 **on-demand** 서비스를 운영할 수 있어야 하며, 향후 SDK 를 제공하는 확장성도 고려하고 있다. 최종적인 개발 목표는 이러한 모든 기능들이 고도화되어 개발자들이 사용하기에 가장 편리한 API 를 제공하는 것이다.

코스모체인은 웹과 모바일 플랫폼을 기반으로 하여 제공되는데, **Multi-Contract / Multi-State Interface** 를 가질 수 있어야 한다. 명시된 **smart contract** 에 따라 아래 그림과 같은 인프라 구성으로 **Flow** 가 이루어진다. 기본적으로 데이터의 다변화를 수용하기 위해 **NoSQL** 기반의 **Light DB**(MongoDB, Redis, 카산드라 등)를 구축하여, 서비스를 운영하는 서버(**EC2 Server**)에서 **cache** 역할을 수행하게 하고 **main data** 는 암호화되어 스토리지 서버(**S3 Server**)에 저장된다. 해당 인프라를 아래와 같이 구축함으로써 **AWS** 의 파워풀한 API 빅데이터 분석 서비스에 이용할 수 있다.



### III-3. Application layer

코스모체인은 **Application layer** 를 운영하여, 다양한 사업자들이 코스모체인의 플랫폼 위에서 다양한 솔루션/응용프로그램 들을 개발할 수 있도록 지원한다. 이를 통해서 코스모체인이 제공하는 수 개의 솔루션 외, 다양한 사업자/정보제공자 들이 참여하는 새로운 아이디어들이 창출되기를 기대한다. 현재 코스모체인에서 구현되어 있지 않으나, 추후 다양한 사업자들의 참여 기반 개발 될 것으로 기대하는 **use case** 몇 개를 소개한다.

#### Use case #1) Personalized product development (개인맞춤형 화장품 제조 서비스)

- 유사한 피부 타입 및 뷰티 니즈를 보유한 고객의 제품 아이디어를 수렴하여 유사한 특성을 보유한 고객별로 맞춤형 제품을 제조하여 유통하는 개인화 제품 개발에 활용

#### Use case #2) Shopping navigator (big data 기반 뷰티 쇼핑가이드 서비스)

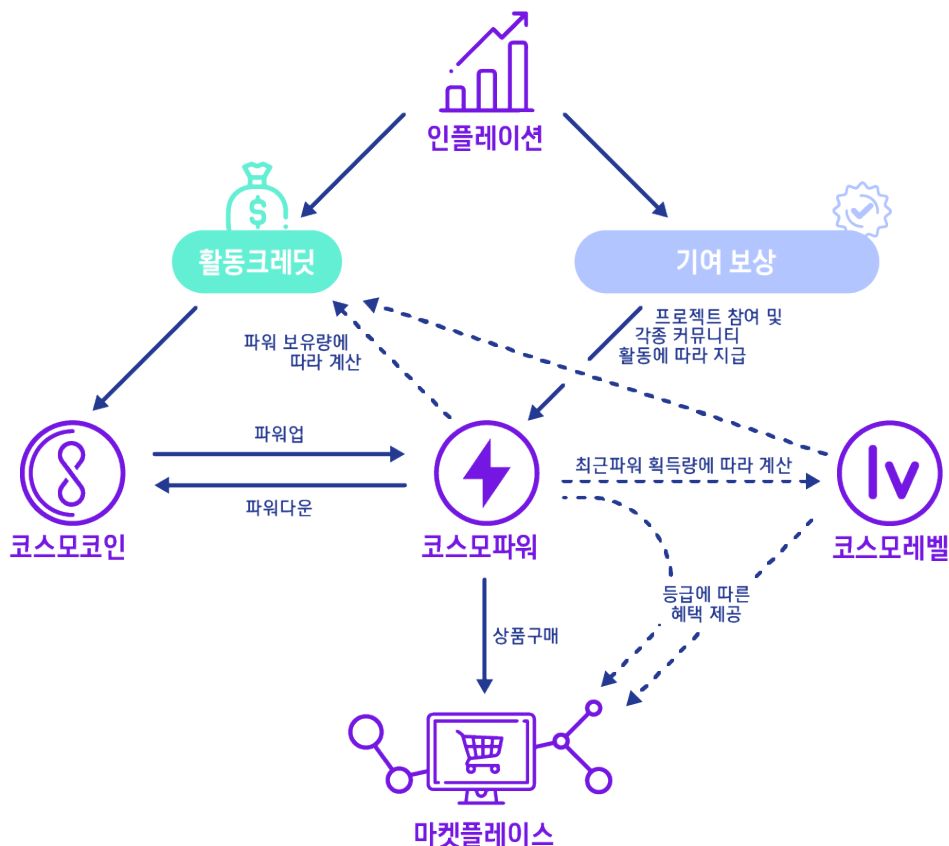
- 플랫폼 내에서 수집한 고객의 **big data** 분석을 통해 특정 피부 타입별/국가별/연령대별 **bestseller** 상품 및 각종 신제품 등을 각종 뷰티 커머스 앱에서 가이드로 제시함으로써 고객의 정보력 및 쇼핑의 용이성 증대

## IV. 코스모체인 토큰 모델

코스모체인 생태계에서 통용되는 3 가지 가치는 블록체인에 의해 운영되는 2 개의 토큰(코스모코인(Cosmo Coin)/코스모파워(Cosmo Power))과 플랫폼 내 공헌도를 표현하는 지표인 코스모레벨(Cosmo Level)로 이루어져 있다.

- **코스모코인(Cosmo Coin):** ‘코스모코인’은 코스모체인 플랫폼 내에서 이루어지는 경제 활동의 주요 매개체로 활용된다. 기업에게는 코스모체인 플랫폼 내 다양한 솔루션을 이용하기 위한 지불 수단으로서 활용된다. 개인에게는 커뮤니티 활동에 필요한 코스모파워를 구매하는 수단이자, 활동을 통해 취득한 코스모파워를 통용화폐로 전환하기 위한 매개체로서의 역할을 한다.
- **코스모파워(Cosmo Power):** ‘코스모파워’는 코스모코인을 통해 전환하거나 커뮤니티 내 활동(글 작성, 좋아요/싫어요 투표 등)을 통해서 취득할 수 있으며, 코스모체인 플랫폼 내의 기여도를 나타낸다. 코스모파워는 커뮤니티 내에서의 영향력 지표로 활용(코스모파워에 따라 보상 차등 지급)되며, 취득 또는 구매한 코스모파워는 코스모체인 플랫폼 내 marketplace 에서 지불 수단으로 활용할 수 있다. 코스모파워의 보유자가 토큰화를 원할 경우 30 일의 권한 확정 기간(vesting period)을 거쳐 코스모코인으로 전환할 수 있다.
- **코스모레벨(Cosmo Level):** 플랫폼 참여자의 커뮤니티 내 기여도에 대한 척도 역할을 수행한다. 코스모레벨은 시간의 흐름에 따라 축적된 코스모파워의 총량에 따라 결정되기 때문에, 코스모코인이나 코스모파워로 구매할 수 없고 오직 플랫폼 내에서 행한 활동에 대한 보상으로만 축적할 수 있으며, 시간이 지남에 따라 감가상각을 적용하여 활발한 플랫폼 활동을 유도한다.

-코스모체인 토큰 메커니즘-



## IV-1. 코스모파워(Cosmo Power)

코스모파워는 코스모체인 플랫폼 내에서의 영향력 지표로 활용된다. Steemit 플랫폼의 Steem Power(SP)의 역할을 한다고 이해하면 용이할 것이다.

### [코스모파워(Cosmo Power)의 취득]

코스모체인 플랫폼 내 참여자는 다음과 같은 2 가지 방법으로 코스모파워를 취득할 수 있다.

1) 코스모체인 플랫폼 내 활발한 참여를 통한 취득: 참여자는 코스모체인 플랫폼 내, 본인의 정보를 제공하거나, 가치 있는 콘텐츠를 직접 제작하거나, 투표(voting)를 통해 커뮤니티의 자정 작용에 기여하는 경우 등 다양한 방법을 통해 코스모파워를 취득할 수 있다. 고객이 코스모파워를 취득할 수 있는 커뮤니티 활동의 종류는 아래와 같다

- 1.1) 개인 정보의 제공 및 동의: 플랫폼이 제공하는 template 에 맞춰 본인의 demographics 정보 및 피부 정보, 화장품 사용 정보 등을 제공하는 것이다. 참여자가 제공하는 data 는 모두 암호화되어 분산 저장되기 때문에 민감한 개인 정보의 유출에 대하여 걱정할 필요가 없다. 단, 이는 제공하는 자료의 완성도에 따라 차등 지급된다. 참여자는 자신의 개인 정보에 대한 접근 권한을 대상에 따라 다르게 설정할 수 있고, 이를 통해 본인의 개인 정보에 대한 완전한 소유권과 관리 권한을 행사할 수 있다. 이 정보를 활용하고자 하는 기업은 참여자가 활용 동의를 한 범위에서 정보를 열람할 수 있다. 기업이 참여자가 활용 동의한 데이터 외에 추가 데이터를 요청하고 싶을 때에는 별도 열람 요청 또는 데이터 등록 요청을 할 수 있으며, 요청을 받은 참여자는 이를 동의하거나 거부할 수 있다.
- 1.2) 콘텐츠 제작: 사용자는 콘텐츠(글 또는 영상)를 제작하거나 다른 사용자가 제작한 콘텐츠에 대한 큐레이션 활동(투표)을 통해 코스모파워를 획득할 수 있다. 이에 따른 보상체계는 Steemit 을 참고하여 제작될 예정이다. 사용자에게 의해 만들어진 콘텐츠는 플랫폼 내 다른 사용자들의 투표에 따라 평가되며, 득표 수에 따라 보상을 받는다.
- 1.3) 투표: 사용자는 다른 사용자가 제작한 콘텐츠에 대해 좋아요/싫어요 등의 투표를 할 수 있으며, 이 역시 플랫폼에 대한 기여로 간주한다. 투표에 참여한 사용자는 이에 따른 보상을 받는다.

2) 코스모코인을 코스모파워로 전환: 코스모코인-코스모파워 간 전환율은 1:1 이며 전환을 신청하는 즉시 이루어진다.

### [코스모파워(Cosmo Power)의 사용]

- 1) 투표력 행사: 플랫폼 참여자들이 투표 활동을 할 때, 행사되는 투표력은 코스모파워의 보유량에 비례한다. 코스모파워에서 기인한 투표력은 커뮤니티 내 양질의 콘텐츠를 큐레이션하는데 도움이 되며 이에 대한 보상으로 코스모파워가 지급된다.
- 2) Marketplace 에서 상품 구매: 참여자는 코스모파워로 코스모체인 marketplace 내 상품을 구매할 수 있다.
- 3) 코스모코인으로 전환: 코스모파워는 이를 취득한 참여자 및 기업 모두의 요청에 의해 코스모코인으로 전환될 수 있으며, 요청 후 30 일 간의 권한 확정 기간(vesting period)을 거쳐 유동화된다. 이러한 권한 확정 기간을 설정하는 가장 큰 이유는 코스모체인 플랫폼의 지속 가능한 성장을 위하여 사용자들이 코스모파워를 장기 보유하도록 유도하기 때문이다. 동시에, 단기 차익을 노리고 플랫폼에 부정적인 영향을 끼치는 사용자를 줄이고 예상치 못한 상황적 변화에 효율적으로 대응할 수 있는 예방책이 될 수 있다.
- 4) 코스모파워 장기 보유를 통한 코스모코인 취득: 코스모파워는 커뮤니티 내 영향력을 나타내고, 이를 장기 보유하는 경우 커뮤니티 활동으로써 플랫폼에 기여하는 것으로 간주된다. 코스모파워 보유자는 플랫폼 기여 정도를 나타내는 코스모레벨과 종합적으로 평가하여 일정 수준의 활동 크레딧(Activity Credits)을 지급받을 수 있다.



## IV-2. 코스모코인(Cosmo Coin)

코스모코인은 사용자간의 거래가 가능하고 플랫폼 외부에서도 이동이 가능한 토큰이다. 코스모코인은 사용자가 자신의 플랫폼 내 기여에 대한 금전적 보상을 받는 매개체가 된다.

코스모코인은 플랫폼 내 다른 기능을 담당하기도 한다. 기업은 기업 프로젝트를 발주하거나 광고비를 집행할 때 코스모코인으로 지불할 수 있다. 또한, 추후 기업이 플랫폼 내 marketplace 의 결제 대금을 받는 수단으로 사용될 수 있다.

## IV-3. 인플레이션

코스모코인은 초기 토큰 판매 이후 첫 해('18 년, Y1)의 인플레이션이 10%로 시작한 후 5 년간 인플레이션 비율이 연간 전년대비 30%씩 줄어든 예정(Y5 기준, ~2.5%)이며, Y11 ('28 년) 부터는 0.5%의 인플레이션으로 고정된다. 이 때, 인플레이션으로 발행되는 새로운 코인 중 일부는 코스모레벨에 따라 코스모파워 보유자들에게 활동 크레딧 형태로 지급된다.

이와 같이 코스모체인은 유사한 타 social media 기반 플랫폼(Steemit 포함) 대비 빠른 속도로 인플레이션이 안정화 될 것으로 예정되고 있다. 이는 초기 토큰 판매 이후 최소 5 년 ~ 최대 10 년 내, 플랫폼 내에서 제공하는 솔루션을 통해 고객의 수요 증가를 초과하는 토큰의 순환이 자체적으로 창출되는 것을 전제로 하며, 그 결과 플랫폼이 사용자 활동에 보상을 하기 위해서 무한정 많은 양의 신규 '토큰'을 발행하지 않아도 됨을 의미한다. 토큰의 유동성은 1) 플랫폼 내에서 고객들이 코스모파워를 활용하여 기업의 상품을 직접 구매할 수 있는 marketplace 의 운영, 2) 이러한 플랫폼 내 거래에 있어 토큰을 보관하는 Coin Pool 운영 등 2 가지 주요 메커니즘을 통해 이뤄진다.

## IV-4. Coin Pool

코스모체인 플랫폼의 Coin Pool 은 플랫폼 사용자와 기업들 사이의 토큰 유동성을 향상시키기 위해 적용된다.

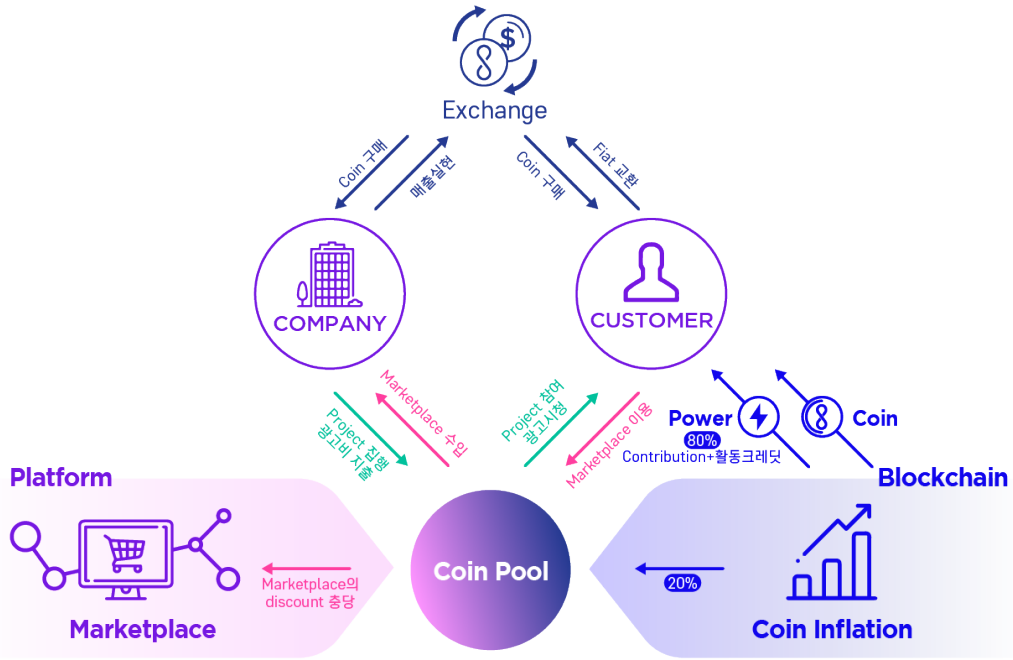
Coin Pool 은 다음과 같은 방식으로 보충된다.

- 1) **인플레이션:** 새롭게 발행되는 코스모코인의 20%는 Coin Pool 에 보관된다.
- 2) **사업을 통한 매출:** 코스모체인 플랫폼은 기업들이 고객의 동의에 따라 플랫폼 내 광고를 게재할 수 있는 메커니즘을 제공한다. 또한, 기업은 필요에 따라 사용자 설문조사, 상품 테스트, 관심 집단 인터뷰 등 기업 프로젝트를 발주할 수 있다. 이러한 서비스에 대한 이용료로 사용된 코스모코인은 모두 Coin Pool 에 쌓이게 된다.

Coin Pool 은 다음과 같은 방식으로 사용된다.

- 1) **사용자들에게 재분배:** 플랫폼 내 광고 시청에 동의하거나 기업 프로젝트에 참여하는 참여자의 보상은 Coin Pool 에 모인 코스모코인을 코스모파워로 변환한 후 지급된다.
- 2) **Marketplace 내 할인:** 코스모파워(또는 코스모 레벨) 보유자는 marketplace 에서 일정 부분 혜택을 받을 수 있는데 이 때 할인 금액은 Coin Pool 에서 충당하여 기업에게 지급된다.
- 3) **운영비:** 코스모체인 플랫폼과 코스모체인 경제 생태계를 건강하게 지속하기 위한 운영비는 Coin Pool 에서 충당하여 사용된다.

-코스모체인 Coin Pool 메커니즘-



**IV-5. 코스모레벨(Cosmo Level) 기반 명성 모델**

코스모레벨은 구매가 가능한 코스모파워보다 더 객관적인 플랫폼 활동 영향력(reputation)을 보증하기 위해 고안되었다. 코스모레벨은 플랫폼 참여를 통한 기여에 따른 코스모파워의 수량에 비례하여 부여된다.

[코스모레벨(CL)의 감가상각(EWMA<sup>5</sup>)]

커뮤니티의 기여도는 [보유한 코스모파워량 \* 0.25 + CL 의 시간에 따른 감가상각 \* 0.75]로 계산되며, 코스모레벨의 감가상각된 기여도(CL 의 시간에 따른 감가상각)는 아래와 같이 계산된다. 관찰일수는 6 개월,  $\alpha = 0.25$ 으로 하며,  $\alpha$ 값은 테스트 과정을 거쳐 MSE(Mean Squared Error)가 가장 적은 최적의 상수로 수정될 수 있다.  $CL_t$ 란 현재 시점에서 발생한 코스모레벨을 의미하며, S 란 EWMA 로 변환된 CL 값을 의미한다.

$$S_t = \alpha CL_t + (1 - \alpha)S_{t-1}$$

[코스모레벨 등급 체계<sup>6</sup>]

코스모레벨은 고객과 기업을 충성도에 각각 3 등급으로 구분하며, 혜택에 따라 아래와 같이 적용된다. 각각의 비율은 10%, 20%, 70%로 이뤄지며 KST 월요일 0 시 기준 주 1 회 Rating 을 통해 선정된다.

1) 고객 등급 체계

VIP Class	R Class	A Class
- 등급비율 10%	- 등급비율 20%(누적비율 30%)	- 등급비율 70%(누적비율 100%)
- Marketplace 할인을 20%	- Marketplace 할인을 10%	- Marketplace 할인 없음
- 기업 프로젝트 참여 시 10% 추가 보상 획득	- 기업 프로젝트 참여 시 5% 추가 보상 획득	

<sup>4</sup> 플랫폼 운영 시작 시 변경 가능성 있음

<sup>5</sup> Exponentially weighted moving average

<sup>6</sup> 고객 및 기업 등급 체계는 추후 구체화 과정에서 변경 가능성 있음

## 2) 기업 등급 체계

Level 3	Level 2	Level 1
- 등급비율 10%	- 등급비율 20%(누적비율 30%)	- 등급비율 70%(누적비율 100%)
- 프리미엄 창구 오픈(최상위 노출)	- 기획전 참여 가능	
- 기획전 참여 가능	- Market fee discount 5%	
- Market fee discount 10%		
- 프로젝트 발주 시 모든 사용자에게 공지		

### IV-6. Marketplace

코스모체인인 가장 중요한 특징은 marketplace 다. 코스모체인 marketplace 는 기업들이 직접적으로 코스모코인을 구입하지 않고도 코인을 취득할 수 있는 기회를 제공한다. 플랫폼이 성장하면 marketplace 를 통한 판매시 비용 절감 및 타겟팅 등 이점이 증가하므로 marketplace 에 참여하려는 기업이 많아질 것이다.

### IV-7. 토큰 모델 In-Depth 고찰

#### 1) 코스모체인 생태계에 2 종류의 토큰(코스모코인/ 코스모파워) 및 명성 지표(코스모레벨)가 동시에 존재 하는 이유는 무엇인가?

코스모체인 플랫폼의 성공적 작동은 사용자들이 본 커뮤니티를 얼마나 '장기적 사용자'의 관점에서 이용하는가에서 시작한다. 권한 확정 기간(vesting period)을 통해 코스모파워가 고객의 장기적인 참여를 이끌어내는 것은 'Steemit'을 통해 검증되었다. 단기적 사용자의 경우 코스모코인을 보유할 것이고, 장기적 사용자의 경우 코스모파워를 보유함으로써 보팅 파워 획득, marketplace 내 할인(discount) 등과 같은 부가적인 혜택을 취할 수 있다.

이러한 장기 사용자를 기반으로, 코스모체인 플랫폼은 커뮤니티 내 창출된 valuable 한 data 를 기업에게 연결해주고 이를 다시 고객에게 재분배하여 '반밀폐형 가치사슬'을 창출함으로써 자생적인 플랫폼을 운영할 수 있다. 만약 사용자에게 거래소에서 즉시 현금화가 가능한 코스모코인으로 보상을 주게 될 경우, 사용자들은 장기적인 시각에서 커뮤니티 활동을 하기 어려울 것이다. 코스모체인 생태계에 코스모파워를 도입하여 사용자들이 장기적인 관점에서 커뮤니티에 참여하는 것을 유도하고, 코스모파워를 코스모코인으로 전환 시 30 일간의 권한 확정 기간을 적용하여 사용자들을 장기적인 사용자가 되도록 유도하고자 한다. 다만, 플랫폼 내 참여를 통해 취득한 코스모파워 또한 자본으로 구매할 수 있고, 플랫폼 측면에서 (활동 크레딧을 지급하며) 장기보유를 권장하고 있으므로, 코스모파워의 보유만으로 순수한 플랫폼 내 기여도를 평가하기에는 부족한 측면이 있다. 따라서, 코스모체인 플랫폼에서는 참여자가 생태계에 얼마나 기여하고 있는지 알려주는 순수 명성 지표로서 '코스모레벨'을 추가 운영하며, 이는 오로지 플랫폼을 활성화 시키는 행위로만 축적할 수 있다.

#### 2) 고객 활동 별 지급되는 코스모파워의 비율은 어떻게 설계되었는가?

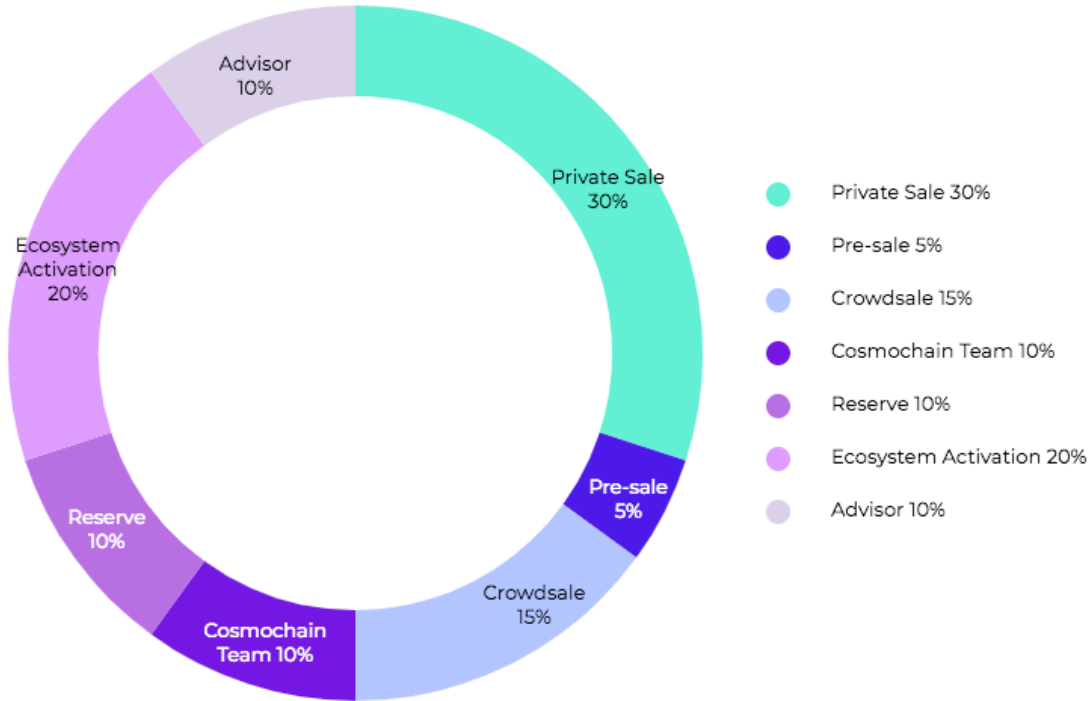
고객이 플랫폼 내 기여하는 활동에 대하여 지급되는 코스모파워의 보상은 다음을 고려하여 설계하였다:

- 1) 커뮤니티 기여: 게시물에 대한 보상은 코스모코인의 인플레이션에서 분배된다. 80%의 보상은 게시물 작성자에게 배분되고, 20%는 큐레이터(게시물에 투표한 참가자)에게 투표파워(voting power)에 비례하여 배분된다<sup>7</sup>.
- 2) 기업의 수익으로부터의 보상: 데이터 제공, 프로젝트 참여, 광고 조회 등의 활동은 플랫폼에서 제공하는 추가적인 보상에 해당한다. 지급되는 코스모파워의 할당률은 카테고리별로 예상되는 고객 수요의 비중에 따르도록 설정된다. 이를 통해 단기적인 플랫폼 내 수요 변화에 따라 지급 받는 코스모파워의 양이 변화 할 수는 있으나, 각 activity 별 상대적 가치의 역전은 발생하지 않도록 설계된다. 다만, 플랫폼 오픈 후 기존 예측 모델과 어긋난 형태로 수요가 형성될 경우, 가치의 역전이 발생하지 않는 방향으로 코스모파워의 할당률이 변경될 수 있는 방식을 적용하고자 한다.

<sup>7</sup> 임의로 설정한 수치이며, 추후 시뮬레이션을 통해 구체적 비율을 산정하여 설정할 계획임

## V. ICO 진행 계획

### V-1. 코스모코인 초기 배분 계획



**Total Token Supply : 1,000,000,000 COSM**  
**Hard Cap : 50,000 ETH**  
**Rate : 1 ETH = 10,000 COSM**

- Soft Cap(5,000ETH) 미 도달 시, 판매된 코인은 환불될 예정이다.
- Hard Cap 이 달성된 경우, 해당 시점 이후에 이루어진 ICO 참여 신청은 반려되고, 참여한 이더리움(ETH)은 참여자에게 반환된다.

-ICO 진행 일정 및 bonus table-

구분	기간	최소 수량	100 ETH 미만	500 ETH 미만	2,000 ETH 미만	2,000 ETH 이상
Pre-sale	4/9 - 4/20	5 ETH	5%	10%	15%	20%
Crowdsale	Earlybird	1 ETH	2.5%	5%	10%	15%
	Main		0%			

\* 모든 일정은 대한민국 표준시(KST) 기준이며, 각 일정은 종료일의 23:59:59에 마감될 예정입니다.

- 이상의 일정 및 bonus 비율은 회사 정책에 따라 사전 통지 후 변경될 수 있다.

코스모코인(Cosmo Coin)의 발행은 코스모체인 플랫폼 개발과 이를 기본으로 한 경제 생태계 조성을 지원하기 위한 것으로, 기본적으로 이더리움(ETH)을 이용해 참여가 가능하다. ICO 참여자들에게 지급되는 코스모코인은 전체 초기 발행량의 50%<sup>8</sup>에 해당한다. 잔여 50%의 토큰 중, 20%가 플랫폼 활성화를 위한 파트너십 업체를 대상으로 배분될 예정이며, 10%가 추후 코스모체인

<sup>8</sup> Bonus 지급으로 인해 최대 ~60%까지 증가할 수 있으며, 증가된다고 하여도 total token supply 의 변동은 없다

플랫폼 추가 개발 등을 위한 목적(Reserve)으로, 10%가 코스모체인 팀, 그리고 10%가 Advisory 등 초기 외부 기여자에게 배분된다. 참여자가 ICO 를 통해 구매하는 토큰은 추후 플랫폼 개발 완료 시 코스모체인 플랫폼 내 활용 가능한 토큰과 동일하며, 코스모체인 생태계의 초기참여자로서 기업의 경우 기존 마케팅 수단에 비해 경제적인 코스모체인의 솔루션을 우선적으로 활용할 기회를 가질 수 있고, user 의 경우 보다 손쉬운 코스모파워 취득을 통해 플랫폼 내 영향력 확보가 가능할 것으로 기대한다.

### V-2. ICO 참여 절차 및 방법

코스모코인 ICO 는 이더리움 스마트 컨트랙트(Ethereum Smart Contract)를 통하여 이루어진다. 그에 따라 참여자는 코스모코인의 구매를 위하여 자신의 전자지갑에 예치되어 있는 이더리움을 코스모체인 팀이 지정한 전자지갑으로 전송하고, 그에 따른 코스모코인을 위 전자지갑으로 자동적으로 전송 받는 방식을 통하여 취득한다. 그밖에 코스모코인 구매 절차 및 방법에 관한 세부적인 사항은 웹사이트 등을 통하여 참여자에게 추가적으로 안내한다.

### V-3. 코스모코인 판매 대금의 사용 계획

ICO 를 통해 참여자로부터 취득한 코스모코인 판매 대금(이더리움)은 다음과 같은 용도로 사용할 계획에 있다.

용도	세부사항
플랫폼 개발 및 연구(R&D)	코스모체인의 플랫폼은 화장품 산업 value chain 전반에 걸쳐 다양한 기술적 진화가 필요하다. 현재 코스모체인이 계획하고 있는 플랫폼 연구/개발의 주요 항목은 아래와 같다. 1) 고객들이 upload 한 피부 이미지 data 의 “정형화 solution”에 대한 지속적 연구/개발 2) 고객 커뮤니티 내 창출된 다양한 정형-비정형 data 의 machine learning 기반 big data 분석 알고리즘의 지속적 연구/개발, 3) 빠르게 변하는 뷰티 고객의 특성에 맞추어 플랫폼의 지속적 UI/ UX 고도화
서버 관리, 운용	탈중앙화된 시스템에서 가장 중요한 운영 포인트는 1) 노드운영 부분, 2) 블록체인과 연계되어 돌아가는 external architecture 에 대한 보안으로 나눌 수 있다. 이를 위하여, 노드 운영의 경우 컨센서스에 따라 PoW 를 대응하기 위한 computing power system(40 Core 이상, 대역폭 100MB 이상)을 갖추거나 PoS/DPoS 조건을 충족하기 위해 대량의 코인을 구매해야 한다. 또한 블록체인의 ledger 이외, 타 시스템과 연계되어 운영되는 파트의 경우 data 의 가공/flow/ 저장 과정에서 취약한 보안 구조를 가지게 된다. 하드웨어 및 보안기술의 발전에 따라 유동적으로 아키텍처를 수정하여 플랫폼을 이용하는 고객에게 최고의 성능과 서비스를 제공해야 한다.
파트너십 구축	코스모체인의 안정적 성장 및 탈중앙화를 위해서는 플랫폼 런칭 초기의 핵심 파트너 유치 및 이를 통한 고객 확보가 핵심적이다. 이에, 다양한 국내외 파트너 사들의 적극적인 플랫폼 참여를 계획하고 있으며, 현재 파트너십 논의가 진행 중인 파트너 사의 coverage 는 ‘글로벌 Image deep-learning 소프트웨어 기업’, ‘국내 뷰티 콘텐츠 MCN (Multi-Channel Network) 기업’, ‘글로벌 화장품 유통사’, ‘화장품 정보 커뮤니티’ 등 그 범위가 다양하다.
마케팅 및 운영 자금	뷰티 커뮤니티는 경쟁이 매우 심한 영역이다. 코스모체인 플랫폼의 빠른 정착을 위해 ‘Instagram’, ‘Youtube’, ‘블로그’ 등 타 플랫폼에서 활동하는 다양한 user 들을 새롭게 확보하고 정착시켜야 하며, 이를 위한 충분한 광고/마케팅 활동이 요구된다.

#### V-4. 정책과 주의사항

ICO 참여자는 다음과 같은 사항들을 충분히 인지하고 토큰 구매를 결정해야 한다.

- 1) 리스크와 불확실성  
백서는 사업 계획과 비전에 대한 기술이며, 사업 내용에 대한 보증은 아니다. 사업 환경과 진행 상황에 따라 실제 사업 진행은 다를 수 있다는 점을 ICO 참여자는 충분히 인지해야 한다.
- 2) ICO 참여 제한  
ICO 가 금지된 국가의 국민들은 ICO 에 참여할 수 없다. ICO 금지 국가의 국민이 ICO 에 참여했을 경우 발생하는 법적 책임은 ICO 참여자 본인에게 있다
- 3) 언어  
백서의 원본 언어는 한글, 영어, 중국어로 각각 작성되었으며, 3 개 언어를 제외한 타 언어로 된 백서의 경우 번역의 과정에서 오역이나 누락의 가능성이 있다. 신중한 ICO 참여를 위해서는 한글, 영어, 중국어로 작성된 원본 백서의 최종 확인을 권장한다.
- 4) 코스모코인(Cosmo Coin)의 성격  
코스모코인은 백서에서 기술된 용도 이외로는 사용할 수 없다. 코스모코인은 증권이 아니며, 코스모코인의 소유자에게는 어떤 종류의 이익 배당이나 의결권도 부여되지 않는다.
- 5) 취소와 환불  
ICO 참여자는 구매한 코스모코인에 대한 취소, 환불을 요구할 수 없다.

#### V-5. ICO 참여자가 고려하여야 할 위험요소

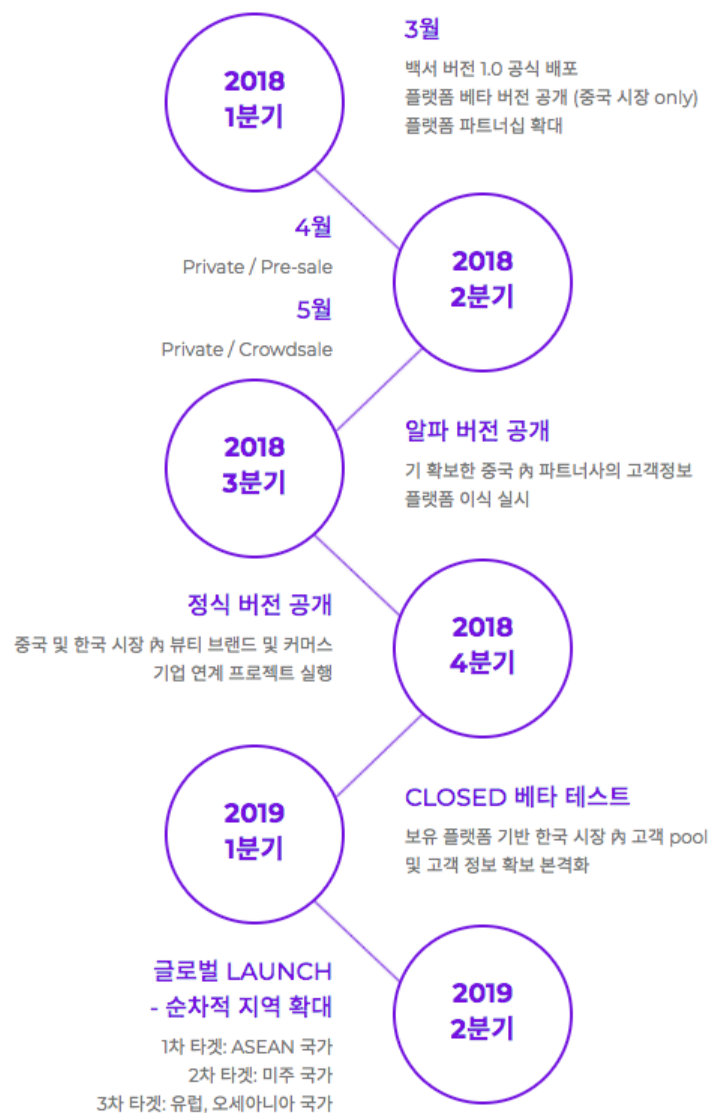
ICO 참여자는 코스모체인 플랫폼의 개발, 생태계의 구축 및 작동과 관련하여 아래와 같은 위험요소가 존재함을 충분히 인지하고 코스모코인의 구매 여부를 결정해야 한다.

- 1) 뷰티 산업과 관련한 위험  
뷰티 산업은 근본적으로 트렌드에 민감하고 진입장벽이 낮아 경쟁이 치열하며, 화장품의 특성에 따른 식품의약품안전처 등 정부의 규제 역시 존재하는 변동성이 높은 시장이다. 따라서 기업들의 뷰티 플랫폼 사업 및 데이터 시장의 직접 진출, 정부의 개인정보 관련한 규제 등의 리스크가 존재하며 이로 인해 기업 참여자들과 고객의 코스모체인 플랫폼 참여도가 예상과 달라지거나 기업 솔루션 및 고객 서비스 기능 등 플랫폼 운영의 제약이 생기는 등의 리스크 역시 존재하여 플랫폼의 성과가 현재 시점에서의 기대치와 차이가 발생할 가능성이 존재한다.
- 2) 블록체인 기술 및 산업과 관련한 위험  
블록체인 기술 및 관련 사업에 대한 정부 정책 및 규제의 내용이 아직 명확하지 않으며, 따라서 향후 정부 정책 및 규제의 내용 및 범위에 따라 코스모체인 플랫폼 및 생태계의 구축, 작동이 전부 또는 일부 제한되거나 금지될 수 있다.
- 3) ICO 참여와 관련한 위험  
코스모체인 ICO 에 참여하는 행위가 참여자의 국가 정책에 따라 위법한 것으로서 금지되거나 향후 금지될 수 있다.

## VI. 코스모체인 로드맵

코스모체인 팀은 아래와 같은 스케줄에 따라 코스모체인 플랫폼을 고도화 할 계획에 있다.

- Mar 2018: Whitepaper Ver 1.0 Release, Cosmochain POC Release
- Apr 2018: Meet-up Sessions (Time & location: TBA)
- Apr 2018: Private/Pre-sale
- May 2018: Crowdsale
- Q3 2018: Alpha Release
- Q4 2018: Soft Launch
- Q1 2019: Closed Beta Release
- Q2 2019: Global Launch



플랫폼 성장 비전: 코스모체인 팀은 코스모체인 경제 생태계의 조속한 구성 및 안정화 시점까지 다음과 같은 로드맵을 제시하고자 한다. 다만, 이러한 운영 로드맵은 코스모체인 플랫폼 생태계가 안정화되기 이전까지의 계획이며, 플랫폼이 안정화 된 이후 시점에는 자율적으로 운영되며 진정한 탈중앙화 생태계가 구현될 것으로 기대하고 있다.

## 1. Business model 의 성장

먼저, 코스모체인 플랫폼에서 활동할 user 를 모집하고 그들의 데이터를 확보할 것이다. 이는 플랫폼 내의 “데이터 제출하기” 기능의 활성화를 의미하는 것으로, 개개인이 자발적으로 참여하여 데이터를 제출할 수 있도록 국가별 고객 확보에 노력을 기울일 것이다. 초기 빠른 데이터 확보를 위하여 해당 국가의 database 를 보유하고 있는 화장품 회사 또는 industry player 들과의 적극적으로 파트너십을 체결하여 inorganic 한 데이터베이스의 이식을 위한 노력 역시 병행할 것이다. 이와 동시에, 코스모체인 플랫폼의 가장 큰 기능인 소셜 네트워크 서비스를 ICO 이후 6 개월 내에 공개하여 추가적인 플랫폼 참여자를 유입시키고, 축적된 데이터를 고도화하여 지속적인 성장 동력을 확보할 것이다.

특히, 현재 초기 파트너로서 합의가 완료된 중국 역지구 commerce 인 ‘후이서울’의 경우, 코스모체인 플랫폼 개발과 동시에 후이서울이 보유한 전 고객 pool 및 고객 data 에 대한 migration 작업을 진행하여, ‘18 년 3 분기 내 고객/data 통합 작업을 완료할 예정이다. 특히, 후이서울의 경우 현재 자체 제작한 플랫폼을 기반으로 이미 data 기반 상품 추천 솔루션을 운영하고 있으며, 해당 data 의 블록체인 이식 시 어렵지 않게 코스모체인 플랫폼으로의 통합이 가능할 것으로 기대한다. 이를 통해, ‘18 년 4 분기 내 코스모체인 플랫폼의 soft launch 와 함께 중국/한국 내 고객들에게 우선적으로 서비스를 진행할 예정에 있다.

고도화된 데이터와 충분한 user pool 이 모집되면, 해당 데이터베이스를 통해 화장품 산업의 창조적 파괴를 피하는 여러 기업들과 연계하여 코스모체인 경제 생태계의 작동 매커니즘을 증명할 것이다. 이 서비스에는 기업 대상 DB 공개, 기업 발주 프로젝트, 세분화된 마케팅, 1:1 판매채널 구축 등 코스모체인 팀이 예측한 모든 형태의 비즈니스 모델을 포함한다. 코스모체인 플랫폼이 제공할 혁신적인 서비스는 현재 화장품 회사들에게 꼭 필요한 unmet needs 이며, 현재 화장품 가치 사슬 상에서 존재할 수 없지만 블록체인 기술을 통하여 해결할 수 있다는 점을 검증 받은 바 있다. 그리고, 이들의 적극적인 private sales 참여는 이 프로젝트가 매우 실현 가능하다는 반증임을 밝힌다.

기업 연계 프로젝트가 코스모체인 경제 생태계에 정착하여 그 효과가 입증되면, 네트워크 효과로 인하여 전세계의 훨씬 더 많은 기업들의 참여가 이루어질 것이다. 이는 추후 API Layer 의 발전으로 이어질 수 있다. 코스모체인 팀이 제공하는 API 를 활용하여 많은 기업들이 탈중앙화 어플리케이션(DApp) 출시를 통한 차별화된 서비스를 제공할 것으로 예상하며, 이 과정에서 현재 코스모체인 팀이 상상하지 못한 더 좋은 사업 기회와 가치 창출이 이루어질 수 있다.

## 2. 지역적 확장

코스모체인은 플랫폼의 건전한 성장 및 경제 생태계 구축을 위하여 전략 국가별로 순차적으로 지역을 확장할 예정이다.

코스모체인은 현재 화장품 시장 규모나 성장성 측면에서 가장 발전성이 있다고 여겨지는 중국 시장을 최우선적으로 계획하고 있다. 실제로 일부 중국 내 뷰티 관련 기업과 MOU 를 체결하여 고객 정보의 활용에 대한 동의를 얻었으며, 일부 데이터들을 플랫폼으로 이식하는 테스트를 진행 중이다. 동시에, 세계에서 가장 화장품 시장의 변화가 역동적이고 유행을 선도하는 대한민국 시장을 공략할 예정이다. 대한민국은 GDP 대비 화장품 산업 규모가 2 번째로 높은 성숙한 시장임에도 불구하고 6%의 높은 연평균 성장률을 기록하고 있다. 또한, 인터넷 보급률과 모바일 기기 보급률이 가장 높기 때문에 코스모체인 플랫폼의 확산성 측면에서 전략적으로 접근할 예정이다. 코스모체인은 2018 년 말까지 중국과 한국 시장에서의 양질의 데이터와 충분한 고객 pool 을 확보하고자 하며, 2019 년 상반기에는 플랫폼 내 기업 연계 프로젝트의 실행을 목표로 하고 있다.

중국과 한국 시장의 경험을 바탕으로 2019 년 하반기부터 더 많은 지역적 확장을 계획하고 있으며, 일본, 아세안 등 아시아를 필두로 북미와 중남미, 유럽, 대양주를 차례로 공략할 예정이다. 238 억 달러 규모의 화장품 시장 규모로 세계 3 위를 기록한 일본 시장과, 인구 6 억 3 천만 명의 거대한 소비 시장으로 “포스트 중국”이라는 평가를 받는 아세안 지역은 규모와 성장률 면에서 필수적으로 공략할 시장이다. 특히, 아세안 화장품 시장은 가장 젊은 인구 구성과 빠른 인터넷 보급 속도에 힘입어 최근 5 년간 연평균 22%의 성장률을 기록하는 등 유망한 미래 시장으로 평가하고 있다. 미국 시장은 세계에서 가장 큰 화장품 시장으로 전세계 화장품 시장에서 차지하는 비중이 20%에 이른다. 북미 시장을 거점으로 시장 규모 측면에서 세계 4 위의 브라질을 포함한 중남미 시장으로의 확장을 피하고, 2020 년 이후에는 유럽과 대양주로 확장할 예정이다.



## VII. 코스모체인 Team

### VII-1. 주요 멤버 소개



**Howon Song, CEO**  
Huiseoul Inc., CEO (current)

MBA, Stanford  
M.D., Yonsei U



**Joowon Hur, CSO**  
ex-BCG, Project Leader

B.S., KAIST Mgmt. Eng



**Seungho Shin, COO**  
ex-Hahn & Co. PE  
ex-BCG, Consultant

MBA, Kellogg  
B.A., SNU Economics



**Jingoo Kim, CTO**  
ex-KB Securities, IT Quant

B.S., KAIST Comp. Sci.



**Joonsuk Park**  
Head of Marketing  
ex-Huiseoul Inc., COO

B.S., UC Berkeley Business



**Changmin Oh**  
Head of Investment  
ex-BCG, Senior Associate

B.S., Cornell U ORIE



**Howard Ro,**  
*Engineering Advisor*  
Google Mountain View,  
Software Engineer (current)

ex-LinkedIn

M.S., Stanford U Comp. Sci.  
B.S., Stanford U Mathematics



**Mingyu Kim,**  
*Engineering Advisor*  
Google Mountain View,  
Software Engineer (current)

ex-Palantir

M.S., Stanford U Comp. Sci.  
B.S., Stanford U Comp. Sci.



**Jae Jang,**  
*Engineering Advisor*  
Facebook Menlo Park,  
Software Engineer (current)

ex-Microsoft

M.S., Stanford U MS&E  
B.A., Stanford U Economics

VII-2. 전체 Team 인력 현황<sup>9</sup>(2018. 3. 23. 기준)

담당 업무	인원 수(명)
경영진	3
개발	5
영업	3
일반관리	1
합계	12

---

<sup>9</sup> 향후 Team 인력은 필요에 따라 변동이 있을 수 있으며 ICO 완료 후 플랫폼 개발 및 생태계 활성화를 위해 적절한 인력을 추가 채용할 계획임

## VIII. Disclaimer

이 백서는 코스모체인 팀이 준비 중인 블록체인 기반 플랫폼 코스모체인의 개발 등 관련 프로젝트(이하 “코스모체인 프로젝트”)에 관심을 가지고 있는 여러분에게 코스모체인 프로젝트의 비즈니스 모델 및 관련 기술에 관한 사항, 플랫폼에서 다양한 용도를 가진 코스모코인에 대한 정보를 제공하고자 참고 목적으로 작성된 것입니다. 이 백서는 여러분에게 코스모체인 프로젝트 또는 코스모체인 팀에 대한 투자를 권유하기 위한 것이 아니며 이러한 목적과는 전혀 무관함을 분명히 합니다.

이 백서는 작성 당시의 상태를 기준으로(as-is) 작성되었으며, 코스모체인 팀은 여러분이 이 백서를 읽는 시점 및 그 장래에 대하여 로드맵에 계획된 코스모체인 프로젝트의 결론, 일정 및 성과를 포함하여 백서상에 기재된 어떠한 내용에 관하여도 그 내용이 정확하거나 적절함을 보증하지 않습니다. 이 백서는 코스모체인 팀의 정책 또는 의사결정에 따라 그 내용이 변경될 수 있으며 여러분이 이 백서를 읽는 시점에도 불구하고 최종본 외에는 적용되지 않습니다.

코스모체인 팀은 이 백서와 관련하여 어떠한 사항에 대하여 진술 또는 보장하지 않으며 관련 법적 책임을 부담하지 않습니다. 예를 들면 이 백서가 (i) 제 3 자의 권리를 침해함이 없이 적법한 권원에 근거하여 작성되었는지, (ii) 상업적으로 가치 있거나 유용한지, (iii) 여러분이 가지고 있는 개별 목적을 달성하는데 적합한지, (iv) 내용상 오류가 없는지, (v) 코스모체인 팀 또는 여러분 국가의 법령상 적법하게 작성, 배포되었는지, (vi) 이 백서에 설명된 코스모체인 프로젝트의 내용 중 여러분 국가의 법령에 위반하지 않는 부분이 없는지 등은 보장되지 않습니다. 코스모체인 팀의 책임이 면제되는 대상이 위 예시된 사항에 한정되지 않음은 물론입니다.

이 백서를 참고 또는 이용하여 의사결정 등 행위를 행한 결과(이익 또는 손해 여부를 불문합니다)에 대한 책임은 전적으로 그러한 판단을 내린 여러분에게 있음을 유의하시기 바랍니다. 즉, 코스모체인 팀은 여러분이 이 백서의 이용과 관련하여 입은 손해, 손실, 채무 기타 피해에 대하여 어떠한 책임도 부담하지 않습니다.

이 백서는 코스모체인 팀의 동의 없이 무단 복제, 사용 또는 외부 유출될 수 없으므로 비밀 유지 및 보안에 주의하여 주시기 바랍니다. 본 백서는 pre-sale 이 진행되기 전까지 업데이트가 진행될 예정이므로, 본 백서는 사업 계획과 비전에 대한 개략적인 참조 목적으로 사용하시고, 최종적인 내용은 최종본을 통해 확인하시기 바랍니다.