
호남양조의 주류 플랫폼



호남브루잉 백서

HoNamBrewing
Whitepaper

목차

— 01. 사업소개

- 사업개요
- 시장분석
- HNB전망과 방향

— 02. 회사개요

— 03. 사업화 진행계획

— 04. HNB 플랫폼

- HNB 토큰 생태계 (Token Economy)
- 사업모델과 토큰 시스템

— 05. 로드맵

— 06. HNB 토큰세일 및 사용처

— 07. 법적 고지서 (토큰세일)

01 사업소개

1. 사업 개요

HNB는 호남양조의 줄임말로 HoNamBrewing의 약자다. 현재 '언제나 좋은벗'을 출시하여 도약을 준비하고 있으며 소액주주 및 실체가 있는 소주 회사이다. 호남양조는 호남브루잉을 통하여 다양한 콘텐츠를 준비하여 사업을 준비하고 전세계 글로벌 소주업체로 거듭나는 것을 목표로 하고있다.

우리는 소주사업을 위한 시장의 존재를 확인 할 수 있다. 맥주는 수제맥주를 포함하여 약 1만여개의 상품이 있으나 소주는 국가적 차원으로 소주의 브랜드는 한정적이며 그시장은 가히 안정적이라고 볼 수 있으며 국내 소주 시장 규모 4조원 (소비자가 11조원) 다른 주종으로 대체 불가능한 확고한 시장이 형성되어졌고 존재하고 있다.

소주는 다른 시장과다르게 지역소주의 세금이 지역으로 환원된다는 점을 고려하여 브랜드 및 연령, 성별에따라 틈새시장이 존재하여 브랜드 경쟁력을 확보 할 수 있다.

소주는 국내에 몇없는 최고의 브랜드 사업으로 높은 브랜드의 가치를 보유 하고 있다.

국내 소주의 브랜드 가치 : 1000억원이상의 효과 추정하고있으며 1%시장 점유율 확보에 영업비 100억원이상이 필요하다는 것이 주류업계의 정설

소주업체는 비싸게는 팔려도 망한업체는 없다는 것을 아래 회사별 m&a사례가 잘 보여주고 있다.

회사별 M&A 사례

2004년 6월	대선주조	신준호(푸르밀)	600억원
2005년 8월	진로	하이트맥주	3조4천288억원
2009년	대선주조	사모펀드	3,600억원
2009년 1월	롯데주류	롯데칠성음료	5,030억원

2. 시장분석

시장 규모의 변화



소주의 알코올 함량(도수)이 내려가면서 전체 주류시장에서 소주가 차지하는 비중이 증가하고 있는 추세이며 참이슬과 처음처럼의 평균 알코올 함량이 평균 25% 22%에서 17.8%로 감소함에 따라 연평균 출하량이 약30%정도 증가했다.

소주의 경우 2014년 출하량 증가율은 약8.2%, 2015년 출하량 증가율은 6.0%정도로 가파른 성장을 보이고 있으며 주정 또한 2014년 5.6%, 2015년 6.8%로 동반 성장했다.

호남양조의 브랜드가치와 품질의 우수성

서울, 경기, 강원, 충청, 전북의 경우 참이슬의 시장점유율이 50%~60%대로 압도적으로 높다. 최근 서울은 최근 무학의 좋은데이가 약진하고 있는 추세이며 충청, 전북의 경우 자도주 시장점유율은 20%대로 지역기반 자도주의 시장 점유율은 높지 않은 편이다. 충청, 전북 권의 자도주는 전국 시장점유율로 환산될 경우 1~2%대의 시장 점유율을 나타내며 충남은 자도주 공장이 없는 광역단이다.

전남, 울산/경남, 대구/경북은 자도주의 시장 점유율이 60% 이상으로 지역 충성도가 매우 높아 전남의 보해양조와 대구, 경북의 금복주의 경우, 전국시장점유율이 4~8%대로 나타난다.특히 전남, 광주의 경우 지역애착이 매우 강하여 자도주에 대한 충성도가 높다

경남의 무학 좋은데이는 부산에서 자도주 대선의 C1을 제치고 압도적인 시장 점유율을 보여 약진중이다.

시장분석을 통한 소주사업진행의 타당성 확인

지역단위 시장의 존재

수도권 : 호남정서/향수를 활용한 초기 시장 형성 가능(호남출신 약 800만명이 거주)

호남 : 전남/호남 공장을 기반으로 자도주 이미지를 통한 안정적인 시장기반 형성(삼학은 호남의 술이다 라는 이미 지 활용)

충청 : 충남지역 제2공장의 설립으로 자도주 이미지 생성 및 지역상권 공략(수도권 진출이 용이하고 수출에 유리한 지역)

전국 : 직매장 확대로 지역 및 골목시장 판매 거점 구축

해외 : 전세계 주류 시장 규모 (1500조) 국내 소주의 수출시장 규모(연간 1억달러규모)

인구 통계학적 시장 분석

고령층 : 형성된 좋은벗, 영산강의 이미지를 통한 시장기반 형성

젊은 층 : 새로운 소주 브랜드 'Buddy' 디자인과 브랜드 마케팅 차별화로 접근 가능

(상대적 충성도에 의존보다 실리적인 점을 추구하는 성향을 통한 새로운 브랜드 가치 창출 기회)

여성층 : 낮은 도수 또는 과일첨가주 같은 기호에 맞는 새로운 제품 선호도 활용가능성 존재

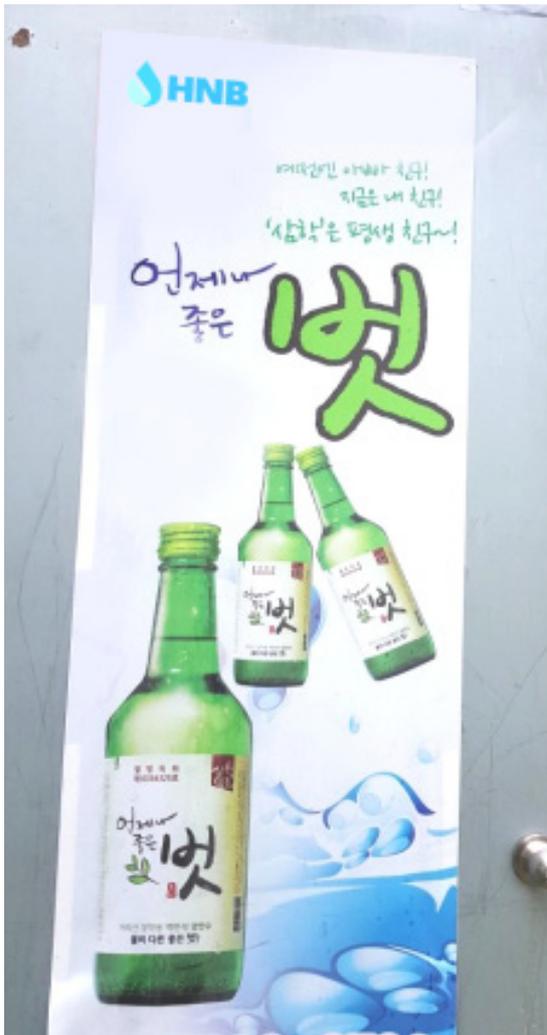
확고한 지지층은 살리고 젊은층/여성층은 자도주의 충성심보다 제품의 기능성에 우선하는 경향에 맞는 제품군의 형성 필요

제품의 차별화

소주를 마시는 이유에 충실한 제품의 생산 차별화가 중요하다.

호남양조의 출시인 언제나 좋은벗은 맛은 물, 알콜도수로서 차이가 깨끗함은 제품포장 이미지의 차이가 있다 호남 양조는 약간의 녹차를 섞어 제조하여 뒤끝을 깔끔하게 제조하였다. 리큐르, 일반희석주, 프리미엄주 등 약간의 차 별화를 두되 너무 그 향이 강해 소주의 맛을 음미하는데 방해가되거나 떨어지지 않는 것을 고려하여 어떤 안주와도 어울리는 소주로 제작되었다.

3. NHB 전망과 방향



브랜드가치

호남양조는 국내최초로 '희석식'소주를 개발하여 '소주'를 국민주로 만든 선구자다. 6,70년대 소주는 암울하고 어려웠던 시절 국민들의 시름과 애환을 달래주던 존재였다. 품질의 우수성 소주의 80%이상은 '물'로 구성되어 '물'의 품질이 곧 상품의 품질로 직결된다. 호남양조가 사용하는 '물'의 KEY 포인트는 암반에서 흘러내리는 독보적인 (水)로서 경쟁력은 타의 추종을 불허한다. 혹자는 정도의 술은 에너지원이기도 하고 건강 음료라고도 했다. 국민의 술로 한 시대를 풍미했던 추억의 희석식 소주는 명성은 프리미엄 급이며 품질 면에서 새로운 소주 세대를 여는 선남선녀 초대편승에 손색이 없다.

소주시장 시장의 전망

소주는 시장 경쟁과 계절을 타지 않으며 남녀노소, 신분 귀천에 관계가 없다. 기뻐서 한 잔 슬퍼서 한 잔 누구나 쉽게 접근할 수 있는 애환을 달래주는 술이다. 돌이켜 보건데 지난 40년 간 도산한 업체는 잠정적으로 그리 많지 않은 안정적인 업종이다.

근년에 이르러 신세대 여성고객 입맛에 저도 맞춤 생산으로 선호밀도가 극대화 수 익 율이 연4-5% 정도 지속적으로 성장하고 있는 추세다.

소주업종 자유시장 원리 단면을 들여다보면 물 흐르듯 돌아가는 경제중심에 목마른 자에게 에너지를 제공하고 있는 자연의 섭리다.

1)소액주주 모집 (토큰 에어드랍)

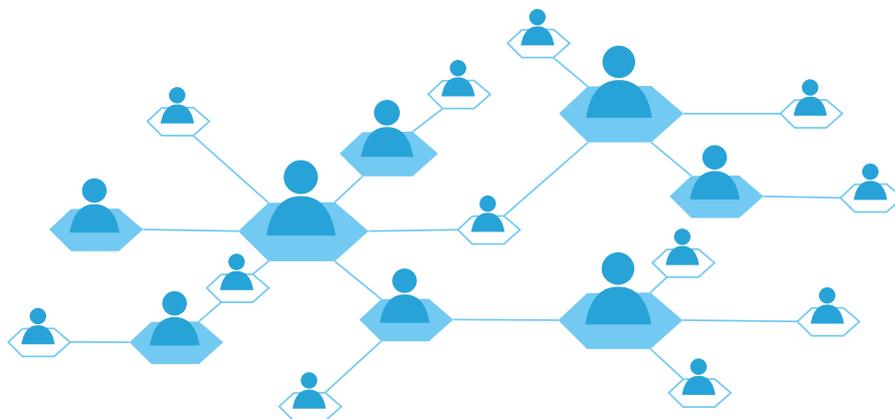


영업비 중 광고비가 차지하는 비중이 절대적임을 감안 향후 3년 내 토큰 에어드랍 및 소액주주 모집으로 30만 명의 유저를 확보할 계획이다. 주주와 반 주주(가족, 친구 등)를 합하여 약 100만 명 이상이 주주화가 형성되면 그들은 필연적 고객으로 주 소비자 역할을 하게 된다.

예시: 100만 명 × 3명(1회 술자리 평균사람 수) × 100병
(성인 1인당 연간 소주 소비량) = 3억 병으로 추산된다)

주주 및 주주화 된 100만 명의 무상 홍보요원이 양성화 되어 그들을 통한 구전 홍보효과는 광고 및 홍보비를 획기적으로 절감하여 수익률 증대에 결정적 역할을 하게 된다.

2) 멘투맨 점조직 영업방식



멘투맨 점조직 영업방식으로 이 형태의 영업방식을 택하고 있는 선발주자 모델케이스업체로는 '아모레 화장품'한국 야쿠르트'웅진코웨이'등이 대표적이며 확장 속도가 빠르고 자기의 이익과 직결되어 있어 구성원이 열정적이며 쉽게 무너지지 않는 남다른 조직력의 특성이 있다.

3) 직매장 위탁경영



약 3천~5천만 원 정도의 소액투자로 직매장을 위탁경영 하는 방식을 하면 골목시장 접근이 용이 주도하다. 은퇴자 자영업자 등을 위탁경영자로 모집하여 연고지역의 특성에 맞는 영업방식으로 골목시장에 접근 친화적 소비 자군 판매거점 확보 투자자 수익이 보장되며 또다른 투자이익은 흥병수집(재활용으로 부수적 수익을 기대할 수 있어 투자대비 고수익 창출이 가능하다.

4) 도매상 영업방식



지방업체의 타 지역 도매상 영업은 여건상 상당히 어려운 것이 사실이다. 호남양조는 대형업체의 견제, 지원 등 도매상이 찾아오게 하는 역발상 영업방식 채택하고 있다. 도매상의 주 고객은 식당이며 식당고객은 손님'인 점에 착안 반 주주포함 약 100만으로 추산된다. 소액주주들이 자기가 가는 식당(또는 우정 찾아감)에서 지속적으로 소주를 찾게되면 식당사장은 거래하는 도매상에 주문을 하게 되고 소주를 준비하지 못한 도매상으로 하여금 회사를 찾아오게 하는 영업방식으로 실제 현재 거래하고 있는 도매상들과 이런 경로로 납품을 하게 된 사례가 많아지고 효과가 입증된 방식이다. 도매상은 레서 배달하는 차량 운전자를 적극 활용하여 고객인 식당을 직접상대 하는 그들을 소액주주로 유도하거나 별도의 인센티브를 도입하여 그들의 영업은 속개됨으로 광고비를 대폭절감 가능하다

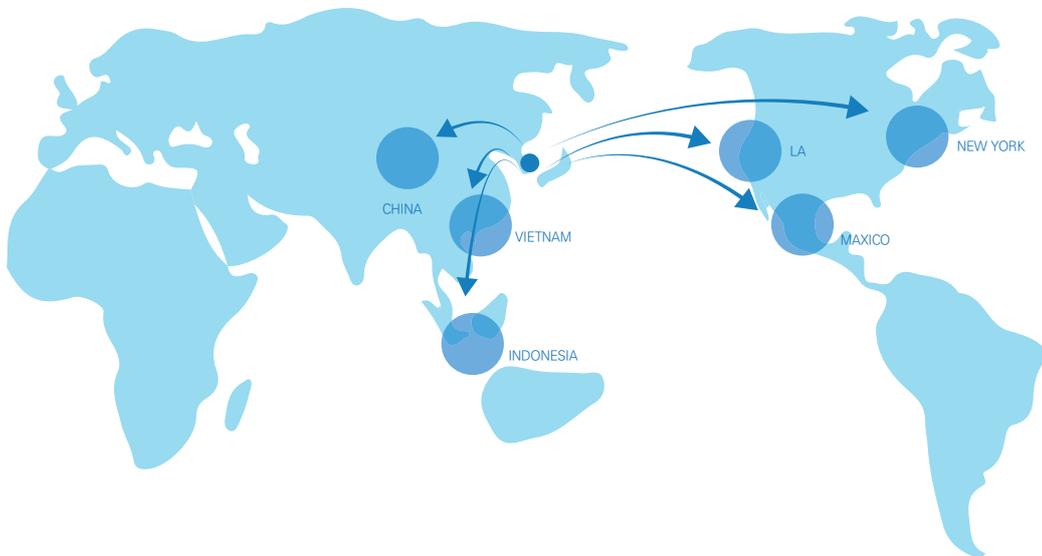
02 회사개요

구 분	내 용	비 고
사 업 명	호남양조(주)	
본사주소	충남 홍성군 결성면 용호리 산48-1	
생산품목	① 희석식 소주 ② 리큐르	
주 생산품목	저도소주, 일반소주, 특화주 등	
생산설비규모	300BPM 1라인 설비/ 5년 내 6라인 증설계획	
계획물류창고	현 1개소/ 생산개시 후 1년 내 12개소로 확대계획	
계획직매장	생산개시일 부터 순차적 150점포 확충(현지인 위탁경영)	
연간 최대생산량	1년 차 1억2천만 병 / 5년차 8억병 목표	
매출계획	생산 1년차 1,000억 원/ 5년차 8,000억 원 목표	
수출계약	1차년 360ml 2,400만병 수출계약 완료(계약권 인수)	
성장목표	생산개시 후 3년 내 5%, 5년 내 10-20% 점유율목표	
상 표 권	“언제나좋은벗” (호남양조를 상징하는 대표상표)	
특 허 권		
설비공사	(주)창해 이엔지/(주)창해 에탄올(상장사) 자회사	
시설비 차입금	시중은행 50억 원(신보보증서 60억 원 협의완료)	
차입금 상환계획	2년차 20억 원/ 3년차 30억 원 전액상환	

03 사업화 진행계획

4-1. 안정적인 시장 진입

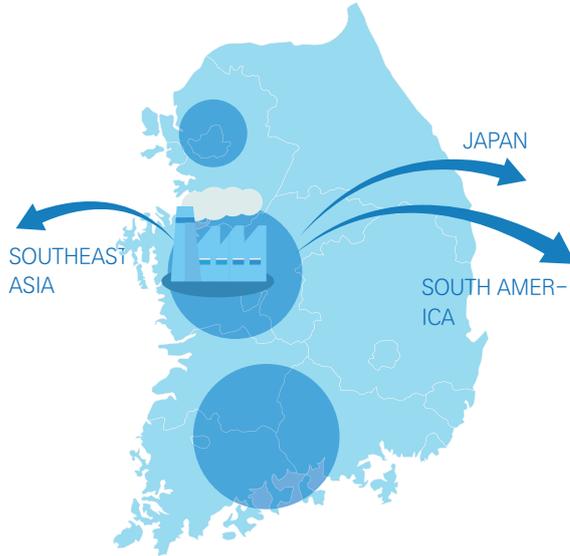
전남 호남공장을 기반으로 서울, 경기, 충청, 호남권에 안정적인 시장 기반 구축·직매장 확대로 지역 및 골목시장 판매점 구축·인도네시아, 중국, 베트남 등 동남 아시아, 멕시코 등 남미, LA 등 북미지역 지속적인 수출 유지, 신규 시장 개척 및 확대 **국내 1억 병, 해외수출 5,000만 병 판매달성** (3-4년 내)



안정적 시장 진입 (3-4년 내)

- 동남 아시아, 남미, 북미지역 지속적인 수출 유지
- 신규시장 개척 및 확대
- 국내 1억 병, 해외수출 5,000만 병 판매달성

4-2. 시장 점유율 10%~20% 목표달성



시장 점유율 10%~20% 목표달성 (3~5년 내)
<ul style="list-style-type: none"> - 충남공장 신설 및 생산량 확대 - 충청권, 호남권 50% 점유율 달성 - 서울, 경기지역 10% 점유율 달성 - 일본, 동남아, 남미 등의 신규시장 개척

3~5년 목표

충남공장 신설로 생산량 확대 및 충청을 대표하는 자도 주로 부상 충청, 호남권에서 50% 이상, 서울 및 경기 지역에서 10% 이상의 시장 점유율 달성기존 수출 물량의 확대와 일본, 미국, 동남아, 남미 등 신규시장 개척 **국내 4억 병, 해외시장 1억 병 판매달성**



시장 점유율 10%~20% 목표달성 (6~8년 내)
<ul style="list-style-type: none"> - 소주시장 BIG2 진입 - 경기 북부권, 강원권 시장 확대 - 20개국 수출목표

6~8년 목표

삼학소주의 옛 명성을 다시 되찾아 소주시장 BIG 2진입 목표달성 공장 증설 및 경기 북부권, 강원권 시장을 위한 제3공장 신설해외거래처 확대로 20개국 수출목표 달성 **국내 8억 병, 해외시장 2억 병 판매달성**

04 HNB 플랫폼

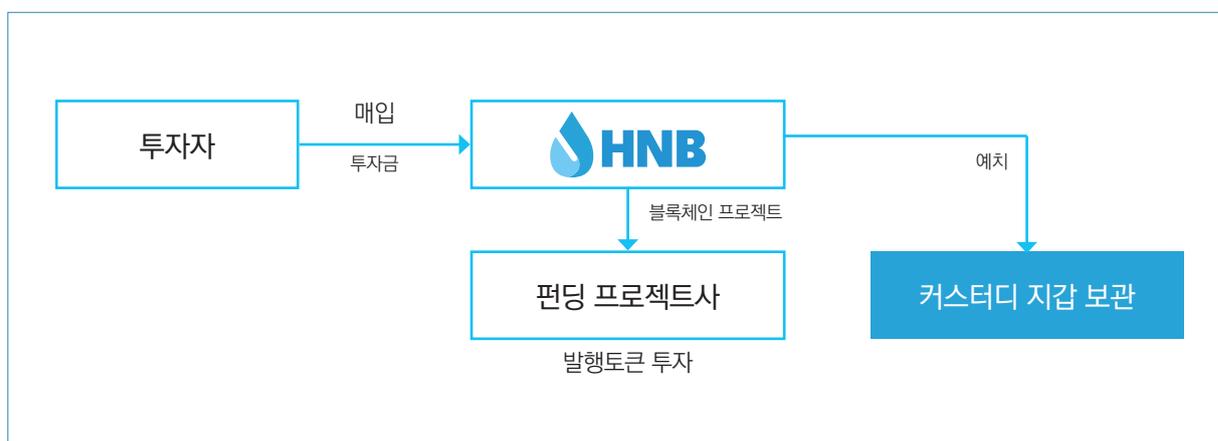
HNB 토큰 생태계 (Token Economy)

HoNamBrewing (HNB)는 호남양조의 블록체인 플랫폼의 유틸리티 토큰입니다. HNB는 소수점이하 18자리의 ERC-20 호환 토큰이다. HNB는 호남양조 플랫폼 내에서 소주와 각종 주류 프로젝트들을 접목하여 보상 및 투자할 수 있는 크레딧으로 이용될 것이며, 이러한 생태계는 HNB 토큰의 가치를 계속해서 상향 시켜줄 것이다.

HNB 이코노미의 핵심 보상 종류

호남브루잉 플랫폼에서 투자자에게 주어지는 핵심 보상은 1) 주류 업체들의 HNB참여에 대한 수익 보상 2) 커뮤니티 활동 보상 3) 소주 QR코드 에어드랍 보상이 있다.

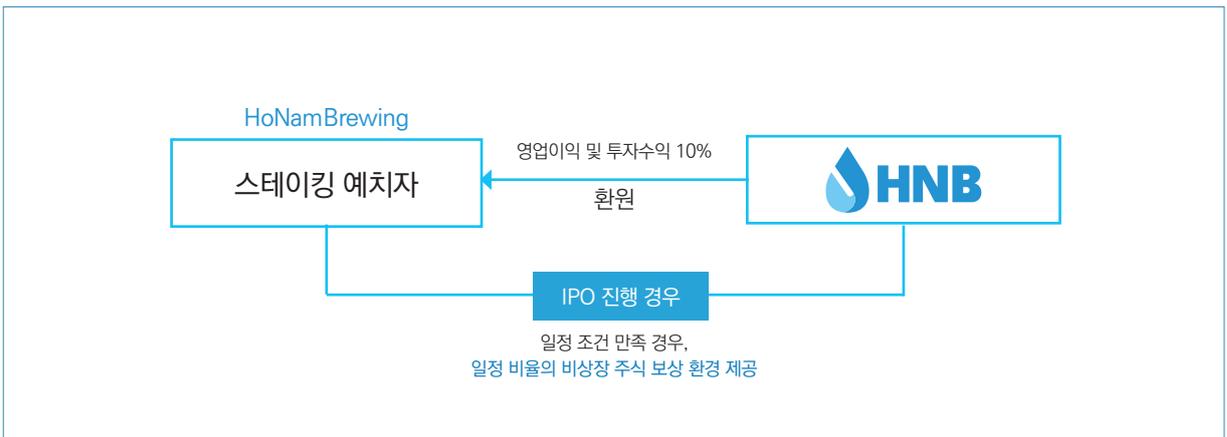
1) HNB를 통한 펀딩 참여



전세계 주류 업체들은 현금 또는 암호화폐를 통해 Honambrewing platform에 투자 할 수 있다. 이때 HNB를 통해 투자할 경우의 각종 투자 혜택이 존재한다. 즉, 블록체인 프로젝트의 경우, 투자자는 시장을 통해 HNB를 매입한 뒤, HNB와 일정 비율로 된 펀딩 프로젝트 사의 발행 토큰에 투자할 수 있다. 또한, HNB를 통한 투자금은 HoNamBrewing platform과 연계된 커스터디 지갑에 안전하게 예탁된다.

한편, HNB의 사업권이나 마케팅사의 발행 토큰 가격 비율은 기업 평가 프로세스를 통해 결정되며 이때 해당 기업 평가 프로세스는 별도의 평가기관이 수행한다. 이를통해 들어오는 스테이킹 가격은 기존에 프라이빗이나 초기에 투자하였던 투자금액보다 훨씬 높은금액에 책정될 예정이며 지분취득의 일정 금액은 거래소 장내 매수로 진행된다. HoNamBrewing은 HoNamBrewing Data center를 통해 해당 평가기관에 평가 모델에 활용될 기초데이터를 제공한다.

2) 호남양조 스테이킹 보상 시스템

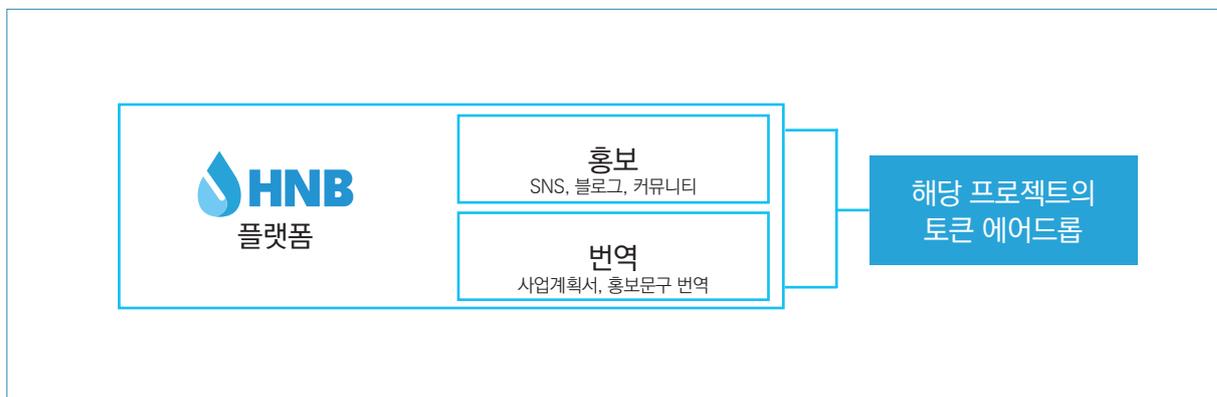


HoNamBrewing의 스테이킹 예치자에게는 호남양조의 총 영업이익 및 투자수익의 10%를 HNB프로젝트의 거래소 장내 매수 및 소각으로 가치 상승 및 주주 보상 시스템에 환원한다. 환원은 ETH, BTC나 바이백으로 바이백을 진행할시 매수일자는 따로 고지하지 않으며 매수 된 수량을 유저들에게 고지 및 이더스캔으로 매수 소각 내용을 공지한다.

호남양조 플랫폼을 통해 초기 투자금을 유치한 프로젝트의 참여자는 해당 법인은 미래에 사업적으로 성장하여 IPO를 진행하는 경우가 발생할 수 있다. 이 경우 클라우드 펀딩에 참여한 초기 투자자 중에서 일정 조건(기간, 보유 규모 등)을 만족할 경우, 스마트컨트랙트를 통해 호남브루잉 토큰 또는 펀딩 프로젝트의 토큰을 일정 비율의 비상장 주식으로 보상해 줄 수 있는 환경을 제공할 수 있다.

이 보상에대한 조건은 STO와 같이 증권형 토큰으로서의 주식은 교환이 아닌 토큰을 일정기간 스테이킹 하였을시 보상해주는 시스템으로 진행된다.

3) 호남양조 바운티 프로그램

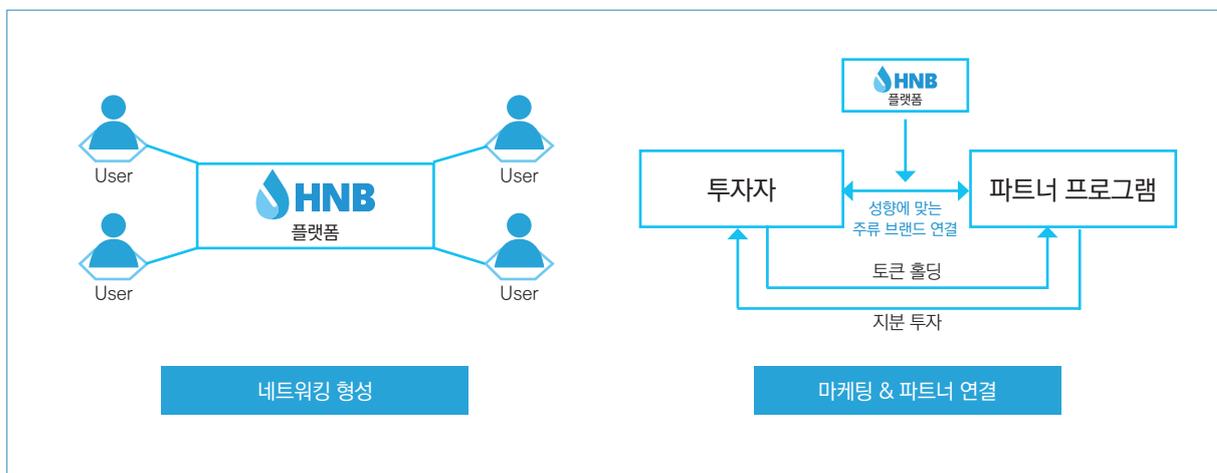


플랫폼 유저들은 누구나 나열된 프로젝트들을 SNS, 블로그, 커뮤니티 등에 홍보할 수 있고, 그에 따른 보상으로 해당 프로젝트의 토큰을 에어드롭 받을 수 있다.

홍보 바운티: 다양한 소셜미디어 채널에서 참여자의 자연스러운 홍보를 유도하는 것이다. 보상금은 게시물 참여도에 따라 다르게 나뉜다. 보통 리트윗과 좋아요, 공유, 조회수, 댓글 등 수치화 가능한 결과물이 이에 해당한다. 유튜브 ICO 리뷰나 페이스북 포스트 등 다양한 곳에서 활동할 수 있다.

번역 바운티: 전 세계인을 대상으로 하는 만큼 다양한 언어로 번역될수록 커뮤니티 힘이 커질 수밖에 없다. 웹사이트와 사업계획서, 홍보 문구 등 번역에 대한 보상을 준다.

4) 후속지원 프로그램 : 마케팅 & 파트너 연결



호남 브루잉 플랫폼은 주류플랫폼을 위해 연결된 플랫폼으로 호남양조에서 주류와 관련된 플랫폼과 연동시켜 줌으로써 각 주류 업체가 발전하고 유저를 확보할 수 있게 네트워킹을 형성한다.

또한, 호남브루잉에 등록된 프로젝트에게 마케팅&파트너 프로그램을 제공하여 프로젝트 진행 이후 더욱 성장할 수 있도록 지원한다. 이때 각 프로젝트 성향에 맞는 파트너쉽과 전세계 주류 브랜드들을 연결해줌으로써, 성장과 발전의 발판을 마련해 줄 수 있다.

이때 각 프로젝트는 해당 파트너 프로그램의 서포트를 받기 위해 호남브루잉 토큰을 일정 기간 동안 요구되는 수량을 홀딩해야하거나 마케팅이나 파트너역할로 높은가격대에 지분 투자를 받을 수 있다. 이러한 호남브루잉 플랫폼 내 타 주류 업체의 마케팅 투자및 토큰 스테이킹 모델은 호남브루잉 토큰의 공급/수요 조절의 중요한 축을 차지할 수 있다.

이는 꼭 마케터 뿐 아니라 온라인을 활용한 유튜브 및 다양한 SNS에 활동이 될 수 있으며 광고비용 대신 호남브루잉 토큰으로 마케터 체결협약이 될 수 있다.

6) 소주 QR코드 에어드랍 보상

QR코드의 소주 보상 시스템은 호남브루잉의 가장 큰 비즈니스 모델이다. 호남브루잉을통한 토큰 프로젝트 이벤트를 진행시 기존에 호남 브루잉 프로젝트에 속해있던 유저 뿐만 아니라 토큰을 활용한 이벤트 마케팅을 통해 각 주류의 마케팅 및 보상 시스템을 추가 할 수 있다.



HNB토큰의 호남 브루잉 토큰은 호남양조의 소주뿐만 아니라 각 주류 업계에 여태 없던 서로의 술을 홍보 할 수 있고 QR코드 이벤트를 통해 미리확보한 HNB토큰을 보유한 애주가들에게 독특한 홍보 효과를 낼 수 있다. 다만 당연히 이벤트 기간의 HNB토큰에 지분투자를 하여야하며 투자받은 모든 마케팅 비용은 QR코드 이벤트에 접목되어져 가치 상승 및 유저 확보 마케팅 홍보 효과로 주류 업계의 시너지를 가져 올 수 있다.

사업 모델과 토큰 시스템

주식이 아닌 암호자산을 활용한 글로벌 펀딩의 수수료는 호남브루잉의 가장 큰 비즈니스 모델이다. 최근 삼성전자의 시가총액을 넘는 마오타오 코리아와 지분투자를 논의중이며 중국, 필리핀 등 지분투자는 주식으로의 한계가 있으므로 토큰 및 에코시스템으로 이루어진다. 암호자산을 이용한 암호자산 펀딩 비용중 일정 비율은 호남브루잉 유저 보상 시스템과 일정 수준의 운영 수익을 얻을 수 있다. 또한 지급 시점의 차이로 생기는 이자 수익과 보유액 확보로 토큰의 흐름의 주도권을 가질 수 있다. 주된 수익 모델인 플랫폼 수수료의 징수 모델은 다음과 같다.

호남브루잉 플랫폼의 매출원은 다음과 같으며, 기본적으로 매출은 HNB 토큰 수요와 연결되어 있다. 또한 현금 매출은 HNB의 바이백의 원천이 될 수 있다. 이처럼 플랫폼 내에서 발생한 매출원은 호남브루잉 토큰이코노미와 연동되어 HNB 토큰의 수요/공급 조절의 가장 큰 축을 차지한다.

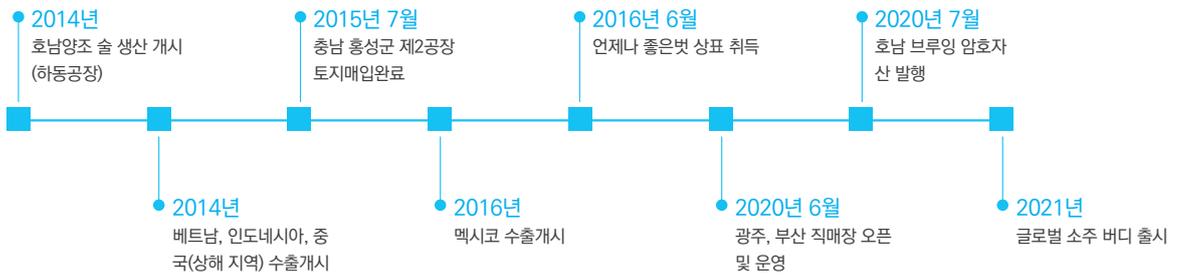
매출원

기본 펀딩 리스팅에 기반한 매출

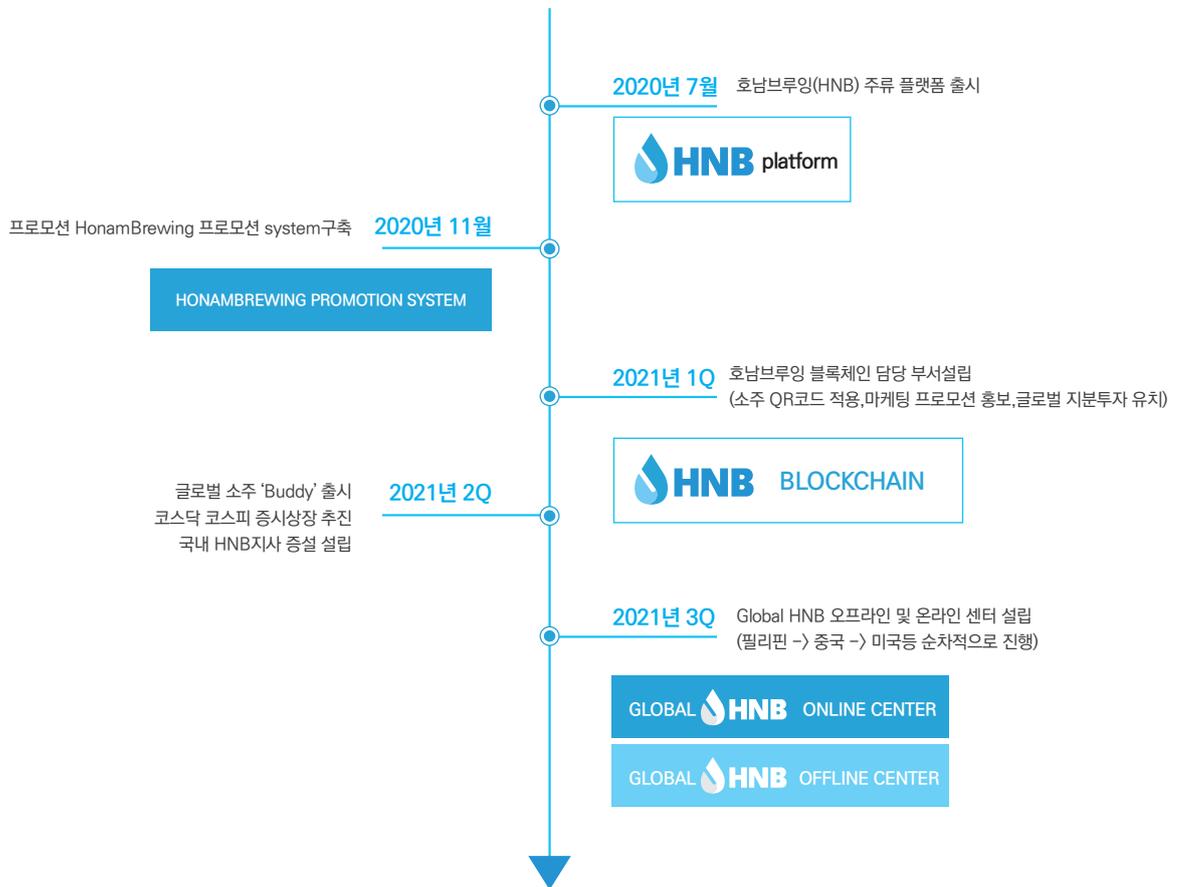
다른 주류 프로젝트가 HNB프로젝트에 참여할때는 기업의 심사 과정을 거치게 된다. 평가 시스템은 적은 비용으로 필터링 하기 위해 사용되어지고, 전문가 집단을 활용한 심층 심사에서 전문가의 심사료 등 부대 비용이 필요하다. 프로젝트 규모에 따라서 심사 비용을 징수하여 매출을 발생시키며 암호자산으로 마케팅자산 및 글로벌 소주로도 약할 수 있는 발판이 된다.

타주류 기업의 HNB 펀딩 성공이 된 이후에 펀딩 비율을 지급할 때 모든 펀딩수익은 호남 브루잉의 귀속된다. 펀딩의 조건으로 수수료를 징수하고, 프로젝트에 필요한 금액을 HNB를 사용하여 호남브루잉의 보유액을 유지하여 이자 수익과 HNB의 가치 상승을 유도하여 수익 모델로 가져간다.

05 로드맵

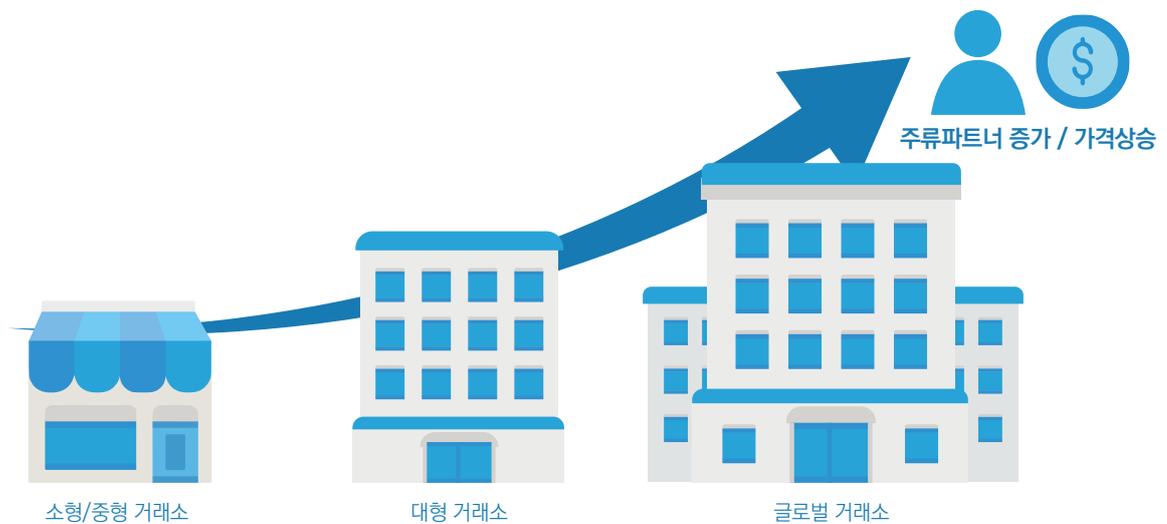


HNB로드맵



Token 로드맵 HNB의 일정 및 계획

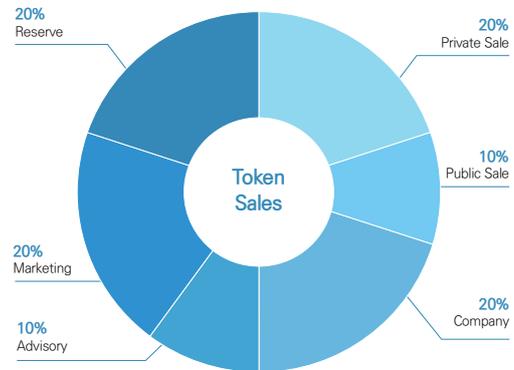
- 1) 국내 거래소에 우선적으로 8,9월중 상장하여 거래가격을 형성시킨 후 구매자들이 쉽게 코인의 가치를 보장받도록 조치함
- 2) 올해안에 대형 거래소에 상장하여 최대한 상장프리미엄을 누릴 수 있도록 조치함. 대형거래소의 경우 실제 소주가 생산되어 주주들이 많고 실제 소주회사에서 보상 받을 수 있는 HNB의 경우 상대적으로 리버스 암호자산 상장으로서 주목받을 수 있는 기회임.
- 3) 코인의 사용처를 늘릴 수 있는 주류업체와 제휴 및 지분투자를 통하여 상호 주류 업체들을 알려 고객을 확보 할 수 있는 원원할 수 있는 기회를 만들고자 하며, 호남브루잉 QR코드 및 유저확보를 위하여 타 주류 업체들과 협력을 할 수 있는 매개체가 될 것이다.



06 HNB

토큰 세일 및 사용처 (Token Sales & How HNB use)

no.			
1	Hard Cap	8,000,000 USD	
2	total token supply	3,000,000,000 HNB	
3	Private Sale	600,000,000 HNB	20%
4	Public Sale	300,000,000 HNB	10%
5	Company	600,000,000 HNB	20%
6	Advisory	300,000,000 HNB	10%
7	Marketing	600,000,000 HNB	20%
8	Reserve	600,000,000 HNB	20%



호남브루잉의 토큰은 플랫폼 내에서 참여하는 주류회사들의 마케팅 투자 및 지분투자는 호남브루잉의 기존 투자자보다 Private Sale이나 Public Sale 보다 높은 가격에 투자하여야한다. 이러한 생태계는 호남브루잉 토큰의 가치를 계속해서 상향 시켜줄 것이다. 토큰 가격 안정화 관련 재단 정책재단은 재단이 운영하는 사업에 대한 미래 현금 흐름을 고려하여 매출에 기반한 바이백(buyback)을 고려할 수 있다.

즉, Honambrewing 플랫폼에서의 HNB 수요 및 공급을 고려하여 유통 시총에 대한 인플레이션을 대응해 나갈 계획이다. 재단이 컨트롤 가능한 물량에 대해 대량 유통시킬 계획이 있을 경우에는, 반드시 공시를 할 계획이다. 요약하면, 기본적으로 HNB를 중심으로 한 미래현금흐름을 고려하여 재단 자체적으로 소각, 바이백의 정책과 함께 시세가 우상향할 수 있도록 정책을 추진해 나갈 것이며, HNB 토큰의 유통시총을 글로벌 top 수준으로 만들어 갈 계획이다

07 법적 고지서

(토큰 세일)

블록체인의 경우 가상화폐이므로 실물화폐와 같이 가치보전이 되지 않을 수 있으며, 본 HNB프로젝트에 참여한 원금을 보장되지 않을 수 있고, 손실이 발생할 수 있음을 명시함.

정책과 주의사항

HNB프로젝트 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 HNB프로젝트 참여자는 충분히 인지해야 한다.

2) 자산 참여 제한

토큰참여가 금지된 국가의 국민들은 프로젝트에 참여할 수 없다. 프로젝트 금지 국가의 국민이 투자에 참여했을 경우 발생하는 법적 책임은 투자자 본인에게 있다.

3) 언어

백서의 원본 언어는 한글, 영어로 각각 작성되었으며, 이 언어를 제외한 타 언어로 된 백서의 경우 번역의 과정에서 오역이나 누락의 가능성이 있다. 신중한 HNB프로젝트 참여를 위해서는 한글, 영어로 작성된 원본 백서의 최종 확인을 권장한다.

4) HNB 생태계 내의 토큰의 성격

HNB 생태계 내의 토큰은 백서에서 기술된 용도 이외로는 사용할 수 없다. 이 토큰은 증권이 아니며, 토큰의 소유자에게는 어떤 종류의 이익 배당이나 의결권도 부여되지 않는다.

5) 취소와 환불

HNB프로젝트 참여자는 구매한 토큰에 대한 취소, 환불을 요구할 수 없다.

본 백서는 프로젝트의 전반적인 내용과 로드맵을 구체적으로 설명하기 위한 용도로 작성되었습니다. 이 백서는 투자 등을 권유하기 위한 목적으로 작성된 것이 아니며, 이 백서를 읽는 모든 사람들이 이 백서를 참고하여 발생하는 손해, 손실, 채무 등 기타 재무적 피해가 발생하더라도 HNB코인은 그에 대한 배상, 보상 기타 책임을 부담하지 않는다는 점에 유의하시기 바랍니다.

본 백서는 '작성 당시를 기준(as is)'으로 작성하여 제공하므로 백서에 포함된 어떠한 내용도 장래 시점까지 정확하거나 변경되지 않는다는 점을 보증하지 않습니다.

본 백서와 관련해 이 백서를 읽는 모든 분들에게 어떠한 사항도 진술 및 보장하지 않으며, 그에 대한 법적 책임을 부담하지 않습니다.

예를 들어, HNB은 백서가 적법한 권리에 근거하여 작성되었으며 제3자의 권리를 침해하지 않는지, 백서가 상업적으로 가치가 있거나 유용한지, 백서가 이 백서를 읽고 있는 사람들이 가지고 있는 특정한 목적의 달성에 적합한지, 백서의 내용에 오류가 없는지 등을 보장하지 않습니다.

책임 면제의 범위는 언급한 예시에만 한정되지 않습니다.