

Most Integrated  
Blockchain based e-commerce Platform

---

# Logistic Fundamental



Whitepaper ver. 1.1.1 (KOR)

# 목차

---

## 1. Abstract

## 2. Business Background

급성장하는 글로벌 이커머스  
포스트 코로나 이커머스 시장  
Why Blockchain?

## 3. Current Status of Technology

## 4. LF Platform Solution

Service Architecture

## 5. LF Project Ecosystem

## 6. Token Economy

## 7. Road Map

## 8. Legal Disclaimer



# 01 Abstract

## (요약)

---

글로벌 전자상거래, 즉 이커머스(e-Commerce)시장은 지난 몇 년 동안 폭발적인 성장세를 보여 왔으며 미래에 호황을 누릴 것으로 예상된다. 2017년 글로벌 전자소매 판매액은 2조 3천억 달러에 달했고 2021년에 4조 8천억 달러에 이를 것으로 예측되는 매우 큰 시장이다.(Statista, 2018)

이 놀라운 증가는 주로 모바일 플랫폼을 사용하여 제품과 서비스를 구매하는 소비자에 의해 주도되고 있으며, 특히 2019년 말부터 퍼지기 시작해 전 세계적으로 팬데믹 현상을 일으킨 코로나바이러스 감염증(Coronavirus disease 2019, COVID-19)으로 인한 비대면 즉, '언택트(Untact)' 현상의 확산으로 더욱 발전의 가능성이 큰 시장이다. 그러나 시장 규모만큼이나 다양한 문제점을 가지고 있다. 전통적 이커머스 대기업들은 독점적 지위를 이용해 상품판매자에게 과도한 수수료, 가격 할인 요구, 추가적인 광고 홍보 비용 등을 요구하는 등 불공정한 시장환경을 조성하였다. 사용자들은 공급자의 일방적 정보에 의지해야 하며, 심지어 조작된 홍보성 콘텐츠들로 인해 피해를 보기도 한다.

LF(Logistic Fundamental) 프로젝트의 글로벌 유통 프로젝트는 기존의 글로벌 유통, 그 중 이커머스 시장에 관심을 두고 문제점을 블록체인 기술을 활용한 탈중앙화된 이커머스 시장과 글로벌 유통시장에서 새로운 시대를 열어가고자 한다.

LF 프로젝트는 한국의 우수한 K-뷰티/식품/패션 제품을 글로벌 소비자들에게 알리는 연결 고리 역할을 수행함으로써 전 세계에 한국의 우수성을 알리고 국경 없는 글로벌 이커머스 시장의 중심이 되려는 목표를 가지고 있다.

글로벌 빅바이어(Big-Buyer)와 전략적 파트너 관계를 유지하며 구매리스트와 창고 배송시스템을 공유하고 있으며, 우수한 해외 브랜드와 채널을 통합하고, LF프로젝트의 프랑스 파리, 싱가포르 자체 물류시스템 보유로 인한 우위와 다년간 크로스보더(Cross-border) 이커머스 경험이 합쳐져 상품의 사입, 오더, 관리, 마케팅 채널 관리 그리고 글로벌 물류 배송까지 원스탑 크로스보더 이커머스를 가능하게 한다.

LF 프로젝트는 전방위의 이커머스 산업에 필요한 모든 방면에서의 혁신적인 변화를 끌어낼 것을 목표로 회원가입, 상품판매, 광고, 홍보, 사업 확장에 대한 기존의 인식 틀을 깨고, 중간업체의 영향력에 좌우되는 현재의 형태를 바꿈으로써 사용자와 제공자 모두에게 이윤을 합리적으로 분배하는 진정한 공유경제를 실현할 것이다.

# 02 Business Background

## 1) 급성장하는 글로벌 이커머스

온라인 결제 및 송금을 포함한 디지털 이코노미 시장은 꾸준히 성장하고 있다. 관련 시스템 및 관리 기술의 점진적 발전과 함께 전세계적으로 누적 거래액이 크게 증가하고 있는 추세이다. Master Card, Visa 를 포함한 글로벌 금융 네트워크 회사들의 취급 거래액은 2020년 약 5,000 조원 이상이며 해외 온라인 쇼핑 거래액은 4,000억 달러를 넘어섰고 소비자의 수는 1억 3천만명을 넘어선지 오래다. 이 시장의 특징은 매년 엄청난 성장세로 늘어난다는 점이다. 특히 COVID-19가 전세계에 불어 닥치며 발생한 외출 공포는 온라인 결제 시장을 더욱 가속화 시키는 트리거가 되기에 충분했다.

전세계 무역규모는 2014~2018년 동안 평균 2.6% 수준의 성장을 지속해 2014년 22조 달러에서 2018년 24조 규모로 확대되었다.

단위 : 십억 달러, %

	2014	2015	2016	2017	2018	연평균 증가율
전 세계 무역규모	21,859	22,421	22,839	23,501	24,253	2.6
전 세계 전자상거래	1,471	1,548	1,915	2,352	2,860	18.1
국경 간 전자상거래	233	304	400	530	676	30.5

[표 1] 전세계 무역규모 및 이커머스 규모

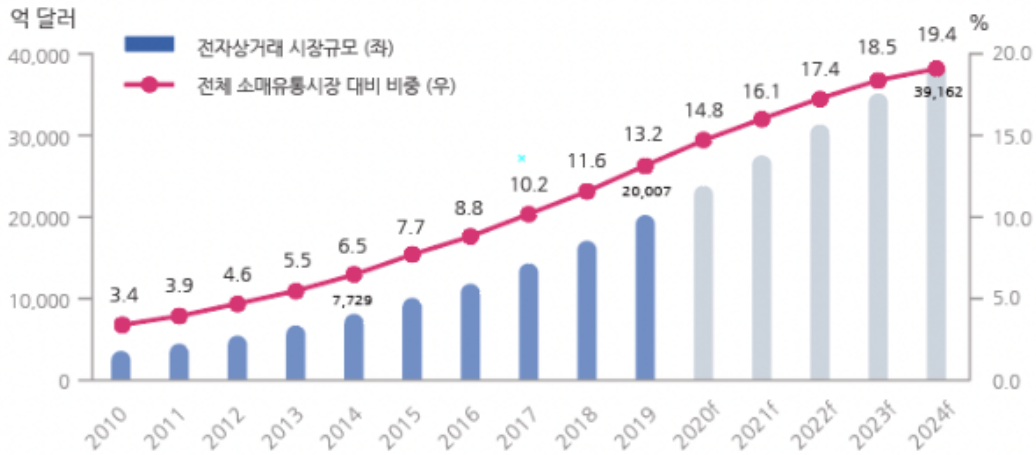
자료 : 산업통상자원부 보도자료, 2018

그중 이커머스 산업은 2019년 글로벌 유통시장의 13.2%를 차지하고 있는 주요 유통채널이다. 정보통신기술 발전과 스마트폰 보급 확산, 안전하고 편리한 결제 시스템 발달 등이 이커머스 시장의 성장을 견인했다.

2019년 이커머스 시장 규모는 약 2조 달러로, 지난 5년간 연평균 21.0%의 높은 증가율을 보이며 성장하고 있다. 이는 동 기간 소매유통시장의 연평균 증가율(4.9%)을 크게 상회하는 것으로, 2014년 6.5%에 불과했던 소매유통시장 대비 이커머스의 비중이 급속히 확대되고 있다는 것을 보여준다.

특히 인터넷과 통신기술 그리고 스마트폰의 확산에 따라 그 성장 폭은 더욱 커지고있다. 2009년 전 세계 인터넷 사용자는 17억 7,200만 명으로 전체 인구의 25.8%에 불과했으나, 2019년에는 41억 3,100만 명(전체 인구의 53.6%)으로 급증하였다. (UN, 2019)

시장조사기관인 이마케터(www.emarketer.com)에 따르면 2019년 온라인 쇼핑 인구는 약 19억 2,000만 명에 달하는 것으로 추정되고 있다. 이는 도로망 확충, 물류 인프라 발달 등으로 신속한 배송과 정확한 상품 추적이 가능해지면서 온라인 주문 물량이 급증했다.



[그림 1] 글로벌 이커머스 시장 추이

자료 : Euromonitor, 2020

또한, 물류창고 자동화와 인공지능 기술 도입으로 물류비용이 절감되었으며, 저온 상태로 신선식품을 유통하는 콜드 체인이나 시간 단위의 초고속 배송 서비스가 구현되는 등 물류 시스템이 급속히 진화하며 편리성과 품목의 다양성을 제공하게 되었다. 최근 이커머스 시장은 4차 산업기술을 장착한 전자상거래 기업들의 플랫폼을 통해 주로 성장하고 있다. 물류업은 이러한 유통체계 변화에 따라 최종 고객 배송(Last-mile)에서 신속, 정확, 저렴한 물류에 초점을 맞추게 돼 물류체계 전체의 변화도 진행 중이다. 일반적으로 소비자들은 저렴한 가격으로 자기들이 원하는 시간에 즉시 그리고 안전하게 상품을 안전하게 받는 쪽으로 요구가 증가하고 있고 유통 기업과 물류 기업들은 생존을 위해 그들의 요구에 적극적으로 대응할 수밖에 없는 실정이다.

다음 표는 국가별 이커머스 매출 순위를 나타내는 것으로, 세계 이커머스 시장은 중국과 미국에 의해 주도되고 있음을 알 수 있다.

	2018	2019	% Change
1. China	\$1,520.10	\$1,934.78	27.3
2. US	\$514.84	\$586.92	14.0
3. UK	\$127.98	\$141.93	10.9
4. Japan	\$110.96	\$115.40	4.0
5. South Korea	\$87.60	\$103.48	18.1
6. Germany	\$75.93	\$81.85	7.8
7. France	\$62.27	\$69.43	11.5
8. Canada	\$41.12	\$49.80	21.1
9. India	\$34.91	\$46.05	31.9
10. Russia	\$22.68	\$26.92	18.7

[표 2] 국가별 이커머스 판매 상위 10개국

자료 : 이마케터(www.emarketer.com), 2019

특히 중국의 전자상거래는 2018년 기준 1조 5,267억 달러 규모의 매출액뿐만 아니라 성장률도 30.3%에 달해 압도적인 차이로 전 세계 전자상거래 시장의 주도국 지위를 지속할 것으로 전망된다. 중국은 전체 소매시장에서 온라인 거래 판매액은 2018년 8조 위안 규모로 성장하였으며, 2018년 기준 전체 소매 시장에서 21.0%로 지속해서 성장하고 있다. 2010년대 초반부터 알리페이(支付宝), 위챗페이(微信支付) 등 간편한 모바일 결제 서비스가 발달하며 전자상거래 성장을 이끌었으며, 알리바바그룹, 징둥(京东), 핀둬둬(拼多多) 등이 14억 인구의 거대 내수 시장을 놓고 치열하게 경쟁 중이다. 중국이 알리바바 중심의 신유통 시대로 접어든 것은 모바일 결제 생태계와도 밀접한 연관이 있다. 특히 모바일을 통한 정보습득과 구매가 익숙한 바링허우(1980년대생), 지우링허우(1990년대생)가 중국 내 주요 소비층으로 자리잡으면서 왕홍의 영향력이 커지고 있으며, 중국의 독립조사기관인 Analysys에 따르면 2017년 기준 왕홍산업의 규모는 약 811억 위안으로 추산된다.

미국은 약 5,257억 달러 규모의 전자상거래 매출액을 기록하여 중국에 이은 강국으로 평가되고 있다. 우리나라의 경우 G7 국가와 비슷한 11.1%의 성장률을 보이나, 매출액 규모는 중국 대비 5.1% 수준에 불과하다. 전체 소매시장에서 이커머스 거래 판매액은 지속적으로 증가하여 2018년 5,126억 달러 규모로 성장하였으며, 전체 소매시장에서 9.6%를 차지하고 있다. 특히 미국의 밀레니얼 세대의 소비

트렌드 변화와 맞물려 유통시장의 빠른 변화가 나타나고 있다. Statista(2019)에 따르면 미국 인구의 22%가 밀레니얼 세대이며, 이들의 소비 양상이 미국 소매시장의 변화를 이끌고 있다.

밀레니얼 세대는 단순히 제품을 구매하는 것 보다 경험을 축적하는 것을 선호하는 경향이 있으며, 한 가지 유통채널이 아닌 온라인과 오프라인을 넘나드는 멀티채널(Multi-channel)을 활용한 소비도 지속적으로 이루어지고 있다.

## 2) 포스트 코로나 이커머스 시장

세계보건기구(WHO)는 2020년 1월 30일에 COVID-19에 대해 국제공중보건비상사태(PHEIC)를 선포한 이후 3월 11일 결국 '팬데믹(세계적 대유행)' 선언을 하기 이르렀다. 문제는 아직 치료제 개발 등 COVID-19의 종결 시점을 알 수 없으므로 당분간 우리의 삶을 둘러싼 불확실성은 지속될 것이라는 점이다. 중국 우한에서 시작되어 중국 전체, 한국, 일본 등 일부 아시아지역에서의 문제로 마무리되었다면 그나마 세계 경제에의 부정적 영향은 중국발 공급 밸류체인(Value-chain)의 문제로 한정되었겠지만, 지금은 미국과 EU까지 포함되어 글로벌 소비 경제가 더욱 악화할 수 있다는 점이 우려스럽다.

COVID-19가 우리 사회에 가져다준 구조적 변화는 1990년대 후반 이후 미국을 중심으로 진행되고 있는 '디지털 경제'의 가속화란 문구로 요약할 수 있다. 디지털 경제란 협의로는 '온라인 플랫폼 및 이를 기반으로 하는 활동'을 말하며, 광의로는 '디지털화된 데이터를 활용한 모든 활동'을 일컫는다. 그 범위가 어찌 되었건 이 시기에 중요한 사실은 온라인 플랫폼 등 IT 기술을 기반으로 한 '디지털 경제' 활동이 COVID-19 여파로 급속도로 범위와 속도가 증가하고 있다는 사실이다.

디지털 경제가 우리 생활에 접목되었을 때 느껴지는 변화는 소비자로서는 온라인화, 기업으로서는 스마트워크(Smart work)화, 생산공장 입장에서는 무인화·자동화의 확대이다. 소비자 입장에서는 쇼핑, 교육, 심지어 건강 서비스까지 온라인화가 빠르게 진행되고 있고, 기업 입장에서는 회사라는 공간적 제약과 추로티근 시간이라는 시간적 제약에서 벗어나 근무하는 스마트워크가 빨라지고 있다.

COVID-19로 인해 이커머스 시장에는 새로운 트렌드가 나타나고 있다.

1. 품목 다양화 - COVID-19 감염 예방이 최우선 과제가 되면서 마스크, 세정제 등 개인위생 용품 수요가 폭발적으로 증가했다. 사회적 거리 두기, 이동 제한 조치 등에 따라 가정에서 이루어지는 경제활동인 '홈코노미(home+economy)'가 활발해졌다. 재택근무, 온라인 강의 등과 관련된 IT 제품이나 사무용품 소비가 늘었고, 서비스 시설을 이용하는 대신 집에서 직접 피부 관리, 요리, 피트니스 등에 나서면서 관련 제품 소비가 증가했다. 과거 오프라인에서 주로 소비되던 식료품, 생활용품 등 생필품이 전자상거래 시장으로 이동한 것도 새로운 추세이다. 많은 소비자가 매장 방문을 자제하는 대신 온라인 쇼핑을 택하고 있으며, 기업들도 콜드체인 물류, 초고속 배송 서비스 등을 통해 고객 수요에 적극적으로 대응하고 있다.

구분		세부 품목
방역	개인위생	마스크, 손 세정제, 위생장갑, 향균 스프레이, 고글
	의료용품, 의약품	체온계, 구급 키트, 일반 의약품
	건강증진	종합비타민, 허브추출물, 홍삼, 영양제, 건강즙
	청정가전	공기청정기, 의류관리기, 진공청소기, 정수기, 전해수기
홈코노미	홈 오피스	컴퓨터, 모니터, 태블릿PC, 스마트폰, 사무용품 및 가구
	홈 피트니스	가정용 운동기구, 아령, 줄넘기, 홈라후프, 요가매트, 스포츠 의류
	홈 쿠킹	가공식품, 베이킹재료, 에어프라이어, 전자레인지, 식기세척기
	홈 케어	이발기, 염색제, 매니큐어, 네일 리무버 등 헤어·네일 케어제품, 고주파 마사지기, LED마스크 등 스킨케어용 뷰티 디바이스
	홈 편	콘솔·보드·온라인게임, OTT서비스 (넷플릭스, 아마존프라임 비디오, 디즈니+ 등), 반려동물 용품, 정원용품
생활 필수품	식료품	과일, 채소, 육류, 낙농품, 신선식품, 과자, 음료, 간편식품
	생활용품	화장지, 세제, 욕실용품, 홈 인테리어, 청소용품

[표 3] 코로나19 이후 온라인 소비 증가 품목

자료 : Stackline, Technode, Adobe, Nielsen 등 자료 취합, 2020

- 고령층 쇼핑 증가 - COVID-19 고위험군인 고령 소비자들이 온라인 쇼핑에 나서고 있으며, 이에 따라 IT 기기와 인터넷 사용에 능숙한 '실버 서퍼'가 중요 전자상거래 고객층으로 부상했다. COVID-19를 식료품 배송, 온라인동영상 서비스(OTT) 등 새로운 서비스를 접하는 고령 소비자가 늘고 있다. COVID-19 치명률이 높아 그 어느 세대보다 엄격한 외출 자제가 요구되고, 과거 오프라인 쇼핑을 더 선호했던 만큼 COVID-19로 인한 온라인 구매 전환이 가장 두드러지는 세대이기도 하다. 고령화가 진행 중인 선진국에서는 COVID-19 이후에도 고령층의 온라인 쇼핑 추세가 이어질 가능성이 크다.
- 온·오프라인 융합 - 매장 운영이 제한된 소매유통 기업들이 온라인 전환에 박차를 가하고 있다. 기업들은 온라인에서 구매한 상품을 매장에서 픽업하는 'BOPIS(Buy Online, Pick-Up in Store)'나 차에 탄 채로 상품을 받는 '드라이브스루(Drive-through)' 등 다양한 유통방식을 도입해 늘어난 수요와 고객 니즈에 대응하고 있다. 중국에서는 COVID-19 이후 실시간 방송과 쇼핑이 결합된 라이브 스트리밍 커머스가 더욱 인기를 끌고 있다. 이처럼 COVID-19를 계기로 온·오프라인 간 경계가 사라지면서, 모든 판매 채널을 유기적으로 통합한 옴니채널 구축이 유통 기업의 핵심 과제로 대두했다. 앞으로는 소비자가 채널 제약 없이 자유자재로 제품 주문, 픽업, 사후서비스 등을 이용할 수 있도록 매끄러운 소비자 경험을 제공하는 것이 경쟁력 확보에 큰 영향을 미칠 것이다.
- 혁신 정보기술(IT) 도입 - 매장을 방문해 직접 제품을 보고 구매하는 전통적인 쇼핑 방식이 사라지면서 이를 보완하기 위해 인공지능, 사물인터넷, 증강현실 등 4차 산업혁명의 주요 기술들이 전자상거래에 녹아들고 있다. 인공지능(AI)의 경우 반복되는 고객 문의에 효율적으로 대응하는 챗봇이나, 소비자가 음성으로 상품 주문을 할 수 있는 스마트 스피커 등에 널리 사용되고 있다.



또한 사물인터넷(IoT) 기술을 바탕으로 물류 전 과정에서 실시간 이력 추적이 가능하도록 하는 센서나, 전자기기 소모품이 떨어졌을 때 자동으로 주문을 넣어주는 서비스 등이 구현되고 있다. 화장품, 의류, 가구 등 직접 제품을 보거나 테스트하는 것이 중요한 품목에서는 증강현실(AR) 기술이 도입되며 소비자의 언택트(Untact) 소비가 쉬워지고 있다.

5. COVID-19의 확산은 전통적인 대면 소비 방식을 원천적으로 차단함으로써 소매 유통시장에 쇼크를 가져왔으며, 고객과 기업 모두에게 온라인 전환을 필수 불가결한 선택으로 대두시켰다. 새로운 품목과 고객층, 온-오프라인 판매 채널의 융합 등 전자상거래 시장에 나타난 변화는 COVID-19가 종식된 이후에도 이어질 전망이다. 새로운 트렌드에 적극적으로 대응한 기업에는 신규 고객과 비즈니스를 발굴하는 기회가 될 수 있으나, 유통 공룡들의 치열한 경쟁과 정보기술 개발에 대응하지 않은 기업들은 외면받을 가능성이 크다. 끊임없이 진화하는 첨단 기술과 소비 트렌드를 반영해 발 빠르게 새로운 가치를 창출하고, 고객 관점에서 매끄럽고 편리한 최적의 소비자 경험을 제공하기 위한 노력이 필수적이다.

### 3) Why Blockchain?

1. Smart Contract를 통한 투명하고 신뢰할 수 있는 거래 생태계 구현

- 혁신이 적용된 디지털 이코노미 생태계에서 투명한 거래는 필수적이다. 블록체인의 핵심인 Smart Contract를 통한 거래는 모든 기록을 투명하게 남기기 때문에 이러한 시스템 구현에 꼭 필요하다. LF 플랫폼 내에서 로깅(logging)되는 모든 거래는 Smart Contract에 의해 제작되고, 관리되고, 기록된다.

2. 금융사의 데이터 보호 및 보안에 대한 요구수준 충족

- LF 플랫폼은 강화된 DID 금융보안 표준에 따라 금융사와 동일하거나, 필요기준 이상을 충족하는 수준의 보안시스템 구축을 기본으로 설계되었다. 디지털 결제 시스템 중 현존 결제시스템 가맹 제공사의 다수는 카드사, 은행, 보험사 등의 금융사들이며 매년 엄청난 금액을 보안에 쏟아붓기 때문에 이들을 LF 플랫폼의 플레이어로 받아들이기 위해서 이들의 요구수준 이상의 데이터 보안 표준을 충족시키는 것이 필수적이다. 때문에 LF 플랫폼의 시스템 설계는 블록체인 기술을 기반으로 진행되었다.

또한 LF는 해외 다수의 결제 업체들과 계약 및 시스템 개발을 진행하면서 AML 이슈를 홍콩, 태국 등 다수의 국가에서 인증 받은 경험을 지니고 있다. 이 경험을 바탕으로 AML, CFT 등을 다양한 국가에서 승인 받을 수 있는 파운데이션을 보유하고 있다.

# 03 Current Status of Technology

## 1) 지금까지의 블록체인 기술

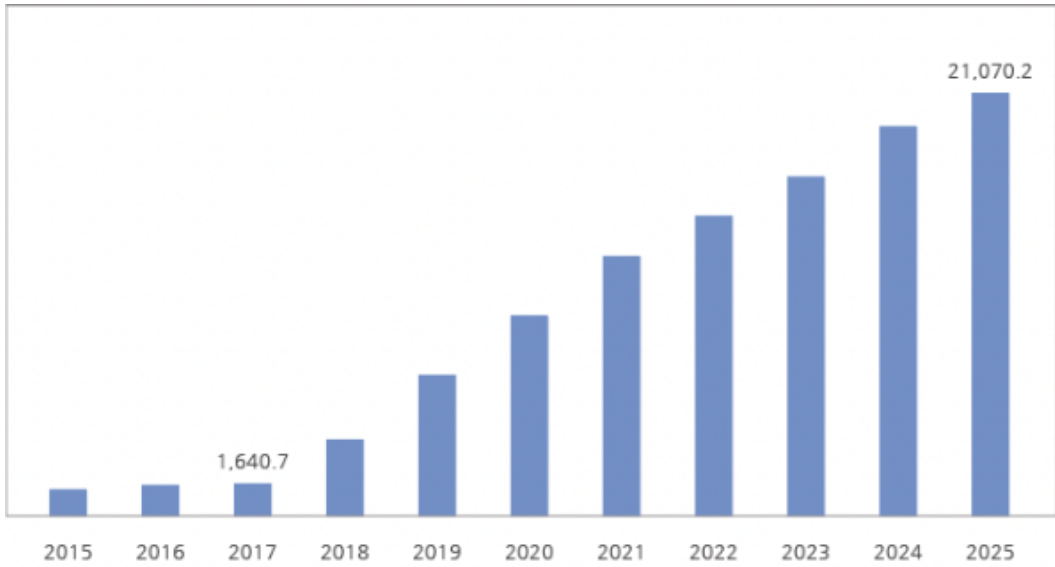
블록체인이란 네트워크 내 모든 참여자가 공동으로 거래 정보를 검증하고 기록·보관함으로써, 공인된 제3자 없이도 거래 기록의 신뢰성을 확보할 수 있는 기술이다. 기존의 '블록체인 1.0'은 디지털 통화의 유통·거래가 주기능이었다면, '블록체인 2.0'에서는 플랫폼을 통한 응용성이 강화되면서 다양한 분야로 확장할 수 있게 되었다. 금융 분야에서는 블록체인의 도입으로 거래소를 통하지 않고 송금, 증권 등의 금융거래가 가능해져 수수료 절감, 정산 시간 감소 등의 효과가 기대된다. 또한, 비금융 분야에서는 의료정보 공유, 자격증 인증, 이력 추적 등의 서비스에 적용될 전망이다.

최근 들어 모바일 결제, 전 세계 배송, 핀테크, 의료분야, 에너지, 부동산에 이르기까지 여러 업계가 파일럿 프로젝트와 실제 도입을 늘리는 추세이다. 다양한 산업군에서 수많은 기업이 파일럿 프로그램과 실제 프로젝트를 이미 진행하였거나 서비스를 개시할 준비를 하고 있다.

특히, 정보통신 기술혁신으로 PC와 스마트폰을 이용한 온라인 거래 및 기술이 보편화되면서 기술·경제 측면을 넘어서 사회적 측면까지 영향을 미치기 시작하고 있어 엄청난 잠재력을 가지고 있으며 추후에도 기술 도입이 꾸준히 이루어질 것으로 보인다.

## 2) 블록체인 시장 규모

블록체인 기술 시장 규모는 지난 2017년 16억 4000만 달러 수준에서 매년 40% 가까이 성장하면서 2025년에는 210억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다. 전 세계 기업들이 블록체인 연구개발에 대한 투자를 꾸준히 늘리면서 이러한 성장을 촉진하고 있으며 특히 COVID-19 사태로 인한 경제침체가 심화하고 있는 상황에서도 블록체인 프로젝트를 추진하는 일부 기업들은 오히려 투자 기회를 모색하며 시장 모멘텀을 더하고 있다.



[그림 2] 글로벌 블록체인 기술 시장 규모 2015-2025(US \$Million)

자료 : www.fortunebusinessinsights.com 2020.05

대기업이 과감한 투자로 시장을 선점하는 전략을 취하면서 소규모 스타트업은 도태될 수 있지만, 전체 산업은 성숙 단계로 진입할 수 있다고 볼 수 있다. 이에 따라 기업 규모와 경험은 기업 생존에 더욱 핵심적인 요인이 될 전망이다. 투자 증가로 인한 기술 연구개발 확대는 공공 부문과 정부 기관의 인식과 제도 개선으로 이어져 산업 발전에 박차를 가할 것으로 보인다.

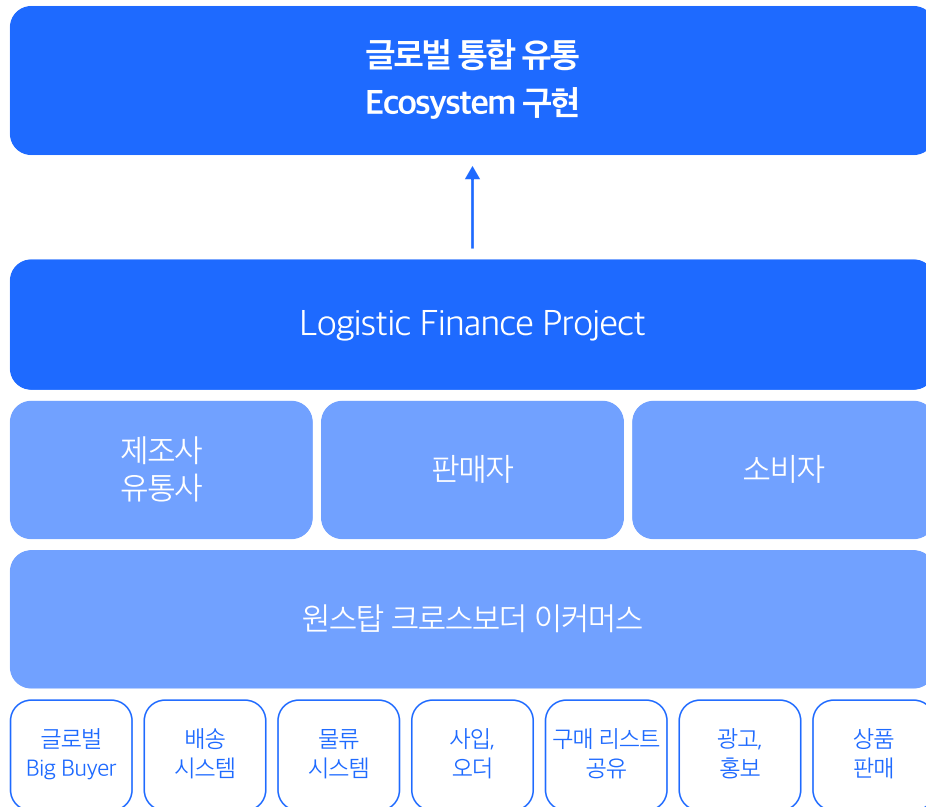
블록체인 기술을 가장 활발히 응용하는 산업으로는 은행, 금융서비스, 보험 등의 BFSI(Banking, Financial services, Insurance) 들 수 있고 제조, 의료, 도소매 유통, 에너지, 공공 부문에서도 블록체인 기술이 적극적으로 활용될 것으로 예측된다.

특히 블록체인 기술은 향후 인공지능(AI)이나 사물인터넷(IoT) 등 4차 산업혁명을 이끄는 핵심기술들과도 융·복합될 가능성이 크다. 대용량 데이터의 수집과 운용이 중요해지는 4차 산업혁명 시대에 블록체인은 데이터 보안은 물론 개별 데이터에 대한 개인의 통제권을 강화함으로써 빅데이터 시장의 확산을 이끌 것으로 예상된다.

# 04 LF Platform Solution

## (LF 플랫폼 솔루션)

- Service Architecture



[그림 4] LF의 서비스 구성

LF는 글로벌 통합 유통 생태계를 만든다. 모든 사용자는 LF 자체 애플리케이션을 통해 쇼핑 뿐만 아니라 결제와 송금, 생활 서비스까지 편리하게 활용할 수 있다.

기존 결제 서비스 / 플랫폼들이 시행착오를 겪은 주요 부분으로는 1) 지역 / 문화 / 플랫폼 별로 상이한 결제 환경, 2) 기술 집약적 환경에 익숙하지 않은 가맹 사업자들의 재학습 이슈, 3) 낮은 블록체인 기술 이해도와 부족한 Smart Contract 기술력, 4) 정책 친화적이지 않고 불법에 가까운 비즈니스 모델 설계 등이다. LF가 만들어갈 결제 인프라는 선도 기업들이 겪은 이러한 시행착오들을 해소하거나, 약화시킬 것이다. LF는 1) 어떤 환경에서든 사용할 수 있고, 2) 사용하기 위해 많은 학습이 필요하지 않으며, 3) 높은 보안성과 기술력을 가지고 만들고, 4) 정부의 VASP(가상자산사업자) 요건과 AML 등 해외 결제 사업 인증을 확보하는 것을 당연한 서비스의 목표로 잡고 대한민국을 포함한 전세계의 디지털 이코노미에 혁신을 부여할 것이다.

LF는 기존의 이커머스 시장에 존재하는 문제점의 해결 방법을 블록체인 기술에서 찾고자 한다. LF는 블록체인 기술을 이용하여 전세계 공급자와 유통자 그리고 구매자가 만나 자유롭게 상품을 거래하고 투명하게 수익을 나누는 생태계를 구성한다.

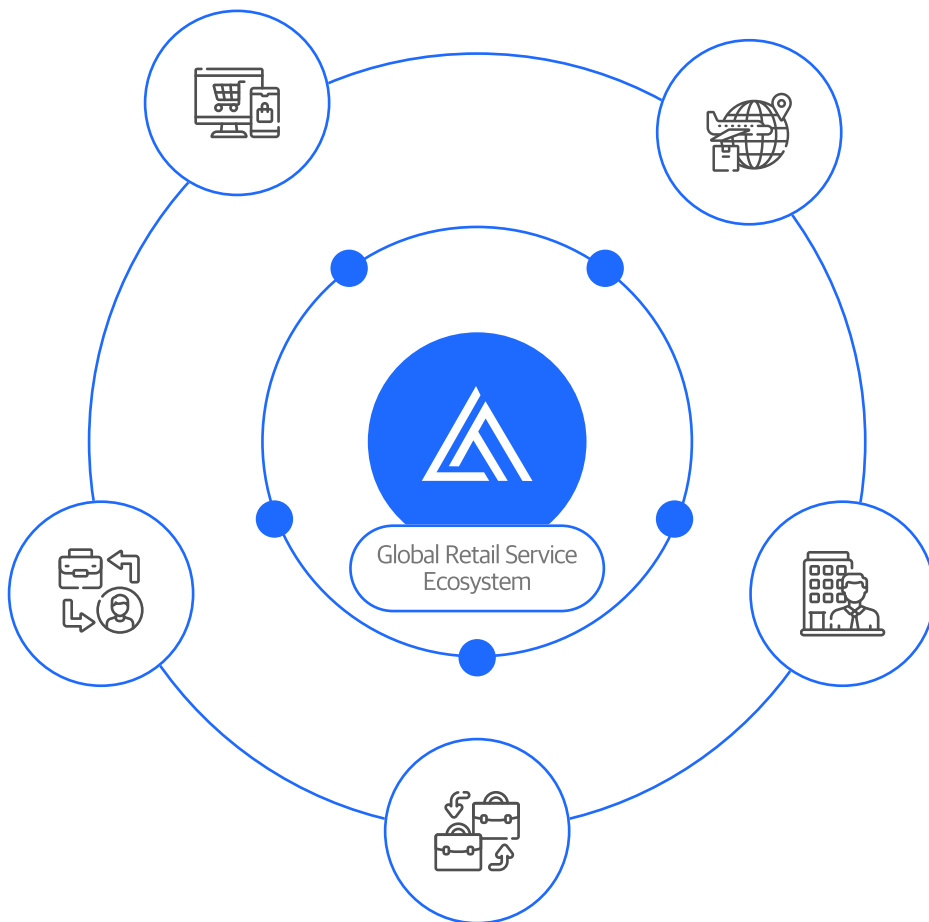
LF가 추구하는 가치는 아래와 같다.

1. 자유로운 LF의 생태계 구성원으로서의 참여
2. 전 세계의 Supplier(브랜드)와 유통자 및 소비자의 연결
3. 자사 쇼핑몰을 이용한 생태계 참여자가 신뢰할 수 있는 상거래 생태계 구축
4. 투명한 Supplier(브랜드)와 소비자 간 매칭 시스템과 체계화된 협의 시스템 지원
5. 소비자에게 믿을 수 있는 상품을 합리적인 가격에 제공
6. 생태계 내 참여자 및 기여자의 이익 극대화
7. LF 블록체인 기술을 활용한 거래 용이성과 데이터의 투명성 보장

# 05 LF Ecosystem

LF는 앞에서 살펴본 블록체인과 가상자산 기술의 발전과 밝은 미래를 확신한다. 수학적 알고리즘이 보장하는 ‘비신뢰 기반(Trustless)’ 거래 시스템이라는 개념은 인류가 생각할 수 있는 최고의 개념적 경제 혁명이라고 할 수 있다. 그러나 위에서 보았듯이 넘어야 할 요소가 분명히 존재한다. 우리가 주목하는 부분은 글로벌 유통 시스템 내에서 ‘효율성’과 ‘사용성’의 향상에 있다.

실제 수요자가 현실에서 요구하는 다양한 유통 거래 요구와 블록체인만이 가지는 고유한 특징을 쉽게 활용할 수 있게 접목하는 것을 우리의 과제로 생각하고 있다. LF의 글로벌 유통 서비스 생태계는 아래와 같이 구성된다.



[그림 5] LF 글로벌 유통 서비스의 생태계 구성도

## 1. B2B 서비스

LF는 전 세계 리테일러와 브랜드를 직접 연결한다. 축적된 노하우를 바탕으로 한 분석을 통해 리테일러들에게 원하는 성과와 기능 등 각자에게 최적화된 제품 정보를 선별 제공해 구매할 수 있도록 한다. 이미 글로벌 기업과의 유통 거래 계약을 완료하였고, 글로벌 주요 브랜드와의 제휴 확장을 통해 모든 국가의 브랜드와 리테일러를 매칭하는 것을 목표로 한다.

## 2. B2C 서비스

LF는 2015년부터 타오바오, 티몰 등 중국 내 온라인 BM 운영 경험을 보유하고 있으며, 다양한 온라인 쇼핑몰의 운영경험과 인력을 보유하고 있으며, 중국 시장뿐만 아니라, 동남아시아 및 기타 해외 국가로 서비스를 확장 중에 있다. 또한 추후 서비스 추가를 통해 역직구를 희망하는 한국 온라인 쇼핑몰과의 판매 및 마케팅 제휴로 미국, 일본, 러시아, 브라질의 구매대행 서비스를 런칭 할 예정이다.

## 3. 자사 쇼핑몰(오픈 예정)

LF는 자사쇼핑몰을 통해 K-뷰티 제품뿐만이 아닌 식품, 의류, 생활용품 등을 최적의 가격으로 제공하고, 기존 카테고리 중심에서 이슈 중심으로 소싱 및 큐레이션 한다. 또한 차별화된 소싱 네트워크를 바탕으로 소싱 경쟁력을 확보하며, 사용자의 취향과 관심사를 활용하여 순도 높은 사용자 경험을 제공한다.

## 4. 글로벌 물류 서비스

LF는 공동 물류 체계를 통해 물류비용을 절감시키고 자체 물류 보유로 글로벌 크로스보더 이커머스를 지원한다. 해외배송의 복잡한 절차와 까다로운 통관절차를 지원하고, 국내배송보다 4~5배에 달하는 해외배송 물류비를 규모의 경제로서 절감시키며 일반적으로 10일 이상 걸리던 해외 배송을 탄탄한 인프라와 파트너사를 통해 리드타임을 단축한다.

## 5. 글로벌 유통 컨설팅

LF의 글로벌 유통 종합 컨설팅 서비스는 고객 중심의 맞춤형 유통 비즈니스를 제공하기 위해, 해외 현지 전문가 네트워크를 통해 보다 정확하고 신뢰할 수 있는 정보를 제공하고 있다. 상품이나 서비스의 사업성 검토부터 아이템 선정, 소싱, 거래처 발굴, 펀딩, 물류, 통관, 국가 간 결제 시스템 등 글로벌 유통 전반에 대한 컨설팅 서비스를 지원한다. 창업 교육, 쇼핑몰 해외진출 지원, 오픈마켓 연동 및 마케팅 서비스를 지원함으로써 유통 비즈니스 스타트업의 글로벌 진출을 돕는다.

# 06 Token Economy

## (토큰 이코노미)

### • Logistic Fundamental Coin (LF Coin)

#### 1. 발행 정보

- 코인명 : Logistic Fundamental Coin (LF Coin)
- 심볼 : LF
- 체인: 클레이튼(KLAYTN) Chain
- 총 발행량 : 30,000,000 LF

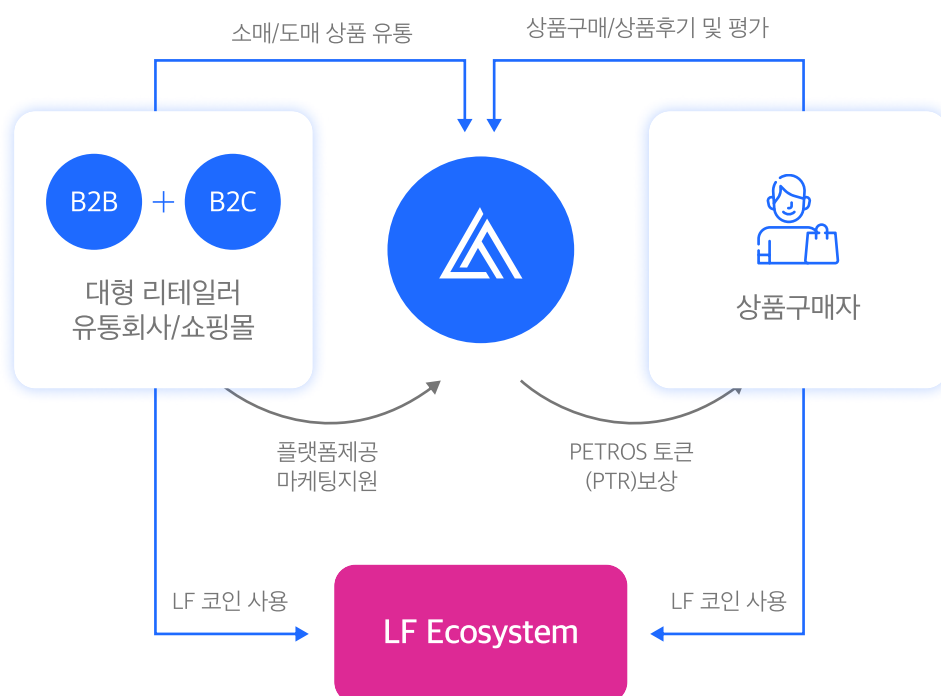
#### 2. LF Coin 분배

(원 그래프 형태로, 회사 55%, 팀 5%, 서비스 15%, 마케팅 10%, 세일 15%)

- LF Project Service : 4,500,000 LF
- 마케팅 : 3,000,000 LF
- 팀원 / 어드바이저 : 1,500,000 LF (보호예수 3년)
- 리저브 물량(재단) : 16,500,000 LF (보호예수 3년)

#### 3. LF Coin 활용 및 사용 범위

LF 플랫폼의 기축통화 역할을 하는 LF Coin(LF)으로 글로벌 유통 서비스를 이용하는 제공자와 이용자에게 LF Coin을 이용하는 보상시스템을 지원한다. 각각의 유닛 별로 별도의 smart contract가 적용되며, 전체 정보가 합산되어 최종적으로 리워드로 연결되는 구조를 가진다.



[그림 6] LF Coin 활용 및 사용 범위



LF 글로벌 유통의 기업 파트너들의 도매 물품 대금 결제를 LF Coin으로 사용 가능하며, 총 결제대금의 2%를 LF Coin 보너스 또는 즉시 할인 적용으로 받는다. 또한, 자체 유통 쇼핑몰 이용자들은 상품을 구매할 때 LF Coin을 사용하여 상품을 구매할 수 있으며, 상품 후기와 평가 등의 커뮤니티 활동을 통해 LF Coin을 보상으로 지급받는다.

이렇게 리워드 받은 LF Coin은 외부거래소에서 현금화할 수 있으며, 반대로 모든 참여자 또는 기여자는 LF Coin 플랫폼 생태계 내의 상품 및 서비스를 구매하기 위한 목적으로 LF Coin을 외부거래소에서 구매할 수 있다.

LF 내 글로벌 유통 비즈니스로 LF Coin 사용 유도를 위한 추가 방안은 아래와 같다.

- 대형 리테일러 및 유통 회사들의 LF Coin 보유량에 따라 상품의 거래 시 할인을 받을 수 있다. 이를 통해 일정량의 토큰을 보유하기 위해 외부에서 구매 방식과, 고객의 토큰 결제 방식에 대해 점진적 수용이 가능하다.
- 상품 구매 시에도 토큰으로 구매할 때는 카드 수수료 등에 해당하는 금액을 할인받을 수 있다. 따라서, 같은 상품이라 하더라도 LF Coin으로 구매시 할인 혜택을 더 받을 수 있다.
- 자체 쇼핑몰 및 오프라인 매장에서 프로모션과 고객 체험을 위해 LF Coin으로만 구매 가능한 제한적인 Special Deal을 운영할 수 있다. 이를 통해 고객은 LF Coin을 통한 구매 경험을 쌓아갈 수 있으며, 혜택을 더 오래, 많이 받기 위해 LF Coin을 보유하고 구매하는 빈도를 늘려갈 것이다.

# 07 ROADMAP

(로드맵)

---

2023. 05 ~

LF Crypto Wallet 출시

2023. 06 ~

LF Crypto Wallet /서비스 연동 시스템 개발

2023. 08 ~

LF글로벌 사업부 프랑스법인. 싱가포르법인. 미국법인 설립예정

2023. 09 ~

LF Coin+ 서비스 연계 Beta 시작 (A)

2023. 10 ~

LF 프로젝트팀 글로벌지사 설립 예정  
(베트남, 태국, 캄보디아, 러시아)

2023. 12 ~

LF 프로젝트 자사 쇼핑몰 오픈

2024. 02 ~

LF 글로벌 지사 확장 (인도, 대만, 브라질)

2024. 04 ~

LF 해외 결제 오픈(태국/홍콩\_17개국)

2024. 04 ~

B2C 비즈니스 확장 및 라이브 커머스 시장 진출

# 08 Legal Disclaimer

## (면책 조항)

이 섹션과 아래에 등장하는 섹션들을 주의 깊게 읽기 바랍니다. 섹션들은 각각 “책임의 면책”, “진술 및 보증의 금지”, “귀하의 진술 및 보증”, “향후 예상 진술에 대한 주의 사항”, “시장 및 산업 정보 및 기타 동의 사항 없음”, “조언 및 불만 사항”, “추가 정보 또는 업데이트 없음”, “배포 및 분쟁에 대한 제한”, “증권 또는 등록의 불이행” 및 “위험 및 불확실성”입니다.

만약 당신이 취해야 할 조치에 대해 의문이 있다면, 당신은 당신의 법률, 재정, 세금 또는 다른 전문 고문과 상의해야 합니다.

LF Coin은 어떤 관할권에서도 유가증권을 구성하려고 의도된 것이 아닙니다. 본 백서는 어떤 종류의 안내서나 제안문서도 아니며 어떤 관할지의 유가증권에 대한 유치 또는 투자 유치를 구성하기 위한 것이 아닙니다.

본 백서는 LF Coin을 구입, 혹은 판매하기 위한 업체의 제안 또는 요청에 따라 의견을 구성하지 않았습니다. 또한 본 백서에 나와있는 LF Coin은 어떤 계약이나 투자 결정과 관련되어 있지 않습니다.

본 백서에 기초하여, LF Coin의 판매 및 구매와 관련하여 구속력이 있는 어떤 법적 약속도 체결할 수 없으며, 어떠한 디지털 자산이나 다른 형태의 지불도 받아들여질 수 없습니다.

LF Coin의 판매 및 구매와 관련하여, 구매자로서의 당신과의 모든 합의(본 백서에서 언급된 바 있음)는 해당 계약의 약관을 명시한 별도의 문서에 의해서만 관리됩니다.

LF와 본 백서 사이에 불일치가 있을 경우, 전자가 우선적으로 고려됩니다. 어떤 규제 당국도 본 백서에 명시된 정보를 조사하거나 승인하지 않았습니다. 법률, 규제에 관련된 필요사항과 관할에 대한 법률하에 그러한 조치는 취해지지 않았고, 앞으로도 취해지지 않을 것입니다. 본 백서의 발행, 배포 또는 보급은 해당 법률, 규제 요건 또는 규칙이 준수되었음을 의미하지 않습니다.

(각각 본 백서에 언급된 바와 같이) LF 및 해당 사업 및 운영 주체, LF Coin, LF 초기 토큰 판매, LF와 전 지지갑과 관련된 위험과 불확실성이 있습니다. 본 백서의 어떤 부분도 본 조 및 “책임의 면책”, “진술 및 보증의 금지”, “귀하의 진술 및 보증”, “향후 예상 진술에 대한 주의 사항”, “시장 및 산업 정보 및 기타 동의 사항 없음”, “조언 및 불만 사항”, “추가 정보 또는 업데이트 없음”, “배포 및 분쟁에 대한 제한”, “증권 또는 등록의 불이행” 및 “위험 및 불확실성”이라는 제목의 섹션들을 포함하지 않고서는 복제, 배포되지 않습니다.

## 책임의 면책

LF는 관련 법률, 규정 및 규칙에 의해 허용된 최대 범위까지, 간접적인, 특별한, 부수적인, 결과적인 그 어떠한 손실에 대한 책임도 지지 않습니다. 또한 본 백서에 명시되어 있는 사항들에 관련되어 있거나, 그에 의해 발생하는 불법행위 혹은 계약(매출, 수입, 수익에 대한 손해와 사용 또는 데이터에 있어서의 손해에만 국한되지 않으나, 이러한 부분들도 포함)에 대한 책임 또한 없습니다.

## 진술 및 보증의 금지

LF는 본 백서에 나와 있는 정보의 진실, 정확성 및 완전성과 관련한 진술, 보증 또는 약속을 포함하여 어떠한 주체나 개인에 대해 어떠한 형태로든 진술, 보증 또는 약속도 하지 않습니다.

## 귀하의 진술 및 보증

본 백서 또는 그 일부 (경우에 따라)에 있는 정보의 소유권에 접근하거나 이를 수락함으로써 귀하는 LF를 다음과 같이 진술하고 보증합니다.

- 귀하는 LF Coin이 어떤 관할권에서도 어떤 형태로든 유가증권을 구성하지 않는다는 것에 동의하고 인정합니다.
- 귀하는 본 백서가 어떤 종류의 안내서 또는 제안서를 구성하지 않으며 어떠한 관할권이나 유가 증권 투자를 위한 유치 제안을 구성하기 위한 것이 아니며 귀하는 어떠한 계약이나 법적 구속력이 있는 것을 체결할 의무가 없음과 디지털 자산 또는 기타 지불 방법이 본 백서에 근거하여 수용될 수 없음을 인정하고 동의합니다.
- 귀하는 어떤 규제 당국도 본 백서에 명시된 정보를 조사하거나 승인하지 않았고, 법률, 규제에 관련된 필요사항과 관할에 대한 법률하에 그러한 조치는 취해지지 않았고, 앞으로도 취해지지 않을 것이며 본 백서의 발행, 배포 또는 보급은 해당 법률, 규제 요건 또는 규칙이 준수되었음을 의미하지 않는다는 것을 동의하고 인정합니다.
- 귀하는 본 백서, 즉, LF 초기 토큰 판매의 착수 및/또는 완료에 대해서, 또는 디지털 자산 교환에 대한 LF Coin의 향후 거래에 대해서 (본 백서에서 언급하는 대로 각각) LF, LF Coin, LF 초기 토큰 판매와 LF 과 LF 월렛의 장점을 보여준다고 해석되거나 간주하지 않는다는 사실을 동의하고 인정합니다.
- 본 백서나, 백서의 일부 또는 사본, 혹은 귀하가 수락한 동일한 내용에 대한 배포나 보급은 귀하의 관할 구역의 해당 법률, 규정 또는 규칙에 의해 금지되거나 제한되지 않으며, 만일 그러한 것들에 대한 소지와 관련된 제한이 적용되는 경우, LF에 대한 책임 없이 귀하는 그러한 모든 제한에 대해 자신이 대가를 치러야 합니다.
- 귀하는 LF Coin을 구매하고자 하는 경우 LF Coin을 다음과 같이 해석, 이해, 분류 또는 취급할 수 없음을 인정하고 동의합니다.

- 디지털 자산 이외의 모든 종류의 통화.
- 어떤 개인이나 단체 (LF)가 발행한 채권, 주식 또는 지분
- 그러한 채권, 주식 또는 지분과 관련한 권리, 옵션 또는 파생 상품
- 이익을 확보하거나 손실을 피하기 위한 목적(또는 이러한 목적인척하는)의 다른 계약 하에서의 권리

- 집단 투자 계획의 단위
- 사업 신뢰의 단위
- 사업 신탁에 있는 사업 단위의 파생상품
- 기타 증권 또는 증권류

- 귀하가 미국의 시민권자, 거주자 (세금 또는 기타) 또는 영주권자이거나 싱가포르시민이나 거주자인 경우 LF Coin을 구입할 자격이 없다는 것을 충분히 알고 있으며, 이해하고 있습니다.

- 귀하는 디지털 자산, 블록체인 기반 소프트웨어 시스템, 디지털 자산 지갑 또는 기타 관련 토큰 저장 메커니즘, 블록체인 기술 및 스마트 계약 기술의 작동, 기능, 사용, 저장, 전송 메커니즘 및 기타 중요 특성에 대한 기본적인 이해를 가지고 있습니다.

- 귀하는 LF Coin을 구매하고자 하는 경우 LF, 해당 사업 및 운영 주체, LF Coin, LF 초기 토큰 세일 및 LF 전자지갑(본 백서에서 언급하는 대로 각각)과 관련된 위험이 있음을 충분히 알고 있습니다.

- 귀하는 LF는 간접적인, 특별한, 부수적인, 결과적인 그 어떠한 손실과 귀하가 이 백서 또는 그 일부를 수락하거나 신뢰하는 것과 관련하여 발생하는 불법행위 혹은 계약(매출, 수입, 수익에 대한 손해와 사용 또는 데이터에 있어서의 손해에만 국한되지 않으나, 이러한 부분들도 포함한다)에 대해 책임지지 않는다는 것에 동의하고 인정합니다.

- 귀하가 본 백서나 (경우에 따라) 백서의 일부를 소유하거나 소유하는 것을 수락한 시점으로부터 위의 모든 진술 및 보증은 모두 진실이며 완전하고 정확하며 오해의 소지가 없습니다.

## 향후 예상 진술에 대한 주의 사항

본 백서에 포함된 모든 진술이나 보도 자료 또는 대중이 접근할 수 있는 모든 장소에 공개된 진술과 LF와 그들을 대신하여 활동하는 회사의 임원 또는 직원(경우에 따라)의 구두 진술은 과거의 사실에 대한 진술이 아닌, “미래 예상 진술”로 여겨집니다. 이러한 진술 중 일부는 다음과 같은 미래지향적인 용어로 확인할 수 있습니다: “타겟”, “목표”, “예상”, “믿음”, “가능”, “예측”, “기대”, “만약”, “의도”, “아마도”, “계획”, “가능함”, “유망한”, “프로젝트”, “해야 한다”, “하겠다”, “할 것이다” 등.

그러나 이러한 용어들이 미래 예측 진술을 식별하는 유일한 수단은 아닙니다. LF의 재무상태, 사업전략, 계획 및 전망 그리고 LF가 속한 산업의 전망에 관한 모든 진술은 장래 예상에 대한 진술입니다. LF의 매출 및 수익성, 전망, 향후 계획, 기타 예상 업계 동향 및 LF에 관한 이 백서에서 논의된 기타 사항에 대한 진술을 포함하되 이에 국한되지 않는 향후 전망 진술은 과거의 사실이 아니라 단지 예측입니다.

이러한 미래 전망 진술에는 알려지거나 알려지지 않은 위험들, 불확실한 요소들과 실제 미래의 결과와 어떠한 미래 결과나 기대했던 것과는 다른 LF의 실적과 성과를 초래할 수 있는 다른 요소들이 포함되어 있습니다. 이러한 요인은 다음과 같습니다:

- LF가 각각의 사업과 운영을 수행하는 국가의 정치, 사회, 경제 및 주식 또는 디지털 자산 시장 상황 및 규제기관 환경의 변화

- LF가 각각의 사업 전략과 미래 계획을 실행하거나 실행할 수 없는 위험 - 명목화폐 및 디지털 자산의 이자율 및 환율 변동

- LF의 예상 성장 전략 및 내부 성장 예상 변화
- LF가 각각의 사업 및 운영과 관련하여 지불해야 하는 수수료와 이용 가능성의 변화
- LF가 각자의 사업과 운영을 위해 요구하는 직원의 가용성과 급여의 변화

- LF의 고객 선호 변화
- LF가 운영하는 경쟁 조건의 변화와 LF가 그러한 조건에서 경쟁할 수 있는 능력의 변화
- LF의 향후 자본 수요 변화 및 그러한 수요에 대한 자금 조달 및 자본의 이용 가능성 변화
- 국제 또는 국내 전쟁이나 테러 행위
- LF의 사업 및/또는 운영에 영향을 미치는 재앙, 자연재해 및 신의 행위 발생
- LF가 통제할 수 없는 다른 요소
- LF의 사업과 운영, LF Coin, LF 초기 토큰 판매, LF과 전자지갑(각각 백서 참조)에 관련한 위험이나 불확실성

LF나 이들을 대신하여 활동하는 사람에 의해 만들어진 모든 미래 예상 진술은 이러한 요소들에 의해 명시적으로 한정적입니다. 본 백서에 기술된 미래 예상에서 표현하고 기대했던 것과는 다른 LF의 실적과 성과를 초래할 수 있는 위험들과 불확실성을 감안할 때, 이러한 진술에 과도하게 의존해서는 안 됩니다. 이 미래 예측 진술은 백서 작성일 현재에만 적용됩니다.

LF 또는 그 어떤 사람도 LF의 실제 미래 결과, 실적 또는 성과는 이러한 미래 전망 진술에서 논의되지 않을 것이라고 진술하거나 보증하지 않으며 책임을 지지도 않습니다.

LF의 실제 결과, 실적 또는 성과는 이러한 미래 예측 진술에서 제시된 것과 크게 다를 수 있습니다.

이 백서는 LF의 미래 성과나 정책을 약속으로 의존하거나 대표하거나 약속하는 어떠한 내용도 포함되어 있지 않습니다. 또한 LF는 새로운 정보가 이용 가능해지거나 미래에 다른 사건이 발생하더라도 미래 발전, 사건 또는 상황을 반영하여 이러한 미래 예측 진술의 수정을 공개적으로 발표하거나 갱신할 어떠한 책임도 지지 않습니다.

## 시장 및 산업 정보 및 기타 동의 사항 없음

본 백서에는 시장 조사, 공개적으로 이용 가능한 정보 및 업계 간행물뿐만 아니라 내부 조사, 보고서 및 연구 (적절한 경우)에서 얻은 시장 및 업계 정보 및 예측이 포함되어 있습니다.

이러한 조사, 보고서, 연구, 시장 조사, 공개된 정보 및 출판물은 일반적으로 그들이 포함하고 있는 정보가 신뢰할 만하다고 믿어진 출처에서 얻었지만 그러한 정보의 정확성이나 완전성에 대한 확신이 없음을 명시하고 있습니다.

LF 및 각 사의 이사, 임원 및 직원을 제외하고는 백서와 관련하여 누구도 자신의 이름 및/또는 그 사람에게 귀속되는 것으로 인지된 기타 정보의 포함에 동의하지 않았습니다.

이러한 개인에 의한 해당 정보의 정확성 또는 완전성에 관한 표현, 보증 또는 이행이 제공되거나 제공된다고 주장되지 않으며, 그러한 개인은 동일한 업데이트를 제공할 의무가 없습니다.

## 배포 및 분쟁에 대한 제한

본 백서 또는 그 일부분의 배포 또는 보급은 법률, 규제 요건 및 관할권의 규칙에 의해 금지 또는 제한이 있을 수 있습니다. 제한이 적용되는 경우, 백서 또는 그 일부에 대한 귀하의 소유에 적용되는 어떤 제한 사항에 대해 귀하는 자신의 비용으로 처리하여야 하며 책임은 LF에는 없고 귀하에게 있음을 통보하고 이를 준수하여야 합니다.

본 백서의 사본이 배포되거나 보급되어 백서의 접근권이 제공되었거나, 아니면 소유권이 있는 백서를 가지고 있는 개인은 그 백서를 다른 사람에게 전파하거나, 본 백서와 더불어 포함된 정보를 어떠한 목적으로든 복제 또는 배포하거나, 동일한 상황이 일어나도록 허용하거나 유발해서는 안 됩니다.