



BNS Bay

New Paradigm of the E-commerce

BNS Bay白皮书

1. 摘要

- A. 序文
- B. 背景
- C. 建议

2. 特点

- A. 区块链与互联网
- B. 共识与节点(NODE)
- C. Aggregator App & Meta Shopping

3. 应用

- A. 支付方式(Payment Token)
- B. 积分与奖励(Point & Reward)
- C. 等级体系
- D. 商品供给方可构成成长型基金

4. 生态体系

- A. 商品流生态体系(Product Flow Ecosystem)
- B. 货币流通生态体系(Currency Flow Ecosystem)
- C. 分散单一账本

5. BNS Application

- A. Dashboard
- B. Processe (User Base)

6. 通证生态体系(Token Economy)

- A. Token Allocation
- B. Use of Funds

7. 路线图(Roadmap)

8. 合作伙伴(Partners)

- A. Our Alliance
- B. Partners

9. 团队(Team)

- A. Team member
- B. Advisor

该中文白皮书为翻译版本，以下对所有内容的诠释均以韩语版白皮书为准。



1. 摘要

A. 序文

随着视频, 互联网, 以及运输·流通产业的发展, “电视购物市场”(在家购物)的形成已有了20年的历程。消费者可通过电视来得到产品的宣传, 在看电视的同时还可以进行购物的这一系列流程我们可称为T-commerce。而且, 电视购物市场规模随着互联网的发展已扩展到了手机领域当中。因此, 通过该现象还专门形成了一个新词汇, V-commerce。它是以Instagram、Youtube等社交媒体平台为基础, 以视频的方式来进行对产品的宣传与销售。如今, 我们判断在该市场内需要一个把T-commerce与V-commerce进行整合的综合性购物平台网关(Gateway), 也因此决定开展这一新的项目。

在电视购物市场当中, 我们需要向商品销售方与购买方能够提供更好且更为方便的服务。换句话说, 根据商品销售方的信赖程度, 需要提供简化的商品销售登录流程。而且, 为了能够使购买方得到便捷, 我们应该提供富有亲和力的用户体验与相关的商品推荐。

不仅如此, 我们还需要一个从商品购买到配送整个流程内的高效流通方案。在购买商品的过程中所产生的各种手续费(海外购物以及兑换手续费等)以及流通过程中所花费的运输费用等, 这些费用需要达到一个最为合理的标准。

在该流程当中, 商品购买是一项最为重要的环节。商品本身的质量, 销售方与购买方之间的互信尤其重要。根据以此内容, 我们判断出购买方与销售方之间需要形成互信关系, 而这两者之间的关系是通过双方对于实际商品的真实评价以及记录等因素所决定的。

电视购物业界广告公司规模与能力储备系数的展望 2018年电视购物业界广告公司规模(预测)\$17.9B

前年对比增加了7.7%

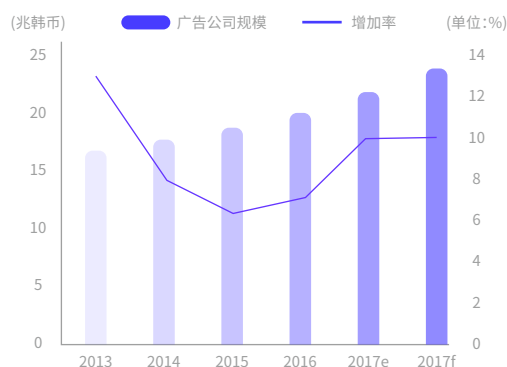


图1) 来源于: 韩国网络购物协会、IBK投资证券

B. 背景

一直以来, 韩国的电视购物市场不断地得到了发展, 直到2018年为止, 相关交易额达179,000亿韩币。其发展速度在2010年之后虽有所减弱, 但从2016年开始恢复到原来的水平, 之后马上又进入到了稳定阶段。随着IPTV的普及, T-commerce方法可以分为两种。1) 收看电视的时候使用遥控器来购买, 2) 使用手机来进行购买。这种“双向购物的模式”也正在不断得到发展。不仅如此, 现在已有很多企业是通过网站、手机软件、提供客户体验的实体店等方式来扩展其销售渠道。

T-commerce已脱离了业内竞争, 与网上购物平台与各界的流通商展开竞争, 并想在从中获得更大的发展。很多采取T-commerce方式的企业, 大部分是向消费者提供不一样的商品来获取更多的客户源, 以此来采取战略性策略, 特别是以独家品牌或本身已持有的品牌商品来不断提高自身的竞争力。这些已成为了不容忽视的重要趋势。

V-commerce产业的发展

根据2017年第四季度为基点, 贸易(Commerce)产业的影响力与电视比起来手机的比重明显提高了许多。根据此现象, V-commerce相关的



TV、手机电视购物影响力的比较

比起电视,手机的比重提高
手机比重逆袭

T-commerce影响力增加

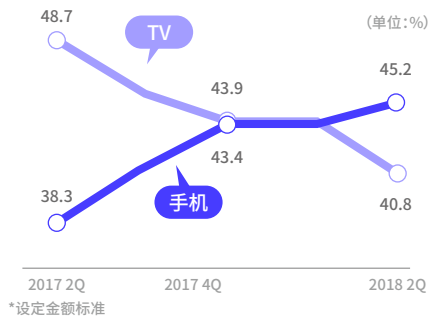


图2) 来源于: GS Home Shopping

各项产业也相继得到了发展。越来越多的人通过社交网络(Social Network Services),如脸书(Facebook)、Instagram、微信(Wechat)、KakaoTalk、line,以及Youtube等手机软件(App)来与该产业领域进行连接。而且,通过网站形式的电视购物视频与广告所产生的购买需求也得到了大幅度的提高。这一系列现象,不仅是因为手机使用范围的扩大,还来自于简单支付服务的发展。该服务也为此现象提供了催化剂的作用。

网络平台的多样化,购物服务品质的提高,交易双方之间费用的缩小等;通过这些因素V-commerce将会有有一个更为可观的发展前景。近期很多作为跟随消费潮流的业内相关企业通过对Influencer(包括但不限于明星,网红,博主等在一定领域有一定大众影响力的人)的聘请,以及与用户之间的实时互动来推动相关领域的发展。

贸易(Commerce)产业的增长与流通市场规模的扩散

在全球范围内,所谓的贸易(Commerce)产业,以及与此相关的流通业市场正在极速地进行扩张。但是,现在很多购物网站上所提供的信息都没有得到规范化的管理。实际上,用户在进行正确的消费,购买便利商品时,这些信息是无法真正提供到帮助的。我们认为从商品的供给、广告与宣传、消费者的购买行为、商品管理与配送、售后服务管理等,不仅是这些程序需要得到统一化的管理,并在流通过程中所需要支付的相应费用的降低也要得到统一化的管理。对于以上的内容,我们需要把它构成一个完整的生态体系,并以此来构成更为合理的服务结构。

C. 建议

根据各项贸易(Commerce)产业的发展趋势来看,韩国的电视购物市场预计,从现在的200,000亿韩币规模,直到2025年为止将发展成为300,000亿韩币规模。而且,我们预期相关的平台与服务的结构也将会得到更大的提升。

现T-commerce市场所面临的最大问题是,因手机市场的扩大,其市场占有率在不断下降。我们希望T-commerce不仅限于付费电视与有线电视的销售,能够与MCN(Multi-Channel Network)的制作方联系后,把已制作完成的视频利用手机来进行扩散,并以此来对V-commerce与销售商品进行共享作为一个有效的解决方法。通过电视渠道而播出的广告视频将会受到韩国国内广播法的制约,因此以上叙述到的方法也可以成为不受相关法律限制的一个途径。

随着手机市场的高速发展,V-commerce产业的发展也逐渐壮大起来,不容小觑。但是,在另一方面,V-commerce也出现了很多的问题。其中最为突出的问题无非就是卖方在销售完商品后不向购买方发送该商品。与T-commerce相比,V-commerce需要承担的责任较小,所以对于产品的品质,退货与交换,退货流程都将会出现一定的困难与问题。需要在短期之内销售大量货物的贸易(Commerce)市场中,属于V-commerce的很多小型MCN公司需要把高品质的产品一次性地进行大量的采购(Sourcing)。这时,它们将需要承担很大的负担。



对此, BNS Bay希望能够建立一个统筹T-commerce与V-commerce的网上购物平台, 以此来连接商品的供给方、销售方、流通方、商品的购买方, 并为他们提供相关服务。该服务的具体内容如下。第一, 从提供商品的供给方得到商品后, 与T/V-commerce的销售方一起进行初次的商品检验。之后把该商品分配到各进行贸易(commerce)的主体, 并根据各个平台的需求来进行销售。不仅如此, 我们将对于包括购买流程、配送完毕、确认收货的这些所有期间都将进行实时的跟踪。BNS Bay作为一个网关(gateway), 可对于各个贸易(commerce)主体一同担任相关的节点(T-NODE、V-NODE), 共同肩负责任与监管的双重作用。

不仅如此, 为了能够解决品质管理的问题, 我们可以利用区块链的分布式账本技术, 在T-NODE与V-NODE上评价相关商品质量的信赖程度。贸易(commerce)主体可对商品的购买内容, 配送信息内容进行公开透明, 与商品购买方(用户, 也可称为C-NODE)形成互利的关系。在该生态体系内, C-NODE通过对商品的购买与对购买的商品写评论的方式来体现自己的价值, 并以此来获取相应的奖励。

当用户使用各个不同的贸易(commerce)主体或公司时, 须向不同的平台进行会员注册, 填写登录支付方式与海外支付的相关信息。而且, 每个平台所要求的内容都有所不同, 由此会产生诸多不便。我们的BNS Bay系统可以向用户提供会员信息的统一化管理, 简化(One Pass)加入会员时发生的不必要流程, 并将此方案作为解决问题的主要方法。首先, 我们把韩国市场内的Kakao Sync与相关用户的数据库进行同步, 并以此来简化加入会员的流程。而且, 我们将通过简单支付系统Kakao Pay签署合作伙伴关系来更加简化支付系统的流程。为了能够解决海外购买商品时需要进行兑换的麻烦, 并能够使用到加密货币的结算(Payment), 我们将通过使用Klaytn Wallet(Klip; 韩国KAKAO公司区块链项目)的方案来进行相关技术的研发。



2. 特点

A. 区块链与互联网

我们通过借用赛普拉斯主网(Cypress Main-net)来研发区块链,并以此来提供所需要的服务。为了能够去除已选择的障碍物,我们主要针对BMC(Blockchain Applications)而进行研发。它以Legacy技术作为基础,其回应能力强,坚固性,可用性也很高。该技术在区块的生成与扩张的时间上只需1秒钟,这与其他主网相比较降低了其等待的时间,同时也提高了扩张性。

拜占庭容错(Byzantine Fault Tolerance, BFT)是专门以共识算法为主的一项区块链技术,它通过确保少数节点,以分布局域网(Local Area Network, LAN)的方式让效率提高到最大化。该区块链技术是可以把性能、互联网安全、确保透明性三方面能够维持一个平衡的状态。因此,只有被允许的节点才可以参与到此共识当中,并可以确认其技术的透明性。虽然,有可能会出现一些限制节点的情况,但该技术拥有一个较强大的性能与稳定性。换句话说,该技术可通过结合监督与个人协议来提供均衡且高效的区块链技术。

2018年5月份, 安卓手机分析

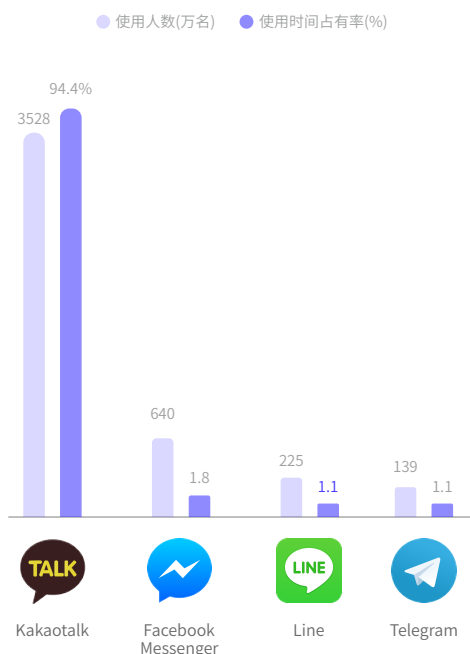


图3) 来源于:WiseAPP 2018.

BNS Bay区块链是通过T-NODE与V-NODE而获得共识。而且,在该技术里C-NODE虽不参与到共识当中,但是可以下载区块,存储副本来进行该结构的运营。整个技术架构就是由这些担任不同角色的,并且是以特殊概念的混合结构来进行运营。以拜占庭容错的共识算法作为最基础的共识节点,如果三分之一以上的节点没有得到共识的情况下,互联网将不会被打破,但却以很快的速递来确定区块。这一方法可看作为解决现阶段区块链技术的瓶颈——是解决“速度慢”问题的最佳方案。C-NODE是由公共互联网构成,它可以处理读取,也可处理作为共识节点T-NODE与V-NODE的书写。共识算法的基本模式是以贡献证明(Proof of Contribution, PoC)与Klaytn改进储备(Klaytn Improvement Reserve, KIR)作为其基础。

BNS Bay以使用智能合约(Smart Contract)来实行,并且可以区分外部记忆伪造的虚拟机KLVM(Klaytn VM)。为了能够与KLVM进行通信,需要代码集在各个系统当中得到真正的实行。这时,我们所需要的KLVM可根据周围的环境下被使用到已调整好的区块链库(library)当中。最具有代表性的虚拟机是由以太坊所提供到的以太坊智能合约虚拟机(EVM)。EVM可通过EVM的字节码(Bytecode),可以把控以太坊的整个架构。就像Web Assembly一样,不以智能合约而限制的环境是可利用library来进行有效地调整。在KLVM的环境下,通过EVM所编辑的智能合约是不需要EVM转换器来进行的,同时也可以很轻松地得到实行,并可兼容eWASM/WASM。



BNS Bay所使用到的加密货币钱包是以Klaytn为基础的Klip。Klip属于热钱包(Hot Wallet)，其作为数码资产存储库，可起到非同质化通证(Non-Fungible Token, NFT)一样的存储作用。我们的首发服务地区是韩国。在韩国最为广泛使用到的社交应用软件是Kakao Talk，其占有率达到了韩国国内的94.4%的水平。韩国已经通过该社交应用软件渗透到了各大搜索引擎、配送、游戏、门户网、购物等诸多领域。因此，该加密货币钱包——Klip也将会很快地传送到各个领域当中。通过Klip，不仅可以存储加密货币，还可以在简单支付系统上再追加加密货币支付系统。此外，我们还将其范围不断扩大到Samsung Crypto Wallet、支付宝(Alipay)、微信支付(Wechat Pay)、Line等，期待可以为简单支付与加密货币市场帮助建立更为坚实的桥梁。

B. 共识与节点(NODE)

我们基本上借用Klaytn区块链为主，以贡献证明(PoC)+拜占庭容错(BFT)作为最初共识而不断扩展项目的领域。但是，这项服务毕竟是以商品的交易为主要部分，故此要明确经济结构与拜占庭节点的处罚(Penalty)。因此，我们将通过重要性证明(Proof of Importance, Pol)来进行硬分叉(Hard Fork)。我们根据各个节点所担任的角色来构建各个不同的奖励与治理体系，并以此作为目标。

BNS节点

它作为共识节点的一员而参与到其中。它一方面对商品的质量进行判断，另一方面还会以监督者的身份对各个节点进行监督。它通过使用拜占庭容错(BFT)共识算法来完成并确认区块的工作，在此生成一个相应的互联网(Network)。

T-NODE

它以T-commerce联盟(Alliance)所构成，作为共识节点的一员参与到其中。它作为共识节点，不仅可以确认区块，也为构建并形成互联网而做出贡献。对于每一个新诞生的区块，如果想要把此区块连接到链上，得需要对合约地址所发送的交易请求本身进行智能合约的实行，这也是它必须要承担的责任。它可以进行对于商品质量的检验、产品的销售、配送等流程，随着互联网内的参与度越高，它在生态体系(Ecosystem)内的影响力也会增加。

V-NODE

它以V-commerce联盟(Alliance)所构成。当MCN企业与Influencer等进入到该互联网内做出贡献时，就可得到参与。它作为共识节点的一员参与到其中，并据以此来确认区块，并有义务去担任智能合约的实行。通过对商品的广告、宣传、销售以及对该互联网内的贡献度越大，能够分配到更多的商品，同时也可以获得更多的优惠。例如，简单的检验流程，以及销售收入的共享(Revenue Sharing, R/S)等。



拜占庭节点Penalty

拜占庭节点是指,当参与到互联网当中的节点互相都无法获得信赖的环境下要做出共识的时候,对此情况进行妨碍的节点可称为拜占庭节点。更确切地来讲,该节点是对于在区块链内故意生成错误的区块与交易,或者是在偶然之间发生互联网的错误或软件内出现的问题等情况来判定是否有任何错误的一个节点。同时该节点还意味着,在一个区块链内,如产品质量检验结果的信赖度,产品发送,售后服务管理等问题来降低整体互联网信赖的一个节点。各个节点需要以最少数量的通证(Token)作为保证,如判定为拜占庭节点,应把作为保证金的通证(Token)进行削减,并在经济方面给予罚款(Penalty)。

C-NODE

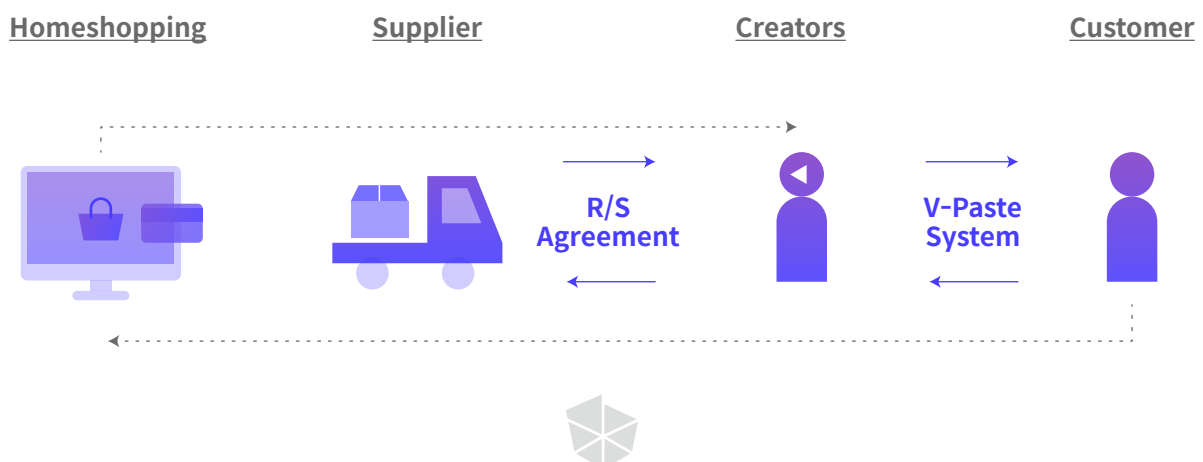
它是由购买方(Customer)所构成的节点且不参与到共识机制当中。但是,它通过把新生成的区块进行下载,存储区块链的副本的方式来对整体的互联网的维持做出贡献。它拥有分布式账本,可对读取区块链的请求进行处理。购买方是根据对购买物品的评价、购买频率、购买的金额等来判断生态体系内的参与度。C-NODE可分为各种等级(Grade),根据每一个等级所做出的贡献程度来进行通证(Token)的奖励。

C. Aggregator App & Meta Shopping

在BNSBay,我们通过对商品供给方的生产商品,销售方的商品销售,购买方对商品的购买,商品的配送、收货、收完商品后对质量的管理等以上五项流程来简化搭建Caas(Connection as a Service)服务体系。

在此过程当中,我们向消费者呈现T-commerce联盟(各类网购店)中正在销售的所有商品与相关信息汇集(Aggregator)的APP。该APP是根据购买方的经验与便捷作为重要的参考,致力于提供最好的用户体验并以最为简单的形式作为提供其服务的主要方式。

此外,我们可以通过该APP对各项贸易(commerce)主体或公司的销售信息进行分析,以此来提供新的意义上的综合购物(Meta Shopping)功能。在该过程当中,作为V-NODE所参与的MCN企业或视频制作方(Creator)可以在商品的宣传以及对商品的评论等方面去引导消费者。想要正常且稳定地提供该服务,最为关键的就是简单支付系统。韩国作为本项目的首发市场,我们正在研发通过利用KakaoPay与加密货币能够进行简单支付的系统。我们预期在简单支付系统内能够开发出加密货币支付的解决方案,并将其装载到各个简单支付系统上,不断扩展相关领域的市场。



3. 应用

A. 支付方式(Payment Token)

BNS Bay Token可在购物过程中直接以支付方式来进行使用。我们可通过与提供简单支付系统的合作方,在手机内存储的生物特征识别,或者利用支付信息的智能支付来实现快捷且方便的支付。用户不在需要加入繁琐的会员注册,支付信息的登录,以及(韩国国内)银行认证书等复杂的支付流程,而是以提前认证的方式来实现简单支付。

就像银行卡支付时缴纳的手续费,海外购买时所需要支付的兑换手续费,如果使用加密货币来支付(Cryptocurrency Payment),就不需要付以上的中间手续费。因此,该支付方式的竞争力很强。同时,如果使用到该加密货币支付,用户还可以获得对购买产品的追加优惠,能够获得用现金可提取的通证(Token),并以此作为其奖励。

支付系统的底层都是利用区块链技术的通证来进行,因此销售-购买的所有内容都将被记录在账本上。这些将可以维持商品质量,也可向销售方与购买方提供一个值得信赖的评价。我们很期待透明公开账本的这一系统可以消除以往的账本系统所披露的不合理因素,例如,擅自修改销售记录或对于品质方面不提供准确的信息等。而且,对于商品的销售与购买相关的数据,可通过人工智能(Artificial Intelligence, AI)来对其进行学习。并且,我们通过该人工智能技术向生态体系内的成员们推送合适的商品,又从中得到相应的反馈,使能够将生态体系维护得更加和谐、健康。

B. 积分与奖励(Point & Reward)

积分(Point)

为了使生态体系内能够构成一个治理(Governance;公共经营)的模式,BNS Bay计划引进区块链技术——重要性证明(PoI)。对于销售与购买,对商品的评语等内容将全部被记录到区块链内,并以此记录来进行其交易(Transaction)。我们通过该程序来为互联网内做出贡献的一方提供相应的积分,也通过积分的总数来细分出各个等级。该积分的信息可以从各个使用用户的钱包(wallet)与随机数(Nonce)的价值来进行推算,并在分布式账本上透明地公开所有的内容。该积分的信息可以从各个使用用户的钱包(wallet)与随机数(Nonce)的价值来进行推算,并在分布式账本上透明地公开所有的内容。

奖励(Reward)

生态体系内的各个节点将根据互联网与生态体系内的贡献度多少而得到相应的奖励。以共识节点参与到其中的BNS NODE、T-NODE、V-NODE所获得的奖励当中的一部分将分配给C-NODE(购买方),所有的奖励是通过BNS通证(Token)来进行支付。该通证作为电子货币,可直接使用于商品购买中,也可直接进行提款。该奖励体系是通过各个智能合约作为其底层技术而得到运行。如持续进行购买,对购买的商品填写有参考价值的评语,将可获得等级的升级。而且,保持等级的时间越长,能够获得更多的奖励。



与以往的电视购物进行同步处理

我们将与以往的电视购物相关企业提前进行签约,为BNS通证(Token)能够成为更广泛的支付方式而做出努力。现在,我们已与韩国T-commerce协会内的10家电视购物企业签署了协议。对于该10家企业内所使用到的奖励均可与BNS通证(Token)进行兑换(Swap)。我们为了给用户们提供更多的方便,并提供更有价值的加密货币而不断寻找更多的合作伙伴,并能够进行签署而做着多方面的努力。

C. 等级体系

BNS Bay非常期待自由竞争,以及在发展过程当中所获得到的能量。因此,我们以生态体系内成员们的活动为主要依据设计出按照等级分配的奖励体系。该等级(Grade)可以通过互联网内的参与率(积分的推断)来做决定。而且,该等级还可通过持有通证所获取到的部分股份的分配(Staking)来维持,并治理生态体系。我们很期待生态体系的发展能够与成员们的发展形成正比,并以此为基础构成一个良性循环的结构。

T-NODE

它作为商品销售的主体,对销售方与生产方各进行信赖度的判定,也对相关商品进行检验。它还作为共识节点可参与到区块之间的协商当中。它根据销售业绩,销售商品的信赖程度,配送以及售后服务管理等来获得相应的奖励积分。如果保持高的等级,就对销售商品持有更大的决定权限,在该生态体系内的影响力也随之增加很多。

V-NODE

它作为共识节点可以为该互联网内做出贡献,也可担任销售商品的角色,还通过销售业绩与通证(Token)持有量来获得其相应的等级。等级越高,可宣传的商品范围越大,这也可以使销售商品的数量变得更多。

C-NODE

它通过商品购买以及对商品的评语等活动,可以为生态体系做出贡献。根据生态体系的贡献程度所获得到的积分与持有的股份,它可获得具体的等级。而且,每一个等级均通过共识的节点所获得的奖励来进行分配。而且,它 also 根据购买条件来决定是否能够获得更高的奖励。



D. 商品供给方可构成成长型基金

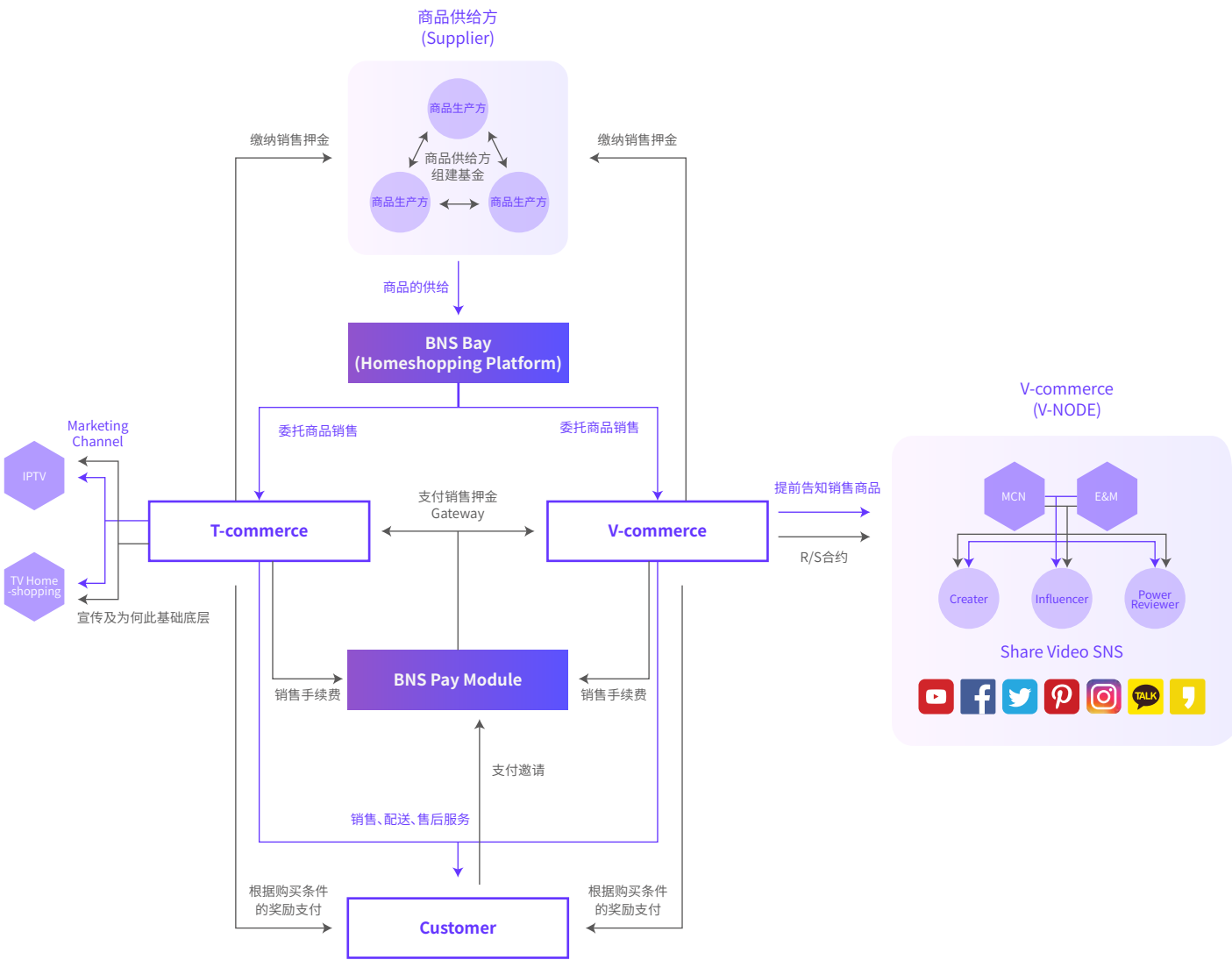
一般来讲,电视购物的平台需要在短期之内销售大量的商品,因此担任销售的各个贸易(Commerce)主体或者企业都需要提前保证充足的货物量。换句话说,供给方提前要准备好大数量的商品,才能够给销售方进行及时的供给。但是,拥有中小规模的厂家不管是在金钱上,还是在时间上都无法完全满足以上叙述的条件。在构成生态体系的过程中,商品的供给方是必不可少的。因此,BNS Bay希望能够通过通证(Token)来组成一个商品供给方联合基金。

商品供给方联合基金将对所需要的商品进行短期内的资金资助。等到商品销售结束以后,我们将从基金中所借用到的资产,商品销售中的部分收入,把两者一并归还到基金,以此来运营基金的实际周转。

一旦商品供给方能够互相形成一个坚固的联合团体,我们很期待能够出现赋有电视购物市场特色的独家品牌或相关品牌的商品。不仅如此,我们也很期待通过以上模式,可以对商品生产方需要负担的高利息P2P贷款的比重也随之减少很多。



4. 生态体系

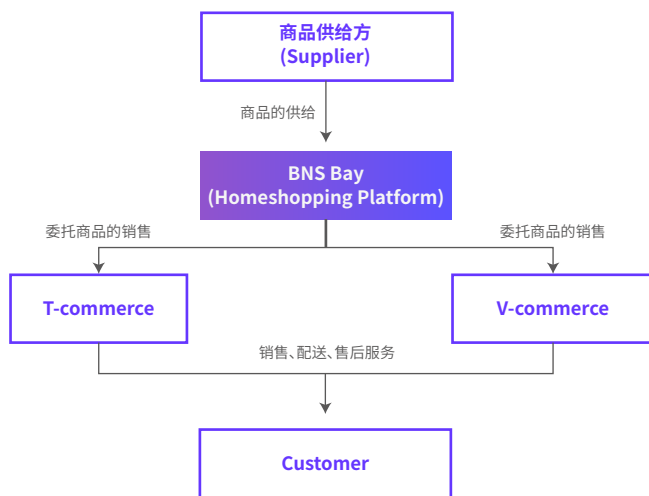


BNS Bay以Caas(Connection as a Service)为中心将搭建去中心化的服务体系。通过BNS Pay的企业版系统, 可以登录需要销售的商品, 根据T-NODE与V-NODE的分数来给各方提供商品。不仅如此, 我们还可以通过各个节点的基础建设(Infrastructure)来进行广告与宣传, 并以透露给媒体的方式使C-NODE能够购买相关的商品。

每一个分类都存在着细分化的收入分配与共享模式, 它们根据具体的情况有机地相互共生, 形成资金流, 商品的提供等各项流程。我们通过智能、简单的BNS Bay在各大企业所面临的支付相关问题上能够给予帮助。

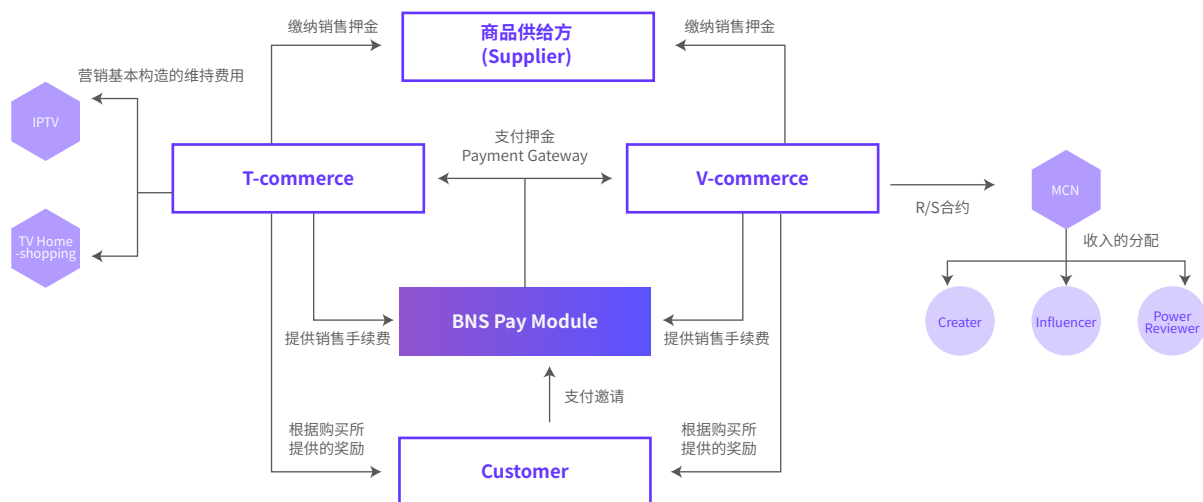


A. 商品流生态体系(Product Flow Ecosystem)



商品供给方可通过BNS Bay来申请对于商品的销售。直到商品的正式销售大概需要10日的时间来准备，在此期间内的共识节点将对商品的质量与是否合适销售等进行评估。商品的检验期间随着生态体系的成熟逐渐缩减。对于商品申请的最初阶段开始，我们都将使用透明公开的账本，一旦发生商品本身出现任何问题，自然地其内容已被记录在了账本上。如此一来，消费者对于该商品与相关市场的信赖程度也将会提高。

B. 货币流通生态体系(Currency Flow Ecosystem)



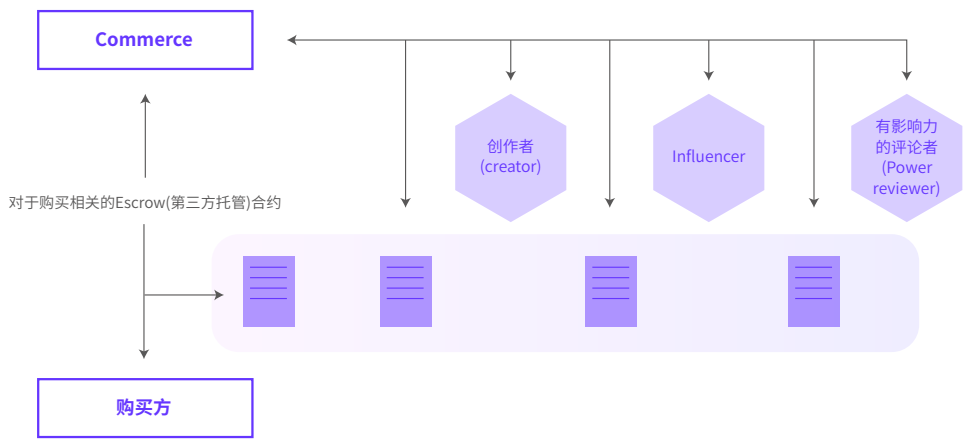
购买方的支付邀请是通过BNS Pay组件(Module)所构成。BNS Pay将与各个简单支付进行同步。在韩国国内，我们计划与Kakao Pay成为合作伙伴并推广到市场当中。我们期待BNS Pay组件(Module)在未来能与各个国家的货币进行简单的支付，而且其范围包括BNS Token将不断扩展到更多种类的加密货币上。

通过BNS Pay所进行的支付邀请将直接连接到各个企业而进行支付，并通过快速的资金周转能够向商品供给方提交销售押金。企业将根据R/S合约内容，对于基础建设(Infrastructure)方面的各个因素支付其手续费。



以共识节点的身份参与其中的企业通过维持区块链内互联网时所发生的收入，以及商品的销售而产生的部分收入均以奖励的形式给予到购买方手上。我们希望通过以上流程能够积极地推广分布式账本的使用，提高其参与的程度。我们计划对于整个流通过程进行透明公开，这将会比以往的企业所运营的方式更加透明。

C. 分散单一账本

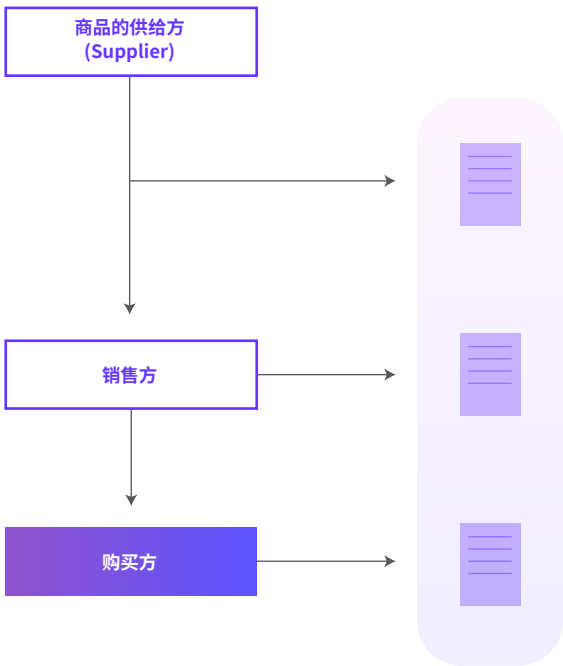


对R/S合约与Escrow合约的智能合约的应用

我们通过分散单一账本，对R/S合约内容与购买记录的相关信息进行共享，使该系统下多方之间关系的匹配与在Escrow体系比较时更为合理的获得安排。这种模式将有助于减少各方之间需要确认相互信赖的诸多流程。我们希望通过在减少不平等合约的过程当中，能够让整个生态体系得到更大的发展。

使用该服务的一方所留下来的销售/购买的相关记录与商品的信赖程度将会成为数据库的一部分。我们以该数据库为基础来进行AI的学习，并以此来向用户提供较准确的销售及购买信息。销售方的分析，综合购买方的留言而获得的商品信赖度，销售数量，以及销售现状等都将存储无法更改的分布式账本上。换句话说，从此账本上提取的数据的可信赖度是极高的。

凡是属于生态体系内的成员都可根据自身的目的来组成基金(Fund)。首先，作为生态体系的主体所组成基金的目的就是为了能够缓解商品供给方在生产费用上所受到的压力，并能够对此进行共同分担。在基金的运营方面，最为重要的因素之一就是相互信赖为基础的资产运营。对于解决信赖问题，该区块链技术所呈现出的是无法对其记录进行修改，并以分布式账本来进行管理作为其解决问题的关键。



产品信息账本



5. BNS Application

A. Dashboard

Dashboard的模型(mock-uo)图片

对于商品信息、商品的追踪、销售方信息等区块链内进行管理。(以显示哈希值(hash value)、区块号(Block number)来突显其专业性)

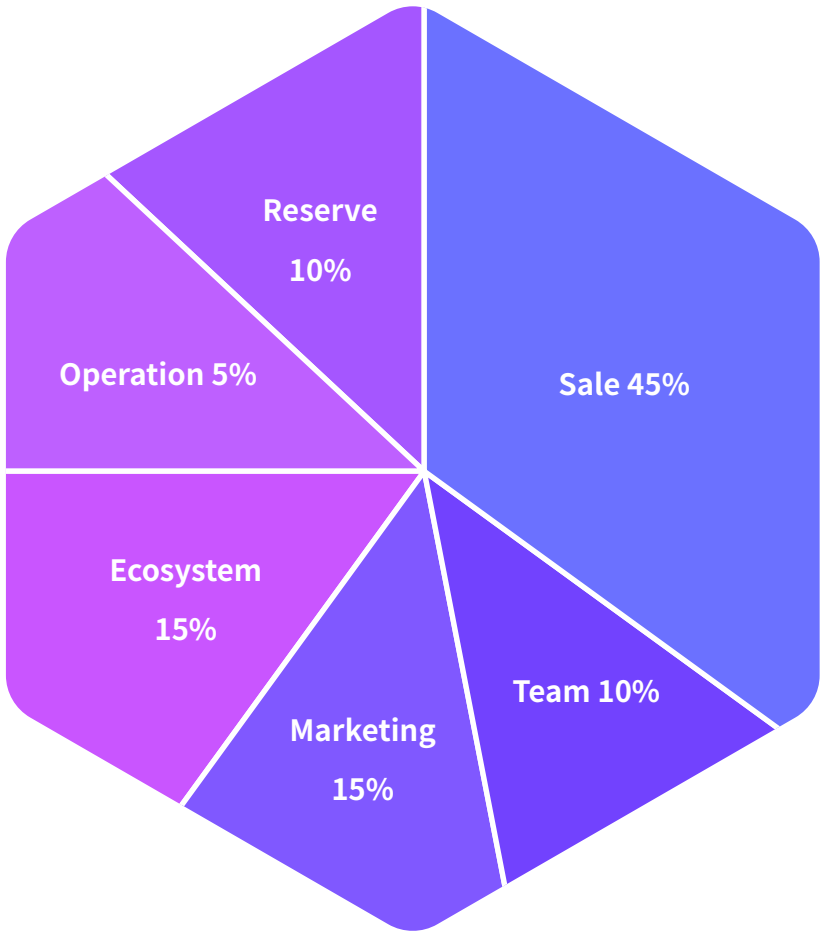
B. Processe (User Base)

简单介绍以消费者(Customer)为主的使用流程(Process)。



6. 通证生态体系(Token Economy)

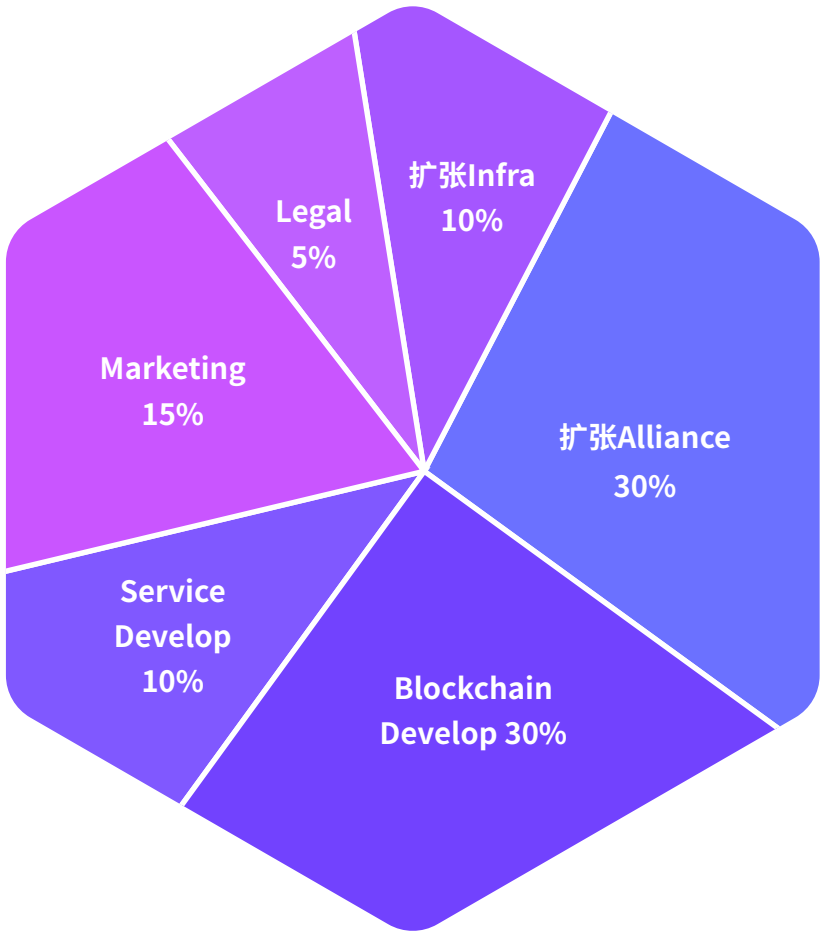
A. Token Allocation



通证总发行量	1,000,000,000 BNS (10亿个)
单位价格	1 BNS = 约0.03 USD = 约35 KRW
通证名称	BNS Bay
通证Symbol	BNS
Standard	ERC-20
Decimal	18
Hard Cap	450,000,000 BNS
Soft Cap	300,000,000 BNS



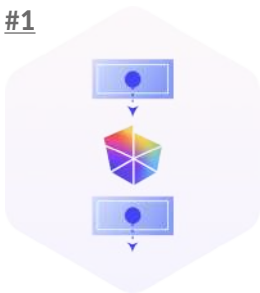
B. Use of Funds



7. 路线图(Roadmap)



#1



通过账本处理与加密货币支付
与使用来统一海外支付时的兑
换及PG(Payment Gateway)。

#2



针对国内需求产业所构成的电
视购物项目能够扩展到全球互
联网的形成。

#3



不按照固定的宣传方式(市场),
而是通过创作者(Creator)来进
入到宣传领域, 根据消费者的需
求来进行宣传。

#4



通过透明的公开账本来获得对
商品的信赖, 并使用智能合约技
术来代替Escrow (第三方托管)。

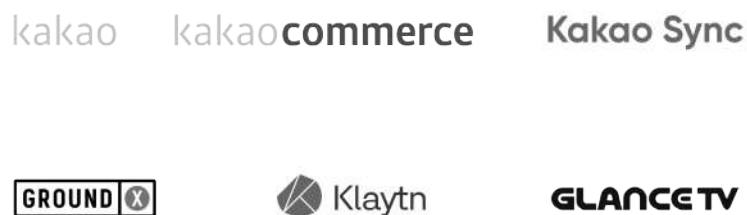


8. 合作伙伴(Partners)

A. Our Alliance



B. Partners



9. 团队(Team)

A. Team member



[CEO] Jay Seo

中小投资企业部金融销路分科专门委员
社团法人韩国电视购物商品供给者协会(KHPSA)常任理事/全勤副会长
SM Alliance代表理事/Co-Founder
Sports Seoul 社外理事
Now&Next Pty Ltd. 代表理事(澳大利亚法人)
Phile International 代表



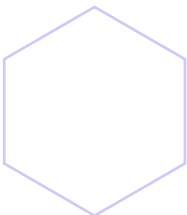
[COO] Bill Cho

OBS技术局长
SBS技术研究部次长
KBS技术本部输出技术局



[CMO] Dave Jeon

现代集团 / 现代百货店
现代电视购物组长
社团法人韩国电视购物商品供给者协会(KHPSA)事业部长



[CTO] Jeff Jee

Glosfer加密货币新事业部部长
NHN KCP BD
FirstData Korea企划科长
SK Telecom



[CMO] Eric Park

PT. Lejel shopping理事
ClicksKorea营业营销理事
WhiteNetwork本部长
H.corp组长
CJ Oshopping科长





[CMO] John Lee
Hnsmall经营企划本部长
Hnsmall营销组长
GS Homeshopping频道战略及海外企划组长
LG Innotek 经营支援组

B. Advisor

