





## 면책성명

본 백서는 정보 제공의 목적으로만 작성이 되었으며, 투자에 대한 어떠한 조언 의도도 기술 하지 않습니다.

이 문서의 목적은 BLC(Bluecots)가 운영하는 플랫폼에서 사용 할 새로운 블록체인 토큰을 개발하고 상용화 하기 위한 예상 계획을 설명하기 위함입니다. 본 문서에서 어떤 것도 BLC(Bluecots)의 사업, 플랫폼 또는 토큰의 유용성, 플랫폼의 가치 또는 토큰의 가치를 어떻게 증대시킬지에 대한 보장 및 약속으로 이해하거나 해석되어서는 안 됩니다.

본 백서는 BLC(Bluecots)가 현재 진행중인 계획들을 제시하는 반면, 향후 이 계획들이 기술개발이나, 정부나 공신력 있는 단체에서 제정하는 규제조항 또는 관련 시장의 변화에 따라 BLC(Bluecots)의 재량으로 수정 또는 변경 될 수 있음을 언급하고 있으며, BLC(Bluecots)가 진행하는 계획의 궁극적인 성공 요소 중 BLC(Bluecots)의 통제 밖에 있는 예측할 수 없는 다수의 외부 요인도 있음을 밝힙니다.

BLC(Bluecots)는 본 백서에서 사실 및 분석을 최대한 정확하게 기술하려고 노력할 것이지만 일부 분석은 부정확할 수도 있음을 알려 드립니다. 또한 BLC(Bluecots)토كن 구입 및 청약을 유도하는 내용은 담고 있지 않습니다. 기준의 모든 암호화폐와 마찬가지로 BLC(Bluecots)토肯 구매는 많은 잠재적 위험이 있으며, 토큰 구매자들은 사용한 자금의 가치 중 일부 또는 전부를 잃을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.



## CONTENTS

01	개요
02	소 개
2-1	현시장의 문제
2-2	솔루션
2-3	작동 방식
2-4	BLC(Bluecots) 세부 조건표
2-5	가치 제안
03	호텔산업
3-1	업계 현황
3-2	시장의 문제점
3-3	진입 시장 규모
04	블록체인 기술 배경
05	생태계 구축
5-1	프레임워크
5-2	Exchange
5-3	통합
5-4	애플리케이션
06	토肯 및 자금 분배계획
07	로드맵
08	어드바이저
09	파트너
10	블루코츠 팀

# 01/ OVERVIEW

개요



온라인 호텔 예약은 일반적으로 직접 예약 시스템보다 중개 업체에 크게 의존하는 비즈니스 구조입니다. 이는 시장의 80%를 점유하고 있는 메마드한 3사가 고객의 빅데이터를 확보하고, 제공자에게 데이터 관리의 명목으로 고객과 제공자(호텔) 간의 제비용(플랫폼 사용 수수료)을 발생시킴으로 스마트 계약으로 해결할 수 있는 시간과 비용을 고객과 제공자 모두가 희생해야 하는 문제점을 가지고 있습니다.

이에 당사는 새로운 분산 형 블록체인 시스템인 블루코즈(Bluecots)를 통하여 플랫폼 사용 수수료를 현저히 낮추고 호텔 사용고객과 제공자간의 직접적인 비즈니스 관계를 가능하게 하여 불필요한 시간과 비용을 제거하는 데 도움을 드리고자 합니다.

블루코즈(Bluecots)는 고객과 제공자간의 상호 경제적인 인센티브를 지향하며, 향후 광범위한 네트워크 데이터를 활용한 다양한 효과를 창출하도록 설계 하였습니다. 블루코즈(Bluecots)는 사용하기 편리한 블록체인 기술의 유ти리티 코인을 기반으로 다중 편의성의 플랫폼을 제공하고자 합니다. 또한 블루코즈(Bluecots)는 개인 여가에 대한 Needs가 높아지는 현대 사회에서 새로운 여행 레저의 페러다임을 블록체인 기술을 통해 만들어갑니다.

블루코즈(Bluecots)는 기존 중개 예약 시스템과 고객 보상 시스템을 결합하여 여행 및 레저 업계의 숙제인 제비용에 대한 절감 효율성을 높이고 동시에 사용고객과 제공자의 상호 이익이 되는 비즈니스 관계로 향상시킬 수 있도록 사용과 보상을 결합한 가치 공유 비즈니스 시스템입니다

이 백서는 스마트 계약 및 분산 보상 프로토콜 및 기타 구성 요소 (개인정보 서비스, 교환, 수수료 및 수익도표, 통합 서비스 및 응용 프로그램) 위에 구축 된 인센티브 조성 시스템 (즉, Bluecots 토큰)에 대한 기술서입니다. 또한, 디지털 화폐 생태계의 경제적인 측면, 즉 시스템이 어떻게 효과적인 네트워크 구축을 통하여 가치부여 및 경제적 효과를 부여 할 수 있는지에 대해 설명 하고자 합니다.



## 02/ about BLUECOTS

블루코츠 소개

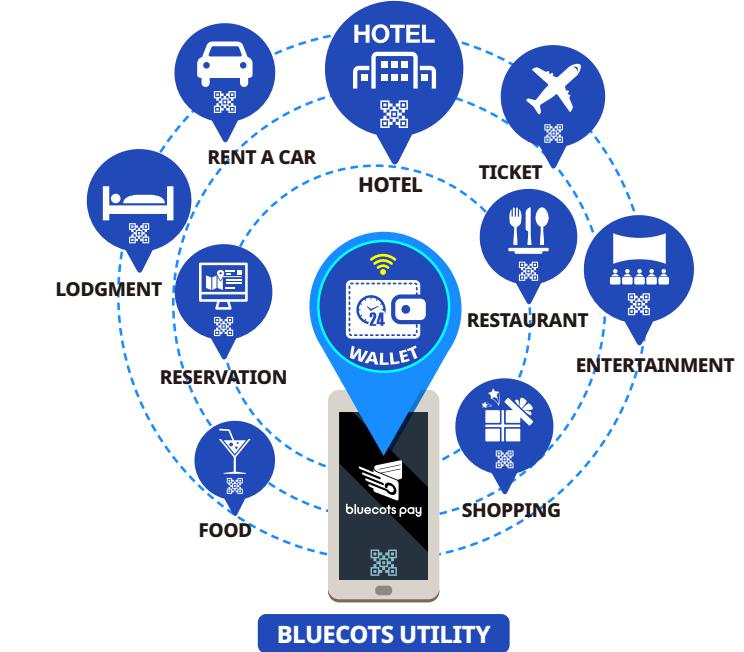
블루코츠(Bluecots)는 지금껏 사용해 온 중개 예약 시스템에서 벗어나 새로운 호텔 및 레저 예약 시스템이자 스마트 예약과 고객 보상을 동시에 추구하는 시스템으로 고객과 호텔 사이의 예약 과정에서 경제적 가치의 창출과 이를 함께 공유하는 것을 목적으로 시작하였습니다.

블루코츠(Bluecots)는 현재의 OTA (Online Travel Agent) 모델을 스마트계약으로 중개 처리함으로써 고객과 호텔을 직접 연계 할 수 있게 함으로써 전통적인 중앙 집중형 예약 플랫폼과 관련된 비용을 줄일 수 있습니다. 또한 블루코츠(Bluecots)의 상호 가치 공유는 실제로 가치를 창출하는 중요한 요소입니다.

이러한 시스템은 참가자가 서로 신뢰하거나 제3자에게 의존하지 않고 협력하여 비즈니스 관계를 맺을 수 있도록 해주는 분산 암호화하여 이를 검증 가능한 시스템이 등장하기 전에는 불가능했습니다. 블루코츠(Bluecots)는 기존 예약 플랫폼이 가지고 있는 중개업자에게 편향된 수익구조 문제를 해결하고 고객과 호텔 간의 지속 가능한 관계를 유지하는 것을 목표로 합니다.

또, 블록체인 기술의 특성인 분산원장 시스템과 빅데이터 및 인공지능 솔루션을 적용하여 예약자의 누적 소비 성향 분석을 통해 품격 있는 글로벌 호텔 체인 및 유명호텔과의 연계로 Bluecots Artificial intelligence Bigdata Concierge Service (BAIBCS)를 제공하여 해외 여행 중 발생할 수 있는 환전 및 일정 계획 변경 등의 어려움을 없애 고객의 편의를 최대한 제공할 예정입니다.

블루코츠(Bluecots)의 최종 목표는 BLUECOTS HOTEL CHAIN의 비즈니스를 통해 기존 투자자 및 신규 투자한 BLC 보유자들에게 블루코츠(Bluecots)가 직접 운영하는 호텔서비스 제공 및 Property 운영 수익을 분배함으로써 진정한 공유 경제 실현을 목표로 합니다.



## 02-1 Problems of Current Market

현 시장의 문제

호텔 예약은 점점 더 중앙 집중화되고 있으며 소수의 OTA(Online Travel Agent)가 지배하고 있습니다. 표면적으로는 편리한 통합 예약 서비스를 제공하지만 그 이면에는 여행과 관련된 시장의 자유시장 체제를 왜곡하고 있습니다. 따라서 호텔의 수익성은 낮아지고 고객들에게 부과되는 수수료는 상승하게 되는 결과를 초래합니다. 호텔 입장에선 기존 사용고객 유지의 어려움과 신규 고객 창출에도 어려움이 있는 시장으로 변해가고 있습니다.

이러한 이유로 호텔은 고객들과 직접적인 관계를 원하고 있습니다. 호텔 및 레저 제공자들이 고객들에게 최상의 서비스와 최고의 가격을 제공할 수 있는 방법만이 해결책입니다. 기존의 고객 보상 시스템은 미미한 수준의 보상 만을 제공하고 있는 것이 현실입니다. 또, 호텔은 고객의 충성도를 높이기 위해 보상 솔루션을 구현하는 데 많은 어려움을 겪고 있습니다. 그 이유는 현재의 보상 시스템은 안정화 되기 까지 많은 비용이 투입되고, 보상 시스템에 대한 고객의 관심과 이용이 낮고, 기존 OTA가 독과점 형태로 거대화 되어 있는 점과, 혜택에 대한 개인간의 양도의 어려움이 있습니다.

## 02-2 Solution

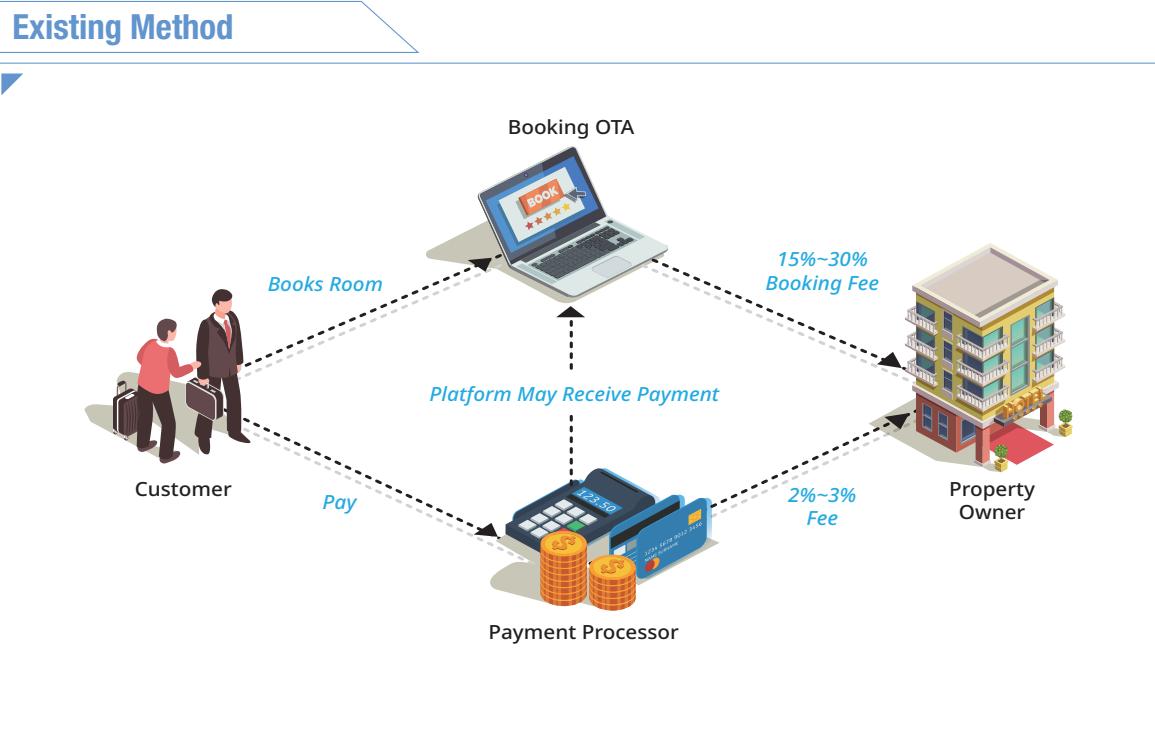
솔루션

블루코츠(Bluecots)는 기존의 중개업체가 운영하는 폐쇄형 곡식 창고(사일로)형 모델을 이더리움(Ethereum) 기반의 토큰 시스템으로 구동되는 개방형 프로토콜로 대체합니다. 블루코츠(Bluecots)스마트계약 모델에서는 예약 수수료를 낮추고 예약 지불의 일부는 다음(하단의 작동방식 참조)과 같이 고객에게 블루코츠 토큰으로 변환되어 제공됩니다.

참여도에 대한 보상을 위해 블루코츠토큰의 데이터 지속성 및 불변성을 Ethereum 네트워크에서 제공되며, 블루코츠와 연계된 호텔에 대한 특성, 평판, 게스트에게 제공하는 서비스를 평가 할 수 있고 신규 고객에게 최상의 맞춤형 여행 컨디션을 제안하는 BAIBCS(Bluecots Artificial intelligence Bigdata Concierge Service) 솔루션을 고객에게 제공합니다.

## 02-3 Operation Method

\_작동방식



Bluecots를 사용하면 거래 값이 새로운 방식으로 공유됩니다. 즉, 사용자를 참여시키고, 이를 보상하는 시스템을 통해 사용자에게 인센티브를 줌으로써 긍정적인 가치 증대 네트워크 효과를 구축하고 활성화하기 위한 새로운 리소스가 생성됩니다.

\* A고객이 B호텔에 블루코츠(Bluecots)토큰을 사용하여 체크인 예약할 경우 고객 예약 비용의 일부가 보상 토큰으로 자동 전환되며(최대 3%), 고객이 체크인(사용완료)시 로열티 보상으로 블루코츠(Bluecots)가 일정 부분 사용한 고객에게 예약 시 전환된 보상 토큰을 제공합니다. 우리는 이것을 'PBU'(Proof of Bluecots Use)라고 부릅니다.

## 02-4 BLUECOTS Charge Fee

\_Bluecots 세부 조건표

Item _구분	Expedia	Booking.com	Bluecots
Average Commission Fees _평균 수수료율	20%	18%	7%
Maximum Overall Fees _최대 총 수수료율	28%	33%	12%
Customer Reward Fees _고객 보상 수수료	0%	0%	3%
Accept Fiat Currency _다채 통화승인	0%	0%	100%
Accept Crypto-currency _암호화 화폐승인	0%	0%	100%
No Third-Party or Human Interaction _제3자 또는 인간 상호개입 없음	100%	100%	50% > 0%
KYC / AML Verification _KYC / AML 확인	100%	100%	50% > 0%
Full Autonomy _완전 자율화	0%	0%	100%
Decentralized _원장 분산	0%	0%	100%
Use Customer's Credit Card _고객 신용 카드 사용	100%	100%	0%
Need Customer's Credit Card copy _고객 신용 카드 사본 필요	100%	100%	0%
Income through Agency Business Model _중개인 사업 모델을 통한 수입	74%	28%	90%
Income through Merchant Business Mode _도매 사업 모델을 통한 수입	19%	64%	3%
Income through Advertising Business Model _광고 사업을 통한 수입	7%	8%	5%
Business & General Travel Concierge Plan _출장 및 일반 여행 계획 제공	0%	0%	2%
BASED BUSINESS MODEL	Agency	Merchant	Agency

\* 본 조건표의 요율은 실제 확정 요율과 차이가 있을 수 있습니다.

## 02-5 BLUECOTS Charge Fee

\_Bluecots 가치 제안

(Bluecots)는 암호화 형식으로 보안된 분산형 토큰입니다. 다른 디지털 화폐 보상과는 달리 블루코츠(Bluecots)는 자체 플랫폼에서 토큰 사용 시 즉각적인 보상을 받을 수 있도록 설계된 유ти리티 자산입니다. 블루코츠(Bluecots)는 온라인 및 오프라인에서도 블루코츠(Bluecots)만의 PG(paygate: 결제시스템)를 사용하여 각 제휴사에서 사용 즉시 보상을 받을 수 있고 사용자의 선호도 분석을 통하여 블루코츠 사용자별 맞춤 상품 추천 서비스를 제공함으로써 시간이 지남에 따라 사용자들에게 만족도를 높여 드리며, 블루코츠(Bluecots)가 추구하는 암호화 자산의 경제 활동을 실현을 통해 블루코츠(Bluecots)의 가치는 상승하게 될 것이라 생각합니다.

블루코츠(Bluecots)의 목표는 기존 여행 예약 대행인 OTA가 요구하는 약 30%의 수수료 비용을 최대 7%까지 줄일 수 있는 네트워크를 구축하여 여행을 사랑하고 즐기는 모든 사람들에게 비용절감의 효과 및 보상을 통한 합리적인 여행경제 리사이클링을 제공하는 것입니다.



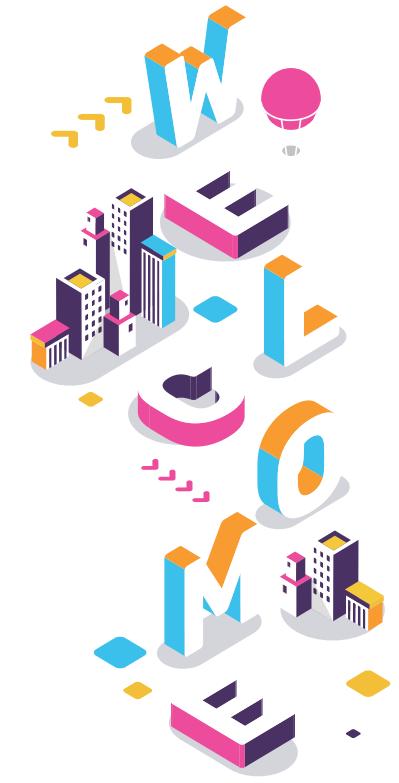
## 03 Hotel Management

호텔 산업



### 03-1 Present Condition

업계 현황



1990년대 초 인터넷이 신 산업의 하나로 채택되고 발전하기 시작했을 때 항공사들이 자신의 플랫폼을 활용하여 직접 손쉽게 비행기 좌석을 예약 판매하기 시작하면서 고가의 상품을 팔던 여행사들과 여행 상품을 판매하던 소매 여행사가 그 영향으로 인해 문을 닫게 되었습니다. 호텔의 경우에는 인터넷을 활용하여 그 이전에 하지 못했던 소비자에게 쉽게 다가갈 수 있는 경험과 기회를 얻었으나 소비자 연구에 많은 시간을 할애해야 한다는 부담과 방대한 데이터 관리의 어려움 때문에 결국 좋지 않은 결과와 경험을 초래했습니다.

\*1994년 호텔 검색사이트인 Travelweb.com에서 온라인 예약 기능을 최초로 선보인 것을 시작으로 OTA(Online Travel Agent)들은 수년간 지속적으로 시장 점유율을 높이고 있습니다. 이들은 고객의 예산에 따라 호텔을 검색하고 선택할 수 있는 서비스를 제공하여 호텔들이 직접 해결하지 못했던 문제를 해결했고 고객들은 효율적인 호텔 유통 서비스 채널을 통해 다양한 호텔을 이용할 수 있게 되었습니다. 이러한 결과로 2017년 기준으로 OTA 본고장인 미국에서 전자 여행시장(Online Travel Market)총 수입의 39%에 달하는 점유율을 기록하고 있으며, 2020년까지 41%를 넘는 점유율을 달성 할 것이라고 예측하고 있습니다. (참조: 외국계 온라인 여행사의 한국시장 진출에 따른 영향과 대응 방향\_한국문화관광연구원\_2017) 이러한 서비스가 처음에는 모든 사용자(호텔, 게스트, 여행사)에게 상호 유익한 사업 모델이 되었으나 시간이 지나고 환경이 OTA들의 중앙 집중 채널로 변형(총 온라인 호텔예약의 76% 차지)되면서 자유시장의 왜곡을 가져오고 지배적인 체계로 변질되게 되었습니다.

주요 OTA 총 예약금액(Gross Booking) 비교 (2006)

단위: 백만 USD

Item 구분	2014	2015	2016	연평균성장률
Expedia	50,447	60,830	72,431	20%
Priceline	50,300	55,528	68,087	16%
Ctrip	16,935	26,753	47,085	67%
Airbnb	6,449	9,641	12,300	38%
eDreams Odigeo	5,606	5,117	5,629	0%
Lastminute	1,744	2,682	2,467	19%

※ 자료 : 각 OTA별 재무제표 및 skift.com (일부 통계는 추정 및 환율에 의해 영향을 받음).



## 03-2 Problems of the Market

시장의 문제점

### 높은 수수료율 체계

외국계 OTA와 숙박업계와의 거래관계에서 가장 쟁점이 되는 이슈는 수수료율이다. 규모가 클수록 협상 지위에서 대등한 관계를 형성하는 반면, 소규모 업체일수록 OTA의 협상 지위를 높게 인식하고 있는 것으로 나타나고 있습니다.

숙박업체는 OTA에게 17% ~ 25%의 예약 수수료를 지급하는데 호텔은 시설 개선, 임직원 급여 및 관리비용, 고객할인 등으로 인하여 수익이 감소하여 좋은 서비스를 제공하기 어려운 점이 발생하고 있습니다.

### Priceline vs Expedia 예약 수수료율

Category	OTA	수수료율
Priceline	Agoda.com	17
	Booking.com	15~25
Expedia Group	Expedia	25
	Hotels.com	25

※ 출처: Roomplex\_2015)

### 외국계 OTA vs 관광 숙박업 수수료율 협상 지위

Item	외국계 OTA의 협상력이 아주 강함	외국계 OTA의 협상력이 다소 강함	합계	대등한 수준
전체	8.0	30.0	380.	62.0
관광호텔	4~5성급	0	0	100.0
	1~3성급	2.9	37.1	40.0
일반 숙박업	23.3	56.7	80.0	20.0

※ 출처: 한국관광문화원 OTA 한국시장 진출에 따른 영향과 대응방향\_2017)

### 브랜드 도용

OTA 그룹들은 호텔 예약을 통해 얻은 수익을 OTA 플랫폼을 홍보하기 위해 막대한 마케팅 비용으로 투자하고 있습니다. 이들은 호텔의 브랜드를 임의로 사용하여 호텔산업에 직접적인 수익을 주는 것이 아니라 포털 사이트 및 여러 광고 채널에 호텔 브랜드를 활용하여 OTA 플랫폼으로의 예약을 유도하여 본인들의 수익 및 영향력을 늘려가고 있습니다.

### Priceline vs Expedia 마케팅 비용

Category	항목	Priceline			Expedia		
		2016	2015	2014	2016	2015	2014
수입		10,743	9,224	8,442	8,774	6,672	5,763
마케팅 비용		4,210	3,365	2,902	4,367	3,381	2,808
비율		39%	36%	34%	50%	51%	49%

※ 자료: 각 OTA별 재무제표  
(출처: 한국관광문화원 OTA 한국시장 진출에 따른 영향과 대응방향\_2017)

### 가격 담합

대형 OTA 업체들은 숙박업체에게 동등한 요금(입금 가격)계약을 요구합니다. OTA는 시스템을 통해 숙박업체가 OTA들에게 지급되는 입금 가격 요율이 일관되게 유지 되는지 철저하게 감시하고 있습니다.

이로 인해 소비자들은 어느 예약 채널을 통하여인지 아니면 숙박업체에서 직접 결제하던지 일정한 수준의 비용을 결제해야 합니다. 결과적으로 숙박업체가 추가 수익을 얻을 수 있는 연간 약 1억 달러가 비용으로 발생하여 결국 손실로 이어지는 현상이 나타납니다.

### 간접적 관계 성립

소비자에게 제공되는 서비스는 중개업자인 OTA들은 서비스 문제에 대한 책임이 없도록 되어 있고 최종 공급 업자 즉, 호텔들이 책임지게 됩니다. 만약 숙박업체가 OTA와 거래 시 지불하는 수수료 비용을 소비자에게 재투자할 경우 소비자에게 양질의 서비스를 제공할 수 있습니다.

숙박업체는 소비자들과의 직접적인 관계를 통해 양질의 보상 경험을 제공하고 이를 통해 소비자들과 좋은 관계를 유지할 수 있으나 현재 여행업의 구조상 OTA의 지배구조가 높아 서비스 불만에 대한 해결이나 양질의 고객 서비스 제공이 어렵습니다.

이는 직접적인 관계가 아닌 OTA를 통한 간접적인 관계로 서비스가 이뤄지기 때문입니다.



### OTA 이용에 따른 대표적인 소비자들의 불만 사항들

1. 예약 누락 및 객실 상태
2. 객실다입 지정 불가
3. 취소정책(Cancellation Policy)의 유동성
4. 예약에 수반되는 여러 제약 조건

※ 출처: J.D POWER 2014 Online Travel Agency Satisfaction Report

## 소비자 충성도

숙박업계의 입장에서는 기존 고객 유지와 신규 고객 확보는 추가적인 비용이 많이 소요되는 부분입니다.

고객의 재방문율을 높이기 위해서는 숙박업계의 수익이 증가하고 그 수익의 일부를 소비자를 위한 최고의 서비스 제공과 인센티브 시스템으로 보상하기 위한 비용으로 투입할 수 있습니다. 이러한 선순환 구조가 소비자들의 반복 방문을 통해 브랜드 충성도를 높일 수 있으나 OTA를 통한 예약 시스템은 고객의 충성도가 아닌 저렴한 가격에 초점이 맞춰져 있어 선순환 구조를 통한 수익 증대가 어려운 것이 현실입니다.

## 보상 시스템

숙박업계는 직접적인 보상 시스템을 구축하여 고객의 재방문율을 높이려 하고 있으나 관련 시스템을 구축하여 운영하는 것은 예산 비용의 상당 부분을 지출 하고도 효율적이지 않은 결과 초래하고 있는 실정입니다. 이렇게 숙박업체가 직접 운영하는 시스템은 효과적이지 않고 부정적인 경험을 전달하기도 하며, 보상의 형태 또한 융통성이 부족하고 상용하기 번거롭게 되어 있으며 제3자에게 양도하기 어렵습니다.

이는 OTA들이 소비자와 숙작업체에게 돌아가야 하는 이익구조와 소비자 보상체계를 간섭하여 통제하기 때문으로 보여집니다. 이는 소비자들의 이탈률로 직결되어 기준의 방법인 OTA를 활용한 사업구조는 고객과 숙박업체 상호 긍정적인 발전이 어렵습니다. 블루코츠(Bluecots)는 숙박업계와 소비자 사이의 근본적인 문제인 서비스의 질적 향상과 더불어 보상 시스템의 해결책을 제공하려 합니다.

# Redesign of the Market...



## 03-3 Market Breadth \_ 진입 시장 규모

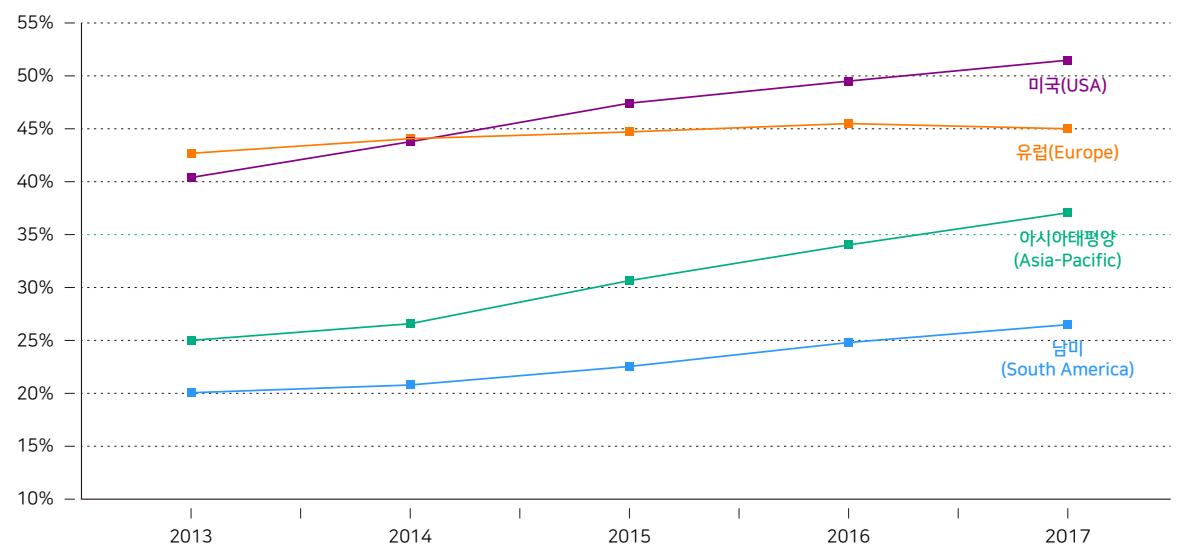


현재 세계 호텔 시장 산업은 연 5,280억 달러 규모의 가치가 있으며 2030년까지 현재 두 배 정도 시장으로 성장할 것으로 예상되고 있습니다.

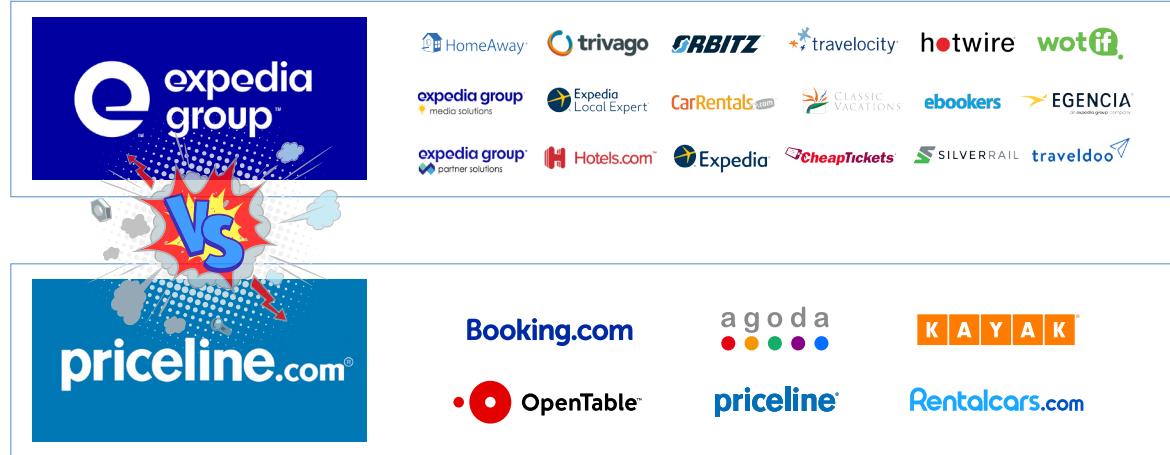
이중 OTA를 통한 예약이 시장 전체의 40% 정도인 2,110억 달러 정도를 차지하고 있으며 수익은 310억 달러 정도로 추정됩니다. OTA 업계 세계 마켓 포지션은 미국과 유럽이 매출 볼륨의 70% 차지하고 있으며, 특히, 유럽의 경우 Phocuswright (European Online Travel Overview)에 따르면, 2014년을 기점으로 이미 온라인 예약이 오프라인 예약을 추월하였다는 조사 결과를 발표했습니다. 중국은 11%, 나머지 국가들이 19%를 차지하고 있으며 지역 성장 속도는 유럽과 중국이 매년 두 자릿수 성장으로 강세를 보이고 있으며, 성숙한 미국 시장은 매년 꾸준히 한 자릿수를 유지할 것으로 예상되고 있습니다.

성장성이 가장 높다고 평가되는 지역이 아시아태평양이며, 이 지역은 아직 상대적으로 OTA의 침투율이 높지는 않지만 향후 상황이 급 반전 될 것으로 예상됩니다. Creative Crest의 보고서 'The Top Four OTA Trend In Asia Pacific'에 의하면, 아시아태평양 지역은 중국, 인도, 동남아 등의 주요 지역의 약진에 힘입어 2015년부터 2020년까지 총 매출 기준 약 117%에 달하는 성장(\$445억 ~ \$965억)을 달성할 것이라고 예측하고 있습니다.

또한 이 보고서에서는 상대적으로 약한 항공사들의 독점 지위(동일 구간에 대해 다수의 항공사가 항공편을 운영), 객실 공급자들의 결속력 부족(체인 호텔 및 호텔홍보/예약시스템의 부재), 예약 시 높은 모바일 채널 이용률(2016기준: 인도86%, 일본54%, 중국52%) 등을 근거로 타 지역에 비해 아시아태평양 지역에서 OTA들이 시장을 빠른 속도로 잠식할 것이라고 예상하고 있습니다.



2018년 현재 OTA 시장 내 80% 이상의 독점적 지배세력은 Priceline Group과 Expedia가 차지하고 있으며, 이들의 브랜드는 Priceline의(Booking.com, OpenTable, Cheapflights)과 Expedia(Hotels.com, Trivago, ebookers.com)입니다. 한국을 포함한 아시아태평양 시장에 공격적으로 진입을 하여 지배율을 넓히고 있는 것이 사실입니다.



소비자들은 호텔 이용 시 이들의 브랜드가 제공하는 가격을 선택하기 때문에 본인들이 경쟁력 있는 가격을 선택했다는 착각을 할 만큼 막대한 지배력을 가지고 있습니다. 이중 Priceline Group은 시가총액 900억 달러의 세계 최대 OTA이며, 2020년까지 이 두 그룹이 시장의 94%를 점유할 것으로 예상됩니다.

Priceline vs Expedia 2023년 성장전망							
Category	Income Item	구분	Priceline			Expedia	
			CAGR	2016	2023	CAGR	2016
수입	호텔		9.690	14,803	6%	6,043	14,742
	항공권		71	99	5%	570	584
	렌터카/크루즈		49	81	7%	1,063	1,571
	광고		705	1,374	10%	477	983
영업이익	호텔		3,749	5,771	6%	1,328	3,454
	항공권		28	38	5%	125	137
	렌터카/크루즈		19	32	8%	234	368
	광고		273	536	10%	105	230
총수입			39%	36%	7%	50%	4,357
							8%

※ 자료: 각 OTA별 재무제표 (2016년: 추정치 / 2023년: 예상치)

호텔업계는 OTA와 별도로 호텔 예약 온라인 사이트 및 제휴되어 있는 오프라인 여행사를 통해 상품을 판매할 수 있으나 OTA와 체결한 동등 가격 판매 조건 계약을 준수해야 하기 때문에 OTA 채널과 별개의 온라인 판매 및 오프라인 채널 상에서도 가격 차등이 아닌 표준 가격을 준수해야 하는 실정입니다.

블루코츠(Bluecots)는 소비자와 공급자 모두에게 유익한 비즈니스 모델을 제시할 것이며, 긍정적인 솔루션을 앞세워 OTA를 포함한 온라인 예약시장 및 오프라인 시장 두 가지 시장에 진입할 수 있으며, 예약 및 보상 시스템 또한 온라인에 국한되지 않고 오프라인으로 확대 적용될 것입니다.

## 04 Hotel with Blockchain

블록체인 기술 배경



## 05 BLUECOTS Business

비즈니스 구축



### 05-1 BLUECOTS Framework

블루코츠 프레임워크

온라인 호텔예약사이트인 OTA 그룹들은 전세계 호텔 및 레지던스 등과 계약을 맺어 30-70% 할인된 가격으로 온라인 예약 상품을 판매하고 있습니다.

블루코츠의 예약 및 보상시스템을 바탕으로 호텔간의 예약처리 등을 블루코츠토큰을 활용하여 기존 OTA에 비해 저렴한 운영비용으로 운영을 하여 시장경쟁력을 갖추게 됩니다. 또한 블루코츠는 토큰 투자로 인한 자금을 통해 글로벌 예약 보상시스템 개발 및 호텔 및 레지던스, 리조트 등의 자산을 직접 운영하여 향후 블루코츠토큰이 가지는 자산가치를 극대화 하고자 합니다.

결제의 안정성을 갖추고 누구나 손쉽게 원하는 지역, 원하는 호텔의 예약 상품을 선택하게 되어 가격할인 경쟁력까지 갖추게 되며, 전세계 100여개 이상 호텔 및 숙박시설 운영으로 확장할 계획에 있습니다.

### 05-2 BLUECOTS Planning

비즈니스의 변화

현재 호텔 및 레지던스 등의 숙박시설은 해외전문브랜드 및 비체인 독립호텔 등으로 주로 구성되어 있고 호텔 및 숙박을 전문으로 운영하는 브랜드가 거의 없습니다. 이러한 시장의 상황은 결국 OTA 그룹들의 영향력이 커질 수밖에 없는 비즈니스 환경입니다.

블루코츠는 기존의 비즈니스 환경의 변화를 목표로 호텔전문 운영브랜드로 사업영역을 확장하여 2020년 까지 호텔 / 레지던스 / 리조트 분야에 걸쳐 전문자산운영 및 온라인 여행 예약시스템사업의 영역으로 확대하여 블루코츠 투자자들의 자산가치 증대에 긍정적인 비즈니스로 만들어 갈 계획입니다.

또한 전세계적으로 온라인 호텔예약이 꾸준하게 증가하고 있어 이러한 직접적인 호텔마케팅 운영이 점차 정착해가고 있습니다. 먼저 국내부문에서도 외국계처럼 전문운영시스템을 가진 브랜드의 필요성이 대두되고 해외여행시장의 성장에 따라 한국인이 해외여행 시 편안한 서비스를 받을 수 있는 호텔 & 레지던스의 필요성이 성장하고 있습니다.

블루코츠의 첫 번째 사업모델은 블록체인기술을 통한 직접예약 및 보상시스템 운영사업으로 진행되며, 연이어 호텔 및 레지던스의 직접 운영 시스템을 구축하고 있고 이를 통해 해외 및 국내 관련 업체와의 경쟁력에서 앞서가기 위한 전략을 추구합니다.

이는 온라인 호텔예약 및 보상시스템과 운영 사업을 통한 온, 오프라인 통합마케팅을 통해 제휴 및 운영 호텔 및 레지던스의 객실점유율을 극대화 시키고, 이를 통한 다양한 레저 시설과의 제휴 강화를 통해 국내외 호텔 및 레지던스, 리조트 등의 체인화를 통한 수익 창출이 가능합니다.



## 05-3 Operation Plan Assets

자산 운영 플랜

### 블루코츠토큰 구매

프리세일 및 ICO를 통해 구매한 블루코츠토큰은 향후 블루코츠지갑을 통해 글로벌 호텔 및 레지던스, 리조트의 직접예약이 가능한 유ти리티코인으로 사용함과 동시에 사용한 블루코츠토큰의 일정부분을 보상 받아 다양한 제휴 서비스 및 재예약에 사용이 가능합니다.

### 블루코츠시스템 개발

프리세일 및 ICO를 통해 투자된 자금의 일부는 블루코츠 예약 및 보상시스템 개발비용으로 사용됩니다. 블루코츠지갑으로 불리는 어플리케이션은 모든 블루코츠 토큰 구매자에게 제공이 됩니다. 예약, 보상, 환전, 제휴서비스 이용 등 통합서비스가 가능한 어플리케이션인 블루코츠지갑을 통해 가장 쉽고 다양하고 안전한 여행 서비스를 제공합니다.

### 블루코츠 자산운영

프리세일 및 ICO를 통해 투자된 자금으로 블루코츠는 제휴 호텔 및 레지던스와 더불어 직접 호텔 및 레지던스, 리조트를 운영하는 브랜드로 사업 영역을 확장합니다. 이미 블루코츠에 투자자로 참여한 모든 고객들은 블루코츠의 사용자이자 회사에 대한 일부 권리를 가지는 주주의 개념으로 비즈니스에 동참하게 됩니다.

직접 자산 운영을 통해 블루코츠의 유ти리티 가치를 넓히고 어플리케이션의 다양한 활성화로 또 한번 가치의 영역을 넓혀가는 새로운 비즈니스 모델입니다.

## 05-4 Alliance with BLUECOTS

블루코츠 제휴 현황

### SEOUL

1			호텔명 로사나부티크 호텔	객실수 81개	위치 서울시 송파구 삼학사로 98	성급 ★★★
---	--	--	------------------	------------	-----------------------	-----------

2			호텔명 포레일 호텔	객실수 82개	위치 서울시 강남구 학동로 117	성급 ★★★★
---	--	--	---------------	------------	-----------------------	------------

3			호텔명 크라운파크 호텔	객실수 204개	위치 서울 중구 남대문로 7길 19	성급 ★★★
---	--	--	-----------------	-------------	------------------------	-----------

4			호텔명 호텔 더 디자이너스 서울역	객실수 100개	위치 서울시 용산구 한강대로 305	성급 ★★
---	--	--	-----------------------	-------------	------------------------	----------

5			호텔명 아이린 호텔	객실수 78개	위치 서울시 중구 북창동 122	성급 ★★★
---	--	--	---------------	------------	----------------------	-----------

6			호텔명 어반플레이스강남 호텔	객실수 250개	위치 서울시 서초구 효령로 77길 30	성급 ★★★
---	--	--	--------------------	-------------	--------------------------	-----------

### PUSAN

7			호텔명 해운대 센텀 호텔	객실수 543개	위치 부산시 해운대구 센텀3로 20	성급 ★★★★
---	--	--	------------------	-------------	------------------------	------------

8			호텔명 해운대 센텀프리미어 호텔	객실수 603개	위치 부산시 해운대구 센텀1로 17	성급 ★★★★
---	--	--	----------------------	-------------	------------------------	------------

9			호텔명 크라운하버 호텔	객실수 500개	위치 부산시 중구 중앙대로 114	성급 ★★★★★
---	--	--	-----------------	-------------	-----------------------	-------------

10			호텔명 베스트웨스턴 해운대 호텔	객실수 150개	위치 부산시 해운대구 구남로 42	성급 ★★★★★
----	--	--	----------------------	-------------	-----------------------	-------------

11			호텔명 슬라리아 니시테오 부산	객실수 203개	위치 부산시 부산진구 서면로 20	성급 ★★★★★
----	---	---	---------------------	-------------	-----------------------	-------------

19			호텔명 더본 호텔	객실수 140개	위치 제주도 서귀포시 색달로 18	성급 ★★★★★
----	---	---	--------------	-------------	-----------------------	-------------

12			호텔명 호텔프리미어 남포	객실수 107개	위치 부산시 중구 구덕로 54-1	성급 ★★★★★
----	---	---	------------------	-------------	-----------------------	-------------

20			호텔명 서귀포 블루 호텔	객실수 219개	위치 제주도 서귀포시 김정문화로 51	성급 ★★★★★
----	---	---	------------------	-------------	-------------------------	-------------

13			호텔명 라마다 앙코르 해운대 호텔	객실수 408개	위치 부산시 해운대구 구남로 9	성급 ★★★★★
----	---	---	-----------------------	-------------	----------------------	-------------

21			호텔명 씨엘블루 호텔	객실수 96개	위치 제주도 제주시 서해안로 368-3	성급 ★★★★
----	---	---	----------------	------------	--------------------------	------------

14			호텔명 부산역 포레호텔	객실수 47개	위치 부산시 동구 중앙대로 296번길 6	성급 ★★★
----	--	--	-----------------	------------	---------------------------	-----------

22			호텔명 리시온 호텔	객실수 75개	위치 제주도 서귀포시 표선면 표선동서로 263	성급 ★★★★
----	--	--	---------------	------------	------------------------------	------------

JEJU						
15			호텔명 오션팰리스 호텔	객실수 257개	위치 제주도 서귀포시 중앙로 14	성급 ★★★★★

23			호텔명 호텔 윈스카이	객실수 260개	위치 제주도 서귀포시 신중남로 17	성급 ★★★★
----	---	---	----------------	-------------	------------------------	------------

16			호텔명 신성 리조트 호텔	객실수 62개	위치 제주도 서귀포시 이어도로 989	성급 ★★★
----	---	---	------------------	------------	-------------------------	-----------

24			호텔명 라마다 앙코르 서귀포	객실수 243개	위치 제주도 서귀포시 서호중로 65	성급 ★★★★★
----	---	---	--------------------	-------------	------------------------	-------------

17			호텔명 라마다 앙코르 제주성산 호텔	객실수 273개	위치 제주도 서귀포시 성산읍 동류암로 26	성급 ★★★★★
----	---	---	------------------------	-------------	----------------------------	-------------

25			호텔명 레오 호텔	객실수 95개	위치 제주도 제주시 삼무로 14	성급 ★★★★★
----	---	---	--------------	------------	----------------------	-------------

18			호텔명 함덕비치 호텔	객실수 269개	위치 제주도 제주시 조천읍 조함해안로 474	성급 ★★★★
----	---	---	----------------	-------------	-----------------------------	------------

26			호텔명 제주오리엔탈 호텔	객실수 321개	위치 제주도 제주시 조천읍 조함해안로 474	성급 ★★★★★
----	---	---	------------------	-------------	-----------------------------	-------------

27			호텔명 객실수 위치 성급	오션스위츠 호텔 350개 제주도 제주시 탑동해안로 74 ★★★★
----	--	--	------------------------	--

28			호텔명 객실수 위치 성급	라마다제주시티 호텔 375개 제주도 제주시 중앙로 304 ★★★★
----	--	--	------------------------	---

29			호텔명 객실수 위치 성급	하워드존슨 호텔 제주 464개 제주도 제주시 삼무로 57 ★★★★
----	--	--	------------------------	---

30			호텔명 객실수 위치 성급	비스타케이월드컵 호텔 146개 제주도 서귀포시 김정문화로41번길10-6 ★★★★
----	--	--	------------------------	---

31			호텔명 객실수 위치 성급	비스타케이 천지연 호텔 228개 제주도 서귀포시 중앙로47번길 25 ★★★★
----	--	--	------------------------	---

32			호텔명 객실수 위치 성급	제주 글램블루 호텔 202개 제주도 서귀포시 서귀동 명동로 46 ★★★
----	--	--	------------------------	--

33			호텔명 객실수 위치 성급	호텔 윈스토리 200개 제주도 서귀포시 중정로 11 ★★★
----	--	--	------------------------	---

**33 Hotels Alliance with BLC \_up to date**  
\_ 현재 확정 제휴된 파트너 호텔

## 06 / BLC Token Sale

\_ 토큰 및 자금 분배계획



## 06-1 BLC Token Sale & Schedual

\_ 토큰세일 예산 및 일정



▶ Hard cap : 500,000,000 ea (50%) / ▶ Soft cap : 300,000,000 ea (30%)



▶ 1 BLC = 30KRW / ▶ 최소 구매수량 : 0.1 ETH



▶ 1차 프리세일: 2019년 1월 (15% 보너스)  
▶ 2차 프리세일: 2019년 2월 (10% 보너스)  
▶ 3차 프리세일: 2019년 3월 (5% 보너스)



▶ 하드캡 미 달성 시 미판매 분량은 소각 처리합니다.  
▶ 토큰 판매가 종료된 이후 실제 BLC 수량이 확인됩니다.  
▶ 프리세일과 메인세일은 모두 사전 등록과 KYC 인증이 필수입니다.

## 06-2 BLC Token Sale & Schedual

\_ 토큰세일 예산 및 일정



▶ Pre ICO : 10% / ▶ ICO : 35% / ▶ 50%는 토큰세일 기간



▶ Team : 15% / ▶ Advisors & Partner : 5% / ▶ Foundation : 30%



Platform Development 플랫폼 개발에 25%의 자금을 사용하게 될 것이며, 우수한 개발자들로 구성된 팀으로 최적의 플랫폼 구축에 전념할 예정입니다. 블루코츠는 웹, iOS, Android 환경에 맞는 새로운 서비스 기능 및 사용자 인터페이스 향상을 위해 지속적으로 업그레이드 할 계획입니다.

Affiliate & PR Marketing 블루코츠 프로젝트의 가치 상승과 사용률을 높이기 위한 마케팅 캠페인에 자금의 25%가 사용될 예정입니다.

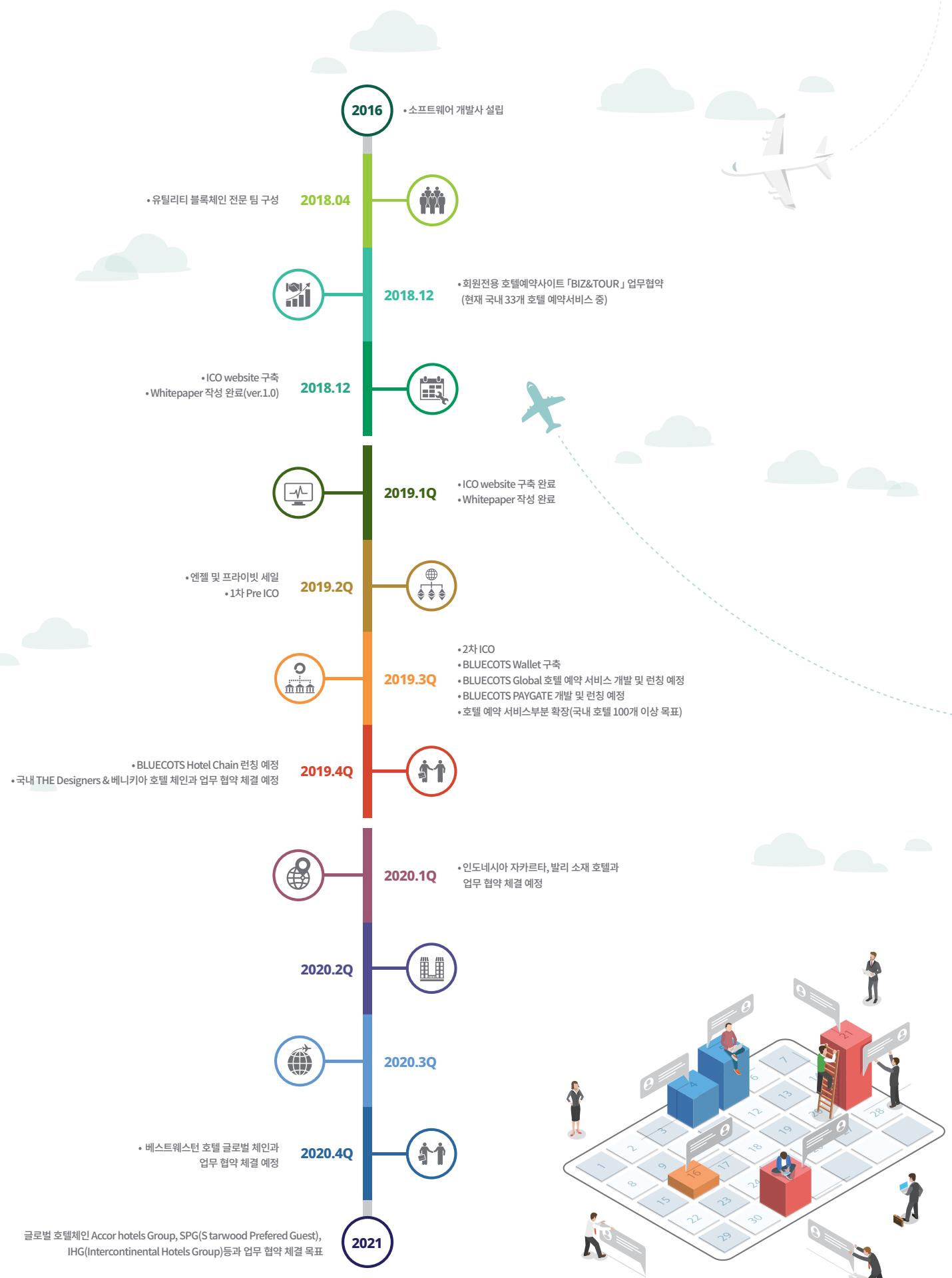
Foundation Operation 블루코츠는 직접 자산운영을 통한 토큰 가치 상승과 활용성을 높이는 비즈니스로 진행됩니다. 자금의 40%가 사용될 예정입니다.

Legal, Accounting Advice 블루코츠 비즈니스 운영을 위한 각종 세금 및 부대비용으로 법률 및 회계서비스도 포함됩니다. 자금의 10%가 사용될 예정입니다.

## 07 Loadmap

\_ 사업계획





## 07-1 Business Members Building

\_운영진 구성

2016	소프트웨어 개발사 설립
2018 / 04	유 Utili티 블록체인 전문 팀 구성

## 07-2 ICO Setup

\_ICO 계획

2019 1Q	ICO website 구축 완료 예정 / Whitepaper 완료
2019 3Q	BLUECOTS Wallet 구축

## 07-3 BLC Sales(ICO)

\_BLUCOTS TOKEN(BLC) ICO 계획

2019 2Q	엔젤 및 프라이빗 세일 / 1차 Pre ICO
2019 3Q	2차 ICO
2019 3Q	거래소 상장

## 07-4 Business Modeling

\_추진사업계획

2019 3Q	BLUECOTS Global 호텔 예약 서비스 개발 및 런칭 예정
2019 3Q	BLUECOTS PAYGATE 개발 및 런칭 예정
2019 3Q	BLUECOTS Hotel Chain 런칭 예정

## 07-5 Business Co-work Schedual

\_추진사업계획

2018 4Q	회원전용 호텔예약사이트 BIZ&TOUR 과 업무협약완료 (현재 국내 33개 호텔 예약서비스 중)
2019 3Q	호텔 예약 서비스부분 확장(국내 호텔 100개 이상 목표)
2019 4Q	국내 THE Designers & 베니키아 호텔 체인과 업무 협약 체결 예정
2020 1Q	인도네시아 자카르타, 발리 소재 호텔과 업무 협약 체결 예정
2020 4Q	베스트웨스턴 호텔 글로벌체인과 업무 협약 체결 예정
2021 1Q~2Q	글로벌 호텔체인 Accor hotels Group, SPG(Starwood Preferred Guest), IHG(Intercontinental Hotels Group)등과 업무 협약 체결 목표

## 07-6 BLC Token Sale & Schedual

\_향후 추진 계획

### 국내시장 개척

블록체인 호텔 전문 기업으로서 인지도를 높이고, 신개념 호텔 서비스를 개발하여 체인화.  
핵심전문인력을 양성하여 네트워크 구축

### 해외시장 진입

중국, 일본, 홍콩, 베트남, 유럽, 미주 등의 시장 진출, 해외 프랜차이즈 시장을 개척함과 동시에 브랜드 인지도 강화

### 세계시장 확장

글로벌 제휴를 통하여 네트워크 확대와 함께 BBS  
(BLOCKCHAIN BLUECOTS SYSTEM) 시스템의 구축 확장. 통합 브랜드로서 세계 시장에 진입.



## 08 Team & Partners

\_ BLUECOTS 구성원





## 08-1 BLUECOTS Organization

— 블루코츠 조직도

## 08-2 BLUECOTS Business and Operating

— 블루코츠 사업팀

TIGER OH (KOREA)

CEO of BLUECOTS Korea  
In charge of Network design at NTT  
HITACHI Nuclear Power  
MITSUBISHI Nuclear Power  
TOSHIBA Nuclear Power Plant Design  
Development of 3D-CAD System for Tokyo Gas application drawing

TIGER OH (KOREA)

CEO of BLUECOTS Korea  
In charge of Network design at NTT  
HITACHI Nuclear Power  
MITSUBISHI Nuclear Power  
TOSHIBA Nuclear Power Plant Design  
Development of 3D-CAD System for Tokyo Gas application drawing

TIGER OH (KOREA)

CEO of BLUECOTS Korea  
In charge of Network design at NTT  
HITACHI Nuclear Power  
MITSUBISHI Nuclear Power  
TOSHIBA Nuclear Power Plant Design  
Development of 3D-CAD System for Tokyo Gas application drawing

TIGER OH (KOREA)

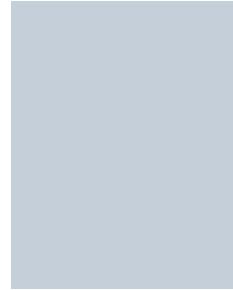
CEO of BLUECOTS Korea  
In charge of Network design at NTT  
HITACHI Nuclear Power  
MITSUBISHI Nuclear Power  
TOSHIBA Nuclear Power Plant Design  
Development of 3D-CAD System for Tokyo Gas application drawing

TIGER OH (KOREA)

CEO of BLUECOTS Korea  
In charge of Network design at NTT  
HITACHI Nuclear Power  
MITSUBISHI Nuclear Power  
TOSHIBA Nuclear Power Plant Design  
Development of 3D-CAD System for Tokyo Gas application drawing

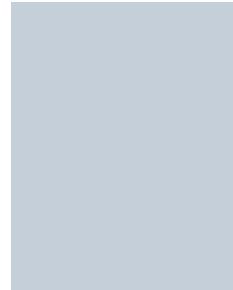
## 08-3 BLUECOTS R&D / LAB

\_ 블루코츠 개발팀



CHRIS G. KIM (KOREA)

PISHON | Design Agency | CEO  
GNP LINK | Advertising Agency | Design Director  
STUDIO RYU | PHOTO STUDIO | CEO  
WELCOMM DESIGN HOUSE | Design Agency | CEO  
IDO COMMUNICATIONS | Advertising Agency | Design Director  
ADVERTISING WORLD | Advertising Agency | Senior Designer  
WELCOMM PUBLICIS WORLDWIDE | Advertising Agency | Designer

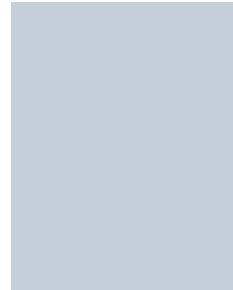


CHRIS G. KIM (KOREA)

PISHON | Design Agency | CEO  
GNP LINK | Advertising Agency | Design Director  
STUDIO RYU | PHOTO STUDIO | CEO  
WELCOMM DESIGN HOUSE | Design Agency | CEO  
IDO COMMUNICATIONS | Advertising Agency | Design Director  
ADVERTISING WORLD | Advertising Agency | Senior Designer  
WELCOMM PUBLICIS WORLDWIDE | Advertising Agency | Designer

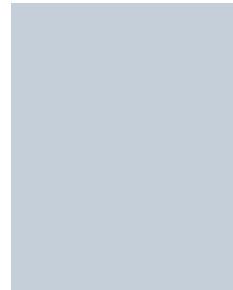
## 08-4 BLUECOTS Marketing

\_ 블루코츠 마케팅팀



CHRIS G. KIM (KOREA)

PISHON | Design Agency | CEO  
GNP LINK | Advertising Agency | Design Director  
STUDIO RYU | PHOTO STUDIO | CEO  
WELCOMM DESIGN HOUSE | Design Agency | CEO  
IDO COMMUNICATIONS | Advertising Agency | Design Director  
ADVERTISING WORLD | Advertising Agency | Senior Designer  
WELCOMM PUBLICIS WORLDWIDE | Advertising Agency | Designer



CHRIS G. KIM (KOREA)

PISHON | Design Agency | CEO  
GNP LINK | Advertising Agency | Design Director  
STUDIO RYU | PHOTO STUDIO | CEO  
WELCOMM DESIGN HOUSE | Design Agency | CEO  
IDO COMMUNICATIONS | Advertising Agency | Design Director  
ADVERTISING WORLD | Advertising Agency | Senior Designer  
WELCOMM PUBLICIS WORLDWIDE | Advertising Agency | Designer

## 08-5 BLUECOTS Advisor

\_ 블루코츠 어드バイ저



08-6/  
BLUECOTS Legal Support  
법률자문



bluecots.io

"BLUECOTS", "BLIC" and "BLUECOTS PAY" are registered trademarks or trademarks of Bluecots Inc.  
Library Programs : © 2018 BLUECOTS. All rights reserved.