

# 광동제약 STO백서

v0.5

본 백서에 포함된 내용은 초안 단계의 계획으로, 사업 진행 과정에서 시장 상황, 규제 환경, 기술적 요인 등에 따라 수정 및 변경될 수 있습니다. 특히, 토큰증권 제도화와 관련된 내용은 향후 제도 구체화 과정에서 변경될 수 있으며, 사업 모델과 서비스 내용 역시 시장 환경과 기술 발전에 따라 조정될 수 있음을 알려드립니다.

본 백서는 정보 제공의 목적으로만 작성되었으며, 법적 구속력이 있는 계약서나 청약의 권유로 해석되어서는 안 됩니다. 구체적인 조건과 내용은 추후 관련 법령에 따른 정식 공시자료를 통해 확인하시기 바랍니다.

앞으로도 저희 광동제약은 고객 여러분께 더 나은 가치를 제공하기 위해 지속적으로 사업 모델을 발전시켜 나가겠습니다.

## 광동제약 STO팀 & 핑거 STO셀

# 목차

<b>I. 배경.....</b>	<b>4</b>
1. 증권.....	4
2. 디지털전환.....	5
3. 일상 헬스케어의 혁신.....	6
4. 고객관계의 혁신.....	8
5. 차세대 혁신 플랫폼 “OWN:R Lab”.....	10
<b>II. 광동제약.....</b>	<b>11</b>
1. 역사.....	11
2. 광동제약의 혁신.....	11
<b>III. 시장현황.....</b>	<b>14</b>
1. 제약시장.....	14
2. 제약투자시장.....	15
3. 식음료시장.....	16
4. 크라우드펀딩시장.....	16
<b>IV. 광동제약의 새로운 비전.....</b>	<b>18</b>
1. 광동과 고객 (Customer to Companion).....	18
2. 고객과 새로운 관계 구축.....	18
<b>V. 광동제약 STO.....</b>	<b>20</b>
1. 증권의 혁신.....	20
2. 상품투자모델.....	21
3. 혁신투자모델과 유통구조 개선.....	22
4. 수익모델 투자자보호.....	22
5. 광동상회.....	23
6. 증권유통시장개설.....	23
7. 멤버십 서비스.....	24
8. 구독모델.....	25
9. 공유경제.....	26
10. ESG.....	26
1. 환경 (Environmental) 측면의 이익.....	27

2. 사회 (Social) 측면의 이익.....	27
3. 지배구조 (Governance) 측면의 이익.....	27
<b>VI. 혁신.....</b>	<b>29</b>
1. 개인화 혁신.....	29
2. 마케팅 혁신.....	30
1. 브랜드 오너십과 마케팅의 결합.....	30
2. 차별화된 멤버십 프로그램.....	30
3. 인플루언서 육성 프로그램.....	30
4. 제품 개발 참여 기회.....	30
5. 온라인 직접 판매와 연계 전략.....	31
6. 실시간 거래 정보 활용.....	31
7. 개인화된 마케팅 전략.....	31
3. 헬스케어 서비스 혁신.....	31
1. 개인 건강 데이터 기반 맞춤형 건강관리.....	31
2. 웨어러블 기기 연동을 통한 실시간 건강 모니터링.....	32
3. 헬스케어 구독 서비스.....	32
4. 개인화된 헬스케어 커뮤니티 및 학습 공간 제공.....	32
5. 건강 목표에 따른 리워드 및 로열티 프로그램.....	32
4. 제조업 혁신.....	32
<b>VII. 미래.....</b>	<b>34</b>
1. 적응형 헬스케어 - 인공지능 헬스케어.....	34
2. 매일 매일을 더 건강하게 - 생활밀착 어드바이저.....	34
3. 회복 - 삶에 영향을 끼치는 광동의 새로운 비전.....	35
<b>Disclaimer.....</b>	<b>36</b>

# I. 배경

## 1. 증권

자본주의와 무역이 발전하던 근대 유럽에서 근대적 형태의 증권이라는 개념이 시작되었습니다. 이는 당시 급격히 성장하던 국제 무역과 상업 발전의 필연적 결과였습니다.

16세기 말, 네덜란드 상인들은 아시아와 유럽 간의 교역이 큰 수익을 창출한다는 것을 깨닫고, 보다 체계적이고 효율적인 무역 시스템을 구축하기 위해 동인도 회사를 설립하게 됩니다. 당시 아시아 무역에는 큰 규모의 선박 건조비용, 긴 항해 기간 동안의 운영비용, 그리고 무역 자체에 필요한 자금 등 엄청난 비용이 들었습니다. 개인 상인들이 모든 자본을 부담하기엔 너무 큰 규모였죠.

이러한 재정적 난관을 해결하기 위해 그들은 아주 기발한 아이디어를 떠올립니다. 바로 위험과 이익을 함께 나눌 수 있는 새로운 형태의 투자 시스템을 고안한 것입니다. 동인도 회사는 사람들에게 회사를 소유할 수 있는 "지분"을 판매했고, 이를 통해 대규모 자본을 효과적으로 조달할 수 있었습니다. 그 지분을 가진 사람들은 회사가 이익을 내면 배당금을 받을 수 있었습니다. 이 지분이 바로 주식의 시작입니다.

1602년 네덜란드 암스테르담에 최초의 증권거래소가 열리면서 체계적이고 조직화된 근대적 증권시장이 만들어졌고, 이는 자본시장과 경제, 그리고 기술과 산업발전에 지대한 영향을 끼치며 발전해왔습니다.

증권은 투자자들에게 다양한 사업에 참여할 수 있는 기회를 제공함과 동시에 기업가들에게는 대규모 자본 조달 및 사업 위험 분산이라는 혁신적인 도구를 제공했습니다. 이를 통해 자본주의 경제는 더욱 역동적으로 발전할 수 있었고, 산업혁명과 같은 대규모 기술혁신을 뒷받침하는 핵심 동력이 되었습니다.

그리고 오늘에 이르러 증권은 블록체인으로 대표되는 분산원장 기술과 만나 단순한 금융상품을 넘어서는 디지털 자산의 토큰화, 스마트 계약 기반의 자동화된 거래 시스템 등 새로운 비즈니스 기회를 만드는 분기점에 이르러 있습니다.

## 2. 디지털전환

증권초기에는 차용증서와 교환증서 및 무역증서 등의 계약서 형태 증권은 지분증권으로 발전하였습니다. 이후 컴퓨터와 인터넷 기술발전으로 증권거래가 전자화된 전자 거래시스템의 등장과 함께 거래 속도와 효율성이 극대화했으며, 전세계 어디서나 쉽게 전자증권 형태로 거래를 할 수 있도록 발전해왔습니다.

국내에서는 2019년 1월 28일 전자증권법이 발의되면서 실물 종이증권이 전자증권으로 전환되었으며, 토큰증권 제도화로 새로운 혁신의 기로에 서있습니다

토큰증권은 기존에 정형화된 주식과 채권 등의 정형화 된 증권유형 뿐만 아니라 비정형화 된 다양한 실물자산을 증권으로 발행하고, 이를 분산원장에 기록할 수 있도록 허용됩니다. 따라서 분산원장에 등록된 토큰증권은 법적 추정력을 가지고 소유자에 대한 권리가 보호받게 됩니다.



우리는 토큰증권 제도화가 만들어낼 산업계의 혁신에 주목하였고, 크게 세가지 관점에서 광동제약의 디지털 전환 전략에 큰 혁신을 가져다 줄 것으로 기대하고 있습니다.

### **첫번째로 분산원장의 법적 효력 인정입니다.**

토큰증권은 분산원장을 통해 증권을 발행하고 원장에 기록된 정보에 대한 법적 추정력을 인정되어 권리의 추정 및 제3자 대항력 등이 부여되어 투자자의 재산권이 보호받을 수 있게 됩니다. 따라서 실물시장의 다양한 자산들은 현실의 거래방식에서 벗어나, 분산원장상에 디지털화되어 안전하게 유통되고 서비스 화 되는 제도적 기반이 마련됩니다.

**두번째로 토큰증권제도화로 증권화 가능한 자산의 한계가 크게 넓어졌습니다.**

실물시장의 다양한 유무형 자산들이 토큰증권으로 대응되는 디지털자산으로 전환되어 발행되고 유통될 수 있으며, 자산의 디지털화로 효율성이 극대화되고 디지털 세상에서 유통되며 서비스와 결합하여 새로운 가치를 창출할 수 있습니다.

**셋째로 탈 중앙화 된 새로운 금융의 등장입니다.**

기존 전자증권은 제한된 범위의 증권으로써, 중앙화 된 전자등록기관인 예탁원에 전자적으로 등록된 정보를 신뢰할 수 있었던데 반해, 개별 사업자나 컨소시엄으로 구성된 분산원장에 기록된 원장정보를 신뢰하는 것으로 탈 중앙화 된 새로운 금융서비스 등장이 예고되고 있습니다.

기존 금융권에서의 혁신 뿐만 아니라 비금융권의 특정 산업섹터별로 자산을 유동화하고 금융과 융합된 새로운 비즈니스 기회가 열릴 것으로 기대하고 있으며, 특히나 전통 금융업권이 아닌 일반 산업계에서도 탈 중앙화 된 금융 생태계에 참여하여 다양한 비즈니스 기회가 만들 것으로 예상하고 있습니다.

광동제약은 식음료분야에서 제약과 바이오 그리고 헬스케어 영역에 이르는 산업섹터에서 토큰증권 발행을 계기로 기존 비즈니스를 혁신하고 금융과 결합된 새로운 비즈니스 시장을 개척해 나갈 계획입니다.

### 3. 일상 헬스케어의 혁신

증권의 발전 과정은 크게 세 단계로 나누어 볼 수 있습니다. 초기에는 차용증서, 교환증서, 무역증서 등의 계약서 형태에서 지분증권으로 발전했고, 그 이후 컴퓨터와 인터넷 기술발전예 따라 종이가 필요 없는 시대로 접어들면서 전자 거래시스템이 등장하여 거래 속도와 효율성이 극대화되었으며, 지금은 전 세계 어디서나 쉽게 전자증권 형태로 거래할 수 있게 되었습니다.

국내에서는 2019년 1월 28일 전자증권법이 발의되면서 실물 종이증권이 전자증권으로 전환되었고, 현재는 토큰증권 제도화로 금융시장의 새로운 혁신을 맞이하고 있습니다. 특히 토큰증권은 기존의 정형화 된 주식과 채권 등의 증권유형 뿐만 아니라, 부동산, 지적재산권, 예술품 등 비정형화 된 다양한 실물자산을 증권으로 발행하고 이를 분산원장에 기록할 수 있게 되었습니다. 이에 따라 분산원장에 등록된 토큰증권은 법적 추정력을 가지고 소유자의 권리가 보호받게 됩니다.

우리는 토큰증권 제도화가 만들어낼 산업계의 혁신에 주목했고, 크게 세 가지 관점에서 광동제약의 디지털 전환 전략에 획기적인 혁신을 가져다 줄 것으로 기대하고 있습니다.

첫 번째는 분산원장의 법적 효력 인정입니다. 분산원장에 기록된 토큰증권은 법적 추정력이 인정되어 권리의 추정 및 제3자 대항력 등이 부여되며, 이를 통해 투자자의 재산권이 보호받을 수 있게 됩니다. 이로써 실물시장의 다양한 자산들은 현실의 거래방식에서 벗어나, 분산원장상에서 디지털화되어 안전하게 유통되고 서비스화되는 제도적 기반이 마련됩니다.

두 번째는 증권화할 수 있는 자산의 범위가 획기적으로 확대된다는 점입니다. 실물시장의 다양한 유무형 자산들이 디지털 토큰으로 전환되어 발행되고 유통될 수 있으며, 이러한 자산의 디지털화로 효율성이 극대화되고 나아가 디지털 서비스와 결합하여 새로운 가치를 창출할 수 있게 됩니다.

셋째는 탈중앙화된 새로운 금융의 등장입니다. 기존 전자증권은 한국예탁결제원이라는 중앙화된 전자등록기관에 전자적으로 등록된 정보를 신뢰할 수 있었던 것과 달리, 이제는 개별 사업자나 컨소시엄으로 구성된 분산원장의 정보를 신뢰하는 탈중앙화 금융으로의 큰 변화가 일어나고 있습니다.

이러한 변화는 기존 금융권의 혁신뿐만 아니라, 각 산업섹터별로 자산을 유동화하고 금융과 융합된 새로운 비즈니스 기회를 제공할 것으로 기대됩니다. 특히 전통 금융업권이 아닌 일반 산업계에서도 탈중앙화된 금융생태계에 참여하여 다양한 비즈니스 기회를 만들 수 있을 것으로 예상됩니다.

광동제약은 이러한 혁신의 흐름 속에서 식음료분야부터 제약과 바이오, 그리고 헬스케어분야의 산업섹터에서 토큰증권 발행을 계기로 기존 비즈니스를 혁신하고 금융과 결합된 새로운 비즈니스 시장을 개척해나갈 계획입니다.



## 4. 고객관계의 혁신

현재 전통적인 소비재 기업들은 큰 변화의 기로에 서 있습니다. 특히 코로나19 이후 급격하게 변화하는 소비자들의 구매 행태와 디지털 기술 발전은 기업들에게 새로운 도전을 요구하고 있습니다.

이러한 변화에 대응하는 글로벌 기업들의 혁신 사례를 살펴보면, 우선 생활용품 기업 P&G는 2021년부터 'Direct to Consumer(D2C)' 전략을 강화하며 자사몰 '타이드닷컴'을 출시했습니다. 그리고 자사몰을 단순한 제품 판매 창구를 넘어서 고객의 세탁 습관과 선호도를 분석하여 맞춤형 세제를 추천하고, 정기 구독 서비스를 제공하는 혁신적인 플랫폼으로 진화시키고 있습니다.

국내 기업들도 변화에 적극적으로 대응하고 있습니다. CJ제일제당은 '비비고'를 통해 식품 브랜드를 넘어 '푸드테크' 기업으로 변신을 시도하고 있습니다. 특히 밀키트 시장에서 데이터를 기반으로 한 고객 맞춤형 식단 제안과 AI를 기반으로 하는 영양 분석 서비스 제공을 통해 디지털 혁신을 선도하고 있습니다. 그리고 스타벅스는 자체 선불카드와 리워드 프로그램을 통해 음료 판매를 넘어 금융과 커머스를 결합한 새로운 형태의 고객 경험을 창출하고 있습니다.

이러한 기업들의 혁신은 유통구조가 오프라인 중심에서 웹, 모바일 플랫폼으로 진화하고, 나아가 모바일 오더, 키오스크, 딜리버리 서비스 등의 확산으로 오프라인과 온라인의 경계가 사라지는 환경 변화에 대응하는 과정에서 나온 필연적 결과입니다. 특히 이러한 변화 중심에는 간편결제를 포함한 다양한 지급 결제 서비스 등 혁신적인 금융 서비스가 있었습니다.

이제 기업의 디지털 혁신은 선택이 아닌 생존을 위한 필수 요소가 되었습니다. 그리고 이러한 변화의 핵심은 고객에게 상품과 서비스를 시간과 공간 제약 없이 편리하게 제공할 수 있는 고객접점을 만드는 것이고, 이 과정에서 금융 서비스를 통해 고객에게 실질적인 편의성과 혜택을 제공하는 것입니다.

광동제약은 지금까지 다양한 제약과 식품을 생산하고 유통하며 리테일 시장에서 고객접점을 확보해왔지만, 디지털 환경에서 고객과의 직접적인 접점은 다소 부족했습니다.

이제 우리는 실물자산 유동화를 통해 금융과 결합된 새로운 비즈니스를 개척하면서 두 가지 방향으로 고객과의 관계를 혁신해나갈 계획입니다.



첫째, 토큰증권 발행을 통해 고객과 함께하는 동반자적 관계를 구축하여, 광동제약의 이익과 성장이 고객의 실질적 이익으로 돌아가는 진정한 이익공동체를 만들겠습니다.

둘째, 증권발행에 그치지 않고 고객 맞춤형 개인화 상품과 서비스를 통해 일상 속 건강관리를 실현하고, 고객의 건강한 삶을 지원하는 혁신적인 서비스를 만들어가겠습니다.

이러한 혁신을 통해 광동제약은 단순한 소비재 기업을 넘어, 고객의 건강한 삶을 함께 설계하고 만들어가는 신뢰받는 헬스케어 파트너로 거듭나겠습니다.

## 1. 사업 배경



## 비 디자인 컨셉

고객이 비즈니스의 중심이자 'OWNER(주인)'이 되는 차세대 혁신의 방향성을 나타냅니다.

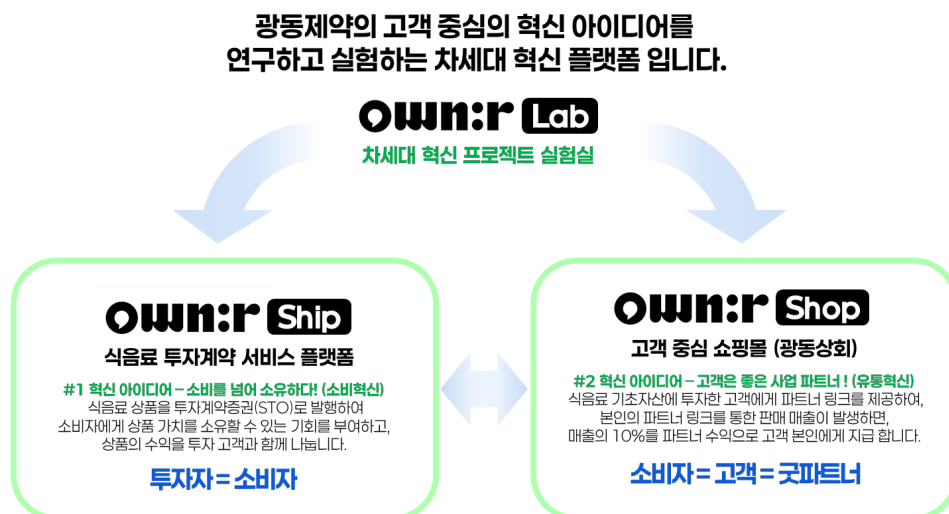


## 5. 차세대 혁신 플랫폼 “OWN:R Lab”



OWN:R는 소비를 넘어 소유라는 슬로건으로 고객과 함께 성장하는 새로운 브랜드이자 플랫폼입니다.

우리는 혁신적인 아이디어를 구체화하고 실험하는 OWN:R Lab과 새로운 상품을 런칭하는 고객중심의 쇼핑몰인 “광동상회”에서 고객에게 혜택을 제공하는 OWN:R Ship 프로그램을 통해서 고객이 주인이 되는 플랫폼으로 만들어 가겠습니다.



예시) 내용은 별도 작성 필요.

## II. 광동제약

### 1. 역사

광동제약은 1963년 10월 서울 용산구에서 첫 걸음을 시작했습니다. 초기에는 광동 경옥고를 시작으로 한방의약품 생산에 주력했습니다.

**1970년대**에 큰 성장을 이루어 1973년 광동제약주식회사로 상호를 변경했고, 대표 제품인 거북표 우황청심원과 광동쌍화탕을 출시하며 한방의약품 시장을 선도했습니다.

**1980년대**에는 제품 다각화에 성공했습니다. 특히 1980년 국내 최초로 어린이 종합 한방영양제 '아이튼정'을 발매했고, 중앙연구소를 설립하며 연구개발 기반을 다졌습니다.

**1990년대**에 광동제약은 새로운 도약을 맞이하였습니다. 1990년 송탄에 현대식 KGMP공장을 준공했고, 제품생산의 현대화를 달성하였으며, 1994년 광동한방병원을 개원하였습니다

**2000년대**들어 글로벌 기업으로 성장했습니다. 2001년 비타500 출시와 성공을 시작으로, 건강음료 시장에서도 옥수수수염차, 발효홍삼진액 등 다양한 제품을 선보였습니다.

**최근**에는 2023년 코로나19 백신업체 모더나와 제휴를 맺고, 글로벌 기업 선키스트와 라이선스 계약을 체결하는 등 글로벌 헬스케어 기업으로 도약하고 있습니다.

특히 한방의약품에서 시작해 의약품, 건강기능식품, 음료 등으로 사업영역을 확장하며, 대한민국을 대표하는 헬스케어 기업으로 성장해 나가고 있습니다.

### 2. 광동제약의 혁신

광동제약은 혁신을 통한 경쟁력 강화와 지속 성장을 위해 5대 사업 전략을 수립하였습니다. 5대 사업전략은 광동제약이 가진 강점을 바탕으로 글로벌 시장에서의 도약과 차세대 헬스케어 산업의 리더십을 확보하기 위한 포괄적인 계획입니다.

### **1. 천연물사업 글로벌 선도기업 도약**

광동제약은 천연물 사업 경쟁력을 강화하여 국내 천연물사업분야의 선도적인 위치를 공고히 하겠습니다. 특히 천연물 자원을 활용한 혁신적 제품 개발을 통해 건강과 자연 친화적인 가치를 소비자에게 제공하며, 천연물의 안전성과 효능에 대한 연구를 지속하여 글로벌 시장으로 그 영역을 확장해 나가는 것을 목표로 합니다.

### **2. 마케팅 혁신을 통한 파워브랜드 지속 창출**

급변하는 시장에서 브랜드 가치를 지속적으로 창출하기 위해 광동제약은 혁신적인 마케팅 전략을 도입하고 있습니다. 데이터를 기반으로 한 고객 인사이트와 새로운 마케팅 기법을 적극 도입하고 있으며, 기존 브랜드를 강화하는 한편, STO사업과 접목하여 소비자와 상생하고 더욱 긴밀히 소통하는 강력한 기업 이미지를 구축함으로써 브랜드 충성도를 높이고 시장 점유율을 확대하고자 합니다.

### **3. 헬스케어 산업 플랫폼 기술 확장**

산업의 디지털화 트렌드에 발맞추어 광동제약은 디지털화 전략으로 다양한 소비자 친화적 상품군과 헬스케어 서비스를 연결하는 방안을 구상 중에 있습니다.

일반적인 ICT기업과는 다른 관점에서 소비자와 접점을 만들고 당사 사업분야의 강점을 살린 서비스로 고객과의 관계를 구축하기 위해 증권발행을 추진하는 한편, 장기적으로는 통합적인 헬스케어 서비스를 통해 플랫폼으로 확장하여 고객에게 당사의 상품과 서비스를 제공하는 것을 넘어 고객 맞춤형 건강 관리 서비스를 지원하고 고객의 일상 헬스케어를 관리하는 동반자적 관계를 구축하는 것을 목표로 합니다.

### **4. 디지털 트랜스포메이션**

디지털 트랜스포메이션은 4차 산업혁명 시대에 필수적인 변화입니다. 광동제약은 업무 효율성 개선과 고객 경험 혁신을 위해 전사적인 디지털화에 나서고 있으며, 빅데이터, 인공지능 등 첨단 기술을 적극 도입하여 시장 변화에 신속하게 대응하고 혁신 속도를 높일 계획을 가지고 있습니다. 이를 위해 본사를 과천사옥으로 이전하고 여러 업무별로 파편화되어 운영되는 조직을 통합하였습니다.

그리고 기업의 디지털전환 뿐만 아니라, 제조회사로서 고객과의 관계를 새롭게 정의하고 제조 및 유통영역을 넘어서 고객 서비스영역으로 사업을 확장 중에 있습니다.

# III. 시장현황

## 1. 제약시장

식품의약품안전처에 따르면, 2023년기준 국내 의약품 시장은 31조 4,513억 원 규모로, 이는 전년도 29조 8,595억 원 대비 5.3% 증가하며 1998년 이래 최고치를 기록하였으며 제약시장 분야별 시장현황은 아래와 같습니다.

### 1. 의약품 생산 실적

국내 의약품 생산 규모는 30조 6,303억 원으로 전년 대비 5.8% 증가했습니다. 이는 국내 의약품 생산 실적이 사상 처음 30조 원을 돌파한 것이며, 최근 10년간 꾸준한 성장세를 이어왔습니다.

### 2. 원료의약품 생산 실적

원료의약품 생산은 3조 7,682억 원으로, 최근 5년간 가장 높은 수치를 기록했습니다. 전년 대비 11.5% 증가했으며, 의약품 생산 실적 중 원료의약품이 차지하는 비중은 12.3%로 소폭 상승했습니다.

### 3. 바이오의약품 시장 감소

2023년 바이오의약품 시장은 4조 7,503억 원 규모로, 전년 5조 1,663억 원 대비 8.1% 감소했습니다. 이는 코로나19 엔데믹으로 인해 백신 수요가 감소한 영향으로 분석됩니다.

### 4. 의약외품 시장 규모

의약외품 시장은 방역용품(마스크, 외용 소독제) 생산의 69.2% 하락으로 전년 대비 21.4% 감소했습니다. 다만 방역용품을 제외한 의약외품 시장은 7.1% 성장하며 안정적인 수요를 나타냈습니다.

2023년 국내 의약품 시장은 의약품과 원료의약품 생산이 역대 최대치를 기록하며 전반적인 성장세를 보였으나, 코로나19 엔데믹 영향으로 바이오의약품 수요 감소가 두드러졌습니다.

## 세계 의약품시장

고령인구 증가와 파머징 국가의 성장으로 시장 규모 확대 및  
바이오의약품 시장 비중 증가



2030년까지 바이오의약 산업의 트렌드를 짚은 'Korea Industry 2030' 보고서에 따르면 세계 의약품 시장규모는 2016년 기준 1조1046억 달러 수준에서 2030년 1조7823억 달러로 확대될 것으로 예상되며 15년간 61.4%가 성장할 것으로 전망하였습니다.

국내 의약품 시장의 경우 같은 기간 21조7256억원 규모에서 37조6770억원으로 성장할 것으로 예측했으며, 성장률로는 73.4%로 차이가 크지만 세계 시장 성장률을 앞설 것으로 분석하였습니다.

## 2. 제약투자시장

국내 제약바이오 투자시장은 지난 몇 년간 신약 개발 실패나 연구 성과의 과장 발표, 미비한 검증 체계 등으로 인해 투자자들의 신뢰를 잃으며 어려움을 겪었습니다. 특히 정부에서 제약바이오 업종을 대상으로 기술평가 특례상장제도를 도입하여 많은 기업들이 상장되었으나 이 불확실한 성장성에 대해 과대 평가를 받은 사례가 많아, 투자자들이 많은 피해를 겪었으며, 현재 30%가 넘는 기업들이 상폐되었습니다.

이에 따라 제약 바이오 투자시장에 대한 금융당국의 엄격한 기준들이 마련되었으며, 투자시장의 한파기를 겪기도 하였습니다.

하지만 최근 임상 실패로 여겨졌던 약물들이 적응증을 바꾸거나 재임상을 통해 기대이상의 성과를 내면서 회생의 조짐을 보이며 신뢰를 회복하고 있으며, 고령화 사회 진입, 만성질환 증가,

신약 개발의 진보로 인해 가파른 성장이 예상되고 있어 투자시장에 긍정적인 분위기가 조성되고 있습니다.

하지만 여전히 바이오 산업은 장기적인 연구개발과 높은 비용이 소요되는 만큼, 신뢰성 강화와 함께 **연구개발 비용을 효율적으로 활용하고 위험을 분산할 수 있는 새로운 제약바이오 투자 모델이 필요합니다.** 예를 들어 공동연구 펀드나 결과 기반 투자와 같이 기업과 투자자 간에 리스크를 공유하는 구조, 또는 임상 단계별로 투자를 분산하는 점진적 투자 모델 등이 고려될 수 있습니다. 이를 통해 더 큰 안정성을 제공하고, 산업 전반의 건강한 성장을 도모하는 새로운 투자 환경을 구축할 수 있을 것입니다. 그리고 토큰증권과 연계하여 일반 투자자들에게도 참여가 어려웠던 제약 바이오 투자시장의 참여기회를 제공할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

### 3. 식음료시장

국내 식음료 시장은 2022년 기준 133조 원 규모로, 전년 대비 3% 성장했습니다. 특히 2019년 111조 원에서 2022년까지 연평균 6% 이상의 꾸준한 성장세를 보이고 있습니다. 건강 중심의 소비 트렌드로 제로슈거 음료 시장은 2019년 452억 원에서 2021년 2,189억 원으로 급성장하였으며, 특히 탄산음료 시장에서 시작된 제로슈거 트렌드는 주스, 에너지음료 등 전 음료 카테고리로 확산되고 있습니다.

식음료 유통 채널 측면에서 대형마트(63%), 온라인 쇼핑몰(37%), 편의점(36%) 순으로 구매가 이뤄지고 있습니다. 특히 온라인을 통한 식음료 구매가 증가하며, 식음료 전문 온라인몰의 판매가 크게 늘어나고 있습니다.

앞으로도 건강과 환경을 고려한 소비 트렌드는 더욱 강화될 것으로 예상되며, 대체식품과 제로슈거 제품 시장의 지속적인 성장이 전망됩니다. 또한 온라인 유통 채널의 영향력이 더욱 커질 것으로 예상됩니다.

### 4. 크라우드펀딩시장

크라우드펀딩은 다수의 대중이 자금을 모아 창업, 프로젝트, 기업 등을 지원하는 방식으로, 초기 자본이 부족한 스타트업과 창작자들에게 중요한 자금 조달 수단입니다. 크라우드펀딩은 크게



보상형(제품이나 서비스를 보상으로 제공), 기부형, 대출형, 투자형으로 나뉩니다. 최근에는 투자형 크라우드펀딩이 특히 주목받고 있으며, 이를 통해 소규모 투자자도 신생기업에 투자할 기회를 얻고, 기업은 자본과 함께 시장 테스트 효과를 볼 수 있습니다.

한국 크라우드펀딩 시장은 지난 5년간 꾸준히 성장하며, 2023년 기준 누적 투자액이 약 1조 원에 이르렀습니다. 연평균 성장률은 약 20~30%로, 플랫폼의 확대와 다양한 프로젝트의 성공에 힘입었습니다. 대표적인 크라우드펀딩 플랫폼은 와디즈(Wadiz), 텀블벅(Tumblbug), 펀딩포유 등이 있으며, 와디즈는 누적 거래액 1조 원을 돌파하며 시장을 선도하고 있습니다.

크라우드 펀딩시장은 소액투자로 낮은 진입장벽과 투자 방식의 다변화 그리고 참여형 금융문화의 확산을 불러일으켰습니다.

투자를 전문가의 영역에서 누구나 참여가능한 영역으로 확장 시켰으며, 토큰증권과의 시너지를 기대할 수 있습니다.

## IV. 광동제약의 새로운 비전

### 1. 광동과 고객 (Customer to Companion)

대한민국 대표 헬스케어 기업인 광동제약은 일반의약품, 전문의약품, 의약외품부터 약국용 드링크, 원료의약품, 일반 유통식품, 건강기능식품, 그리고 전통소재에 이르기까지 다양한 상품을 생산 및 유통하고 있습니다.

우리 제품은 병원과 약국에서 처방을 통해 만나기도 하고, 광동제약 대표제품인 비타500과 삼다수처럼 편의점과 같은 리테일마켓에서 친근하게 고객과 만나고 있습니다. 지금도 다양한 건강기능성음료를 통해 고객의 일상 속 건강관리를 지원하고 있습니다.

광동제약은 고객과의 긴밀한 소통을 위해 다양한 마케팅과 소셜미디어를 활용하여 제품정보를 전달하고, 다채로운 오프라인 이벤트를 통해 차별화된 브랜드 경험을 제공하는데 노력해 왔습니다.

최근에는 반려동물 건강기능식품인 견옥고 출시와 함께 유명 아티스트 곽수연 작가와 콜라보한 "KDx프로젝트" NFT를 진행하며 혁신적인 고객 커뮤니티를 조성했습니다. 특히 NFT 판매수익 전액과 회사가 추가로 출연한 일정금액을 동물보호단체에 기부하였으며, 이를 통해 고객과 함께하는 경제공동체 구축과 기업의 사회적 책임 실천 그리고 ESG 경영의 새로운 가능성을 확인했습니다.

이제 광동제약은 다가오는 토큰증권 제도화를 통해 더욱 혁신적이고 진정성 있는 고객과의 관계를 구축하고, 이를 바탕으로 고객과 기업 그리고 사회가 상생할 수 있는 지속가능한 생태계를 만들어 나가겠습니다.

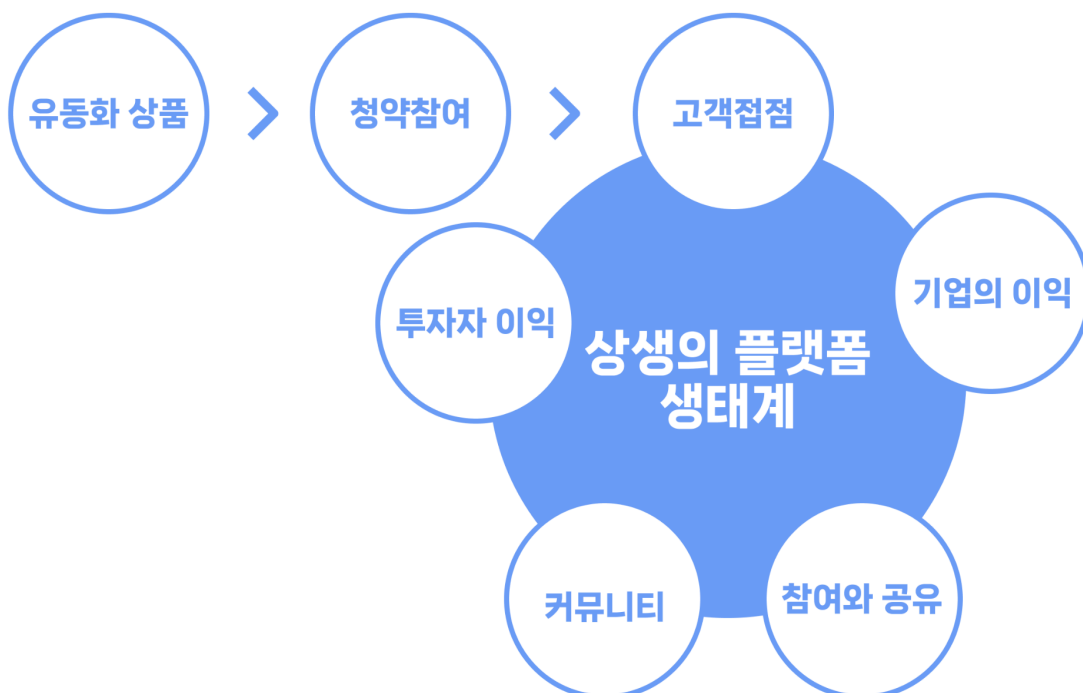
### 2. 고객과 새로운 관계 구축

광동제약은 제약 산업에 속해 있으며, 다양한 건강 관련 제품을 생산하는 소비재 제조업의 특성을 가지고 있습니다. 현재는 약국, 마트, 편의점과 같은 리테일시장을 통해 고객접점이 형성되어 있어, 고객과 직접 소통하고 맞춤형 서비스를 제공하는데 다소 한계가 있었습니다.

이러한 한계를 개선하고자 제약사 본연의 사업영역에서 새로운 형태의 고객접점을 만들고 고객과 함께 성장할 수 있는 사업모델로 디지털 자산시장에서 새롭게 부상하고 있는 토큰증권 제도화를 주목하고 있습니다.

단기적으로는 현금 흐름이 안정적인 식음료상품의 유동화를 통해 투자 리스크는 최소화하면서 안정적인 수익률을 제공하는 상품을 출시할 예정입니다. 특히 광동제약의 새로운 신제품 개발과 출시 과정에 고객이 직접 투자하고 매출에 따른 수익을 배당받을 수 있도록 하여, 일반 고객이 투자자로 성장하고, 나아가 제품의 가치를 전파하는 마이크로 인플루언서가 될 수 있는 혁신적인 모델을 구축하겠습니다.

더 나아가 고객과의 이익공동체를 만들고 서로 상생하는 사업모델을 만들어 지속가능한 이익을 창출하겠습니다. 이렇게 창출된 이익은 커뮤니티의 발전을 위한 재원으로 재투자하여, 건강한 삶과 가치를 함께 나누는 플랫폼 생태계를 만들어 나가겠습니다.



## V. 광동제약 STO

### 1. 증권의 혁신

금융산업의 혁신을 이끌 토큰증권 제도화로 그동안 금융기업만의 영역이었던 증권발행 및 유통사업의 문이 크게 넓어졌습니다.

제도 도입으로 발행인 관리기관과 장외거래중개업이 신설되어 앞으로는 일정한 요건만 갖추면 기업이나 개인 모두 쉽게 증권을 발행할 수 있게 됩니다.

현재 국내 자본시장법상 증권은 채무증권, 지분증권, 수익증권, 투자계약증권, 파생결합증권, 증권예탁증권 등 총 6가지 유형이 있습니다. 이번 토큰증권 제도화는 새로운 증권유형을 만드는 것이 아니라, 기존의 수익증권과 투자계약증권을 활용하면서 증권정보를 분산원장에 기록하도록 하여 더욱 탈 중앙화 된 구조를 가지게 됩니다.

우리는 이러한 제도적 변화가 단순한 신종증권 창출을 넘어 실물자산의 디지털 전환이라는 혁신적 가치를 창출하는 데 있습니다.

이러한 제도적 변화는 단순히 신종증권이 만드는 것을 뛰어넘어, 다양한 실물자산의 디지털화라는 혁신적 가치에 있습니다.

**이러한 변화는 다음과 같은 혁신을 가져올 것으로 기대됩니다:**

- 1) 모든 실물자산이 디지털화되어 손쉽게 거래되고 유통되며, 빠른 현금화가 가능해져 유동성이 크게 증가합니다.
- 2) 거래 정보가 분산원장에 기록되어 소유권과 거래이력이 투명해지며, 접근성이 크게 향상됩니다.
- 3) 기존 오프라인 중개기관의 거래비용이 줄어들고, 스마트 계약을 통해 거래가 자동화되어 효율성이 대폭 높아집니다.
- 4) 고가의 실물자산도 소액으로 분할 투자가 가능해져 더 많은 사람들이 다양한 투자 기회를 얻게 됩니다.
- 5) 기존에 금융기업의 전유물이던 금융시장에 일반기업의 참여기회가 확대되고 혁신적인 서비스와 결합하여 새로운 비즈니스 기회가 만들어집니다.
- 6) 고객들의 참여 가능한 서비스 영역이 획기적으로 확대됩니다.
- 7) 새로운 분산원장 기반의 경제생태계가 창출됩니다.

광동제약은 자산의 디지털화라는 시대적 변화의 흐름 속에서 가장 먼저 도전하고, 새로운 영역을 고객 여러분들과 함께 적극적으로 개척해 나가겠습니다.

## 2. 상품투자모델

혁신적인 금융 상품 도입을 위한 광동제약의 토큰증권 사업전략은 체계적인 단계별 추진 계획을 가지고 있습니다. 첫 단계로 금융당국의 상품 검증이 용이하면서도 투자자에게 안정적인 수익을 제공할 수 있는 식음료 투자계약증권을 추진하고 있습니다.

이 상품에 참여하는 투자자는 광동제약의 신규 음료상품에 투자하고 해당 상품이 창출하는 이익의 일부를 배당으로 받을 수 있습니다.

특히 광동제약의 식음료 투자상품은 기존 제품들의 판매실적과 수익률을 면밀히 분석하여 최적화된 투자수익 모델을 설계했으며, 투자자 보호장치도 마련하였습니다.

구체적으로는 전체 청약 공모대상 상품수량을 확정하고, 각 상품별 매출에 따른 예상 비용과 투자자 배당금액을 설정했습니다. 또한 공신력 있는 가치평가 기관의 평가를 통해 기초자산에 대한 합리적인 공정가치를 산출하여 공모가액을 책정할 예정입니다.

투자자 보호를 위해 청약을 통해 모집된 공모자금은 신탁회사에서 안전하게 관리하며, 공동사업자인 핑거가 사업관리를 통해 비용지급을 관리하도록 했습니다.

제품 생산 측면에서는, 광동제약이 개발, 생산, 유통 및 판매하는 식음료상품은 최소주문생산량(MOQ) 단위로 생산되며, 이는 사전 생산분, 생산 확약분, 주문생산 중인 상품, 생산이행 예정상품으로 체계적으로 구분하여 관리됩니다.

투자자 보호를 위해 설계된 "주문생산별 공모자금 집행 프로세스"는 다음과 같이 운영됩니다.

1. 공모청약 직후 모든 자금은 신탁사에서 엄격하게 관리됩니다.
2. 먼저 사전 주문 생산된 제품을 판매하고 이어서 생산 확약된 상품을 주문생산 합니다.
3. 각 회차에서 미리 협의된 판매량과 재고비율에 도달하면, 사업관리자인 핑거에게 추가생산을 고지하고 다음 회차 생산비용을 지급받아 생산주문을 진행합니다.
4. 판매매출에 따라 사전 약정된 비율로 투자자수익금을 배당하고 적립금을 신탁사에 적립합니다.
5. 위 3항과 4항의 과정을 최종회차까지 지속적으로 반복합니다.
6. 최종회차 도달 시 광동제약과 공동사업자가 청산계획을 발표하고 청산을 진행합니다.

이때 청산계획은 즉시청산이 이루어지거나, 해당 상품의 추가 공모계획 및 매출현황에 따라 청산 전 추가 배당이 있을 수 있습니다.

마지막으로, 투자자 보호를 더욱 강화하기 위해 광동제약과 사업관리책임자인 핑거 간에 이행계약을 체결하고 이행보증보험에 가입하여, 상품의 생산과 판매 의무를 더욱 확고히 할 예정입니다.

### 3. 혁신투자모델과 유통구조 개선

광동제약은 소비재 제조기업으로서, 다양한 식음료 상품을 생산하고 이를 오프라인 약국과 마트, 그리고 온라인 마켓을 통해 유통하고 있습니다. 하지만 기존 유통구조에서는 30~60%에 이르는 높은 수수료로 인해 제품의 수익성이 낮아지는 문제점이 있었습니다. 이러한 상황에서 식음료 시장의 수익성 제고를 위한 방안으로 광동제약은 유통 혁신에 주목하였습니다.

특히 코로나19를 거치며 급격히 증가한 언택트 소비경향으로 식음료시장 온라인 주문비율이 지속적으로 증가하고 있으며, 광동제약은 이러한 추세를 접목하여 온라인 마켓을 통한 직접판매방식으로 기존 유통비용을 크게 줄일 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

토큰증권은 디지털 전환의 핵심으로 온라인 전용상품을 유통화 하여 고객과 투자자가 상품을 적극적으로 알리고 절감된 유통비용으로 발생하는 추가이익을 투자자와 공유하여 선순환 효과를 기대할 수 있습니다.

더불어 토큰증권 발행을 통한 대외홍보를 강화하고, 거래소에서 거래되는 상품정보가 실시간으로 전광판처럼 전시되는 추가적인 홍보효과 또한 기대하고 있습니다.

### 4. 수익모델 투자자보호

우리는 투자자 보호를 최우선 가치로 하는 고객중심 경영을 위해 아래와 같은 투자자 보호방안을 마련하겠습니다.

1. 금전신탁을 통해 투자자의 청약자금과 적립금을 안전하게 관리합니다.
2. “주문생산별 공모자금 집행 프로세스”를 통해 자금흐름을 관리합니다. 이를 통해 투자자의 리스크는 주문생산단위로 제한됩니다.
3. 이행계약과 이행보증보험을 통해서 공모 시, 약속한 제품 생산과 판매를 이행하도록 합니다.
4. 이행 보증계약 체결이 어려운 경우, 책임보험가입을 통한 투자자보호 방안 마련하겠습니다.
5. 이행보증 및 책임 보험가입이 어려운 경우에는 의무 자기보유분을 늘여 투자자와의 이해관계를 일치시키고, 투자자의 손실이 발생하지 않도록 하겠습니다.

## 5. 광동상회

광동상회는 광동제약 식음료 직영 쇼핑몰입니다. 건강기능식품부터 일상적인 음료까지 다양한 광동제약 제품들을 온라인에서 편리하게 구매하실 수 있습니다.

우리는 온라인 판매전용 상품을 출시하고, 이를 기초자산으로 하는 증권발행을 통해 유통단계를 획기적으로 줄이고 이렇게 절감된 비용으로 발생한 수익을 투자자와 나누고 동시에 새로운 서비스와 신제품 개발에도 재투자할 예정입니다.

이를 통해 온라인 직영몰 매출비중을 꾸준히 늘려 나갈 계획이며, 고객과 직접 소통하며 발전하는 비전을 실현하겠습니다.

## 6. 증권유통시장개설

토큰증권 제도화로 장외거래 중개업자가 신설되며, 이에따라 일정조건을 충족하는 사업자는 토큰증권 거래시장을 개설할 수 있습니다.

저희는 이러한 제도적 변화를 기회삼아 식음료와 제약, 바이오 분야의 토큰증권 유통시장을 개설하려고 합니다. 이를 통해 증권 발행과 유통 영역에서 새로운 사업 기회를 만들어 나갈 계획입니다.

특히 이런 유통시장은 두 가지 큰 장점이 있습니다. 하나는 고객과 지속적으로 소통할 수 있는 접점을 만들 수 있다는 점입니다. 또 다른 하나는 유통시장이 효과적인 온라인 광고 플랫폼 역할을 할 수도 있다는 점입니다. 저희는 이러한 장점을 살려 유통시장이 비즈니스에 도움을 줄 수 있는 다양한 BM을 만들고 기업과 투자자의 상생의 유통시장을 만들고자 합니다.

더 나아가 광동제약 제품에만 국한하지 않고, 다양한 식음료, 제약, 바이오 기업들이 함께 참여하는 종합적인 유통시장으로 확대할 계획입니다.

## 7. 멤버십 서비스

### [내용 협의 필요]

토큰증권과 멤버십 서비스의 결합은 투자자들에게 자산 소유와 동시에 다양한 실질적 혜택을 제공함으로써, 더욱 개인화되고 참여도 높은 새로운 비즈니스 모델을 만들어냅니다.

특히 멤버십 서비스와 함께 고객의 유형과 보유증권의 규모에 맞춘 맞춤형 리워드와 로열티 프로그램을 결합하여, 더 많은 증권을 보유할수록 더 큰 혜택을 받을 수 있도록 설계함으로써 고객의 장기적인 참여를 유도하고 증권소유에 대한 동기를 지속적으로 강화할 수 있습니다.

### 토큰증권과 결합된 멤버십 서비스 비전:

1. 일정 수량 이상의 토큰 증권 보유자에게 차별화된 멤버십 혜택을 제공합니다.
2. 단순한 수익 창출을 넘어선 차별화된 가치를 제공함으로써, 투자자의 충성도를 높이고 지속적인 참여와 관심을 유도하는 모델을 만들겠습니다.
3. 기존의 소비에서 소유로, 혜택에서 권리로 혁신적인 패러다임 변화를 만들어내겠습니다.
4. 활발한 멤버십 커뮤니티를 조성하고, 장기적 가치창출 및 건강한 선순환 생태계를 구축하겠습니다.
5. 혁신적인 구독 모델 비즈니스와 고객 맞춤형 헬스케어 서비스로 확장 기반을 마련하겠습니다.

### 구체적인 멤버십 프로그램 예시:

- **충성 고객을 위한 혜택:** 일정 구매액 이상 고객에게 특별 할인과 적립 혜택, 맞춤형 정기구독 서비스를 제공하여 지속적인 구매를 유도합니다.
- **커뮤니티 활성화:** 시음회, 음료 제조 워크숍, 신규 레시피 소개 등 다양한 이벤트를 통해 회원들 간의 활발한 커뮤니티를 형성합니다.



- **데이터 기반 개인화:** 멤버십을 통해 수집된 고객 데이터를 활용하여 최적화된 제품 추천과 맞춤형 혜택을 제공합니다. 예를 들어, 선호 음료, 구매 빈도, 구매 시간대 등을 분석하여 개인별 프로모션, 추천 음료, 생일 축하 쿠폰, 리워드 포인트를 제공합니다.
- **특별 혜택 제공:** 회원 전용 신제품, 한정판 제품 출시 정보, 프리미엄 이벤트 참여 기회를 우선적으로 제공합니다.
- **제품 개발 참여:** 진정한 오퍼로서 신제품 개발에 참여할 수 있는 기회를 제공하고, 고객의 피드백을 적극 반영한 업그레이드 제품을 출시합니다.

## 8. 구독모델

### [내용 협의 필요]

증권발행을 이익극대화를 위해서는 안정적이고 지속적인 수익창출이 필수적입니다. 이에 광동제약은 혁신적인 구독모델 비즈니스를 적극 도입 또한 고려 중에 있습니다.

먼저 단기적으로 고객의 구매이력을 철저히 분석하여 주기적으로 구매하는 상품을 구독형으로 제공하는 한편, 이를 일상 건강을 책임질 수 있는 제품군으로 확장하여 종합적인 건강관리 구독상품으로 발전시킬 수 있습니다. 여기서 더 나아가 투자모델과 결합하여 멤버십 회원이 브랜드 엠버서더로서 구독서비스를 추천하여 신규 회원이 가입하는 경우, 발생하는 수익을 공유할 수 있도록 하여 생태계의 자발적 성장을 기대할 수 있습니다.

장기적으로는 현재 급속도로 성장하는 스마트 헬스케어와 AI기술을 접목하여 개인 별 최적화된 맞춤형 서비스를 제공할 수 있습니다. 구체적으로 고객 맞춤형 식단과 영양제 추천 등 첨단 스마트 헬스케어 기술을 접목하여 혁신적인 형태의 헬스케어 구독서비스로 발전 가능성을 연구 중에 있습니다.



## 9. 공유경제

토큰증권제도로 실물자산의 소유권을 디지털화 하여 접근성을 높이고, 소유자와 사용자 모두에게 공정하고 투명한 이익 분배 환경을 제공합니다. 특히 유동성과 거래 용이성을 통해 자산 활용도를 높이고, 더 나아가 소유권과 사용권 분리를 통해 공유경제를 활성화할 수 있어, 모두가 참여 가능한 자산 경제 생태계를 구축하는 데 기여할 수 있습니다.

당사가 제안하는 오너라는 브랜드 가치와 이념은 고객과 함께 이익을 공유하는 새로운 생태계를 구축하는 것을 목표로 합니다. 이러한 생태계를 건전하게 성장하도록 하는 가장 중요한 요소는 지속가능한 가치창출에 있습니다.

기존의 디지털 자산들은 대부분 실질적인 가치 창출에 한계가 있었습니다. 예를 들어 가상자산의 경우, 내재가치의 불안정성과 투기성으로 인해 진정한 가치 창출보다는 거래시장의 높은 변동성에 따른 시세차익에만 집중되어 왔으며, 조각투자 역시 기초자산의 본질적 가치 창출보다는 단기 시세차익 추구가 주된 수익모델이었습니다.

하지만 광동제약은 이러한 한계를 극복하고자 합니다. 식음료 및 제약분야의 토큰증권을 통해 혁신적인 유통구조를 확립하고, 이를 통해 안정적인 수익모델을 창출하겠습니다. 특히 고객이 투자자이자 진정한 오너가 되어 제품을 알리고 판매를 촉진하는 과정에서 발생하는 수익을 공유함으로써, 지속가능한 가치창출이 이루어지는 건강한 선순환 경제 생태계를 만들어 나가겠습니다.

## 10. ESG

토큰증권 발행을 통해 실물자산의 소유권을 블록체인 기반으로 디지털화 하면 자산 소유와 거래의 투명성이 높아지며, 접근성과 효율성을 강화하여 ESG(환경, 사회, 지배구조) 측면에서 기업과 소비자 모두에게 이익을 제공할 수 있습니다.

특히, 자원 절감, 온실가스 배출 감소, 투명성 확보, 공정한 투자 기회 제공 및 신뢰 구축을 가능하게 하며, 이를 통해 기업의 ESG 기준을 강화하고, 소비자는 안전하고 투명한 환경에서 자산에 접근할 수 있어, 상호 신뢰와 지속 가능한 성장을 도모할 수 있습니다.

## 1. 환경 (Environmental) 측면의 이익

### 자산 소유와 거래의 디지털화로 인한 자원 절약

실물 소유권을 디지털로 전환하여 종이, 물리적 문서, 대규모 서류 작업 등의 필요성을 줄여 자원 사용을 절감할 수 있습니다. 그리고 유통구조 혁신을 통해 복잡한 유통단계에서 발생하는 비용과 불필요한 자원을 줄일 수 있습니다.

### 온실가스 배출 감소

기존의 대면 및 오프라인 거래 절차가 디지털로 전환되면서 이동과 물류에 소요되는 에너지가 절감됩니다. ESG를 고려하여 블록체인 기술을 사용하면 거래 검증 및 보안을 위한 전력 소모를 줄일 수 있어 온실가스 배출 감소에 도움이 됩니다.

## 2. 사회 (Social) 측면의 이익

### 투자 접근성 확대

토큰증권제도화는 실물자산을 소액으로 분할하여 다양한 투자자에게 제공할 수 있어, 자산을 공유하고 협력할 수 있는 환경을 만듭니다. 이는 부동산, 예술품 등 고가의 자산에 접근이 어려운 소규모 투자자나 사회적 약자 계층이 자산 소유와 수익 창출에 참여할 수 있는 기회를 제공합니다.

### 투명성과 신뢰 강화

블록체인에 기록된 모든 거래는 변경 불가능한 기록으로 남아, 소비자와 기업 간의 신뢰를 높입니다. 투명한 소유권 기록과 거래 내역 공개로 투자자와 소비자들이 공정하고 투명한 거래 환경에서 자산에 접근할 수 있어 신뢰가 강화됩니다.

### 다양한 참여 기회와 공정한 분배

STO를 통해 실물자산에 소액으로 투자할 수 있는 기회를 제공함으로써 다양한 사회 계층이 자산에 접근하고, 부의 공정한 분배에 기여할 수 있습니다.

## 3. 지배구조 (Governance) 측면의 이익

### 효율적 자산 관리와 신속한 의사결정 지원

디지털 자산 소유권 관리 시스템은 소유권 변동과 자산 관리를 자동화하여, 기존 시스템에

비해 효율적이고 투명한 자산 관리가 가능해집니다. 이는 기업의 관리 투명성과 효율성을 높이고, 빠른 의사결정과 투명한 절차를 제공합니다.

### **의사결정 참여기회 강화**

분산원장술을 기반하는 토큰증권은 소유권자의 의사를 투표와 같은 민주적인 방식으로 표현이 가능해지며, 나아가 DAO (Decentralized Autonomous Organization; 탈중앙화 자율조직)와 같은 형태로 발전할 수 있습니다. 특히 지배구조 측면에서 중대한 의사결정이 필요한 경우, 블록체인 기반의 분산된 시스템을 통해 소유자 및 이해관계자들에게 정직하고 즉각적인 피드백을 통해 의사결정에 참여할 수 있는 기회를 제공합니다.

## VI. 혁신

### 1. 개인화 혁신

토큰증권을 통해 발행된 증권은 분산원장 상에 모든 거래와 소유가 투명하게 기록되어 고객이 소유한 자산에 대한 확실한 증빙을 제공할 수 있습니다. 특히 자산의 소유증명과 멤버십 혜택, 그리고 다양한 개인화 서비스가 연결되었을 때 고객에게 더욱 강력한 신뢰를 형성할 수 있습니다.

토큰증권 청약을 위한 발행 및 유통(거래)서비스에서 소유권과 멤버십과 접목한다면, 공동의 경제적 이익 이상의 가치를 제공할 수 있을 것입니다. 즉, 토큰증권을 투자한 투자자가 받는 증권은 일종의 소유권 증표로써, 이를 기반으로 혜택을 제공하는 멤버십 서비스로 확장할 수 있습니다.

우리는 토큰증권 비즈니스가 소유권과 멤버십 기반의 개인화 서비스로 연계되어, 새로운 고객 접점을 창출할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다. 이를 통해 소비재 제조업이 가진 한계를 극복하고, 제약회사로서 정체성을 유지하며, 혁신적인 서비스 영역으로 확장해 나갈 것입니다.

특히 주목할 만한 점은, 다양한 식음료부터 일상 헬스케어를 위한 건강보조식품까지 폭넓은 제품 포트폴리오를 고객 유형 별로 맞춤화하여 제공할 수 있다는 점입니다. 더 나아가 디지털 서비스와 결합을 통해 고객의 건강데이터를 분석하고, 이를 기반으로 한 개인화 헬스케어 상품을 추천하여 단순한 제품 판매를 넘어 서비스 전환을 이루어 낼 수 있을 것으로 기대합니다.

이러한 혁신은 건강관리 플랜 제공에서부터 빅데이터를 기반으로 한 건강목표 설정, 기존질환 분석, 유전정보 활용 및 이에 적합한 제품추천에 이르기까지 포괄적인 개인 맞춤형 솔루션으로 확장이 가능합니다. 고객의 생활패턴에 맞는 맞춤식단, 운동계획, 수면관리 등 전방위적인 개인화 가이드를 제공하는 종합 헬스케어 서비스로 발전할 수 있습니다.

궁극적으로 고객의 전 생애주기를 함께하며, 예방의학을 중심으로 한 건강관리와 질병 예방을 통해 고객 삶의 질을 획기적으로 향상시키는 서비스로 발전해 나갈 것입니다.

## 2. 마케팅 혁신

당사는 토큰증권 발행을 위한 온라인 전용 상품을 출시하고 온라인몰에서 직접판매를 통해 유통비용을 줄여 투자자에게 수익을 공유하는 혁신적인 모델을 만들었습니다.

신제품 출시와 청약공모를 결합한 새로운 형태의 마케팅으로써, 좋은 상품을 널리 알리고 투자를 통한 수익창출 기회를 동시에 제공합니다.

즉, 투자라는 보편적 가치로 고객들에게 이익을 제공하는 생태계를 만들고, 이 과정에서 참여를 독려하고, 공동의 이익을 위해 활동하도록 하는 다양한 프로그램을 통해서 충성고객을 만들고 마이크로 인플루언서 발전을 기대하고 있습니다.

우리가 기대하는 토큰증권을 통한 마케팅 혁신 전략은 아래와 같습니다.

### 1. 브랜드 오너십과 마케팅의 결합

- 토큰증권 보유자를 진정한 브랜드 오너로 만들어 자발적인 브랜드 홍보대사로 활동하도록 유도합니다.
- 투자자 수익이 제품 판매와 직접 연결되어 자연스러운 바이럴 마케팅 효과를 창출합니다.

### 2. 차별화된 멤버십 프로그램

- 토큰 보유량에 따른 VIP 등급제를 도입하여 특별한 혜택을 제공합니다.  
예: 신제품 우선 구매권, 한정판 제품 접근권, 프리미엄 건강검진 서비스 등
- 더 많은 투자와 더 오랜 보유를 장려하는 보상 체계를 구축합니다.

### 3. 인플루언서 육성 프로그램

- 토큰 보유자를 마이크로 인플루언서로 육성하여 진정성 있는 제품 홍보를 유도합니다.
- SNS 활동, 제품 리뷰 등에 대한 추가 리워드를 제공합니다.
- 커뮤니티 활동을 통해 브랜드 충성도를 높입니다.

### 4. 제품 개발 참여 기회

- 신제품 개발 과정에 투자자 의견을 적극 반영합니다.
- 제품 테스트, 품평회 등 다양한 참여 기회를 제공합니다.
- 실제 소비자의 니즈를 반영한 제품 개발이 가능해집니다.

## 5. 온라인 직접 판매와 연계 전략

- 유통 단계를 줄여 비용을 절감하고, 이를 투자자 수익으로 환원합니다.
- 전용 온라인몰을 통해 특별 할인과 추가적인 혜택을 제공합니다.
- 토큰증권 소유자의 구매금액의 일정 비율을 토큰으로 캐시백해 줍니다.

## 6. 실시간 거래 정보 활용

- 유통시장의 거래 정보가 실시간으로 노출되어 자연스러운 홍보 효과를 창출합니다.
- 투자 가치 상승이 브랜드 가치 상승으로 이어지는 선순환 구조를 만듭니다.

## 7. 개인화된 마케팅 전략

- 투자자의 구매 패턴과 건강 데이터를 분석하여 맞춤형 제품을 추천합니다.
- AI 기반 건강관리 서비스와 연계하여 차별화된 가치를 제공합니다.

이러한 혁신적인 마케팅 전략을 통해 단순한 제품 판매를 넘어, 고객과 함께 성장하는 새로운 형태의 비즈니스 모델을 구축할 수 있습니다.

# 3. 헬스케어 서비스 혁신

## 1. 개인 건강 데이터 기반 맞춤형 건강관리

최근 개인건강에 대한 관심이 급격히 높아지면서, 소비자들은 개인화된 추천과 즉각적인 피드백을 더욱 선호하게 되었고, 이에 따라 맞춤형 의료 및 웰니스 시장이 빠르게 성장하고 있습니다. 특히 인공지능 기술의 획기적인 발전과 디지털 치료제(Digital Therapeutics) 시장의 부상으로 제약기업들에게 새로운 비즈니스 기회가 열리고 있습니다.

이러한 변화에 발맞춰 광동제약은 오랫동안 축적해온 의약품 관련 데이터와 고객 데이터를 기반으로 체계적인 질병 예방 서비스와 맞춤형 건강관리가 가능할 것으로 기대하고 있습니다. 더 나아가 정기적인 건강검진과 유전자 분석을 통해 질환 위험도를 예측하고, 이에 맞춘 예방 계획을 수립할 수 있으며, 최첨단 인공지능 기술과의 결합을 통해 고객의 생활 패턴에 최적화된 식단, 운동 계획, 수면 관리 등 진정한 의미의 개인 맞춤형 서비스를 제공할 수 있을 것입니다.

## 2. 웨어러블 기기 연동을 통한 실시간 건강 모니터링

고객의 웨어러블 기기(스마트워치, 피트니스 밴드 등)와 연동하여 실시간으로 건강 상태를 모니터링하고, 이를 기반으로 맞춤형 알림과 피드백을 제공할 수 있습니다.

심박수, 활동량, 수면 모니터링 등의 실시간 데이터를 수집하여 건강상태와 목표달성여부를 체크하고 비정상 수치 발행 시 주의 알림을 전송할 수 있습니다.

### 3. 헬스케어 구독 서비스

구독 방식으로 고객에게 정기적으로 맞춤형 영양제, 건강 식품, 헬스케어 용품 등을 제공할 수 있으며, 고객의 건강상태에 맞는 제품을 분석하고 추천할 수 있습니다.

### 4. 개인화된 헬스케어 커뮤니티 및 학습 공간 제공

고객의 건강 목표나 관심사에 맞는 커뮤니티에 참여하게 하여 정보 공유와 동기 부여를 지원합니다.

고객의 건강 지식을 향상시키는 데 도움을 줄 수 있는 교육 자료나 콘텐츠를 제공하여 고객 스스로 건강관리능력을 학습을 통해 향상할 수 있도록 하고, 커뮤니티를 통해 정보를 교류하여 경쟁과 협력을 통한 동기부여를 제공할 수 있습니다.

### 5. 건강 목표에 따른 리워드 및 로열티 프로그램

고객의 건강 목표 달성도를 측정해 리워드를 제공하고, 로열티 프로그램을 통해 고객의 지속적인 참여를 유도합니다. 특히 걷기와 달리기 등의 미션들을 달성하도록 독려하는 등의 동기부여를 제공할 수 있습니다.

이를 통해 고객의 헬스케어 참여율을 높이고 지속적인 관심과 참여로 고객과 장기적관계를 형성할 수 있습니다. 이와 같은 맞춤형 서비스를 통해 고객 개개인의 건강 상태에 맞춘 헬스케어 서비스를 제공할 수 있으며, 장기적인 고객 만족도와 충성도를 높이는 효과를 기대할 수 있습니다.

## 4. 제조업 혁신

광동제약은 토큰증권 사업을 통해 기존의 전통적인 유통구조와 판매방식을 혁신적으로 개선하고자 합니다. 이를 위해 복잡한 유통단계를 대폭 줄이고, 광동상회와 같은 온라인 마켓을 통한 직접판매 방식으로 전환하여, 절감된 비용을 투자자와 공유하는 새로운 모델을 만들었습니다.



이러한 혁신을 통해 전통적인 소비재 제조기업으로서 그동안 고객과의 접점이 부족했던 광동제약은 이제 온라인상에서 직접적인 고객접점을 만들어 긴밀한 관계를 수립할 수 있게 되었으며, 효율적인 온라인 직접판매 유통구조를 더욱 강화할 수 있게 되었습니다.

더 나아가 멤버십 서비스와 개인화된 디지털 서비스로의 확장을 통해 기존의 제조업 중심 산업구조를 혁신적인 서비스 영역으로 확장시키는 새로운 전환점을 만들어 나가겠습니다.

## VII. 미래

### 1. 적응형 헬스케어 - 인공지능 헬스케어

생성형AI 기술의 등장으로 인공지능기술은 제약과 바이오 분야에서 가장 혁신적인 변화를 주도하고 있습니다. 특히 신약개발 과정에서 유망한 약물후보 물질을 신속하게 찾아내고, 임상시험 데이터를 정밀하게 분석해 약물의 효과를 예측함으로써, 기존 대비 획기적으로 빠른 신약개발을 가능하게 하였으며, 희귀질환을 비롯한 다양한 질병의 치료법 개발에 널리 활용되고 있습니다.

나아가 헬스케어 분야에서 인공지능 기술은 진단과 치료의 정확성을 크게 향상시키고 있습니다. 특히 개인의 비정형 데이터를 체계적으로 분석하여 의료정보로 치환하거나, 개인별 맞춤형 서비스를 더욱 정교하게 구현할 수 있게 되었으며, 이를 통해 예방의료와 건강관리 서비스를 혁신적으로 발전시키고 서비스 품질을 획기적으로 향상시킬 수 있게 되었습니다. 이러한 인공지능 기술의 발전은 광동제약이 추구하는 개인 맞춤형 헬스케어 서비스의 핵심 동력이 될 것으로 기대됩니다.

### 2. 매일 매일을 더 건강하게 - 생활밀착 어드바이저

미래의 생활밀착형 헬스케어 서비스와 건강 어드바이저는 인공지능(AI), IoT(사물인터넷), 빅데이터 등 첨단 기술을 결합해 개인의 일상 속에서 건강을 관리하고 질병을 예방하는 방향으로 진화할 것입니다. 이러한 비전은 단순히 질병 치료를 넘어, 실시간 건강 모니터링과 라이프스타일 개선을 돕는 '항상 곁에 있는' 디지털 건강 파트너로서 역할을 지향합니다.

광동제약은 생활 밀착 어드바이저로써 고객의 생애주기를 함께하는 헬스케어 서비스로 발전해 나가겠습니다.

### 3. 회복 - 삶에 영향을 끼치는 광동의 새로운 비전

현대인은 바쁜 생활, 스트레스, 불규칙한 식습관, 운동 부족, 그리고 과도한 디지털 기기 사용으로 인해 건강 관리를 제대로 하기 어렵습니다. 이런 불규칙한 생활 패턴은 신체와 정신 건강에 부정적인 영향을 끼치고, 정보가 넘쳐나는 환경 속에서 정확한 건강 정보를 선별하기 어려워 잘못된 습관이 생기기도 합니다.

광동제약은 국민 모두의 일상 속 피로를 회복하고 건강을 더하는 든든한 동반자가 되려 합니다. 우리는 일상을 건강하게 회복시키고 부족한 영양을 채워줄 다양한 솔루션을 제공하는 종합 헬스케어 기업으로 발전하겠습니다.

회복 중심의 건강 솔루션을 통해 고객의 필요에 맞춘 다양한 제품과 서비스를 제공하고, 더 나은 삶을 위한 기반을 만들어 가겠습니다.

# Disclaimer

이 백서(이하 "본 백서")는 정보 제공을 목적으로 작성되었으며, 특정 상품이나 서비스 구매, 판매, 또는 투자 권유를 위한 법적 제안서가 아닙니다. 본 백서에 포함된 정보는 최신성과 정확성을 유지하기 위해 노력하였으나, 해당 정보의 완전성과 신뢰성, 정확성을 보장하지 않으며, 그로 인해 발생하는 법적 책임을 지지 않습니다.

본 백서에 명시된 계획, 목표, 사업 모델, 전략 등은 현재의 비전과 가정에 기반을 두고 있으나, 향후 시장 상황, 법적 규제, 기술적 문제 등 다양한 요인에 따라 변경될 수 있습니다. 따라서 이 백서에 기반한 사업계획과 추진여부와 관련된 일체의 사항에 대해서 보장할 수 없습니다.

본 백서에 명시된 정보는 재무, 세금, 법률 또는 기타 관련 조언을 대체하는 것이 아니므로, 투자, 법률 또는 세금 관련 사항에 대한 조언이 필요할 경우, 반드시 전문가와 상담하시기 바랍니다. 또한, 본 백서의 내용은 언제든지 예고 없이 변경될 수 있으며, 그에 대한 공지 의무가 없습니다.

본 백서를 수신하거나 본 백서에 기재된 정보를 활용하는 행위는 전적으로 사용자의 책임이며, 본 백서의 내용을 이용함에 따라 발생하는 모든 손해에 대해 회사는 책임지지 않습니다.