



# TRAVEL BLOCK

Vacationing Through The **Blockchain**

[travelblock.io](https://travelblock.io)

본 백서는 정보 제공 목적으로만 작성되었으며 투자에 대한 조언 의도를 가지지 않는다.

**본 백서는 정보 제공 목적으로만 작성되었으며 투자에 대한 조언 의도를 가지지 않는다.**

이 성명서의 목적은 TravelBlock이 후원하는 플랫폼에서 쓰일 새로운 블록체인 토큰을 개발하기 위한 예상 계획을 설명하기 위함이다. 본 서류에서 어떤 것도 TravelBlock의 사업, 플랫폼 또는 토큰이 유용성 또는 플랫폼의 가치 또는 토큰의 가치를 어떻게 발전시킬지에 대한 보장 및 약속으로 취급되거나 해석되어선 안 된다. 본 백서가 TravelBlock의 현 계획들을 제시하는 반면, 향후 이 계획들은 기술, 규제 또는 시장 변화에 따라 TravelBlock의 재량으로 바뀔 수 있으며 이 계획의 궁극적인 성공은 TravelBlock의 통제 밖에 있는 다수의 외부 요인에 달려있다. TravelBlock은 본 백서에서 사실 및 분석을 최대한 정확하게 기술하려고 노력할 것이지만 부정확할 수도 있다. 또한 TRVL 토큰 구입 및 청약을 유도하는 내용은 담지 않는다. 모든 암호화폐와 마찬가지로 TRVL 토큰 구매는 많은 잠재적 위험이 있으며 토큰 구매자들은 사용한 자금의 가치 중 일부 또는 모두를 잃을 수 있다.



## 01 개요

## 02 GDS 문제점

- 2.1. GDS 비용
- 2.2. GDS 보안 최악의 사태

## 03 OTA 문제점

- 3.1. OTA 비용
- 3.2. OTA 보안
- 3.3. OTA 투명성 부족

## 04 일반적인 신뢰성 문제

- 4.1. 초과 예약
- 4.2. 신뢰할 수 없는 리뷰

## 05 TravelBlock의 솔루션

- 5.1. 고객을 제공업체에 직접 연결하는 Cost-Plus Model
- 5.2. 블록체인을 통한 보안
- 5.3. 특별 소비자 그룹 활성화
- 5.4. 온라인 배포
- 5.5. 검증된 리뷰

## 06 기타 이점

- 6.1. TravelBlock 보상 프로그램
- 6.2. TravelBlock 추천 프로그램
- 6.3. 콘시어지 서비스

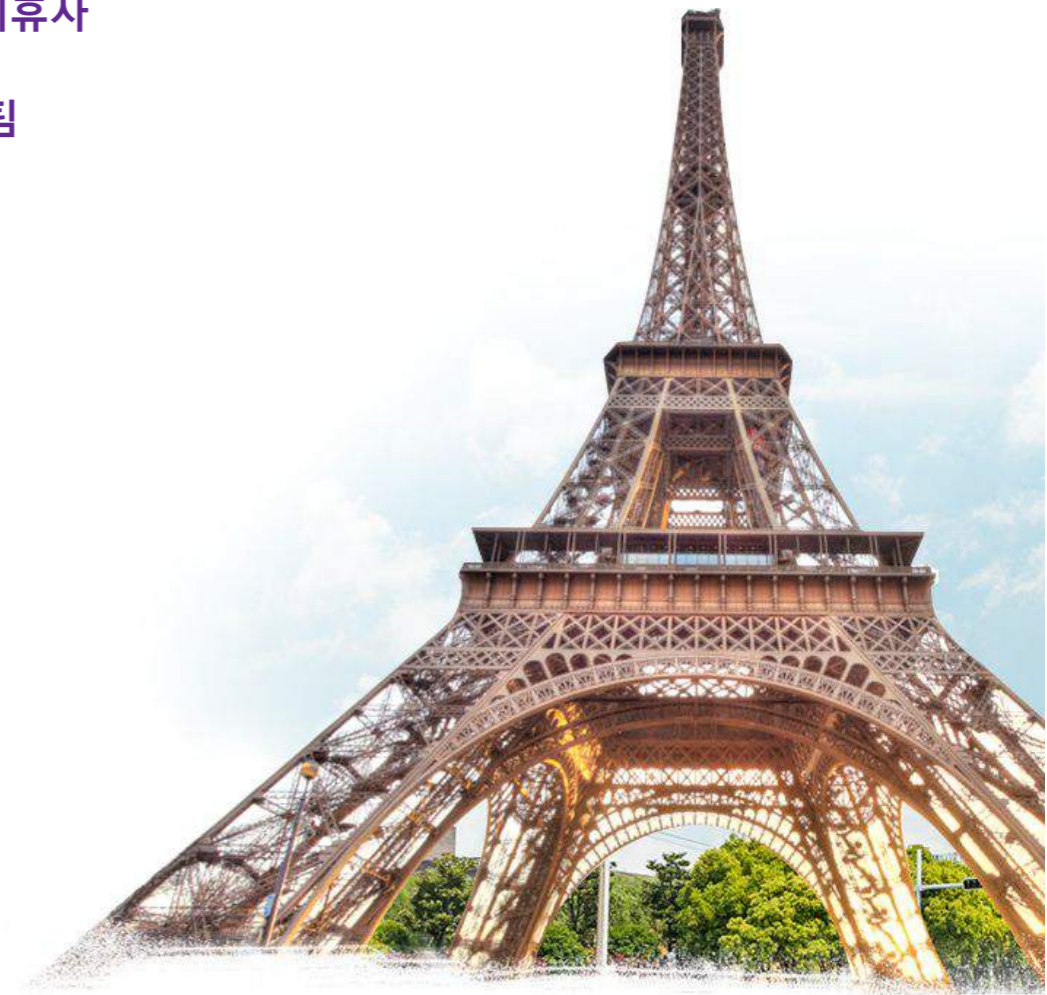
## 07 TRVL 토큰

## 08 신규 코인 상장 및 분배

## 09 로드맵

## 10 제휴사

## 11 팀



TravelBlock은 블록체인을 통해 여행자를 공급업체에 직접 연결해 여행 지출의 30%-60%를 절약하는 결과를 가져오며 신뢰성, 투명성, 거래 보안을 크게 향상해 여행 예약의 혁신을 일으킬 것이다.

현 여행 예약 환경체계는 고객과 제공업체 즉, 글로벌 유통 시스템(GDSs)과 온라인 여행사(OTAs) 사이에 존재하는 영향력 있는 중개인들의 숨통 조이기에 끼여있다.

GDS는 주로 기업 간 전산 예약 네트워크로써 여행사, OTA, American Express와 같은 컨소시엄의 항공사, 호텔, 렌터카의 예약 및 확인을 위한 단일 액세스 지점으로 사용된다. Sabre, Galileo, Amadeus 그리고 Travelport가 GDS 업계 대부분을 통제한다. 이 회사들은 이 네트워크 사용을 위해 상당한 비용을 마련한다. 예를들면, GDS를 사용하여 예약한 항공권의 평균 추가 금액은 12달러(USD)이며 호텔 예약 평균 수수료는 20%이다.

70년대, 80년대에 처음으로 개발된 GDS는 현대 웹보다 앞서 개발되었는데 문제는 그만큼 보안 시스템도 최근 방식보다 구식일 수 밖에 없다. 여행자의 성과 연결된 단일 6자리 식별자로 승객의 개인 정보에 접근할 수 있는데 이를 이용해 누구나 이 정보로 예약 내용을 수정하거나 여행자의 집주소 또는 이메일 주소를 알 수 있다.

OTA의 측면에서 보면 Booking.com을 포함한 Priceline 그룹과 Travelocity 및 Orbitz를 포함한 Expedia두 회사에서 장악하고 있다. 2016년 온라인 글로벌 여행 예약은 모든 여행 관련 판매 시장 절반을 넘는 5,230억 달러를 초과했으며 시장 점유율은 계속해서 증가하고 있다. 이 실질적인 시장 독점은 온라인 여행사가 여행 제공 업체에 "가격 무결성" 합의를 강요하여 그 어떤 제공 업체도 온라인 여행사가 제안하는 것보다 공개적으로 더 낮은 금액을 명시할 수 없게 했다. 심지어 제공 업체들의 웹사이트에서도 그렇다.

TravelBlock은 숨겨진 비용과 인위적인 금액 책정의 난관을 블록체인으로 움직이는 간단한 Cost-Plus Model로 대체할 것이다.

여행 상품 엘리트 여행 공급업체에서 대량 할인 시 구매되며 안전 플랫폼에 등록된다. TRVL을 한 번이라도 구매한 적이 있는 회원은 TRVL토큰을 사용하여 플랫폼에서 항공사, 호텔, 크루즈 또는 렌터카 예약을 할 수 있으며 예약 내역은 즉시 블록체인에 안전하게 기록된다. TravelBlock은 로그인을 요구하는 회원 전용 웹사이트로서 가격 무결성 합의와 수익 부풀리기를 피해 고객들에게 꽤 저렴한 금액 제안을 할 수 있는 효과적인 개인 플랫폼이다.

높은 금액 절감과 신뢰성 있는 보안 외에도 TravelBlock은 현 예약 시스템을 넘어선 많은 추가 혜택과 이점을 제공할 것이다. TravelBlock의 보상 프로그램은 매 구매 시 상당 부분 환급을 제공할 것이며 때에 따라 나중에 여행 구매에 사용할 수 있는 TRVL 토큰을 35%까지 돌려줄 것이다. TravelBlock의 보상 프로그램은 추천한 사람이 사용한 TRVL 토큰 전체의 5%까지 추천받는 사람에게 지급할 것이다.

이 플랫폼은 회원들에게 최대한 즐겁고 차질 없는 여행 계획을 세울 수 있도록 돕는 프리미엄 컨시어지 서비스가 특징이 될 것이다.

전 세계적으로 여행 업계는 7조 6천억의 엄청난 규모의 사업으로써 경험, 연계, 통찰력, 기술 상식을 가진 누구나에게 적합한 기술적 특이점을 가지고 엄청난 기회를 창출한다. 여행 공급업체와 고객들은 예약할 때마다 임대 금액을 착취하는 독점 중개인 때문에 비싼 수수료와 요금으로 좌절하는 현재 상황에 불만스러워한다. 50년 이상의 접대 경험을 가진 다수의 업계 전문가들로 구성된 TravelBlock 팀은 이 기회를 잡을 수 있는 독점적인 입지를 가진다. 그들의 경험은 최고의 상품을 가진 선두 여행 제공 업체들과 제휴 관계를 형성하기 위해 활용됐다. 게다가 예약 플랫폼은 이미 개발되어 블록체인으로 전환될 준비가 되어있다. GDS와 OTA에 불길한 조짐이 일어나고 있다.



## 2.1 GDS 비용

앞에서 언급했듯, GDS는 여행 공급업체와 여행 서비스 유통에 종사하는 다른 사업들을 연결해주는 중개자, 즉 ABC, BSI, American Express, BCD, CCRA, Carlson Wagonlit, Radius, Thor와 같은 여행사, OTA, 대규모 여행 컨소시엄의 역할을 한다. GDS는 고객을 위해 예약을 맡기고 확인할 수 있도록 중앙 집중식 디지털 데이터베이스 기능을 하여 전 세계적으로 실시간 여행 예약을 조정할 수 있다.

그 대신 GDS 회사들은 고객들에게 각 거래 당 비용을 부과한다. 여행 제공 업체가 다룰 수 있는 거래와 특정 GDS 회사의 가격 구조에 따라 예약 수수료는 항공권 가격의 약 2-4%부터이며 호텔 예약은 15-20% 사이로 다양하다. 이 비용은 대략 항공권당 현금 12달러에 해당하며 직접 판매 가격의 20배에 해당한다. 호텔은 예약 당 10달러 에서 15달러의 비용이 들고 여행 제공업체들은 이 수수료를 직접 지급할 수 있지만 수익성 유지를 위해 구매 가격에 그 수수료를 반영시켜야 하므로 최종 부담을 지는 것은 소비자다.



항공권  
**\$12 달러**

**GDS 수수료**



호텔 예약  
**10-15달러**

## 2.1 GDS 비용

거래 당 과금 외에도 GDS 회사들은 그들의 초기 비용, 연간 유지보수 비용, 데이터베이스 접속 및 사용에 대한 비용 등 부수적인 비용을 계속해서 징수한다.

한 가지 확실한 것은 GDS 회사들이 제공 업체들의 이윤을 흡수하고 매년 수십억 달러를 모아 몸집을 불려왔다는 것이다. Travelport만 보아도 전년 대비 매출이 7% 증가했다.

이 업계에 GDS를 이용하여 부과되는 터무니 없는 가격에 대한 저항이 커지고 있다. GDS와 OTA의 손아귀에서 벗어나고자 하는 의도로 독립적인 웹사이트를 통한 직접 판매의 수준을 높이기 위해 노력하고 있다. 아직까지 큰 성과는 없지만 특히 유럽 항공사는 그들만의 반란을 이끌어오고 있다. Ryanair는 과도한 수수료 구조를 이유로 들며 Amadeus와의 합의를 파기했다. Lufthansa는 현재 GDS를 사용하여 예약된 운임에 대해 16달러의 추가 요금을 부과하였고 GDS 추가 요금을 부과하는 에어 프랑스, KLM, 영국항공에 합류한다. 또한 항공사들은 GDS와 OTA에 지급해야 하는 비율을 낮추려는 방법으로써 요금에서 음식과 수화물을 분리하는 전략을 도입하기 시작했다.



## 2.1 GDS 보안 최악의 사태

소수의 사람은 GDS를 사용해 여행을 예약할 때마다 그들의 개인 정보가 얼마나 쉽고 또 많이 노출되는지 알고 있다. 그 이유는 GDS의 여객 예약 기록(PNR) 데이터 환경체계와 GDS를 통해 수만의 여행 제공업체들이 예약을 추적하기 위해 이용하기 때문이다.

누군가가 예약을 할 때마다 해당 거래에 대해 PNR이 생성된다. PNR은 다음을 저장한다:



### 예약 세부내역:

렌터카, 호텔, 수하물 포함



### 개인정보:

전화번호, 생일, 이메일을 포함하며, 집주소와 여권 정보가 포함될 가능성도 있음.



### 상용 고객 정보

GDS 접근 권한을 갖고 있거나 해킹하여 GDS에 접근할 수 있는 사람은 다음 정보에 접근할 수 있다:



신용 카드 또는 다른 지급 정보



## 2.2 GDS 보안 최악의 사태

GDS는 현대 웹이 등장하기 한참 전에 사용되던 초기 "클라우드" 데이터 저장 시스템 중 하나였다. 그 결과 PNR 시스템은 보안을 생각하지 않고 설계되었다. 대신에 통신 인프라가 훨씬 더 적은 정보 패킷만 관리할 수 있을 때 마찰이 없는 정보의 전송을 극대화하도록 설계되었다.

PNR은 영숫자로 이뤄진 단일 6자리 개인 식별번호로 표시되는데 항공사 무인 체크인 단말기에서 탑승권을 끊으려고 했던 사람이라면 친숙할 것이다. 가끔 바코드에 가려져 있지만 휴대폰 앱으로 쉽게 알아낼 수 있는 이 코드는 탑승권부터 수화물 체크인까지 모든 활동을 할 때 찍고 종종 여행 서류에 선명하게 표시되어 있기도 하다.

누구나 PNR: 6자리 식별자 및 여행자의 성에 접근하기 위해선 두 가지만 있으면 된다. 이는 여행자의 개인 정보를 산출해낼 뿐만 아니라 그 예약을 수정하거나 취소시킬 수 있다. 베를린에 본사를 두고 있는 보안 연구소의 연구원들은 "인터넷에서 어떤 방법으로 두 세 번째 추가 인증 요소들을 이용할 것인지 논쟁하는 동안 GDS는 첫 번째 인증 조차 제공하지 않는다"라며 비교했다.

보안 전문가인 카스텐 놀(Karsten Nohl)과 니멘자 니코다이제빅(Nemanja Nikodijevic)은 함부르크에서 열린 제33회 카오스 통신회의에서 불법으로 PNR에 접속하고 변경하는 것이 얼마나 간단한지 증명하여 다음 사항에 대한 보안 문제를 분류했다.

강제 접속 제어:	몇몇 글로벌 데이터베이스는 여행자들의 정보를 몇십 년 동안 방대해진 시스템에 저장하게 되었고 이제 현대 IT 보안으로는 충분하지 않다.
빈약한 인증:	승객들은 탑승권과 태그에도 찍혀있는 그들의 성과 낮은 엔트로피 그리고 종종 순차적인 예약 번호로만 인증한다.
불충분한 속도 제한:	많은 웹 인터페이스는 이 예약 코드를 제한 없이 허용하여 여행자들의 사생활을 위험에 빠트린다.
로그인 불가:	여행자들은 PNR 접근이 국제적으로 기록되지 않기 때문에 누가 자신의 정보에 접근했는지 절대 알 수 없다.

## 2.2 GDS 보안 최악의 사태

Nohl은 연설을 시작하면서 GDS 보안이 취약함에도 불구하고 필요성을 느끼지 못해 해킹당할 수 있는 방식을 밝히지 않은 부분에 대해 사과했다.

수많은 보안 감시 단체와 관련 정부의 압력에도 불구하고 GDS 회사들은 다른 인증 단계를 추가하거나 단순히 누가 PNR 기록에 접근했는지 기록하여 PNR 시스템의 보안을 개선하는 데에 망설여왔다. 시스템 보안을 완전히 재구성하려면 비용이 엄청나지만 꼭 필요한 사항만 변경한다면 20억 달러(USD) 정도로 가능할 것으로 추정된다.



### 3.1 OTA 비용

OTA가 항공사 예약 시 GDS와 비슷한 수수료를 2-4% 사이대로 부과하지만 호텔에 대해선 평균 20-30% 사이의 더 높은 수수료를 부과한다. 거기에 호텔이 이용 가능 객실을 검색 목록 상단에 더 가깝게 표시되는 것을 의미하는 "우대 노출"을 원하면 추가로 약 3%의 수수료를 지급해야 한다. 그 수수료는 굉장히 비싸서 한 전문가가 말하길, "이 가격은 호텔 운영자들이 Expedia의 통제하에 프랜차이즈를 운영하는 것인지 의문스럽다"고 했다.

호텔에 대한 OTA의 수수료는 항상 이정도로 비싼 것은 아니었다. OTA 초기엔 그 수수료가 5-10%였다. 그러나 여행 예약 시장에서 반 이상을 점유할 만큼 덩치가 커지자 수수료를 대폭 올렸다.

GDS처럼 최근 호텔 체인점은 OTA에 대한 의존도를 낮추고 모든 잠재 고객을 유도하기 위해 호텔 자체 웹사이트로 직접 판매에 힘썼다. 그러나 호텔이 OTA의 웹 점유율에 도전하는 것은 거의 이겨낼 가능성이 없는 상황이다. 호텔은 마케팅에 매출 6-9%만을 쓰는 반면 OTA는 온라인 회사의 장점인 인프라 비용 절감의 이점을 활용해 35-40%를 지출할 수 있다. 2016년에 Priceline 그룹은 구글 온라인 광고인 애드워즈에게만 35억 달러를 썼다. 심지어 이름으로만 호텔을 검색했을 때 종종 그 호텔의 웹사이트와 굉장히 비슷한 OTA의 많은 "웹 사이트"로 대신 직접 연결되어 버린다. 결국 호텔은 자체적으로 OTA와의 웹 점유율 경쟁에서 이길 수가 없다.



항공사  
**3-4%**

OTA 수수료



호텔  
**20-25%**

우대 검색 노출 시 3% 이상의

### 3.1 OTA 비용

이러한 시장 상황 속에서 이점을 잘 알고 있는 OTA는 이를 악용하는것에 주저하지 않았다. 다시 말해 호텔은 일방적인 "가격 무결성" 합의를 받아들여 OTA 사이트에 명시된 가격보다 더 나은 가격을 자체 웹사이트에서도 공개적으로 제공하지 않을 것을 보장해야 한다. OTA는 이러한 합의를 부끄러움도 없이 강요했다. 한 설문 조사에서 영국 호텔의 40%가 가격 책정 합의 위반으로 OTA에 협박받은 사실이 보고되었다. 업계의 문제에 대한 EU 보고서에서 한 전문가는 가격 동등성 조항은 "카르텔과 같은 효과를 가질 수 있다"며 그 이유로 "한 대표 회사가 '우리는 가격 동등성 조항을 사용한다'고 이야기하면 그 가격은 그 시장에서 거의 고정된다"고 언급했다.



## 3.2 OTA 보안

OTA는 GDS보다 더 강력한 보안 전략을 사용하지만 반복적인 해킹을 방어하는데 취약하다. 이번 해에 Orbitz는 지난 2017년 4분기에 이름, 지급 카드 정보, 생일, 전화번호, 이메일 주소, 실제 주소 및 청구서 발송지 및 성별 포함 노출된 정보 880,000건이 넘는 지급 카드 기록에 접근했다고 인정했다. Expedia와 Booking.com 모두 그들의 기록들 또한 해킹당한 적이 있다고 인정했다. 이 사이트에서 얻은 고객의 최근 개인 예약 데이터를 활용해 해커는 신용 카드 정보를 얻기 위해 호텔로 위장해 피싱 사기를 계획했다.



### 3.3 OTA 투명성 부족

OTA는 높은 수수료와 취약한 보안 외에도 가격 책정 및 리스트 구조와 관련해 기만적인 관행으로 비난받아왔다. 이는 다음을 포함한다:

#### 유인 상술 가격 책정:

사용자들은 처음에 예약하려던 낮은 가격이 체크아웃 시 상당히 높은 가격으로 바뀌어있다는 것을 발견한다. OTA가 사이트의 가용성을 업데이트할 수 있는 빈도에 영향을 미치기 때문이다.

광고 중인 금액은 수수료와 세금을 포함하지 않아 사용자의 체크아웃을 잘못된 방향으로 유도한다.

#### “맞춤형” 가격 책정:

공개되지 않은 알고리즘은 사용자의 브라우저 기록과 소비 패턴을 기반으로 보이는 가격을 조정한다.

#### 오해의 소지가 있는 가용성 주장:

“이 호텔에 사용 가능한 객실이 없습니다”라고 표시되지만 사실은 그 사이트에서만 없다.

“오늘만 가능!”이라고 쓰여 있는 가격 제안은 사실 계속해서 가능하다.

#### 불투명한 검색 결과 알고리즘:

공개되지 않은 알고리즘은 검색 결과 순서를 조정한다.

호텔은 목록 상단에 노출되기 위해 추가 수수료를 지급한다.

부적절하게 보이는 칭찬 일색인 리뷰로 더 상단에 위치할 수도 있다.

## 4.1 초과 예약

탑승권을 가진 한 승객이 강제로 유나이티드 항공 비행기에서 “쫓겨나는” 영상이 퍼져나가 최근 항공사의 초과 예약 관행이 대중의 관심을 불러일으켰다. 그러나 그 관행은 합법적이며 업계에서 당연하 듯 이뤄져 왔다. 초과 예약은 항공사 업계에만 해당하는 것이 아니다. 호텔 업계 또한 이런 관행을 일삼고 있다.

때때로 고객이 나타나지 않는 것은 여행 제공 업체의 딜레마다. 손실을 줄이기 위해 두 업계는 예상 트래픽 양에 따라 고객이 나타나지 않을 실제 퍼센트를 예측하고 그에 따라 초과 예약하는 알고리즘을 개발했다.

이 예측은 확률적이기 때문에 어쩔 수 없이 일부 승객들은 다른 비행기에 탑승하거나 다른 숙소를 찾도록 강요받을 것이다. 고객들이 불편함에 대해 보상을 받긴 하지만 초과 예약 관행은 여행 업계 전체의 신뢰성과 진실성에 대한 신뢰를 떨어트린다.

## 4.1 믿을 수 없는 리뷰

고객 리뷰는 소비자들의 온라인 구매에 있어 가장 큰 요인 중 하나이다. 61%의 소비자는 구매 전 리뷰에서 호평을 읽은 후에 전환율이 133% 증가한다. 여행 업계에서 호평은 OTA 검색 결과에서 더 상단에 노출되는 결과를 가져오기 때문에 그 비율은 더 커진다.

가짜 또는 조작된 리뷰는 대부분 온라인 사이트에 만연하며 소비자를 속인다 - 가짜 리뷰는 약 15% 정도를 차지하는 것으로 추정되며 OTA도 규칙에서 예외는 아니다. TripAdvisor의 40,000개가 넘는 리뷰의 분석 결과, 리뷰 중 20%는 신뢰성이 떨어지거나 가짜인 것으로 나타났다. BNB 협회는 OTA가 실제로 숙박을 예약한 사람이 리뷰를 썼는지 자주 확인하지 않는다고 밝혔다.

OTA가 최근 리뷰 선별 작업을 검토하려고 했지만 검토 기본 구조에 유효성 확인이 포함되지 않고 특히 리뷰의 경우에는 익명으로 작성되기 때문에 관리하기 힘들다.

GDS/OTA의 여행 예약 장악으로 제기된 문제는 TravelBlock의 사업 모델을 자세하게 살펴 해결책을 모색할 수 있다. 간단히 언급하자면 4가지 주요 요소로 구성되어 있다.



고객을 제공업체에 직접 연결하는  
Cost-Plus Model



블록체인 보안



특별 소비자 그룹



온라인 배포



## 5.1 고객을 제공업체에 직접 연결하는 Cost-Plus Model

GDS/OTA와는 다르게 TravelBlock은 제공 업체들과 고객 사이의 거래에서 중개사의 기능을 하지 않는다. 대신, 간결한 소매 Cost-Plus Model을 받아 들였다.

TravelBlock은 엘리트 여행 제공 업체들로부터 할인된 대량 도매가로 여행 상품을 직접 구매한다. 여행 상품을 자체 웹사이트에서 OTA의 가격 무결성 합의로 정해진 가격보다 훨씬 낮은 가격으로 직접 회원에게 판매해 이익을 남긴다. (아래 5.3 참고)

GDS/OTA의 환경체계를 완전히 피함으로써 TravelBlock의 회원은 수수료 또는 숨겨진 비용을 지급하지 않는다.

회원들이 단지 여행 상품을 예약하는 것이 아닌 직접 구매하기 때문에 초과 예약이 이뤄질 수 없다. TravelBlock만의 여행 상품을 노출하기 때문에 제공 업체들은 우대 노출에 대한 추가 수수료가 부과할 필요가 없다. 플랫폼에서 검색은 회원의 선호 필터 정렬로 대체된다.

### Cost Plus는 다음을 의미한다:

- ✓ 수수료 없음
- ✓ 숨겨진 금액 없음
- ✓ 초과 예약 없음
- ✓ 우대 노출 없음
- ✓ 심한 가격 변동 없음

TravelBlock의 플랫폼에서 보는 가격은 cost plus로 정직하게 생성된다; 그 가격은 절대 회원의 소비 패턴 또는 브라우저 기록을 기반으로한 극단적인 "맞춤형"으로 조정되지 않을 것이다. 여행 상품은 교환 불가능하기 때문에 유인 상술 가격으로 책정되는 일 또한 없어질 것이다.

마지막으로 TravelBlock의 산업 연계는 이미 많은 엘리트 여행 제공 업체들과 협력 관계를 맺었다. 또한 출시에 맞춰 여행 상품이 즉시 제공 가능하며 만족도를 보장할 수 있다. (아래 협력 업체 목록 참고) 회원들은 주요 OTA의 여행 상품처럼 제한 없고, 언제든지 예약 가능한 500,000개의 개인 리조트 여행 상품에 접근할 수 있을 것이다.

특별 소비자 그룹

온라인 배포

## 5.2 블록체인으로 보안

블록체인의 핵심 기능은 암호화 보안, 분산화, 분산원장이다. 입력 내용은 원장에 블록으로 기록되며 각 블록은 연속적인 이전 블록의 암호 해시를 포함해 체인으로 같이 연결된다. 이 블록들은 중앙 서버에 보관되지 않고 대신 전체 분산 네트워크에 각 노드로 보관된다. 블록체인에 새로운 내용 입력은 모든 네트워크 검증기가 체인의 온전한 상태가 보존되는 합의에 도달해야 가능하며, 각 새로운 블록은 연속적인 이전 블록의 해시를 포함하므로, 먼저 대부분 네트워크를 전복시키지 않고서는 악의적으로 원장의 내용을 변경시키는 것은 어렵다.

TravelBlock은 이더리움 블록체인에 디앱으로 구축될 것이다. TRVL 토큰은 회원들이 플랫폼에서 여행 상품으로 교환할 수 있는 표준 ERC20 토큰이 될 것이다. 모든 회원이 암호를 잘 아는 것은 아닐 것이므로, TravelBlock은 Processing.com과 제휴 관계도 맺어, 플랫폼에서 직접 가상화폐와 TRVL간의 원활한 전환을 제공한다.

**블록체인 분산 암호화 보안 원장의 장점은 OTA가 사용하는 중앙 집중화된 플랫폼은 할 수 없는 방식으로 회원들의거래 데이터가 도용당하지 않도록 보호한다.**

TravelBlock은 블록체인으로 구현해 회원들의 모든 거래에 대해 지울 수 없고 안전한 원장을 구축하여 공격으로부터 정보를 지키고 어떠한 문제나 논란 발생이 발생해도 협의할 수 있도록 신뢰할 수 있는 기록을 만든다.

GDS의 취약한 구식 시스템과는 큰 대조를 이루며 블록체인은 암호로 이루어진 최첨단 보안을 제시한다. 중앙 집중화된 플랫폼은 단일 장애점을 드러내 해커에 대한 취약성이 증가한다. TravelBlock의 블록체인 원장에 기록 및 인증되는 방법으로서 분산 및 암호화되는 특징은 중앙 집중화된 플랫폼인 Expedia와 Booking.com에서 개인 정보와 신용 카드 정보를 탈취하려했던 방식의 해킹 공격을 막아낼 수 있다.

### 5.3 특별 소비자 그룹

OTA의 가격 무결성 합의는 여행 제공 업체들이 OTA 사이트에서 소비자에게 제공할 수 있는 가격보다 낮은 금액으로 책정해 공개하는 것을 방해한다. 특별 소비자 그룹 여행 상품에 접근하기 위해서는 멤버십을 필요로 한다 - 미국에서 익숙한 예시는 코스트코이다. 그룹 내에서 제공하는 상품은 공개적으로 이용 불가능하기 때문에 가격 무결성 합의를 차단해 훨씬 더 낮은 가격으로 제공할 수 있다.

#### 특별 소비자 그룹

**TRVL 토큰 하나 소유 = TravelBlock의 멤버십**

**회원들은 개인적으로 TravelBlock의 웹사이트에서 여행 상품 목록에 접근할 수 있다.**

**개인 멤버십에게 TravelBlock은 가격 무결성을 무시하고 마진을 줄여 회원에게 도합 30%-60%의 비용 절감을 가능하게 한다.**

TravelBlock의 블록체인 구현은 TRVL 토큰을 통해 특별 소비자 그룹을 형성하기 위한 기반을 제공한다. TRVL 토큰을 하나 소유하는 것으로 회원이 되어 TravelBlock의 웹사이트 접근권을 얻기에 충분하다. 웹사이트는 로그인이 필요한 회원 전용으로 목록이 공개되지 않아 OTA가 가격 무결성 합의를 통해 시장에 부과해온 인위적인 가격을 면할 수 있도록 한다.

OTA/GDS의 수수료를 내지 않고 여행 상품 가격 인하로 인한 비용 절감을 합치면 TravelBlock의 회원은 여행 상품을 구매할 때마다 30-60% 사이의 비용 절감 효과를 기대할 수 있다.

## 5.4 온라인 배포

우리가 OTA 가격 부분에서 보았듯 여행 제공 업체들이 마케팅에 6-9%까지 감당할 수 있는 것과는 반대로 OTA는 마케팅에 35-40%까지 할당할 수 있다는 막대한 자원의 차이로 OTA의 온라인 인지도와는 경쟁할 수 없었다. OTA는 두 가지 장점이 있다:

1

OTA 사업의 초점은 세일즈와 마케팅이다.

2

기존 온라인만을 이용한 방법으로 소매 금액보다 상대적으로 OTA의 인프라 가격을 급격히 낮출 수 있다.

다른 선택 사항이 없는 여행 제공 업체들은 OTA가 활용할 수 있는 수익 흐름을 필요로하기 때문에 악순환 속에서 일방적인 가격 책정 요구와 계속 증가하기만 하는 수수료에 지속적인 피해를 입을 수 밖에 없다. 악순환이 지속되고 여행 제공 업체들의 현재 환경체계에 대한 불만이 점점 강해지면서 목소리를 높여갔지만 스스로 발목이 묶인채 여행 제공 업체는 자연적으로 그 덫에서 빠져나올 수 없다.

TravelBlock은 OTA와 똑같은 장점을 정확히 활용해 여행 제공 업체들은 독점적이고 약탈적인 사업 모델을 거부할 수 있다.

OTA와 같이 TravelBlock은 온라인 배포 모델을 사용해 인프라에 지출해야 되는 금액을 낮춘다. 이로 인해 매출의 40% 수준으로 OTA와 동등한 수준의 금액을 마케팅에 사용할 수 있다. 그러나 이는 언급한 3개의 섹션에서 살펴보았듯이 공통적인 부분일 뿐이다.

시장에서 이미 입지를 다진 OTA에 대항하기 위해 TravelBlock은 세 가지 주요 무기를 가진다: 합리적인 가격, 진정한 보안, 그리고 현 상태에 대한 여행자와 여행 공급 업체의 불만이다. 공급 업체들과 고객들 모두에게 최신 기술을 사용하여 매력적인 거래를 제공해 OTA가 독점하고 있는 기반 분야에 도전하는 것을 목표로 한다.

## 5.5 검증된 리뷰

마지막으로 TravelBlock의 회원전용 플랫폼은 모든 거래의 지울 수 없는 기록과 결합해 사이트에서 작성된 모든 리뷰들이 진짜임을 보장할 수 있게 한다. 실제로 특정 여행 서비스를 구매한 적이 있는 회원들에게만 리뷰를 제한시키는 것은 그들의 콘텐츠가 진짜임을 보장한다. OTA에서 강요하는 익명 리뷰가 사후에 가짜로 만들어졌는지 의심하는 것보다 처음부터 유효성을 검증하는 것이 훨씬 더 믿음 가는 리뷰 검증 전략이다.



## 6.1 TravelBlock의 보상 프로그램

이더리움에서 TRVL토큰이 구현되는 방식은 TravelBlock이 회원들에게 유일무이한 보상 시스템을 제공할 수 있도록 한다. 이미 제공된 상당한 비용 절감 외에도 회원들은 TravelBlock의 보상 프로그램을 통해 플랫폼에서 향후 여행 구매 시 사용할 수 있는 TRVL 토큰 형식으로 최대 35% 까지 할인 보상을 받을 수 있다. 이 방법은 다음과 같이 운용된다:

- ✓ 회원들은 TRVL 토큰을 사용하여 여행 상품을 구매한다.
- ✓ 토큰의 일정 부분은 항목에 대한 보상 비율에 따라 회원의 지갑에 TRVL 토큰으로 보상된다.
- ✓ 보상 TRVL 토큰은 플랫폼에서 새로운 여행 상품의 구매를 위해서만 사용될 수 있다. 토큰은 판매 또는 양도할 수 없다.
- ✓ 보상 프로그램을 통해 보상받는 것은 TRVL을 잠글 수 있는 유일한 방법이다.

## 6.2 추천 프로그램

추가 마케팅 전략으로 가장 열성적인 고객들에게 추가 인센티브를 제공하기 위한 강력한 추천 프로그램을 제공한다.

시스템은 간단하다:

**추천받은 사람의 TRVL 토큰을 사용한 모든 구매의 최대 5%까지  
예약 플랫폼 거래마다 추천인에게 주어진다.**

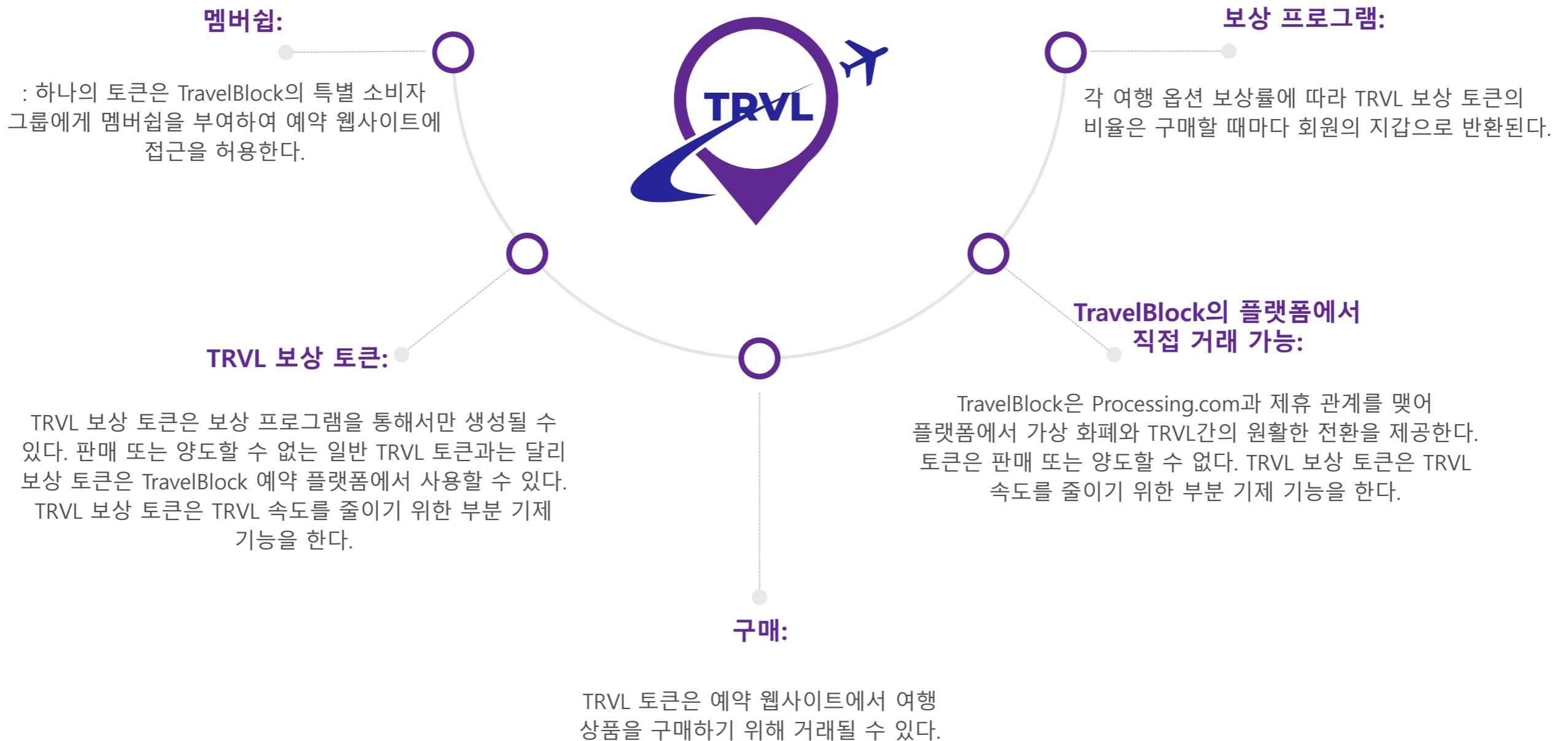
이렇게 주어진 토큰은 일반 토큰이며 보상 프로그램처럼 잠기지는 않는다.  
잠긴 보상 토큰을 사용해도 추천 보너스를 발생시키진 않는다.

## 6.3 콘시어지 서비스

리뷰만으로는 한계가 있다. 단지 어디로 갈지 정한 후 실제로 그곳에 갈 수 있도록 보장할 수 있는 누군가가 있다는 것은 사업 목적이든 여가 목적이든 관계 없이 성공적인 여행 계획에 핵심이 될 수 있다.

TravelBlock은 플랫폼에서 가장 최고의 콘시어지 서비스를 제공하여 회원들에게 최대한 완벽한 여행에 대한 기회를 보장할 것이다.

TRVL 토큰은 TravelBlock의 플랫폼에서 다음 기능을 제공하는 ERC20 토큰이다.





## 총 공급 : 600,000,000 TRVL 토큰

최저한의:  
0.1 ETH  
최고:  
250 ETH  
가스 한도:  
25,000  
배출 비율:  
새로운 토큰은 만들어지지 않습니다.

하드캡 :  
\$32,100,000

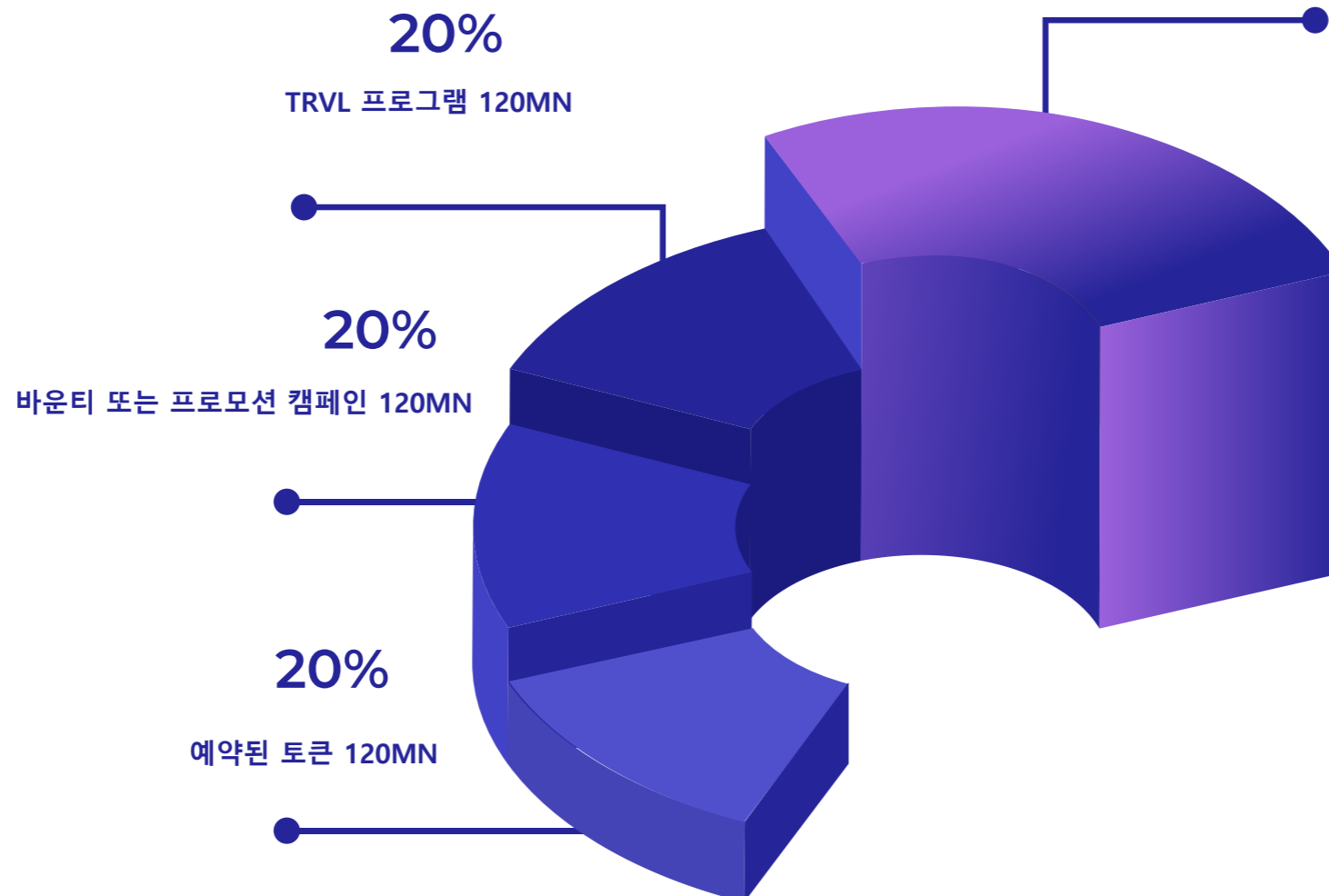
소프트캡 :  
\$4,500,000

스테이지 1  
토큰 프리세일 3/3/2018 - 4/18/2018. 60,000,000 토큰 11.5 센트  
+ 15 % 보너스 :  
총 6,900,000 달러

2 단계  
토큰 세일 6 월 18 일 ~ 7 월 18 일. 180,000,000 토큰 14 센트  
+ 10 % 보너스 :  
총 25,200,000 합계

40%

토큰 세일 스테이지를 위해 남긴 코인 10% 토큰 프리세일 60MN,  
30% 토큰 세일 180MN





### 최상위 여행 제공 업체와의 제휴

Travelblock은 성공을 보장할만한 업계 선두 회사와 제휴를 맺고 있습니다.

### 네트워크 구축

TravelBlock 기술을 만들고 개발했습니다.



### 인프라 개발

TravelBlock 플랫폼은 코인과 사용자 경험이 준비되면 완성될 것입니다.



### 프리 세일 준비 중일 때

TravelBlock팀은 여러 블록체인 컨퍼런스에 참석하고 후원합니다.





### TRVL 클라우드세일

2018년 3월 3일 프리세일.  
토큰 세일 6월 18일

### 코인/통신망

TravelBlock은 TRVL 코인을 TRVL 플랫폼에 연결합니다.



### TRVL 직불 카드

TravelBlock은 BTC / ETH / TRVL 연동 서비스를 구축하기 위해 선두적인 제공 업체 또는 카드 서비스 중 하나와 제휴할 것입니다.



### 세계 확장 프로그램

특정 인기 목적지에 대한 관심을 높이고 그 장소에 사무실을 추가로 오픈 할 수 있는 새로운 캠페인을 도입할 예정입니다.





## 설립자



**Douglas Saunders**  
공동 설립자 겸 CEO



**Jeff Bredy**  
공동 창업자 겸 최고 운영 책임자



**Steve Knight**  
부사장/ 사업 개발 이사

## 마케팅 팀



**Anna Martinez**  
최고 마케팅 경영자



**Keith Wareing**  
마케팅 고문



**Chris Woulds**  
마케팅 고문



**Alberto Enríquez**  
마케팅 고문



**Javier Ruedas**  
커뮤니티 관리자



**Brian Yun**  
아시아 태평양 마케팅 이사



**Geoff Hughes**  
전략적 마케팅 및 계획 고문

## 기술적 우수성



**Zsolt T.**  
시스템 통합



**Gengis Cetina**  
수석 개발자



**Spencer Cheng**  
블록체인 고문



**Jonathan Horta**  
웹 개발자



**Brian Hacker**  
블록체인 고문



**Johnny Gil**  
웹 디자이너



**Ryan Zarick**  
스마트 계약 개발자

Camilleri, M. A. (2017). *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*.

European Travel Technology Services Association. (2017). *Airline Distribution Costs*, (October). Retrieved from <http://www.ectaa.org/files/cms/20171024-infrata-airline-distribution-myths-full-report.pdf>

WTTC. (2017). *Travel & Tourism Economic Impact 2017*, 1–24.

Duran, J. (2015). *Website, GDS and OTA: the right mix in distribution channel investments* - eHotelier. Retrieved April 25, 2018, from <https://ehotelier.com/insights/2015/06/16/website-gds-and-ota-the-right-mix-in-distribution-channel-investments/>

Vellapath, R. (2018). *GDS surcharges and the evolving distribution landscape*. Retrieved April 17, 2018, from <https://www.tnooz.com/article/gds-surcharges-and-the-evolving-airline-distribution-landscape/>

Camilleri, M. A. (2017). *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*.

*Ibid.*

Vellapath, R (2018).

*Ibid.*

Nohl, K., & Nikodijevic, N. (2017). *Where in the World Is Carmen Sandiego? (33c3)* - talk at 33rd Chaos Communications Congress, Hamburg. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=n8WVo-YLyAg&feature=youtu.be>

Hasbrouck, E. (2015).

Paganini, P. (2017). *#33C3 - Changing travelers flight bookings is really too easy for hackers*, Security Affairs. Retrieved April 16, 2018, from <https://securityaffairs.co/wordpress/54969/hacking/flight-bookings.html>

Auchard, E. (2016). *Flight booking systems lack basic privacy safeguards, researchers say*. Retrieved April 16, 2018, from <https://uk.reuters.com/article/us-cyber-travel/flight-booking-systems-lack-basic-privacy-safeguards-researchers-say-idUKKBN14G116>

Nohl, K., & Nikodijevic, N. (2017).

Hasbrouck, E. (2015).

EU. (2016). *Online Platforms and the Digital Single Market*. Com(2016) 288/2, 10th Report of Session 2015-16. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Clampet, J. (2016). *Everything You Wanted to Know About the Hotel Industry's Gripes Against OTAs* – Skift. Retrieved April 24, 2018, from <https://skift.com/2016/04/25/everything-you-ever-wanted-to-know-about-hotel-industrys-complaints-against-otas/>

Page, V. (2015). *How Expedia Makes Money* | Investopedia. Retrieved April 24, 2018, from <https://www.investopedia.com/articles/investing/080315/how-expedia-makes-money.asp>

Clampet, J. (2016).

Gaggioli, A. (2015). *Analysis of Major Online Travel Agencies - OTAs - Cloudbeds*. Retrieved April 26, 2018, from <https://www.cloudbeds.com/articles/analysis-of-major-online-travel-agencies-otas/>

Tnooz Staff. (2017). *Google can rejoice: Priceline Group spent \$3.5 billion on PPC in 2016*. Retrieved April 26, 2018, from <https://www.tnooz.com/article/priceline-group-3-5-billion-advertising-2016/>

EU (2016).

Clampet, J. (2016).

EU. (2016).

Associated Press. (2018). *Orbitz says travel booking platform likely hacked - Chicago Tribune*. Retrieved April 16, 2018, from <http://www.chicagotribune.com/business/ct-biz-orbitz-hack-data-breach-20180320-story.html>

Sullivan, B. (2015). *Expedia warns users about "unauthorized access" of name, phone, email and booking info - bobsullivan.net*. Retrieved April 26, 2018, from <https://bobsullivan.net/cybercrime/expedia-warns-users-about-unauthorized-access-of-name-phone-email-and-booking-info/>

Howard, B. (2014). *Scammers target leading online travel agent Booking.com - BBC News*. Retrieved April 26, 2018, from <http://www.bbc.com/news/business-29942503>

Source 9: Elliot, C. (2018). *The mystery of bait-and-switch airfares*. Retrieved April 23, 2018, from <http://www.elliott.org/blog/the-mystery-of-the-missing-airfare/>

EU (2016).

Ibid.

Ibid.

Freed, J. Q. (2016). *Hotel Revenue Strategy: When to give OTAs your best rate*. Retrieved April 23, 2018, from <http://duettocloud.com/ota-get-best-rate/>

Zdanowicz, C., & Grinberg, E. (2018). *Passenger dragged off overbook United flight - CNN*. Retrieved April 26, 2018, from <https://www.cnn.com/2017/04/10/travel/passenger-removed-united-flight-trnd/index.html>

Weinberg, T. (2016). *Are fake online reviews killing consumer confidence? - Marketing Land*. Retrieved April 24, 2018, from <https://marketingland.com/fake-online-reviews-killing-consumer-confidence-194239>

Ibid.

Schuckert, Markus, Liu, Xianwei and Law, Rob. (2016). *Insights into Suspicious Online Ratings: Direct Evidence from TripAdvisor*. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(3), 259-272.

EU (2016).



**TRAVEL**  
BLOCK

[travelblock.io](https://travelblock.io)