

주요정보 요약

Summary of Whitepaper



본 문서는 거래지원 가상자산 백서의 주요 내용을 한글로 설명한 주요정보 요약입니다.

코인원은 거래지원 가상자산의 주요정보 요약을 주기적으로 점검하여 가능한 한 최신 정보를 제공할 예정입니다.

기본 정보

가상자산 카테고리

유틸리티

거래지원 네트워크

Ethereum

홈페이지

<https://rekt.com/pages/rekt-coin>

참고문헌 (백서, Docs 등)

<https://rekt.com/pages/rektpaper>

1. 프로젝트 정보

문제 정의

서론

Rekt Coin(REKT)은 최초의 브랜드 코인입니다. 앞으로 이 카테고리에 자연스럽게 포함될 다른 토큰들도 있겠지만, REKT는 명확하게 이 정체성을 최초로 내세웠으며, 밈코인 분야에 속합니다. REKT는 단순한 문화적 자산만이 아닙니다. 대중적으로 유명해지기 전의 브랜드와 그 움직임에 대한 신념을 나타냅니다. REKT는 충성도와 초기 지지를 보상하며, 브랜드 가치가 유동성 있게 거래되고, 커뮤니티가 소유하는 새로운 사회적 자본의 시대를 알립니다.

초기 지지자가 불합리하게 손해 보는 현실

우리는 모두 좋아하는 브랜드가 있습니다. 음료, 음식, 의류 등 각자 분야가 다르지만, 도전적이고 신생 브랜드를 응원하는 것은 인간의 본능입니다. 작은 브랜드가 성공하는 모습을 보는 것은 항상 아름답고 낭만적입니다.

그렇다면 우리는 어떻게 이런 도전자 브랜드를 지지할까요? 우리는 그들의 제품을 사고, 이야기를 주변에 알리며, 소셜미디어에 올리고 홍보합니다. 왜 그런 일을 할까요? 그들이 만드는 것을 좋아하거나, 그 브랜드와 더 깊고 감정적인 연결이 있기 때문입니다. 이런 감정적 끌림은 정의하기 어렵지만 매우 강력합니다. 초기에는 고객 한 명 한 명이 큰 차이를 만듭니다. 제품을 사는 행위, 구전, 대화 하나하나가 브랜드 성장에 직접적으로 기여합니다.

이제 새로운 음료 브랜드를 발견했다고 상상해보세요. 재료가 깨끗하고, 브랜딩이 멋지며, 파티에서 술 대신 마실 수 있는 재미있는 대안입니다. 당신이 그것을 집들이에 가져가면 사람들이 좋아합니다. 그리고 몇 년 동안 계속 구매하고, 주변에 홍보합니다. 결국 브랜드가 폭발적으로 성장하여 대중화됩니다.

실제로 당신은 이 브랜드 성공의 매우 중요한 역할을 했지만, 당신이 얻은 것은 아무것도 없습니다. 제품을 구매하고, 돈을 지불했으며, 친구들에게 마케팅까지 해줬습니다. 한편, 돈을 번 사람은 브랜드와 아무런 진짜 연결이나 애정이 없는 인플루언서 혹은 유명인입니다. 그들은 그저 돈을 받고 홍보만 했을 뿐입니다.

이것은 말 그대로 불합리합니다.

브랜드 코인

밈코인과 브랜드 코인

밈코인은 흔히 밈을 상징하는 대체 가능 토큰으로 정의됩니다. 잘 알려진 예로는 \$DOGE, \$PEPE, \$WIF 등이 있습니다. 하지만 밈코인 카테고리에는 반드시 밈에 기반하지 않은 토큰들도 포함됩니다. 예를 들어 \$TRUMP와 같은 경우입니다. 이들 토큰의 공통점은 일반적으로 유틸리티가 없으며, 수익을 창출하지 않는다는 점입니다. 그럼에도 불구하고 밈코인 섹터는 약 540억 달러의 시가 총액까지 성장했으며, 계속 증가하는 추세입니다.

이 정의에 따르면, REKT 역시 내재적 유틸리티가 없고 수익을 창출하지 않으므로 밈코인으로 분류될 수 있습니다. 하지만 REKT에는 중요한 차이점이 있습니다. 바로 Rekt Brands 및 그 광범위한 생태계와 연결되어 있다는 점입니다. 그 결과, 가격은 투기 또는 인터넷에서의 인기뿐 아니라, 브랜드 성장, 공공의 정서, 그리고 Rekt Brands를 둘러싼 더 폭넓은 관심과 같은 요인들에 따라 영향을 받습니다.

밈코인 시장에서 가격 변동은 대부분 관심에 의해 좌우됩니다. 많은 토큰들은 바이럴 열풍을 타고 급격하게 상승했다가, 관심이 다른 곳으로 옮겨가면 빠르게 하락하는 경우가 많습니다. REKT의 경우, 만약 Rekt Drinks가 계속해서 인기를 얻고 Rekt Brands가 가시성과 영향력을 키운다면, 생태계 전반에 대한 관심이 더 커질 수 있습니다. 이 관심은 기업 실적 같은 2차적 효과에 의해 영향을 받을 수 있으며, 궁극적으로 토큰의 가격에도 영향을 주게 됩니다.

요약하자면, REKT는 전통적 밈코인과 표면적으로는 유사한 특성을 가지지만, 본질적으로는 근본적으로 다른 것을 대표합니다. 밈코인은 대개 관심만으로 번성하며, 하이프 주기에 따라 상승과 하락을 반복하며 현실 세계의 근거가 없습니다. 반면 브랜드 코인은 실제 상품, 커뮤니티, 문화적 모멘텀과 연결되어 있습니다. REKT는 단순히 시장의 기대에 베틀하는 것이 아니라, Rekt Brands의 성장과 존재감에 대한 믿음을 반영합니다. 이는 참여, 브랜드 성공, 커뮤니티 에너지가 가치의 원동력이 되는 새로운 카테고리의 시작을 의미합니다.



REKT 플라이휠

REKT는 믿음, 문화, 제품, 가격이 어떻게 자기 강화적 성장 루프를 만들 수 있는지 이미 보여주고 있습니다. 우리는 이것을 REKT 플라이휠이라고 부릅니다. 작동 방식은 다음과 같습니다.

1. 음료가 완판된다

모든 것은 실물 제품에 대한 수요로 시작됩니다. Rekt Drinks의 경우, 그 수요는 즉각적이면서도 매우 강했습니다. 첫 번째 드롭에서는 222,000캔이 48시간도 안 되어 완판되었고, 두 번째 드롭에서는 223,000캔이 40분 만에, 세 번째 드롭에서는 180,000캔이 단 17분 만에 완판되었습니다. 이 정도 속도의 완판은 초기 단계의 음료 브랜드에선 거의 전례가 없으며, 투기적 기대 이상으로 실제 시장에서 강한 반응이 있다는 신호입니다.

2. 관심이 증가한다

강력한 판매 실적은 자연스럽게 이목을 끌게 됩니다. 이것은 호기심, 논평, 때로는 회의감까지 불러일으킵니다. 하지만 괜찮습니다. 관심 경제에서 모든 관심은 가치가 있습니다. 각 음료 완판은 미디어 보도, 소셜 네트워크 논의, 그리고 암호화폐 시장 안팎 모두에서 관심을 불러일으킵니다.

3. REKT 가격이 상승한다

토큰 가격은 대개 관심에 의해 움직입니다. Rekt 생태계가 주목을 받으면, 관심이 REKT로 쏠립니다. 이 관심은 시장에 나타납니다. 예를 들어, REKT는 2025년 2분기 여러 차례 음료 완판을 계기로 600% 넘게 급등했습니다. 이런 움직임은 이야기, 신념, 네트워크 에너지의 결과입니다.

4. 보상 풀이 커진다

초기에는 전체 REKT 공급량의 38.5%가 미래 커뮤니티 보상을 위해 예치되었습니다. 토큰 가격이 올라갈수록 이 풀의 가치도 증가합니다. 완전 희석 시가 총액(Market cap)이 1억5천만 달러라면, 이 풀의 가치는 거의 6천만 달러에 달합니다. 이 풀은 일종의 마케팅 자본 역할을 하지만, 현금이 아닌 토큰 형태로 유지됩니다. 크기가 커질수록 REKT 커뮤니티를 더 많이 참여시키고 인센티브를 제공하며 성장시킬 잠재력이 커집니다.

5. 음료에 대한 수요가 증가한다

커지는 보상 풀과 상승하는 토큰 가격은 Rekt Drinks에 대한 추가적인 수요를 만듭니다. 사람들이 음료를 사면 REKT 보상을 받을 수 있다는 사실을 깨달으면서, 관심이 높아집니다. 논리적으로는 낮은 가격에 미리 구매하는 게 이득일 것 같지만, 실제로 많은 사람들은 모멘텀에 끌리게 됩니다. 뭔가 움직이면, 관심이 쏠립니다.

6. 사이클은 계속된다

음료에 대한 수요가 높아지면 완판이 반복됩니다. 완판은 더 많은 관심을 창출합니다. 관심은 더 많은 활동으로 이어집니다. 이렇게 해서 플라이휠은 계속 돌아갑니다.



Rektguy 론칭, 2022년 봄

“Rektguy”는 디지털 아티스트이자 전 고수익 크레딧 트레이더인 Ovie Faruq(OSF)가 Michael Anderson(Mando, 역시 전 고수익 트레이더)과 협업해 제작한 NFT 컬렉션입니다. OSF가 저녁과 주말 시간을 활용한 파트타임 예술 실험으로 시작했으며, 로드맵이나 유틸리티 없이 순수 디지털 아트로 런칭되었습니다. 프리미엄 화이트리스트에는 OSF의 이전 작품 보유자, 과거 실패한 NFT 프로젝트 “Degenz” 보유자, 그리고 퍼블릭 할당이 포함되었습니다. 첫날 거래에서 바닥가격은 약 0.5 ETH에 도달했고, Snoop Dogg가 2개의 작품을 세컨더리 마켓에서 구입한 이후 최고 2 ETH에 육박했습니다.

베어마켓, 2022~2023

글로벌 마켓 급락 및 NFT 장기 하락장이 이어졌습니다. 그럼에도 불구하고 Rektguy 커뮤니티는 더욱 강해졌습니다. 더 많은 사람들이 “rekt(박살나다, 망하다)”라는 아이디어에 공감하며, 함께 위로와 동료애를 찾았습니다. 발생한 모든 수익은 커뮤니티에 재투자됐으며, 런던·파리·뉴욕에서 열린 오프라인 이벤트는 항상 신청자가 몰리는 성황을 이뤘습니다.

컬트 성장과 타투, 2023년 여름

Rektguy가 컬트적 지위를 확보했음이 점점 분명해졌습니다. 많은 NFT 컬렉션이 베어마켓에서 소멸했지만, Rektguy 커뮤니티는 오히려 더 단단해졌습니다. “rekt”라는 개념은 누구나 쉽게 공감할 수 있고, “난 박살났지만 다 회복할 거야!”처럼 자부심과 유머로 표현되었습니다. 커뮤니티는 “아프지만 결코 죽지 않는다”라는 모토를 채택했습니다. 많은 크립토 프로젝트가 자신들이 컬트라고 주장하지만, 수십 명의 Rektguy 홀더들이 실제로 “rekt” 타투까지 새겼고, OSF 본인도 그 중 한 명이었습니다.

Rekt Brands Inc. 설립, 2023년 겨울

몇 달 간의 논의 끝에 창업자들은 Rektguy가 단순 NFT 컬렉션을 넘어선 잠재력이 있다고 확신했습니다. “REKT” 브랜드는 실제 제품으로 확장 가능한 IP 가치를 지녔습니다. 팀은 저당분·무알코올·무카페인 맛 탄산수 Rekt Drinks를 출시하기로 결정하며, 건강한 음료도 스타일리시하게 즐길 수 있다는 지향을 내세웠습니다. 소비재 경험은 없었지만, Web3의 실물 중심 문화와 음료가 자연스럽게 어울린다고 판단했습니다. 2023년 12월, Rekt Brands Inc.는 델라웨어 C corp 법인으로 설립되었습니다.

NFT 홀더 대상 지분 증여, 2024년 봄

Web3의 강점은 초기 지지자에게 보상을 준다는 데 있었습니다. 하지만 많은 NFT 프로젝트들은 에어드롭만 남발해 생태계 팽창 및 컬렉션 희석을 초래했습니다. 창업자들은 커뮤니티와 운영팀 간 미스매치를 인식했고, 이를 해소하기 위해 Rektguy 홀더에게 Rekt Brands Inc. 지분(equity)을 증여하기로 했습니다. 이로써 팀·투자자·커뮤니티 간 평등한 지분구조가 구현되었습니다. 2024년 4월, 2023년 10월 기준 스냅샷을 적용해 미래 수익 기대감을 없앴으며, SEC Reg CF 예외 조항 기반 구조 및 등록된 브로커딜러, 완전한 KYC로 제안이 진행됐습니다. 회사 지분의 10%가 오픈됐지만 실제로는 약 5%만 청구되었습니다. REKT는 실제 커뮤니티 구성원이 실질적 주식을 가진 드문 크립토 프로젝트가 되었습니다.

Drink-to-earn, 2024년 가을

첫 번째 음료 “Liquidated Lime”이 수개월 간의 연구개발 끝에 런칭됐습니다. 미국과 영국에서 250,000캔이 생산됐으며, 222,456캔이 글로벌 분배되었습니다. 구매자는 REKT로 교환 가능한 “DRANK 포인트”를 받았으며, 실제 음료 구매가 디지털 자산 획득으로 이어졌습니다. 기존 에어드롭이 온체인 활동에만 보상했다면, REKT는 오프체인 소비 기반으로 Web3의 기득권을 뒤집었습니다. 모든 음료는 32개국에서 48시간 내

완판되며, Web3 네이티브의 음료업계 혁신을 알렸습니다.

TGE 및 자금조달, 2024년 겨울

음료 사업의 성공 직후, Rekt Brands Inc.는 2024년 11월 커뮤니티 내 엔젤 투자자로부터 SAFE 라운드(150만 달러)를 유치했습니다. SAFT·토큰 워런트는 없었으며, 투자자에게 REKT 총 공급량의 7.5%를 에어드롭했습니다. 전체 공급량의 63.5%가 커뮤니티에 배정됐고, 이 중 NFT 홀더·음료 구매자에게 24.5%가 초기 에어드롭했습니다. 39%는 향후 커뮤니티 리워드도 별도 예치되었고, 나머지는 기여자(15%), 생태계·파트너(14%), 투자자(7.5%), 자문(3%)에게 분배되었습니다.

콜라보레이션 및 오프라인 매장 진출, 2025년 상반기

2025년에는 3가지 주요 파트너십이 진행되었습니다.

Abstract Chain: 223,456개 “Abstract Apple” 캔이 40분 만에 완판, 구매자에게 Abstract XP·DRANK 포인트(REKT 전환 가능) 지급

OpenSea: 180,000개 “Ship Rekt” 캔이 17분 만에 완판, 구매자에게 Abstract XP, OpenSea XP, DRANK 포인트(REKT 전환 가능) 지급

Jupiter: 54,024개 “Jupiter Drops” 캔이 20분 만에 완판, 구매자에게 DRANK 포인트(REKT 전환 가능) 지급

이로써 Rekt Brands Inc.는 8개월 만에 총 679,936개 음료를 판매했습니다. 2025년 6월, LA 소재 7-Eleven 3개 매장에 처음으로 오프라인 입점해 2,500개 음료를 3일 만에 완판하며, 총 누적 판매량은 682,436개에 달했습니다.

2. 토큰 이코노미

가상자산 소개

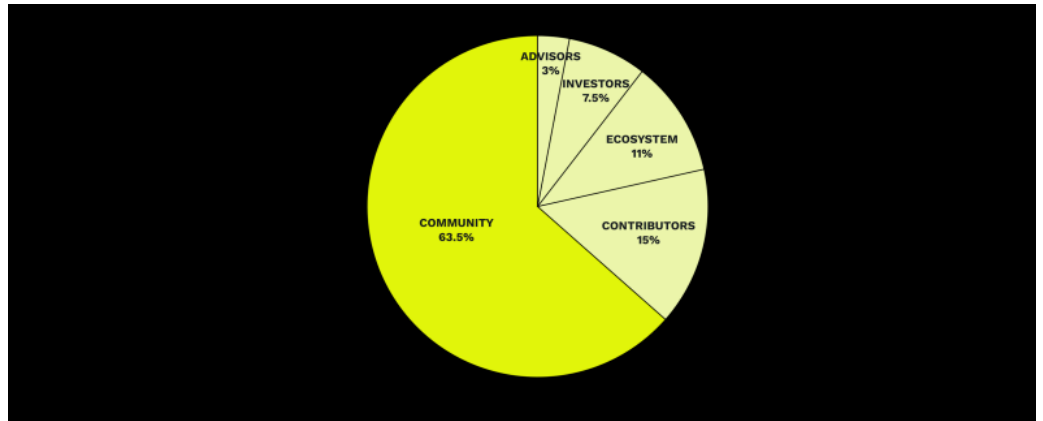
REKT는 최초의 브랜드 코인으로, 브랜드가 메인스트림이 되기 전에 그에 대한 신념을 담아낸 토큰입니다. 이 토큰은 유틸리티나 권리가 아닌, 정렬(Alignment), 참여, 그리고 문화적 관련성을 통해 초기 지지자에게 보상을 제공합니다.

컬트 NFT 프로젝트 Rektguy에서 탄생한 REKT는 증권이 아니며, 유틸리티가 없고, 지분이나 수익에 대한 권한도 없습니다. 이것은 밈적(meme), 유동적(liquid), 거래 가능한(tradable) 브랜드 감성의 표현입니다.

발행량 및 유통량계획

REKT의 총 발행량은 420,690,000,000,000개입니다. 모든 발행량은 런칭 시 발행되었으며, 영구히 고정되어 있습니다. 인플레이션 및 향후 추가 발행 메커니즘은 없습니다.

토큰은 초기 분배 단계에서 다음과 같이 할당되었습니다:



- 커뮤니티 63.5% (이 중 38.5%는 미래 커뮤니티 리워드용으로 별도 예치)
- 기여자 15%
- 생태계 11%
- 투자자 7.5%
- 자문 3%

최초 에어드롭은 Rektguy NFT 보유자와 첫 Rekt Drinks 제품 구매자에게 이루어졌습니다. Rekt Brands Inc의 투자자(150만 달러 SAFE 라운드 참여자)에게 전체 공급량의 7.5%에 해당하는 에어드롭이 지급되었습니다. 해당 투자에는 SAFT나 토큰 워런트가 적용되지 않았습니다.

집필 시점 기준 전체 공급량의 34%가 커뮤니티 리워드로 별도 예치되어 있습니다. 이 할당분은 제품 인센티브, 브랜드 활성화, 기타 브랜드 정렬 이니셔티브 지원을 위해 시간에 따라 점진적으로 분배될 계획입니다. 고정적인 베스팅 스케줄은 없으나, 신중하게 배포가 관리될 예정입니다.

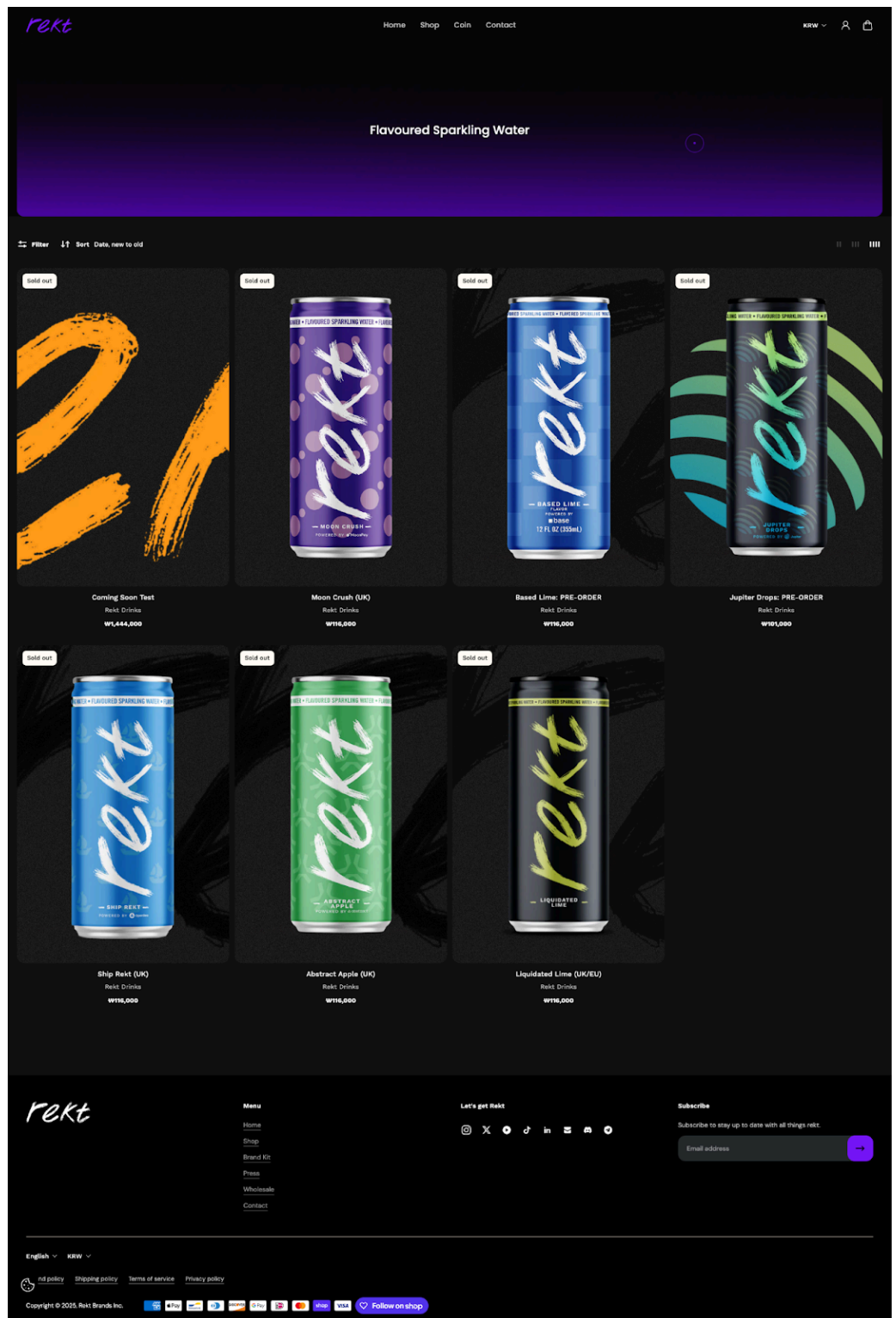
또한 Rekt Brands Inc는 시장에서 REKT 토큰을 일부 바이백(매수)하기 위해 자체 매출 일부를 사용하기도 했습니다. 이러한 바이백은 임의적(회사 재량)으로 진행되며, 브랜드와 토큰 간의 장기적 정렬을 반영합니다.

컨트랙트 주소

- ETH Mainnet CA: 0xdd3B11eF34cd511a2DA159034a05fcb94D806686
- Base L2 CA: 0xB3e3c89B8D9c88B1fe96856E382959eE6291ebbA
- Solana CA: vQoYWru2pbUdcVkJUrRH74ktQDJgVjRcDvsoDbUzM5n9
- Abstract L2 CA: 0xd63b0E99303D51713f947195Bf37188A943255A1
- Binance Smart Chain CA:
0x20482b0b4d9d8f60d3AB432b92F4c4B901a0D10C

3. 참고자료

Rekt Shop



출처 : <https://rekt.com/collections/all>

위험고지 안내 Disclaimer

본 문서에 기재된 정보는 당사(코인원)가 본 가상자산 심사 시점에 접근 가능한 정보 채널을 통하여 확인한 것으로, 정확하지 않거나 투자시점에는 변경 또는 유효하지 않을 수 있습니다.

가상자산 발행자가 공시한 내용 및 백서를 통해 정확한 정보를 확인하신 후 투자하시기 바랍니다.

가상자산은 법정화폐가 아니므로 특정 주체가 가치를 보장하지 않습니다.