



HWANG JINI PROJECT

The Next K-Luxury Standard

Hwang Jini is a legendary Korean icon symbolizing timeless beauty, intellectual depth, and refined femininity.

Reimagined today, she represents the global Golden Senior – a woman who chooses luxury as self-respect, not indulgence.

The HWANG JINI Project transforms her legacy into a K-Luxury lifestyle ecosystem for mature, high-value consumers worldwide.



הוואנג ג'יני היא אייקון קוריאני אגדי המסמל יופי על-זמני, עומק אינטלקטואלי ונשיות מעודנת.

בפרשנות מודרנית, היא מייצגת את ההתבגרות הנשית בינלאומית – אישה הבוחרת יוקרה כביטוי של כבוד עצמי, לא פינוק יתר.

פרויקט HWANG JINI הופך מורשת תרבותית ל-אקו-סיסטם של איכות חיים יוקרתי קוריאני לקהל בוגר ומוערך.

Redefining the Standard of K-Luxury HWANG JINI

An Ultra-Luxury Lifestyle Platform for
the Senior Generation

Korean Heritage × AI × Global Luxury

הסטנדרט הבא של K-Luxury:

HWANG JINI

פלטפורמת איכות חיים אולטרה יוקרתית לדור המתבגר
מורשת קוריאנית × בינה מלאכותית × יוקרה גלובלית



Confidential: HWANG JINI Project

Problem: Luxury Is Ignoring the Fastest-Growing Consumers

- Consumers aged 60+ hold the strongest purchasing power
- K-Beauty is largely mass-market and price-driven
- Global luxury is facing innovation stagnation
- No brand truly speaks to senior elegance

בעיה:

מותגי היוקרה מתעלמים מקהל הצרכנים הצומח ביותר.

- צרכנים בני 60+ מחזיקים בכוח הקנייה החזק ביותר
- K-Beauty מתמקדת בשוק המוני ובמחירים נמוכים
- שוק היוקרה העולמי סובל מקיפאון בחדשנות
- אין מותג שמדבר באמת אל האלגנטיות של ההתבגרות



Market

The \$15T Golden Senior Market

- Rapid global population aging
- Highest lifetime value (LTV) and brand loyalty
- Luxury mindset, but no dedicated senior luxury brand
- A clear structural gap in the global luxury market

שוק המבוגרים שווה 15 טריליון דולר

- הזדקנות עולמית מואצת
- ערך חיי לקוח (LTV) ונאמנות מותג מהגבוהים ביותר
- תודעת יוקרה אך ללא מותג יוקרה ייעודים לגילאים אלו
- פער מבני ברור בשוק היוקרה הגלובלי



Solution

HWANG JINI = A Luxury IP Platform

- Not a product brand
- A new definition of aging
- Beauty × Lifestyle × IP
- Korean heritage reimagined as modern luxury

פתרון:

HWANG JINI = פלטפורמת IP יוקרתית

- לא מותג של מוצרים אלא תפיסת עולם.
- הגדרה חדשה להתבגרות
- יופי × איכות חיים × נכס מבוסס קניין רוחני
- מורשת קוריאנית כבסיס ליוקרה מודרנית



Confidential: HWANG JINI Project

Ecosystem

A Total Vertical Luxury Ecosystem

- Beauty – High-performance anti-aging solutions
- Wellness – Premium health supplements
- Fashion – Couture designed for mature bodies
- Jewelry – High-end jewelry for the senior market
- Tourism – Myungwol Pavilion Resort
- Digital – AI-driven personalization

מערכות -

מערכת יוקרה כוללת של עולמות משלימים

- ביוטי – פתרונות אנטי-אייג'ינג בביצועים גבוהים
- רווחה – תוספי בריאות פרימיום
- אופנה – קוטור המותאם לגופים בוגרים
- תכשיטים – תכשיטי יוקרה לשוק הסניור
- תיירות – ריזורט Myungwol Pavilion
- דיגיטל – התאמה אישית מונעת בינה מלאכותית



RED MUSA

Knot Ritual Stick Perfume

Pomegranate · Sandalwood · Symbol Musa

RED MUSA is a solid perfume inspired by ritual, where fragrance is applied in moments of intention. Infused with the warmth of pomegranate and the deep calm of sandalwood, it melts softly onto the skin, leaving an intimate, sensuous impression behind.

Encased in mother-of-pearl shell with a traditional Korean knot ornament, RED MUSA is a modern talisman meant to be worn close. A ritual fragrance for moments that call for intention.



השראה אדומה

בושם סטיק עם קשר למסורת

רימון · עץ אלגום · Symbol Musa

הוא בושם מוצק בהשראה מסורתית שנועד לשימוש ברגעים קטנים ומודעים. מועשר בחמימות של רימון ובשלווה העמוקה של עץ האלגום, הוא נספג בעדינות על העור, ומשאיר אחריו רושם אינטימי, וחושני.

מגיע ארוז בעיצוב אסתטי הפנינה עם קישוט קשר קוריאני מסורתי, RED MUSA הוא פריט שמיועד ללוות אותך ביום-יום. ניחוח לרגעים קטנים של תשומת לב לעצמך.

THE RED INK

Ink Mist Ritual

Pomegranate · Sandalwood · Black Rice

This ink-mist formula layers depth and translucency, just like brushstrokes on rice paper. It refines the skin's tone while leaving behind a soft, contemplative trail.

At its heart lies Sandalwood, calm and grounding, blended with the subtle vitality of Pomegranate and the refined softness of Black Rice extract.

**Not loud. Not fleeting.
But deeply present.**



הדיו האדום

טקס דיו מיסטי

רימון · עץ אלגום · אורז שחור

הנוסחה הזו של דיו מיסטי יוצרת שכבות של עומק ושקיפות, כמו משיחות מכחול על נייר אורז. היא משפרת את מראה העור ומשאירה אחריה ניחוח עדין ומעורר מחשבה.

בליבה נמצא עץ אלגום, רגוע ומקרקע, שמשתלב עם החיוניות העדינה של רימון והרכות המעודנת של תמצית אורז שחור.

**לא רועש. לא חולף. אלא נוכח
בעומק.**

Technology

AI HWANG JINI

- A real-person-based AI brand ambassador
- 24/7 global customer interaction
- AI-powered skin diagnosis and personalized rituals
- Over 70% reduction in marketing costs
- Maximized customer lifetime value (LTV)

טכנולוגיה:

AI HWANG JINI

- שגרירת מותג מבוססת אדם אמיתי
- אינטראקציה גלובלית עם לקוחות 24/7
- אבחון עור מונע בינה מלאכותית וטקסי טיפוח מותאמים אישית
- הפחתת עלויות שיווק של מעל 70%
- מיקסום ערך חיי הלקוח (LTV)



Business Model

High Margin x Recurring Revenue

- Beauty & Wellness – Monthly subscription model
- Fashion & Jewelry – High-ticket bespoke sales
- Tourism – VIP membership experiences
- Digital & IP – Lifetime customer value (LTV) expansion

מודל עסקי:

שולי רווח גבוהים x הכנסות חוזרות

- יופי ורווחה – מודל מנוי חודשי
- אופנה ותכשיטים – מכירות בוטיק בהתאמה אישית ובמחיר גבוה
- תיירות – חוויות חברות VIP
- דיגיטל ו-IP – הרחבת ערך חיי הלקוח (LTV)



Expansion

Myungwol Pavilion – Brand Apex

- A 5-star Korean heritage resort
- Not for volume, but for authority
- The ultimate luxury brand experience
- Anchors global VVIP clientele

התרחבות:

Myungwol Pavilion – שיא המותג

- אתר נופש מורשת קוריאנית ברמת 5 כוכבים
- לא מיועד לנפח פעילות, אלא לסמכות ומעמד
- חוויית היוקרה האולטימטיבית של המותג
- עוגן לקהל VVIP בין לאומי



Global Strategy

Different markets, different entry points

- Middle East – Prestige and immersive brand experience
- North America – Subscription model and DTC expansion
- Europe – Fashion and jewelry-led positioning
- One brand, multiple go-to-market strategies

אסטרטגיה בין לאומית:

שווקים שונים, נקודות כניסה שונות

- המזרח התיכון – יוקרה, מעמד וחויית מותג עמוקה
- צפון אמריקה – מודל מנוי והתרחבות DTC
- אירופה – אופנה ותכשיטים כנקודת מוצא
- מותג אחד, מספר אסטרטגיות חדירה לשוק

Roadmap

2026-2030

- 2026 – Flagship launch in Korea and North America
- 2027 – Expansion into the Middle East and Europe
- 2028 – Myungwol Pavilion resort completion
- 2030 – Fully integrated global luxury IP platform

מפת דרכים:

2030-2026

- 2026 – השקת חנויות דגל בקוריאה ובצפון אמריקה
- 2027 – התרחבות למזרח התיכון ולירופה
- 2028 – השלמת אתר הנופש Myungwol Pavilion
- 2030 – פלטפורמת IP יוקרתית בין לאומית ומשולבת במלואה



Financials

Valuation Target: ₩100B+ Within 3 Years

- Year 1 – ₩10B in revenue
- Year 3 – ₩50B in revenue
- Operating margin – 25%+ Use of Funds:
- R&D – 40%
- Global marketing – 30%
- Infrastructure & resort development – 30%

פיננסיים:

יעד שווי: מעל 100 מיליארד וון בתוך 3 שנים

שנה 1 – הכנסות של 10 מיליארד וון | שנה 3 – הכנסות של 50 מיליארד וון

שיעור רווח תפעולי – +25%

שימוש בכספים:

מו"פ – 40% | שיווק גלובלי – 30% | תשתיות ופיתוח ריזורט – 30%



Vision

Aging is not decline. It is depth.

**We do not erase age.
We elevate dignity..**

חזון:

הזדקנות איננה דעיכה. היא עומק.

איננו מוחקים את הגיל, אנחנו
מעניקים לו כבוד.



Contact Information

Heewon Jun

Founder & CEO, HWANG JINI Project

Email | kwonglobalceo@gmail.com

Website | kwon-global.com

Phone | **+82 10-8328-2766**

For partnerships, investment inquiries, or global collaborations, please reach out via email.

