

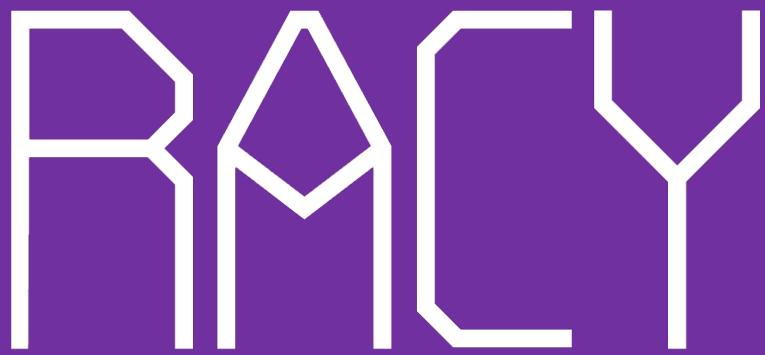
RACY

RACY Coin

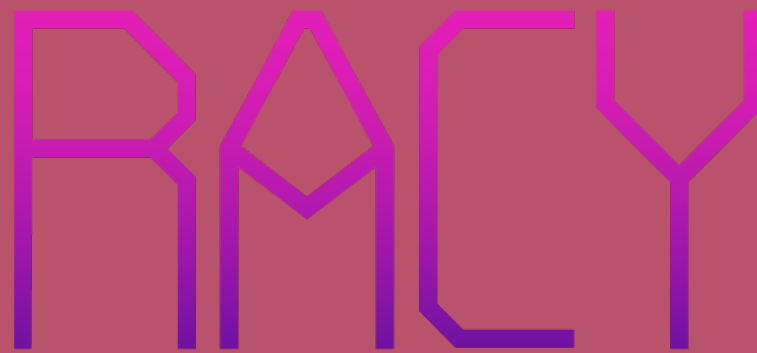


WHITE PAPER Ver 0.94.

RACY
SOCIAL MEDIA CONTENT PLATFORM



SOCIAL MEDIA CONTENT PLATFORM



SOCIAL MEDIA CONTENT PLATFORM

CONTENTS

00. 면책 조항 및 법적 고지

I. 서문

II. 사업배경

1. 소셜미디어에 의한 콘텐츠의 변화
2. 인플루언서와 라이브 스트리밍의 시장규모
3. 소셜미디어 크리에이터 플랫폼
4. 메타버스와 NFT

III. RACY PROJECT

1. RACY 프로젝트
2. 메타버스 생태계와 NFT커뮤니티

IV. RACY PLATFORM

1. Platform Configuration
2. Platform Structure
3. Platform Service Fee
4. System Architecture

V. TOKEN ECOSYSTEM

1. Sponsoring system
2. Liquidity Mining System

VI. TGE PLAN

1. Overview
2. Token Allocation
3. Road Map

VII. Team 및 Advisor

1. Team
2. Advisor

면책조항

- (a) 본 백서는 작성 당시를 기준으로 프로젝트와 관련 일반 참고 목적으로만 배포되었으며 검토 및 수정될 수 있습니다. 본 백서는 표지의 날짜를 기준으로 최신 정보를 반영하고 있으며 최종본이 아님을 유의하시기 바랍니다. 해당 날짜 이후 프로젝트의 사업 운영, 재정 상태 등 본 문서에 기재된 정보가 변경될 수 있습니다. 본 백서는 비정기적으로 업데이트될 수 있습니다.
- (b) 토큰의 매매와 관련 계약 또는 법적 구속력 있는 서약을 체결할 의무는 그 누구에게도 없으며 본 백서를 근거로 자금을 수수해서는 안됩니다. 토큰의 매매는 법적 구속력 있는 계약서를 통해 이루어지며, 관련 세부사항은 본 백서와 별도로 제공됩니다. 계약서와 본 백서의 내용 간 불일치가 발생하는 경우 계약서가 우선 적용됩니다.
- (c) 본 백서는 그 어떤 경우에도 토큰 발행인/배포자/업체의 토큰 판매 또는 구매 제안으로 해석되지 않아야 하며, 이 문서의 제시 또는 문서 자체가 계약 및 투자 결정에 근거가 되거나 의존되어서는 안됩니다.
- (d) 토큰은 증권, 사업신탁의 단위, 또는 집단 투자 계획의 단위를 구성하기 위한 것이 아니며, 이에 대한 각 정의는 소정의 법률 규정 또는 기타 관할 구역의 동등한 규정에 명시된 정의를 따릅니다. 따라서 본 백서는 사업 계획서, 사업 설명서, 제안서 등으로 제공된 것이 아니며, 그 어떤 관할권에서도 증권, 사업신탁의 단위, 집단 투자 계획의 단위 등 투자 제안이나 모집으로 해석되어서는 안됩니다.
- (e) 토큰이 구매자들에게 플랫폼 참여나 투자수익/수입/지급/이익 또는 그 금액의 일부를 수령할 수 있는 기회로 이해, 해석, 분류, 취급되어서는 안됩니다.
- (f) 본 백서에 명시된 토큰 발행 방식이 규제 또는 금지된 관할권에서 이 문서의 전체 또는 일부를 복제, 배포 등 전파할 수 없습니다.
- (g) 본 백서에 기재된 정보는 규제당국의 검토, 검사, 승인을 거치지 않았습니니다. 이러한 조치는 그 어떤 관할권에서도 취해지지 않았으며 앞으로도 없을 것입니다.
- (h) 토큰의 구매를 희망하는 경우 토큰을 다음과 같이 이해, 해석, 분류, 취급해서는 안됩니다:
 - a. 암호화폐가 아닌 다른 화폐, b. 그 어떤 기관에서 발행한 채권 및 주식, c. 이러한 채권 및 주식에 대한 권한, 옵션, 파생상품, d. 투자수익 보장 또는 손실 회피가 목적이거나 이를 목적으로 사칭하는 차액계약 및 기타 계약 하의 권리, e. 집단 투자 계획, 사업신탁 등 증권의 단위 또는 파생상품.

배포 및 전파의 제한

- (a) 본 백서의 전체 또는 일부를 배포 또는 전파하는 것은 그 어떤 관할권의 법률 또는 규제 요구사항에 의해 금지 및 제한될 수 있습니다. 제한이 적용되는 경우, 귀하는 본 백서의 소지에 의해 적용될 수 있는 제한사항을 스스로 숙지하고 법률 등 자문을 구하고 이를 준수해야 하며, 본사와 본사 직원, 대리인, 관계사 등(이하 '본사 및 관계사')은 이에 대한 책임을 지지 않습니다.
- (b) 배포 및 전파로 인해 본 백서를 열람 또는 소지하게 된 경우 그 어떤 목적으로든 본 백서 또는 그 내용을 배포, 복제 등 기타 방식으로 다른 사람에게 공유하거나 이러한 상황이 벌어지도록 허용 및 원인제공을 해서는 안됩니다.

책임 배제

- (a) 토큰과 본사 및 관계사들이 제공하는 관련 서비스는 '있는 그대로,' '가능한 대로' 제공됩니다. 본사 및 관계사들은 토큰 및 관련 서비스의 접근성, 품질, 적합성, 정확성, 적정성, 완전성 등에 대해 명시적/묵시적 보장 또는 묘사를 하지 않으며, 이와 관련하여 오류, 지연, 누락, 또는 이에 의존하여 취해진 행동에 대해 그 어떤 책임도 지지 않음을 명시합니다.
- (b) 본사 및 관계사는 본 백서에 기재된 정보를 포함하여 그 어떤 형태로든 진위, 정확성, 완전성을 그 어떤 주체나 개인에게 묘사, 보장, 약속하거나 이를 주장하지 않습니다.

(c) 본사 및 관계사는 귀하가 본 백서의 전체 또는 일부를 수용하거나 이에 의존함으로써 이와 관련 발생하는 그 어떤 간접적, 특수적, 부수적, 결과적 손실(투자수익/수입/이익의 손실, 활용 및 데이터의 손실 등을 포함하지만 이에 국한되지 않음)에 대해 계약상 또는 불법행위상 법적 책임을 지지 않으며 이는 관련 법률 규제가 허용하는 최대 한도 내에서 적용됩니다.

미래 예측 진술에 대한 경고문

(a) 본 백서에 명시된 특정 표현들은 프로젝트의 미래, 미래 사건, 전망 등에 대한 예측성 진술을 담고 있습니다. 이러한 내용은 역사적 사실에 기반한 진술이 아니며 '예정,' '추정,' '믿음,' '기대,' '전망,' '예상' 등의 단어와 유사한 표현들로 식별됩니다. 본 백서 외 발표자료, 인터뷰, 동영상 등 기타 공개자료에도 이러한 미래 예측 진술이 포함될 수 있습니다. 본 백서에 포함된 미래 예측 진술은 본사 및 관계사의 향후 결과, 실적, 업적 등을 포함하지만 이에 국한되지 않습니다.

(b) 미래 예측 진술은 다양한 리스크 및 불확실성을 포함하고 있습니다. 이러한 진술은 미래 성과를 보장하지 않으며 따라서 지나치게 의존해서는 안됩니다. 리스크 및 불확실성이 현실로 구체화되는 경우 본사 및 관계사의 실제 성과와 발전은 미래 예측 진술에 의해 설정된 기대와 다를 수 있습니다. 향후 이러한 상황에 변화가 있어도 본사 및 관계사는 미래 예측 진술에 대한 업데이트를 제공할 의무가 없습니다. 본 백서, 본사 및 관계사의 홈페이지와 기타 자료 등에 포함된 미래 예측 진술을 바탕으로 행동을 하는 경우 미래 예측 진술의 내용이 실현되지 않는 것에 대한 책임은 오로지 귀하에게 있습니다.

(c) 본 백서가 작성된 날짜를 기준으로 본사의 프로토콜 플랫폼은 완성되었거나 완전히 운영 중인 상태가 아닙니다. 향후 본사의 프로토콜 플랫폼이 완성되고 완전히 운영될 것이라는 전제 하에 설명이 작성되었지만, 이는 플랫폼의 완성 및 완전한 운영에 대한 보장 또는 약속으로 해석되어서는 안됩니다.

잠재적 리스크

(a) 토큰 구매 및 참여를 결정하기 전 아래 내용을 주의 깊게 읽고 관련 요소와 리스크를 충분히 분석 및 이해할 것을 권장합니다. 리스크는 다음을 포함하지만 이에 국한되지 않습니다.

- (i) 식별 정보 분실로 인한 토큰 접근 제한, 토큰을 보관한 디지털 월렛 관련 필수 개인 키 분실 등 보관 관련 구매자 과실 리스크
- (ii) 글로벌 시장 및 경제 상황으로 인한 토큰 발행 후 가치 변동 리스크. 본사는 이러한 토큰 가치의 불확실성으로 인해 본사 프로토콜 생태계 개발에 필요한 자금을 지원하지 못하거나 의도한 방향으로 본사 프로토콜 생태계를 유지하지 못할 수 있습니다.
- (iii) 정치, 사회, 경제 환경의 변화, 주식 또는 암호화폐 시장 환경의 변화, 본사 및 관계사가 사업을 운영하는 국가의 규제 환경의 변화, 그리고 이러한 환경에서 본사 및 관계사가 생존 또는 경쟁할 수 있는 능력의 변화 관련 리스크. 특정 관할권에서 토큰에 불리한 블록체인 기술 관련 기존/신규 규제를 적용할 수 있으며 이에 따라 본사 토큰 폐지/손실 등 본사의 프로토콜 생태계와 프로젝트에 상당한 변화가 발생할 수 있습니다.
- (iv) 본사 및 관계사의 미래 자본 필요성의 변화, 이를 충족하기 위한 자본 및 자금 조달 가능성의 변화 관련 리스크. 자금 부족은 본사의 프로토콜 플랫폼의 개발과 토큰의 사용 및 잠재적 가치에 영향을 끼칠 수 있습니다.
- (v) 토큰 가치의 불리한 변동, 사업관계 실패, 개발/운영 중 경쟁사의 지적재산권 주장 등 다양한 사유로 본사의 프로토콜 활동 중단, 해체 또는 런칭 계획 중단에 이를 수 있으며 이로 인해 본사의 프로토콜 생태계, 토큰, 그리고 토큰의 잠재적 활용에 부정적인 영향을 끼칠 수 있습니다.
- (vi) 본사의 프로토콜 플랫폼 및 서비스에 대한 기업, 개인 등 기타 조직의 관심 부재, 배포된 응용프로그램의 생성 및 개발에 대한 대중들의 제한적 관심 관련 리스크. 이러한 관심의 부재로 자금 조달의 제한을 받거나 프로토콜 플랫폼 개발과 토큰의 활용 및 잠재적 가치에 영향을 끼칠 수 있습니다.
- (vii) 프로토콜 프로젝트 및 프로토콜 생태계를 런칭하거나 구현하기 전 토큰 또는 본사의 프로토콜 플랫폼의 주요 기능 및 규격에 큰 변화를 적용하는 리스크.

본사는 토큰 및 본사 프로토콜의 기능이 백서의 내용과 일치할 것을 의도하고 있지만 그럼에도 불구하고 이러한 변경사항을 적용할 수 있습니다.

- (viii) 토큰과 본사의 프로토콜 플랫폼에 잠재적으로 악영향을 미칠 수 있는 다른 플랫폼과의 경쟁 리스크. (예: 경쟁 프로젝트로 인해 상업적 성공을 거두지 못하거나 전망이 암울한 경우)
- (ix) 제3자나 다른 개인이 의도적으로 또는 의도하지 않게 본사의 프로토콜 플랫폼에 유해 및 악성코드를 심어 프로토콜 플랫폼 인프라와 토큰 활용에 간섭하는 리스크. 플랫폼에 사용되는

블록체인 또한 이러한 공격에 취약하기 때문에 플랫폼, 그리고 관련 서비스 운영에 리스크로 작용합니다. (x) 불가항력 천재 지변 등 재앙적 사건의 발생으로 본사 및 관계사의 사업 운영과 기타 통제 불가능한 다른 요인들이 영향을 받을 수 있습니다. 채굴 공격, 해커 또는 기타 개인들의 공격 등의 사건으로 토큰 판매 수익금의 도난 및 손실, 토큰의 도난 및 손실, 본사의 프로토콜 생태계 개발 역량 저해 등이 발생할 수 있습니다. (xi) 토큰과 기타 암호화폐들은 아직 검증되지 않은 새로운 기술이며 지속적으로 발전하고 있습니다. 토큰의 완전한 기능은 아직 완성되지 않았으며 완성에 대한 보장은 없습니다. 기술이 발전함에 따라 암호화 기술 및 방식의 발전, 합의 프로토콜 및 알고리즘의 변화 등이 토큰, 토큰의 판매, 본사의 프로토콜 프로젝트, 프로토콜 생태계, 그리고 토큰의 활용에 리스크로 작용할 수 있습니다. (xii) 토큰은 프로토콜 프로젝트, 프로토콜 생태계, 본사와 관련하여 그 어떤 결정권도 다른 주체에게 부여하지 않습니다. 제품, 서비스, 프로토콜, 프로토콜 생태계 등의 중단, 프로토콜 생태계에서 활용되는 토큰의 추가 생성 및 판매, 매각 및 청산 등을 포함한 모든 의사결정은 본사의 자유 재량에 따라 이뤄집니다. (xiii) 토큰의 세금 및 회계 처리 방식은 불확실하며 관할권마다 다를 수 있습니다. 토큰 구매로 세금 처리에 부정적인 영향을 받을 수 있으며 이와 관련 독립적인 세무 자문을 구할 것을 권장합니다. 위 명시된 리스크 외에도 본사 및 관계사가 예측하지 못하는 다른 리스크도 존재합니다. 또한 예기치 못한 조합 및 변형의 리스크도 등장할 수 있습니다.

(b) 위 리스크 및 불확실성이 실제 상황으로 전개되는 경우 본사 및 관계사의 사업, 재정상태, 운영 결과, 전망 등이 실질적이고 부정적인 영향을 받을 수 있습니다. 이러한 경우 귀하는 토큰 가치의 일부 또는 전부를 상실할 수 있습니다.

추가정보 및 업데이트 없음

토큰, 본사 및 관계사, 그리고 관련 사업 및 운영에 대해서는 본 백서에 포함된 내용 외 그 누구도 정보/설명을 제공할 권한이 없으며, 이러한 정보/설명이 제공된다 하더라도 본사 또는 그 관계사의 권한을 부여 받았거나 이들을 대표하는 것으로 여겨서는 안됩니다.

참여 제한

백서와 관련된 토큰 거래에 참여하려는 자가 제공한 신원정보 등이 불충분하거나 부정확하거나 그 밖의 오해의 소지가 있는 경우 또는 참여제한자로 추정되는 경우에는, 언제든지 토큰 구매요청을 거부할 수 있습니다. 또한 마약거래 등 범죄 수익자금으로 토큰 거래에 참여하거나 자금세탁, 테러자금 모집을 위하여 토큰 거래에 참여하여서는 아니됩니다. 참여제한자가 토큰을 구매한 경우 또는 불법적이고 승인되지 않은 자금과 목적으로 구매한 경우, 언제든지 거래가 금지되고 제한될 수 있으며 그러한 토큰 구매는 취소 또는 무효가 될 수 있습니다.

자문 없음

본 백서의 그 어떤 정보도 토큰, 본사, 또는 그 관계사에 대한 사업, 법률, 재무, 세무 조언으로 간주되지 않습니다. 토큰, 본사 및 관계사, 그리고 관련 사업 및 운영에 대해서는 법률, 재무, 세무 등 기타 전문가의 자문을 구할 것을 권장합니다. 토큰 구입에 대한 재정적 리스크는 무기한 적용될 수 있습니다.

서문

2000년 초부터 'Web2' 라고 불리우는 인터넷의 발전과 함께 수많은 IT기업과 벤처가 생겨나면서 포털, 웹사이트 등 전문적인 서비스를 제공하는 비즈니스가 성공을 거두었고, 불과 10년도 되지 않아 컴퓨터로 인터넷을 하는 시대를 넘어 손안의 컴퓨터라는 모바일 시대로 전환되면서 트위터, 페이스북, 유튜브, 인스타그램 등 SNS로 소통하는 시대가 되었다.

Web2는 SNS, e-커머스 플랫폼이라는 혁신적인 서비스를 생활 속에 자리잡게 했다. 사람들 간의 커뮤니케이션 및 정보의 제공자와 수혜자가 소통하는 방식이 완전히 바뀌었으며, 재화와 서비스들을 조금 더 생활 속에서 가깝게 접근 할 수 있게 되었고, 전세계적으로 P2P 소통이 가능해졌다.

하지만 현존하는 인터넷의 대부분 의사소통은 두 대상 'A'와 'B' 사이에 서로 알지 못하고 신뢰하기도 어려운 중개인(middleman 또는 intermediary)이 존재한다. 몇몇 플랫폼들이 놀라운 P2P 경제를 구축하여 유익한 콘텐츠를 제공하고 있기는 하지만, 고객들의 데이터를 수집하고 P2P 거래에 한계가 발생하는 등의 문제점을 내포하고 있다.

이러한 상황에서, 블록체인기반의 'Web3' 분산 기술 혁명은 다음 세대의 인터넷으로 인류를 이끌어 줄 원동력으로 작용할 것이다. 분산 웹(또는 Web3)과 함께하는 블록체인은 인류에게 진정한 의미의 중개인 없는 크리에이터 중심의 P2P 거래를 가능하게 할 것이며, 비트코인은 이것이 가능함을 수년 동안 보여주어 왔다.

우버 없는 차량 공유, 에어bnb 없는 주택 공유, 페이스북이나 트위터 없는 SNS 등 중개인을 배제한 진정한 의미의 P2P 콘텐츠 경제가 우리 생활로 다가오고 있으며, 기존의 언론사, 방송사 등에서 독점적으로 제공되던 정보, 미디어, 쇼프로그램 등에서 벗어나 다양하고 재미있는 콘텐츠를 제공하는 크리에이터가 등장하기 시작했다.

일반적인 중소기업보다 크리에이터 1명이 올리는 수익이 더 많아지게 되고, 연예인 못지않은 셀러브리티가 등장하는 상황이 지속되면서 크리에이터의 인기는 매우 높아지게 되었다.

이를 뒷받침하는 소셜미디어 및 스트리밍 사이트가 많아지고 크리에이터가 제공하는 서비스가 더욱 다양하게 되었으며, 사진이나 영상 등을 제작하기 위한 하드웨어 및 소프트웨어가 지속적으로 등장함에 따라 크리에이터는 자신만의 콘텐츠를 통해 확고한 지위를 갖게 되었다.

특히 이미지나 영상은 기존의 특정한 기획사나 제작사 등만 만들 수 있었던 상황에서 이제는 누구나 만들 수 있게 되었으며, 단순히 선정적인 개념에서 벗어나 패션, 게임, 여행, 음악, 미디어 등 산업 전분야에 걸쳐 개성있는 컨셉으로 소통하는 크리에이터와 인플루언서가 전 세계적으로 인기를 얻고 있다.

이러한 시장의 흐름을 바탕으로 우리는 엔터테인먼트, 매니지먼트, 공연기획, 드라마 제작투자 등 기존사업과 병행하면서 새로운 프로젝트를 시작하려 한다.

개성적 컨셉의 크리에이터, 유튜버 등이 자신만의 콘텐츠를 제공할 수 있는 새로운 플랫폼을 개발하여 패션, 게임, 여행, 미디어 등 다양한 비즈니스 분야로 사업을 넓히고, 강력한 팬덤문화를 기반으로 1인 크리에이터의 플랫폼을 만들고자 한다.

이 프로젝트를 기반으로 우리는 크리에이터가 다양한 시장에 쉽게 진출할 수 있도록 등록, 판매, 정산 시스템을 제공하고, 다양한 라이브 방송 및 자신의 콘텐츠를 판매할 수 있는 콘텐츠 전문 소셜미디어 플랫폼을 제공하여, IP사업, 섹시 굿즈 판매, 프랜차이즈 등 다양한 비즈니스를 접목시켜 새로운 시장을 선점하고자 한다.

또한 'Web3'와 함께 메타버스라는 미래 지향적 세계관과 생활 및 기술 환경이 인류를 압도하고 있다. 인류가 현실(Universe)를 초월(Meta)해 가상세계를 기반으로 새로운 라이프스타일을 영위하는 시대로 접어들었음을 실감하고 있다.

이제 메타버스는 과거 인터넷의 출현에 이은 거대한 흐름이자, 코페르니쿠스적 전환을 이끌고 있다. 연결에 대한 방식 뿐만 아니라, 연결의 대상이 확장되어, 인간과 인간의 관계성을 넘어 인간과 인공지능(AI)이 공존하는 세상이 다가오고 있는 것이다.

AI, Big Data, 5G, VR/AR/MR/XR 등 핵심 기술의 발전과 더불어 인간의 몰입감이 극대화될수록 현실에서 가상세계로의 무게추가 기울며, 산업 전반에 미칠 영향력은 폭발적으로 증가할 것이다.

Racy 플랫폼은 현실 세계와 가상 현실의 불완전한 연결고리를 매듭지어, 웹툰, 게임 등 메타버스 콘텐츠 기반의 엔터테인먼트 서비스 크리에이터 및 유저들간의 상호작용과 NFT를 통한 비즈니스 생태계의 이퀄리브리엄(Equilibrium, 균형)을 지향한다.

RACY 플랫폼은 지브롤터에 기반을 두고 있는 RACY LTD.에서 기획과 개발을 진행한다. 그러나 특정 카테고리의 콘텐츠의 판매 및 유통과 암호화폐의 판매 및 유통을 금지하는 국가에 거주하는 사람들은 RACY 플랫폼 서비스에 가입하거나 서비스를 사용할 수 없다.

사업 배경

1. 소셜미디어에 의한 콘텐츠의 변화

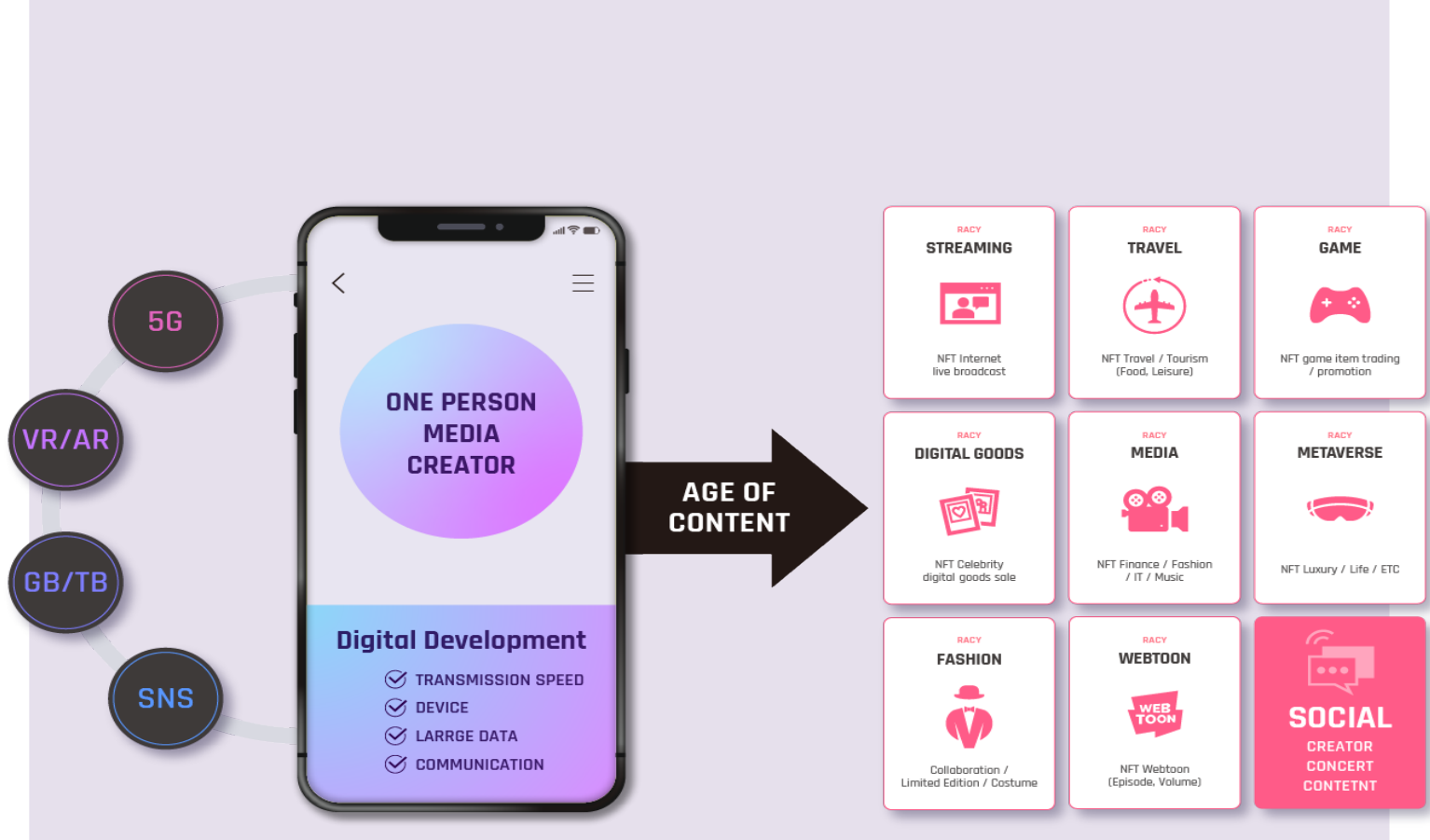
지금까지 콘텐츠 상품 및 서비스 산업은 지속적이고 상당한 성장을 보여 왔으며 급격한 증가는 인터넷의 용량 및 속도 증가, 모바일의 증가에 기인했다고 볼 수 있다.

2010년 전후 트위터, 페이스북, 유튜브 등 다양한 소셜미디어, 스트리밍 App이 등장하여 콘텐츠 산업도 변화되었다. 특히, 섹시 콘텐츠 분야를 보자면, 기존에는 제작사나 기획사에서 노출이 심한 콘텐츠를 생산하였다면, 이제는 크리에이터 겸 인플루언서가 고객과 소통하는 섹시컨셉의 콘텐츠를 자신의 팬들에게 보여주고 판매하는 형태로 발전되고 있다.

이러한 섹시 콘텐츠는 법, 종교, 윤리 등에 어긋나지도 않고 단순한 성문화가 아닌 수영복, 언더웨어, 란제리 등의 패션산업 및 여행, 영화, 연극 등의 문화산업, 제품, 상품 등의 모델, 게임, 메타버스 등 다양한 산업과 연동하여 발전하고 있다.

특히 유튜브, 인스타그램, 페이스북 등을 모델로 하여 각 산업의 전문적인 소셜미디어 및 스트리밍 플랫폼이 등장하면서, 섹시함을 어필하여 자신의 콘텐츠를 제작하는 수많은 크리에이터가 등장하였고, 이러한 크리에이터는 각 산업과 연결되어 섹시 인플루언서라는 하나의 콘텐츠 산업을 만들어내고 있다. 단지 이러한 분야를 하나의 산업으로 분류하거나 통계를 내지는 못하고 있지만, 기존의 성인 콘텐츠 산업과는 완전히 다른 방향으로 전개되고 있다.

크리에이터 스스로 콘텐츠를 생산하면서 유튜브, 인스타그램, 트위터 등 이들을 팔로워하는 숫자가 10~20만은 기본이며, 100만명, 1,000만명 이상의 구독자를 가진 크리에이터도 이미 등장하였다. 이러한 팬덤을 기반으로 크리에이터는 이미 스스로 브랜드화가 되고 있으며, 대기업 및 일반 광고주가 팬덤이 많은 크리에이터를 광고모델로 활용하는 것 역시 일반적인 모습이 되었다.



[Figure 1: New Market – Social Media Creator]

개성있는 컨셉으로 게임을 하는 유튜버, 수영복을 입고 여행지를 소개하는 블로거, 란제리를 입고 패션 영상을 제작하는 인플루언서, 섹시 컨셉으로 웹툰을 제작하는 작가 등 개성있는 컨셉의 콘텐츠로 1인 미디어, 1인 크리에이터, 1인 인플루언서는 이미 하나의 트렌드가 되었으며, 지금도 이러한 방향으로 나아가려는 수많은 사람들이 여성, 남성 할 것 없이 지속적으로 생겨나고 있다.

이러한 현상은 TV, 영화, 드라마 등의 기존문화에서 벗어나 크리에이터의 재미있고 개성있는 영상을 볼 수 있고, 기존 모델 및 영화배우 등 일방향으로 영상을 보기만 했다면 이제는 직접 영상속에 주인공과 소통할 수 있다.

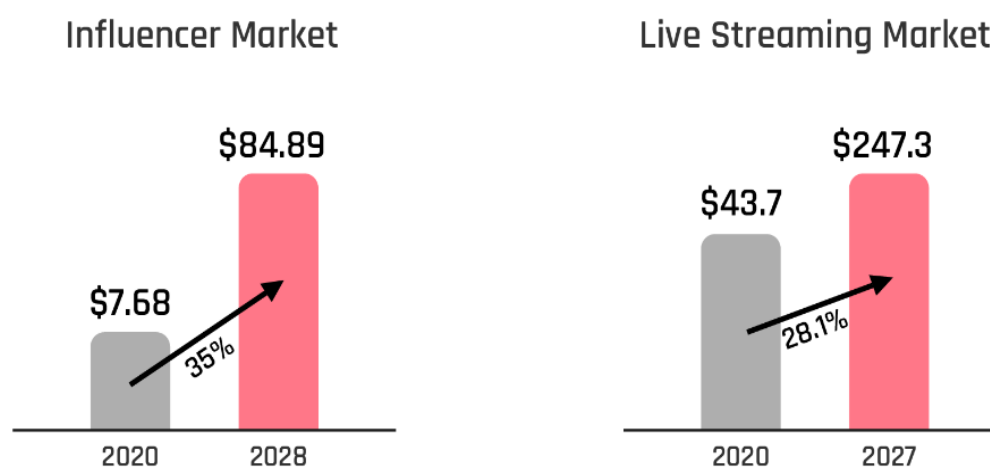
이 모든 것이 가능한 이유는 인터넷 속도의 발전과 SNS, 콘텐츠 미디어, 스트리밍 등 다양한 플랫폼과 결합하여 자신만의 다양한 컨셉으로 콘텐츠를 생성해 유저가 직접 볼 수 있도록 하는 통신기술의 발전 때문이다.

2. 인플루언서와 라이브 스트리밍의 시장규모

인플루언서란 타인에게 영향을 끼치는 사람이란 뜻으로 우리가 익히 아는 유튜버, 블로거, 인스타그램머 등이 이에 해당한다. 인플루언서는 초창기에 마케팅 수단이 아닌 정보를 단순 전달하거나 자신이 좋아하는 영상, 글 등을 작성하는 수준이었으나 페이스북, 인스타그램, 트위터 등 수많은 소셜미디어가 생겨나면서 양적, 질적으로 많은 발전이 있었고, 이제는 많은 사람에게 공감과 호응을 이끌어 내는 스토리텔링을 통해 마케팅의 일부분이 되었다.

Global Influencer & Live Streaming Market size / USD(Billion)

(Market forecast to grow at a CAGR)



[Figure 2: Global Influencer & Live Streaming Market Size]

1. [Global Influencer Marketing Platform Market Size, Share & Trends Analysis Report by Application (Campaign Management, Search & Discovery), by Organization Size, by End-use, by region, and Segment Forecasts, 2021-2028] / GVR(Grand View Research) ; May / 2021

2. [Global Live Streaming Market Research Report: By Component (Platforms and Services), By End-User (Media & Entertainment, Esports, Events, Education, Retail, Government and Others) - Forecast till 2027] / MRF(Market Research Future) ; August / 2020

3. Modify Image; VSTRO

GVR(Grand View Research)에서 2021년 5월에 발표한 [Global Influencer Marketing Platform Market Size, Share & Trends Analysis Report by Application (Campaign Management, Search & Discovery), by Organization Size, by End-use, by Region, and Segment Forecasts, 2021-2028]에 따르면, 글로벌 인플루언서 시장규모는 2020년 \$76.8에서 연간 CAGR 35%로 성장하여 2028년에는 \$848.9억까지 성장한다고 예측하였다.

현재 인플루언서 시장은 매우 놀라운 수치로 성장하였으며, 현재 패션, 라이프스타일, 음식, 엔터테인먼트, 스포츠, 피트니스 등 진출하지 않는 시장이 없으며, 향후 더욱 가속화되어 마케팅 및 광고시장 자체를 바꿀 위치까지 도달해 있다.

특히 섹시 컨셉으로 유명한 인플루언서 알렉시스 렌 (Alexis ren / 미국)은 인스타그램 팔로워만 1,440만명으로 모델과 인플루언서로 활동하고 있으며, 마틸데 탄토 (Mathild Tantot / 프랑스)는 전자상거래를 통해 섹시한 수영복을 판매하고 있고 팔로워는 1,000만명이다. 미국의 서머레이 (Sommerray)는 2,200만명의 팔로워를 보유하며 수영복, 란제리, 화장품의 제품을 콘텐츠로 인플루언서 활동을 하고 있다.

HyperAuditor 보고서에 따르면 인스타그램 계정을 활용한 인플루언서의 수입은 월 평균 \$2,970이며, 메가 인플루언서(100만명 이상 팔로워)는 월 평균 수입이 \$15,356라고 하였다. 그러나 이는 인스타그램일 뿐이며, 유명 인플루언서들은 동시에 유튜브, 라이브 스트리밍 사이트, 화보, 광고 등 월 수입이 기본 \$10만 이상으로 알려져 있다.

라이브 스트리밍 시장의 규모는 더욱 크다. 2020년 8월에 MRF(Market Research Future)에서 발표한 [Global Live Streaming Market Research Report: By Component (Platforms and Services), By End-User (Media & Entertainment, Esports, Events, Education, Retail, Government and Others) - Forecast till 2027]에 따르면, 라이브 스트리밍의 시장규모는 2020년 \$437억에서 연간 CAGR 28.1%로 성장하여 2027년에는 \$2,473억까지 성장한다고 예측하였다.

이처럼 인플루언서 시장과 라이브 스트리밍 시장은 인터넷과 SNS플랫폼 발전과 함께 급격히 성장하였으며, 2030년 전후로 5G에서 6G로 전환됨과 동시에 SNS플랫폼의 기술이 홀로그램, 어지럼증이 없는 안정적인 VR, AR, 360도 영상의 다양한 스트리밍으로 전환될 것으로 예측됨에 따라 그 시장은 더욱 발전할 것으로 예측할 수 있다.

3. 소셜 미디어 크리에이터 플랫폼



[Figure 3: OnlyFans - Social Media Platform]

콘텐츠 크리에이터 플랫폼 중 가장 유명한 플랫폼은 OnlyFans라는 구독 기반 소셜 미디어 플랫폼으로 누구나 콘텐츠를 생산하여 판매할 수 있고, 유저로 하여금 크리에이터 콘텐츠에 접근할 수 있는 월정액 서비스와 특정 프리미엄 콘텐츠를 구매할 수 있는 시스템으로 이루어져 있으며, 별도의 제품 등을 판매할 수 있도록 되어 있다.

OnlyFans는 2016년에 설립되어 유명한 가수, 모델 등이 가입하는 등 크리에이터 기반 플랫폼으로 성장하여 2020년 말까지 8,500만명의 사용자와 100만명의 크리에이터를 보유하고 있으며, 2021년 현재 회원수가 약 1억 2천만명에 달하고 있다.

문제는 팬과의 소통 창구였던 문자메시지 등을 통해 음란물 제작 등 사회적 문제로 대두되었으나, 다양한 언론에 노출되면서 오히려 노이즈 마케팅에 의해 사람들이 몰리는 효과까지 얻게 되었고, 2021년 10월부터 음란물을 금지하려 했으나 회사의 수익과 맞물려 다시 철회한 바 있다.

최초 출발점은 팬덤에 기반한 크리에이터의 콘텐츠를 판매하는 개념이었지만 정책과 방향성의 문제로 인해 현재는 음란물 콘텐츠를 생성하는 플랫폼으로 변질된 것이다.

그럼에도 불구하고 구독기반 소셜 미디어 플랫폼은 음란물이 아니더라도, 시스템과 정책에 의해 일반 콘텐츠 및 섹시 컨셉의 크리에이터와 인플루언서, 모델, 스트리머 등에게 수익을 안겨줄 수 있을 것이라 생각하며, 여기에 다양한 Dapp과 비즈니스 모델을 연결하여 불법적인 요소를 배제한 새로운 콘텐츠 크리에이터 플랫폼을 만들 수 있을 것이다.

4. 메타버스와 NFT

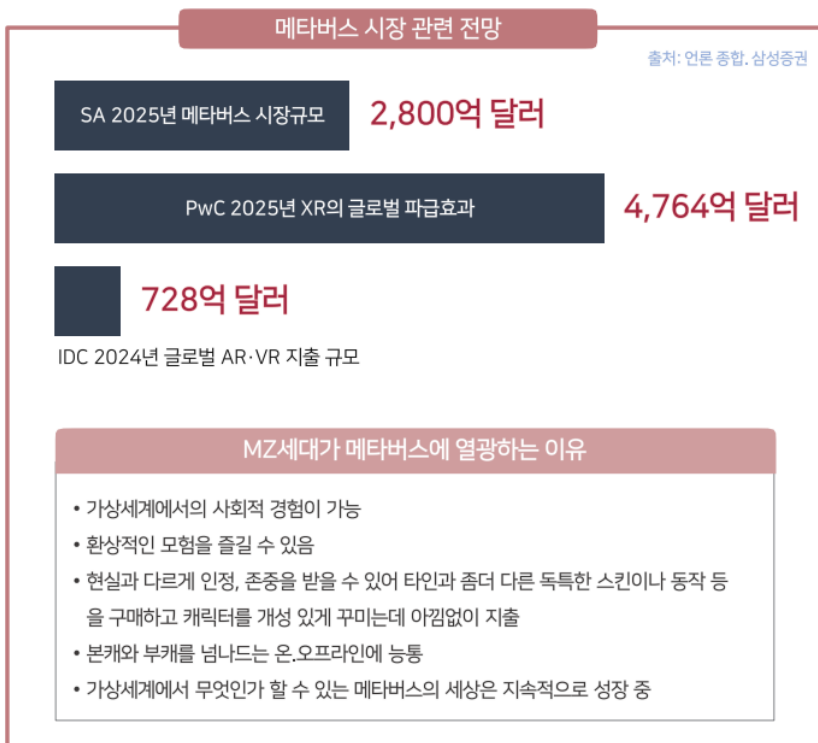
메타버스 산업의 확대는 여러 시장 조사를 통해 전망되고 있다. 메타버스 시장의 경우 글로벌 시장조사업체 스트래티지애널리틱스(Strategy Analytics)의 전망 결과 2025년 2,800억 달러(약 315조 원)로 예상하고 있다. 또한, 증권사의 분석에 의하면 VR 분야의 경우, 2030년에 약 1조924억 달러 수준으로 예상하고 있다.

주요 테크놀로지 기업들은 일제히 메타버스를 미래의 새로운 기회로 규정하고, 각종 플랫폼과 제품을 개발하여 선보이고 있다. 2021년 1월 기준으로 최근 마이크로소프트(MS)는 재니맥스 미디어(ZeniMax Media)를 인수하며 가상현실 관련 디바이스인 '홀로렌즈2'를 출시했다. 엔비디아는 사람들이 가상의 사무실에서 공동 업무가 가능한 협업 플랫폼 '옴니버스(Omniverse)'를 내놓았다. 페이스북도 가상공간 소셜 커뮤니티인 '페이스북 스페이스'와 '호라이즌'을 발표했다. 한국에서는 네이버가 최근 얼굴 인식과 증강현실 등을 이용해 아바타와 가상 세계를 만들어 생활할 수 있고, 의류 등의 아이템을 만들어 거래할 수 있는 플랫폼인 '제페토'를 선보였다.

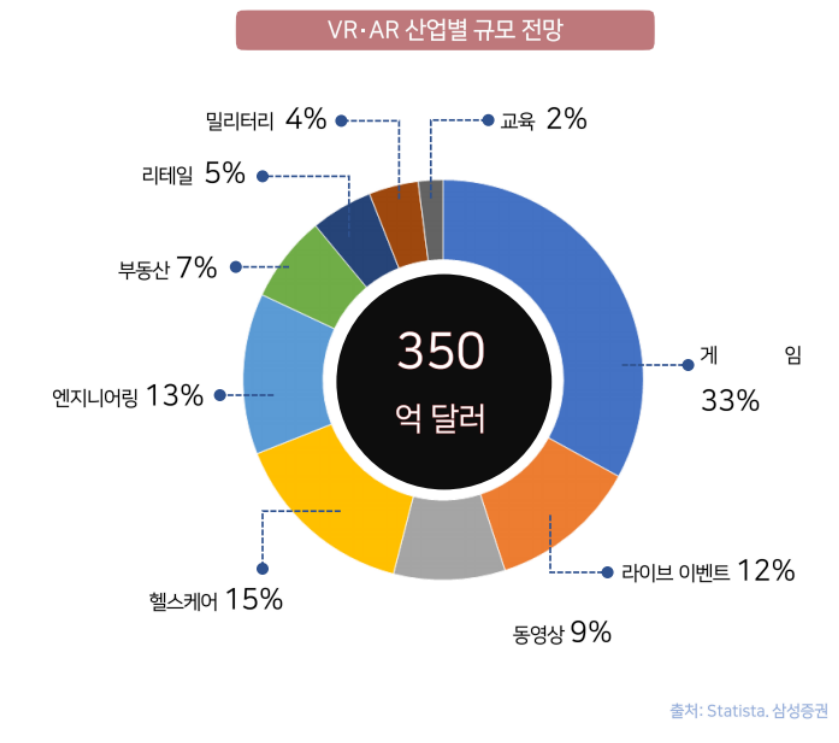
그중 가장 대표적인 메타버스 플랫폼 로블록스는 가상 세계를 콘셉트로 한 게임 플랫폼이다. 로블록스는 레고 모양의 개인 아바타로 게임을 즐길 수 있고, 유저 간 채팅이나 통화 뿐만 아니라 직접 게임 제작까지 가능하다. 로블록스는 지난해 말 기준 하루 활성 이용자가 3,260만 명에 달했으며, 로블록스 내에 생성된 게임만 5,000만 개에 이를 정도로 미국 16세 미만 학생과 어린이들 사이에서 큰 인기를 끌고 있다.

메타버스에 주목해야 하는 중요한 이유 중의 하나는 Z세대다. 이들은 이미 디지털 기기 활용과 가상세계에서의 활동에 익숙하다. 대표적인 메타버스 게임의 주요 연령층만 봐도 이 같은 사실이 잘 드러나 있다. 제페토 (누적 가입자 2억명) 의 10대 이용자 비중은 80%다. 로블록스는 미국 16세 미만의 55%가 가입되어 있다.

결국 시간이 지날수록 메타버스 관련 시장은 눈덩이처럼 커질 가능성이 높다. Strategy Analytics (SA) 는 2025년 기준 메타버스 시장규모를 현재의 6배 이상인 2,800억달러 규모로 전망했다. PwC가 전망한 XR의 글로벌 파급효과는 2025년 기준 관련 520조원 (4,764억달러) 에 달한다.



[Figure 4: Prospects for the metaverse market]



[Figure 5: Prospects for VR/AR industry scale]

최근 화두가 되고 있는 NFT (Non-Fungible Token, 대체 불가능 토큰) 가 블록체인 산업 전반에 해일을 몰고 있다. NFT는 한 개의 가치가 모두 같은 기존의 토큰들과는 다르다. NFT는 블록체인 상에서 특정 자산을 나타낸다. 각 아이템 별로 고유의 주소를 갖게 되어 진위여부 및 소유권을 증명할 수 있게 되는 것이다.

결국 NFT는 희소성 있는 상품을 블록체인 상에서 토큰화 하기 위한 아이템이다. 메타버스 내에서의 경제활동 또한 현실과 마찬가지로 희소성이 자산의 가치에 영향을 미치기 때문이다.

향후 NFT는 메타버스 경제에서 통화 가치로 사용이 확대될 것이다. 무엇보다 궁합이 좋다. 게임 내 유틸리티 토큰을 사용한다면 중앙 관리자를 통하지 않고도 참여자들의 효용이 커질 수 있기 때문이다. 이미 디센트럴랜드, 더샌드박스 등 NFT를 전면에 내세운 블록체인 기반의 메타버스 게임들이 등장해 사용자들의 반응을 이끌어내고 있다.

글로벌 NFT 거래액은 지난해 2억5000만달러에 불과했지만, 2021년도 2월 한달 거래액이 3억 4천만 달러일 정도로 시장 규모가 급증한 상태이다. 실제 글로벌 최대 미술경매업체 크리스티와 소더비가 NFT경매시장에 진출해 크리스티 디지털 예술가 비플의 작품이 7000만달러(약 800억원)에 낙찰된 것은 유명한 일화이다.

NFT 작품의 분야별 거래비중은 미술 및 수집품이 35%, 메타버스 25%, 게임 23% 순으로 집계되었다. 또한 디지털 미술 거래 외에도, 메타버스 부동산, 게임 아이템 거래가 늘면서 올해 예상 거래금액은 50억달러에 달할 것으로 예상된다.

1. RACY PROJECT

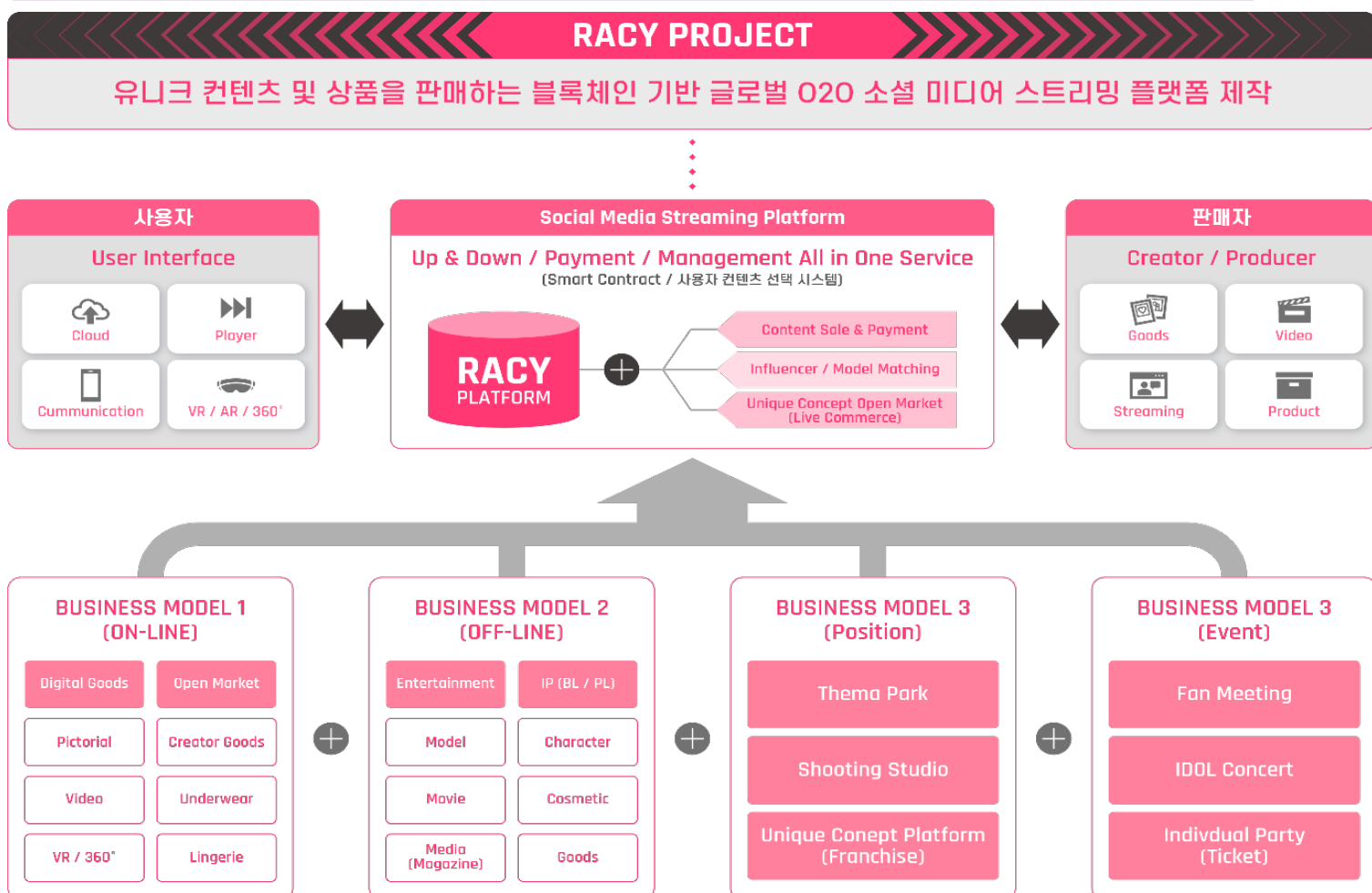
RACY 프로젝트 팀은 텔런트, 영화배우, 유튜버, 크리에이터 등을 매니지먼트하고 있으며, 드라마 제작, 공연, 콘서트 등의 협업 및 영화, 방송국, 플랫폼, IPTV의 콘텐츠 개발을 하는 Total Entertainment 회사로, 10여편의 드라마 제작 및 PSY 서울공연, ASIA Festival in Seoul, JYJ Asia Tour 공연, 중국의 광저우, 청두, 우한에서 V.I.P GATHERING 콘서트에 대한 협업 및 대행을 진행하였다.

현재 추진중인 사업으로는 영화와 드라마 등 투자 및 공동제작을 진행중이고, IDOL 그룹으로 유명한 BTS의 ‘어제 오늘 그리고 내일’이란 전시회를 추진중에 있다.

이러한 사업과 더불어 인스타그램, 유튜브 등에서 섹시한 컨셉의 크리에이터 등과 계약을 체결하여, 화보, 영상 등을 제작하여 판매하는 디지털 콘텐츠 어플리케이션을 제작하고 있다. 이미 해당 어플리케이션에 대해 기본 컨셉 및 디자인, 화보촬영 등은 완성되었으나, 비즈니스 방향을 글로벌 시장으로 확대, 전환하면서 시스템 전반을 소셜미디어 및 라이브 스트리밍 서비스가 가능하도록 시스템을 추가 개발하고 있다. 또한 어플리케이션 명칭도 새롭게 Secret Jenny 로 바꾸면서 런칭하기 위한 최종작업을 하고 있으며, 각 크리에이터 및 모델 등과 지속적으로 계약을 하고 있다.

이 어플리케이션을 제작하는 목적은 글로벌 시장에서 서비스할 수 있는 섹시 콘텐츠 기반의 소셜 미디어 플랫폼을 제작하기 위해 콘텐츠 확보 및 다양한 크리에이터와 모델을 확보하기 위함이며, 플랫폼 내에서 VR / AR / 360° 영상을 지원하는 기술 및 크리에이터와 유저 간 소통을 위한 다양한 커뮤니케이션 솔루션을 개발하기 위함이다. 이를 통해 패션, 게임, 여행, 메타버스, 미디어 등 다양한 분야에서 섹시 컨셉으로 활동하는 수많은 인플루언서와 크리에이터에게 자신의 콘텐츠를 보여주고, 자신만의 팬덤 확보와 광고, 모델 연동 등 다양한 사업을 진행할 예정이다.

향후 이 소셜 미디어 플랫폼을 통해 O2O기반의 다양한 비즈니스 모델과 연동하여 섹시 컨셉을 지향하는 전문 플랫폼을 만들 예정이다.



[Figure 6: RACY PROJECT]

우리가 이 프로젝트에서 실현할 내용은

첫째, 개성있는 컨셉의 패션, 게임, 여행, 데이트 등 다양한 콘텐츠를 생산하는 글로벌 크리에이터 및 제작자 등 누구나 자신의 계정을 통해 팬들과 소통하고 콘텐츠에 대한 수익을 얻을 수 있는 소셜 미디어 스트리밍 플랫폼 구축

둘째, 글로벌 서비스에서 환전이 필요 없는 암호화폐 결제 시스템 구축

셋째, 개성있는 컨셉의 광고 및 모델이 필요한 사업주와 크리에이터가 연결될 수 있는 인플루언서 광고, 모델 계약 시스템 구축

넷째, 다양한 콘텐츠를 O2O 비즈니스로 등록, 직접 판매할 수 있는 오픈마켓 구축

다섯째, 각 콘텐츠의 NFT 제작 및 사용, 수익

여섯째, 플랫폼 활성화 후 컨셉 테마파크, 촬영현장, BAR 등의 오프라인 비즈니스 및 팬미팅, 콘서트 등 다양한 공연사업 연계

이를 통해 우리는 다양한 문화와 결합된 새로운 콘텐츠 문화의 패러다임을 제시할 것이다.

2. 메타버스 이코노미와 NFT 커뮤니티

RACY 팀은 블록체인 기술을 활용한 탈중앙화 게임과 NFT 자산 기반의 메타버스 플랫폼을 제공하고, 타 프로젝트의 문제점들을 해결함으로써 메타버스 시장에 혁신을 불어넣고자 한다.

1) 메타버스 이코노미

메타버스 시대의 경제 패러다임으로 가상융합경제에 주목해야한다. 메타버스는 기술 진화의 개념을 넘어, 사회경제 전반의 혁신적 변화를 초래하는데, 메타버스 시대의 경제 전략인 가상융합경제는 콘텐츠 커뮤니케이션 테크놀로지, 블록체인 등 범용기술을 활용해 경제활동(일·여가·소통) 공간이 현실에서 가상융합공간까지 확장되어 새로운 경험과 경제적 가치를 창출하는 경제이다.

이에 RACY 메타버스 스페이스에서 복합 범용기술로 차별화된 경험 전달이 가능하고 이로 인해 시·공간을 초월한 새로운 경험 설계가 가능하게 할 것이다.

2) 메타버스 플랫폼

RACY 메타버스 플랫폼에서는 유저가 자신의 아이디어로 가상자산(Virtual Asset)을 만들어 수익을 창출하고 다른 유저들과 공연 등 다양한 사회, 문화적 교류가 이루어진다는 점에서 본질적인 차이가 있다.

플랫폼 참가자의 명확한 수익모델이 제공하고, 전 세계 가입자를 대상으로 하는 등 플랫폼 경쟁력을 확보하여 글로벌 메타버스 플랫폼 확산의 성장 동력으로 진화할 것이다.

3) RACY NFT Community

RACY NFT Community는 가상현실 속에서 다양한 아이템을 거래할 수 있는 플랫폼이다. 플랫폼 내엔 RACY 팀이 기본적으로 제공하는 아이템이 존재하며, 개발자는 직접 개발한 아이템을 판매할 수 있다. 또한, 유저들은 필요에 따라 개발자에게 의뢰하여 자신만의 아이템을 만들 수도 있다. RACY NFT Community에서는 기본 제공 아이템 외에 맞춤형 형태로 제작된 아이템들의 가치와 소유권을 보호할 수 있는 NFT(Non-Fungible Token) 기술이 활용된다.

NFT는 개발자들이 직접 개발한 아이템들의 가치와 소유권을 보호하기 위해 아이템이 토큰화된 것을 의미한다. 아이템마다 속성이 다르므로 대체 불가능한 토큰이 되며, 이로써 소유권이 증명되고, 거래 또한 가능해진다. 아이템의 속성은 모두 블록체인에 기록되며, 아이템의 거래 이력 및 소유주까지 블록체인에 기록된다. RACY에서는 누구나 개발한 아이템을 토큰화할 수 있도록 편리한 UI/UX를 제공한다.

즉, 사용자들에게 고도화된 RACY Network를 통해 메타버스에서 신뢰도 높은 결제 데이터를 제공받을 수 있는 효율적인 생태계를 구축하고, 상호 협업할 수 있도록 이끌어주는 역할을 한다. 이를 위해 고도의 블록체인 기술이 바탕이 된 네트워크를 통해 데이터 위변조로 인한 위험을 제거해준다.

또한, 스마트컨트랙트를 활용하여 사용자들이 복잡한 과정 없이 자신의 기여에 상응하는 보상을 얻도록 함으로써 건전한 생태계 형성에 기틀을 마련한다. 이를 통해 각각의 참여자가 자신의 목적에 집중하며 상호 연결되는 새로운 가상현실 세계를 구축할 수 있는 환경을 제공한다.

RACY PLATFORM

“Social Media Content Platform”



크리에이터 & 제작회사가 자신의 영상, 사진, 굿즈 등을 자유롭게 제작하는 **소셜 미디어 콘텐츠 스트리밍 플랫폼 & 오픈마켓**

Blockchain based Platform & RACY TOKEN

SYSTEM	PLATFORM	Business
<ol style="list-style-type: none"> 1. 콘텐츠 멤버십 및 단일 상품 구매 시스템 2. 인플루언서와 회사의 제품, 홍보를 연계하는 판매 시스템 3. 등록 / 판매 / 정산 등 수익 관리시스템 제공 4. 모바일 App, SNS 메신저 인터페이스 구축 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 콘텐츠를 자유롭게 제공하는 소셜 미디어 스트리밍 플랫폼 2. 글로벌 소셜 미디어 콘텐츠 오픈마켓 (영상, 사진, 굿즈 등) 3. 인플루언서 연결을 통한 상품 판매 및 홍보 모델 연계 4. 소셜 미디어 콘텐츠 전문 NFT 마켓 제작 (API 연동 / 별도 사업) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 소셜 미디어 콘텐츠 플랫폼 및 오픈마켓 운영 (수수료 수익) 2. 자체 제작 디지털 상품 및 실물기반 상품 판매 (판매 수익) 3. 플랫폼 광고 등록 및 마케팅 수익 (광고 수익) 4. 통합 멤버십 상품 개발 및 수익 배분 (회원 모집)

[Figure 7: RACY PLATFORM]

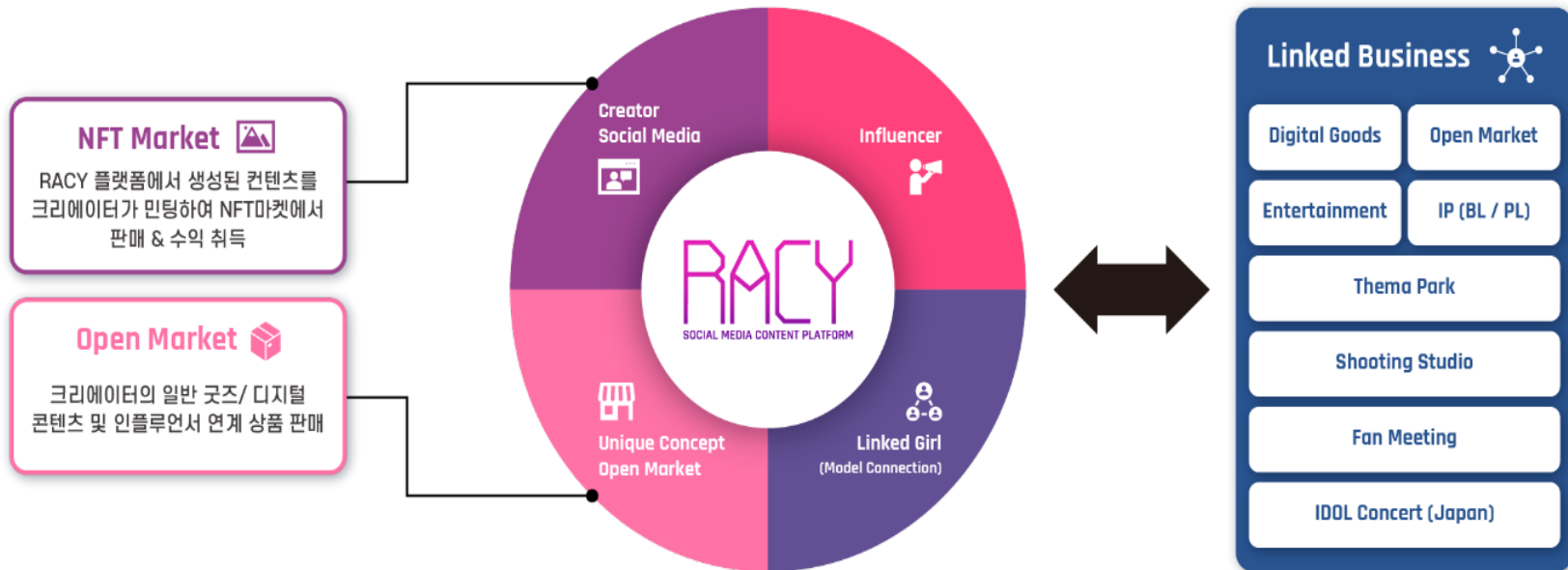
RACY 플랫폼은 소셜 미디어 콘텐츠 스트리밍 플랫폼으로 각 크리에이터가 플랫폼을 통해 다양한 콘텐츠 생성 및 대화를 할 수 있는 소셜미디어와 스트리밍 서비스를 제공하고, 생성한 콘텐츠를 상품화하여 굿즈로 판매하는 오픈마켓으로 이루어져 있으며, 유저가 이 모든 것을 구매할 수 있도록 블록체인 기반의 간편결제 시스템을 제공한다.

RACY 플랫폼에서 사용할 토큰의 명칭은 RACY로서 ERC-20 기반으로 발행되며, RACY로 RACY 플랫폼에서 제공되는 서비스에 모든 거래에 사용할 수 있다.

크리에이터, 인플루언서, 개인, 기획사, 제작사 등 누구나 계정을 생성하여 자신의 소셜 미디어를 통해 라이브 스트리밍, 녹화 스트리밍, 사진 등을 게시할 수 있으며, 자신의 계정을 접속하기 위한 월정액 및 단일 콘텐츠를 판매하기 위한 금액을 마음대로 설정할 수 있다.

유저는 이러한 라이브 스트리밍에 스폰서십으로 RACY를 크리에이터에게 지급할 수 있으며, 좋아하는 크리에이터에게 RACY를 스테이킹 하여 크리에이터 순위를 상위로 올릴 수 있고, 이를 통해 크리에이터 수익에 대한 보상을 받을 수도 있다. 또한 선택한 크리에이터의 소셜 미디어 및 스트리밍을 월정액으로 이용할 수 있고 단일 콘텐츠를 구매할 수 있다.

1. Platform Configuration



[Figure 8: RACY PLATFORM Configuration]

RACY 프로젝트에서 언급한바와 같이 RACY 플랫폼 외에 별도의 비즈니스로 NFT마켓과 엔터테인먼트, IP비즈니스, 테마파크 등 다양한 사업을 개발하려 하며, RACY 플랫폼은 이를 연계하는 가장 중요한 역할을 한다. 따라서 플랫폼 모델의 구성은 이를 뒷받침하는 4개의 비즈니스 모델로 구성되어 있다.

A. Creator social media

<p># STYLE 1 공개형 블로그</p> <p>#공개 #무료 #컨텐츠</p> <p>크리에이터가 자유롭게 이미지나 영상을 등록하여 유저가 크리에이터의 정보 및 콘텐츠를 확인</p> <p>Creator Social Media</p>	<p># STYLE 2 이미지 콘텐츠</p> <p>#월정액 #단일구매</p> <p>크리에이터가 판매할 사진, 화보 등을 등록하며 샘플 이미지 설정 등을 통해 월 정액 및 단일구매 유도</p> <p>Creator Social Media</p>	<p># STYLE 3 스트리밍 서비스</p> <p>#월정액 #스폰서쉽 #커머스</p> <p>라이브 스트리밍, 15초 숏컷 등의 스트리밍 서비스를 활용, 콘텐츠 제작, 방송 및 라이브 커머스</p> <p>Creator Social Media</p>	<p># STYLE 4 유저 주문 제작</p> <p>#주문제작 #단일구매</p> <p>생일축하, 졸업, 기념일 등 유저가 원하는 내용으로 20~30초 내외의 영상을 크리에이터가 직접 제작하는 서비스</p> <p>Creator Social Media</p>
---	--	--	--

[Figure 9: Creator social media service]

Creator social media는 크리에이터, 인플루언서, 기획자, 제작자 등이 RACY 플랫폼의 계정을 생성하여 자신만의 소셜미디어를 생성하게 된다.

이를 통해 라이브 스트리밍, 녹화 스트리밍, 사진, 블로그 형식으로 자신만의 콘텐츠를 올릴 수 있으며, 대화창, 댓글 등으로 자신의 팬들과 소통할 수 있다.

Creator social media에서 크리에이터는 총 4가지의 형태로 콘텐츠를 제작할 수 있다.

첫째, 공개형 블로그로 누구나 검색하고 크리에이터가 등록된 콘텐츠를 볼 수 있으며, 크리에이터는 자신의 근황 및 콘텐츠, 이벤트, 공지 등을 텍스트, 이미지, 영상으로 올릴 수 있다.

유저는 이렇게 올린 크리에이터의 정보를 보고 월정액 등록 및 단일 콘텐츠를 구매하는 정보를 얻게 되며, 초기에 팬덤이 약한 크리에이터는 자신을 알리기 위해 공개형 블로그를 통해 다양한 콘텐츠를 등록할 수 있다.

둘째, 이미지 콘텐츠는 크리에이터가 올린 사진, 화보 등을 올려 수익을 얻을 수 있는 것으로 월정액 사용자 및 단일 콘텐츠 구매자가 다운을 할 수 있다.

크리에이터는 단일 구매자 및 일반 유저의 유입을 위해 각 콘텐츠별 샘플을 자신이 원하는 바 대로 오픈하여 공개할 수 있다.

셋째, 스트리밍 서비스는 크리에이터가 월정액 또는 무료로 선택하여 오픈할 수 있으며, 자신의 콘텐츠를 라이브로 진행하거나 라이브 커머스 형식으로 자신의 디지털 굿즈 또는 인플루언서로 연계된 상품을 판매할 수 있다.

또한 자신의 영상을 편집하여 유튜브와 같이 올릴 수 있으며, 15초 내외의 쇼컷 영상을 등록할 수 있다.

넷째, 유저 주문제작 영상은 크리에이터를 좋아하는 팬이 생일이나 졸업, 기념일 등을 위해 자신만을 위한 영상이나 선물용 영상을 크리에이터에게 요청할 수 있다.

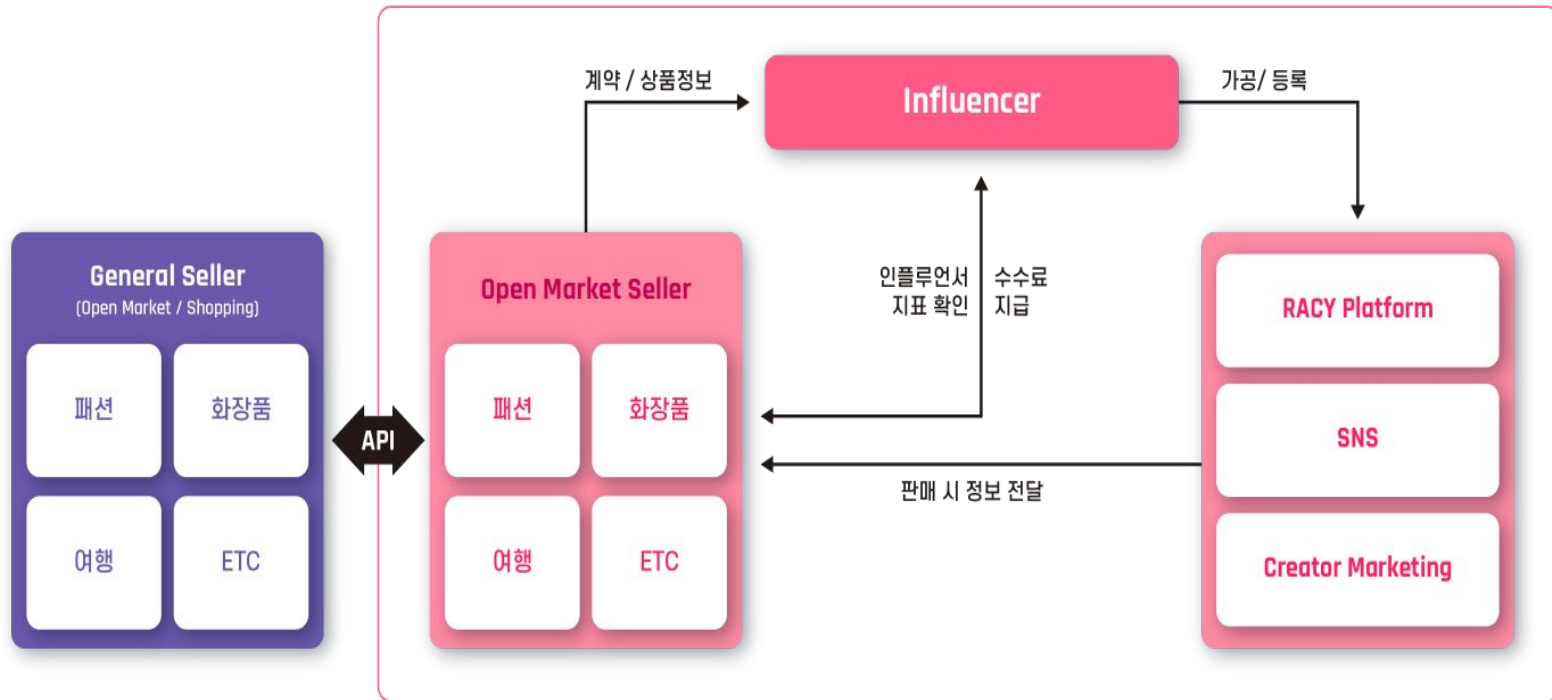
유저가 원하는 문구 및 컨셉을 크리에이터에게 전달하고, 크리에이터는 20~30초 내외의 영상을 유저에게 제작하여 줄 수 있는 개념이다.

크리에이터는 Creator social media의 서비스를 통해 자신의 팬을 확보하여 월 단위로 자신의 계정에 접속할 수 있는 월 정액 서비스와 단일 콘텐츠 판매, 소셜 미디어의 스폰서십, 인플루언서 판매, 유저 주문 영상제작을 통해 다양한 수익을 얻을 수 있다. 이외에 RACY 플랫폼과 연계된 NFT 마켓에서 자신이 설정한 영상 및 이미지를 NFT로 Minting하여 판매 또는 라이선스를 판매할 수 있으며, 아래서 설명할 Influencer, Linked Girl을 통한 모델 연계 등을 통해 별도의 수익을 올릴 수 있다.

크리에이터는 이와 관련한 모든 것에 대해 자신의 콘텐츠 가격을 설정할 수 있으며, 유저는 이 가격을 확인하고 해당 크리에이터의 콘텐츠를 이용할 수 있다.

또한 영상과 관련하여 VR, AR, 360도를 지원하는 멀티 미디어 플레이어를 개발하여 크리에이터가 보다 다양한 콘텐츠를 유저들에게 제공하게 할 예정이다.

B. Influencer



[Figure 10: Influencer]

인플루언서는 판매자가 자신의 상품을 마케팅, 판매하기 위해서 RACY 플랫폼의 크리에이터들 중에서 제품의 컨셉에 맞는 크리에이터를 인플루언서로 등록하는 것이다.

판매자는 RACY 플랫폼에서 제공하는 크리에이터 브랜드 지표를 보고, 자신의 상품과 맞는 크리에이터를 인플루언서로 등록하는 계약을 체결하면 된다. 계약은 스마트 컨트랙트로 자동체결되며, 크리에이터는 계약체결 후 상품의 홍보를 시작하고 판매자가 제공한 상품정보의 링크값과 계약에서 생성된 인플루언서의 ID를 적용하여, RACY 플랫폼 및 유튜브, 인스타그램, 블로그 등 다양한 마케팅 방법으로 홍보할 수 있다.

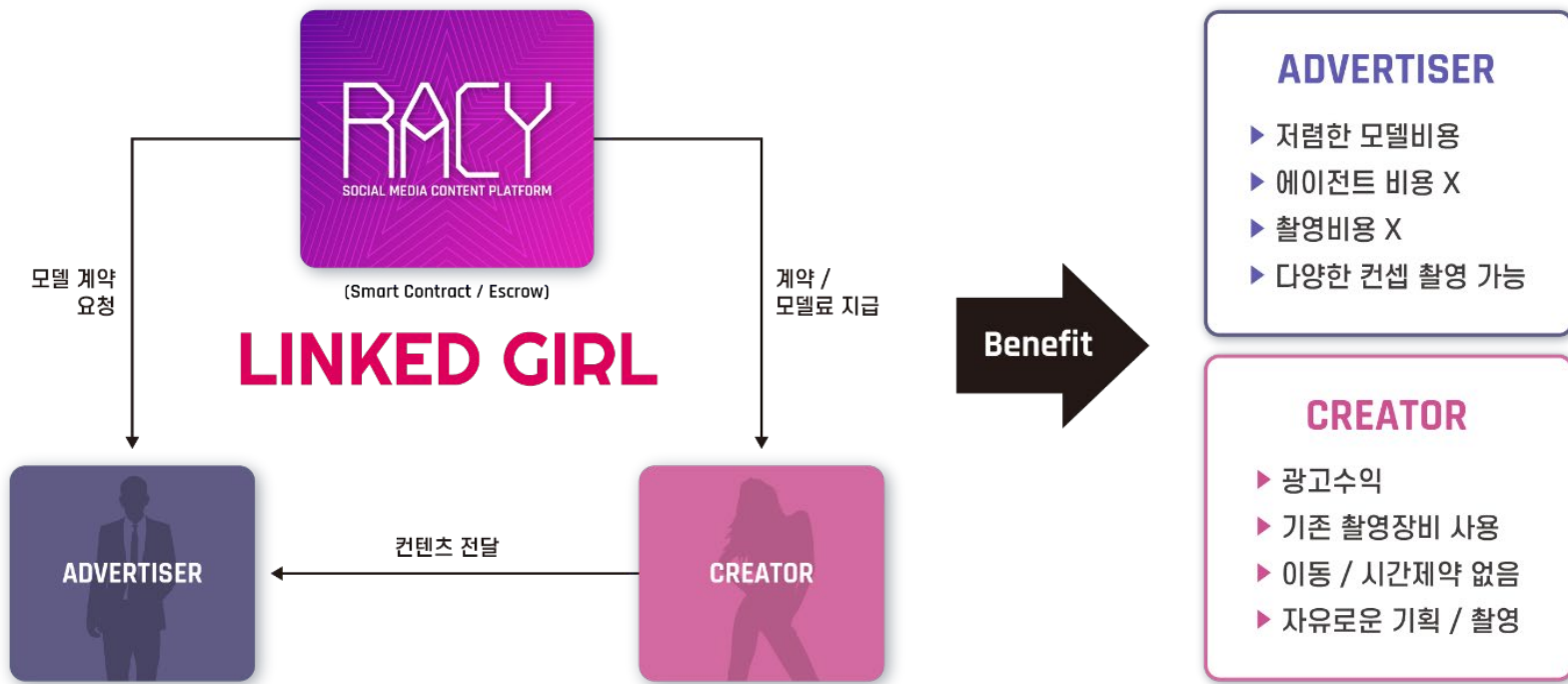
크리에이터 브랜드 지표는 모든 사람에게 공개되며, 브랜드 지표의 항목은 패션, 여행, 게임, 화장품 등 크리에이터에 콘텐츠 유형과, 월 구독자, 다운로드 수, 뷰수 등 다양한 항목으로 검색할 수 있다.

인플루언서를 통해 판매된 상품의 전체 금액 중 수수료는 스마트 컨트랙트에 의해 자동으로 인플루언서에게 지급되며, 나머지 금액이 판매자에게 지급된다.

크리에이터는 RACY 플랫폼 정책에 의해 정해진 수수료율 범위내에서 자신이 원하는 수수료를 정할 수 있으며, 계약기간 또한 사전에 등록할 수 있다. 판매자는 이 모든 것을 확인 후 원하는 크리에이터를 인플루언서로 등록하면 된다.

이를 통해 판매자 입장에서는 마케팅 비용을 줄이고 실질적인 판매를 늘릴 수 있으며, 크리에이터 입장에서는 콘텐츠의 일부분으로 활용할 수 있고 수익을 올릴 수 있는 판매자와 인플루언서 상호간 윈윈할 수 있는 시스템이다.

C. Linked Girl (Model Connection)



[Figure11: Linked girl]

Linked Girl은 모델 연계 시스템으로 광고주가 자신의 상품, 콘텐츠, 브랜드에 맞는 크리에이터(모델)를 RACY 플랫폼에서 골라 계약을 맺는 시스템이다.

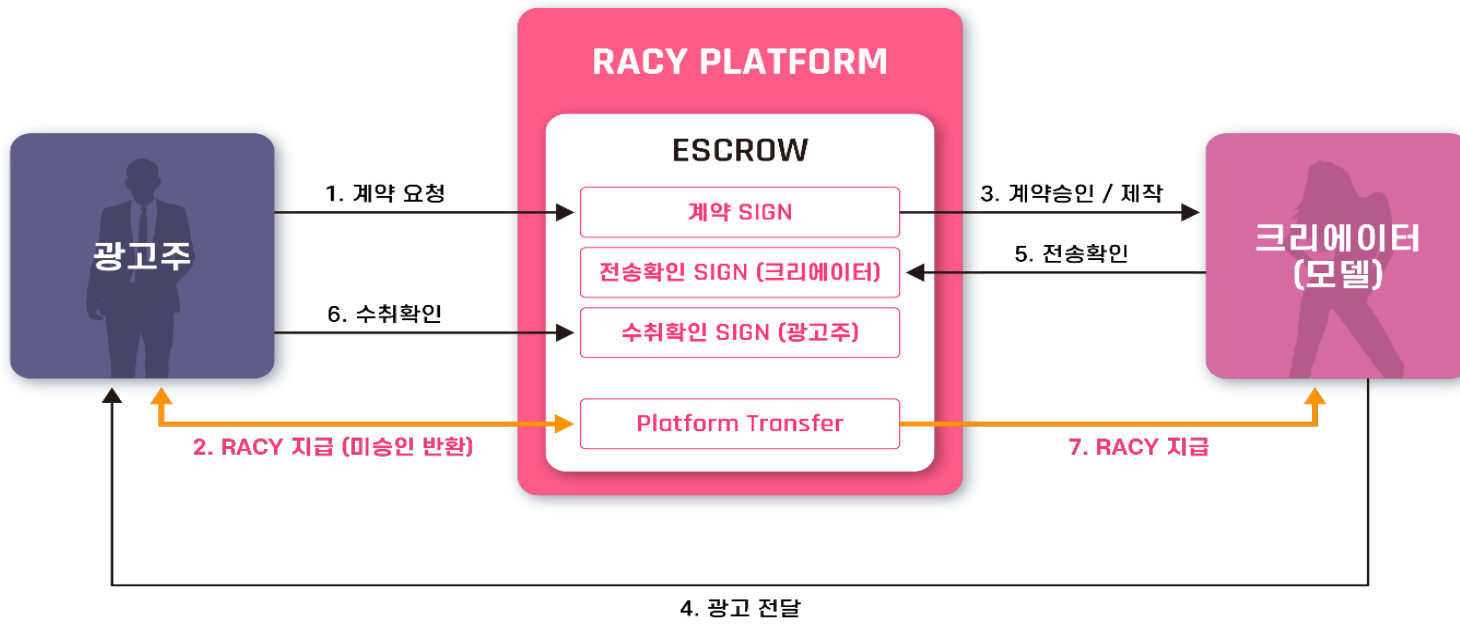
모델 계약의 형태는 크리에이터가 촬영하여 광고주에게 다시 전달하는 방법으로 패션과관련한 피팅 모델, 스트리밍 형식의 상품 및 브랜드 홍보 모델, 지면광고를 위한 컨셉모델 등 다양하다.

광고주 입장에서는 크리에이터의 콘텐츠 질과 내용을 미리 확인하여 마음에 드는 모델을 선정할 수 있으며, 일반 모델촬영에서 들어가는 에이전트 비용, 모델 촬영을 위한 인력이 없이 매우 저렴한 비용으로 광고를 만들 수 있다.

크리에이터는 기존에 자신이 올렸던 콘텐츠와 동일한 카메라를 사용하여 쉽게 촬영할 수 있고, 이동이나 별도의 비용 없이 광고주가 원하는 컨셉의 콘텐츠를 광고주에게 제공하고 수익을 얻을 수 있다.

광고계약 시스템은 크리에이터가 등록한 비용과 콘텐츠의 품질에 따라 광고주가 선택하며 자신이 원하는 컨셉을 등록하고, 크리에이터는 조건을 모두 확인 후 계약을 맺으면 되며, 광고주는 크리에이터에게 원하는 콘텐츠를 촬영할 수 있도록 자료를 전달하거나 상품의 경우는 상품을 크리에이터가 지정한 주소로 보내야 한다.

광고주는 100% 선입금을 원칙으로 하며, 모든 광고비는 플랫폼 에스크로에 의해 잠기기 된다. 이후 광고주가 최종 콘텐츠를 받은 후 수취확인을 승인하면 플랫폼에서 크리에이터에게 에스크로로 잠긴 RACY를 크리에이터에게 지급한다. 단, 크리에이터가 7일간 계약을 미승인하거나 체결이 되지 않을 경우 RACY는 다시 광고주에게 입금된다.

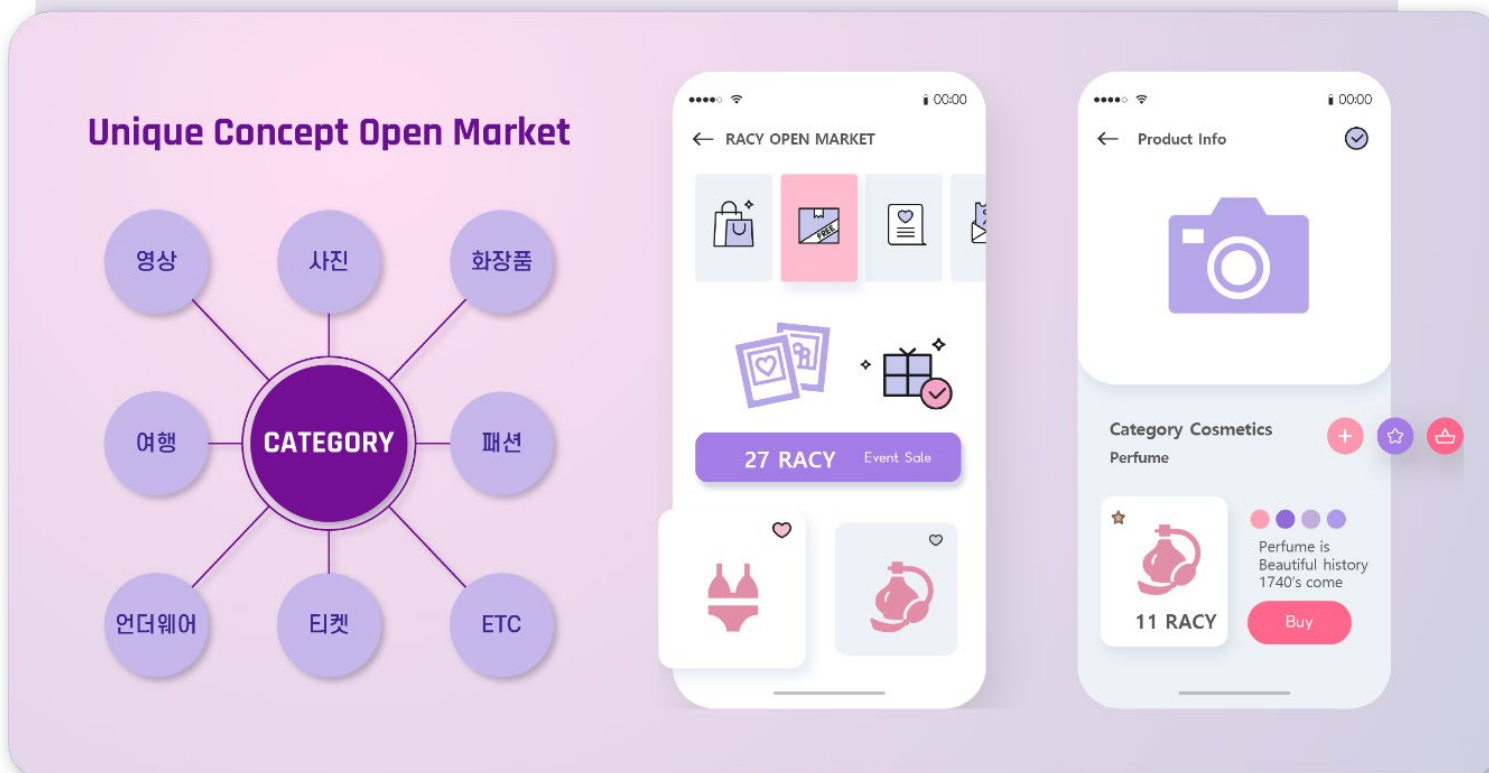


[Figure12: Platform Escrow System]

광고주는 원하는 컨셉의 사진 및 영상을 최대 3차까지 받을 수 있으며, 크리에이터는 광고주의 의견에 따라 제작해야 한다. Linked Girl은 전문적인 모델 및 촬영팀이 있는 것이 아니기 때문에, 광고주는 사전에 크리에이터의 콘텐츠와 사진 및 영상을 확인하여 자신의 컨셉에 맞는 크리에이터를 찾아야 하며, 크리에이터가 기존에 제작한 콘텐츠보다 떨어지는 콘텐츠를 제작해서 보낼 경우 이에 대한 광고주 댓글을 통해 해당 크리에이터를 평가할 수 있다.

따라서 크리에이터는 광고주의 좋은 평가가 많을수록 더욱 많은 모델수익을 얻을 수 있기 때문에 광고주가 원하는 컨셉을 잘 이해하여 광고주에게 제공해야 한다.

D. Unique Concept Open market



[Figure13: Open Market]

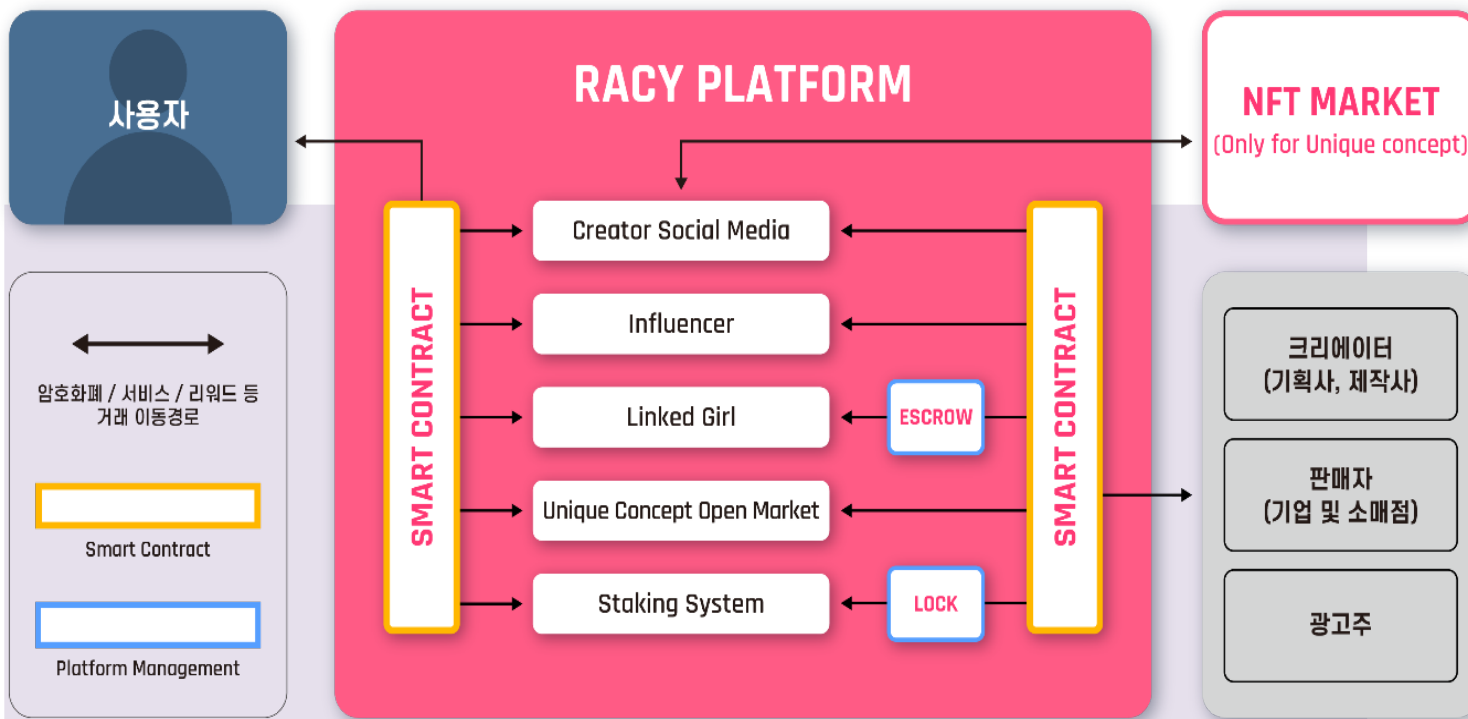
Unique Concept Open Market은 크리에이터가 제작한 굿즈 및 디지털 굿즈를 등록하여 판매할 수 있고, 인플루언서와 연계된 회사 및 라이브 커머스 등을 통해 판매하는 상품 등을 판매할 수 있다.

상품은 언더웨어, 크리에이터 및 인플루언서와 관련한 전반적인 상품, 패션, 화장품. 디지털 굿즈(사진, 영상, 화보 등)로 이루어지며 오픈마켓 정책에 따른 카테고리를 기준으로 등록할 수 있다.

기본적인 시스템은 일반 오픈마켓과 동일하며, 판매자와 구매자간 스마트 컨트랙트에 의한 직거래 시스템으로 RACY 플랫폼은 거래장소를 제공할 뿐이며 상호거래에 대해서는 책임을 지지 않는다. 따라서 구매자는 일반 오픈마켓과 동일하게 판매자의 정보 및 후기 등을 확실하게 인지 후 구매해야 한다.

또한 판매상품이 카테고리에 없더라도 인플루언서를 통한 판매 시 인플루언서 카테고리에 상품을 등록해야 하며, 상품등록이 어려울 경우 RACY 플랫폼 내에 인플루언서 관련한 API 프로그램을 설치하여 오픈마켓과 연동시켜야 한다.

2. Platform Structure



[Figure14: RACY PLATFORM Structure]

플랫폼 구조는 4개의 비즈니스 모델을 각 스마트 컨트랙트에 의해 연결하여 자동으로 지급, 정산되는 구조다.

이를 통해 크리에이터 및 판매자, 광고주 등은 계정을 생성해 자신의 콘텐츠, 인플루언서 계약, 모델연결, 상품판매 등을 할 수 있으며, 사용자는 원하는 서비스 및 상품을 구매할 수 있다.

이 모든 것은 스마트 컨트랙트로 이루어지며 플랫폼 토큰인 RACY를 사용하게 된다.

또한 각 비즈니스 모델은 각각의 매니지먼트 시스템에 의해 자신의 계정 및 콘텐츠, 수익을 관리할 수 있다.

NFT Market과 연동하는 부분은 RACY PROJECT에서 설명했듯이 별도의 비즈니스 모델의 NFT Market과 연동하여, 쉬운 NFT 생성을 통해 크리에이터의 콘텐츠를 NFT로 판매할 수 있도록 할 예정이다.

3. Platform Service Fee

구분	상품	가격/서비스	크리에이터 (수수료)	플랫폼 (수수료)	내용
Service Fee	Monthly amount	\$5-50	-	10%	각 크리에이터의 월 별 접속 비용에 대한 수수료 (월 별 자유이용)
	Single content amount	\$5-20	-	10%	각 콘텐츠 다운로드 수수료
	User requested content amount	\$50-200	-	5%	유저 주문제작 방식에 의한 콘텐츠 다운로드 수수료 (축하, 생일, 컬러링, 전화벨 등)
Live Streaming	Creator Sponsorship	\$1	-	20%	크리에이터 라이브 방송 시 크리에이터 후원 / 후원 금액의 20%
Commerce fee	Live Commerce	상품 별	-	5%	라이브 방송을 통해 상품 판매 시 상품 판매에 따른 수수료
	Video Commerce	상품 별	-	5%	라이브 재방송 및 녹화 방송을 통해 상품 판매 시 상품 판매에 따른 수수료
	Influencer Commerce	상품 별	5%	5%	광고주, 판매자와 인플루언서 연계를 통한 상품 판매 시 상품 판매에 따른 수수료
Open Market	Creator digital goods	상품 별	-	5%	오픈마켓에 크리에이터가 제작한 화보, 영상 등을 등록된 상품 판매에 따른 수수료
	Retail goods	상품 별	-	8%	인플루언서와 연계 된 회사가 등록된 상품의 판매에 따른 수수료

[Figure15: Service fee Policy]

플랫폼 수수료 정책은 상황에 따라 변동될 수 있으나 최초 기본정책은 다음과 같다.

A. Service fee

Service fee는 크리에이터의 소셜미디어에서 판매되는 콘텐츠 접속 및 다운 수수료로 월정액과 단일 콘텐츠 다운, 유저 요구 콘텐츠 3개로 구성되어 있다.

월정액과 단일 콘텐츠 다운은 수익의 10%, 유저 요구 콘텐츠는 수익의 5%를 플랫폼 수수료로 지급해야 한다.

B. Live streaming (Sponsorship)

라이브 방송 시 유저는 크리에이터에게 후원을 할 수 있으며, RACY로 직접 할 수 있다. 플랫폼 수수료는 RACY를 달러로 환산하여 \$1당 20%를 플랫폼 수수료로 지급한다.

D. Commerce fee

크리에이터가 플랫폼 내에서 라이브 스트리밍, 재방송 및 녹화방송을 통해 자신의 상품 판매 시 5%의 수수료를 플랫폼에 지급해야 하며, 판매자와 인플루언서 계약을 통해 상품을 판매하면, 판매자는 크리에이터에게 5%, 플랫폼에 5%의 수수료를 지급해야 한다.

E. Unique Concept Open Market

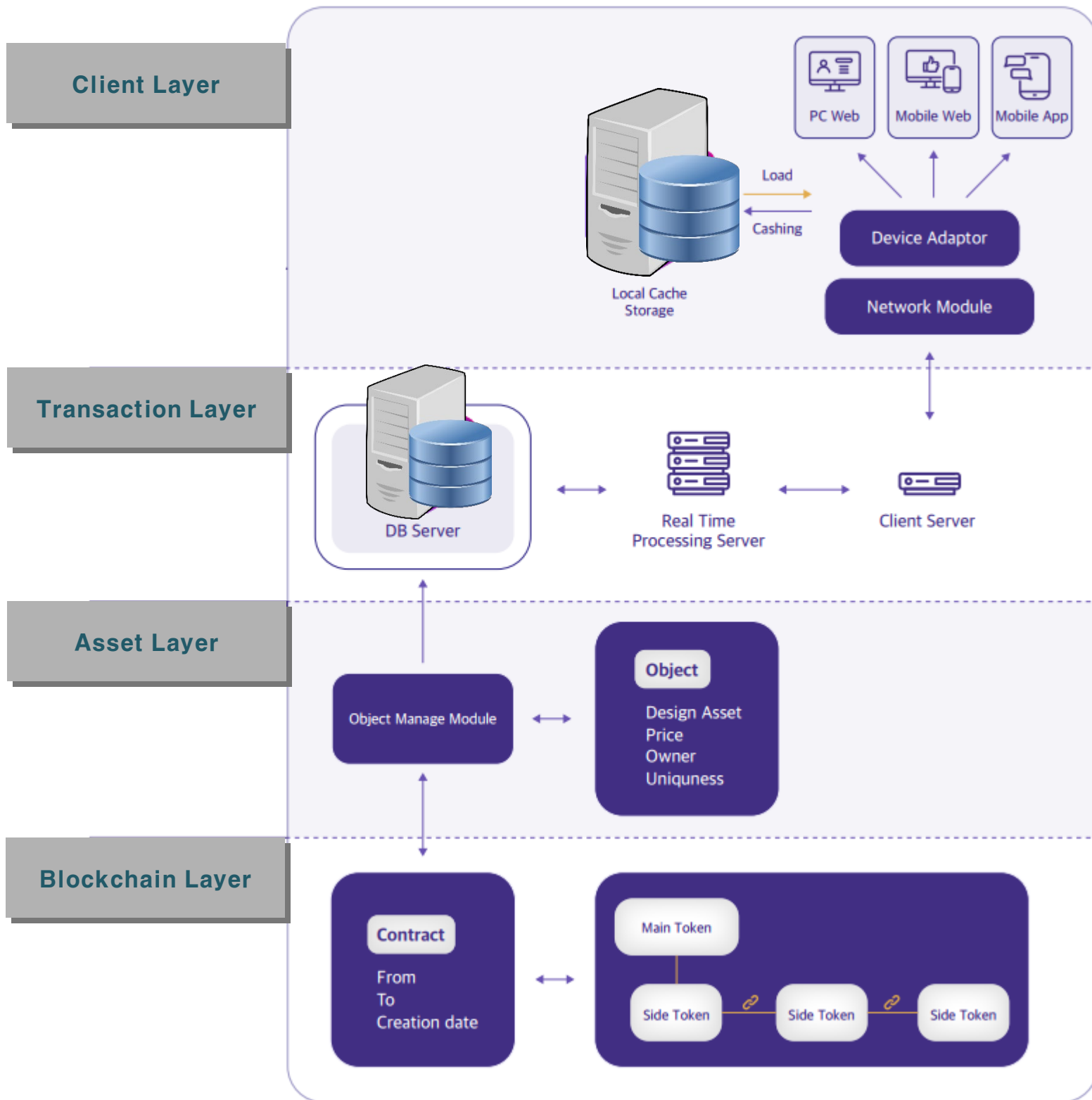
오픈마켓은 크리에이터가 제작한 디지털 콘텐츠 마켓과 인플루언서와 계약된 회사에서 판매하는 제품을 위한 마켓으로 구분되며, 디지털 콘텐츠의 경우 5%의 수수료, 인플루언서와 계약을 통해 판매하는 제품의 경우 8%의 수수료를 플랫폼에 지급해야 한다.

상기 정책은 일반적인 오픈마켓 및 소셜미디어 플랫폼보다 저렴하게 책정하였으며, 플랫폼 정책 및 상황에 따라 변동될 수 있으며, Linked Girl은 플랫폼 생태계가 원활히 돌아갈 때까지 무료로 서비스할 예정이다.

위 표에서 각종 수수료는 UDS로 표시되어 있으나, 이는 이해를 돕기 위한 예시이며, 앞서 설명하였듯이, RACY 플랫폼 내에서는 RACY토큰으로만 결제가 이루어진다. 따라서 RACY 플랫폼을 이용하기 위해 지불해야 하는 서비스 비용도 RACY토큰으로 결제되어야 한다. 플랫폼이 오픈 될 때 각 서비스별 가격정책은 RACY토큰을 기준으로 표시될 것이다.

유저들은 RACY 플랫폼을 이용하기 위해서 RACY토큰이 상장되어 있는 거래소에서 RACY토큰을 구매하여야 한다. RACY토큰을 fiat으로 환전하는 것 또한 거래소를 통해서만 가능할 것이다.

4. System Architecture



[Figure16: System Architecture]

Client Presentation Layer

사용자가 실제로 경험할 수 있는 영역과 기능을 담당하는 모듈로 구성된 레이어이다.

Device Adaptor 모듈은 사용자의 Device 환경에 따른 Display Quality Control(3D/2D, VR Support/Unsupport, Video Resolution)을 수행하여 유저가 접속한 Device의 종류에 상관없이, RACY 메타버스를 원활히 네비게이션할 수 있는 쾌적한 환경을 제공한다.

Transaction Layer

Client Server는 Client로부터 Object를 획득하기 위한 요청을 처리하고, Client에서 유저가 동작을 수행하면서 발생하는 Action들을 수집하기 위한 서버이다.

Real Time Processing Server는 RACY 플랫폼 내에 접속한 유저의 Interaction을 처리하기 위한 서버로, Processing Power가 가장 높은 서버들의 그룹으로 구성되어 있다.

DB Server는 플랫폼 내의 모든 Object Data의 CRUD를 관리하고, 이 Object Data를 필요에 따라 Real Time Processing Server로 전달하는 역할을 한다.

Server 간 통신은 다음 기술들을 이용해 구성되었다.

REST API : Communication Cost를 줄이기 위함

SHA256 Hashing algorithm : Data Encryption

https protocol : Secure Communication Protocol

OAuth 2.0 : Bi-directional Authentication Key

Asset Layer

RACY 플랫폼 내에서의 모든 Object는 독립적인 하나의 Asset으로 관리된다. 각각의 Object는 플랫폼 내에서 표현하기 위한 Design Asset과 플랫폼 내에서 거래될 때 사용되는 Price Value를 갖고 있다. 또한, 모든 Object에는 NPC 및 Base Object를 포함하여 소유주가 표시되어 있다.

RACY 플랫폼에서는 NFT 개념도 적용 가능하며, 이를 위한 Uniqueness가 Object 내에 기술되어 있다.

Blockchain Layer

RACY 플랫폼 내의 모든 Object는 제한 없이 거래가 가능하다. 모든 거래는 소유주 이전 및 거래에 대한 신뢰성 확보를 위해서 Block Chain의 Smart Contract로 관리된다.

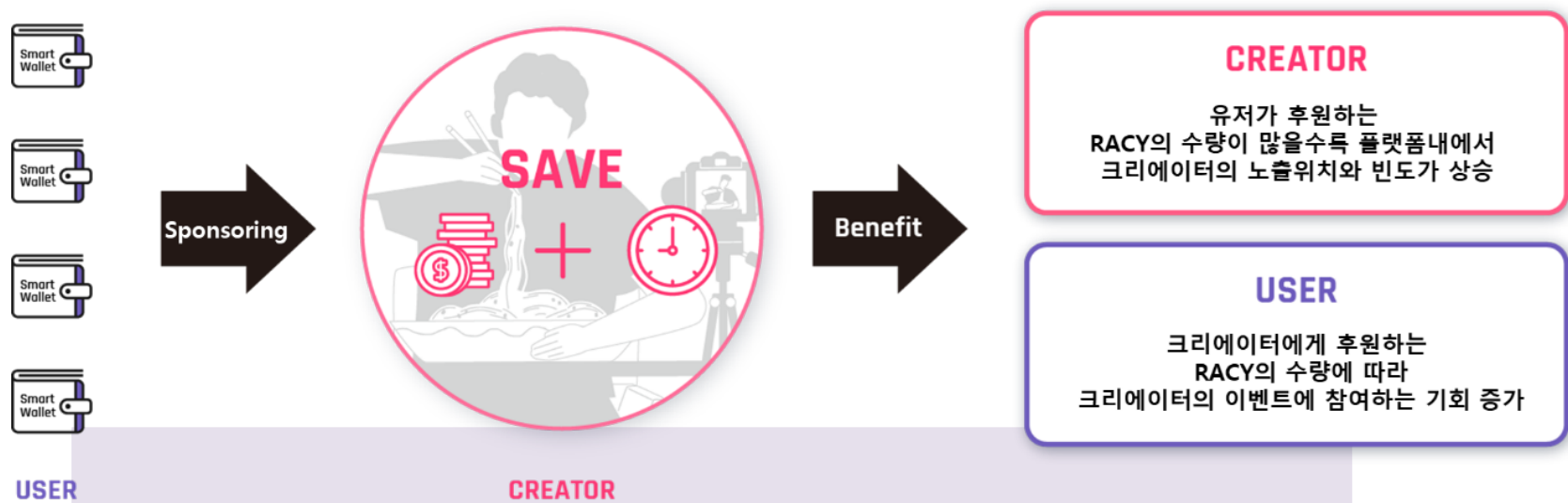
플랫폼 내의 모든 거래에는 Smart Contract의 특성상 수수료 Gas가 발생하게 되는데, 잦은 거래에 대한 수수료를 유저에게 부담시키지 않기 위해 모든 거래는 Private Blockchain을 이용하여 생성되며, 이를 통해 신뢰성 확보와 거래 수수료 절감까지 둘 모두를 확보하는 솔루션을 제공함으로써, 유저가 플랫폼 내에서 안전하고 부담 없는 거래를 할 수 있도록 지원한다.

TOKEN ECOSYSTEM

지금까지 설명한 바와 같이 RACY의 사용처는 크리에이터 콘텐츠를 구독, 다운, 요청할 수 있는 서비스와 디지털 굿즈 판매, 인플루언서 연계 판매, 오픈마켓 등 매우 다양하다.

이외에 팬덤문화의 일환으로 유저가 자신의 크리에이터를 위해 토큰을 거래하거나 사용할 경우 상호이익이 되는 새로운 프로그램을 도입하고자 한다.

1. Sponsoring system



[Figure17: Sponsoring system]

RACY 플랫폼에서는 유저가 자신이 좋아하는 크리에이터를 RACY로 후원하는 시스템을 통해 크리에이터와 유저 상호간 유대를 강화할 수 있는 시스템을 제공한다.

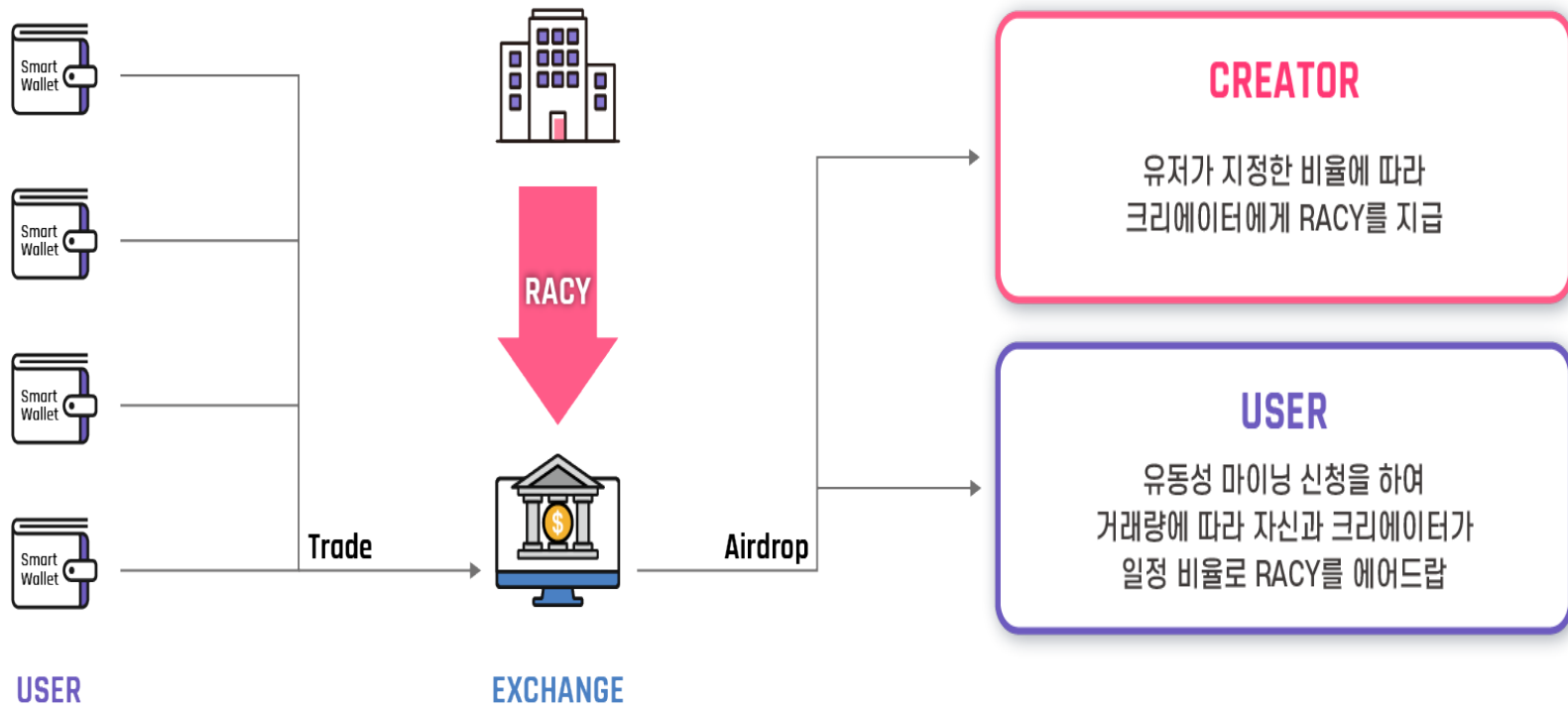
유저가 자신이 좋아하는 크리에이터에게 자신이 보유한 RACY를 후원하면, 후원한 RACY의 수량을 바탕으로 순위를 매겨서 해당 크리에이터의 위치를 상위로 올리거나 노출되는 횟수가 늘어난다.

크리에이터가 많은 팬을 보유할 수록 후원 받는 RACY의 수량은 늘어나게 될 것이며, 상위 노출과 노출 횟수가 늘기 때문에 이는 크리에이터에 수익으로 직결된다. 이를 위해 크리에이터는 자신의 팬을 늘리기 위해 질 좋은 콘텐츠 및 자신의 SNS를 통해 다양한 마케팅으로 팬을 모아야 하며, 후원한 팬들을 위해서는 다양한 이벤트를 제공해야 한다.

따라서, 유저는 자신이 후원한 크리에이터의 다양한 이벤트에 참여할 수 있는 혜택을 얻게 될 것이다.

물론, 크리에이터(인플루언서)가 더 많은 후원을 받기 위해 각종 이벤트를 기획하여 운영할 수 있을 것이다. 그러나 후원에 대한 일괄적 보상 또는 후원금액에 비례하는 보상 이벤트는 '팬심에 의한 후원'이라는 취지에 반하므로 약관에 의해 금지되며, 모니터링에 의해 적발되는 경우 해당 크리에이터(인플루언서)는 플랫폼에서 퇴출될 것이다.

2. Liquidity Mining system



[Figure18: Liquidity Mining system]

유동성 마이닝 시스템은 마케팅의 일환으로 RACY가 상장된 거래소와 계약을 통해 일정한 기간에 따라 RACY를 거래소에 지급하여 거래량이 많은 유저에게 RACY를 에어드랍하는 것으로 유저는 Liquidity Mining을 신청하면 에어드랍을 받을 수 있는 자격이 주어지며, 이때 자신과 크리에이터가 받을 RACY를 일정 비율에 따라 분배하여 받을 수 있는 시스템이다.

이를 통해 유저는 자신이 좋아하는 크리에이터와 함께 에어드랍을 받을 수 있고, 팬덤이 강한 크리에이터는 Liquidity Mining을 많은 사람이 신청할수록 더 많은 에어드랍을 받을 수 있다.

크리에이터에게 지급하는 최소 비율은 10%로 시작되며, 그 이상부터는 유저가 직접 원하는 만큼 정할 수 있다.

에어드랍은 계약된 기간과 수량에 따라 지급 후 자동 종료되며, 이후 일정 시점마다 지속적으로 운영할 예정이다.

이외에 구독 수, 뷰 수, 다운로드 수 등 팬덤이 강할수록 리워드가 크리에이터에게 지급되는 시스템을 지속적으로 만들 예정이다.

TGE PLAN

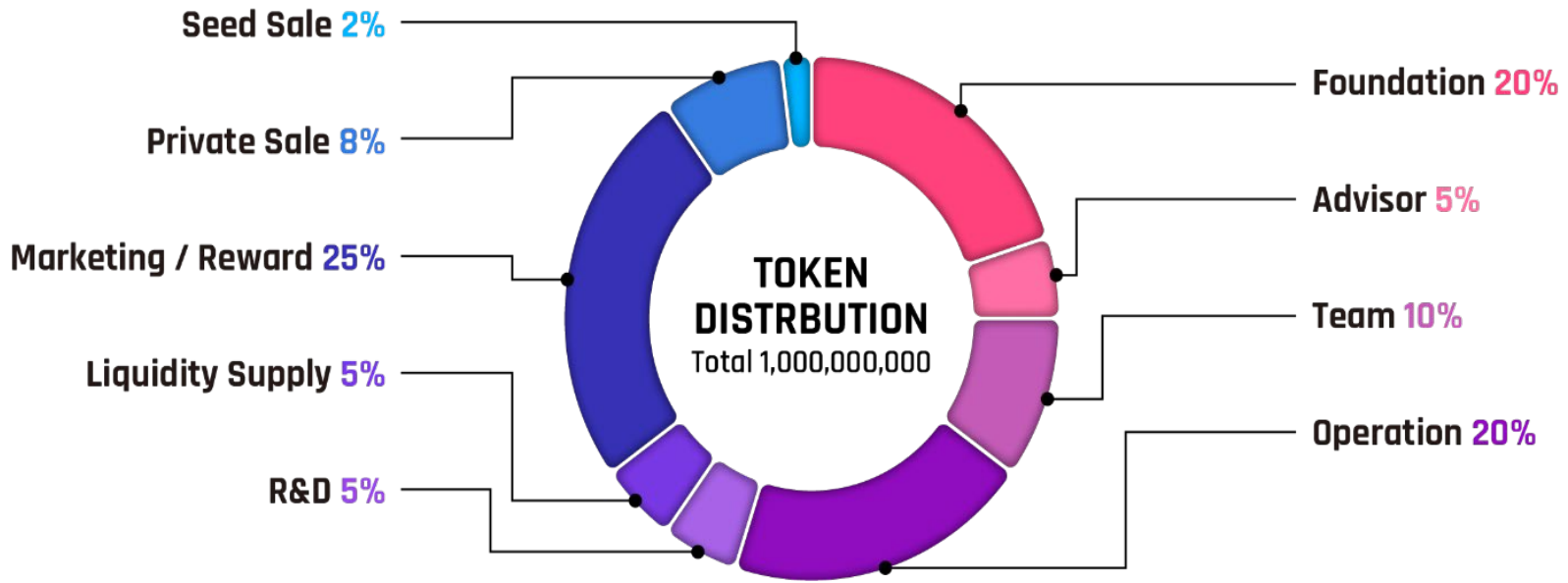
1. Overview

구분	내용
프로젝트명	RACY Platform (Social Media Creator Content Platform)
토큰명(티커)	RACY (RACY)
심볼	
컨셉	팬덤 문화를 기반으로 한 크리에이터, 인플루언서 판매 등 누구나 콘텐츠와 상품을 판매할 수 있는 신개념 소셜미디어 플랫폼 사업
목표	5년내 세계 1위의 소셜미디어 콘텐츠 크리에이터 플랫폼 독자적 지위 구축
프로젝트 기간	2021년 11월부터
발행량(EA)	1,000,000,000
개당 발행금액(USD)	\$0.1
참여수단	BTC / ETH
운영 주체	RACY Ltd.

RACY PLATFORM을 운영하고 참여하는데 핵심적인 역할을 하게 될 RACY는 사전판매와 ICO방식의 판매를 통해 취득할 수 있다. ICO에서 판매되는 RACY는 이더리움 ERC-20 토큰으로 제공되며, 향후 RACY PLATFORM이 런칭되면 플랫폼에서 사용할 수 있으며, 이후 연동되는 비즈니스에도 사용하게 할 예정이다.

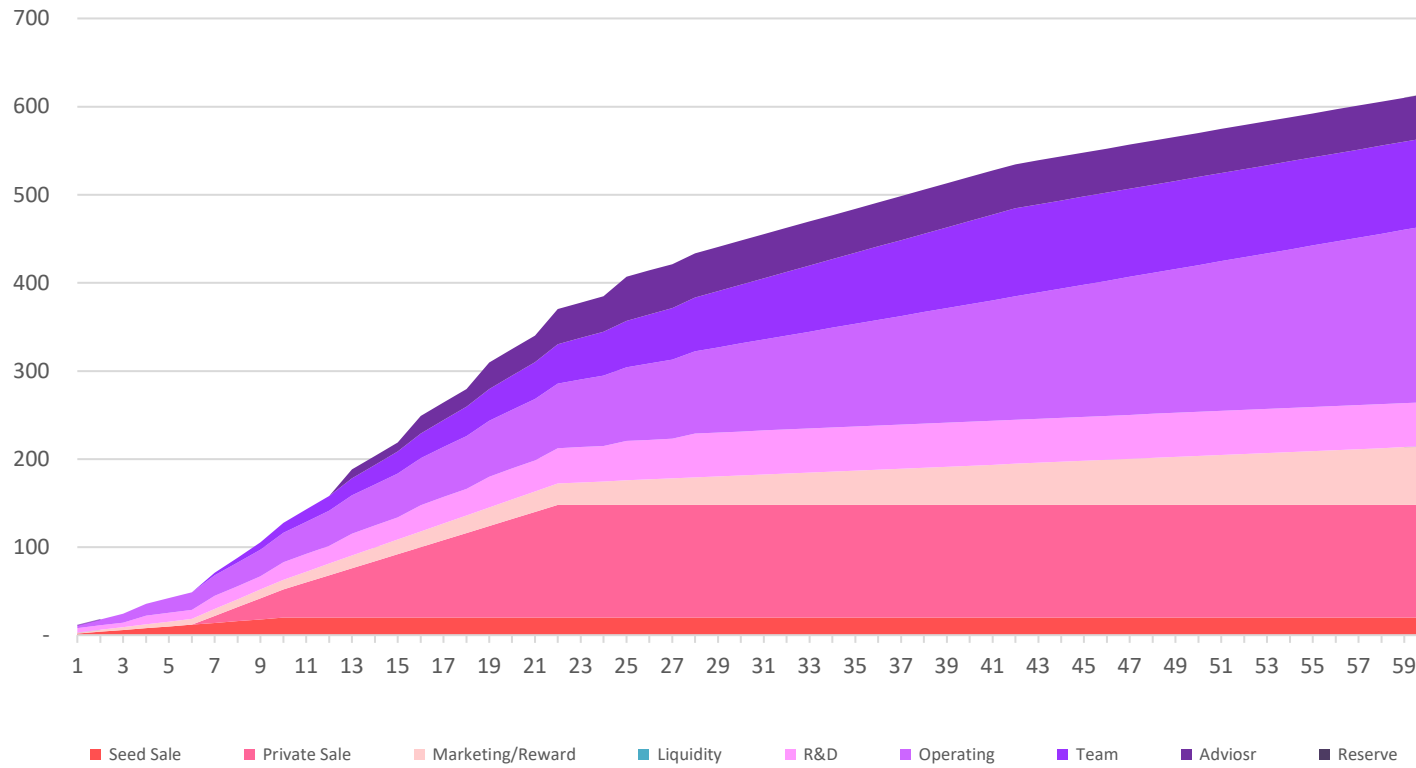
TGE PLAN

2. Token Allocation



구분	배분비율	배정 코인	내용
시드 세일	2%	20,000,000	토큰 배분후 1개월마다 10%씩 락해제
프라이빗세일	8%	80,000,000	토큰 배분후 6개월간 락, 이후 1개월마다 10%씩 락해제
마케팅/리워드	25%	250,000,000	매월 1/180 씩 락해제
유동성 공급	5%	50,000,000	락없음
연구개발	5%	50,000,000	3개월마다 10%씩 락해제
운영	20%	200,000,000	토큰 생태계 유지를 위한 운영비 매월 1/60씩 락해제
팀	10%	100,000,000	6개월간 락, 이후 매월 1/36씩 락해제
어드바이저	5%	50,000,000	1년간 락, 이후 3개월마다 20%씩 락해제
재단보유	20%	200,000,000	3년간 락, 이후 시장상황에 따라 락 정책 재설정
계	100%	1,000,000,000	

TOKEN SUPPLY



3. Roadmap



2021. 4Q

RACY Project 개시
Marketing community 개설
RACY platform white paper 완료
블록체인 기술기반 업무협약 체결
토큰 발행 및 웹사이트 오픈



2022. 1Q

Secret Jenny와 업무협약 체결
VC 투자유치
Private-Sale
RACY platform 1차 개발(소셜미디어, 스테이킹, 유동성 마이닝)
거래소 1차 상장



2022. 2Q

RACY platform 2차 개발(인플루언서, 링크드 걸, 오픈 마켓)
거래소 2차 상장



2022. 3Q

RACY platform 공식 론칭

TEAM & ADVISOR

1. Team



Soenja Lammers
CEO

Senior Manager, Sir Anthony
Ritossa's Global Family Office
Investment Summits
Founder, SensePlay Ltd.
Team Member, Cryptonite
Founder&Designer, EVOLOVE
Founder, Cosmos Smart Fashion
Neuropsychology, Tilburg University



Dale D. Yoon
Creative Team Leader

Producer, Blackbird Interactive,
Producer, Truly Social Games
Producer, Social Point
Consultant, Nerdvox GmbH
Lead Producer, Goodgame Studios
Consultant, Electronic Arts(EA)
Producer, Crytek
Art & Design, Emily Carr University



Christina Timoshenko
Dev. Team Leader



Nikolai Oleshko
Developer



Denis Kolmakov
Developer



Marina Prikhodko
Developer



Darya Ivanova
Creative Team

2. Advisor



Doron Segev

Global Strategic Partnership

Global Shaper, Global Shapers Community
 Co-Founder & COO, Dropsicle, Ambassador, Edmon de Rothschild Foundation (Israel)
 Strategic Partnerships Consultant, Kin Ecosystem
 International Relations and Affairs, Draper University



Jamie Stepanek

Business Development

Business Development & Strategic Partnerships, Google
 Business Development Manager, Samsung SDS
 Strategist, Samsung Electronics
 Account Executive, IBM
 MBA, Northwestern University
 Business Economics, Miami University



Jieun Segal

Digital Marketing & Sales

VP Sales & Marketing, Major Tom
 Senior Account Executive, Sheng Li Digital
 Sponsorship/Partnership Director, LCU Nightlife Promotions
 Sr. Manager, Business Development, Search Engine People
 MBA, British Columbia Institute of Technology



Gabe Greenberg

Advertisement, Media and Marketing

CEO, Octillion Media
 CEO & Co-Founder, GABBCON
 Founder, LA TV & Innovation Week
 Managing Partner & Founder, Creativity By Design
 Marketing, Kellogg Graduate School of Management
 Applied Science, The College of New Jersey



Amelia Zheng

Corporate FX & Global Payment

National Account Manager / Canada & China Specialist, Western Union
 Founder, The Guild CN
 Key Account Director, Ebury
 Director, Coinsquare Wealth
 Commercial & Contracts Manger, FTG
 Business Law, Universite de Montreal
 International Business Law, East China University