

Celeb
White Paper

Introduction

셀럽은 전세계 브랜드와 셀럽이 직접 연결되는 마케팅 플랫폼이다.

인터넷의 발달과 스마트폰의 보급 및 소셜 미디어의 저변확대로 마케팅 환경은 급변하고 있으며 레거시 미디어를 통한 일방향 정보제공에서 소셜 미디어를 통한 양방향 소통으로 미디어 전략이 수정되고 있다.

특히 인터넷 상에서 많은 구독자를 기반으로 영향력을 발휘하는 셀럽의 등장으로 브랜드는 그들의 채널에 주목하게 되었다.

소비자들은 셀럽이 직접 경험하고 추천하는 제품이나 서비스를 신뢰하는 경향이 있기 때문이다.

이러한 이유로 많은 브랜드가 제품홍보를 위해 셀럽과의 공동 마케팅 캠페인을 전개하고 있으며 그 비중을 계속 높여가고 있는 추세다. 또한 '셀럽 마케팅' 산업이 성장함에 따라 다양한 시장의 문제점과 개선사항이 요구되고 있다.

광고주가 브랜드 캠페인을 진행하기 위해서는 셀럽 모집과 광고 집행 관리에 많은 시간과 인원이 투입되는 것이 현실이다.

효율성을 높이기 위해 셀럽을 관리하는 멀티채널네트워크(MCN)나 복수의 광고대행사가 개입하게 되었으나 이는 광고주의 비용 부담으로 이어졌으며, 셀럽은 상대적으로 보상폭이 축소되는 불합리한 비용구조가 형성되었다.

또한 광고비 책정 시 셀럽의 영향력에 대한 신뢰할 수 있는 데이터 부재의 문제가 대두되었다.

즉, 광고 캠페인을 진행하기 위한 보상 기준이 팔로우수를 기준으로 이루어지고 있는데 이는 캠페인 기여 분석 및 홍보 유효성에 대한 객관적인 데이터 자료가 불충분하기 때문이다. 이와 함께 일부 부정행위(가짜 좋아요, 팔로우수, 댓글 조작 등)를 통해 캠페인 효과를 인위적으로 조작하는 등 바이럴 마케팅의 순기능보다는 부정적인 요소로 신뢰성에 대한 의구심이 생기게 된 것이다.

상기에 지적한 문제점을 요약하면 “과도한 중개수수료로 인한 비용 부담, 신뢰할 수 있는 데이터의 부재로 인하여 효율적인 수익분배의 문제, 광고 캠페인의 유효성 검증” 등이 해결해야 할 문제이다.

셀럽은 이러한 문제점들을 해결하기 위해 블록체인 기술을 응용하여 생태계 구성원인 브랜드와 셀럽이 직접 연결되어 보상 합의가 합리적으로 이루어지고, 활동 데이터를 블록에 기록하며 신뢰할 수 있는 데이터를 기반으로 기여도를 측정하여 합리적인 광고비 집행이 이루어지도록 효율성을 극대화하는 탈 중앙화 된 플랫폼을 지향한다..





Contents

1. 마켓 인사이트
2. 셀럽 마케팅의 문제점.
 - 2.1 복수의 중개인 개입에 따른 비용증가
 - 2.2 영향력 평가 방식의 한계
 - 2.3 신뢰할 수 있는 데이터의 부재
- 3 셀럽 솔루션
 - 3.1 셀럽 개발.
 - 3.2 플랫폼 설명
 - 1) 광고주와 셀럽을 직접연결
 - 2) 데이터 분석 기반 영향력 검증 시스템
 - 3) 블록체인 기반 정산 자동화 솔루션
4. 토큰 경제
 - 4.1 토큰의 용도 및 정의
 - 4.2 리워드 통화
 - 4.3 리워드 종류
 - 4.4 스테이킹 모델 구조적 설계
 - 4.5 토큰 구매 방법
 - 4.6 리워드 지급을 위한 스마트 컨트랙트
 - 4.7 기여도와 캠페인 효과 측정 방법
 - 4.8 보너스 리워드 계산
5. 토큰분배 계획



6. 로드맵

7. 파트너

8. 면책조항

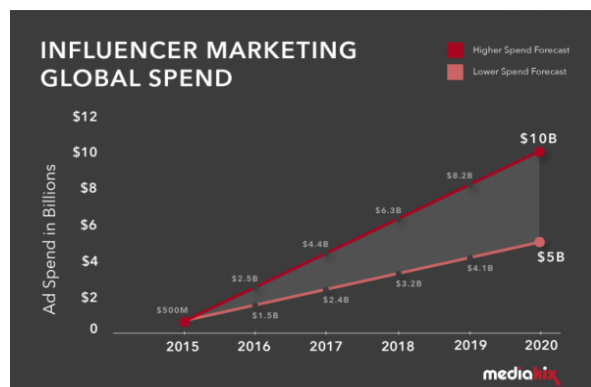
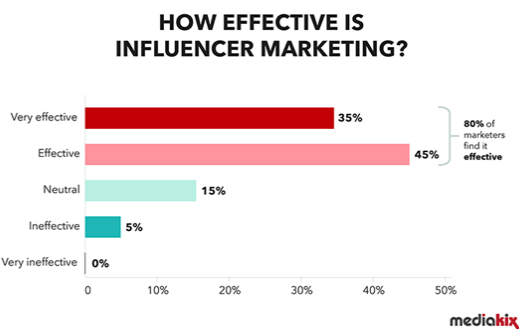


1. 마켓 인사이트

일반적으로 우리는 과거에 물건을 사기 위해 TV, 라디오, 신문등을 통해 정보를 얻고, 오프라인 매장을 방문하여 제품을 구입했었다. 하지만 기술의 발달로 인터넷이 전세계에 보급되면서 PC, 모바일을 통해 제품 구매에 필요한 정보와 노출 된 광고를 통해 온라인상에서 각국의 제품을 구매 할 수 있게 되었다. 더 나아가 지금은 각 종 온디멘드 서비스를 통해 온라인과 오프라인 연계된 오투오 서비스를 경험하며 언제 어디서나 제품을 구매할 수 있는 마켓 환경으로 오프라인 시장에서 온라인 시장으로 패러다임 시프트가 되었다.

미디어 환경은 TV, 신문으로 대표되는 레거시 미디어를 통한 일방향 정보제공에서 포털 사이트, 메타 서비스 검색을 통한 적극적인 정보 취득단계, 소셜 네트워킹서비스(SNS), 영상 미디어를 통해 개인에 의한 다양한 정보 송출과 댓글을 통한 정보의 양방향 소통이 활발해지는 단계로 진화해 왔다. 온라인 상에 영향력 있는 셀럽 혹은 인플루언서들이 소비자의 관점에서 제품의 사용 후기와 정보를 전달하는 형태로 전달하는 유익한 정보는 레거시 미디어를 통한 바이럴보다 효과가 높아지는 시대로 접어들면서 마케팅 기법은 멀티 채널 기법을 사용하고 있으며 이중 소비자 신뢰를 획득하기 위해 셀럽을 통한 정보제공의 형태도 큰폭으로 증가하고 있는 추세이다.

미디어 키스(MEDIA KIX)에 따르면, 인플루언서 광고 시장은 2017 년 5 조원에서 2020 년 10 조원 규모로 성장할 것으로 전망했으며, 마케팅 예산을 가진 브랜드 담당자의 약 60%가 전년 대비 인플루언서 마케팅 예산을 늘리고 있다고 답했다. 셀럽이 추천하는 마케팅은 이제 가장 빠른 고객 확보 전략으로 각광받고 있음을 알 수 있으며, 브랜드 마케터의 80% 이상이 인플루언서 마케팅이 효과적이라고 답변했다.



<2019 미디어키스 발췌>



하나의 사례로 스마트폰 제조사는 지난 2020년 2월 출시한 갤럭시 Z 플립 스마트폰을 전문 유튜버 잇섭(ITSUB)을 통해 제품홍보를 진행했으며, 출시 예정인 S20 스마트폰도 인스타그램 유명 인플루언서 6명을 통해 체험기를 홍보하는 마케팅을 진행하였다.

과거에는 디지털 전문매장, TV 광고를 통해 전파된 정보가 사용자의 직접 체험 콘텐츠를 통해 전개되고 있는 것이다.이러한 경향은 유명 인플루언서들의 사용 경험 공유가 소비자들에게 신뢰를 얻고있으며 구매결정에 큰 영향력으로 작용하는 것을 확인 할 수 있다.



2. 셀럽 마케팅의 문제점.

2.1 복수의 중개인 개입에 따른 비용증가

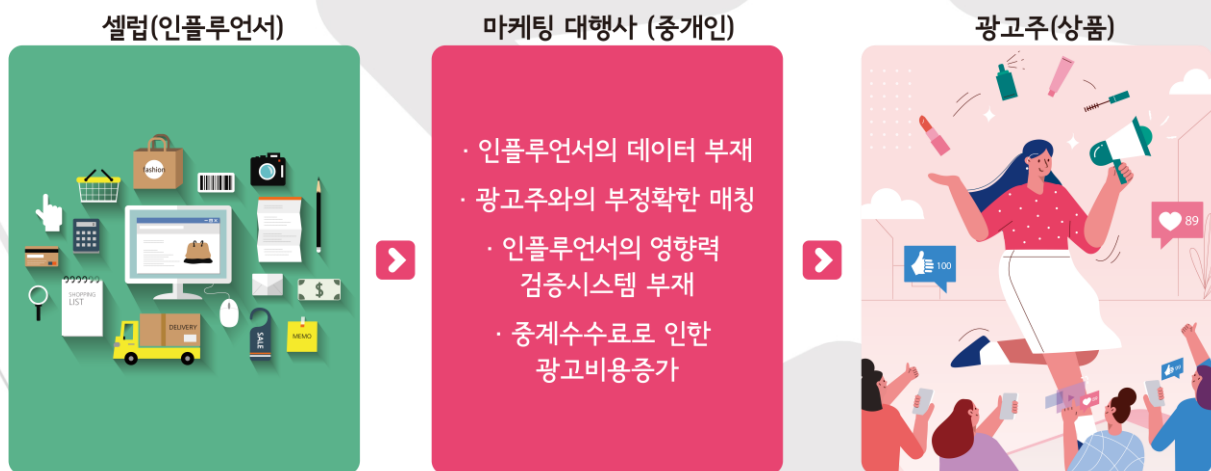
브랜드는 인플루언서 마케팅이 새롭게 등장하면서 예산을 일정부분 할애하고 있으며, 그 예산도 매년 증가 추세에 있다.

광고주는 브랜드에 어울리는 적합한 셀럽을 찾기 원하고, 셀럽 또한 브랜드와 연결되기를 원 하지만 직접 만나는 것은 물리적으로 쉽지않은 것이 현실이다.

캠페인을 집행하기 위해서는 셀럽 검색과 다이렉트 메시지로 연락, 조건 협의 등 캠페인 관리에 마이크로 매니징을 필요로 하며 캠페인 준비와 집행에 많은 시간과 인력이 투입되는 비효율적 구조다. 따라서 광고주와 셀럽을 연결하는 중개인 역할이 필요하게 되었고, 브랜드와 협업 중인 광고 대행사 혹은 엠씨엔(중개인)이 그 역할을 대체하게 되었다.

그러나 셀럽 섭외와 협의하는 과정에서 업무 효율을 위해 이 중, 삼중의 엠씨엔과 셀럽 커뮤니티를 자체운영 운영하는 매체를 통해 셀럽을 섭외하고 있는 실정이다. 여 기서 말하는 '중개인'은 복수의 이해 관계자가 개입되는 구조를 말한다. 이로 인한 수수료 등 비용이 가중되 어 캠페인 비용이 증가되고 있으며, 수수료가 포함된 셀럽 보상비용은 과도한 비용 청구로 오해 받고 있는 등의 문제점도 발생하고 있다.

이렇듯 바이럴 마케팅 시장이 성장하면서, 셀럽과 광고주간 직접연결 될 수 있는 매개체(플랫폼)에 대한 필요성이 대두되고 있다.

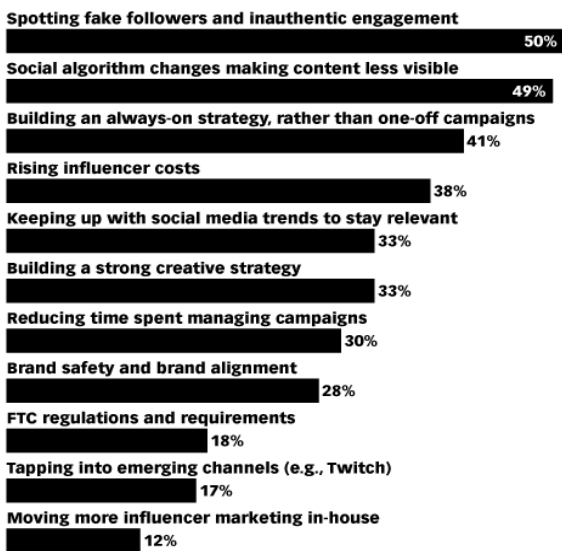


2.2 셀럽 영향력 평가 방식의 한계

광고주는 셀럽의 소셜네트워킹서비스(SNS) 팔로워 수 높고 낮음에 따라 광고 캠페인에 미치는 영향력이 다르다고 판단하여, 팔로워 수가 많은 셀럽을 선호한다. 따라서 팔로워 수가 많은 셀럽들은 광고주에게 더 큰 경제적 보상을 요청하고 있으며, 리워드 금액 산정 기준이 되어 버렸다.

팔로워 수가 셀럽 선택의 기준이 되며, 셀럽들은 소셜네트워킹서비스(SNS) 팔로워 수를 중요하게 생각한다.

Leading Influencer Marketing Challenges According to US Marketers, Jan 2019
% of respondents



Source: Mediakix, "Influencer Marketing 2019," Feb 14, 2019
245641 www.eMarketer.com

이렇게 팔로워 수가 경제적 보상의 기준이 되면서, 팔로워 수를 의도적으로 늘리기 위해 "가짜 팔로워, 가짜 계정, 댓글, 좋아요" 등을 조작하는 부정 행위가 생기기 시작했고, 유명 셀럽들조차도 가짜 팔로워로 자신의 팔로워 수를 늘리고 있는 실정이다.

광고주들은 셀럽들에게 비싼 비용을 지불하면서도 팔로워에 대한 신뢰성 검증의 한계로 인하여 광고 캠페인의 유효성을 확인하기가 어려워 지고 있다.

심지어, 팔로워수를 인위적으로 만들어주는 웹사이트까지 생겨나기 시작하며, 셀럽들의 팔로워수에 대한 진위성 여부까지 대두되고 있다. 인플루언서 마케팅 데이터 업체인 포인트 노스 그룹



Devumi | TWITTER | YOUTUBE | SOUNDCLOUD | ALL SERVICES | Log in | ORDER NOW

Buy Twitter Followers Now

It's the easiest foolproof way to get active followers, period.

500+ Followers	1,000+ Followers	2,500+ Followers	5,000+ Followers
\$10	\$17	\$29	\$49
Delivered in 1-2 Days	Delivered in 2-3 Days	Delivered in 5-7 Days	Delivered in 10-14 Day
Active & High Quality	Active & High Quality	Active & High Quality	Active & High Quality
Order Now	Order Now	Order Now	Order Now

100% Risk-Free! | 1-Year Retention Guarantee

VISA | MASTERCARD | DISCOVER | AMERICAN EXPRESS | PAYPAL | CREDIT CARDS | BITCOIN

Devumi 사이트 [사진= 데뷰미 사이트 캡처]

인플루언서 마케팅 허브에 따르면 조사 대상 마케팅 담당자의 63%가 캠페인을 집행하면서 인플루언서가 제공한 정보에 허수를 경험했다고 응답했다.

이런 문제점들을 해결하기 위해서는 투명하고 신뢰할 수 있는 “셀럽의 영향력”에 대한 유효성 검증을 할 수 있어야 된다.

2.3 신뢰할 수 있는 데이터의 부재

광고주는 셀럽과 직접계약 혹은 마케팅 대행사를 통한 간접계약을 하게 된다.

하지만, 셀럽에 대한 영향력 을 평가 할 수 있는 기준점이 없어 광고 캠페인 효과에 대한 이슈가 발생한다. 즉, 셀럽의 영향력을 판단할 만한 데이터가 없어 “팔로워 수”, “좋아요”, “댓글” 등의 제한적인 데이터만으로 광고 캠페인의 마케팅 효과를 판단해야 한다.

따라서 광고주에게 제품의 판매 혹은 마케팅 목적에 부합되지 않는 셀럽이 매칭되거나 기대한 만큼의 성과가 나오지 않을 가능성도 있다. 즉, 광고주는 셀럽 마케팅을 진행하면서 셀럽의 영향력을 확인할 수 없는 상황에서 제한적인 데이터를 통 해서 광고비용을 지출해야 하며, 마케팅 대행사(중개인)를 통해서 마케팅을 진행했다면, 추가적인 마케팅 대행사(중개인) 비용까지 발생하게 된다.

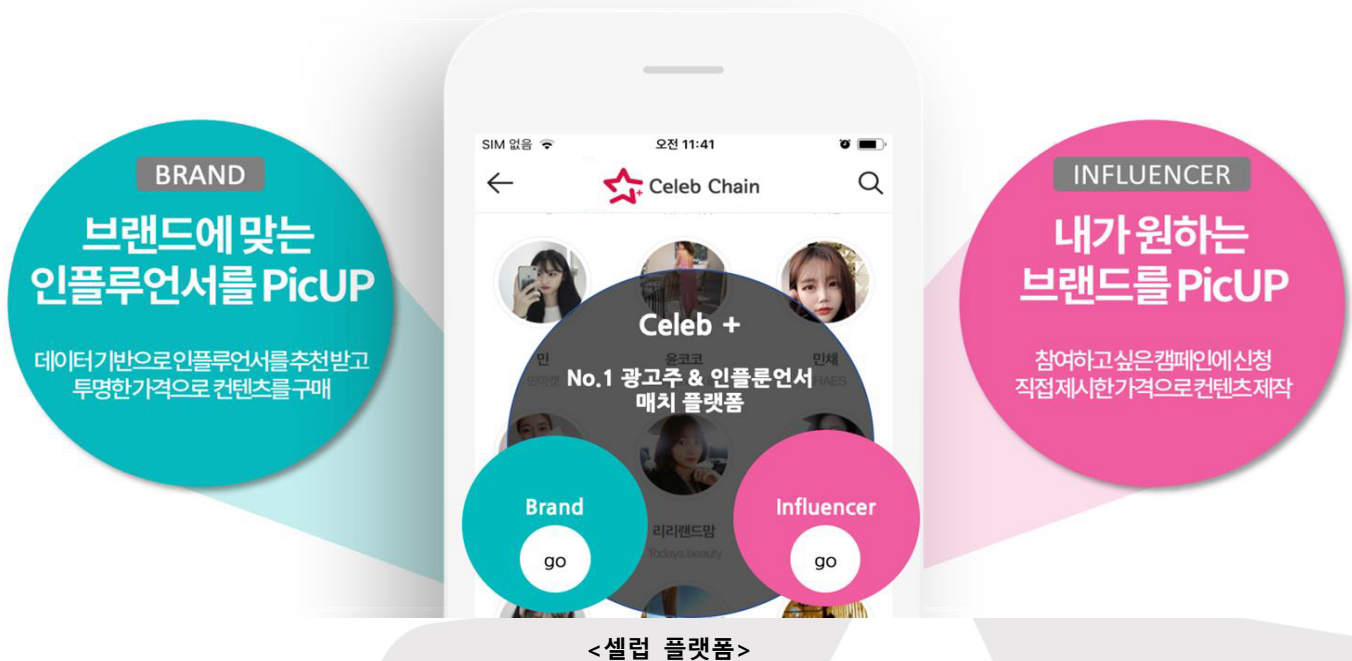
한편, 셀럽 입장에서는 자신의 영향력을 입증할 만한 데이터가 없다 보니 마케팅 성과에 따른 합리적인 보상을 요구할 수 있는 근거가 없으며, 마케팅 대행사(중개인)를 통해서 마케팅을 진행했다면, 마케팅 대행사(중개인)와 수익을 나누기 때문에 셀럽은 기여도에 못미치는 보상을 받을 수 밖에 없는 것이 현실이다.

현재의 셀럽(인플루언서) 마케팅은 신뢰할 수 있는 데이터의 부재로 인해 광고주, 셀럽(인플루언서), 소비자 모두가 피해를 볼 수 있는 부정적인 요소가 점점 더 커지고 있다. 코트라는 2017년 20억 달러에 불과했던 글로벌 인플루언서 마케팅 시장 규모는 2020년 최대 100억 달러로 다섯 배 이상 커질 것으로 예측했다. 시장은 빠른 속도로 성장하고 있지만, 정작 그에 맞는 “데이터 플랫폼”과 구성원들간의 합리적이고 효율적인 “커뮤니케이션”은 아직 부진한 상황이다.

3. 셀럽 솔루션

셀럽은 광고주와 셀럽을 위한 탈중앙화 된 마케팅 플랫폼이다.

셀럽은 플랫폼을 통해서 전세계의 광고주와 소셜네트워킹서비스 (SNS) 상에서 영향력 있는 셀럽이 직접 연결되고 브랜드 광고 캠페인을 의뢰할 수 있다. 사전 합의된 보상은 조건을 충족했을 시 지불된다. 광고 캠페인을 이행한 기록은 트래킹된 데이터로 신뢰할 수 있는 결과를 바탕으로 광고비가 집행되며 활동 성과에 따른 보상 체계를 갖는 것이 특징이다.



<셀럽 플랫폼>

• 셀럽회원

:정의- 셀럽회원이란 SNS 상에서 다양한 콘텐츠를 통해 큰 인지도를 자산으로 활동하는 사람. 연예인, 인플루언서, 유튜버, 크리에이터, 인스타그램머 등을 모두 포괄한 개념으로 '셀럽회원'을 정의한다.

- 광고 캠페인에 참여하기 위해서는 셀럽에 셀럽회원 가입 후 본인이 운영하는 SNS 계정을 커넥팅해야 한다.

- 캠페인 리스트에서 참여할 캠페인을 확인한 후, 공모에 참여하거나 브랜드로부터 직접 의뢰를 받을 수 있다. 제안은 수락 혹은 거절(다른 셀럽에게 양보)할 수 있다.

- 캠페인에 참여하는 셀럽은 샘플을 받아 체험하고 광고캠페인 미션을 수행한다.
- 셀럽은 캠페인 기여도에 의해 광고 캠페인에 대한 기본보상과 보너스를 차등 지급 받는다.
- 누적된 캠페인 기여도가 높을 시 플랫폼은 컨트랙트 기반으로 셀럽을 브랜드에게 추천할 수 있다.

· 광고주 회원

:정의- 브랜드를 보유하고 있거나 라이선스 등 영업권을 보유한 기업 및 개인회원으로 정의한다. 셀럽을 통해 브랜드 마케팅을 검토하는 모든 기업을 대상으로 한다.

- 브랜드 광고주는 기업회원 등록 후, 플랫폼 승인을 받아야 한다.
- 대시보드 상에 캠페인 정보를 등록한다.
- 기본보상과 보너스 보상을 기입해야하며, 이때 토큰을 보유하고 있어야 한다.
- 캠페인을 공모를 통해 셀럽을 모집하거나 선택형으로 셀럽에게 캠페인 참여를 의뢰할 수도 있다.

· 소비자

:정의- 본 플랫폼은 브랜드와 셀럽을 연결하기 위한 마케팅 플랫폼으로 비투비 (B2B) 사업이다. 소비자는 해당 사이트에 회원가입할 수 없으며, 셀럽의 SNS 를 통해 정보를 전달 받는 자로 정의한다. 또한 셀럽이 발행한 광고 캠페인 포스팅을 통해 좋아요, 댓글, 사이트 방문, 구매 등 반응하는 사람을 말한다.

· 셀럽

:정의- 셀럽은 마케팅 플랫폼 서비스명이며 플랫폼 개발, 운영 주체이다.

- 플랫폼 내에서 광고주와 셀럽의 연결이 원활 할 수 있도록 기능을 개발 및 제공한다.
- 플랫폼의 전체적인 데이터베이스를 관리 및 백업을 담당한다.
- 신뢰할 수 있는 데이터를 제공하기 위해 데이터를 추적, 수집 및 분석하고 가공하여 회원에게 제공한다.

셀럽 플랫폼은 복수의 중개인의 개입 없이 캠페인 집행 관리가 되도록 기능을 제공한다. 이로 인해 광고 캠페인 비용과 시간을 절감할 수 있다. 독자적인 보상체계를 설정하여 캠페인 기여도에 따라 광고 비를 지출할 수 있게 한다.

보너스 보상은 트랜잭션 기반으로 산출되며, 스마트 컨트랙트를 통해 토큰으로 자동 정산되는 시스템을 제공한다. 즉, 객관화 된 데이터를 통해 광고주와 셀럽은 보상 조건을 합의하고 캠페인 진행 결과를 실시간으로 모니터링할 수 있는 리포트를 제공한다.

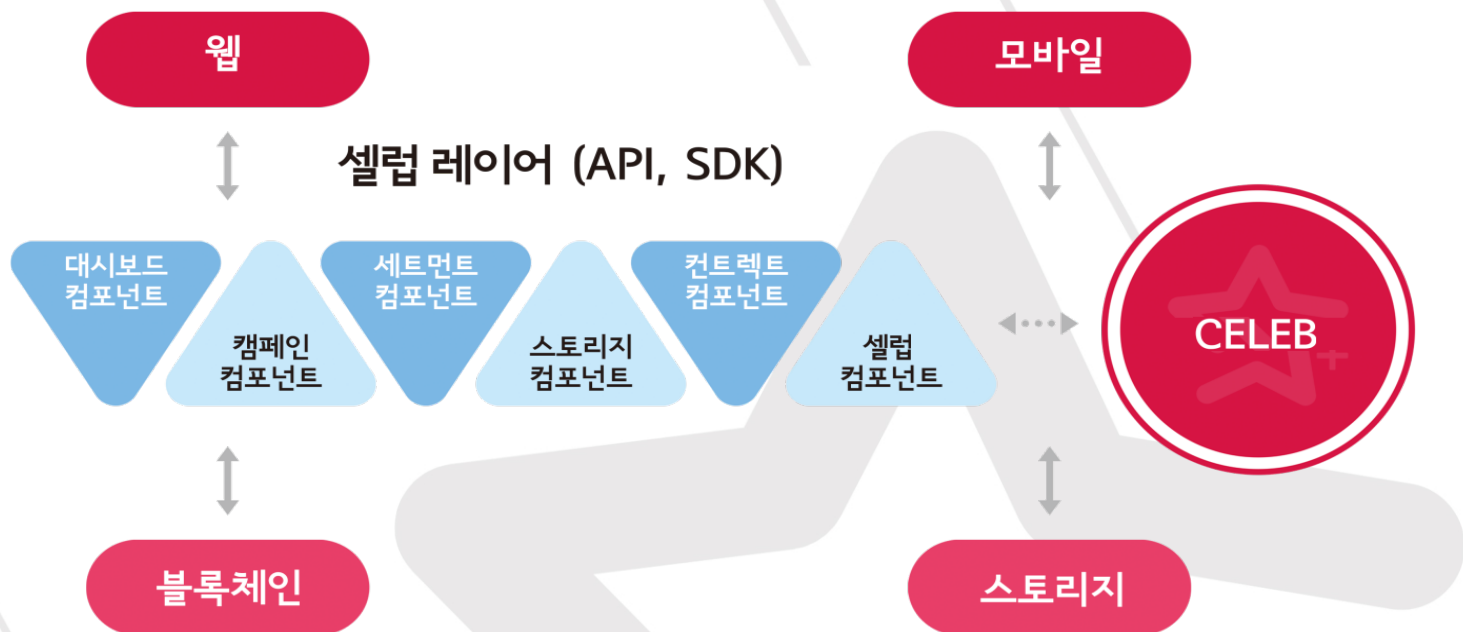
또한 본 플랫폼은 그 동안 복수 중개인의 개입으로 인하여 발생하는 비용증가의 문제, 신뢰 데이터 부재로 인한 불합리한 광고비 지출 문제 등을 개선하기 위해 블록체인 기술과 데이터 분석 기술을 응용해 합의 프로세스의 온라인화, 캠페인 기여도 측정, 정산자동화, 통계분석 기능을 제공함으로써 모두가 윈-윈 할 수 있는 생태계 구축을 목표로 한다.



3.1 셀럽 개발.

셀럽은 이더리움 블록체인 플랫폼을 베이스로 하이브리드 방식으로 개발된다. 사용자 인터페이스, 비즈니스 로직은 오프체인 방식으로 구축되며, 캠페인, 정산 로직 등 투명성과 신뢰가 요구되는 영역은 셀럽 스마트 컨트랙트를 통해 온체인으로 구축된다. 블록체인 플랫폼은 추후 셀럽의 기술적 요구사항에 의해 다른 플랫폼으로 변경될 수 있다.

1) 모듈 구성



셀럽 플랫폼은 블록체인을 기반으로 하며 토큰의 순환과 관련된 모든 프로세스가 대시보드, 캠페인, 정산, 스토리지 컴포넌트 및 셀럽 컨트랙트를 통해 스마트 컨트랙트 기반으로 실행된다. 또한, 광고 및 이커머스 플랫폼 등 타 시스템 연계를 위한 에이피아이, 캠페인 등록 후 최종 정산까지의 이력을 추적하기 위한 트래킹 시스템, 셀럽 활성화를 위한 에스디케이, 지갑 등의 모듈로 구성된다.

2) 아키텍처

셀럽 플랫폼은 크게 사용자 인터페이스를 담당하는 어플리케이션 레이어, 데이터 가공 및 블록체인 네트워크와 연결을 담당하는 분산 비즈니스 레이어, 데이터 저장과 블록체인 영역인 코어 레이어로 구성된다.

어플리케이션 레이어

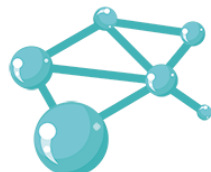


D-커머스 서비스 레이어



데이터 라우터

코어 레이어



거래정보 & 스마트 컨트랙트

암호화 된 레퍼런스 데이터

데이터 데이터 데이터 데이터

- 어플리케이션 레이어

셀럽의 다양한 데이터를 시각화하여 제공하는 영역이다. 인플루언서, 광고주, 관리자 그룹으로 나누어 접근이 가능하고 각 참여 주체별 최적화된 인터페이스를 제공한다.

회원관리, 캠페인 등록 및 참여, 인플루언서 매칭, 통계분석 리포팅 조회 및 정산 등 기본적인 기능들이 제공되며, Celeb 생태계에 참여하는 다양한 서비스 제공자들의 서비스들이 연결되어 제공된다. 각 서비스에서 발생한 거래, 활동 데이터는 비즈니스레이어를 거쳐 스토리지 및 블록체인 네트워크에 기록되게 된다. 또한, 셀럽 팀은 자체적으로 지갑, 셀럽 데이터 익스플로러 등 셀럽을 이용한 다양한

서비스를 개발할 뿐 아니라 다른 참여자들이 관련 서비스를 손쉽게 이용할 수 있도록 에이피아이, 에스디케이 를 지원한다. 셀럽 생태계는 이러한 에이피아이, 에스디케이를 이용하여 개발자들과 생태계 참여자들에게 셀럽 데이터에 대한 접근 및 이를 활용하여 셀럽 생태계를 풍족하게 하는 서비스들을 제작할 기회를 제공한다.

- 분산 비즈니스 레이어

셀럽플랫폼의 각종 데이터를 가공하고 블록체인 네트워크에 연결하는 역할을 한다. 추후 셀럽 블록체인 네트워크가 구성되면, 트랜잭션처리, 데이터 필터링 등을 통해 블록체인 네트워크의 부하를 효율적으로 컨트롤하는 역할을 담당한다. 또한, 다양한 써드파티 블록체인 서비스들과 연동하기 위한 에이피아이를 개발하고 에스디케이 형태로 제공하여, 셀럽 생태계에서 다양한 서비스들이 효율적으로 개발될 수 있도록 지원한다.

분산 비즈니스 레이어를 구성하는 주요 컴포넌트는 다음과 같다.

- 대시보드 컴포넌트

진행중인 캠페인 노출, 캠페인 성과 분석 등 데이터를 시각화하여 사용자 인터페이스를 직관적으로 제공한다.

- 캠페인 컴포넌트

광고주의 캠페인 등록부터 인플루언서가 참여하고 사용자들의 반응 및 캠페인 종료시까지 캠페인의 전체 라이프사이클 데이터를 관리하고 기록한다.

- 셋들먼트 컴포넌트

캠페인 종료 후 협의된 비율에 따라 정산 처리한다. 캠페인 참여 및 미션을 완료한 인플루언서는 화폐로 기본 보상을 지급받는다. 캠페인 성과 분석 및 기여도에 따른 보너스 보상은 토큰으로 지급한다. 이후, 셀럽 팀은 생태계 참여와 활성화를 위해 다양한 보상 시스템을 개발하고 운영할 계획이다.

- 렉 / 어스 컴포넌트

셀럽에 참여하고자 하는 구성원들의 신원 인증을 거쳐 가입을 처리한다. 특히, 인플루언서의 경우 등록된 소셜 채널 정보를 바탕으로 영향력 지수 등을 산정하고 온라인상의 정보와 일치하는지 체크한다.

• 코어 레이어

셀럽 생태계 참여자들의 활동 정보와 트랜잭션 정보가 기록되는 영역이다. 캠페인의 생성부터 광고주와 인플루언서 간의 딜 정보, 인플루언서 영향력과 같은 참여자들의 정보 등은 민감하고 중요한 정보이므로, 블록체인 네트워크에 저장하여 위변조의 위험이나 중앙서버의 장애로 인한 데이터 손실이 안되도록 관리되어야 한다. 초기에 셀럽 생태계를 유지하는 기반 데이터들은 퍼블릭 네트워크 상에 기록되지만, 향후 사이드 체인 등을 활용하여 독자적인 셀럽 네트워크 망에서 관리하는 것을 목표로 한다.

3.2 셀럽 플랫폼 설명

1) 광고주와 셀럽을 직접 연결

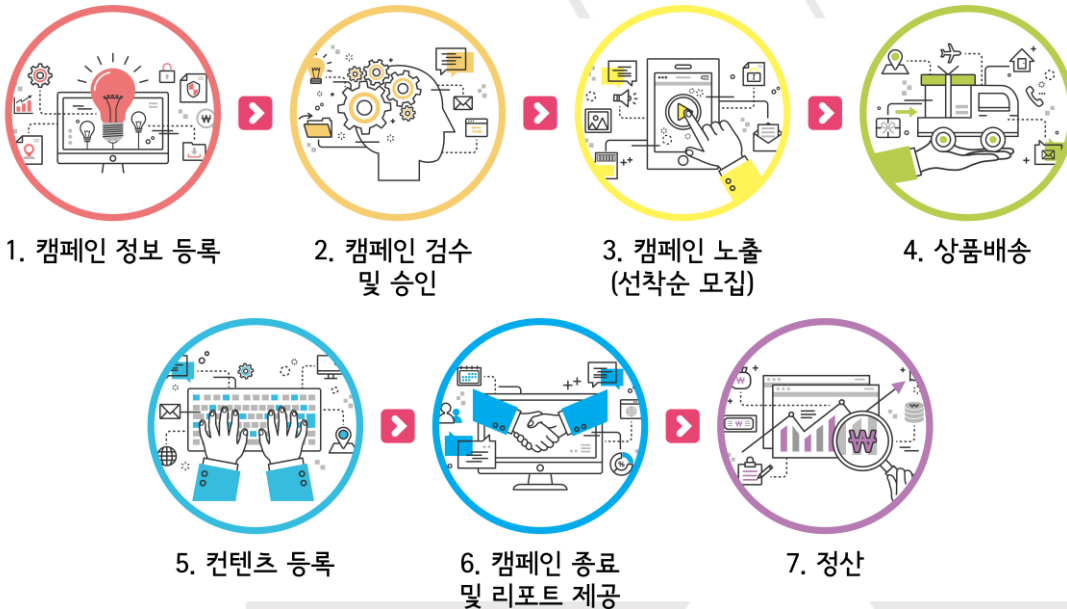


셀럽이 중개인 개입을 없애고 광고주와 셀럽을 직접 연결과 계약을 지원하는 플랫폼이다

셀럽은 크게 2 가지 방식으로 광고 캠페인을 진행 한다.

첫째, 공모형 캠페인

광고주가 캠페인 정보를 플랫폼에 등록하면, 검수 후 셀럽에게 캠페인이 노출(선착순 모집) 된다. 선택된 셀럽은 캠페인 미션에 따라 콘텐츠를 제작하고 개인 SNS 에 포스팅 하면 된다. 캠페인 기간이 종료되면, 광고주와 셀럽에게 리포트를 제공하며, 리포트 결과를 바탕으로 정산된다.



<공모형 광고 캠페인>

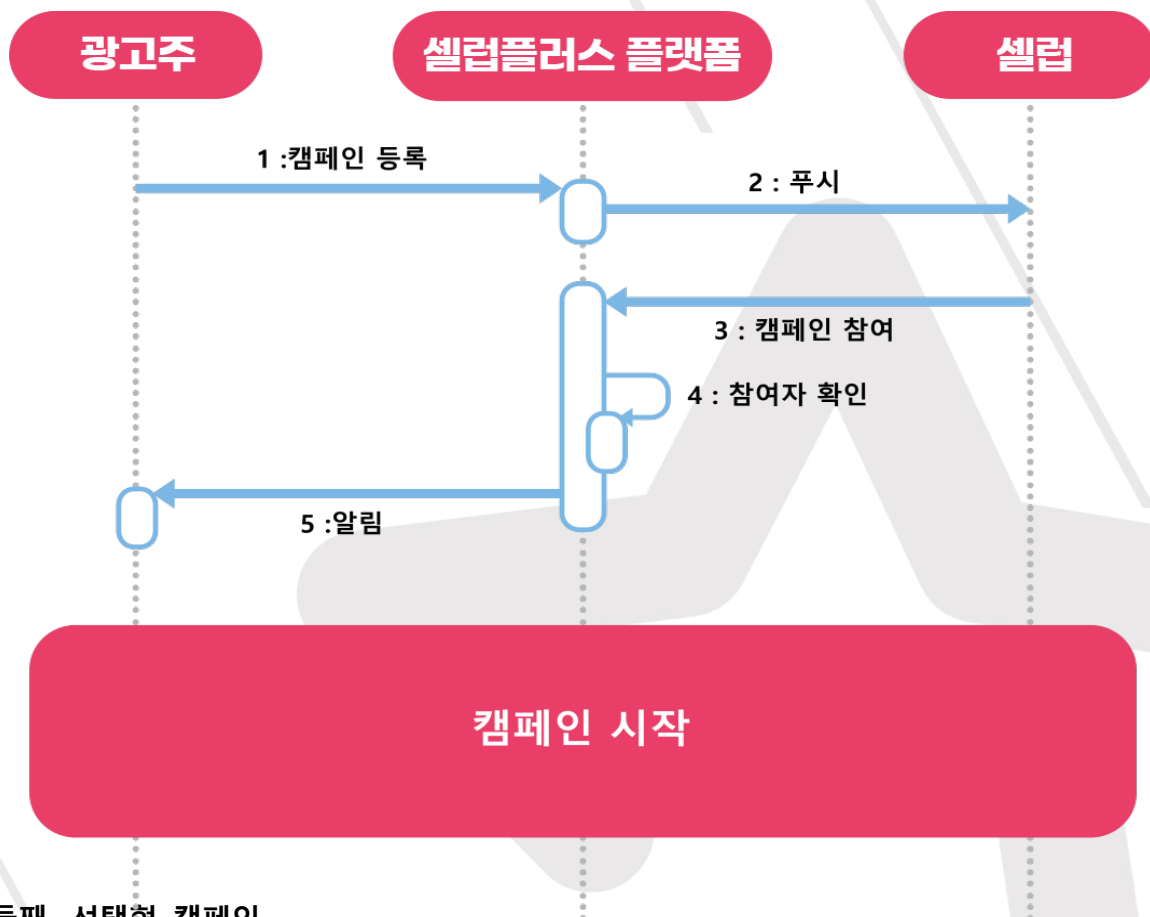
- 공모형 캠페인 워크 플로우

공모형 캠페인은 선착순 방식이기 때문에 캠페인 등록과 동시에 빠르게 인플루언서 매칭이 이뤄질 수 있는 장점이 있는 반면, 캠페인 성격(브랜드, 제품, 광고주 등)과 맞지

많은 인플루언서가 참여할 확률도 있다. 브랜드의 이미지 보다는 많은 인플루언서가 참여해서 홍보가 이뤄질 수 있는 캠페인에 유리하다

- 1) 광고주가 공모형(선착순) 캠페인을 등록한다.
- 2) 인플루언서에게 신규 캠페인을 등록되었음을 알리는 푸시가 발송된다.
- 3) 인플루언서는 공모형 캠페인의 브랜드와 미션을 확인하고 응모한다.
- 4) 플랫폼은 실시간으로 참여인원을 체크한다.
- 5) 참여한 셀럽 수가 선착순 모집인원을 채우면(초과모집 가능) 광고주에게 모집완료 알림을 보낸다.

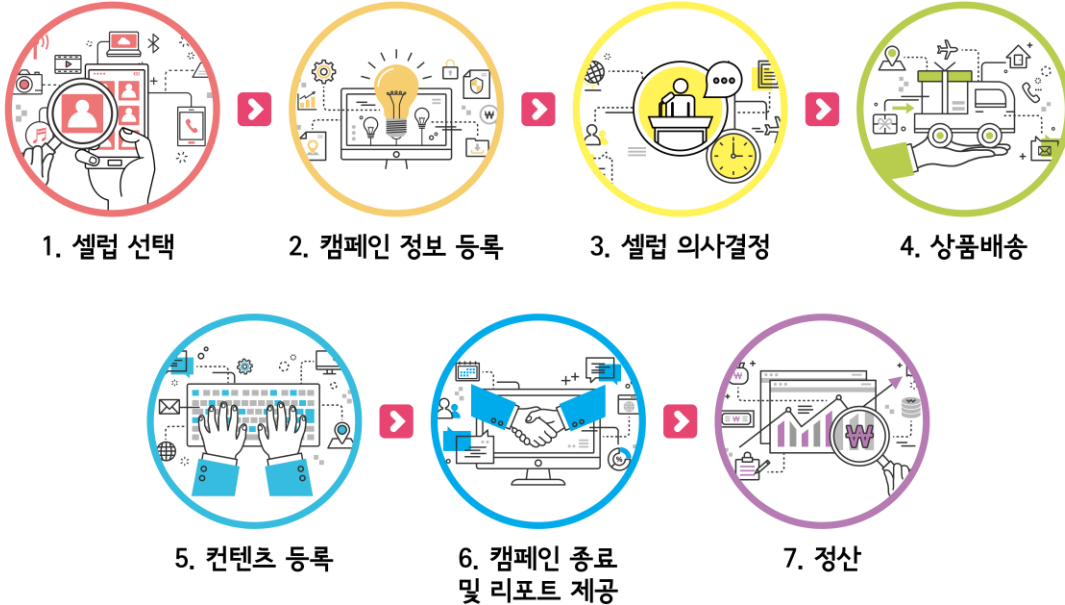
* 이후 캠페인은 타 캠페인과 동일하게 진행



둘째, 선택형 캠페인

광고 캠페인 정보를 등록하고, 광고주가 직접 셀럽을 선택한다. 선택된 셀럽이 건적확인 후 최종 참여의사 를 뜻하는 수락 버튼을 눌러야 캠페인이 진행된다. 셀럽은 캠페인

미션에 따라 콘텐츠를 제작하고, 본인 SNS에 포스팅하면 된다. 캠페인 기간이 종료되면, 광고주와 셀럽에게 리포트를 제공되며, 리포트 결과를 바탕으로 정산된다.



<선택형 광고 캠페인>

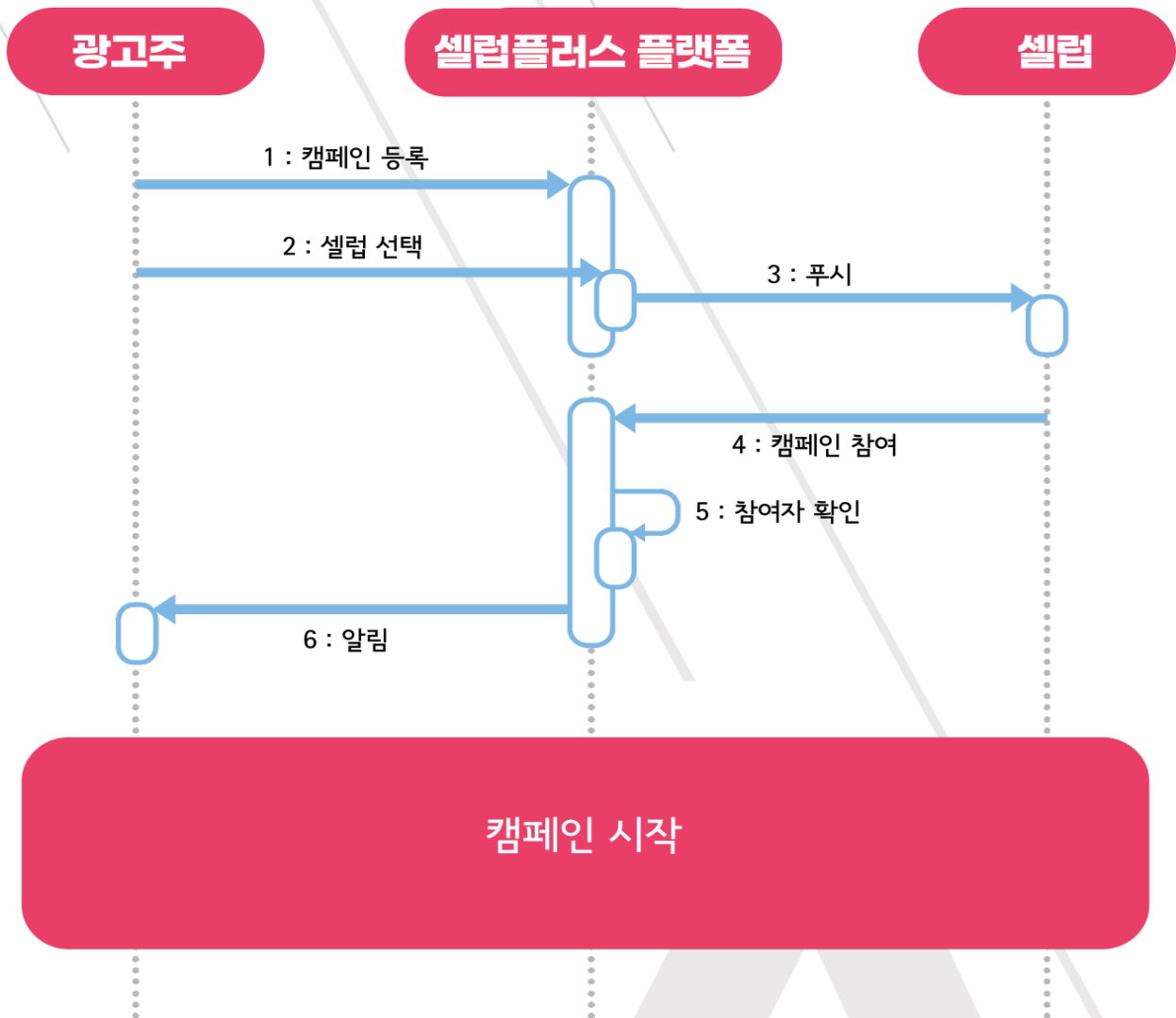
● 선택형 캠페인 워크플로우

선택형 캠페인은 캠페인 등록 시 광고주가 브랜드 이미지나 영향력 등을 고려하여 원하는 셀럽을 선택하는 방식이다. 등록한 캠페인과 매칭되는 카테고리의 셀럽 영향력 지수 등을 참고하여 선택된 셀럽만 캠페인에 참여할 수 있다.

- 1) 광고주는 선정형 캠페인을 등록한다.
- 2) 캠페인 이미지(브랜드, 제품, 회사 등)에 매칭되는 셀럽을 선택한다.
- 3) 선택된 셀럽에게 캠페인에 선정됐다는 푸시를 보낸다.
- 4) 인플루언서가 선정형 캠페인에 참여여부를 체크한다.
- 5) 플랫폼은 실시간으로 참여인원을 체크한다.
- 6) 선정한 셀럽이 최종 참여를 체크 완료하면, 광고주에게 모집완료 알림을 보낸다.

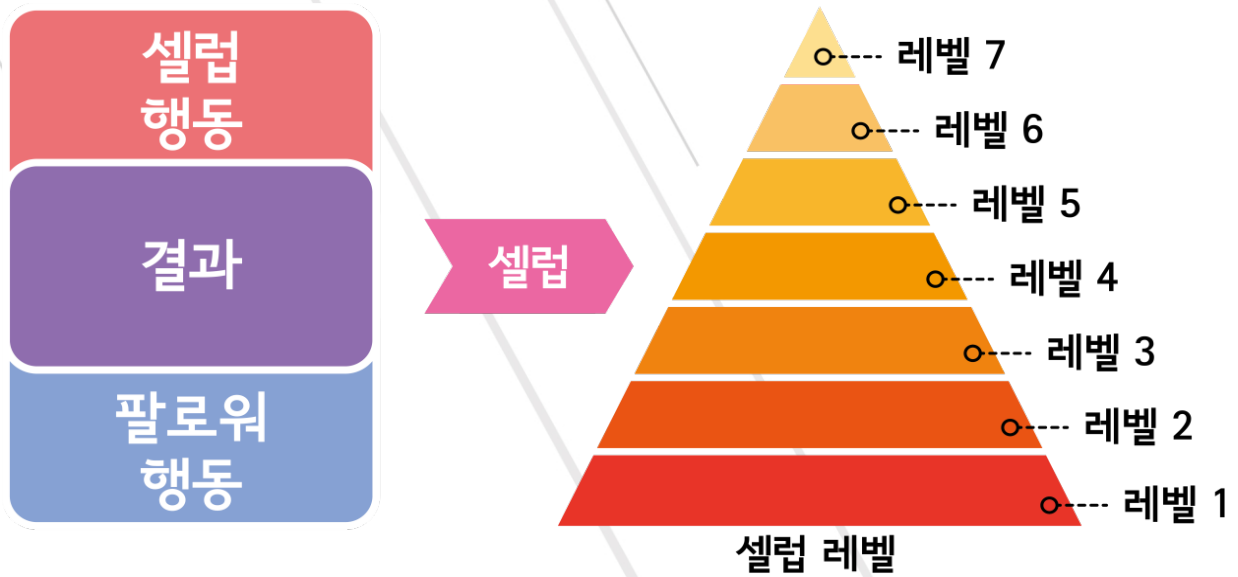
* 이후 캠페인은 타 캠페인과 동일하게 진행

결과적으로 광고주는 캠페인 등록, 셀럽(인플루언서) 선택만 하면 된다.



2) 데이터 분석 기반 영향력 검증 시스템

셀럽은 플랫폼에 에스엔에스 (인스타, 페이스북, 유튜브 등) 계정을 연결하여 팔로워수, 조회수, 댓글, 좋아요 등의 표면적 지표만을 제공하는 기존 광고 대행사와는 달리 독자적인 평가 알고리즘을 통해 셀럽 활동 지수를 측정하여 영향력을 증명할 수 있는 소셜그래프 데이터(셀럽지수)를 광고주에게 제공하여 “가짜 팔로워”, “라이크 봇” 등은 데이터 수집 과정에서 철저히 배제하여 셀럽 지수를 광고주에게 제공하게 된다.



<셀럽 레벨 표>

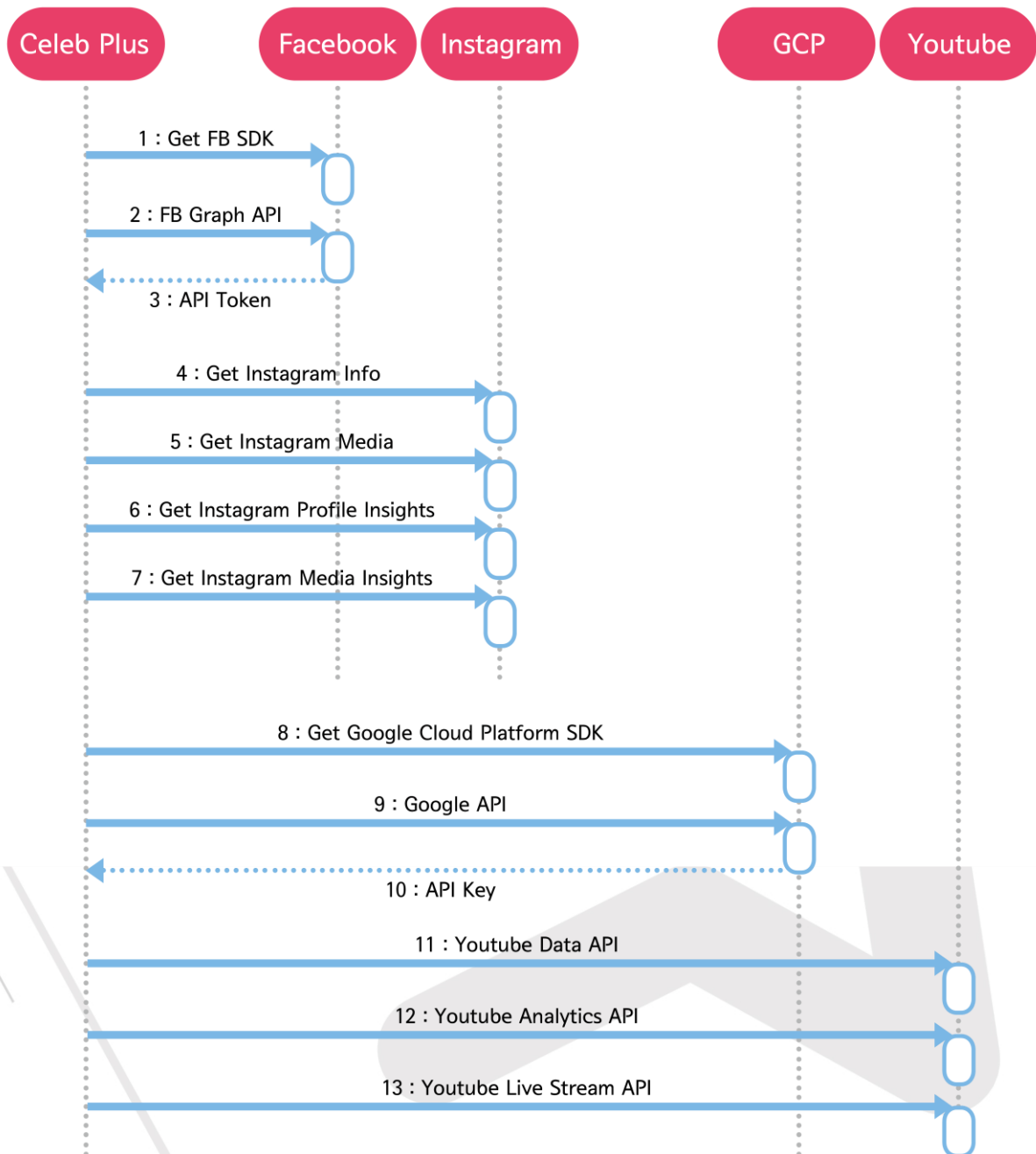
• 소셜 데이터 분석 워크 플로우

인스타그램, 유튜브 등 각 소셜 채널에서 활동하는 인플루언서의 영향력을 측정하여 셀럽 지수화 한다. 이를 통해 광고주에게는 브랜드 이미지에 매칭되는 인플루언서를 추천하거나 선택할 수 있는 지표를 제공한다.

- 1) 페이스북 앱을 셋팅하고 페이스북 에스디케이를 연동한다.
- 2) 페이스북 그래프 에이피아이 사용을 위해 에이피아이 토큰을 발급받는다.
- 3) 인스타그램 프로필 정보를 가져온다.
- 4) 인스타그램 미디어 정보를 가져온다.
- 5) 인스타그램 사용자 인사이트 정보를 가져온다.
- 6) 인스타그램 미디어 인사이트 정보를 가져온다.
- 7) 구글클라우드 플랫폼 에스디케이를 연동한다.
- 8) 구글 에이피아이를 통해 에이피아이 키를 발급받는다.
- 9) 유튜브 데이터 에이피아이를 이용해 동영상, 채널 등 기본적인 정보를 가져온다.

- 10) 유튜브 아нал리틱스 에이피아이를 이용해 동영상/채널의 시청 통계, 인기도 통계 등을 가져온다.
- 11) 유튜브 라이브 스트리밍 에이피아이를 이용해 실시간 이벤트를 생성하고 라이브 스트림을 관리한다.

인스타그램 인사이트의 경우 비즈니스 계정으로 전환된 계정에 한해서 접근이 가능하며, 각 소셜 채널에서 제공하는 에이피아이 외에 다양한 써드 파티 에이피아이와 셸럽 팀 내 자체 개발을 통해 의미있는 소셜 데이터 분석 모델을 만들어 나갈계획이다.



3) 블록체인 기반 정산 자동화 솔루션

광고주와 셀럽은 셀럽 플랫폼 내에서 상호 합의한 조건과 인센티브에 따라 스마트 컨트랙트 기술을 활용해 리워드를 자동화 함으로써 사람의 개입으로 발생할 수 있는 오해 및 분쟁의 요소를 제거하는 장점이 있다.



• 정산 워크플로우

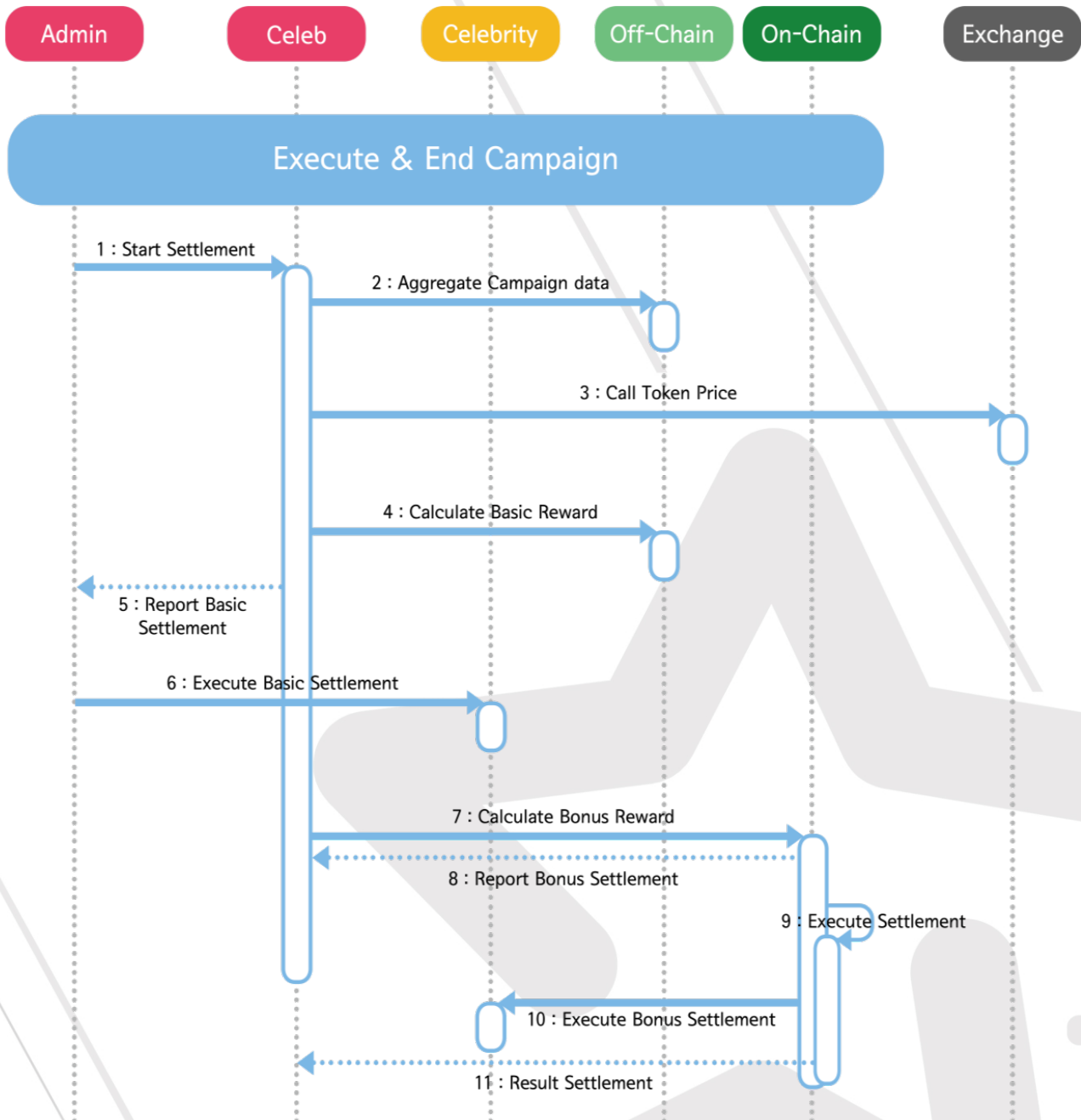
캠페인 종료 후 정산은 크게 두 가지 형태로 처리된다. 캠페인에 참여하고 미션을 수행하면 지급되는 기본 리워드와 기여도에 따라 지급되는 보너스 리워드가 있다. 기본적으로 기본 리워드는 화폐로 보너스 리워드는 토큰으로 지급된다. 기본 리워드는 미션 수행한 전원에게 일괄 지급되며, 보너스 리워드는 캠페인 기여도에 따라 차등 지급된다.

- 1) 기본 리워드를 위해 정산을 시작한다.
- 2) 캠페인 활동 데이터를 수집한다.
- 3) 거래소 에이피아이를 통해 정산 시점의 토큰 가격을 조회한다.
- 4) 기본 리워드를 계산한다.
- 5) 화폐 정산 리포트를 관리자에게 제공한다.
- 6) 관리자는 기본 리워드를 지급한다.
- 7) 보너스 리워드를 계산한다.
- 8) 보너스 리워드 리포트를 셀럽 플랫폼에 기록한다.

9) 스마트 컨트랙트에서 자동으로 보너스 리워드를 지급한다.

10) 지급된 보너스 리워드 토큰이 인플루언서 지갑에 전송된다.

11) 토큰정산결과와이력을 셀럽플랫폼에기록한다.

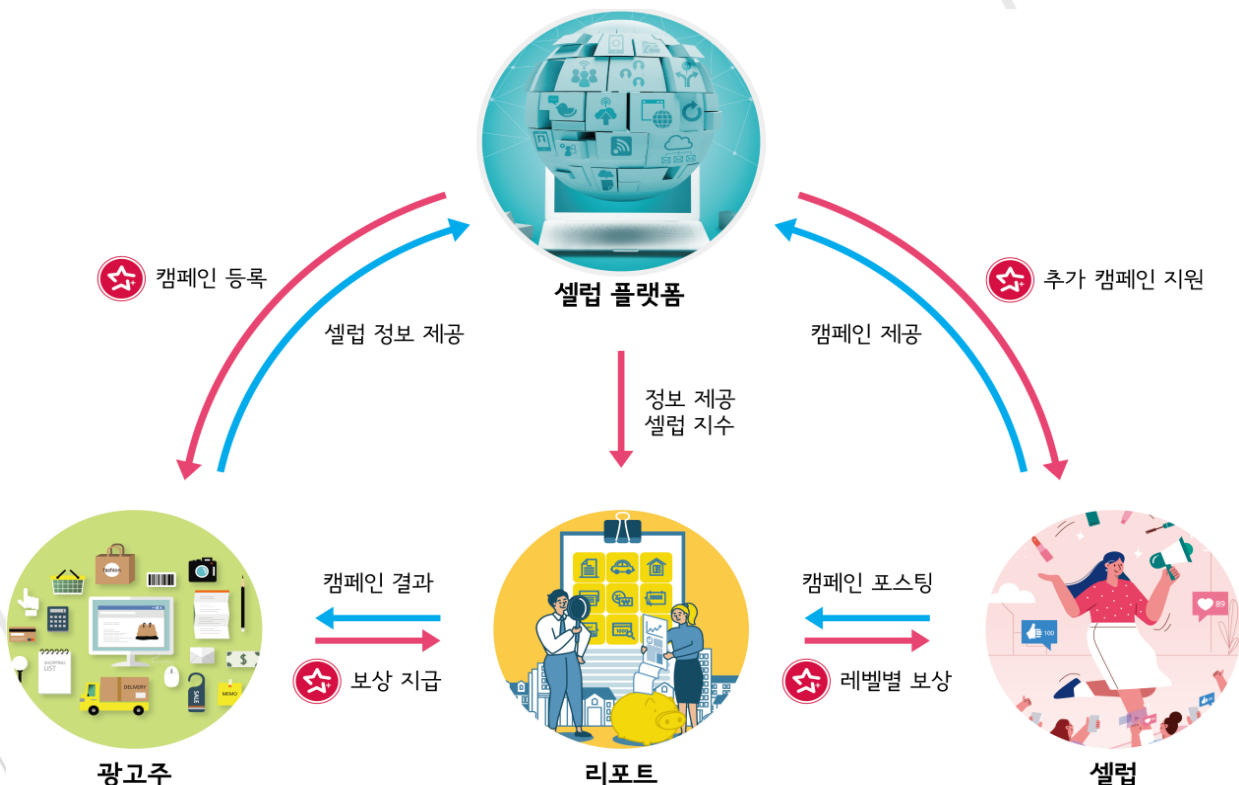


4. 토큰 경제

셀럽은 셀럽의 마케팅 활동을 트랜잭션 기반으로 캠페인 기여도를 측정하고 그에 따른 리워드를 지급하는 피오씨 방식의 보상 및 광고비 합리화 시스템이다.

기존의 셀럽 마케팅은 팔로워 수를 기준으로 리워드가 책정되어 왔다. 그 결과 효과에 비해 과다하게 높은 리워드가 책정되거나 캠페인 기여도가 높음에도 불구하고 팔로워 수가 적어 상대적으로 낮은 리워드가 책정되어 광고주와 셀럽 모두 합리적이지 못하다는 인식이 내재되어 왔다. 이는 리워드의 기준이 될만한 객관적 데이터를 수치화할 수 없어 발생하는 현상으로 광고 업계에서는 이러한 문제 해결이 요구되어 왔으나 기여도에 따른 합리적인 리워드 지불 방법을 제시한 플랫폼은 여전히 부재하다.

셀럽은 위와 같은 문제를 해결하기 위해 블록체인과 스마트 컨트랙트 기술을 활용하여 트랜잭션 기반의 기여도 측정 알고리즘을 개발해 리워드를 제공하는 방식으로 문제를 해결하고자 한다



<셀럽 토큰 이코노미 다이어그램>

4.1 토큰의 용도 및 정의

셀럽 토큰은 플랫폼 내에서 각종 거래와 보상에 사용되는 메인 토큰이다. 상장된 거래소에서 교환이 가능하며, 유동성 공급의 역할도 함께 한다. 셀럽에 통용되는 통화는 원활한 시장 진입을 고려하여 기획되었다. 시장 도입 시기에는 법정화폐(FIAT)와 토큰(TOKEN) 두 가지 통화를 적절히 배합하여 플랫폼 내 거래와 상호작용을 활성화할 계획이다. 향후 시장 성장기에 접어들면 생태계내 토큰이 자생적으로 순환될 수 있도록 시스템을 자동화하고 거래에 사람이 개입되지 않는 시스템으로 고도화할 계획이다.

4.2 리워드 통화

기존 인플루언서 마케팅 플랫폼과 달리 셀럽에서 보상체계는 법정화폐(FIAT)와 토큰(TOKEN) 이 통용되며 셀럽의 마케팅 활동에 대한 기본 리워드와 기여도에 따른 보너스 리워드로 구분하여 사용한다.

4.3 리워드 종류

‘기본 리워드’는 캠페인 수행함에 있어 기본적으로 제공되는 보상을 의미하며, 미션을 수행한 전원에게 법정화폐(FIAT)로 지급된다.

‘기본 리워드’는 기본 리워드에 더해 타 서버 혹은 브랜드 사이트 상에서 수집한 데이터를 기반으로 캠페인 기여도를 측정하여 보너스가 토큰으로 지급된다.

4.4 스테이킹 모델 구조적 설계

광고주는 캠페인 리워드 지급을 위해 셀럽 토큰이 필요하다. 캠페인 등록 전 토큰을 구매하고 리워드 지급용 지갑에 리워드 지급용 최소 어마운트를 보유해야 한다. 광고주의 언젯 니즈를 창출 하기 위해 토큰의 보유기간과 보유량에 따라 광고 캠페인 가격에 할인율이 자동 적용되도록 하여 동기부여 한다. 토큰의 일정량을 장기간 보유하는 것은 플랫폼의 지속 이용과 셀럽에게 보너스를 지급할 준비가 되어 있음을 의미하는 것으로 광고주가 플랫폼에

기여한 것으로 해석할 수 있다. 셀럽은 보너스로 받은 누적 리워드의 양만큼 캠페인 기여도가 높은 셀럽이며, 어떤 카테고리나 브랜드에 강점을 보이는지 객관적 지표를 토대로 광고주에게 추천하는 하나의 요소로 작용될 수 있다. 더욱 다양한 브랜드와 만날 수 있는 추천 기능이 제공되므로 보너스로 받은 토큰은 장기간 보유하는 유인으로 작용하게 된다.

4.5 토큰 구매 방법

광고주는 크게 장외거래(OTC)를 통한 구매방법과 마켓에서 구매하는 2 가지 방법이 있다. 광고주가 리워드 지급을 위해 필요한 토큰구매에 있어 플랫폼은 타 플랫폼과 연계하여 대쉬보드 상에서 토큰취득 방법을 제공할 수 있다.

- 구매할 수량을 입력하면 결제금액이 제시된다. '구매하기' 버튼을 누르고, 법정화폐(FIAT) 혹은 테더로 결제할 수 있다.
- 플랫폼은 준비된 리워드풀에서 광고 캠페인 용도로 구매(이체) 신호가 호출되면 스마트컨트랙트가 작동하여 구매자(광고주) 지갑으로 구매한 양만큼 토큰을 자동 전송되도록 한다.

캠페인 활성화를 위해 플랫폼은 구매 혜택을 제공할 수 있으며, 예를 들어 구매 시점의 토큰 가치를 기준으로 할인된 가치로 구매할 수 있도록 할 수 있다.

4.6 리워드 지급을 위한 스마트 컨트랙트

캠페인 기간, 필수 해쉬태그, 리워드, 미션 내용이 캠페인 계약 조건으로 블록에 저장되며, 미션 수행 여부를 확인하기 위해 외부 서버와 광고주 사이트 링크를 통해 추적 수집된 트랜잭션 데이터가 충족되었을 때 기여도를 수치화하여 개별 보너스가 계산되며, 그 결과가 충족되었을 때 정산 날짜에 자동 전송된다.

4.7 기여도와 캠페인 효과 측정 방법

하나의 캠페인에 참여 인원 수는 복수일 수 있으며 리워드 제시 금액은 광고주와 합의에 의해 결정된다. 즉 보너스를 기여도에 따라 자동 지급하기

위해서는 다양한 경우의 수가 발생하는 환경을 고려하여 자동 계산 되어야 한다.

‘개별 기여 스코어(ICS)’ 측정을 위한 구성요소는 “좋아요, 댓글, 반응, 도달, 방문자수, 회원전환율, 구매전환율” 등의 엔게이지먼트 데이터를 기반으로 하며 각 항목은 가중치를 두어 최대 스코어는 300 이다. (스코어 조작을 방지하기 위해 가중치는 비공개로 한다.)

캠페인 참여 셀럽의 개별 기여 스코어(ICS) 총 합은 총 기여수(TC)이다.
‘개별 기여 스코어(ICS)’를 총 ‘기여수(TC)’로 나누고 100 을 곱하면 ‘개별 기여율(ICR)’이 산출된다. ‘총 기여수(TC)’를 ‘캠페인 참여 인원수(N)’로 나누면 ‘셀럽 캠페인 효과지표(CPE)’가 된다.

$$ICSa + ICSb + ICCc + ICCd... = TC$$

$$ICS / TC * 100 = ICR$$

$$TC / n = CPE$$

4.8 보너스 리워드 계산

‘지급할 리워드 총액(TR)’에 ‘개별 기여율(iCS)’을 곱한 것이 ‘개별 보너스 리워드(iBR)’ 금액이 된다. 리워드는 이와 같이 계산되어 약정한 날짜가 되면 스마트 컨트랙트에 의해 해당 셀럽 지갑에 토큰이 자동 지급된다.

$$TR * ICR = iBR$$

5. 토큰분배 계획

본 프로젝트는 거래소 상장 및 락업정책에 맞추어 시장 친화적인 토큰 배분 및 관리를 할 계획이다. 셀럽의 암호화폐는 대부분의 물량이 초기 대형 광고주 및 유명 셀럽(인플루언서) 확보를 위한 프로모션의 형태로 분배될 예정이며, 목표기간은

6개월에서 최대 4년으로 책정되었다. 설정된 락업 스케줄은 시점에 따라 셀럽 플랫폼 성장에 따른 광고주 및 유명 셀럽(인플루언서)의 증가 추이를 고려하여 설정하였으며 급격한 가격 변동성을 회피하기 위하여 계획되었다. 락업 기간 동안 참여자와 광고주, 파트너들은 생태계를 구축하고 각자의 역할을 수행하며 빠르게 사업화를 진행하게 된다.

셀럽의 암호화폐는 플랫폼이 활성화되어 보상을 받는 셀럽들이 늘어나고 그에 따른 비즈니스 성장과 더불어 암호화폐 가치 상승이 기대되는 토큰 이코노미로 인해 베스팅형태의 보상은 동기부여로 이어질 것이다. 이를 통해 거래 및 보상으로 사용되는 유틸리티 토큰에 교환가치 및 자산저장 가치를 창출할 수 있도록 향후 다양한 방법으로 가치를 부여할 계획이다.

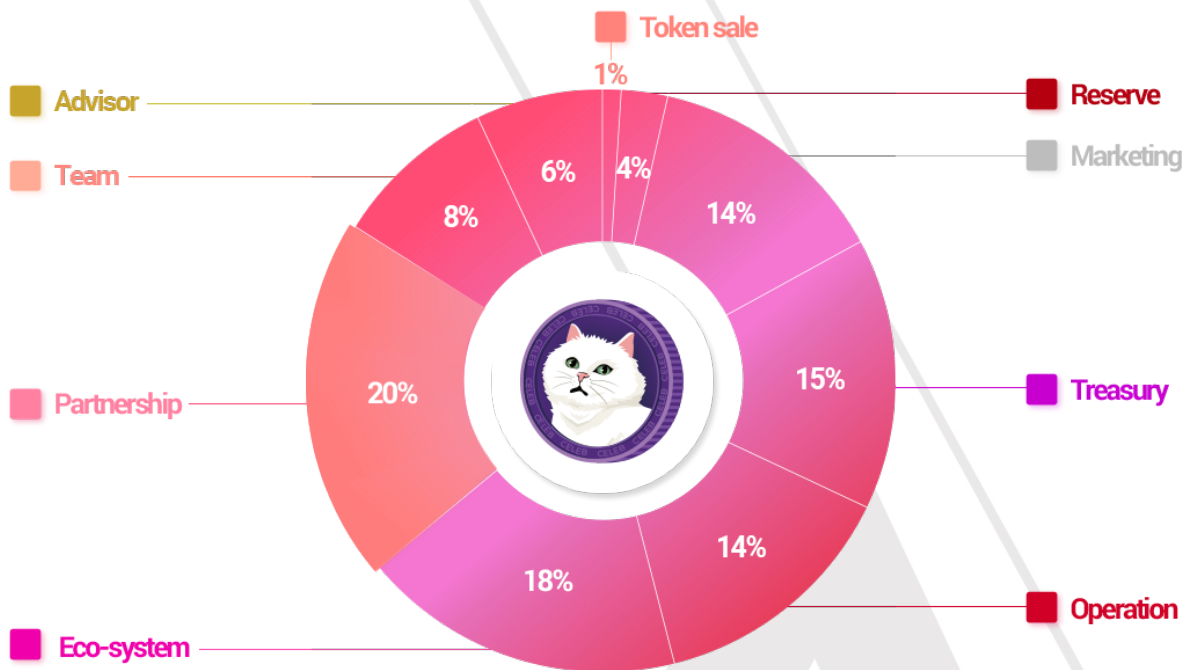
암호화폐 총 발행량은 1,000,000,000 셀럽 토큰이며 서비스 런칭과 동시에 플랫폼 내에서 사용할 수 있도록 할 계획이다.

토큰배분표

Groups	Token amount	Portion	Lock up	Vesting Plan
토큰세일	10,000,000	1%	-	5 month
리저브	40,000,000	4%	6month	12 month
마케팅	140,000,000	14%	-	35 month
트래저리	150,000,000	15%	12 month	36 month
오퍼레이션	140,000,000	14%	-	35 month
에코 시스템	180,000,000	18%	6 month	24 month
파트너십	200,000,000	20%	2 month	24 month
어드바이저	60,000,000	6%	6 month	12 month
팀팀	80,000,000	8%	6 month	12 month
토탈 이슈	1,000,000,000	100%	-	-

포션

토큰 유통 정책은 프로젝트 시드 등 사업진행에 필요한 최소 비용을 충당하기 위한 용도로 토큰 세일을 통해 1%를 배정하며 첫상장일을 기준으로 홀더에게 배분된다. 이는 초기 유통량이 된다.



플랫폼 활성화를 위해서 기획된 토큰 이코노미 상에서 광고주는 캠페인 진행을 위해 셀럽에게 토큰 리워드 지급이 필요하다. 이와 같은 정책에 따라서 에코시스템으로 배정된 토큰은 서비스 론칭 후 생태계 조성을 위해 점진적으로 배포할 계획이다.

셀럽은 마이크로 인플루언서, SNS 상 큰 영향을 발휘하는 메가 인플루언서로 분류되며, 메가 인플루언서에는 연예인도 포함된다. 셀럽은 연예인, 아이돌 등 셀럽을 영입하고 위해 이들의 초상권 등을 정식으로 사용할 수 있도록 연예인 소속사 및 셀럽 개인과의 전략적 파트너십을 맺을 계획이다.



본 프로젝트를 알리기 위해 초기 1년간 정기적으로 예산을 책정하여 마케팅 활동을 이어갈 계획이며 미션을 수행하고 홍보에 도움을 준 홀더에게 지급하는 등의 바운티 프로그램을 운영할 계획이다.

리저브 & 운영은 플랫폼 개발과 서비스 개선 및 고도화를 위함이다. 서비스 경쟁력을 확보하기 위해서는 특히 데이터 분석이 중요하며 연구개발 목적으로 사용된다. 팀과 어드바이저에게 배정된 물량은 첫 토큰세일 일을 기준으로 6개월 후부터 매월 1/12(1년 동안) 락업이 해제된다.

상기 내용처럼 시장에 빠른 생태계 조성을 위해서는 많은 이해 관계자의 참여가 필요하며 더불어 안정적인 운영 관리를 위해 토큰 유통정책을 계획하였다.

상기 내용처럼 시장에 빠른 생태계 조성 and 더불어 안정적인 운영 관리를 위해 장기적인 토큰 배분 및 관리를 통해 저변 확대에 최선을 다 할 예정이다.



6. 로드맵

셀럽은 개발과 비즈니스 전개를 단계적으로 다양한 파트너들과 함께 플랫폼 활성화를 위해 아래와 같이 로드맵을 달성해 나갈 계획이다.



7. 파트너

CAFÉ AGENCY

주식회사
크리에이TV



CREWBI
100% 정품 브랜드 셀렉샵

태양기획
TAEYANG



8. 면책조항

셀럽설명에 앞서 다음의 내용을 숙지하길 권장합니다. 본 백서에서 면책조항의 모든 내용을 주의 깊게 읽기 바랍니다. 귀하의 향후 행동에 대해 확실하지 않다면 법률, 재무, 세무 등 기타 전문가의 자문을 구할 것을 권장합니다.

법적 권한

셀럽은 본 백서에 명시된 정보로부터 어떠한 법적 책임도 보장하지 않음을 알려드립니다. 본 백서는 셀럽에서의 암호화폐 결제 서비스의 내용을 소개하고자 하는 목적으로 작성되었으며, 배포된 내용의 전부는 계약의 성질을 지니지 않습니다.

고지 의무

본 백서의 프로젝트 관련 코인은 증권 등 금융투자상품에 해당하지 않으며, 그 발행이 금융 투자상품의 청약 또는 청약의 권유에 해당하지 않습니다. 본 백서에서는 프로젝트 관련 자금 조달을 진행 시 소프트 캡의 수량을 설정하고 암호화폐의 발행량이 소프트 캡에 도달하지 않을 경우 구매액 전부를 반환하고 중단할 수 있습니다.

본 백서는 프로젝트에 참여하고자 하는 분들에게 필요한 정보를 제공하기 위한 목적으로 작성되었으며, 투자 등을 권유하는 문서가 아닙니다. 본 백서에 포함된 기술과 표현들은 발행인의 약속에 해당하지 않으며, 발행인 등 관계 당사자에게 법적 구속력을 가지지 않습니다. 본 백서의 제반 사항은 예고없이 변경 또는 업데이트가 될 수 있음을 알려드립니다.

본 백서에서는 실증 가능한 내용만 기재하였으며, 프로젝트를 진행함에 있어 부득이한 경우로 계획 및 정책에 변경사항이 발생할 시, 웹사이트 또는 이용 약관을 통하여 고지합니다. 본 백서는 작성 당시를 기준으로 본 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 본 프로젝트의 사업 운영, 재정 상태 등 본 문서에 기재된 정보가 변경될 수 있습니다. 본 백서는 비정기적으로 업데이트될 수 있습니다. 본 프로젝트에서 발행하는 토큰(TOKEN)의 매매와 관련 계약 또는 법적 구속력 있는 서약을 체결할 의무는 그 누구에게도 없으며 본 백서를 근거로 자금을 수수해서는 안됩니다.

본 프로젝트에서 발행하는 토큰은 증권, 사업신탁의 단위, 또는 집단 투자 계획의 단위를 구성하기 위한 것이 아니며, 이에 대한 각 정의는 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.

본 프로젝트에서 발행하는 토큰이 구매자들에게 제품과 관련하여 참여하거나 투자수익 / 수입 / 지급 / 이익 또는 그 금액의 일부를 수령할 수 있는 기회로 이해, 해석, 분류, 취급되어서는 안됩니다. 본 백서에 명시된 코인 / 토큰 발행 방식이 규제 또는 금지된 관할권에서 이 문서의 전체 또는 일부를 복제, 배포 등 전파할 수 없습니다. 본 백서에 기재된 정보는 규제당국의 검토, 검사, 승인을 거치지 않았습니니다. 이러한 조치는 그 어떤 관할권에서도 취해지지 않았으며 앞으로도 없을 것입니다.

본 프로젝트에서 발행하는 토큰의 구매를 희망하는 경우 다음과 같이 이해, 해석, 분류, 취급해서는 안됩니다 암호화폐가 아닌 다른 화폐, 그 어떤 기관에서 발행한 채권 및 주식, 이러한 채권 및 주식에 대한 권한, 옵션, 파생상품, 투자수익 보장 또는 손실 회피가 이거나 이를 목적으로 사칭하는 차액계약 및 기타 계약 하의 권리, 집단 투자 계획, 사업신탁 등 증권의 단위 또는 파생상품 배포 및 전파의 제한 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 합니다. 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 원인 제공을 해서는 안됩니다.

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 본 프로젝트의 향후 결과, 실적, 업적 등을 포함하지만 이에 국한되지 않습니다. 또한 미래 예측 진술은 다양한 리스크 및 불확실성을 포함하고 있습니다.

본 백서가 작성된 날짜를 기준으로 본 프로젝트인 셀럽은 완성되었거나 완전히 운영 중인 상태가 아닙니다. 향후 본 프로젝트에서 발행하는 토큰은 셀럽이 완성되고 완전히 운영 될 것이라는 전제 하에 설명이 작성되었지만, 이는 플랫폼의 완성 및 완전한 운영에 대한 보장 또는 약속으로 해석되어서는 안됩니다.

본 프로젝트에서 발행하는 토큰 구매 및 참여를 결정하기 전 아래 내용을 주의 깊게 읽고 관련 요소와 리스크를 충분히 분석 및 이해할 것을 권장합니다. 식별 정보 분실로 인한 본 프로젝트에서 발행하는 토큰 접근 제한 및 디지털 월렛 관련 필수 개인 키 분실 등 보관 관련 구매자 과실 리스크. 글로벌 시장, 경제 상황으로 인한 본 프로젝트에서 토큰 발행 후 가치 변동 리스크. 정치, 사회, 경제 환경의 변화, 주식 또는 암호화폐 시장 환경의 변화 등 사업을 운영하는 국가의 규제 환경의 변화, 그리고 이러한 환경에서 본 프로젝트에 대한 생존 또는 경쟁할 수 있는 능력의 변화 관련 리스크. 특정 관할권에서 본 프로젝트에서 발행하는 토큰에 불리한 블록체인 기술 관련 기존 / 신규 규제를 적용할 수 있습니다.

본 프로젝트에서 발행하는 토큰은 플랫폼 및 서비스에 대한 기업, 개인 등 기타 조직의 관심 부재, 배포된 응용프로그램의 생성 및 개발에 대한 대중들 제한적 관심 관련 리스크. 셀럽 론칭 하거나 구현하기 전 본 프로젝트에서 발행하는 토큰 또는 본 플랫폼의 주요 기능 및 규격에 큰 변화를 적용하는 리스크. 본 프로젝트에서 발행하는 토큰의 기능이 백서의 내용과 일치할 것을 의도하고 있지만 그럼에도 불구하고 이러한 변경사항을 적용할 수 있습니다.

본 프로젝트에서 발행하는 토큰은 잠재적으로 악영향을 미칠 수 있는 다른 서비스와의 경쟁 리스크. (예: 경쟁 프로젝트로 인해 상업적 성공을 거두지 못하거나 전망이 암울한 경우) 불가항력 천재지변 등 재앙적 사건의 발생으로 본 프로젝트의 관계사의 사업 운영과 기타 통제 불가능한 다른 요인들이 영향을 받을 수 있습니다.

채굴 공격, 해커 또는 기타 개인들의 공격 등의 사건으로 본 프로젝트에서 발행하는 토큰 판매 수익금의 도난 및 손실, 본 프로젝트에서 발행하는 토큰의 도난 및 손실, 생태계 개발 역량 저해 등이 발생할 수 있습니다. 본 프로젝트에서 발행하는 토큰과 기타 암호화폐들은 아직 검증되지 않은 새로운 기술이며 지속적으로 발전하고 있습니다. 본 프로젝트에서 발행하는 토큰의 완전한 기능은 아직 완성되지 않았으며 완성에 대한 보장은 없습니다. 기술이 발전함에 따라 암호화 기술 및 방식의 발전, 합의 알고리즘의 변화 등이 본 프로젝트에서 토큰 생태계, 그리고 본 프로젝트에서 발행하는 토큰의 활용에 리스크로 작용할 수 있습니다.

본 프로젝트에서 발행하는 토큰의 세금 및 회계 처리 방식은 불확실하며 관할권마다 다를 수 있습니다. 본 프로젝트에서 발행하는 토큰 구매로 세금 처리에 부정적인 영향을 받을 수 있으며 이와 관련 독립적인 세무 자문을 구할 것을 권장합니다. 위 명시된 리스크 외에도 본 프로젝트에서 발행하는 토큰 및 관계사가 예측하지 못하는 다른 리스크도 존재합니다. 또한 예기치 못한 조합 및 변형의 리스크도 등장할 수 있습니다. 위 리스크 및 불확실성이 실제 상황으로 전개되는 경우 본 프로젝트의 사업, 재정상태, 운영 결과, 전망 등이 실질적이고 부정적인 영향을 받을 수 있습니다. . 프로젝트와 관련된 정책의 변경 (법률, 조례, 규정) . 프로젝트의 구현과 관련한 기술적 한계 . 프로젝트의 운영정책의 변경 . 신규로 적용되는 프로젝트의 범위 . 부득이한 일정의 차질 및 변경 . 준법 기반 . 본 백서는 작성 당시의 법률, 정책, 조례를 기반으로 만들어졌습니다.

프로젝트의 내용 중 다음과 같은 사항들은 당해 국가의 규정에 따라 다소 변동될 수 있습니다. 다른 국가 간 디지털화폐의 송금 및 환전 서비스를 위한 인증 및 절차 . 거래소의 이용을 위한 가입 조건 (실명계좌, OTP, KYC) . 입·출금 및 에스크로 통장을 관리하는 은행과 정보 교류 (보험, 명의, 금융정책) . 당사 거래소 및 제휴 거래소 간 정보 교류 (고객 정보, 시세 정보, 거래 정보) . 결제 단말기의 규격 및 인증 (전파인증, 책임보험) . 상품 및 서비스 판매로 인한 세금 신고 (연말정산, 소득 신고, 부가세 신고) . 개인정보 보관 및 공개 여부 (위치 정보, 접근 권한) 본 백서는 셀럽에서만 작성 및 배포되며, 본 내용을 위·변조하여 프로젝트 및 참여자에게 피해가 발생할 경우 강력한 법적 대응을 취할 수 있습니다