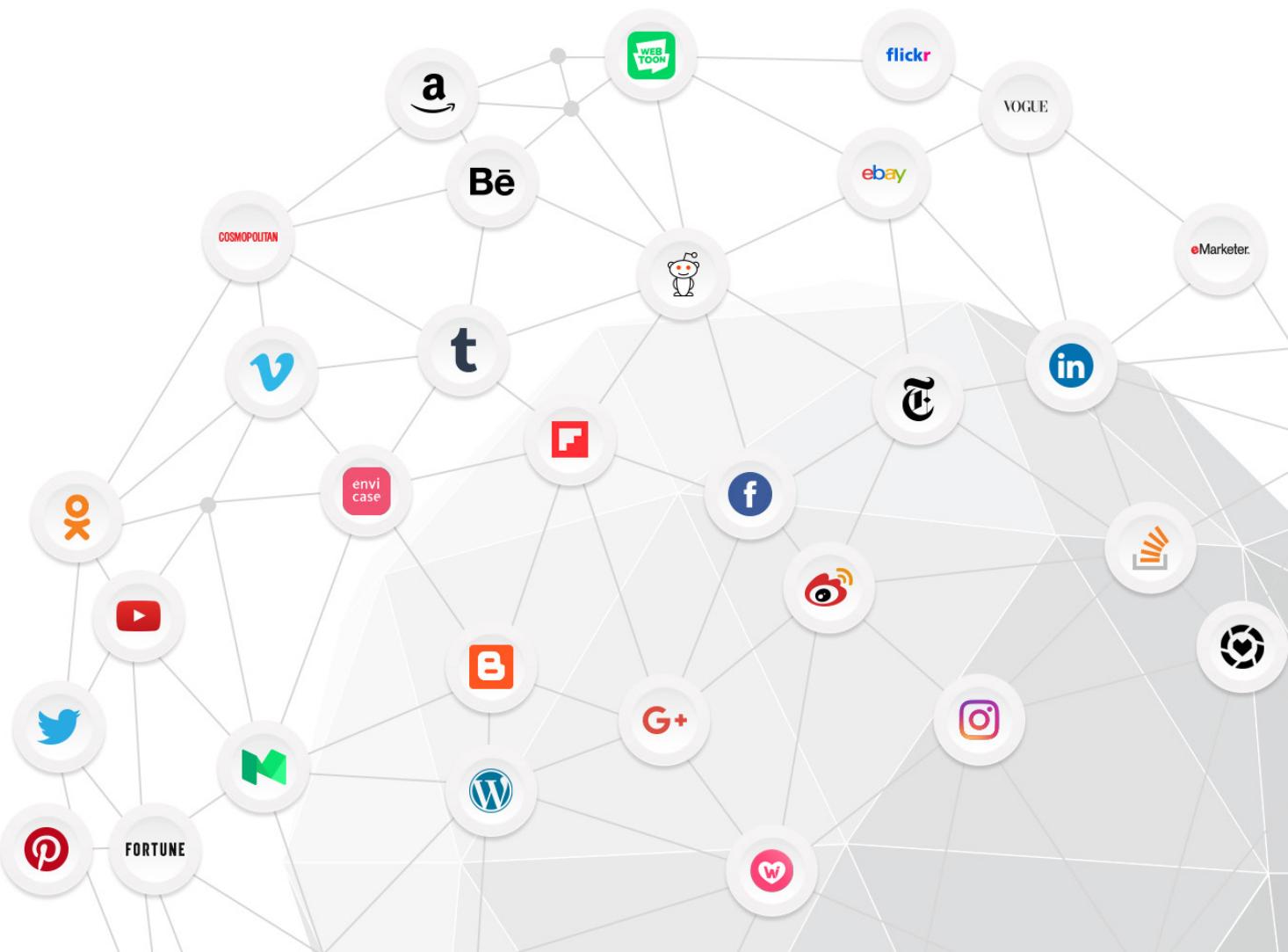




All Connected,
Media Content Ecosystem
for Multilayered Monetization

WHITEPAPER

version 0.38



목차

Preface	3

서론	10
PUBLYTO 등장 배경	10
PUBLYTO 비전	12

PUBLYTO 전략	15
다층적 수입원	15
블록체인 도입	17
힘의 균형	17
규약의 혁신	18
전통적 인센티브의 한계 극복	19
수익창출 지원 전략 - 플러그인	20
소셜 댓글 플러그인 시장의 현황	20
PUBLYTO 플러그인의 시장 경쟁력	21
콘텐츠 보상플러그인	23
댓글 보상 플러그인	25
광고 유치 플러그인	26
후원금 유치 플러그인	27

PUBLYTO 아키텍처	28
PUBLYTO 블록체인	29
자체 블록체인 구축하지 않는 이유	29
EOS 블록체인 채택	30
EOS 자원 확보 방안	31
PUBLYTO 콘텐츠 포탈	32
PUBLYTO 테스트베드 Envicase	40
PUBLYTO 외부 dApps	43

PUBLICYTO 토큰 생태계	52
예금제도 및 위약금	52
보상체계	52
보상 비율	52
콘텐츠 보상	53
댓글 보상	54
광고 유치	55
후원금 유치	55
인플레이션	56
인플레이션 정책 수립	56
보상율, 감쇠율(Decay Rates), 인플레이션의 관계	56
토큰 흐름	58
주요 이해관계자 목록(Stakeholder List)	58
시나리오	59
평판시스템	61
계정	61
화이트리스트	61
개인과 조직	62
PUBLICYTO 목표	63
목표 시장	63
목표 침투율	66
PUBLICYTO 개발 계획	69
특허출원계획	72
로드맵	73
TOKEN LAUNCH	74
발행정보	74
PUBLICYTO 토큰은 어디로 분배 되어 어떻게 사용될 예정인가	74
배분계획(Tokens Distribution)	75
할당계획(Use of Funds)	76

Team	77
Advisors	79
Partners & Alliances	80
Early investors	94
결론	96
DISCLAIMER	98
SUPPORTING DOCUMENTS & LINKS	101
GLOSSARY	102

Preface

PUBLICYTO에 관심을 가져주셔서 대단히 감사드립니다. 본 백서는 PUBLICYTO 프로젝트를 보다 자세히 설명하기 위해 작성된 문서입니다. 체계적인 이해를 돋기 위해 다음과 같은 순서로 기술하였습니다.

- I. 요약
- II. 서론 / 전략
- III. 아키텍처 / 토큰 생태계
- IV. 목표 / 개발 계획
- V. 나머지

파트 I은 백서의 전반적인 내용을 압축하여 표현했습니다. 문서의 핵심적인 내용을 빠르게 이해할 수 있습니다.

파트 II는 PUBLICYTO의 등장 배경, 비전 그리고 전략에 대해 기술하였습니다. PUBLICYTO가 왜 필요한지, 어떤 서비스를 제공하여 차별화된 가치를 실현하는지 살펴볼 수 있습니다.

파트 III은 PUBLICYTO에 사용된 상세 기술을 다룹니다. 전체 아키텍처를 설명하고 각 구성요소가 어떤 역할을 하는지를 기술합니다. 아울러 PUBLICYTO의 토큰 생태계 내용을 포함하고 있습니다. 토큰 관련 제도를 살펴볼 수 있습니다.

파트 IV에서는 PUBLICYTO의 목표를 소개하고, 구체적인 개발 계획을 일목요연하게 기술하였습니다. PUBLICYTO의 미래상을 확인하실 수 있습니다.

마지막 파트는 PUBLICYTO에 동참하여 그 생태계를 만들고 성장시켜 나가고자 하는 분들을 위해 주요한 재무 정보와 활용 계획을 담았습니다. 기존 비즈니스를 통해 검증된 팀과 전략적 투자자들, 그리고 탁월한 어드바이저 그룹과 파트너사를 통해 PUBLICYTO의 가능성을 짐작해 보실 수 있습니다.

본 백서는 제목을 3수준으로 나눠 구성하고 있습니다. 수준 제목을 표시하여 문서의 전후 맥락을 살피는데 도움이 될 것입니다. 다음과 같이 글씨 크기와 스타일에 따라 1수준, 2수준, 3수준을 구분할수 있으니 참고하시기 바랍니다.

1수준 제목

2수준 제목

3수준 제목

다음 스타일로 표현된 문구는 이어지는 내용의 핵심적인 사항을 담고 있습니다.

이 스타일은 핵심문구를 표현합니다.

본문에서는 간명한 표현을 위해 경어를 사용하지 않습니다. 본 백서를 읽다가 궁금한 사항이나 의견이 있다면 아래의 채널을 통해 소통해주십시오.

[Telegram \(링크 가기\)](#)

[Medium \(링크 가기\)](#)

[Twitter \(링크 가기\)](#)

요약

미디어 콘텐츠 산업에서도 혁신적인 블록 체인 기반 프로젝트가 다수 등장했다. 모두 최근의 일이다. 신생기업 MadHive와 Truth는 블록체인으로 미디어 광고 콘텐츠에 투명성과 공정성을 증진하도록 설계된 플랫폼을 발표하거나 출시했고 Poetet과 Steem은 UGC(User Generated Content)에 혁신적 경제가치를 부여했다. 일각에서는 블록체인 기반의 미디어 회사들이 모여 AdLedger 컨소시엄을 구성했다.

미디어 콘텐츠 산업의 새로운 게임 체인저는 누가 될까?

블록체인 미디어 기업들의 관심은 공통적으로 암호화폐 보상, 공개장부, 탈중앙화 그리고 나름의 합의알고리즘과 토큰 이코노미를 정착시키는데 쓸려 있다. dApp, 플랫폼, 프로토콜 등 다양한 개념과 기술이 접목되고 있고 독립적인 암호화폐 생태계라는 오아시스가 강한 자기장으로 수많은 사업가들을 한 방향으로 정렬시키고 있다. 이들이 탈중앙을 외치며 등돌려 떠난 곳엔 신기술의 혜택을 받지 못하고 방황하는 레거시가 있다. 하루에 5백만건 이상이 포스팅 되는 개인용블로그와 소셜블로그, 소셜미디어, 언론사, 잡지사, 쇼핑몰 등 블록체인과 암호화폐라는 변화의 바람에 시승 조차 하지 못한 레거시 미디어들 말이다. 암호화폐와 보상이라는 신세계를 경험하기 시작한 사용자들은 각성했고 하나, 둘씩 자리를 옮겨가고 있다.

상생성 회복

인간은 자기보존을 위해 쾌락을 추구하고 고통을 피하려는 이기심도 갖고 있으면서 남의 행복에 관심을 갖는 이타심도 있다. 침팬지 집단에서는 서로 털을 다듬어주는 장면이 빈번히 목격된다. 또한 침팬지들 사이에서는 한 녀석이 먹이를 달라고 하면 다른 녀석이 자신이 먹던 것을 상대방에게 나누어주는 먹이 공유 현상도 일반적이다. 이 두 가지 사이에는 연관성이 존재한다. 먼저 A가 B의 털을 다듬어주면 B가 A에게 자신의 먹이를 나눠줄 가능성이 높다. 반면 A가 B의 털을 다듬어줬는데 B가 A에게 먹을 것을 달라는 요구까지 하면 A는 거절한다. ‘상대방이 나를 도와준 적이 있을 때만 상대를 도울 용의가 있다’는 것이다. 이렇게 되면 소위 말하는 ‘무임승차행위(주지는 않고 받기만하는 이기적인 행위)’를 일삼는 개체는 생존하기 힘들다. 이 진리는 개인과 개인, 개인과 집단 그리고 집단과 집단 등 모든 사회적 관계에서 통용된다. 마음만 급한 레거시 미디어, 수익독점의 욕심을 버리지 못하고 있는 소셜미디어, 그들로부터 등돌린 사용자. 이들 모두가 폐쇄적인 암호화폐 보상시스템을 엔지니어링 하거나, 레거시를 버리거나, 돈 욕심에 서로 대척하지 않고도, 관계를 유지하고 상생성을 회복 시킬 수 있는 방법이 뭘까.

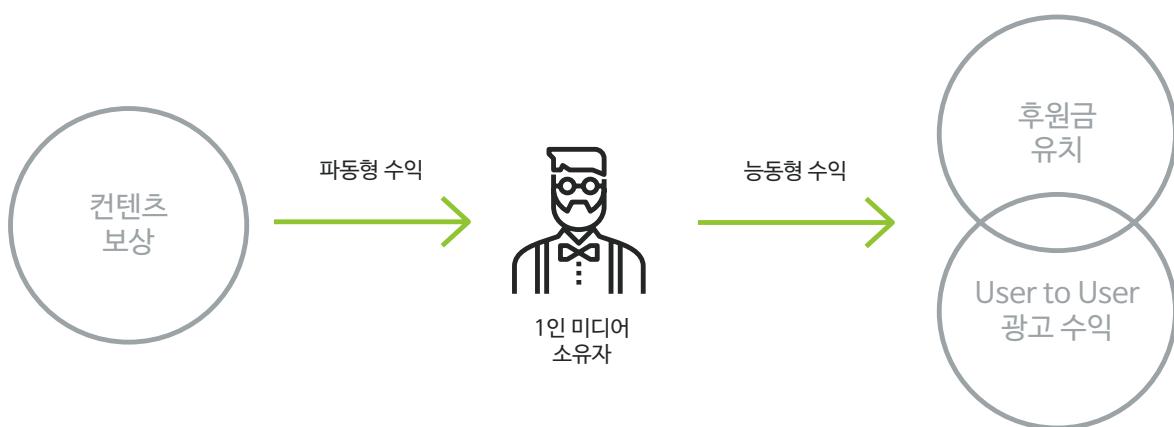
그래! 플러그인!

PUBLICYTO 플러그인으로 연결하자. 크로스미디어, 공정하고 통일된 규약, 쉬운설치 그리고 레거시 복구를 가능케 한다. 미디어 간 다른 기술, 다른 UI, 다른 제도로 단절된 콘텐츠 유통의 맥을 연결하고 통일된 표준을 만들어 갈 수 있다.

dApp 구축은 암호화폐 보상시스템의 도입을 원하는 일반사용자에게는 기술장벽이 높고 업력이 오래된 기업들도 적지 않은 기회비용을 감수해야 한다. 스마트 컨트렉트, 합의 알고리즘 그리고 메인넷 등 힘들게 이런 것들 하지 않아도 임베드 링크나 스크립트를 복사해서 붙여넣으면 플러그인을 설치하는 과정이 마치 랩탑에 USB를 꽂 듯 누구에게나 어렵지 않은 일이 된다.

다층적 수입원

보상풀은 토큰 Distribution 과정에서 일부 할당하거나 토큰의 전체발행량에서 매년 1~10% 남짓 인플레이션시켜 발행되는 증가분으로 확보된다. 모든 토큰의 가치가 쾌속적으로 상승장을 유지할거라는 보장은 할 수 없기에 사용자 증가속도에 토큰의 가치가 발맞춰가지 못한다면 보상시스템은 공정한 보상의 핵심기능을 상실할 수 있다. 술집의 주 수입원은 술 보다 안주이지 않던가. PUBLICYTO는 퍼블리셔, 큐레이터, 댓글 작성자에게 제공되는 콘텐츠 보상풀은 기본, PUBLICYTO는 광고와 후원금 유치 기회를 제공하기 위해 수익풀을 추가로 확보한다. 자신의 콘텐츠에 트래픽을 더하고 싶은 경우, 인기 콘텐츠에 설치되어 있는 플러그인 광고 구좌를 실시간 비딩 시스템을 통해 PUBLICYTO 토큰으로 Buying 할 수 있다. 반대로 상대 퍼블리셔가 광고를 유치하는 미디어 소유주의 입장이 되므로 광고구좌 판매대금의 대부분을 취하게 된다. 전체 토큰발행량의 일부분을 차지하는 보상풀과 달리 전체 토큰발행량 자체가 수익풀이 되기 때문에 그만큼 크고 많은 거래로 이어진다. 이것은 보상풀에 의존하는 여타의 토큰들보다 규모, 지속성 면에서 안정적인 이코노미를 구축하는데 확실한 어드벤티지가 된다. PUBLICYTO 생태계는 콘텐츠와 댓글 보상이라는 일반적 편익을 넘어 콘텐츠 제작자가 미디어의 소유주로서 능동적 영업 활동까지 겸할 수 있는 비옥한 기회의 땅이다.



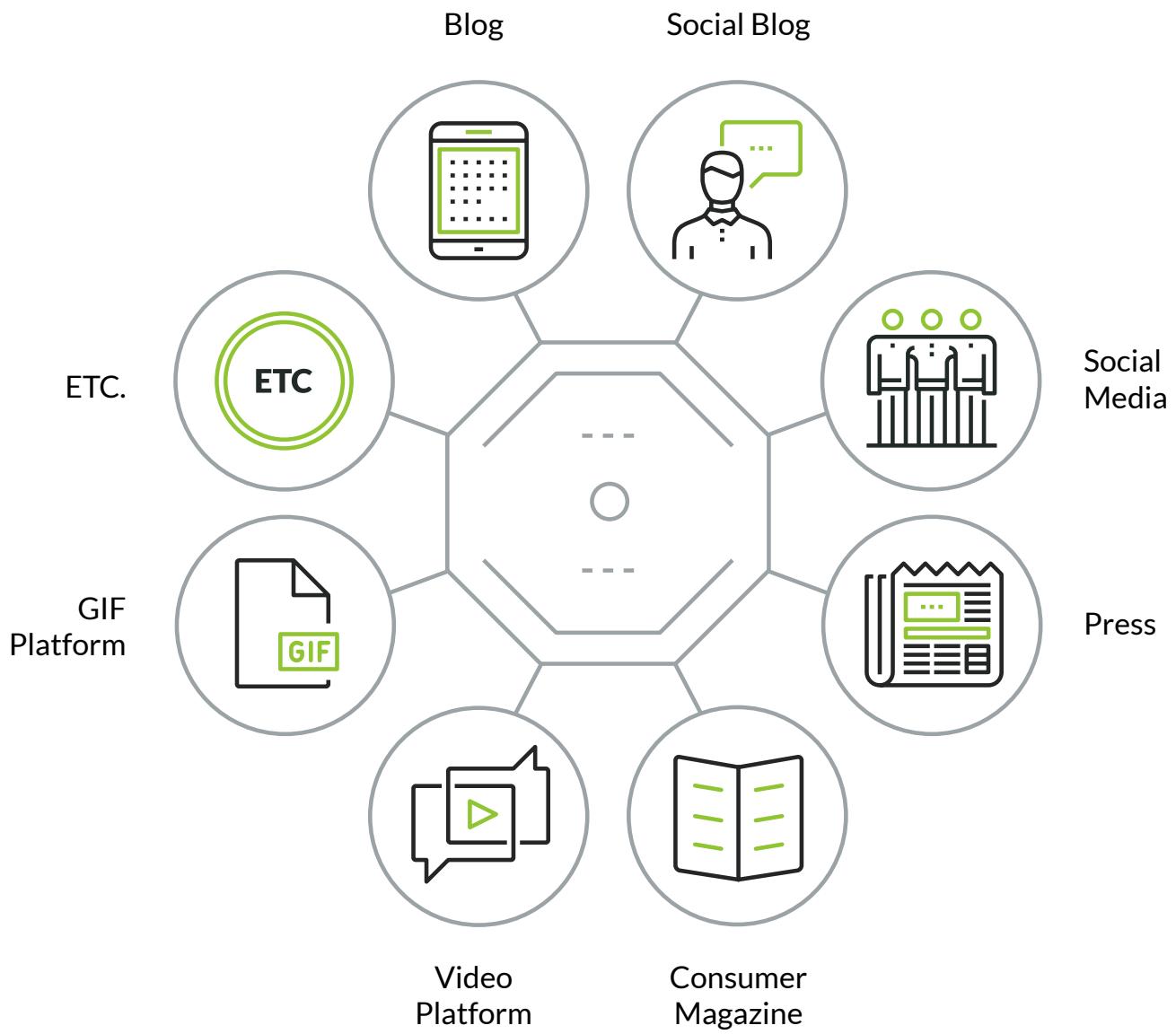
[그림 1] 능동형 수익창출 기회

PUBLICO의 엑셀러레이터, 137개국 인플루언서들의 선택, Envicase

PUBLICO 네트워크의 비전이 정립되기까지, Envicase는 미디어콘텐츠 시장을 리딩하는 쇼퍼 이자 인플루언서층을 사용자로 유입시키는데 총력을 다해왔다. Envicase는 소유품 사진과 리뷰를 공유하는 쇼퍼들의 자랑용 커뮤니티이며, 미국시장에서 론칭하여 유럽 시장으로 확대, 현재는 전세계 137개국에 사용자 저변을 안정적으로 갖추고 있다. 적극적이고 개성이 강한 패션, 뷰티, 리빙 분야의 퍼블리셔들이 모이는 커뮤니티의 특성상, PUBLICO 네트워크의 dApp으로써 토큰 경제를 이끌어 갈 주 동력원이 될 것이다.

어디까지 가볼까

PUBLICO 사용자는 개인용블로그, 소셜블로그, 커뮤니티 등 UGC(User Generated Content) 형식 어디에나 손쉽게 플러그인을 설치하고 리워드, 후원금을 유치할 수 있으며 나아가 User to User 방식의 광고거래를 통해 수익도 창출할 수 있게 된다. 텀블러, 워드프레스 등 사용자에 의해 플러그인이 적용되면 그 즉시 개별미디어 하나하나가 PUBLICO와 dApp의 관계로 맺어진다. PUBLICO의 최종 목적지는 UGC 시장이 아닌 기업형 미디어콘텐츠 시장이다. PUBLICO 스마트 컨트렉트 및 기업용 API를 통해 기업들도 PUBLICO 플러그인 규약으로 새로운 수입원을 확보하고, 기업에 고용된 기자와 에디터들도 급여 외 부가수입원을 갖도록 소속 미디어사에 의무규약을 적용한다. 이쯤되면 미디어콘텐츠 산업구조가 상쟁에서 상생이 되고, 블록체인 기반의 수익창출 네트워크로써 전체 미디어콘텐츠 시장의 법률적(ISO) 국제표준이 되고, 미디어콘텐츠 시장의 실효적 기축화폐로 공인 받겠다는 PUBLICO의 비전이 무색하지 않을 것이다.



[그림 2] Content Aggregators Relationship with PUBLYTO

서론

PUBLICO 등장 배경

페이스북과 트위터, 블로그스팟과 워드프레스, 인스타그램과 스냅챗, 미디움과 텀블러 그리고 유튜브와 트위치는 동시송출을 금지하는 등 사업적으로 강한 상극성을 띠고, 사용자들은 분주히 크로스플랫폼을 추구하지만, 중국에는 분산되어 트래픽이 검증된 채널에만 안착하거나 활동 동기를 잃어버린다. 경쟁에서 뒤쳐진 플랫폼은 동력을 잃고 사용자의 정성과 노고는 증발한다. 이미 43%의 기성 퍼블리셔들은 자신이 발행한 콘텐츠를 불본의 방치하고 어딘가로 떠나있다.¹

편해공생(Amensalism) 문제

편해공생이란 한쪽은 억제되거나 죽지만 다른 한쪽은 해를 입지 않는 관계를 의미한다. 한쪽은 영향을 전혀 받지 않지만 다른 한쪽은 손상을 입거나 죽는다. 미디어의 대상은 대중이다. 대중은 미디어가 제공하는 환경에서 원하는 정보와 관계를 획득한다. 전통적인 5대매체 외에 대안이 없던 시절에는 대부분의 사용자가 정보수용자의 입장으로 고정되어 있었기 때문에 미디어사가 광고수익을 독점하는 것에 별다른 비판이 제기되지 않았지만 '소셜'이라는 광풍이 몰아친 이후부터는 대중이 정보제공자가 되고 미디어가 정보수용자가 되는 역전현상이 벌어졌다. 그렇다면 미디어 서비스는 무엇을 해야할까? 여전히 사용자들이 발행한 콘텐츠를 바탕으로 또다른 사용자를 모으고 광고를 통해 막대한 수익을 창출하고 있지만 광고수익의 대부분을 가져가고 있다. 원하는 바가 달라진 대중과 사용자들은 각선했고 편해공생 문제를 해결하기 위해 목소리를 높이고 있다.

게이트키퍼를 가장한 수익독점 플레이어

미디어 콘텐츠 정보는 기하 급수적으로 늘어나고 있다. 2.5 quintillion 바이트의 데이터, 간단히 말해서 모든 미디어 콘텐츠의 90%가 지난 2년 동안 생성되었다. 콘텐츠 발행이 현대인들의 일상적 소통행위로 자리매김 되었다는 증거다. 그런데 미디어 기업들에게 수백억 달러에 달하는 금전적 가치를 선물 해주었음에도 불구하고 기업들은 여전히 콘텐츠 퍼블리셔들을 수익 분배 대상으로 보지 않는다. 아니 보기 어렵다는 표현이 맞겠다. 보상액이 그대로 매출원가에 반영되는 주식회사 손익구조 내에서는 고정적인 보상제도가 수익성을 급격히 낮추는 배타적 요인이 되기 때문이다. 수억명의 사용자, 수백억건 이상의 데이터가 미디어사의 중개로 연결되고 그 기반 위에서 발생되는 트래픽을 기업의 이윤으로 독점하는 기존 미디어사의 수익모델을 변경하거나 포기하는 것도 상식적으로 불가능하다. 작은 시도에도 천문학적인 손실과 사용자 이탈의 결과로 이어질 수 있다. 일례로 가장 진취적인 보상제도로 평가받는 유튜브 조차 보상규정을 점차

¹ Statista, "Types of media most often included in a typical blog post according to global bloggers as of 2017" DEC 31, 2017 <https://www.statista.com/statistics/314523/blogging-media-content/>

보수적으로 통제하고 있는데 2017년 4월 6일 이후 조회수 10,000회 미만인 채널은 광고가 삽입되어도 보상을 받을 수 없다는 정책을 발표해 광고수익을 주요 수입원으로 삼았던 Lesser-known(덜 알려진) 퍼블리셔들이 경쟁매체로 대거 이탈하는 현상이 있었다. 임의로 추정수익을 감소시키거나 동시송출을 차단하는 Shadow 플레이 금지 정책도 지탄의 대상이 되고 있다. 그 밖에도 미디어 콘텐츠 시장 특히 UGC 분야에서 수익창출을 목적으로 활동하는 퍼블리셔 중 미디어사의 직접적인 지원이나 어필리에잇 광고모델로 돈을 벌고 있는 사람은 0.1%가 채 되질 않고 이들의 월평균 광고소득은 \$3 미만이다. 사업 구조적 문제이기 때문에 옳고 그름을 논할 수 없다는 것이 애석하지만 엄연한 불균형, 불공정이다.

기존 블록체인 기반 미디어의 한계

블록체인 기반의 미디어 서비스들은 공개 장부와 암호화폐를 통해 보상금 분배결과를 투명하게 공개한다. 또한 미디어 서비스의 간섭없이 정보제공자와 수용자가 상생하며 기여도에 따라 보상금을 나눠 가지도록 돋는 획기적인 시도를 하고 있다. 기성 미디어 환경에서 주종관계에 길들여져 있던 사용자 경험을 주체적으로 바꿔 놓으며 새로운 패러다임을 구축했다. 나아가 Steem의 SMT와 Appics의 관계처럼 플랫폼과 외부 dApp이 조화를 이루며 자체 토큰경제를 확장하려는 진화된 전략도 미디어콘텐츠 산업 전반에 또다른 임팩트를 줄 것으로 평가되고 있다.

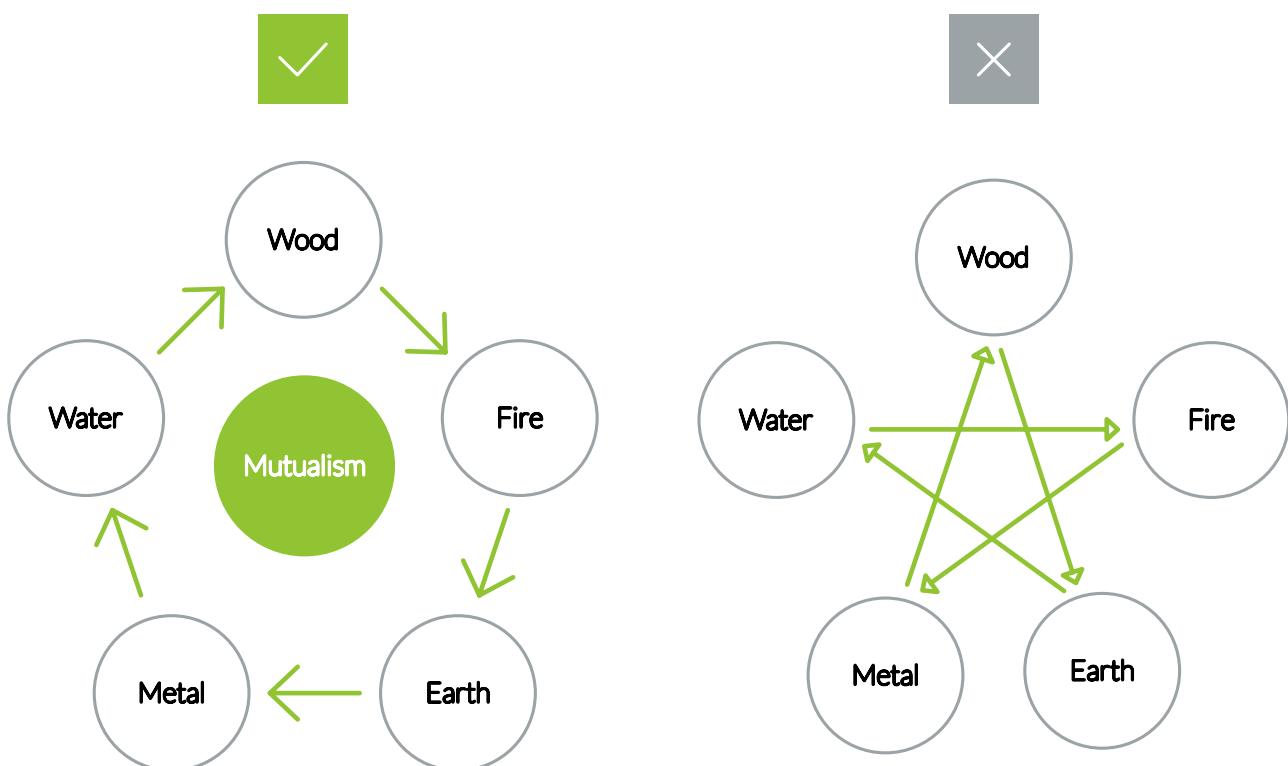
그러나 '보상'이라는 개념은 본디 피동적이며 사용자들이 기대하는 것보다 작은 풀(Reward Pool)을 가진다. 보상에 의존하는 토큰경제는 사용자를 '노동자' 계급에 머무르게 하고, 보상풀은 토큰의 전체발행량이 아닌 매년 전체발행량의 1~10% 남짓 인플레이션되는 증가분에 국한된다. 다른 한편으로 보상풀은 토큰가치가 상승되면 비례하여 확대되지만 반대로 토큰가치가 상승되려면 안정적인 보상풀을 가져야 하는 모순이 내재되어 있다.

PUBLICYTO 비전

핵심가치

$$\text{Publication} + \text{Crypto} = \text{PUBLICYTO}$$

PUBLICYTO는 출판(Publication)과 암호(Crypto)를 합성한 단어로, 우주 만물의 변화 양상을 5가지로 압축해서 설명하는 오행상생을 핵심가치로 하고 있다. 아래 그림은 자연이 오행상생을 통해 공존하는 것을 묘사하고 있다. 나무는 땜감이 되어 불을 더 잘 타게 한다. 불은 타고 나면 재가 되어 흙의 일부가 된다. 흙은 땅 속에서 쇠가 된다. 쇠는 물을 담아준다. 그리고 물은 나무를 키운다.



[그림 3] Mutualism/Creation/Generation Cycle

[그림 4] Mutual aversion/Control/Destruction Cycle

자연은 본능적으로 균형과 상생성을 유지하도록 움직여 지는데 반해, 인간과 피조물은 자유 선택에 의해 자연과 균형을 이루기도 균형을 깨기도 하는 독특한 기회를 갖는다. 이것이 자연과 인간의 특별한 상생성이다. 우리가 스스로 자연과 균형을 이루기로 선택한다면, 우리는 새로운 수준의 실존에 이르게 될 것이고, 자연 속에 넘쳐나는 완전함을 경험하게 될 것이다. 이것은 호혜와 배려라는 자연의 원리에 순응함을 의미한다. PUBLISHYTO의 핵심가치는 생태학의 아버지라 불리우는 Eugene P. Odum 교수의 주장과 궤를 같이한다.

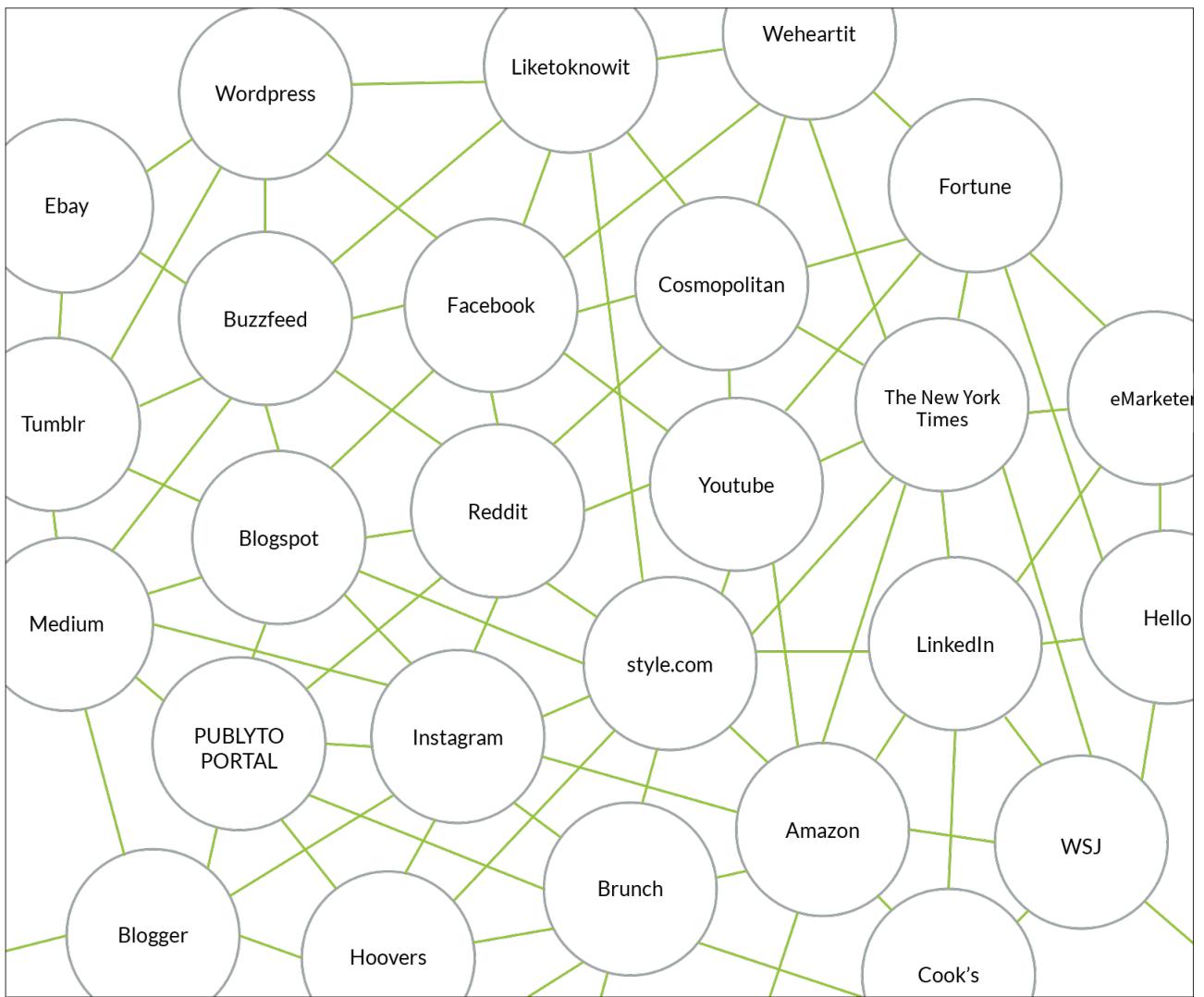


자연계에서의 흔한 생존전략과
상호이익을 위한 협력은 인류가
흉내낼 필요가 있는 것이다.

비전

블록체인 기반의 수익창출 네트워크로써 전체 미디어콘텐츠 시장의 실효적, 법률적(ISO) 국제 표준이 되는 것 (e.g. Adobe PDF ISO 32000-1)

미디어콘텐츠 시장에는 독립형 블로그수 1억개, 소셜블로그 계정수 5억개를 비롯해 25억 소셜 미디어 계정이 존재하고 수십 억 건의 개인/기업용 콘텐츠가 잠들어 있다. 40억명의 전체 인터넷 사용인구 중 80% 이상이 미디어콘텐츠 시장과 직접적으로 연결되어 있다. PUBLISHYTO는 미디어콘텐츠 시장 전반을 관통하는 수로(네트워크)를 잇고, 나무(플러그인)를 심어, 증산작용(transpiration)으로 스스로 비를 내리는 아마존의 나무들처럼 상생성으로 어우러지고 자생하는 생태기반을 조성하려 한다.



[그림 5] PUBLYTO Media Connected Ecosystem

PUBLICYTO 전략

다층적 수입원

블록체인 미디어들의 보상풀은 일반적으로 토큰의 초기 분배 과정에서 소량 할당하거나 토큰 인플레이션 정책으로 신규 발행된 재원으로 충당하는 화폐경제의 극초기 단계에 머물러 있다. 앞서 강조한대로 토큰 이코노미(Token Economy)는 가치경제와 실물경제 나아가 신용경제 까지 포괄하는 규모성을 가져야 다양한 수요와 더불어 확대된다.



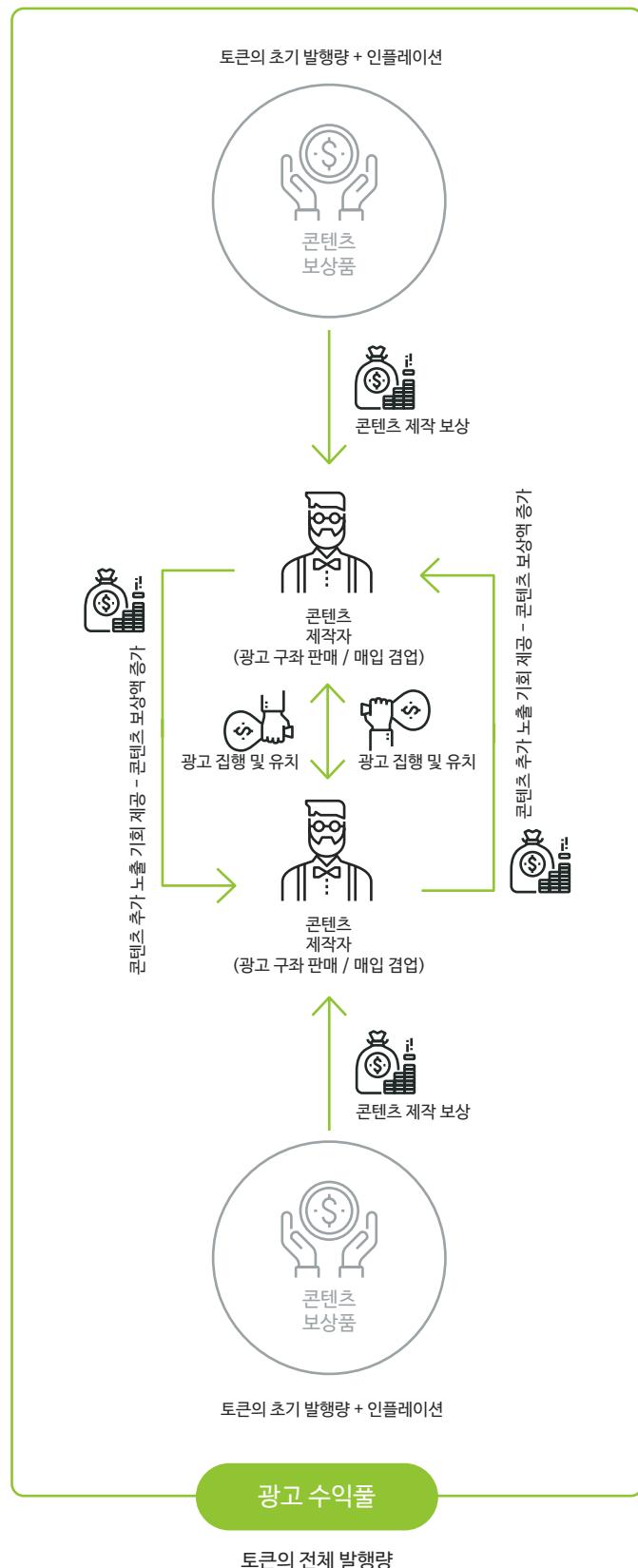
타 블록체인 미디어:
콘텐츠 보상

타 블록체인 미디어:
콘텐츠 보상

[그림 6] 수익풀 규모를 비교하기 위한 연상그림

수익풀의 규모를 확대하는 것만으로는 토큰과 서비스의 미래가치를 낙관 할 수 없다. 토큰 이코노미의 핵심 변인은 경제순환성(Tokenomic circulation)이기 때문이다. 수익활동이 ‘제작’에 국한되지 않도록 제작된 콘텐츠는 유통 시스템을 따라 순환되면서 가치가 더해져야 한다. 또한 PUBLICYTO 토큰을 매개로 경제적 가치가 형성되면 네트워크 가치사슬의 규모(reach)가 확대되고 정보의 풍부성(richness)이 높아진다.

PUBLICYTO는 미디어 콘텐츠 시장 도처에 설치되어 있는 PUBLICYTO 플러그인의 인터페이스를 광고용 파이프라인(Pipe-line for advertising)과 연결한다. 이를 통해 콘텐츠 제작자는 이미 획득한 콘텐츠 보상금의 일부를 집행하여 타인의 플러그인에 개설된 광고구좌를 직매입(Direct Buying)하여 콘텐츠의 도달율을 높일 수 있다. 노출기회가 많아지면 추가 보상의 기회로 확대되는 것은 물론 자신도 타인에게 광고구좌를 판매하며 광고수익을 취할 수도 있다. 콘텐츠 제작과 유통의 수익성이 양립되면 토큰의 가치는 자연 상승되고 반대로 토큰의 가치가 상승되면 콘텐츠 제작과 유통의 수익성이 강화되는 효용의 극대화를 실현할 수 있다.



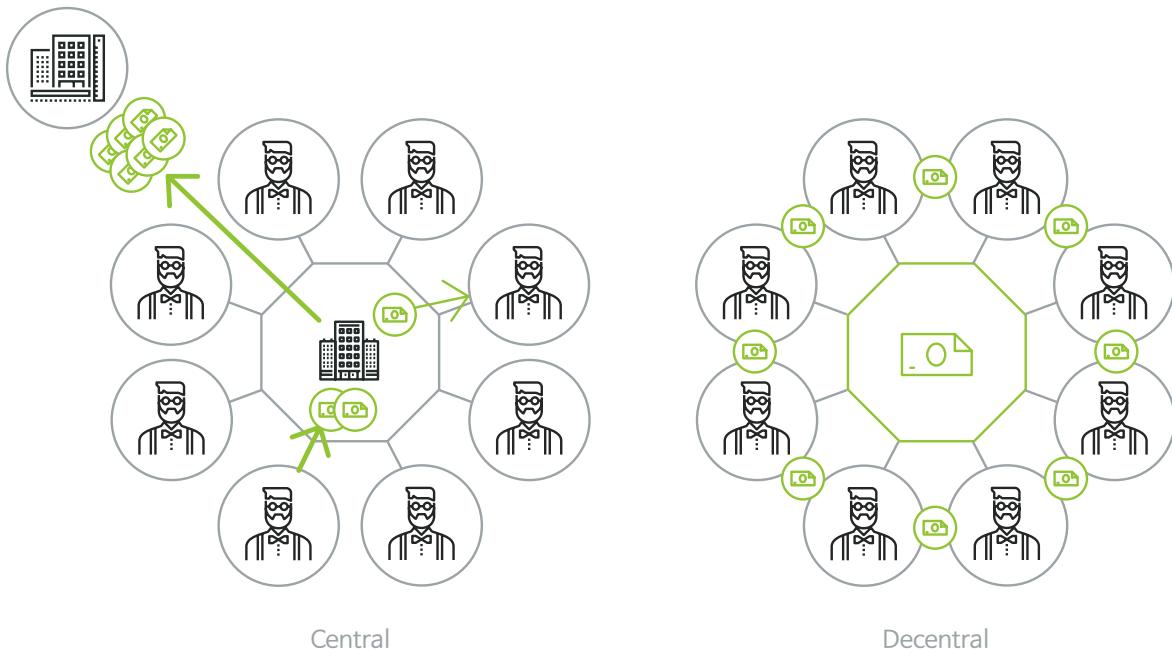
[그림 7] PUBLYTO 광고수익풀의 규모와 경제순환성

블록체인 도입

수많은 블록체인 프로젝트는 블록체인의 탈중앙적 기술에 초점을 두거나 메가트렌드로서 가지는 맹목적 미래가치에 편승한다. 탈중앙화 기술은 진입시장의 영역에서 수많은 이해관계자들과 함께 만들어 낼 경제적, 감성적 지속가치에 대한 확신과 공동체로부터 현실적 공감을 얻을 때 비로소 인간세상에 필요한 기술이 된다. 블록체인이 자본조달과 투기를 위해 존재하는 기술인가? 아니라면 달성하고자 하는 비전에 지속가치가 있는가? 지속가치는 무엇인가?

힘의 균형

탈중앙화는 '자율생태계'의 다른 말이다. 부패하지 않는 성질과 각종 통제와 규제 그리고 법과 충돌하는 서비스 영역에서 강점을 가진다. PUBLYTO의 영혼에 담겨있는 상생의 핵심가치는 미디어콘텐츠 전체시장의 경제민주화 및 자율생태계를 구축하겠다는 열망의 씨앗이다. 독점, 횡포, 사기는 모두 힘의 균형이 깨진 관계에서 비롯된다. PUBLYTO는 블록체인 미디어콘텐츠 생태계의 모든 객체가 서로 힘의 균형을 이루고 민주적 자본주의가 실현되는 이데아(idea)를 현실로 증명하고자 한다. 컨텐츠보상은 물론 광고매출과 후원금 수익활동을 주체적으로 전개할 수 있도록 블록체인 기반의 수익 창출용 플러그인을 전체시장으로 공개한다. 나아가 파편화가 심한 미디어콘텐츠와 브라우저 형식 어디에도 접목할 수 있는 위젯 빌더 설치 방식을 채택하고 인터페이스를 세분화한다.



[그림 8] 중개형 versus 탈중개형

규약의 혁신

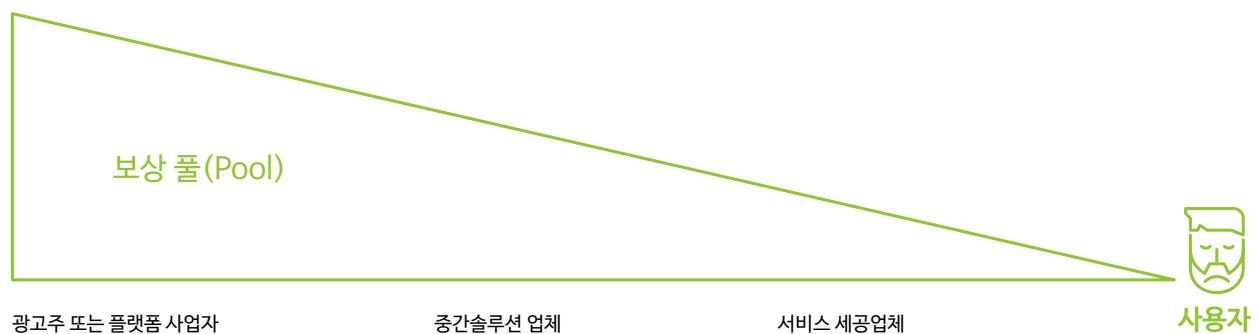
블록체인은 기존 미디어콘텐츠 시장에 만연해 있는 경제적 주종관계를 혁신하고 권력이 분산된 상생관계로 변화시키기 위해 필요한 탈중앙화 기술이다. 사용자는 보상금의 객체가 아닌 자신의 미디어로 매출을 올리는 1인 사업가다. 사용자를 서비스의 대상에서 주체인 사업주로 승격시켜야 한다. 콘텐츠 생산자가 1인까지 내려가면서 많은 시도가 있었지만 표준화되지 않은 규약이 걸림돌이었다. 미디어의 주인이 바뀌기 위해서는 물리적 환경과 규약의 변화가 필요하다. PUBLYTO 블록체인 위에서 동작되는 프로토콜이 스마트 컨트렉트의 기능을 하게 되는데 이로 하여금 일반사용자들도 규약의 주체가 되는 경험, 다시말하면 의사결정권을 가진 노드가 될 수 있다. 규약을 가진 누군가의 통제와 횡포에서 벗어날 수 있다는 얘기가 된다. 또한 저작권이라는 오리지널 가치를 회복할 수 있고 공유와 유통의 투명성을 기대할 수 있다. 전통 매체에서 이뤄지던 통제력이 사라지고 콘텐츠 생산을 제약하던 자본이나 비용, 형식이나 시간, 조직 통제로부터 해방될 가능성이 열린다.

〈표 1〉 아이지아 벌린(Isaiah berlin)의 자유론

	소극적 자유 (자유주의)	비지배 자유 (공화주의)	적극적 자유 (공동체 주의)
자유의 정의	간섭의 부재	지배의 부재	시민적 능력의 행사

전통적 인센티브의 한계

PUBLICYTO는 거대한 전체 미디어콘텐츠 생태계에 수익화 모델을 안착시키고 상생성을 구축하겠다는 사명을 가지고 있다. 만약 이를 위해 포인트, 크레딧 등의 전통적인 인센티브 방식을 고려했다면 중앙집권적 주식회사 구조를 따라갈 수 밖에 없었을 것이다. 포인트는 회계적으로 '충당금', 즉 부채로 인식되기 때문에 주가하락과 유동성 문제로 전향적인 서비스를 제공하기 어렵다. 기존 디지털콘텐츠 산업 전반에 채택되고 있는 CPC/CPM/CPA 등 어필리에잇(Affiliated) 수수료 기반의 보상모델 조차 자금력을 가진 광고주와 게이트 키퍼가 보상기준을 통제한다. 중간솔루션 제공업체가 더 큰 수수료를 취하고 결국 2차 수수료를 사용자와 서비스제공업체(광고구좌 제공업체)가 나누어 갖는데 이 업체들 또한 매출이익을 방어하기 위해 극히 적은 비율만 사용자 보상으로 내놓거나 심한 경우 수수료수익 전체를 독식하는 사례도 찾아볼 수 있다. 결과적으로 주식회사 사업모델 또는 전통적인 인센티브 지급 방식으로는 보상금이 매출원가에 포함되어 이익율을 심각하게 해치기 때문에 전체 미디어콘텐츠 시장을 커버할 수 있는 수준의 '보상풀'을 확보하기란 불가능에 가깝다. 탈중개화는 필연이다.



[그림 9] 개인콘텐츠의 관계적 수익화 과정

수익창출 지원 전략 – 플러그인

PUBLICYTO는 공개형 블록체인의 편익을 폐쇄형 자사서비스에 가두는 모순된 비즈니스 모델에서 탈피하기 위해, 플러그인을 전체 미디어 콘텐츠 시장과 연결한다. PUBLICYTO 플러그인은 사용자가 콘텐츠 형식에 구애 받지 않도록 임베디드 링크, 스크립트, 하이퍼링크와 같은 자유도 높은 인터페이스를 제공한다.

먼저 PUBLICYTO의 플러그인의 전략에 대한 시장 경쟁력에 대해서 알아보고 이어서 콘텐츠 보상 플러그인, 댓글 보상플러그인, 광고 유치플러그인 그리고 후원금 유치플러그인에 대해 각각 자세히 알아본다. 마지막은 플러그인 모델의 성장 가능성을 점쳐본다.

소셜 댓글 플러그인 시장의 현황²

소셜 댓글 전문 서비스로는 선두업체 디스커스(Disqus)를 중심으로 라이브파이어(LiveFyre), 인텐스디베이트(IntenseDebates), 에코(Echo), 코코멘트(CoComment), 탱글러(Tangler) 등이 관련 시장을 이루고 있다. 특히 디스커스는 사업 시작 10년 만에 월 이용자 수 20억명의 놀라운 성장을 거두었다. 페이스북도 지난 2011년 3월 1일 일반 이용자들이 사용 할 수 있는 페이스북 댓글 플러그인을 발표했다. 이에 따라 디스커스의 주요 고객인 테크크런치(TechCrunch)를 비롯해서 기가옴(GigaOm), 더 데일리 비스트(The Daily Beast) 같은 사이트들이 페이스북으로 댓글 서비스를 변경했다. 그러나 선두를 지키고 있는 디스커스는 페이스북의 댓글 플러그인 발표에도 불구하고 더욱 성장했다. 2010년 페이스북이 포스퀘어 유사 서비스인 플레이스를 발표했음에도 포스퀘어는 기존 300만 이용자에 450만을 더 추가한 것과 유사성을 가진다. 2018년 5월 13일 기준, 전세계 약 80만개의 웹사이트가 소셜 댓글 플러그인을 채택하고 있고 그 중 디스커스와 페이스북 댓글 시스템이 98% 점유율로 시장을 양분하고 있다.

² Datanyze, “Market-share comment-systems” May 14, 2018
<https://www.datanyze.com/market-share/comment-systems/Datanyze%20Universe/Alexa%20top%201M>

〈표 2〉 소셜댓글서비스 Market Share

Source: Datanyze, 5/14 2018

Ranking	Technology	Domains	Market Share
1	Facebook Comments	511,669	64.56%
2	Disqus	271,473	34.26%
3	IntenseDebate	3,593	0.45%
4	Livefyre	3,486	0.44%
5	Spot.IM	758	0.10%
6	Viafoura	565	0.07%
7	JS-Kit	338	0.04%
8	Vuukle	280	0.04%
9	Gigya Comments Plugin	194	0.02%
10	Echo	52	0.01%

Source: Datanyze, May 14, 2018

PUBLICO 플러그인의 시장 경쟁력

기존 댓글 플러그인 서비스 시장과 PUBLICO 플러그인이 상생할 수 있을까. 페이스북이나 트위터와 같은 기존 소셜미디어가 있는데 스팀이 등장한 이유는 뭘까. 디스커스는 최근 댓글 플러그인에 기업의 광고를 게재하고 사용자와 수익지분율 나누는 수익화 지원 사업을 시작했지만 블록체인 기술과 암호화폐 도입에는 시큰둥하다. 기술적인 관점으로만 보면 블록체인은 전 쟝션을 10분 단위로 미루는 기술이기 때문에 오히려 퇴보한 기술이라고 말한다. 페이스북 플러그인은 사용자 유입, 정보수집, 트래픽 신장을 위한 목적으로 한정되고 수익화 전략은 모두 페이스북 본청이 되는 앱과 웹사이트에 집중되어 있다. 또한 천문학적인 기회비용을 들여 레거시 시스템을 모두 블록체인 기반으로 얼갈이 하지 않는 이상 기존 수익구조를 벗어나기 어렵다.

PUBLICO가 블록체인 도입을 결정한 주요 이유 중 하나는 탈중앙화로 언론 권력을 분산시키는 '상생'과 '통섭'이라는 대의적 가치를 실험하고 실현시키기 위함이다. 대체되지 않는 새로운 원본 출현 가능성, 인터넷 시대까지 중앙집중화됐던 미디어콘텐츠 시장의 구조는 P2P로 회귀하여 불변성과 지속성을 갖게 된다. 권한은 분산되고 수익 배분은 투명하고 공정해진다. 이런 장점은 조직 구조에도 변화를 줘서 중앙 집권적 구조가 아닌 가치의 집합성이라는 특징을 매개로 가변성을 기대할 수 있게 해준다. 기술 융합 가능성이 높아지는 건 물론이다.

블록체인, 토큰 그리고 보상 그리고 수익화에 대한 깊은 고민없이 PUBLICO 플러그인만 설치하면 미디어 형식과 주제에 구애 받지 않고 손쉽게 콘텐츠 보상 및 광고 모델을 구현할 수 있다.

미디어 콘텐츠 시장은 영상/텍스트/음성 미디어 형식 또는 콘텐츠 주제에 따라 보상체계를 달리하여 수 많은 마켓으로 세분될 수 있다. 구분된 마켓마다 다른 종류의 토큰을 유통시키고 보상 방식 또한 각 마켓마다 달리할 수 있다. 이런 마켓 세분화는 특정 토큰은 하나의 세분된 마켓에 귀속되어 옆의 다른 마켓에 있는 콘텐츠를 이용하려면 또 다른 토큰 생태계를 경험해야하는 불편함이 따른다. PUBLICO 네트워크에서는 어떤 형태의 미디어 콘텐츠 듣지, 어떤 주제의 콘텐츠 듣지 하나의 토큰 생태계로 묶어 이 문제를 해결한다. 유튜브 같은 영상 콘텐츠 또는 신문기사 형태의 텍스트 콘텐츠와 같이 형식과 주제에 구애받지 않고 간단히 플러그인만 설치하여 손쉽게 콘텐츠 보상 및 광고 모델을 동작시킬 수 있다.

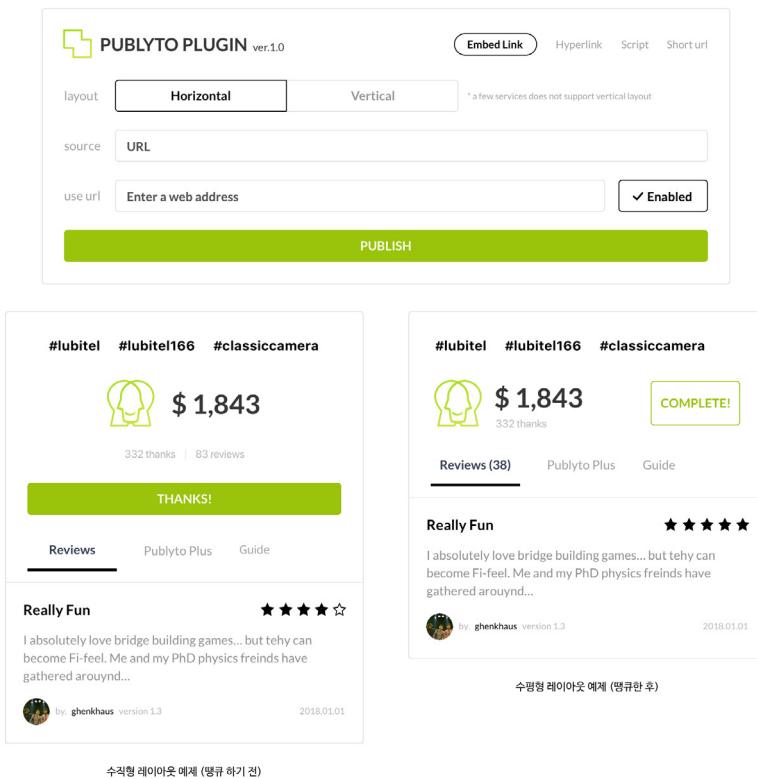
영상 콘텐츠 제작은 텍스트 형태의 콘텐츠 보다 통상 더 많은 제작 비용이 발생함으로써 마켓을 구분해 더 높은 보상이 이뤄져야 한다는 주장이 있을 수 있다. 그러나 PUBLICO는 미디어 콘텐츠 가치 판단은 온전히 그것을 소비하는 큐레이터의 평가에 대한 의존을 강조한다. 콘텐츠의 가치는 주제 또는 미디어 종류 따위로 평가되어선 안되고, 그것을 보고 듣고 읽는 독자의 판단

에 맡기는 것이 합당하다. PUBLISH는 모든 미디어 콘텐츠를 하나로 연결하여 거대한 네트워크를 형성한다. 이 거대 네트워크는 단 하나의 마켓만 안에서 모든 종류, 모든 주제의 콘텐츠를 PUBLISH 톤 세상에서 만끽할 수 있게 해준다.

콘텐츠 보상플러그인

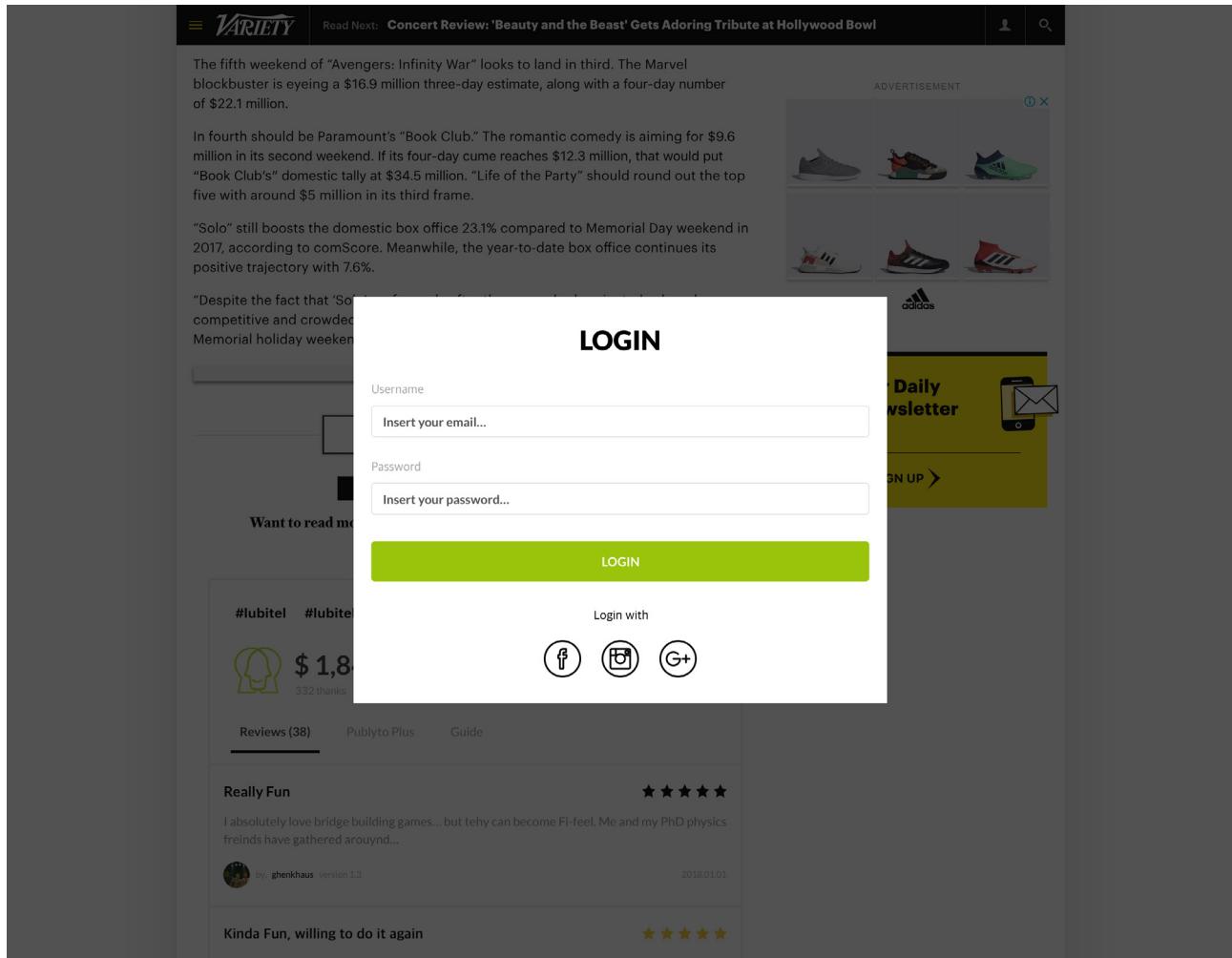
콘텐츠 보상플러그인에는 콘텐츠 제작 및 큐레이션 보상이 포함된다. PUBLISH 사용자라면 미디어 콘텐츠 형식과 주제에 구애받지 않고 설치하여 사용 가능하다. 독자(큐레이터)가 공감의 정도를 보팅파워로 표현하면 그에 따라 콘텐츠 및 큐레이션 보상액이 결정된다.

공감표현의 매개가 되는 장치를 흔히 ‘좋아요’ 버튼이라 부르지만 PUBLISH에서는 아래 [그림 9]와 같이 ‘고마워(Thanks)’라 칭한다. PUBLISH에서 발행되는 콘텐츠는 일상적 이야기부터 유용한 정보, 전문적 지식까지 그 범위가 넓고 콘텐츠 발행에 들인 시간과 노력, 즉 정성면에서 차이가 있다. 칭찬의 강도를 높이고 호혜적 감정을 더욱 깊이 나눌 수 있도록 하자는 인문학적 발상에서 비롯됐다.



[그림 10] 플러그인 표준 UI

큐레이터는 보팅 전 PUBLYTO 네트워크에 로그인이되어 있지 않으면 로그인 과정을 거치게 된다.



[그림 11] 로그인 프로세스

댓글 보상 플러그인

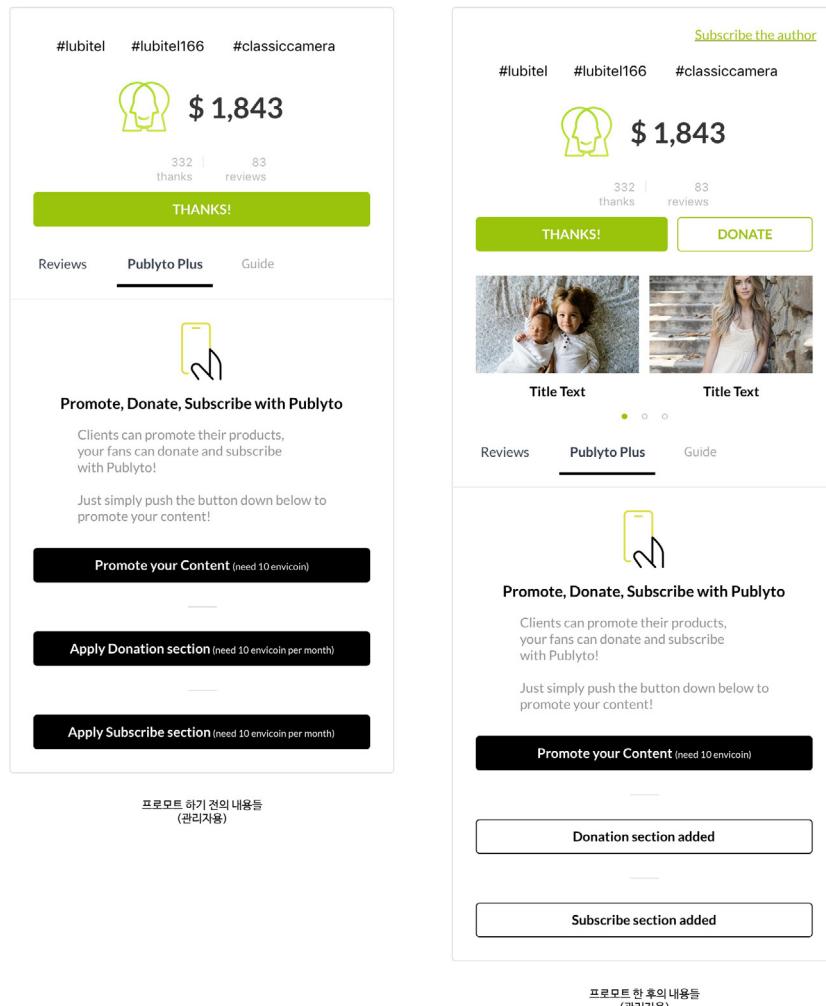
PUBLICYTO에서는 댓글도 하나의 콘텐츠로 취급되어 보상플러그인으로 제공된다. 트위터의 140자 트윗이 그려하듯 댓글역시 가치있는 정보나 경험을 제공하는 구조화된 메세지로 정의 내릴 수 있다면 이 또한 PUBLICYTO에서는 보상의 대상이 된다. 아래는 커머스 서비스에서 제품 사용후기를 설명에 적용된 댓글 보상플러그인을 보여준다.

The screenshot shows a product page for a Samsung Galaxy S9+ (SM-G965 - 64GB - Midnight Black (Unlocked)). The product has a rating of 4.9 based on 16 reviews. Key features highlighted include "Good value" (100%), "Long battery life" (100%), and "Small form factor" (73%). The page also displays the price (\$730.00 + \$65.00 Shipping) and an "Add to cart" button. On the left, there's a sidebar for "Most relevant reviews" featuring a 5-star review by "flapdoodles42" from May 18, 2018, which reads: "A great tool! Spectacularly beautiful & functional. Comes with a steep initial learning curve if you are used to a different make. Seller delivers as promised. My satisfaction level is extremely high!" Below the review, it says "Verified purchase: Yes | Condition: New". The Publicyto interface includes a sidebar with "Help", "?", and a "DONATE" button. At the bottom, there's a section for "Really Fun" reviews with a 5-star rating and a snippet: "I absolutely love bridge building games... but they can become Fi-feel. Me and my PhD physics friends have gathered around...".

[그림 12] 댓글 보상플러그인 기준UI

광고 유치 플러그인

광고 수익플러그인을 사용하여 콘텐츠 제작자는 광고를 유치할 수 있다. PUBLYTO에서 발행한 게시물이 광고소재로 쓰여지기 때문에 네이티브 광고처럼 통일성 있고 쾌적한 UI가 유지된다. 아래 그림은 뉴스기사에 적용된 광고 수익플러그인을 보여준다.



[그림 13] 광고 신청 경로와 딜화면 UI

후원금 유치 플러그인

콘텐츠 제작자는 광고 뿐아니라 기부금을 통한 수익활동도 전개할 수 있다. 아래는 동영상 콘텐츠 제작자의 후원금 모집을 위한 예시를 보여주고 있다. 후원자 목록을 바로 확인할 수 있다. 후원금을 모으는 것은 PUBLYTO의 정체성을 확인하고 구성원 간의 관계를 강화하게 된다. 이는 PUBLYTO 생태계를 확산시키는데 기여하게 된다.

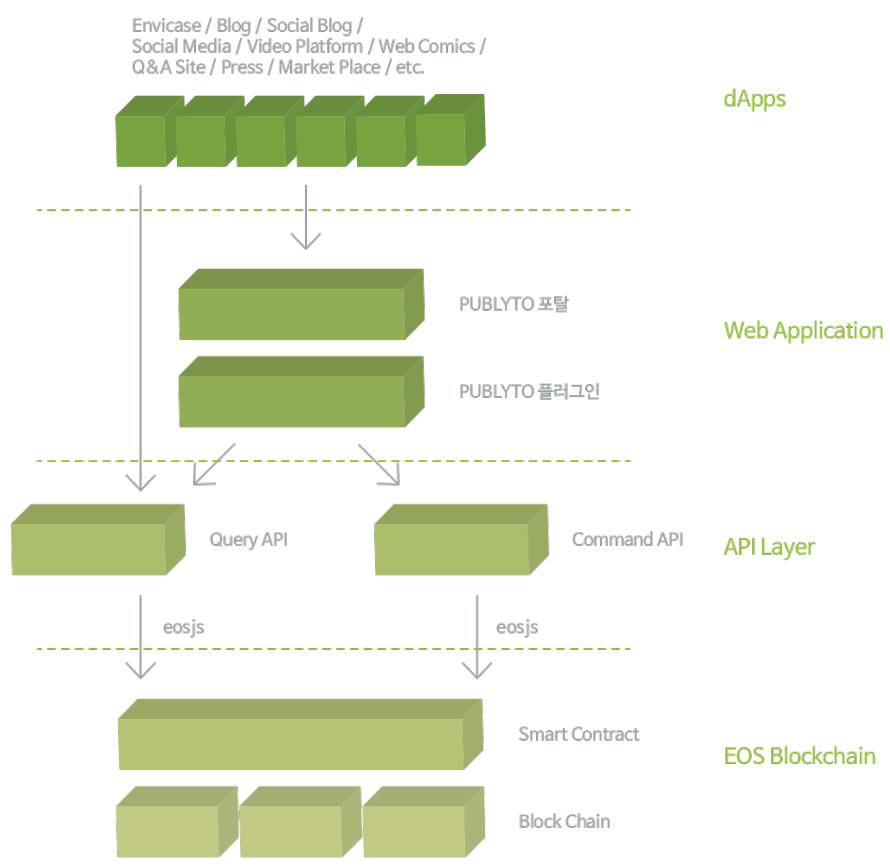


[그림 14] 후원 경로와 금액책정화면 UI / 후원자 목록 UI

PUBLICYTO 아키텍처

PUBLICYTO 아키텍처는 아래 그림과 같이 총 4개의 레이어로 구성된다. 기저에는 PUBLICYTO 블록체인이 위치하여 분산 공개 장부를 제공하며, PUBLICYTO 생태계의 약속인 Smart Contract를 실행할 수 있는 환경을 제공한다. 신뢰 유지를 위한 모든 로직은 Smart Contract에 존재한다. 콘텐츠 목록을 조회하는 읽기 전용 API, 그리고 수익 창출을 위한 쓰기 작업을 위한 API가 그 위에 얹힌다. 읽기 전용 API는 dApp에 의해 직접 접근이 가능하지만, 쓰기 전용 API는 그렇지 못하다. 쓰기 작업은 제공된 플러그인 UI를 사용하도록 강제하여 데이터 작성에 대한 오남용을 방지하기 위함이다.

콘텐츠 포탈은 PUBLICYTO 내 모든 콘텐츠를 소환하고 수익창출 플러그인을 가져다 쓸 수 있도록 안내하여 사용자 간 광고거래의 장을 제공하게 된다. 모든 미디어 콘텐츠 서비스를 원하는 dApp은 콘텐츠 포탈을 통해 각종 플러그인을 손쉽게 가져다 쓸 수 있게 되며 PUBLICYTO 네트워크 내 하나의 구성요소로 자리 잡는다. 이어지는 절에서 각 구성요소를 밑에서 위로 자세히 살펴보자.



[그림 15] PUBLICYTO 아키텍처 구성도

PUBLICYTO 블록체인

자체 블록체인 구축하지 않는 이유

PUBLICYTO는 자체 블록체인을 구축하지 않고 성숙한 블록체인을 사용한다는 시각으로 접근한다. 탈중앙화 생태계를 유지할 만큼 충분한 노드를 확보할 수 있는가? 그리고 온전히 서비스에만 집중해 성공시킬 수 있는지에 대한 현실적인 고민 때문이다.

대부분 블록체인은 오픈소스이다. 소스를 공개하여 많은 사람이 개발에 참여하도록 독려하므로 보안이슈 및 버그를 발견하고 해결할 가능성도 그 만큼 높다. 이런 오픈소스는 목적에 부합한다면 그대로 가져다 쓸 수 있다. 필요에 따라 소스를 수정하거나 추가하는 것도 가능하다. 오픈소스를 활용하면 누구나 블록체인을 구현할 수 있게 된 것이다. 하지만 블록체인의 성패는 얼마나 잘 구현했느냐에 달린 것이 아니라, 얼마나 많은 사람이 블록체인 생태계에 참여했느냐에 달려 있다. 구슬이 서 말이라도 뛰어야 보배이듯 아무리 잘 구현된 블록체인이 있다고 한들, 이를 구동 시켜주는 노드가 충분치 않다면 그 블록체인 세상은 무용지물이다.

PUBLICYTO는 충분한 노드 확보가 가능한 블록체인을 사용함으로써 문제 해결의 실마리를 찾는다. 웹서비스를 구축할 때 필요한 데이터베이스를 직접 구현하지 않고 라이센스 비용을 주고 사용하는 것과 같은 이치다. 많은 노드를 참여시키기 위해 비용을 들이기보다 충분한 노드를 확보한 블록체인에 사용료를 지불하고 이용하는 편이 두말할 나위 없이 경제적이다.

대부분의 블록체인 사례에서 접할 수 있듯이 자체 블록체인 구축을 표명한 곳은 온통 관심이 블록체인에 집중된다. 시간, 비용 예산에서 상당량을 블록체인 구현에 할애하고 건실한 생태계 조성을 위해 힘쓰게 된다. 하지만 블록체인 자체 보다는 블록체인 위에 그려진 서비스가 본질임을 잊지 말아야 한다.

막대한 자본이 투입되어 만들어지는 블록체인 생태계 플랫폼을 사용하는 것은 어쩌면 당연한 선택인지 모른다. 한정된 자원을 자체 블록체인 구현과 운영에 허비하지 않고 PUBLICYTO에서 그려낸 서비스에 집중시킨다면 빠른 개발은 물론 사용자에게 더 나은 품질의 제품을 선보일 수 있다. 단, 이용 중인 블록체인의 안정성이 붕괴하는 경우 언제라도 자체 블록체인 생태계 구축하고 운영할 수 있도록 최소한의 기술적, 정책적 대안을 갖추어 나가야 한다.

EOS 블록체인 채택

PUBLICYTO은 자체 블록체인을 구축하기보다 성숙한 생태계를 가진 블록체인을 사용하는 것을 원칙으로 한다. PUBLICYTO 블록체인에는 일상적인 활동이 기록되기 때문에 거래 수수료가 무료 이거나 아주 미미해야하며, PUBLICYTO 플러그인이 안정적으로 서비스되기 위해 거래 처리 속도가 충분히 빨라야 한다. PUBLICYTO는 스마트 컨트랙트 기반인 EOS 블록체인을 우선적으로 도입한다. 만약 EOS에 중대한 보안이슈가 발생된다면 이더리움, 트론(TRON) 혹은 네오(Neo)와 같은 다른 블록체인을 사용 가능성을 열어 두고 있다. PUBLICYTO가 EOS 블록체인을 선순위로 채택한 이유는 다음과 같다.

모든 블록체인에서는 악의적인 사용자가 쓸모없는 거래들로 쓰기 용량을 점령 하는 문제를 해결할 방법이 필요하다. 쓸모없는 거래로 가득 차 정작 중요한 거래를 처리하지 못하는 문제가 생기면 안된다. 현실적인 대안은 블록체인 내 데이터 쓰기 작업에 적정 수수료를 부과하는 것이다. PUBLICYTO에서는 타인의 콘텐츠를 읽고 '좋아요'를 누르는 일상적인 활동까지 블록체인에 기록되고 콘텐츠 보상 금액을 책정하는 척도로 활용된다. 일상적인 활동에 거래 수수료를 부과하면 사용자에게 큰 반감을 줄 수 있다. 사용자들은 당연히 무료라고 기대하는 행위에 수수료가 부과된다면 많은 사용자는 서비스를 사용을 중지할 수 있다.

EOS는 거래할 때마다 수수료를 징수하는 방식에서 탈피해, EOS 토큰을 가진 만큼 거래를 할 수 있는 자원을 할당하고 있다. 처리할 거래량 만큼 EOS 토큰을 보유하면 거래 수수료 면제 혜택을 누릴 수 있는 것이다.

EOS는 블록체인의 합의알고리즘은 Steem과 Bitshare에서 소개된 위임된 지분 증명 (DPoS, Delegated Proof of Stake) 방식을 채택하고 있다. 블록의 생성 주기는 0.5초로, 초당 수백만 건의 트랜잭션이 처리할 수 있다.³ 이 속도는 초기 PUBLICYTO 네트워크가 안착하기에 충분하다고 판단된다. 다만 이후 폭발적인 트래픽 증가로 EOS의 메인 블록체인 처리속도가 문제된다면 사이드 체인 활용, 자체 블록체인 운영 또는 타 블록체인으로 이관을 고려할 수 있다.

³ EOSIO, “EOS.IO Technical White Paper v2” Mar 16, 2018
<https://github.com/EOSIO/Documentation/blob/master/TechnicalWhitePaper.md>

EOS 자원 확보 방안

EOS 자원은 크게 대역폭, CPU, 램 그리고 저장소로 나눌 수 있다. 대역폭과 CPU는 기본적으로 EOS 보유 토큰량에 비례해 동적으로 사용량이 할당된다. 동시 사용자가 적으면 같은 토큰 보유량으로도 더 많은 자원을 사용할 수 있다. 반면 램과 저장소는 고정 자원이다. 램과 저장소를 필요로 만큼 구매하는 개념이며 구매한 자원이 필요없게 되면 언제든 내다 팔 수 있다. 동적 자원인 대역폭과 CPU는 타인에게 대여가 가능하지만 고정 자원인 램과 저장소는 그렇지 못하다.

EOS 자원확보는 크게 두 가지 방안으로 접근한다. 먼저 PUBLEYTO ICO를 통해 마련된 자금을 EOS 자원확보를 일부 사용하는 방안이다. 이때 자금을 한꺼 번에 투입해 EOS 토큰을 매입하는 것이 아니라, 장기적인 안목에서 필요한 만큼 주기적인 매입을 통해 코스트 에버리지(Cost Average) 효과를 살리도록 한다. EOS 토큰의 가격 변동성이 크기 때문에 시세차익을 볼 수 있는 적절한 타이밍을 찾기란 쉽지 않기 때문이다. 자금을 한꺼번에 투입해 자칫 큰 시세차손이 발생하면 PUBLEYTO 네트워크에 큰 악영향을 줄 수 있으므로 신중한 접근이 필요하다. EOS 토큰 매입 자금을 EOS 블록체인을 사용하기 때문에 발생되는 특수 비용으로 생각하기보다 자체블록체인을 개발운영에 소요되는 비용으로 대체해서 생각할 수 있다. 자체블록체인을 개발운영하면 어쩌면 EOS 토큰을 매입하는 비용보다 훨씬 많은 자금이 소요될 수 있다. 더욱이 EOS 토큰은 매입 후 소모되는 것이 아니라 스테이킹(staking)되어 나중에 다시 되팔 수 있다.

EOS 자원확보 두 번째 방안은 대역폭과 CPU를 대여하는 방법이 있다. 대역폭과 CPU를 대여에 대한 비용 지불을 PUBLEYTO에서는 비트토큰의 채굴보상과 같은 개념을 적용한다. 트랜잭션 처리를 위해 하드웨어 자원을 제공하였으니 이에 상응하는 PUBLEYTO 토큰을 인플레이션을 통해 지급한다.

PUBLICYTO 콘텐츠 포탈

PUBLICYTO 콘텐츠포탈은 PUBLICYTO 플러그인이 적용된 모든 미디어콘텐츠를 소환하는 역할을 한다. 가입/로그인, 플러그인 사용안내, 광고거래, 콘텐츠발행, 트렌딩, 검색, 수익모니터링, 암호화폐 거래 등 PUBLICYTO와 관련된 모든 활동의 장이 된다.

콘텐츠 소환

아래 그림은 PUBLICYTO 콘텐츠포탈의 예시를 나타낸 것으로 PUBLICYTO 플러그인이 삽입된 모든 발행물이 자동으로 소환된 모습을 보여주고 있다. 소환된 콘텐츠는 PUBLICYTO 포탈 내 본인의 뉴스룸으로 등록되어 각기 다른 미디어플랫폼에서 발행된 콘텐츠들을 모아서 볼 수 있고 인기 콘텐츠는 포탈 메인페이지에 소개되는 기회까지 얻을 수 있다.

The screenshot shows the PUBLICYTO homepage. At the top, there's a navigation bar with a logo, 'PUBLICYTO', 'LOGIN', 'SIGN UP', 'GUIDES', and a search icon. Below the navigation is a large image of an office workspace with several people working at desks. To the right of the image, the word 'FEATURED' is in bold capital letters. Underneath it is a post titled 'Promotional Advertising Specialty You Ve Waited Long Enough'. The post includes a short description, a 'READ MORE' button, and hashtags '#lubitel #lubitel166 #classiccamera'. Below this section is another titled 'LATEST POSTS' featuring a photo of a woman and a post summary. To the right is a 'MOST THANKED' section with a photo of a woman.

LATEST POSTS

Promotional Advertising Specialty You Ve Waited Long Enough
2018.01.01
I have detailed below the most cost effective forms of internet marketing to advertising your business using your company
[THANKS!](#)

MOST THANKED

A thumbnail image of a woman standing outdoors against a white wall, wearing a patterned top and jeans. A small watermark logo is visible in the center of the image.

[그림 16] PUBLICYTO 포탈의 메인페이지

고평판자에게 Featured Editor 권한 부여

콘텐츠포탈 메인페이지와 주요 커뮤니티에는 Editor's Picks, Top thanked post로 대표되는 피처드 영역이 있고 이 또한 PUBLISHTO의 간섭없이 고평판자에게 권한을 맡긴다. 좋은 콘텐츠가 자신의 힘에 밀려 빛을 발하지 못하는 기존 블록체인 미디어들의 한계를 극복하는데 중요한 가치를 둔다. 또한 스크린 캡처본처럼 MAF로 걸러낼 수 없는 콘텐츠들도 PUBLISHTO 고평판 사용자들에게 옴부즈맨(Ombudsman) 권한을 위임하여 자연 정화 되도록 유도한다.

자체 콘텐츠 발행

사용 중인 외부 미디어 계정이 없거나, 보다 안정적인 환경에서 네이티브 콘텐츠를 발행하고자 하는 퍼블리셔들을 위해 PUBLISHTO 포탈에서 오리지널 게시물을 직접 발행할 수 있는 편집환경을 제공한다. 글, 그림, 영상, 링크, 스크립트 등 일반적인 블로그 편집형식을 충족하고, 유튜브와 인스타그램처럼 영상 또는 사진중심의 콘텐츠도 발행할 수 있도록 멀티미디어 전용 편집기를 지원한다. 이로서 PUBLISHTO는 콘텐츠유통의 파이프라인과 출판 시장을 포괄하는 전지적 네트워크를 구축하게 된다.



CREATE A POST

[Original Content](#)

Importing

title

text...

text



This is a text editor. Add and edit as you wish.

p



Drag an image here or browse
for an image to upload.

[POST](#)

[그림 17] 블로그 편집기 대표화면,

멀티미디어 편집기 대표화면

외부 소셜미디어 게시물의 재발행

PUBLICYTO 포털에서 소셜미디어 로그인을 하면 해당 미디어에서 발행했던 게시물을 불러올 수 있다. 사진, 글, 링크 등 콘텐츠를 구성하는 요소를 모두 가져오기 때문에 썸네일만 가져오는 공유 기능과는 차별화 된다. 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등에서 제공하는 API와 SDK를 사용한다.

작성을 완료하면 게시물에 PUBLICYTO 플러그인이 자동생성된다. 기존 소셜미디어에 방치되어 있던 양질의 콘텐츠를 재조명하고 수익성을 창출 해 낼 수 있게 된다.

타인의 게시물 링크를 붙여넣어 수익화를 전개하는 도용사례, 즉 저작권 침해 예방을 위해 본인의 소셜미디어 계정으로 로그인 하는 것은 기본, MFA(Multi-Factor-Authentication)가 최초 1회 필수로 요구된다. 게시물은 기본적으로 로그인 된 본인의 소셜미디어 라이브러리를 통해 불러올 수 있으나, 계정주소가 PUBLICYTO의 화이트리스트에 등록되면 유효성검사가 이루어질 수 있어 아래 [그림 18]과 같이 게시물 링크만으로도 불러올 수 있다.



CREATE POST WITH IMPORTING VIDEO

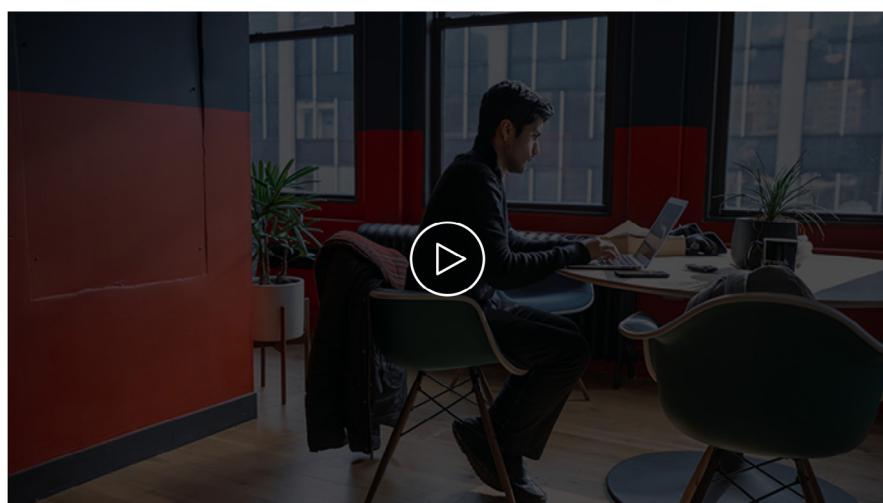
Original Content

Importing

title

use url

preview



ghenkhaus

2018.01.01

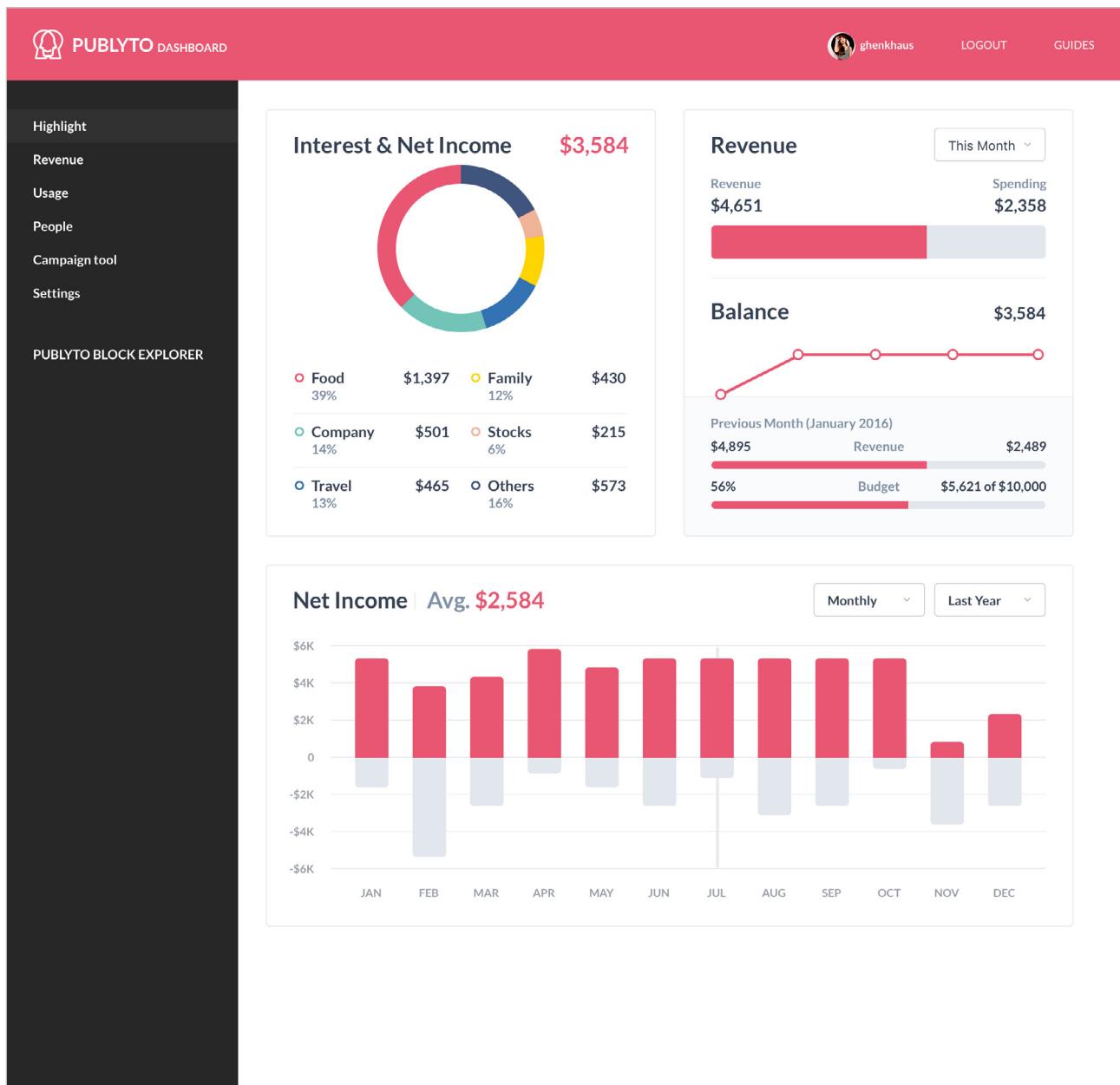
Floral shirts...

POST

[그림 18] 유튜브 게시물 불러오기 예시

수익 및 데이터 Analytics 제공

수익창출 경험을 ROI 증명으로 상세하게 모니터링할 수 있다. 이외에도 독자층의 프로파일로 콘텐츠 캠페인을 진단하여 충성도를 높이기 위한 인사이트를 제공한다. 큐레이션과 후원 가능성이 높은 독자를 발견하고, 초기 관계를 형성하고, 접점을 확대하는 등 콘텐츠 마케터로서의 핵심역량을 갖추도록 하는데 주안점을 둔다. 다시 말해 콘텐츠 캠페인이 궁극적으로 리드(Lead: 직 접적인 수익창출의 대상이 될 수 있는 가망독자 정보)와 수익 성과로 연결되는 관계를 보다 분석적으로 살피고 효과적인 전술을 수립하도록 돋는다. 그 밖에 디바이스, 지역, 채널, 시간대 분석 등 입체적 모니터링이 가능하도록 세분화 된 분석요소를 제공한다.



[그림 19] 수익 분석 Summary 화면

캠페인 도구 지원

인증된 고수익자, 고평판자를 대상으로 하여 지원된다. 퍼블리셔는 미디어 소유주로서 타 퍼블리셔, 구독자, 큐레이터, 후원자 및 광고거래자와 일괄 또는 개별 소통할 수 있는 기회를 얻게된다. 도구의 목록은 아래와 같다.

SEO Spider Tool & Keyword Planner: 검색랭크 및 유입량 증대를 위해 고려해야 하는 키워드 평가 정보를 조회할 수 있다.

이메일 마케팅 SMTP 도구: 메일 템플릿과 전송 시스템을 지원한다. 수신자의 행동에 따른 자동화된 팔로우업 설계가 가능하다.

다이렉트 메세징 도구: 고수익, 고평판자 간에서만 사용되며 고품질 정보를 주고 받거나 콘텐트 파트너십을 하는 등 핵심사용자들이 상호 간 시너지를 만들어 내도록 돋는데 취지가 있다.

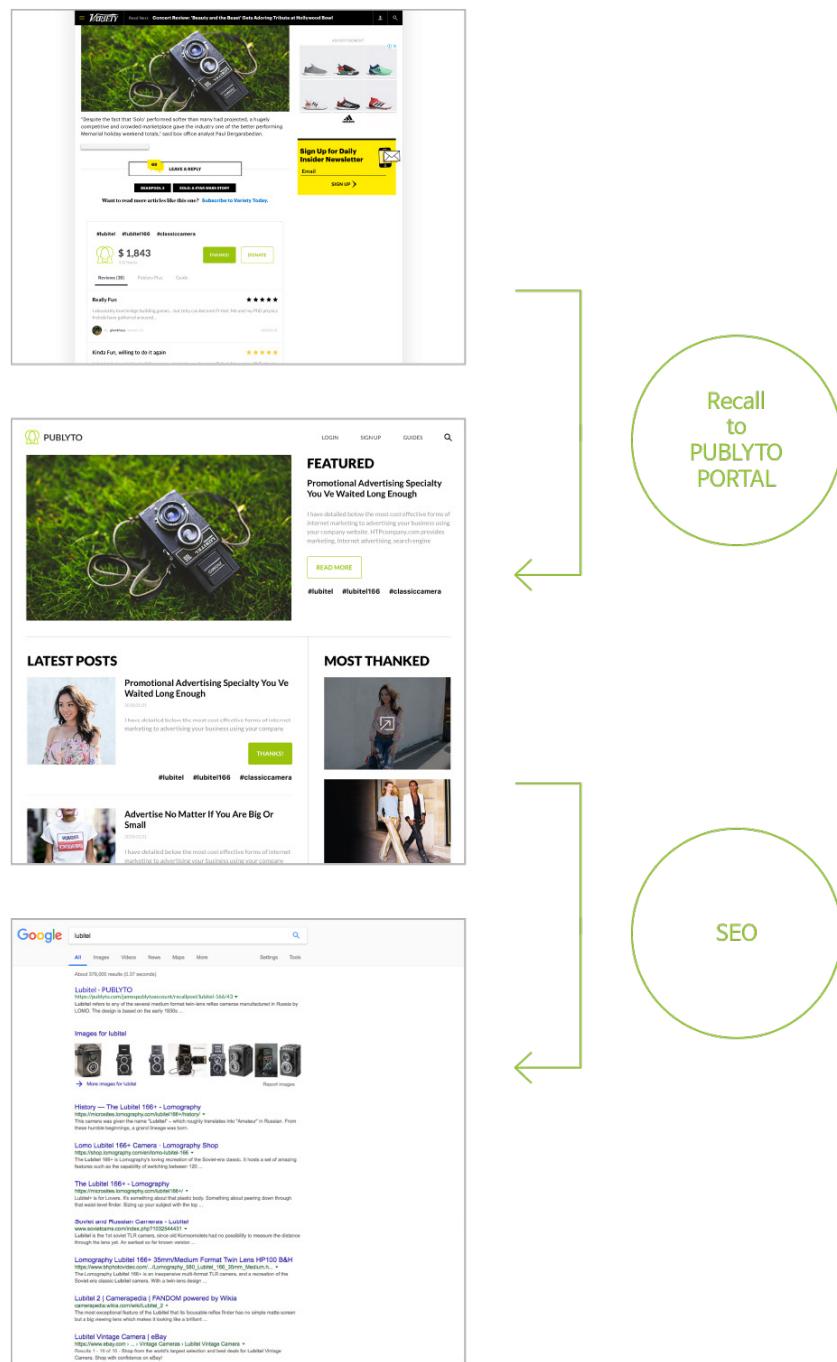
SEO 지원

많은 퍼블리셔들이 Backlink의 중요성에 대해 알고 있을 것이다. 구글이나 빙(Bing)의 검색 로직은 특정 문서가 다른 문서들에 의해 얼마나 많은 빈도로 reference(참고) 되느냐에 따라 그 문서의 중요성과 관련성 순위를 결정한다. 결국 Backlink가 많이 생성되어 있는 사이트일수록 SEO 검색에 유리하다. 플러그인 설치 후 PUBLISHYTO 콘텐츠포탈로 소환되는 모든 미디어 콘텐츠에는 PUBLISHYTO.com/특정시퀀스의 Backlink가 자동으로 부여된다. 추가적으로 콘텐츠 포탈 내 커뮤니티나 피처드 게시판에 이중 게시되면서 reference 빈도가 높아진다. Backlink의 양이 많아지면 원 저작자가 게시한 오리지널 컨텐츠의 구글 상위 검색 확률이 상승하게 되고 더불어 PUBLISHYTO 플러그인의 노출빈도수 또한 비례되어 올라간다.

Semantic SEO도 적용된다. 콘텐츠에서 사용하는 단어에 더 많은 의미를 부여하는 프로세스이다. 단순한 쿼리에 답하지 않고 사용자의 진짜 의도를 파악하여 최적화하는 것을 의미한다. 즉, 첫 번째 질문에 답한 다음 즉시 두 번째, 세 번째, 네 번째 또는 다섯 번째 질문에 답하면서 진정한 의도를 판별한다. 참고로 도어웨이는 특정 검색어에 대해 순위가 높게 나타나도록 만들어진 사이트 또는 페이지이다. 도어웨이는 사용자 검색결과에 비슷한 페이지를 여러 개 표시하여 사용자가 각 결과를 클릭했을 때 근본적으로 같은 곳으로 이동하게 하므로 사용자에게는 그다지 유익하지 않다.

콘텐츠의 검색 순위가 높더라도 그것이 SEO 전략의 성공을 결정하는 요소로 간주해서는 안된다.

다. 전환 중심의 접근방법이 더 중요하다. 이유는 단순하다. 최종적인 목표는 단지 많은 링크를 얻는 것이 아니고 전반적으로 웹사이트와 콘텐츠의 품질을 높이는 것이기 때문이다. 콘텐츠를 비롯한 메타 타이틀, 디스크립션, 댓글, 이미지, 영상, 소셜 포스팅 등의 모든 작업은 더 높은 품질로 수행될 필요가 있다. 이것은 PUBLYTO 네트워크가 수익창출용 플러그인, 합의 알고리즘 외에 평판시스템까지 제공하는 근본적인 이유와 맞닿아 있다.

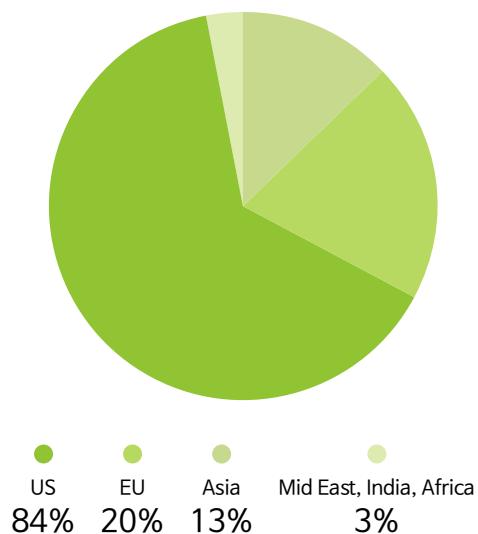


[그림 20] 외부 콘텐츠 소환과 검색엔진최적화 과정

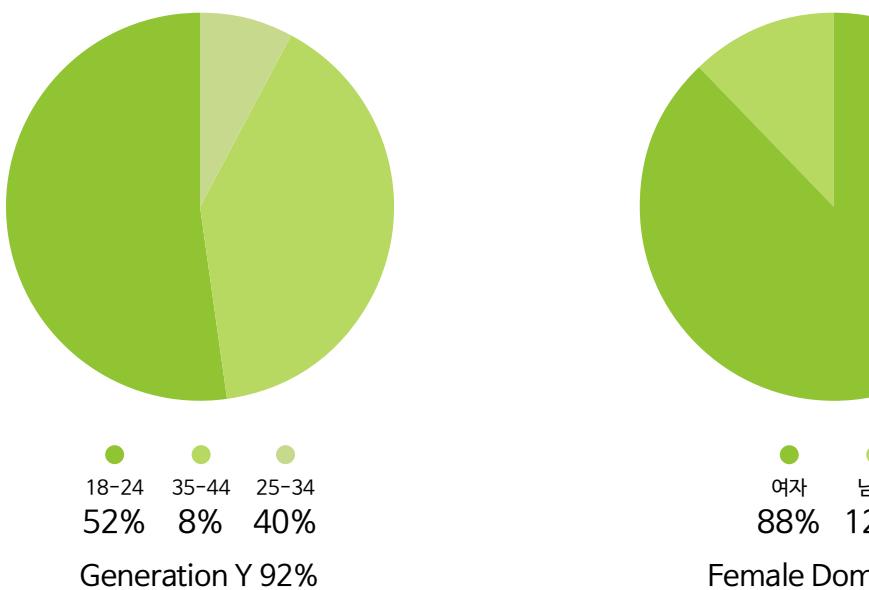
PUBLICYTO 테스트베드 Envicase

Envicase란?

2015년 론칭된 Envicase는 PUBLICYTO의 첫번째 dApp이자 콘텐츠 출판 서비스이다. 시장성 확보를 위해 사진공유형 소셜미디어 형식을 차용하고 있으며, 소비재콘텐츠 시장에서 영향력을 발휘하고 있는 패션/뷰티/리빙 콘텐츠 저자들을 핵심 사용자 층으로 응집하고 있다. 현재까지 137개국 가입자를 확보했고 소셜리치(Unique Social Reach)는 15억명으로 확대되었다.



[그림 21] 대륙별 사용자 비중



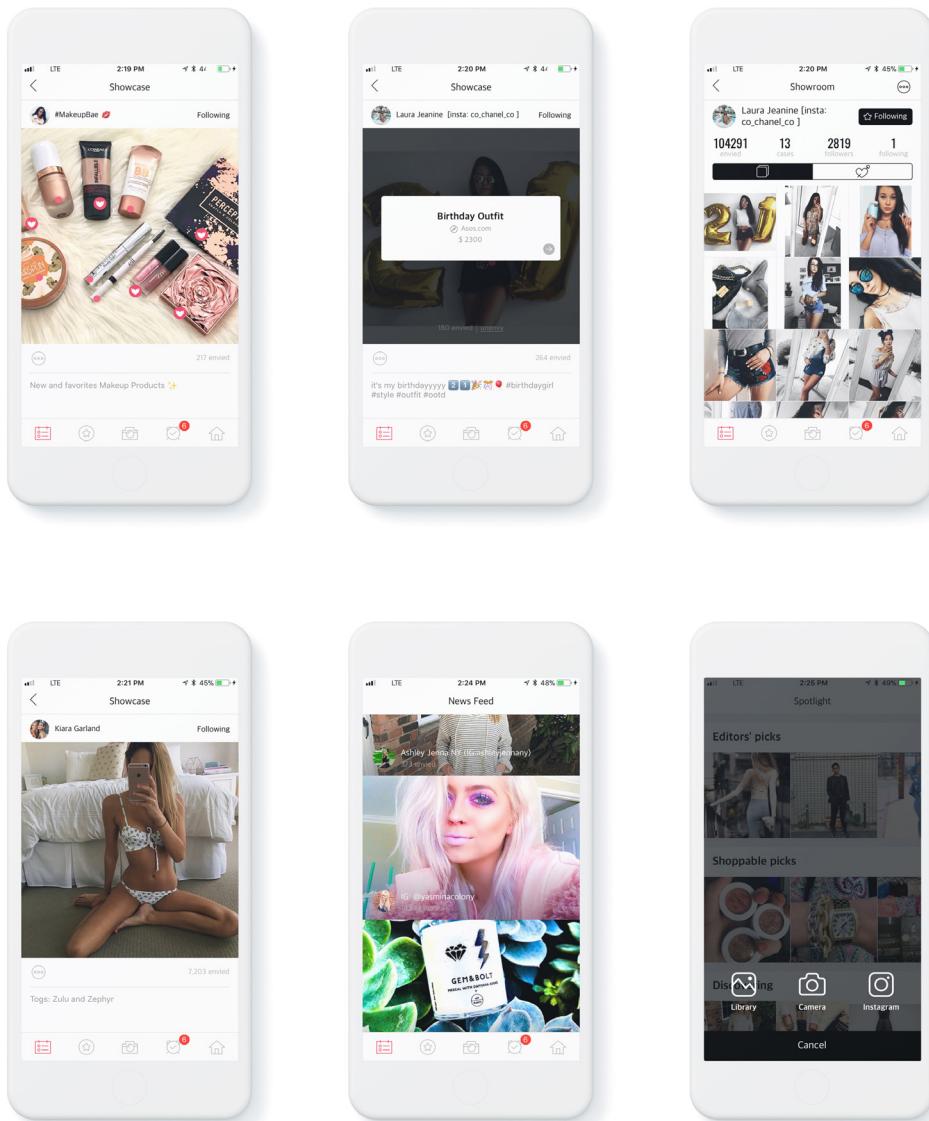
인스타그램, 스냅챗을 즐겨 사용하는 18-34

전체 소비재콘텐츠 시장을 리딩하는 여성사용자 중심

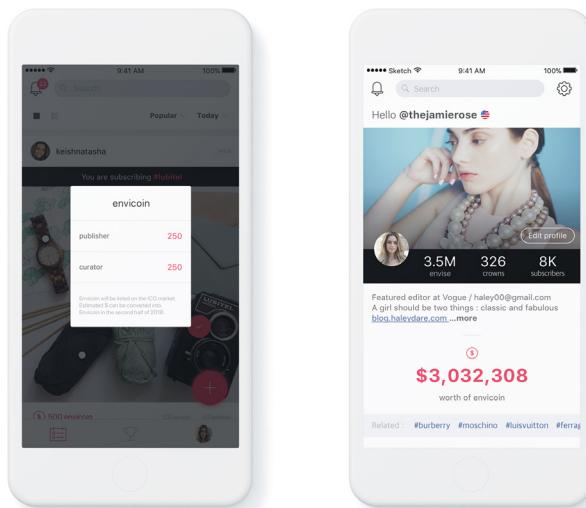
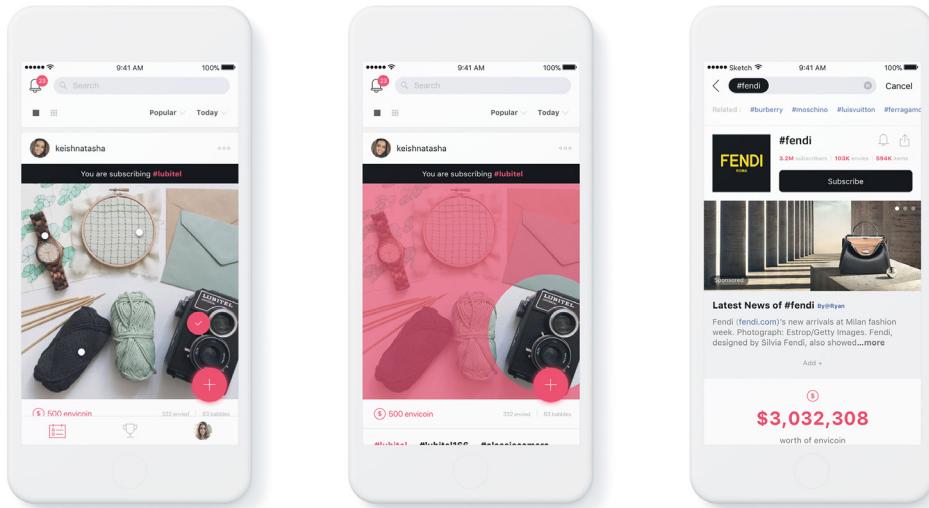
[그림 22] 세대 및 성별 사용자 비중

마켓 포지션

Envicase는 주로 패션, 뷰티, 주거, 예술 등 라이프스타일 분야에서 활동하는 스타일 퍼블리셔들이 자신의 소유품으로 쇼핑경험과 유익한 정보를 공유하며 과시욕을 채우는 소비자 콘텐츠 중심의 소셜 커뮤니티이다. 과시성과 유용성이 조화된 오리지널 콘텐츠 공유가치를 가지고 있으며 자가창작물의 비중은 93%에 달한다. PUBLYTO의 본보기 dApp이 될 것이며, 소비자 콘텐츠 시장의 핵심동력원인 수천만 스타일 퍼블리셔들의 대표적인 커뮤니티이자 수익화 채널로 자리매김 시키고자 한다. 퍼블리셔는 마치 보그(Vogue Magazine)의 소유주이자 편집장, 세일즈매니저가 된 것처럼 멀티테스킹하며 영향력과 수익성을 동시에 키워 나아갈 수 있다.



[그림 23] 현재버전 스크린샷



[그림 24] PUBLYTO 융합버전 스크린샷

리더십 발휘

적극적이고 개성이 강한 패션, 뷰티, 리빙 그리고 컬쳐 분야의 퍼블리셔들이 모이는 커뮤니티의 특성상, 전체 PUBLISHYTO 네트워크와 토큰경제를 이끌어 갈 리더십을 발현할 것으로 기대한다. PUBLISHYTO 프로토콜의 표준규약을 따르기 때문에 dApp으로서의 독립성을 유지하며 별도의 어드벤티지를 갖지는 않는다.

PUBLISHYTO 외부 dApps

외부 미디어들이 어떻게 PUBLISHYTO의 dApp이 될 수 있는지 이해를 돋기 위해 아래 예시들을 통해 설명하고자 한다. 제시된 예시들은 대표성을 띤 매체들만 선별한 것으로서 실제 환경에서 디지털 미디어의 특성을 가지고 있는 모든 플랫폼에 설치가 가능하다.

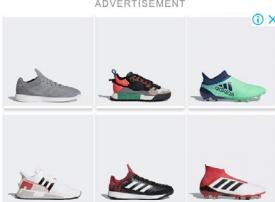
Type 1 – Blog

매체종류: 블로그

방식: 임베디드 링크, 스크립트, 하이퍼링크, Url 링크



The screenshot shows a blog post from Variety magazine. The main image is a vintage camera lying on green grass. The text below the image reads: "Despite the fact that 'Solo' performed softer than many had projected, a hugely competitive and crowded marketplace gave the industry one of the better performing Memorial holiday weekend totals," said box office analyst Paul Dergarabedian." Below the image is a comment section with a yellow speech bubble containing '68' and a 'LEAVE A REPLY' button. At the bottom of the post are buttons for 'DEADPOOL 2' and 'SOLO: A STAR WARS STORY'.

ADVERTISEMENT


Sign Up for Daily Insider Newsletter
Email SIGN UP >

Want to read more articles like this one? [Subscribe to Variety Today.](#)

#lubitel #lubitel166 #classiccamera
 \$ 1,843
332 thanks [THANKS!](#) [DONATE](#)
Reviews (38) Publyto Plus Guide
Really Fun ★★★★★
I absolutely love bridge building games... but they can become Fi-feel. Me and my PhD physics friends have gathered around... © 2018.01.01

[그림 25] 블로그 – 워드프레스 예시

Type 2 – Social Blog

매체종류: 소셜 블로그

방식: 임베디드 링크, 스크립트, 하이퍼링크, Url 링크

Zuckerberg agrees Facebook messed up. But the missteps are not the product of a monopoly gone wrong. It's a company that willfully ignored the ramifications of a fully interconnected world. Its primary goal was, ultimately, radioactive for a good part of our population.

Our Facebook connections opened the door to the thoughts and opinions of our friends and neighbors, and not all of it was pretty or aligned with our own worldview. All that personal data drives Facebook's huge mobile ad business, but that deep well of consumer data is also catnip for unscrupulous data brokers like Aleksandr Kogan and every nation-state bad actor on the planet. Yes, Facebook's algorithms and lack of oversight let the Russians play us like a fiddle and revealed in the starker terms how little we really know about how Facebook works, what it collects from us and what third parties can do with all that data.

Yet none of that proves Facebook is a monopoly.

For Senators to ask that and consumers on social media to believe it means they want the same kind of monopoly-busting remedies to be applied to Facebook as they were to Microsoft, the phone company ("Ma Bell") and the film studios that, at the time, also owned theater chains in the early part of the 20th century.

Breaking up Facebook (into what?) is not the solution. Some data and privacy policy regulation are, and a little more personal responsibility might help, too.

Microsoft Facebook Mark Zuckerberg Monopoly Technology

#lubitel #lubitel166 #classiccamera

\$ 1,843

COMPLETE!

Reviews (38) Publyto Plus Guide

Really Fun

I absolutely love bridge building games... but tehy can become Fi-feel. Me and my PhD physics freinds have gathered arouynd...

by ghenhaus version 1.3 2018.01.01

Kinda Fun, willing to do it again

I absolutely love bridge building games... but tehy can become Fi-feel. Me and my PhD physics freinds have

[그림 26] 소셜블로그 – 미디움 예시

Type 3 – Social Media

매체종류: 소셜 미디어

방식: Republish(소셜로그인, API로 게시물 불러오기)



PUBLIC TO HUB

LOGIN SIGN UP GUIDES

Promotional Advertising Specialty You Ve Waited Long Enough

 ghenkhaus 2018.01.01

Texts from facebook account goes here. But people also can click the external link button to visit the original post.



#lubitel #lubitel166 #classiccamera

 \$ 1,843 332 thanks

Reviews (38) Publyto Plus Guide

Really Fun ★★★★★

I absolutely love bridge building games... but tehy can become Fi-feel. Me and my PhD physics freinds have gathered arouynd...

[그림 27] 소셜미디어 – 페이스북, 인스타그램 예시

Type 4 – Video Platform

매체종류: 동영상 플랫폼

방식: Republish(소셜로그인, API로 동영상 불러오기, Embedded video link)

The screenshot shows a user profile for 'ghenkhaus' on the PUBLYTO HUB platform. At the top, there is a large video thumbnail of a woman walking down a street. Below the thumbnail is the text 'Promotional Advertising Specialty You Ve Waited Long Enough'. The user's profile picture is shown next to their name, 'ghenkhaus'. To the right, the date '2018.01.01' is displayed. A note below states, 'Texts from facebook account goes here. But people also can click the external link button to visit the original post.' Below this is a button labeled 'Go to External Link'. The main content area features a donation summary: '#lubitel #lubitel166 #classiccamera', a profile picture of a person, '\$ 1,843', '332 thanks', a 'THANKS!' button, and a 'DONATE' button. Below this, there are links for 'Reviews (38)', 'Publyto Plus', and 'Guide'. A review snippet reads, 'Really Fun I absolutely love bridge building games... but tehy can become Fi-feel. Me and my PhD physics freinds have gathered arouynd...'. A five-star rating icon is also present.

[그림 28] 동영상 플랫폼 – Youtube

Type 5 – Press

매체종류: 언론사

방식: 임베디드 링크, 스크립트, 하이퍼링크, Url 링크, 기업형 API

POLITICS | After Trump Hints V.A. Nominee Might Drop Out, an Aggressive Show of Support

After Trump Hints V.A. Nominee Might Drop Out, an Aggressive Show of...

U.S. Must Keep DACA and Accept New Applications, Federal Judge Rules

Finland Has Second Thoughts About Giving Free Money to Jobless People

When Toronto Suspect Said 'Kill Me,' an Officer Put Away His Gun

Toronto Van Attack Suspect Expressed Anger at Women

presidents — Republican and Democrat — and been praised by them all."

Lawmakers were already preparing to press Dr. Jackson on his views on the role of private medical care for veterans, instead of the department's government-run health care system. Senators also planned to challenge his lack of management experience running a large organization — the department employs more than 370,000 people and operates sprawling health and veterans benefits systems.

Before his nomination, Dr. Jackson had garnered little public attention. He took a rare turn in the spotlight in January, when he appeared on national television to announce the results of Mr. Trump's first physical while in office. At the time, there was speculation over the president's physical and mental health, and Dr. Jackson offered effusive compliments on both. Mr. Trump was pleased with the performance.

At one point, Dr. Jackson even quipped that given Mr. Trump's genetics, he might live to 200 years old if he had a healthier diet.

Dave Phillips contributed reporting from Colorado Springs.

Get politics and Washington news updates via [Facebook](#), [Twitter](#) and [the Morning Briefing newsletter](#).

A version of this article appears in print on April 25, 2018, on Page A1 of the New York edition with the headline: Nominee to Lead Veterans Affairs Comes Under Fire. Order Reprints | Today's Paper | Subscribe

#lubitel #lubitel166 #classiccamera

\$ 1,843

332 thanks

THANKS! DONATE

Reviews (38) Publyto Plus Guide

Really Fun

I absolutely love bridge building games... but tehy can become Fi-feel. Me and my PhD physics freinds have gathered arouynd...

[그림 29] 언론사 – NYT

Type 6 – Magazine

매체종류: 잡지사

방식: 스크립트, 기업형 API

The screenshot shows a magazine article on the Vogue website. At the top, there's a navigation bar with links for FASHION, BEAUTY, CULTURE, LIVING, RUNWAY, VIDEO, and SHOP. On the right, there are buttons for SUBSCRIBE, Special Offer, and a search icon. Below the navigation, a sidebar on the left contains social sharing icons for Facebook, Twitter, and Pinterest, along with a plus sign for more options. The main content area features a text excerpt about Elizabeth Kiester, followed by a bio and a link to 'OBITUARY'. Below the bio are social sharing buttons for Facebook ('SHARE') and Twitter ('TWEET'). A large central box displays a campaign for a 'lubitel' camera, showing a price of \$1,843 and a 'THANKS!' button. It includes sections for 'Reviews (38)', 'Publyto Plus', and 'Guide'. Two user reviews are shown: one from 'ghenkhaus' rating it 'Really Fun' and another from the same user rating it 'Kinda Fun, willing to do it again'. Both reviews mention a love for bridge building games. At the bottom of the page, there are sections for 'RECOMMENDED FOR YOU' (with thumbnail images) and 'SPONSORED STORIES' (with a thumbnail of an Apple logo). The footer notes 'Powered by Outbrain'.

[그림 30] 잡지사 – Vogue.com

Type 7 - eCommerce

매체종류: 이커머스

방식: 스크립트, 기업형

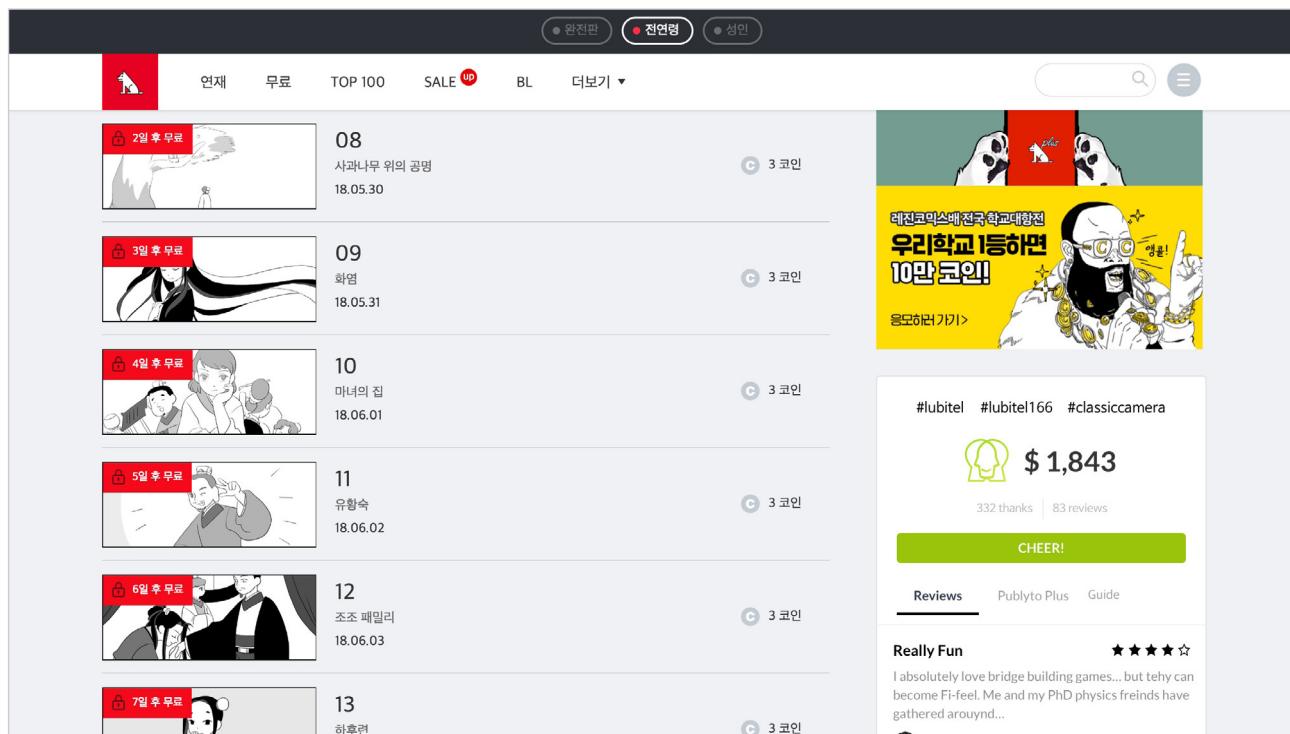
The screenshot shows a product page for a Samsung Galaxy S9+ SM-G965 - 64GB - Midnight Black (Unlocked). The top right corner features a "Your pick" button with the price \$730.00 + \$65.00 Shipping, and an "Add to cart" button. On the left, there's a large rating of 4.9 stars from 16 reviews. Below the rating are five star icons with their respective counts: 4 (1), 3 (0), 2 (0), and 1 (0). To the right, three circular progress bars show 100% for "Good value", 100% for "Long battery life", and 73% for "Small form factor". A sidebar on the right includes a "Help" button, a question mark icon, and a checkmark icon. The main content area displays "Most relevant reviews" with one review from "flapdoodles42" dated May 18, 2018, rated 5 stars, describing it as a "great tool". It also shows a donation section with a target of \$1,843 and 332 thanks, along with "THANKS!" and "DONATE" buttons. Below the review, there are tabs for "Reviews (38)", "Publyto Plus", and "Guide".

[그림 31] 커마스 – eBay

Type 8 – Webtoon

매체종류: 웹툰 서비스

방식: 스크립트, 기업형 API



[그림 32] 커머스 – 레진코믹스

PUBLICYTO 토큰 생태계

예금제도 및 위약금

PUBLICYTO(PUB)는 PUBLICYTO 네트워크에서 사용되는 토큰으로 거래소에서 법정 통화로 자유롭게 교환될 수 있다. 다양한 토큰이 한꺼번에 매도로 몰리면 PUB 가치는 급락할 수 있다. 단기 이익을 쫓는 가상화폐 투기세력이 PUB의 안전성에 위협을 줄 수 있다. 투기세력의 위협에서 보다 안정적인 커뮤니티를 유지하려면 장기적인 안목을 가진 구성원들이 필요하다. PUBLICYTO 네트워크에서는 예금제도를 통해 예금을 하면 잉크 이자를 주는 대신 인출하는데 시간이 걸리도록 했다. 구성원들은 잉크 이자를 받기 위해 예금을 하지만 인출하는 시간이 걸려 다양한 토큰이 한꺼번에 매도로 몰리는 불상사를 막게 된다.

예금된 토큰을 모두 인출하는데 총 10주가 걸린다. 인출을 요구한 시점에서 1주가 지날 때마다 전체 토큰에서 10%를 인출받게 된다. 100% 인출까지는 총 10주가 소요되는 것이다. 예금된 토큰은 거래에 사용될 수 없으나 위약금을 지불하면 즉시 인출 가능하다.

보상체계

PUBLICYTO에는 콘텐츠 보상, 댓글 보상, 광고 유치와 후원금 유치와 같은 수익화 방법들이 있다. 각각은 PUBLICYTO 내 고유 컨트랙트가 존재하며, 사용자 수익 창출 수단이 된다.

보상 비율

PUBLICYTO 내 콘텐츠 보상은 인플레이션을 통해 충당한다. 콘텐츠 보상은 제작 보상과 큐레이션 보상으로 나뉘는데, 제작 보상 비율이 낮으면 콘텐츠 제작 동기부여를 떨어뜨리고 큐레이션 보상이 낮으면 지속적인 콘텐츠 소비활동에 활력을 잃게 된다. 이 둘의 비율은 수학적 증명이 아니라 서비스 운영을 통한 휴리스틱(heuristics) 접근이 필요하다. PUBLICYTO에서는 제작과 큐레이션에 대한 초기 보상 비율을 Steemit의 비율과 같이 각각 75%와 25%로 책정하였으며, 생태계의 성장에 발맞춰 합리적인 수준으로 개선해 나갈 예정이다.

콘텐츠 보상	콘텐츠 보상
70%	30%

〈표 3〉 콘텐츠 보상 비율

콘텐츠 보상

콘텐츠 보상은 양질의 콘텐츠 생산을 독려할 수 있는 장치로 제작 보상과 큐레이션 보상으로 나뉜다. 콘텐츠 보상액은 콘텐츠가 받은 보팅파워의 비중에 따라 결정된다. 보팅파워란 독자들이 특정 콘텐츠를 보고 공감한 정도를 표현하기 위해 사용된 잉크양을 말한다. 잉크는 토큰 예금을 통해 이자로 지급되는데 블록체인 내 거래수수료 뿐 아니라 보팅파워를 표현하는 기능을 한다. 특정 콘텐츠 i 에 대해 콘텐츠 보상액 r_i 는 특정 콘텐츠가 받은 보팅파워 v_i 비중에 따라 다음과 같이 나타낼 수 있다. 이때 R 은 총 콘텐츠 보상액을 의미한다.

$$r_i = R \cdot \frac{v_i}{\sum_i v_i}$$

여기서 고려할 사항은 한번 받은 보팅파워가 지속적으로 영향을 미칠 수 있다는 점이다. 과거에 작성된 콘텐츠가 최근 작성된 콘텐츠보다 노출 시간이 많아 더 많은 콘텐츠 보상을 받게될 개연성이 크다. 이를 보완하기 위해서 PUBLYTO는 아래와 같이 신선도 계수를 도입했다. 특정 큐레이터 a 가 임의의 콘텐츠 i 를 보팅 후 경과한 시간을 t_{ai} 라 한다면 신선도 계수 f_{ai} 는 다음과 같다. 대문자 T 는 전체 일주일 시간 간격을 의미한다.

$$f_{ai} = \frac{T-t_{ai}}{T}$$

신선도 계수는 일주일 기간을 두고 100%에서 0%로 감소되는 값으로 보팅파워 v_{ai} 가 곱해져 보팅점수 p_{ai} 가 산출된다.

$$p_{ai} = f_{ai} \cdot v_{ai}$$

특정 콘텐츠 보상 r_i 를 보팅파워 대신 보팅점수로 표현하면 다음과 같다. 과거에 받은 보팅파워가 계속 보상에 영향을 미치지 않게 된다.

$$r_i = R \cdot \frac{\sum_a p_{ai}}{\sum_a \sum_i p_{ai}}$$

콘텐츠 제작 보상액 r^A_i 는 아래와 같이 콘텐츠 보상액에서 75%를 차지한다.

$$r^A_i = r_i \cdot 75\%$$

큐레이션 보상 r^B_i 는 아래와 같이 콘텐츠 보상액에서 75%의 제작 보상을 제외한 금액에 나의 보팅점수 p^*_i 의 비중을 통해 산정 할 수 있다.

$$r^B_i = r_i \cdot 25\% \cdot \frac{p^*_i}{\sum_a p_{ai}}$$

댓글 보상

댓글도 하나의 콘텐츠로 취급되어, 보상 체계는 앞서의 콘텐츠 보상 컨트렉트와 동일하다. 댓글 보상 역시 제작과 큐레이션 보상으로 나눌 수 있다. 다만 콘텐츠 보상과 댓글 보상 플러그인 별로 구분돼 사용 방법에는 차이를 보인다.

광고 유치

사용자 개개인은 광고를 유치해서 수익을 올릴 수 있을 뿐 아니라 광고도 집행할 수 있다. 노출 수를 기준으로 광고 유치 수익금을 산출하는 EPM(Earning Per Thousand) 방식, 사용자 클릭 수가 기준이 되는 EPC(Earning Per Click) 방식, 그리고 사용자가 상품을 구매하는 행위와 같이 목표를 이행한 수가 기준이 되는 EPA(Earning Per Action) 방식을 PUBLEYTO에서 제공한다.

PUBLEYTO에서 실시간 입찰 방식을 통해 광고거래가 성사된다. 광고 유치로 창출된 수익에는 세금이 부과되는데 징수된 세금은 소각되어 디플레이션이 발생한다. 광고거래는 사용자 당사자 간 거래지만 PUBLEYTO에 기반한 활동이다. 많은 사용자들의 노력으로 만들어진 PUBLEYTO 네트워크에 디플레이션을 통한 세금의 토큰 생태계 환원은 합리적인 과정이라 할 수 있다.

후원금 유치

PUBLEYTO에서는 광고 유치 뿐 아니라 후원금도 유치할 수 있다. 콘텐츠 구독자는 제작자에게 선의의 목적으로 후원금을 전달할 수 있는데 후원금에는 세금이 부과되지 않는다.

인플레이션

인플레이션 정책 수립

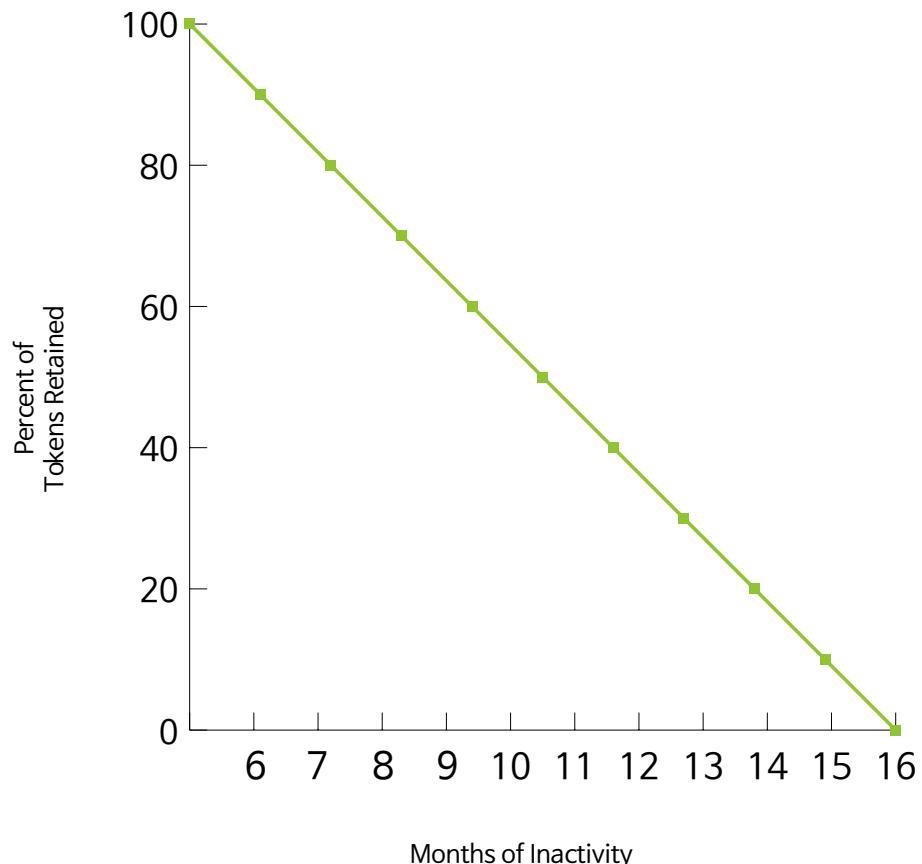
인플레이션율이 너무 낮으면 블록 생성과 콘텐츠 제작 동기가 떨어지고 높으면 PUBLYTO 토큰의 가치가 떨어지는 역효과를 낳을 수 있다. 두 사안의 균형을 고려해 인플레이션 정책이 결정되어야 한다. 고정된 인플레이션 값을 사용하거나, 시간에 의존한 단순 증가율을 사용한 인플레이션 정책은 곤란하다. 사용자와 콘텐츠의 급증으로 계획된 인플레이션으로 콘텐츠 및 댓글 보상이 아주 미미할 수 있다. 반대로 사용자와 콘텐츠 수는 적은데 반해 높은 인플레이션이 일어나면 소수의 사용자가 많은 보상을 독차지 하는 문제가 발생할 수도 있다. 사용자와 콘텐츠 양을 설명 변수로 인플레이션 정책을 결정되어야 한다. PUBLYTO는 다음 식과 같이 최대 연 10%를 넘지 않는 선에서 사용자가 제작한 콘텐츠 수를 고려한 인플레이션(*inf*) 정책을 수립한다. 여기서 *a*는 일정 기간 콘텐츠 수, *b*는 콘텐츠 평균 보상 단가를 의미한다. 콘텐츠 평균 보상 단가는 Steemit을 참고해 초기 값을 설정하고, 이후 시장 상황을 반영하여 운영하면서 조정하도록 한다.

$$inf = Min(a \times b, inf_{10\%})$$

보상풀, 감쇠율(Decay Rates), 인플레이션의 관계

최초 콘텐츠 보상풀은 전체 토큰의 발행량에서 15%를 할당 받는다. 초기 할당량은 시간이 지날 수록 소진되기 때문에 비활성 상태인 계정에서 휴면 중인 토큰의 일부분을 보상풀로 유입시키게 된다. 3개월 동안 아무런 활동 없이 방치된 계정을 대상으로 월별 10%의 감쇠율을 적용하고 해당 토큰은 PUBLYTO 컨트렉트를 통해 현재의 보상풀로 되돌아온다. 계정이 활성화(콘텐츠 발행, 큐레이션, 기부 등의 유효활동 1회 이상) 될 때까지 월별 10% 감쇠율은 계속된다. 감쇠율 정책으로 인해 토큰 보상풀이 0이 될 가능성은 매우 희박하기 때문에 인플레이션이 필요없게 되거나 적어도 높은 인플레이션으로 토큰의 가치에 악영향을 끼칠 가능성을 미연에 방지할 수 있다. 감쇠율에 따라 보상풀로 인입되는 토큰의 물량이 초기 할당량에서 소진되는 토큰 물량을 대체하지 못하거나 급증하는 사용자 추이를 따라가지 못하면 부족분에 대해서만 인플레이션이 제한적으로 동작한다.

감쇠율 정책을 인지하지 못하는 사용자들을 위해 가입 후 1개월 동안 활동이 없는 사용자를 대상으로 3개월 동안 반복적으로 고지한다. 마찬가지로 6개월 이내에 예금된 토큰에 인출요청을 하지 않은 사용자에게도 매월 10 %의 감쇠률을 부과한다. 감쇠율 적용 대상이 되지 않도록 하는 방법은 간단하다. 콘텐츠 발행, 큐레이션, 광고거래, 후원활동, 예금인출 등 PUBLYTO 생태계의 일원으로서의 본분만 지키면 된다. 3개월에 한번이다. 참고로 사용자가 자신의 토큰을 제3자 또는 오프라인 지갑에 저장하게 되면 활동여부와 관계없이 감쇠율은 부과되지 않는다.



[그림 9] 비활성 계정의 토큰감쇠 추이

토큰 흐름

주요 이해관계자 목록(Stakeholder List)

퍼블리셔(Publisher)

콘텐츠 제작 보상과 광고 유치 수익의 주체가 되는 개인 또는 조직이다. 때로는 광고 집행자(Advertiser)로서 비용을 지출하는 이원성을 가진다. PUBLYTO 컨트렉트에서 가장 큰 영향력을 지닌 이해관계자이다

큐레이터(Curator)

콘텐츠에 ‘고마워(Thanks)’를 누르고 보팅파워(INK)를 행사하며 큐레이션 보상의 주체가 되는 개인 또는 조직이다. 콘텐츠 재발행(Repub)도 큐레이터 활동의 일부가 된다.

광고집행자(Advertiser)

자신이 발행한 콘텐츠에 광고효과를 배가하기 위한 목적으로 타 퍼블리셔의 광고구좌를 매입하거나, 반대로 광고 요청을 받아 수익을 얻는 개인 또는 조직이다. 콘텐츠가 곧 광고소재가 되므로 퍼블리셔가 광고집행자로서의 권한을 얻게 된다. 고평판자는 광고수수료를 면제 또는 할인 받을 수 있다.

코멘터(Commenter)

퍼블리셔가 발행한 콘텐츠에 댓글을 작성하고 콘텐츠 제작과 동일한 합의 알고리즘에 따라 보상을 받는 개인 또는 조직이다.

후원자(Backer)

퍼블리셔에게 선의적 의지 또는 호혜적 관계에 따라 후원금을 지원하는 개인 또는 조직이다. 후원금의 규모는 보팅파워나 합의 알고리즘과 무관히 당사자 자율로 결정한다.

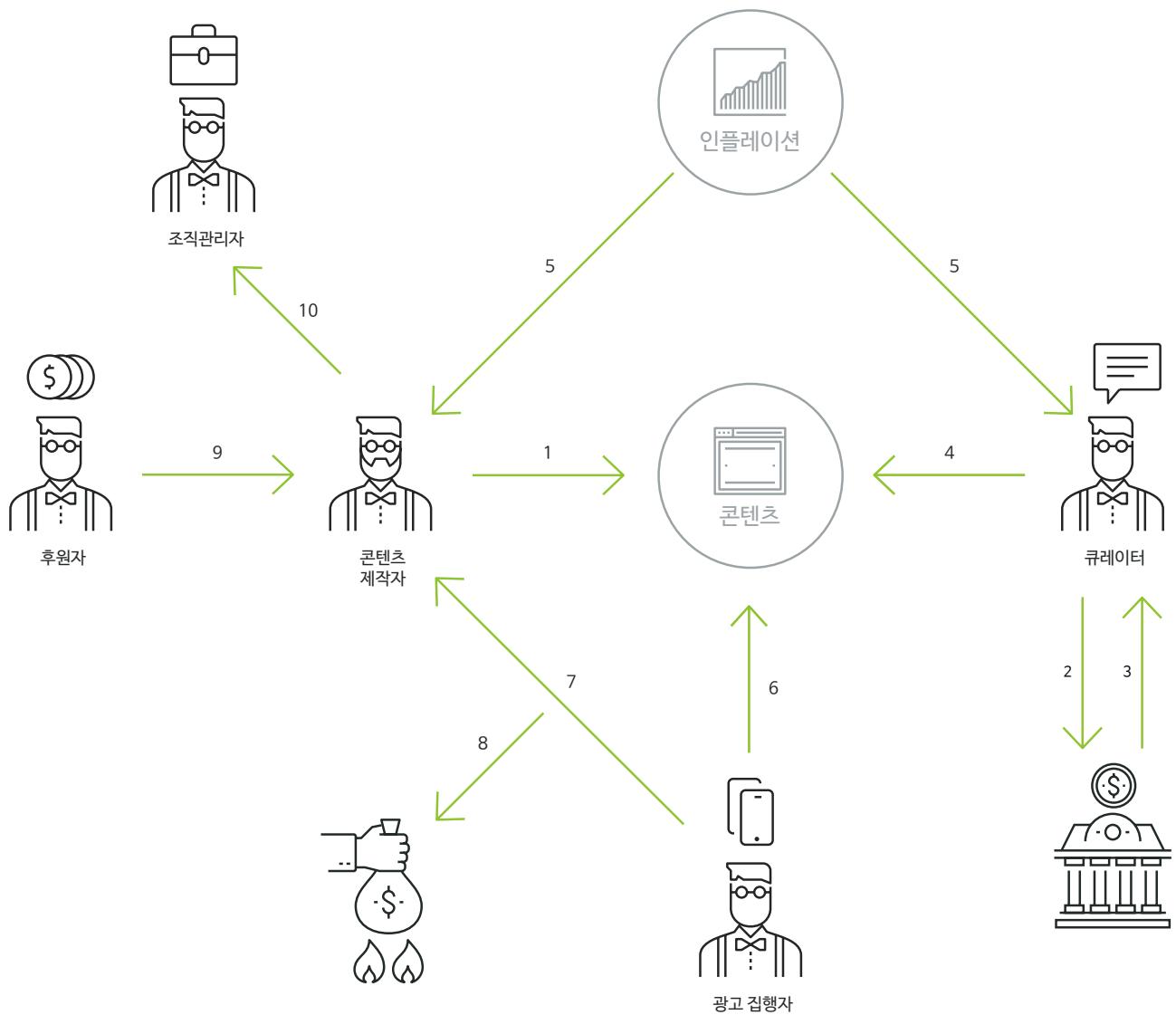
옴부즈맨(Ombudsman)

규정에 맞지 않는 콘텐츠를 신고할 수 있는 권한을 가진 개인 또는 조직이다. 고평판 그룹이 이에 해당되며 이들에 의해 신고 건수가 일정 수준을 넘어선 콘텐츠는 자동으로 차단된다. 이 때 해당 콘텐츠에 지급된 보상금 및 수익금 모두가 동결 또는 회수된다.

시나리오

PUBLICO 토큰 생태계 사용자의 역할은 아래 그림과 같이 콘텐츠 제작자, 큐레이터, 광고집행자와 후원자로 크게 나눠볼 수 있다. 각 역할에 따른 계정을 생성하는 것이 아니다. 토큰 생태계에서 계정은 모든 활동을 할 수 있는 주체이다. 아래 그림은 블록생성 보상에 대해서는 표현하지 않았지만 콘텐츠 제작, 큐레이션, 광고 그리고 후원에 이르기까지 주요 토큰 흐름은 총 망라하고 있다. 토큰 흐름을 단계별로 살펴보면 다음 순서와 같다.

1. 콘텐츠 제작자가 콘텐츠를 제작한다.
2. 큐레이터는 큐레이션을 위한 잉크를 모으기 위해 PUBLICO 토큰을 은행에 예금한다.
3. 예금된 토큰양에 따라 잉크를 이자로 받는다.
4. 준비된 잉크를 가지고 특정 콘텐츠에 대한 호감도에 따라 보팅파워를 부여한다.
5. 콘텐츠 제작자는 받은 보팅파워 비중만큼 제작 보상을 받고, 큐레이터는 큐레이션 보상을 받는다.
6. 광고주는 특정 콘텐츠에 광고를 집행할 수 있다.
7. 광고료를 토큰으로 콘텐츠 제작자에게 지불한다.
8. 광고 유치 수익에 대한 세금을 징수하고 이를 소각하여 디플레이션 시킨다.
9. 후원자는 콘텐츠 제작자에게 언제든 후원금을 전달할 수 있다.
10. 조직에 속한 콘텐츠 제작자는 수익에서 정해진 수수료를 조직관리자에게 납부한다.



[그림 33] 토큰 흐름도

평판시스템

일반적인 미디어 서비스에서 규정에 맞지 않은 콘텐츠가 작성되고 공유되면 사용자의 신고를 통해 관리자가 확인 후 차단하는 과정을 거치게 된다. 규정에 맞지 않는 콘텐츠에 대해 사용자가 차단 요청을하고 요청 건수가 일정 수준이 넘어서면 콘텐츠를 자동으로 차단시킬 수 있다고 가정해보자. 관리자의 주관적인 판단이 개입되지 않아 빠른 조치가 가능하게 된다. 이때 어떤 사용자에게 콘텐츠 차단요청 권한을 줄 것인가가 문제이다. 모든 사용자에게 이 권한을 준다면 건전한 콘텐츠라도 악의를 가진 사용자가 새 계정을 많이 생성하는 방식으로 해당 콘텐츠 차단 시킬 수 있다. 이를 시빌공격(Sybil Attack)이라 하는데 PUBLISHTO에서는 평판시스템을 도입해 이를 극복하고자 한다. 서비스를 오랫동안 잘 이용해 평판이 높은 사용자에게만 콘텐츠를 차단할 수 있는 권한을 부여하는 것이다. 평판시스템은 부적절한 콘텐츠 차단을 넘어 PUBLISHTO 전반에 걸친 어뷰징을 관리감독할 수 있게 해준다. 기존에 관리자에게 부여되었던 임무가 불특정 다수의 사람으로 옮겨 감으로써 집단 지성의 힘이 발휘된다. 보다 공정하고 신속하게 PUBLISHTO 네트워크를 정화하는 것이 가능하다.

평판은 오랫동안 서비스를 잘 이용한 정도를 말한다. 이를 평가하기 위해 다양한 항목이 고려될 수 있지만 PUBLISHTO는 오랜기간에 걸쳐 양질의 콘텐츠를 얼마나 많이 작성했는지로 평가한다. PUBLISHTO 네트워크의 힘은 좋은 콘텐츠 제작에서 나오기 때문이다. 따라서 보트를 받은 수와 평판 점수가 비례하는데, 다만 동일 콘텐츠가 하루 당 최대로 받을 수 있는 평판 점수가 제한되어 있다. 하루 최대로 받을 수 있는 평판점수또한 정해져있다. 이제 한을 통해 오랜 활동이 평판 점수에 긍정적인 영향을 미치도록 만드는 것이다. 평판 점수는 부적절한 콘텐츠 혹은 어뷰징 신고와 같은 네트워크 정화작용에 대한 보상으로도 얻을 수 있다. 평판이 높을수록 세금 감면혜택을 높여 평판 점수를 올리기 위한 동기부여가 되도록 한다.

계정

화이트리스트

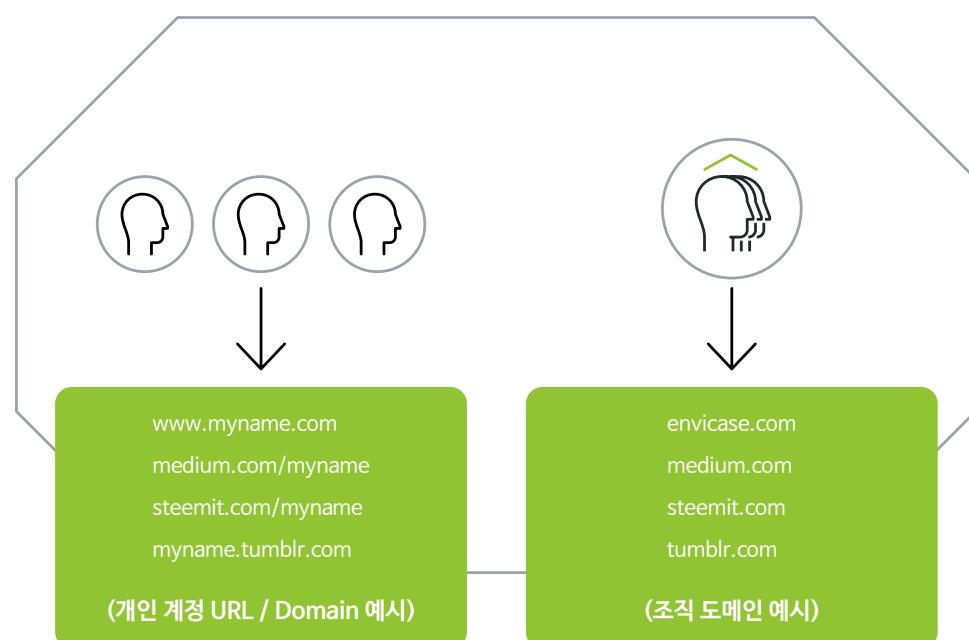
사용자가 수익활동 시작 전 사용될 도메인 또는 알려진 URL을 화이트리스트로 등록하는 과정이 필요하다. 사전 적격심사를 통해 네트워크 질서를 확립하기 위함인데, 도메인 소유를 DNS의 특정 레코드를 통한 자동 확인 후 다음 단계로 적격심사를 받게 된다. 적격심사자는 평판이 일정 수준을 넘어선 사용자로 찬성 정족수를 만족하면 화이트리스트로 등록된다.

도메인 외 알려진 URL 등록도 화이트리스트로 등록이 가능한다. 알려진 URL이란 URL에 사용자 아이디가 포함되어 URL에 따라 사용자 고유 공간이 구분되는 것을 말한다. 미디엄이라는 블

로그 서비스에서는 <https://medium.com/@username> 형태로 사용자 공간을 구분해주고 있다. medium.com 도메인은 미디엄을 이용하는 개인 사용자 소유가 아니기 때문에 도메인 형태로 화이트리스트 등록은 불가능 하지만 알려진 URL 형태로 등록이 가능하다. 화이트리스트에 등록된 알려진 URL 공간은 PUBLISHTO 네트워크 일원으로 수익활동이 가능하게 된다.

개인과 조직

개인 사용자가 자신의 계정을 통해 도메인을 화이트리스트로 등록하면 해당 도메인 내에서 수익활동이 가능해진다. 해당 도메인은 개인 계정에 귀속되어 다른 계정 사용자와 공유될 수 없다. 다수의 사용자가 하나의 도메인을 공유한다면 아래 그림과 같이 조직을 생성해야 한다. 조직을 통해 화이트리스트로 등록된 도메인 내에서 구성원 모두가 수익활동을 할 수 있게 된다. 조직이라 함은 특정 도메인을 소유하고 있는 기업, 단체, 커뮤니티 등을 의미한다.



[그림 34] 개인계정과 조직

조직이 운영하는 서비스가 지속되기 위해서는 운영, 개발 및 유지보수에 비용이 든다. 더욱이 조직은 이윤도 남길 수 있어야 서비스를 개발향상시키는데 힘들 쏟을 수 있다. PUBLISHTO에서는 등록된 도메인 별로 조직은 개인 계정 수익에 대한 수수료를 부과할 수 있다.

동영상 콘텐츠 서비스를 만든다고 생각해보자. 조직 먼저 구성하고 도메인을 화이트리스트에 등록하게 된다. 개인 계정은 해당 서비스를 통해 동영상을 콘텐츠를 제작, 공유할 수 있다. 콘텐츠 보상, 댓글 보상 나아가 광고유치와 후원금유치를 통해 수익을 창출할 수 있다. 수익 중 일부를 수수료로 내면 이 수수료는 서버운영과 개발 비용으로 사용한 후 이윤으로 남길 수 있다. 여기서 후원금은 수수료 부과대상이 아니다.

PUBLICYTO 목표

목표 시장

미디어콘텐츠 시장은 지난 수년간 전례없는 성장을 이루었다. 몇 가지 사실들이 있다. 2018년 5월을 기준시점으로 한다.⁴

- 개인 블로거들은 매일 5백만 건 이상의 게시물을 발행한다.
- Facebook 사용자는 1분마다 최대 330만 건의 콘텐츠를 발행한다.
- Facebook 사용자는 매일 43억 건 이상의 콘텐츠를 발행한다.
- Instagram 사용자는 매일 6,730만 건 이상의 콘텐츠를 발행한다.
- YouTube 게시자는 매일 4백만 시간이 넘는 콘텐츠를 YouTube에 업로드하며 사용자는 매일 597억 시간의 동영상을 시청한다.
- Yelp 사용자는 매분 26,380 개의 리뷰를 게시한다.
- 기업형 언론, 잡지사에서는 매일 1천만 건 이상의 뉴스 콘텐츠를 발행한다.

시장 세분화는 진입장벽과 시장성을 주요 변수로 평가하여 4단계로 나누었다.

개인과 조직

플랫폼 사업자의 허가 없이도 사용자의 자유의지로 콘텐츠를 생산할 수 있는 개인용블로그, 소셜블로그, 소셜미디어 등 UGC(User Generated Content) 분야는 PUBLICYTO 네트워크가 진입하기 매우 용이한 초기 시장이다. 블로그스팟, 워드프레스, 미디움, 버즈피드, 텀블러 등이 주 대상이다. 2020년까지 1억 개인용 웹블로그, 5억 소셜 블로그 계정의 10%, 2021년까지 30% 침투율을 목표로 한다.

⁴ Worldometers, "Worldometers SOCIETY & MEDIA" May 31, 2018
<http://www.worldometers.info>

2차 소셜미디어 시장

PUBLICO 플러그인을 스크립트나 임베디드 링크 형식으로 접목하기 어려운 시장이지만 PUBLICO 포탈에 페이스북, 인스타그램 등의 소셜로그인 기능을 제공하면 Open API를 통해 기 발행된 게시물을 PUBLICO 콘텐츠포탈로 쉽게 불러올 수 있다. 이 때 보상 및 수익플러그인 인터페이스가 자동 접목된다. 오리지널 콘텐츠가 많아야 수익화에 당위성이 생기 때문에 펀더 레스트처럼 스크랩 일변도의 서비스는 고려대상이 아니다.

3차 개인 멀티미디어 시장

15억명이 사용하는 유튜브는 전체시장 진입을 위한 교두보가 될 것이다. 소셜미디어와 동일한 방식으로 비디오 콘텐츠를 PUBLICO 콘텐츠포탈로 소환하여 수익화를 전개할 수 있다. 트위치 와 아프리카 BJ가 유튜브 활동을 겸하고 있는 것처럼 유튜버는 오리지널 콘텐츠를 멀티유즈하며 추가적 수익화 기회를 얻게 된다. 커버리지, 노출빈도, 수익성이 커지면 PUBLICO 콘텐츠포털이 유튜버 또는 비디오콘텐츠 크리에이터들의 필수재가 될 가능성도 점쳐볼 수 있다.

4차 기업 콘텐츠 시장

기업형 미디어콘텐츠 시장에도 개인 퍼블리셔들이 있다. 언론사의 기자, 잡지사의 에디터도 노동자 신분의 개인 퍼블리셔다. 소속 회사로부터 보수를 받지만 끊임없이 이어지는 창작의 고통에 비하면 콘텐츠 하나하나의 가치를 온당하게 인정받고 있다고 할 수 없다. PUBLICO는 이들이 트래픽에 대한 압박감으로 자극적인 콘텐츠를 만들 수 밖에 없는 구조적 어려움을 알고 있다. 미디어로서의 대의적 사명을 실천할 수 있도록 돋기 위해 PUBLICO 네트워크는 주요 언론, 출판 기업들과의 파트너십을 통해 기업용 플러그인 API를 우선적으로 제공한다. 퍼블리셔들이 개인 창작물에 대해 정당한 인센티브를 받기 위해서는 소속 회사로부터 기술적, 정책적 승인을 받아야 하기 때문이다. 기업들이 충성독자들로부터 많은 후원금과 광고수익을 벌어들일 수 있도록 특화된 플러그인 환경과 수익모델을 지원하는 대신에 기업용 API 약관에 기사별로 설치된 플러그인에 한해서는 개인 퍼블리셔, 즉 작성자 본인이 콘텐츠 보상과 광고수익금을 획득할 수 있도록 하는 규약을 의무적으로 적용할 방침이다. 뉴욕타임즈, 마이니치신문, 연합뉴스 등의 언론계와 보그, 지큐 등을 보유하고 있는 콘데나스트(Condé Nast) 중심의 매거진 미디어 기업이 주 대상이다.

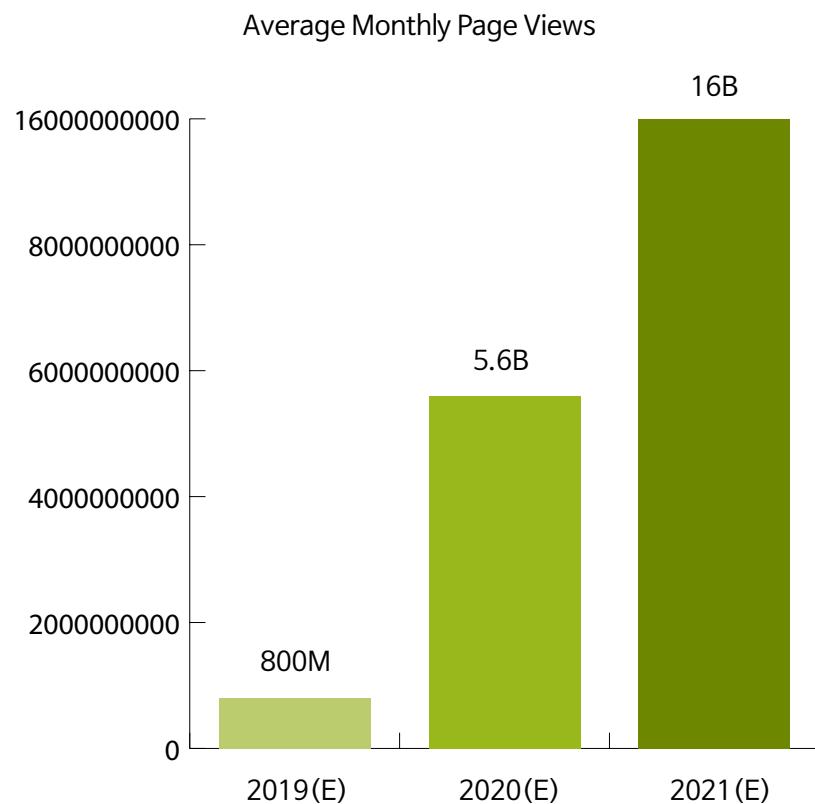


[그림 35] PUBLYTO의 목표시장 – 개별매체 예시

목표 침투율

월 평균 페이지뷰(Average Monthly Page Views)

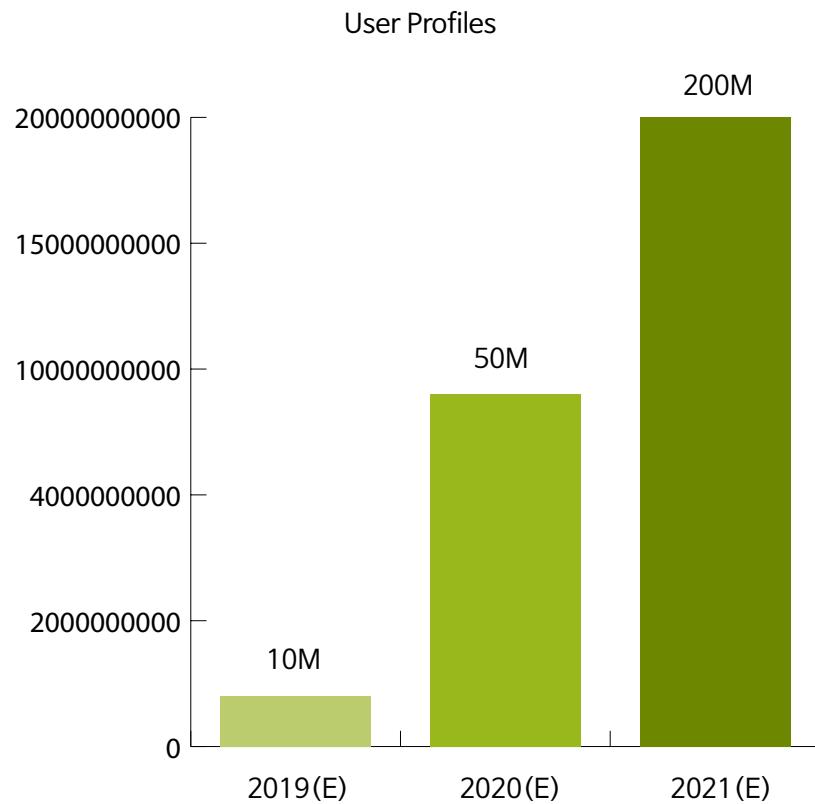
- 인스톨 당 월평균 8천 page views 예상
- 태동기: 2019년 소셜 플러그인 시장의 2% 점유
- 성장초기: 2020년 소셜 플러그인 시장의 30% 점유
- 성장원년: 2021년 소셜 플러그인 시장의 80% 점유



[그림 36] 월 평균 페이지뷰 3개년 목표 수효

사용자 계정(User Profiles)

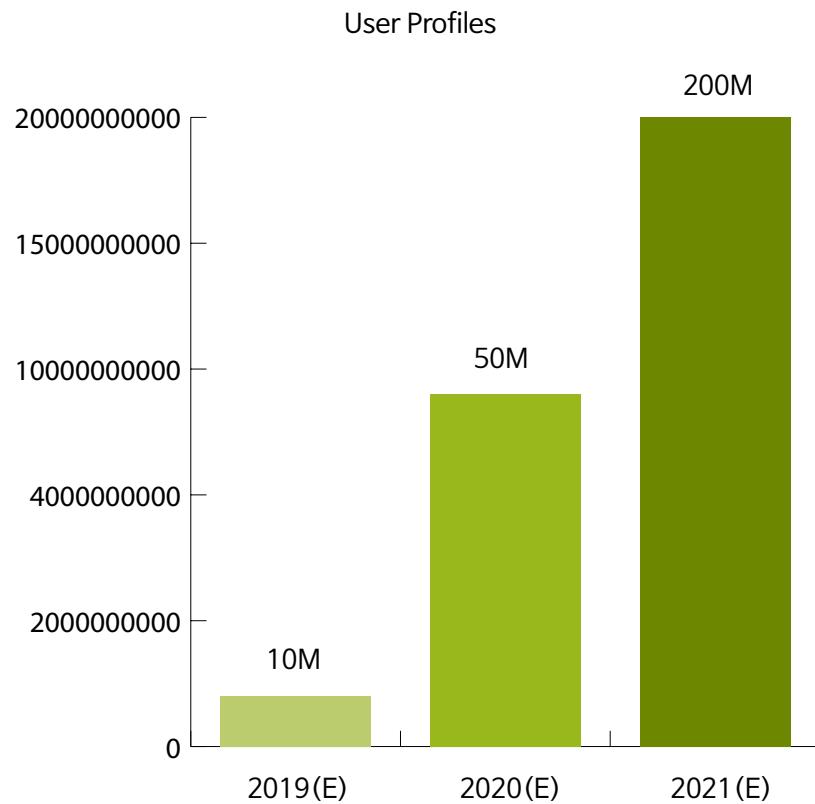
- 태동기: 2019년 5억 개인용블로그/소셜블로그 시장의 2% 점유
- 성장초기: 2020년 20억 소셜미디어/멀티미디어 시장의 2.5% 점유
- 성장원년: 2021년 소셜미디어/멀티미디어 시장의 10% 점유, 기업형 미디어 시장 진입



[그림 37] 사용자 계정 3개년 목표 수효

플러그인 설치(Installed Plugins)

- 태동기: 2019년, Disqus Installs 2.5M 대비 5%
- 성장초기: 2020년, Disqus 예상 Installs 3M 대비 23%
- 성장원년: 2021년, Disqus 예상 Installs 3.5M 대비 57%



[그림 38] 플러그인 설치 3개년 목표 수효

PUBLICYTO 개발 계획

PUBLICYTO 컨트렉트는 전체 토큰 이코노미 시스템과 모든 사용자 활동을 규약화 한다. 이를 기반으로 콘텐츠 보상 플러그인은 PUBLICYTO 최초의 dApp인 Envicase를 통해 인큐베이팅 되며, 광고거래/후원 플러그인은 콘텐츠포탈의 출시와 더불어 추가된다. 콘텐츠 포탈에 플러그인의 라인업이 완성되면 시장 진입단계에 따라 콘텐츠 재발행(Re-publish), 오리지널 콘텐츠 발행, 마케팅 툴 지원 그리고 PUBLICYTO 모바일 앱 런칭 등 순차적 과정을 거치며 고도화 된다.

2018 Q2

- 토큰발행, 세일

- ERC-20
- Truffle Suit

2018 Q2

- PUBLICYTO 토큰 에어드랍(EOS)

- PUBLICYTO 스마트 컨트렉트

- 토큰 이코노미 시스템: 수익, 평판, 예금 및 위약금, 인플레이션 및 디플레이션, 감쇠율, dApp 수수료
- 계정: 개인/조직, 화이트리스트, Envicase 계정통합(마이그레이션)

- PUBLICYTO API #1 (+ Envicase Client)

- 이메일인증
- Google Vision API
- PUBLICYTO Native 플러그인: Envicase 콘텐츠 보상용
- Envicase DB 스키마 변경
- Envicase dApps: iOS, Android, Web
- Envicase Referral Program

- Admin & Dashboard #1

- 수익, 평판, 예금, 잉크 조회
- 예금인출
- 토큰거래 전용 Notification
- 탈퇴

- 블록체인 + 웹서버 이벤트 소싱

2018 Q4

- **PUBLICYTO 콘텐츠포탈(PUBLICYTO.com) Beta (+ PUBLICYTO API #2)**
 - 사인업/사인인
 - MFA인증
 - 플러그인 삽입형식: Script, Embedded link, Hyperlink, Url
 - PUBLICYTO External 플러그인: 콘텐츠보상
 - 외부콘텐츠 및 메타데이터 소환: Recall 기능
 - 보안 프로토콜
- **외부콘텐츠 데이터 수집환경**

2019 Q1

- **PUBLICYTO 콘텐츠포탈(PUBLICYTO.com) Official Launch**
 - PUBLICYTO External 플러그인: 광고거래, 후원금용 플러그인
 - 고평판자 대상 옴부즈맨 권한부여: 콘텐츠 신고권한, 콘텐츠 편집권한, 콘텐츠 포탈 내 Editor's Picks
- **Admin & Dashboard #2**
 - 고평판자용 이메일 마케팅 Tool
 - 고평판자용 다이렉트 메세지 Tool
- **SEO**
 - Robots.txt & Sitemap.xml
 - 이미지태그 및 최적화
 - 타이틀 & 메타디스크립션 태그(검색엔진최적화 메타태그 + 기타 태그)
 - 모바일웹 친화성 테스트

2019 Q2

- **PUBLICO 콘텐츠포탈 모바일 앱 Official Launch**
 - iOS, Android 'List of all the countries in the store'
- **PUBLICO 콘텐츠포탈(PUBLICO.com) Improvement #1**
 - 소셜미디어 콘텐츠 재발행(Import & Re-publish) 기능: Facebook, Instagram, Reddit

2019 Q3

- **PUBLICO 콘텐츠포탈(PUBLICO.com) Improvement #2**
 - 오리지널 콘텐츠 발행 기능: 블로그형, 동영상형, 사진형

2019 Q4

- **PUBLICO 콘텐츠포탈(PUBLICO.com) Grand Launch**
 - Expand Client Base: 기업형 플러그인 API Launch

특허출원계획

2009년 구현된 이래 블록체인은 기본적으로 Open Source로 공개되어 특허를 가질 수 없는 자유 기술이다. 하지만 특허는 실제 구현되지 않았더라도 차별적인 아이디어의 논리적 흐름을 가지고 있다면 출원이 가능하다. 그래서 현재 블록체인 특허출원의 대다수가 주로 보안, 운용, 활용 등 주변 기술을 중심으로 이뤄지고 있다. 보안은 거래의 투명성과 데이터의 보호를 위한 암호화, 위변조, 개인인증에 관한 기술이며 거래, 액세스, 합의, 동기화, 저장 등의 과정을 포함한 분산 네트워크 운영에 관한 기술은 운용 영역이다. 그리고 블록체인을 기반으로 금융서비스, 투표, 게임 그외 물류, 의료, 공공서비스 등 다양한 서비스에 활용하는 기술은 활용 영역으로 볼 수 있다. 이런 흐름을 반영하듯 지적재산권 선진 5개국(IP5, 미국, 중국, 한국, 일본, 유럽)에 출원되어 공개된 블록체인 관련 전 세계 특허출원은 모두 1,248건(‘07년 1월~‘18년 1월말 기준)이고 매년 2~3배씩 증가하는 추세이다. 특히 G2(미국, 중국)로의 점유율이 압도적인데, G2의 경우 2세대 기술이라 할 수 있는 스마트 계약(이더리움 관련)의 비중이 높다. 한국의 경우 암호화폐 거래 분야에 집중되어 있어서 아직 이러한 서비스 분야의 출원 구성비가 17%(4건/24건)로 낮은 편이다.

현재 표준 특허가 전무하고 국제 표준 논의도 시작단계이다. 그렇기에 오히려 지금이 핵심 표준 특허를 선점할 수 있는 적기라고 볼 수 있다. PUBLYTO는 내부에서 발행된 콘텐츠 뿐 아니라 외부에서 발행된 콘텐츠에도 수익창출을 지원하며 거대한 시장과 방대한 양의 데이터를 빨아들이게 된다. 외부 미디어에 흘어져 있는 콘텐츠까지 PUBLYTO의 컨트렉트와 연결되고 플러그인 및 콘텐츠 포탈의 사용자 환경과 결합될 때, 방치되어 왔던 콘텐츠의 소유권을 기록하고 조회할 수 있으며 법적권리도 행사할 수 있게 된다. 특허출원의 첫 단계로 준비 중이다. 이러한 다면적이고 독점적인 아이디어 보호를 위해 R&D 영역에 대한 지속적인 투자와 특허 분야의 확대는 필수적이다. 안정적인 PUBLYTO 생태계 구축과 비전 달성을 위해 중요한 과정이기도 하다.

로드맵

2018

- Q4 - PUBLYTO Plugin CBT Launch
- Q4 - PUBLYTO Plugin OBT Launch
- Q4 - PUBLYTO Content Portal OBT Launch
- Q4 - Exchange Listing, Airdrop, Tokens Burned

2019

- Feb - PUBLYTO Plugin & Content Portal Official Launch
- Q2 - PUBLYTO iOS, Android Launch
- Q4 - Expand Client Base
- Q4 - Market Share Grows

Note: More detail information will be announced via publyto.io before the Pre ICO

TOKEN LAUNCH

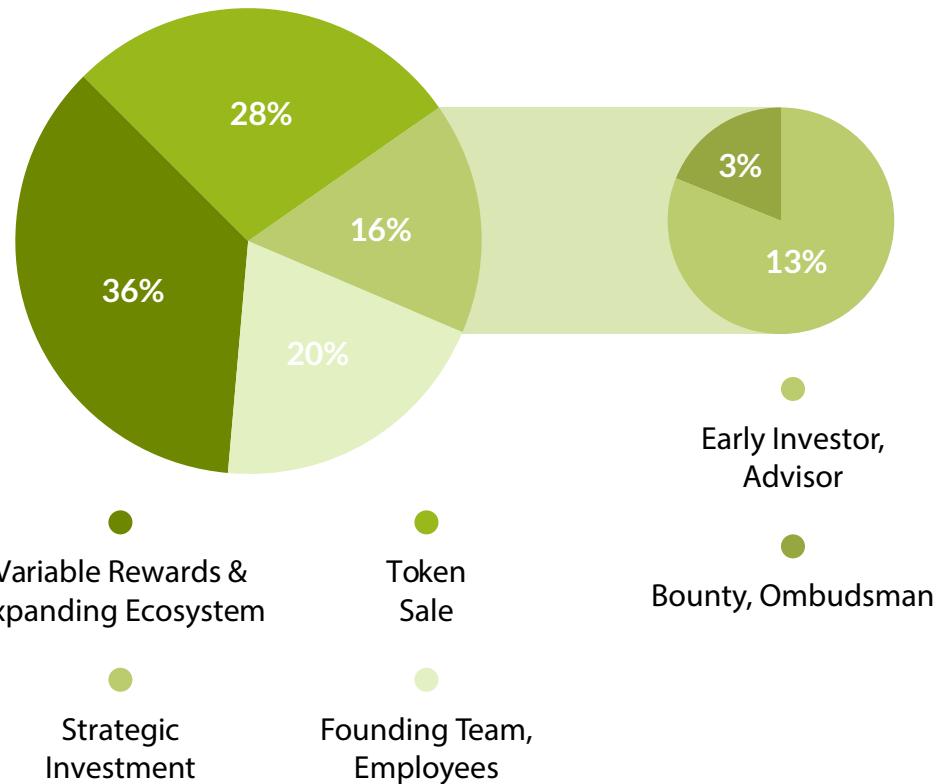
발행정보

- Symbol: PUB
- Exchange Rate: est. 0.1 USD
- Total Supply: 1,000,000,000 PUB
- Tokens For Sale: 28,000,000 PUB
- Platform: Ethereum
- Standard: ERC-20
- Accepting: ETH, EOS
- Round Details: To be announced before the token sale phase begins

PUBLICYTO 토큰은 어디로 분배 되어 어떻게 사용될 예정인가

- PUBLICYTO 토큰 가운데 28%가 세일용으로 분배되며 모금액은 PUBLICYTO 프로토콜과 수익화 플러그인을 중심으로 한 블록체인 네트워크의 연구와 개발, 마케팅, 운영, 파트너쉽, 컨설팅 등에 사용될 것이다.
- PUBLICYTO 토큰 가운데 36%는 양면 네트워크 효과를 바탕으로 차별화 된 사용자 보상을 위해 쓰여질 것이며 블록체인 생태계를 확장해 가는데 필요한 영역에 투입 가능하도록 유보된다.
- PUBLICYTO 토큰 가운데 20%는 창업팀과 직원들, 그리고 새로운 인재영입을 위해 쓰여질 것이다. 외부인재 영입과 내부인재 개발을 위한 실리콘밸리식 스톡그랜트 제도와 동일한 목적으로 사용된다.
- PUBLICYTO 토큰 가운데 13%는 전략적 투자를 통해 PUBLICYTO 네트워크의 기반이 되는 다양한 초기 투자자와 블록체인 기술, 미디어, 법률, 재무 등에서 PUBLICYTO에 기여하는 어드바이저들에게 분배되어 협력관계를 공고히 하는데 사용된다.
- PUBLICYTO 토큰 가운데 3%는 단계별 목표시장에 있는 참여자들로 이루어진 커뮤니티의 구축과 성장을 위한 바운티 프로그램들에 분배된다. 또한 옴부즈만에 대한 지원은 PUBLICYTO의 신뢰성과 근원 가치를 높이고 콘텐츠 권리 보호에 기여하게 함으로써 생태계 스스로 자정능력을 유지하고 로열티를 강화하는데 쓰일 것이다.

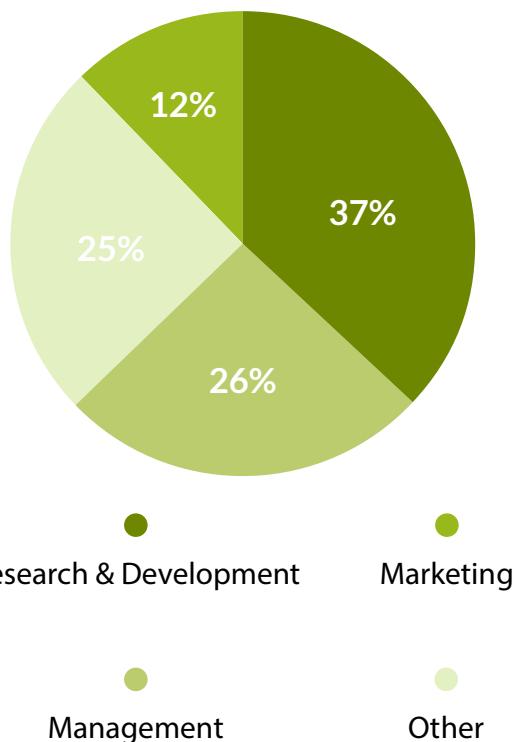
배분계획(Tokens Distribution)



[그림 39] Distribution

Description	Percentage (%)	Amount (PUB)
Token Sale	28%	280,000,000
Variable Rewards & Expanding Ecosystem	36%	360,000,000
Founding Team, Employees	20%	200,000,000
Early Investor, Advisor	13%	130,000,000
Bounty, Ombudsman	3%	30,000,000

할당계획(Use of Funds)



[그림 40] Use of Funds

Description	Percentage (%)	Amount (PUB)
Research & Development	37%	103,600,000
Marketing	26%	72,800,000
Management	25%	70,000,000
Other	12%	33,600,000

Team



Ryan Moonyoung Jang

Business executive, Project lead
Founder of PUBLYTO and Envicase
17 years marketing & eBusiness developer
* Wpp group, Vans, ABC-mart Inc.



Joseph Moonsoo Jang

Finance, Legal
Co-Founder of PUBLYTO and Envicase
11 years financial auditor, Venture entrepreneur
* DK International, BV communications



Mark Jinwook Chung

Blockchain, Tech Lead
Co-Founder of PUBLYTO and Envicase
7 years data science & engineering
* Travel Demand Forecasting at Pyunghwa Engineering Consultants



Min J. Kwon

Global Business development, Fashion influencer
Director of New York branch office
12 years business development and merchandising
* Ralph Lauren, Nordstrom, Stella McCartney, The Vanguard Group



Stark Daekyu Kang

Smart contract, Senior software engineer

7 years mobile software engineer

* Makeus Android lead, Founder of Teletalkvi (M&A with Makeus)



Hoon Lim

UXUI design, Motion Graphic, Publishing

10 years UX/UI Designer

* Zikto, Hoonishere, The Art Institute Vancouver

Advisors

We are in talks with 10 outstanding candidates who are working in the field of blockchain, tokenomics, media and legal.

Representative Branding Partner



HESED USA – Global Branding & Marketing Partnership

Influencer Marketing Partners

Obviously Social	Influence.co
No Such Agency PR	Heartbeat
Popular Pays	Canard
Brand Snob	The Circle
RevFluence	Ambassadher
Social Native	Ghostlamp

Social Fabric	Brandbassador
—	Relatable

Collaborated Brands

Existing Collaborative Partners

Fashion & Accessories

Fashion & Accessories	Beauty
Nike	Sephora
Chloe	Dior
Kenzo	Amore Pacific
Rent The Runway	Estee Lauder
Kay Jewelers	Lancome
Daniel Wellington	YSL beauty
Lulus	Sulwhasoo
Womens Dong-A	Mamonde
We Are Openhouse LA	Clinique
Capsule Show	Diptyque

Rocksbox	Clarins
Golf Galaxy	Ulta Beauty
Stella and Dot	Dove
The BlackTux	Drunk Elephant
Juju Showroom	Patchology
Nude Fashion	Givenchy
liverpool Jeans	louboutinworld
Lazypants	Loreal
Ana Luisa	Garnier
Joseph Nogucci	Skinceuticals
New York Fashion Week	Maybelline
iijin	Maison berdoues
Icewear1972	Skyn

Skinnies	Artisbrush
Ruby Lane Sydney	Kate Somerville
Katya Dobryakova	Double Dare
Pink Blush	masquelogy
Tote Savvy	milkmakeup
Ettika	GetCocofloss
Thursdayfinest	louboutinbeaute
But From the Kloth	Saturday Skin
Freshtops	Beautycon
Worth New York	Function of Beauty
Mod and Jo	Sky and Sand
Milk and Blush	Michael Todd Beauty
Acler Women	Riley Rose

True and Co	Eva Hair NYC
The Sampler Room NY	Susanciminelli
EPolignano	Malinandgoetz
Level 99	Kevynaucoin
Kyboe	Everskin
Jord Wood Watches	Ren Skincare
Wear Veronica	Bio Ionic
Le Tote	Devita Skincare
Kapten and Son	Cosmedix
Ves Clothing	Chi
Hind Sight Vintage Sunglasses	Farouk Systems
Style Lend	Doll Face Beauty
Happy Socks	Belair Ski

We Are Openhouse LA	Briogeo
Genart	Tria
Thread Up	Treehut.co
Beauty Brand	Tria Beauty
Norell New York	The Lotus
Woven Pear	Amika
Erin Featherston	Design by Humans
Amen Papa	Yuni Brand
Capsule Show	Hellosexylegs Beauty
Ombre Agency	Viviscal
Hueb	Vanity Planet Store
Shabby Apple	Sabon NYC
Portelli Brand	Soigne

Morrison Grey	Joanna Vargas NYC
Rocksbox	Uni Lever USA
—	D'marche Labs
—	Malin + Goetz

Lifestyle & Others / Food & Beverages

Lifestyle & Others	Food & Beverages
CB2	Coca Cola
Tysons Corner Mall	Conagra Group
The Knot Magazine	Walmart
FFANY Shoe Show	Palais Des The
Fashion Tech Forum	Kusmi Tea
US Open	Lipton Tea
Simple Contacts	Kraft
Mom Bomb	Chiquita Brands
Toms	Hello Fresh
Maison Berger	Dove Chocolate

styl36degrees	Post Mates
Mazda	Dominos
GwenStefani	Sharis Berries
Interscope Records	Virtuoso Pizza
Kiva	Bokksu
Ode to Clean	MarieCallender
Target	Kind Snacks
Careof	Eggo Toast
Goby	Harry and david
I Heart Ankit	Chiquita Brands
MGBW Home	Barcelona Wine Bar
Eyeconic	Hello Fresh
Gresso Miami	Dove Chocolate

Fracture Me	Rice and Flower
Ju Photography	City Cakes
Flying Tiger USA	Post Mates
Shear Bliss NYC	Dominos
GRK Beauty	Summers Brooklyn
Old la hainaluau	Grey Goose
Fashion Tech Forum	Cava Grill
Denise Fasanello	Ideal Fit
Sole Farms	Vida Glow
Smile Brilliant	Skinny Coffee Club
Petals and Roots	Le Grand Courtage
Women Not Objects Projects	Suja
Tictail Market	Fatty Sundays

The Grommet	Graze USA
Fountain Greetings	—
Prim Botanicals	—
Meredith O'Connor Singer	—
Thierry Feuz Artist	—
LINK	—
Unofficialcardboard	—

Baby & Hotel & Resorts

Baby	Hotel & Resorts
Puracy	Four Seasons
Patpat.com	Rosewood Hotels
Grab Ease	West House NY
The Milk Camp	Fairmont Hotels
Bebe Tailes	The Kahala Hotel
Nanit	70 Iberostar
Heart felt scrabble	—
Hux Baby	—
Comotomo Baby	—
Washabelle	—

Colored Organics	—
Davinci	—
Cuddle and kind	—
The Magic Light Wand	—
Smartbabywears	—
Cuddle and Kind	—
Lalabu Baby	—
Blooming Bath	—
Nataly Danilova Photgrphy	—

Technology

Google

Intel

US Mobile

Cars.com

Stash App

Early Investors



Neoply

(Former Neowiz Investment)



아산나눔재단

Asan Nanum Fund



High-end Media Culture Society

able communications



JP company Co., Ltd.



David Wong

Hong Kong ICPA – Member CPA
Australia – Member

Former
STS Group – Global CFO and Executive
Director
KMPG – Corporate Finance Manager
Deloitte – Auditor



Hyungwoo Kim

Founder of Able Communicationz
Primer Venture Partner

Former
SK Group, Marketing director



Sungho Choi

Veat Law Firm, Representative
Lawer 두나무투자일임
주식회사 감사
사단법인 게임문화재단 감사
서울고등법원 조정위원

Former
법무법인 젠 파트너 변호사
사법시험/사법연수원 서울대학교 컴퓨터 공
학과



Youngmin Yune

Startup Investor,
Venture enthusiast Rose Clinic,
Representative Dermatologist
고려대학교 의과대학 부속병원
임상조교수

Former
고려대학교 의과대학 부속병원 피부과 전공의
고려대학교 의과대학 대학원
고려대학교 의과대학



Geeyoung Bae

Startup Investor,
Venture enthusiast
Rose Clinic,
Representative Dermatologist
울산대학교 의과대학 피부과학교실
외래부교수
Former
피부과 전문의 고시 수석 합격(2004)
서울 아산병원 피부과 전문의
서울대학교 의과대학



Hyotaek Jeon

eBay Korea,
General manager of Ad Platform
Former
eBay Korea, Leader of Item Team

결론

미디어 콘텐츠 시장의 판세가 격동하고 있다. 이는 블록체인과 암호화폐라는 화두 뒤에 웅크리고 있던 콘텐츠 퍼블리셔와 이용자의 욕구가 각성되고 있어서다. 블록체인 미디어들의 등장과는 별개로 PUBLISHY 팀은 물질, 관계, 자신감의 단계적 자아실현 욕구가 선순위에 따라 구분될 수 없는 욕구 통합의 시대에 도달하고 있음을 직감한다. 욕구의 우선순위를 부정한 알더퍼(Alderfer)는 한 시점에 동시에 두 가지 욕구가 동시에 일어나기도 한다며 매슬로우(Maslow)의 욕구 단계 이론을 반박한다. 명예욕이나 자아실현 욕구를 만족하기 위해 콘텐츠를 생산하는 사람이 있는가 하면 금전욕을 동시에 충족하려는 경향도 강해지고 있는데 각각의 욕구들이 독립적이지 않으며 오히려 상호 의존성을 갖게 됐다는 것이다. 콘텐츠를 구독하는 경우에도 신체적 편의라는 생리적 욕구에서부터 자아실현 욕구, 나아가 경제적 가치창조에 이르는 욕구까지 관련돼 있을 가능성이 높다. 많은 퍼블리셔와 이용자들이 레거시 미디어에서 블록체인 미디어로 이동하거나 눈길을 돌리고 있는 단순한 이유, 욕구불만이다.

PUBLISHY의 저변은 미디어 콘텐츠 시장의 판도가 블록체인과 암호화폐 기반으로 변화되는 속도와 정비례하며 확대될 것이다. 그러나 흥망성쇠(Rise and Fall)는 통합된 욕구의 동시성을 충족시킬 수 있는 생태계를 실현하고 나아가 유지 가능성을 높이는데에 달려있다.

- 미디어 콘텐츠 형식에 구애받지 않고 원하는 dApp 환경을 자유롭게 선택해 접목할 수 있는 외부용(External) 플러그인
- 소셜미디어 콘텐츠를 PUBLISHY 콘텐츠 포탈에서 Re-publish 할 수 있도록 연동되는 API 환경
- 미디어 콘텐츠 기업과 소속 에디터의 상생을 돋는 기업형 API 컨트렉트
- 제한된 콘텐츠 보상풀에 추가 설계된 광고매출과 후원금 유치 알고리즘
- 광고거래로 콘텐츠 퍼블리셔의 수익성은 제고시키고, 거래 수수료를 소각해 토큰의 가치를 지속적으로 상승시킴에 따라, 토큰기여자(Contributor)의 편익까지 보장되도록 고안된 디플레이션(Deflation) 정책
- 자본의 힘이 콘텐츠의 품질을 독재하지 못하도록 견제하는 평판 알고리즘
- 시장성 입증을 위해 거래소 상장 전 시행되는 OBT(Open Beta Test) 배포 계획
- 감성적, 법률적(ISO) 국제표준을 표방하는 PUBLISHY의 비전

이 모든 의사결정에는 상생이라는 철학적 가치를 넘어 실현과 지속 가능성에 대한 현실적인 위기의식이 투영되었다. 동원되는 블록체인 기반 기술과 PUBLEYTO Token은 유감스럽게도 앤드 픽처(End Picture)를 작화하도록 돋는 도화지와 볶에 불과하다. 모든 가치는 PUBLEYTO의 주인인 사용자, 노드, 토큰기여자로부터 발현되며, 증진된 가치의 최대 수혜자 또한 이들이다.

DISCLAIMER

THIS WHITEPAPER IS IMPORTANT AND SHOULD BE READ IN ITS ENTIRETY. TEAM PUBLYTO (COLLECTIVE TERM INCLUDING PUBLYTO FOUNDATION, TID CO., LTD., TID'S SHAREHOLDERS, EMPLOYEES, AND AFFILIATES) IS PUBLISHING THIS WHITE PAPER FOR A REFERENCE PURPOSE TO PROVIDE INFORMATION AND OF A GENERAL NATURE, TO SUPPORTERS OF PUBLYTO NETWORK AND ITS PLATFORM. IN OTHER WORDS, THIS WHITE PAPER IS NOT INTENDED TO BE AN OFFER TO SELL, OR A SOLICITATION OF ANY OFFER TO BUY, ANY SECURITY OR OTHER FINANCIAL INSTRUMENT OR TO INVEST IN THE PUBLYTO TOKEN AND ARE FOR INFORMATIONAL, ILLUSTRATION AND DISCUSSION PURPOSES ONLY. THIS WHITE PAPER IS AS OF APRIL 27, 2018, MAY NOT BE COMPLETE OR FINAL, MAY BE ESTIMATED, IS SUBJECT TO CHANGE AND DOES NOT CONTAIN ALL MATERIAL INFORMATION REGARDING AN INVESTMENT, INCLUDING SPECIFIC INFORMATION RELATING TO AN INVESTMENT'S RISKS. THE OFFERING OF THE PUBLYTO TOKEN HAS NOT BEEN REGISTERED, QUALIFIED, OR APPROVED UNDER ANY SECURITIES, FUTURES, FINANCIAL INSTRUMENTS, CAPITAL MARKETS, OR EXCHANGE CONTROL LEGISLATION, REGULATION, OR ORDINANCE OF ANY JURISDICTION. IN ALL JURISDICTIONS, THE OFFER TO SELL AND SOLICITATION TO BUY A PUBLYTO TOKEN IS DIRECTED SOLELY TO QUALIFIED INSTITUTIONAL INVESTORS, QUALIFIED PROFESSIONAL INVESTORS, AND THOSE OTHER SOPHISTICATED PERSONS TO WHOM OFFERS AND SOLICITATION MAY BE MADE WITHOUT ANY LICENSING, REGISTRATION, QUALIFICATION, OR APPROVAL UNDER APPLICABLE LAW (COLLECTIVELY, "QUALIFIED PERSONS"). THIS WHITE PAPER IS NOT CONSTITUTE AN OFFER, DISTRIBUTION, SOLICITATION, OR MARKETING TO ANY NON-QUALIFIED PERSON, AND IS NOT AN OFFERING TO THE RETAIL PUBLIC IN ANY JURISDICTION WHERE SUCH OFFERING IS UNLAWFUL. YOU SHOULD DISREGARD THIS INFORMATION SHEET IF YOU ARE A NON-QUALIFIED PERSON. IF YOU USE THIS WHITE PAPER IN YOUR DECISIONS AND ACTIONS (INCLUDING BUT NOT LIMITED TO REFERRING TO THE WHITE PAPER), YOU ACT AT YOUR OWN RISK IN RELIANCE ON THE JUDGEMENT CONSEQUENCES THEREOF, REGARDLESS WHETHER A PROFIT OR LOSS. IN OTHER WORDS, THIS TEAM PUBLYTO IS NOT RESPONSIBLE FOR THE COMPENSATION ACTIONS, DECISIONS, OR OTHER BEHAVIOR TAKEN OR NOT TAKEN BY YOU IN RELIANCE UPON THE WHITE PAPER, EVEN IF YOU SUFFER DAMAGE, LOSS, DEBT OR OTHER DAMAGES. ALL PRODUCT AND COMPANY NAMES ARE TRADEMARKSTM OR REGISTERED® TRADEMARKS OF THEIR RESPECTIVE HOLDERS. USE OF THEM DOES NOT IMPLY ANY AFFILIATION WITH OR ENDORSEMENT BY THEM. A PUBLYTO

TOKEN WILL FLUCTUATE IN VALUE, AND MAY BE VOLATILE, ESPECIALLY OVER SHORT TIME HORIZONS. PUBLYTO DOES NOT MAKE ANY REPRESENTATION OR WARRANTY AS TO THE ACCURACY OR COMPLETENESS OF THE INFORMATION CONTAINED IN THESE MATERIALS. PUBLYTO HAS NO OBLIGATION TO UPDATE OR KEEP CURRENT ANY INFORMATION OR PROJECTIONS CONTAINED IN THESE MATERIALS. THERE CAN BE NO ASSURANCE THAT THE TOKENS WILL EVER BE ISSUED OR DIVIDENDS WILL BE PAID; PUBLYTO IS SUBJECT TO COMPLEX, EVOLVING AND EXPANSIVE U.S. AND FOREIGN LAWS AND REGULATIONS; THERE IS NO ASSURANCE THAT TOKEN PURCHASERS WILL RECEIVE A RETURN ON OR OF THEIR INVESTMENT; PUBLYTO HAS LIMITED OPERATING HISTORY, WHICH MAKES IT HARD TO EVALUATE ITS ABILITY TO GENERATE REVENUE THROUGH OPERATIONS; TOKEN HOLDERS GENERALLY WILL NOT HAVE VOTING RIGHTS OR ABILITY TO INFLUENCE PUBLYTO'S DECISIONS; PUBLYTO MAY BE FORCED TO CEASE OPERATIONS; PUBLYTO MAY NOT SUCCESSFULLY DEVELOP, MARKET AND LAUNCH THE PUBLYTO WALLET SYSTEM, AND, EVEN IF LAUNCHED THE PUBLYTO WALLET SYSTEM MAY NOT BE WIDELY ADOPTED AND MAY HAVE LIMITED USERS AND COULD BE SUBJECT TO SIGNIFICANT COMPETITION; PRICES OF BLOCKCHAIN ASSETS ARE EXTREMELY VOLATILE AND FLUCTUATIONS IN THE PRICE OF DIGITAL ASSETS COULD MATERIALLY AND ADVERSELY AFFECT PUBLYTO'S BUSINESS. TOKEN HOLDERS SHALL NOT BE ENTITLED TO ANY UTILITY FUNCTIONALITY AS PART OF THE TOKEN. NEVERTHELESS, THE COMPANY EXPECTS TO ENDEAVOUR TO PROVIDE CERTAIN ADDITIONAL BENEFITS TO HOLDERS OF THE TOKENS IN THE FUTURE (THE "DISCRETIONARY BENEFITS"). THESE WILL NOT BE A PART OF THE TERMS AND CONDITIONS OF THE TOKENS, BUT RATHER BENEFITS VOLUNTARILY PROVIDED BY THE COMPANY TO TOKEN HOLDERS. THESE DISCRETIONARY BENEFITS MAY BE WITHDRAWN OR CHANGED AT ANY TIME AT MANAGEMENT'S DISCRETION. CAUTION REGARDING FORWARD-LOOKING STATEMENTS THIS WHITEPAPER CONTAINS FORWARD-LOOKING STATEMENTS OR INFORMATION (COLLECTIVELY "FORWARD-LOOKING STATEMENTS") THAT RELATE TO OUR CURRENT EXPECTATIONS OF FUTURE EVENTS. OPINIONS, ASSUMPTIONS, ASSESSMENTS, STATEMENTS OR THE LIKE REGARDING FUTURE EVENTS OR WHICH ARE FORWARD-LOOKING, CONSTITUTE ONLY SUBJECTIVE VIEWS, BELIEFS, OUTLOOKS, ESTIMATIONS OR INTENTIONS OF PUBLYTO, SHOULD NOT BE RELIED ON, ARE SUBJECT TO CHANGE DUE TO A VARIETY OF FACTORS, INCLUDING FLUCTUATING MARKET CONDITIONS AND ECONOMIC FACTORS, AND INVOLVE INHERENT RISKS AND UNCERTAINTIES, BOTH GENERAL AND SPECIFIC, MANY OF WHICH CANNOT BE PREDICTED OR QUANTIFIED AND ARE BEYOND THE CONTROL OF PUBLYTO. IN SOME CASES,

THESE FORWARD-LOOKING STATEMENTS CAN BE IDENTIFIED BY WORDS OR PHRASES SUCH AS “AIM”, “ANTICIPATE”, “BELIEVE”, “CONTINUE”, “ESTIMATE”, “EXPECT”, “INTEND”, “IS/ARE LIKELY TO”, “MAY”, “PLAN”, “POTENTIAL”, “SEEK”, “WILL”, OR THE NEGATIVE OF THESE TERMS, OR OTHER SIMILAR EXPRESSIONS INTENDED TO IDENTIFY FORWARD-LOOKING STATEMENTS. WE HAVE BASED THESE FORWARD-LOOKING STATEMENTS ON CURRENT PROJECTIONS ABOUT FUTURE EVENTS AND FINANCIAL TRENDS THAT WE BELIEVE ARE RELEVANT TO OUR FINANCIAL CONDITION, RESULTS OF OPERATIONS, BUSINESS STRATEGY, FINANCIAL NEEDS, OR THE RESULTS OF THE TOKEN SALE. IN ADDITION TO STATEMENTS RELATING TO THE MATTERS SET OUT HERE, THIS WHITEPAPER CONTAINS FORWARD-LOOKING STATEMENTS RELATED TO PUBLYTO’S PROPOSED OPERATING MODEL. THE MODEL SPEAKS TO OUR OBJECTIVES ONLY, AND IS NOT A FORECAST, PROJECTION OR PREDICTION OF FUTURE RESULTS OF OPERATIONS. FORWARD-LOOKING STATEMENTS ARE BASED ON CERTAIN ASSUMPTIONS AND ANALYSIS MADE BY US IN LIGHT OF OUR EXPERIENCE AND PERCEPTION OF HISTORICAL TRENDS, CURRENT CONDITIONS AND EXPECTED FUTURE DEVELOPMENTS AND OTHER FACTORS WE BELIEVE ARE APPROPRIATE, AND ARE SUBJECT TO RISKS AND UNCERTAINTIES. ALTHOUGH THE FORWARD-LOOKING STATEMENTS CONTAINED IN THIS WHITEPAPER ARE BASED UPON WHAT WE BELIEVE ARE REASONABLE ASSUMPTIONS, THERE ARE RISKS, UNCERTAINTIES, ASSUMPTIONS, AND OTHER FACTORS WHICH COULD CAUSE OUR ACTUAL RESULTS, PERFORMANCES, ACHIEVEMENTS AND/OR EXPERIENCES TO DIFFER MATERIALLY FROM THE EXPECTATIONS EXPRESSED, IMPLIED, OR PERCEIVED IN FORWARD-LOOKING STATEMENTS. GIVEN SUCH RISKS, PROSPECTIVE PARTICIPANTS IN THE TOKEN SALE SHOULD NOT PLACE UNDUE RELIANCE ON THESE FORWARD-LOOKING STATEMENTS.

SUPPORTING DOCUMENTS & LINKS

Important Information

- Status [Homepage](#)
- Status [Github](#)

Community Channels

- [Telegram](#)
- [Medium](#)
- [Twitter](#)

Existing dApps

- [Envicase iOS](#)
- [Envicase Android](#)
- [Envicase Website](#)

GLOSSARY

- PUBLEYTO Coin: Cryptocurrency
- PUB: Symbol
- PUBLEYTO: Blockchain Network
- API: Application Programming Interface
- ETH: Ethereum
- ISO: International Organization for Standardization