TOUCHCON

WHITEPAPER

Best Rewards for Consumers

Digital Asset Rewards Platform

Tuesday, June 1, 2021 at 3:30 PM
At Toy Interactive

TOUCHCON WHITEPAPER V2.0

TABLE OF CONTENTS

1. EXECUTIVE SUMMARY 03

2. TOUCHCON BACKGROUND 04

2.1 리워드 시장 현황
2.2 리워드 규제 및 문제점
2.3 디지털 자산 리워드 플랫폼 필요성

3. TOUCHCON SOLUTION PLATFORM 10

3.1 리워드콘 솔루션
3.2 터치콘 월렛 앱
3.3 블록체인 메인넷 '터치체인'
3.4 터치콘 프로젝트 프로세스

4. TOUCHCON ECOSYSTEM 16

4.1 리워드콘 콘텐츠
4.2 RAP 광고주(Reward Alliance Partner)
4.3 User - Player(Consumer, User, Participant)
4.4 터치토큰(TOC) & 터치포인트(TOP)

5. BUSINESS MODEL 28

5.1 TSP(TOC Sales Proceeds) TOC 판매 수익금
5.2 ACF(Airdrop Consignment Fee) 에어드랍 위탁 수수료
5.3 BAF(Banner Advertising Fee) 배너 광고 수수료
5.4 SBCF(Small Business Consignment Fee) 소규모업체 위탁 수수료

6. SOLUTION DEVELOPMENT ARCHITECTURE 33

6.1 터치콘 플랫폼 개발
6.2 터치콘 솔루션 아키텍쳐
6.3 리워드콘 특허등록 요약

7. GROWTH PLAN 41

8. TOKEN ECONOMY & GOVERNANCE 45

9. TEAM & ADVISOR 52

10. BUSINESS PARTNER (RAP) 58

11. DISCLAIMER 60

COPYRIGHT 2021. TOC FOUNDATION SIGI Inc. ALL RIGHTS RESERVED

1. EXECUTIVE SUMMARY

대다수 기업의 보상 서비스는 소비자의 구매 행위 및 서비스 이용에 대해 일정한 보상을 지급함으로써 재구매를 유인하는 형태로 제공된다. 포인트로 대변되는 이들 보상 서비스는 대다수의 글로벌 기업들에 의해 충분히 잘 동작되는 듯 보이지만, 여전히 규제 위주의 태생적인 약점은 극복하지 못하고 있다. 이와 더불어 최근 인터넷 및 모바일의 급속한 진화는 기존 보상 서비스 방식에도 빠른 변화가 감지되고 있다. 보편적 포인트 시장이 새로운 트렌드의 기프티콘 및 리워드 앱 보상 시장으로 전환되고 있기 때문이다. 그럼에도 이들 새로운 보상 방식 역시, 기존의 여러 규제 및 문제점으로 인해 소비자의 기대를 온전히 충족시키기에는 한계가 있다.

기프티콘에는 매우 짧은 유효기간이 있어 제때 사용하거나 연장하지 않으면 소멸된다. 또한 사용 후 남는 잔액은 환불되지 않고 오히려 추가 구매를 해야만 온전한 사용이 가능하다. 전혀 사용하지 않고 반품을 해도 강제로 수수료를 징수한다. 또한 리워드 앱 보상은 사용자 노력에 비해 보상이 작아 커피 한 잔 값 모으기도 힘들다. 기업은 새로운 보상에 새로운 규제를 부여함으로써 자유로운 보상의 사용을 방해하는 이율배반적인 모습을 지속하고 있으며, 이로 인해 사용자의 불만은 점점 쌓여만 간다.

이제 필요한 것은 디지털 자산에 기반하여 보상에 드리워진 규제를 걷어내고 기업과 소비자 모두가 신뢰하고 만족할 수 있는 리워드콘 시스템을 블록체인 기술로 구현하는 것이다.

2021년 현재, 디지털 자산은 글로벌 환경에서 제도권 자산이나 법정 통화로 채택되고 있으며, 금융권에서는 ETF 투자를 비롯하여 인플레이션 헤지 수단으로 사용되는 등, 이미 디지털 자산의 가치는 현금 혹은 금과 같은 자산으로 인식되어 가고 있다. 이러한 디지털 자산을 보상의 재원으로 사용하면 기존 보상의 규제와 문제점을 해결하는 것은 물론, 미래 투자 가치도 온전히 누리면서 기존 보상이 갖고 있는 다양한 규제의 프레임에서 완전히 벗어날 수 있게 된다.

이 시스템은 디지털 자산 콘텐츠를 기업이 원하는 광고 및 보상 마케팅에 사용함으로써 기존의 포인트, 기프티콘, 리워드 앱 보상을 대체하고 보상의 온전한 권리를 소비자에게 되돌려줄 수 있다. 특히 QR코드 스캔을 통한 랜덤 방식을 채택함으로써 사용자에게는 흥미와 기대감을 부여하면서 마치 게임처럼 능동적이며 적극적인 참여를 기대할 수 있게 된다.

※㈜ 본질적으로 글로벌 보상 시장은 Digital Rewards 와 Rewards in Kind 로 분류되고 있으나, 본 백서에서는 인터넷 및 모바일 트렌드에 적합한 Digital Reward 와 디지털 자산의 에어드랍에 대해서만 기술하며, 서비스 지역은 최초 아시아권에서 IT 에 특화된 한국과 동남아의 인구 대국 인도네시아을 대상으로 한다.

2. TOUCHCON BACKGROUND

2.1 리워드 시장 현황

2.1.1 기업 보상 시장

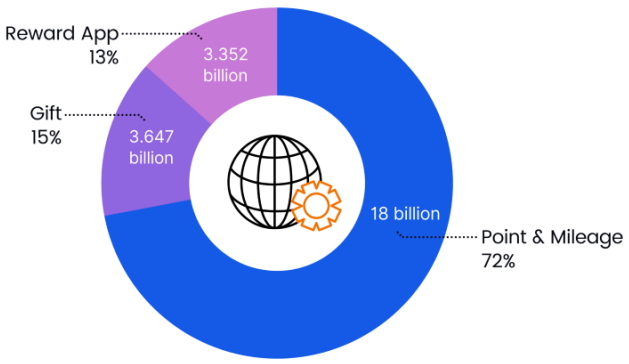
글로벌 경제 분석 전문지 YANO Research Group에 의하면 2020년 글로벌 보상 시장 규모는 약 $209.5 billion으로, 그중 포인트는 약 $150.8 billion, 기프트는 $30.5 billion, 리워드 앱은 약 $28 billion를 차지한다.

포인트 시장은 전년대비 8%의 견조한 상승을 보였으나 기프트 및 리워드 앱 시장은 30%가 넘는 가파른 성장을 보였다. 이는 최근 인터넷 및 모바일 산업의 발전과 COVID-19으로 인해 보상 시장의 트렌드가 모바일 디바이스 체제로 급속히 전환되고 있음을 의미한다.

한국의 2020년 보상 시장 규모는 $21.76 billion으로, 그중 포인트는 $18.42 billion, 기프트는 약 $2.511 billion, 리워드 앱은 약 $838 million를 차지한다.

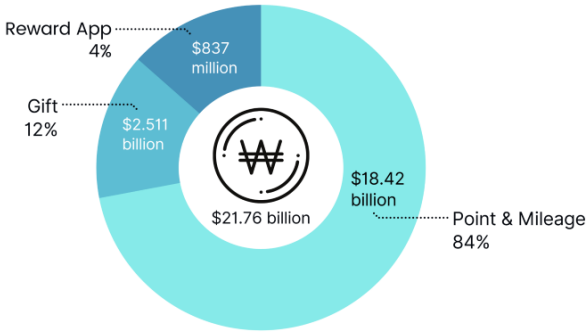
포인트 시장은 상대적으로 저조한 성장을 기록한 반면 기프티콘 및 리워드 시장은 전년대비 약 35%가 넘는 눈에 띄는 성장세를 보였다. 이는 글로벌 시장과 마찬가지로 전통적인 보상 방법에서 모바일 중심의 기프트 및 리워드 앱 시장으로 트렌드가 옮겨가고 있다는 것을 증명한다.

Global Reward Market



Global Information Inc 2020, Japan Yano Research Group 2020, Statistics Korea data 2019

Korea Reward Market



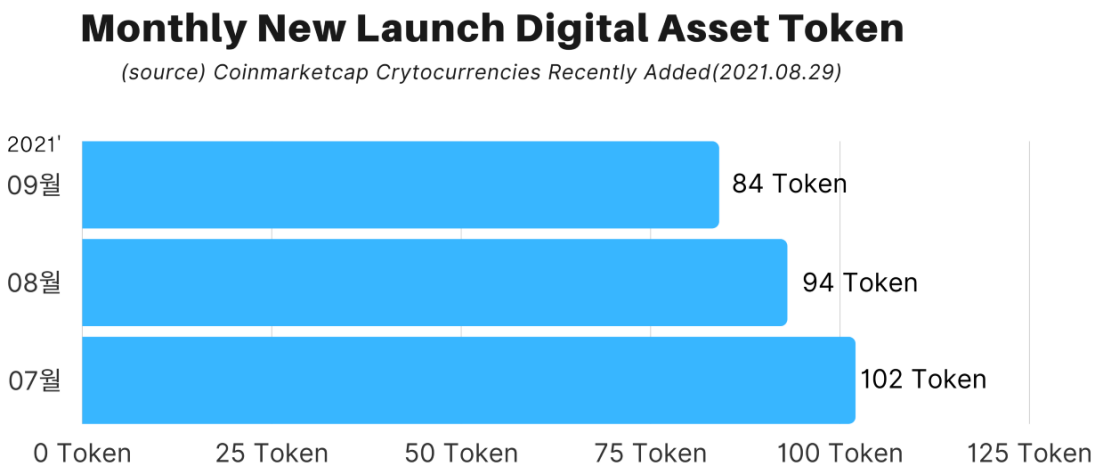
(Reference) Korea Ministry of Science and ICT 2020, Korea National Statistical Office 2020 & Korea Consumer Agency Report 2020, Japan YANO Research Group 2020, market research agency 'Embrain' 2020, Gifticon Market Data 2020, Japan YANO Research Group 2020 'Point Global Market Report' etc.

2.1.2 디지털 자산 에어드랍 시장

에어드랍은 특정 디지털 자산 보유자 혹은 특정 미션 수행자에게 일정한 비율의 디지털 자산을 무료로 배포하는 마케팅의 한 방법이다. 통상적으로 신규 디지털 자산의 상장이나 하드포크가 발생할 때 이벤트 방식으로 사용하는데, 대부분의 디지털 자산은 에어드랍 마케팅을 활용하여 커뮤니티 활성화 및 홀더 확산을 꾀한다. 에어드랍을 통해 해당 프로젝트에 대한 관심과 가치를 증가시키기 위해서다.

2021 년 9 월 기준, 디지털 자산 글로벌 정보사이트 Coinmarketcap 에 등재된 총 디지털 자산의 수는 11,456 개이며 디지털 자산 교환 거래소는 397 개에 달한다. 이들 거래소를 통해 ICO, IEO, IDO 등의 방식으로 시장에 론칭되는 이더리움 기반의 ERC-20 토큰은 월평균 약 60 여 개로 추정된다.

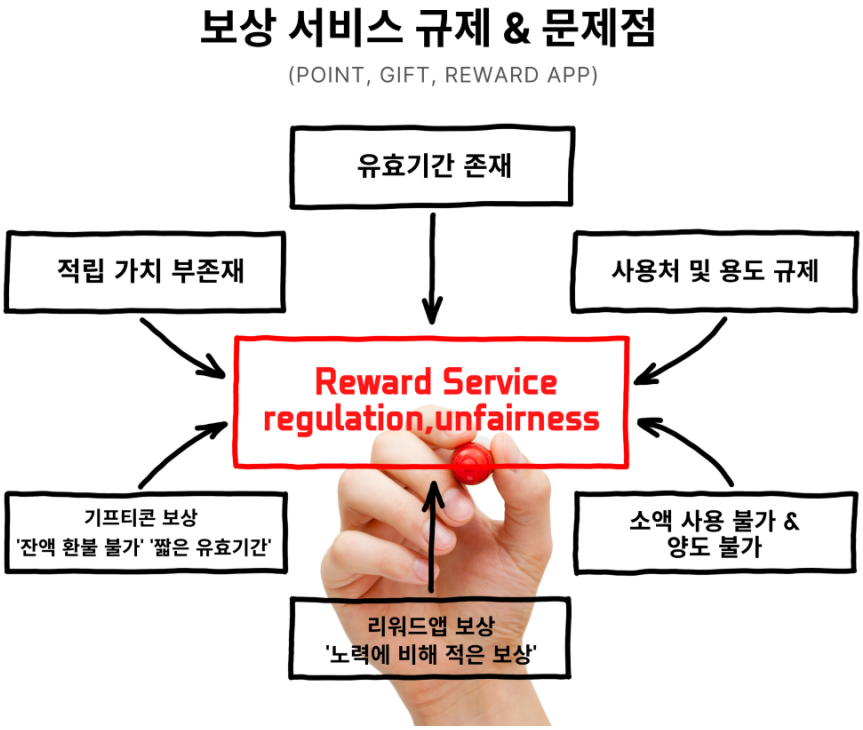
이러한 신규 디지털 자산은 초기 얼리어답터 확보와 생태계 구축을 위해 일정량의 토큰을 에어드랍이라는 마케팅으로 시장에 배포하는데, 이들 토큰이 1 회 배포하는 수량은 토큰의 규모 및 마케팅 방식에 따라 상이하나 적게는 약 1 천만 개에서 많게는 10 억 개에 달한다. 업계에서는 한 해 동안 에어드랍으로 배포되는 이러한 디지털 자산의 시장가치가 약 5 조원에 육박할 것으로 추산한다.



2.2 리워드 규제 및 문제점

2.2.1 기업 보상 규제 및 문제점

포인트 보상처럼 기프티콘 및 리워드 앱 보상에도 매우 불쾌한 규제와 문제점이 뒤따른다. 기존 포인트 규제처럼 유효기간을 부여했기 때문이다. 기프티콘은 최소 유효기간이 15 일로 매우 짧다. 제 때 사용하지 못하거나 연장하지 않으면 바로 소멸되며, 미사용 잔액은 환불되지 않고 오히려 추가 구매를 해야만 온전히 사용할 수 있다. 발행 주체와 용도도 서로 다르다 보니 제때 사용하지 못하고 소멸되는 금액도 적지 않다.



한 예로 한국 통계청 및 소비자보호원 조사에 따르면 신용카드사 포인트 시장에서 유효기간 경과 등으로 인해 소멸되는 금액이 한 해 약 1 천억 원으로 추산된다. 2020 년 6 월 발생 포인트는 1 조 5974 억 원이었으나, 사용액은 1 조 4684 억 원에 그쳐 매월 약 100 억 원이 소멸되는 것으로 조사되었다(주 1). 온라인 플랫폼 카카오의 2020 년 기프티콘 거래금액은 총 2 조 5341 억 원이었으나, 그 중 환불수수료 명목으로 공제한 금액만 약 717 억 원에 이른다(주 2).

한편 주어진 미션을 수행하면 보상이 나오는 리워드 앱의 경우에는 투자한 노력 대비 보상의 크기가 과도하게 작아 사용자 이탈이 서서히 진행되고 있다. 장시간 노력하여 미션을 수행해도 커피 한 잔 값조차 얻기 힘든 실정이다. 이는 리워드 앱이 보상의 재원을 오직 기업의 광고비로 충당하기에 생기는 구조적, 자원적 한계 때문이다.

(출처) 1.윤관석국회정무위원장 국정감사자료(2020.10. 02), 2.윤관석 국회의원 온라인기프티콘서비스 시장규모 현황(2021. 09.27)

2.2.1 디지털 자산 에어드랍의 문제점

신규 디지털 자산이 초기 얼리어답터 확보와 생태계 구축을 위해 마케팅에 사용하는 에어드랍의 실제 효과는 매우 미미한 것으로 평가받는다.

에어드랍은 원래 불특정 다수를 대상으로 조건이나 규정 없이 무차별적인 살포를 바탕으로 하는 마케팅이라 애초부터 효율적인 결과를 얻기에는 무리가 있었다. 그간에도 디지털 자산 시장의 생태계를 위해서는 기계적이며 획일적인 에어드랍 방식을 지양해야 할 필요성이 대두되곤 했다. 무분별한 에어드랍은 해당 토큰의 평가절하로 인해 일반 대중의 관심과 주목을 받지 못할뿐더러 오히려 디지털 자산의 가치를 훼손할 수도 있기 때문이다. 이는 디지털 자산 생태계의 지속 가능성을 위해서도 바람직하지 않은 일이다. 따라서 에어드랍 마케팅은 신규 디지털 자산의 생태계 확장을 위한 유일한 마케팅이라는 점 때문에 필연적으로 계속 확장 및 발전시켜 나아가야만 한다.

가장 큰 문제점은 주로 이더리움 기반의 ERC-20을 생성할 때 생태계 구축이라는 명목으로 불특정 이더리움 지갑에 소량의 신규 토큰을 살포하는 일이다. 이로 인해 지갑 보유자는 오히려 에어드랍을 스캠이나 해킹을 위한 잠재적 위협 요인으로 인식한다.

이와 함께 디지털 자산 거래소에서 진행하는 에어드랍은 특정 계정 보유자 및 매매 관여자에게만 혜택을 줄 뿐, 대다수 일반 대중들에게는 에어드랍의 혜택이 전달되지 못하고 있다. 결국 기대한 효과는 달성하지 못한 채 일부 소수의 형식적 마케팅으로 끝나는 경우가 대다수이다.

최근 SNS를 활용한 이벤트 및 프로모션을 통해 에어드랍의 확장성을 시도하고 경우도 있으나, 보다 양질의 고객을 디지털 자산 생태계로 유입시키는 전략적 효과는 미흡하기만 하다.

2.3 디지털 자산 리워드 플랫폼 필요성

보상의 규제 및 불공정성은 보상의 본질적 가치를 훼손시킨다. 그것은 투명성 및 신뢰성 하락으로 이어지며 소비자의 불만을 축적시킨다. 문제의 해결을 위해서는 보상의 파편적 규제를 해소하고, 기업과 소비자 간 보상 커뮤니케이션을 회복시켜 두 당사자 간의 신뢰를 제고할 수 있는 새로운 보상 시스템이 필요하다.

거래 의사가 있는 두 당사자(기업 및 사용자)에게 투명하고 공정한 보상을 보장하고, 디지털 자산을 재원으로 하는 랜덤 리워드 시스템을 구축하는 것으로 이를 달성할 수 있다. 이 시스템은 현금과 동일한 경제적 가치를 제공하여 별도의 유효기간이 필요치 않으며, 기간 및 장소 혹은 공간의 구속 없이 자유로운 보상권 행사를 가능하게 한다.

보상 마케팅 트렌드 변화

신규 디지털 자산은 초기 얼리어답터 확보와 생태계 구축을 위해 에어드랍을 진행하지만, 대상의 불특정성과 모호함, 배포 방식의 획일성으로 인해 오히려 대중의 관심을 끌지 못하고 반대로 점점 멀어지게 한다. 이를 해결하기 위해서는 먼저 에어드랍 대상을 명확히 지명해야 하는데, 그 대상은 실질적인 사용자가 되어야만 한다. 하지만 지금의 에어드랍 방식으로는 거의 불가능에 가깝다. 이것은 명확한 사용자 데이터 베이스를 활용할 수 있어야만 달성할 수 있기 때문이다.

기업의 고객 데이터 베이스를 기반으로 사용자를 설정하고 디지털 자산의 에어드랍을 실시할 경우, 무차별적 살포에서 벗어나 실질적 효용을 느끼는 사용자, 즉 긍정적인 효과를 기대할 수 있는 사용자들에게 맞춤 방식으로 배포가 될 수 있다. 따라서 에어드랍의 진정한 의의인 초기 얼리어답터 확보와 생태계 구축을 효율적으로 달성할 수 있게 된다. 고객 데이터 베이스를 보유한 기업이 에어드랍의 주체로 참여하는 터치콘 플랫폼을 사용할 경우, 신규 디지털 자산들은 기존의 비효율적이며 무분별한 에어드랍에서 벗어나 효과적인 맞춤형 에어드랍을 진행할 수 있는 것이다.

우리는 이 백서에서 모바일 시대에 최적화된 리워드콘 콘텐츠를 통해 기업에게는 규제가 없는 자유로운 보상 서비스를 지원하고, 사용자에게는 랜덤 보상의 혜택을 확장시켜 줌으로써 보상의 투명성과 신뢰성을 회복시키는 것은 물론, 신규 디지털 화폐의 에어드랍 지원으로 실질적인 얼리어답터 확보와 초기 생태계 활성화에 기여할 수 있는 터치콘 플랫폼을 제안하고자 한다.

이 플랫폼은 기존 보상의 규제와 문제점을 해결하고 다양한 디지털 화폐의 효과적 에어드랍을 지원하는 것이 목표이다. 부가적으로 디지털 화폐의 24 시간 시세 변동을 통해 보상 적립금에 대한 부차적인 시세 차익도 기대할 수 있다. 종국적으로는 보상에 블록체인 기술을 적용함으로서 보상의 위변조를 방지하고 투명성과 신뢰성을 높일 수 있는 가장 안전한 시스템이 된다.

터치콘 플랫폼은 보상의 주체인 기업과 보상의 객체인 사용자를 기준으로 다음과 같은 원칙에 의해 설계되었다.

- 누적 적립금에 의한 기업의 부채 증가와 예산 부족에 의한 보상 마케팅의 한계를 해소시킬 수 있는 혁신적인 보상 재원과 시스템을 구축해야 한다.

- 소비자 보상에 숨겨진 파편적 규제와 불공정성을 제거하고 자유롭고 항구적인 보상권 행사가 가능할 수 있어야 한다.

- 신규 디지털 자산의 획일적이고 비효율적인 에어드랍으로는 초기 얼라이언스 확보와 생태계 구축이 어려우므로, 에어드랍의 효과를 높일 수 있는 구체적이고 실질적인 방안을 제시해야 한다.

※ ‘리워드콘’ & 기존 보상 서비스와의 비교점 - ‘리워드콘’은 하이브리드 보상 서비스

구분	보상수단	유효기간	용도	환불&양도	적립가치	보상방식
포인트	현금가치	15일~10년	제한적	불가능	없음	제한적
기프티콘	상품권가치	10일~3개월	제한적	일부가능	없음	제한적
리워드앱	현금가치	3개월~3년	중립	일부가능	없음	제한적
‘리워드콘’	디지털자산	제한없음	제한없음	제한없음	이자+시세	랜덤

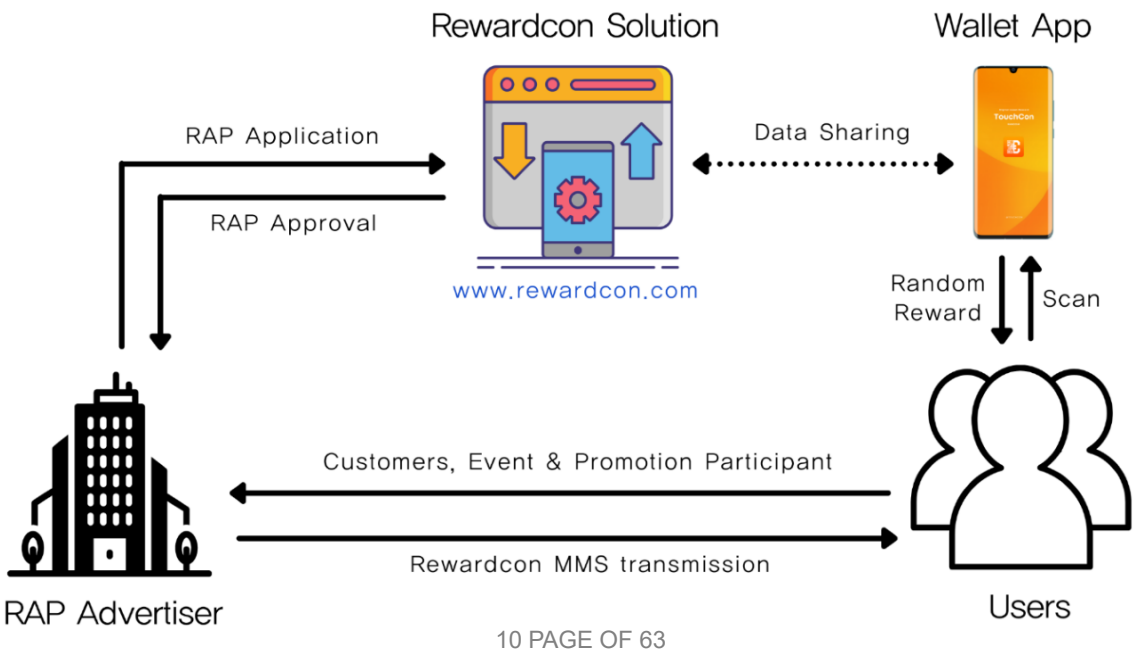
3. TOUCHCON SOLUTION PLATFORM

기업 보상 및 에어드랍의 규제 및 문제점을 해결하기 위해 터치콘 프로젝트 팀이 해야 할 과제는 크게 3가지로 요약할 수 있다.

첫째, 보상에 사용할 리워드콘 콘텐츠의 생성 및 전송 기능을 위한 솔루션이 필요하다. 문제 해결을 위해 www.rewardcon.com 솔루션이 구축되며, RAP 광고주는 리워드콘 생성 및 전송을 통해 터치콘 얼라이언스 파트너로 활동하게 된다.

둘째, 터치콘(TOC)를 획득하고 적립 및 사용할 수 있는 서비스 지원 앱이 필요하다. 다수의 사용자가 리워드콘을 스캔 후 보상을 받아 적립 및 결제, 전송, 교환, 스테이킹 참여 등의 제반 서비스에 사용할 수 있는 '터치콘 월렛 앱'을 구축해야 한다.

셋째, 터치콘(TOC)의 온전한 사용을 위해 블록체인 생태계를 독자적으로 구축할 메인넷 '터치체인' 개발이 필요하다. 보상에 블록체인 기술을 적용함으로써 보상의 위변조 방지와 보상의 투명성 및 신뢰성을 확보할 수 있기 때문이다.



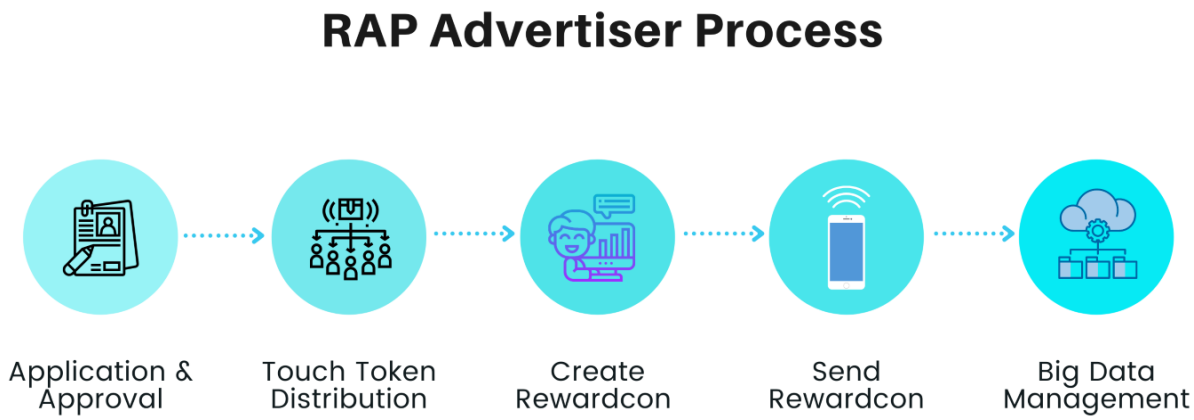
3.1 Rewardcon Solution 리워드콘 솔루션

리워드콘 솔루션(rewardcon.com)은 보상에 사용할 MMS 형태의 리워드콘을 발행 및 전송을 포함한 광고 빅데이터 및 관리를 처리하기 위한 솔루션 프로그램이다. 이곳에서는 리워드콘을 기업 보상 및 광고 마케팅에 사용할 수 있도록 RAP 광고주 신청, 등록, 리워드콘 생성, 전송, 관리에 대한 제반 서비스를 지원하게 된다. RAP 는 Reward Alliance Partner 의 약자로 리워드콘을 보상 및 광고 마케팅에 응용하고자 하는 얼라이언스 파트너를 의미한다.

RAP로 참가 신청을 할 수 있는 객체는 법인회원과 개인회원으로 분류된다. RAP 신청은 모든 글로벌 기업들이 가능하며, 특별한 산업이나 업종에 의해 제한받지 않는다. 개인회원은 개인 사업자 규모의 소기업을 운영하는 경우에만 가능하다.

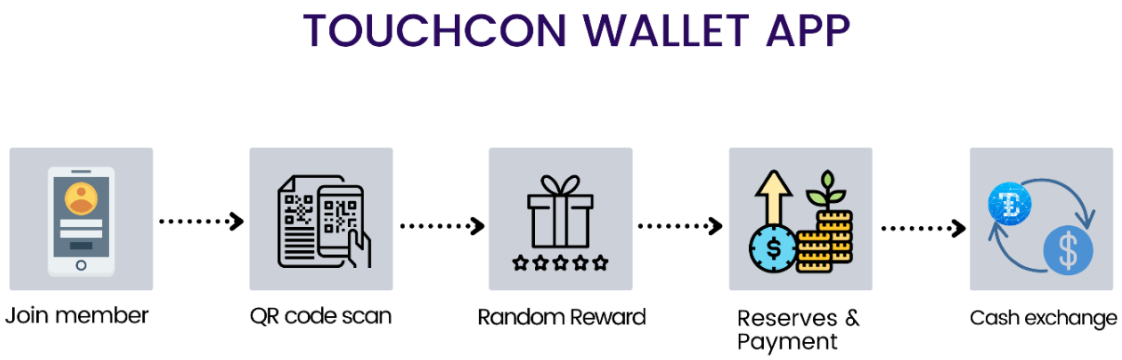
등록을 끝낸 RAP는 일정한 수량의 리워드콘을 배정받아 직접 리워드콘을 생성하게 된다. 인터넷 및 온라인의 경우에는 모바일 디바이스로 전송할 수 있으며, 오프라인 매장이나 상품의 경우에는 SQC(Smart QR Code) 형태로 바우처나 쿠폰을 인쇄하여 사용할 수 있다. 업체의 성격 및 광고 목적 등에 따라 자유로운 형태로 활용 가능하다.

기업이 RAP 로 리워드콘을 자사의 보상 및 이벤트, 프로모션 등에 사용할 경우 높은 참여율과 광고 효과를 기대할 수 있다. 특히 리워드콘에는 RAP 의 광고 텍스트는 물론, 브랜드 이미지 등 부가적인 요소들을 삽입할 수 있어 1:1 대면 광고의 효과를 충분히 충족시키게 된다.



3.2 TouchCon Wallet App 터치콘 월렛 앱

사용자는 광고주에게서 '리워드콘'을 취득하고 여기서 QR 코드 스캔을 통해 랜덤 보상을 획득 후, 이를 적립 및 관리하며 실생활에 이용 가능한 제반 서비스를 제공받게 되는데, 이를 터치콘 월렛 앱 서비스로 정의한다.



터치콘 앱은 랜덤 보상을 받기 위한 필수적인 앱으로, 디지털 자산이 소스화된 QR 코드를 스캔할 수 있도록 외부 및 내부 스캐너 기능을 제공하게 된다. 획득한 보상 TOP(Touch)를 내부 지갑에 적립 및 보관, 결제, 전송, ETH 지갑 전환, 거래소 전송, 스테이킹 등이 가능하도록 제반 서비스를 제공한다. 터치콘 앱에서 보상받는 디지털 자산의 단위는 TOP(Touch)이며, TOP(Touch)와 디지털 자산과의 전환 비율은 1:1 로 설정된다.

3.3 Blockchain MainNet ‘Touchchain’

보상을 지급하는 주체와 지급받는 객체 간의 신뢰성과 투명성은 은행의 전송 시스템만큼이나 매우 중요한 안전성과 높은 프로세스를 요구한다. 보상에 있어서 주체와 객체 간에 상호화 커뮤니케이션 작용이 없다면 보상은 지급하는 자의 마케팅 횡포물로 전락할 위험이 매우 높다. 현재 보상 서비스에 내재된 규제와 불공정성이 바로 그것을 의미한다.

터치체인은 통상적인 채굴 보상과 기업 마케팅 보상을 융합하여 설계가 이뤄져야 한다. 보상은 대부분 공짜라는 관념에서 탈피해야 하며, 디지털 자산의 생태계 방어를 위한 공동의 노력이 보상 혹은 채굴이 될 수 있도록 그 가치를 보존해 준다면, 기업의 보상 마케팅도 블록체인과 융합된 시스템으로 탈바꿈하게 될 유인이 된다.

그런 이유로 인해 기업이 보유한 고객 데이터 베이스는 매우 유용한 단서가 될 것이다. 신분과 정보가 확실한 고객 정보는 보상 마케팅을 위한 가장 필수적인 요소이며, 에어드랍의 목적을 실질적으로 달성하기 위한 매우 중요한 데이터이기 때문이다.

터치체인은 통상적 채굴과 보상의 상관관계를 활용하여 미래지향적 시각에서 보상의 블록체인화를 시도하게 된다. 채굴도 아니고 보상도 아닌 혁신적인 개념이 필요할 것이다. 터치체인은 블록체인과 보상의 본질을 미래의 트렌드 흐름에 맞추기 위해 지속적이고 창의적으로 솔루션 개발을 전개할 것이다.

보상에서의 위변조 방지는 물론이며 보상의 투명성과 공정성 확보는 보상이든 채굴이든 그 용어만 다를 뿐 모든 리워드의 본질로 귀착하기 때문이다.

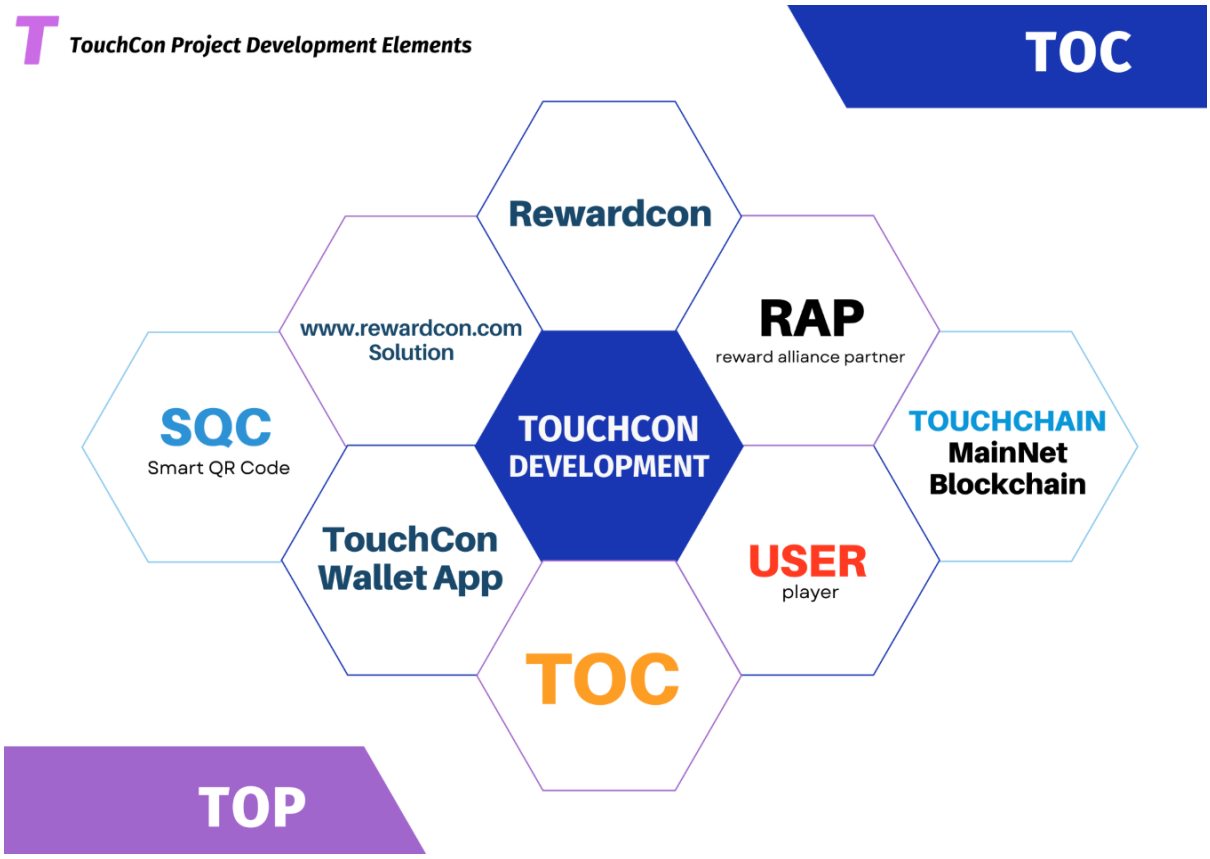
3.4 터치콘 프로젝트 프로세스

터치콘을 비롯한 다양한 디지털 자산을 랜덤 보상의 재원으로 사용하면 보상의 유효기간 소멸을 비롯한 각종 규제와 불공정성 문제를 해결할 수 있다. 또한 광고주의 정확한 고객 데이터 베이스를 디지털 자산의 에어드랍에 사용한다면 초기 얼리어답터 확보와 생태계 구축에 매우 유리하다.

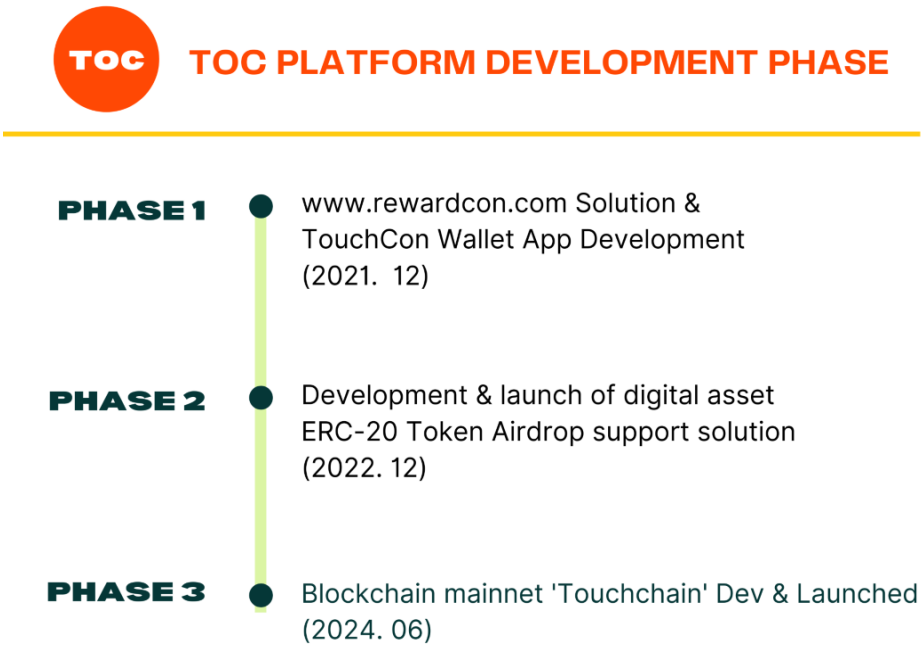
개발의 핵심은 www.rewardcon.com 솔루션에서 2 차원 QR 코드에 디지털 자산을 랜덤으로 인코딩하고, 기업의 광고 및 홍보 텍스트와 이미지를 입력시켜 '리워드콘' 콘텐츠를 생성하는 것이며, 이를 위해서는 '리워드콘'을 광고 마케팅에 활용한 RAP 광고주와의 제휴가 필요하다.

광고주는 '리워드콘'을 기업의 보상(기프트, 포인트, 리워드 앱 보상 등)에 대신하여 지급하거나, 각종 이벤트 및 프로모션 참가자에게 보상으로 지급할 수 있다.

터치콘 월렛 앱은 사용자가 획득한 '리워드콘'을 스캔하여 보상을 받고 적립 및 활용할 수 있는 제반 기능을 사용자 기능에 맞추어 개발 및 서비스하게 된다. 터치콘 프로젝트는 터치콘 생태계 구축을 위한 다양한 소스 개발과 생태계 환경을 우호적으로 바꾸거나 변화시키는 것에 중점을 두고 진행한다.

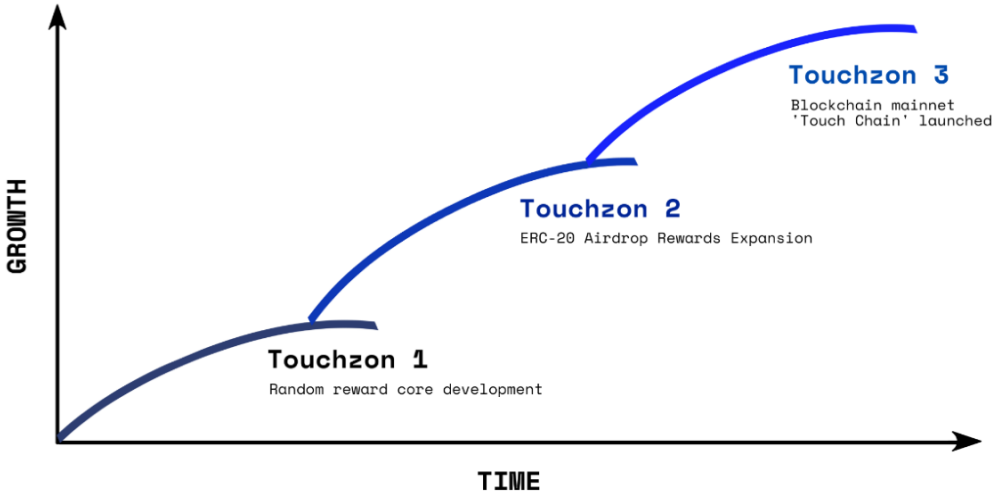


터치콘 프로젝트의 세부적인 개발 과정은 다음과 같이 3 단계 목표를 정하고 체계적으로 진행될 예정이다. 초기 터치콘 생태계 환경을 조성하기 위한 리워드콘 서비스는 2021 년 말, 혹은 2022 년 초에 론칭될 예정이다.

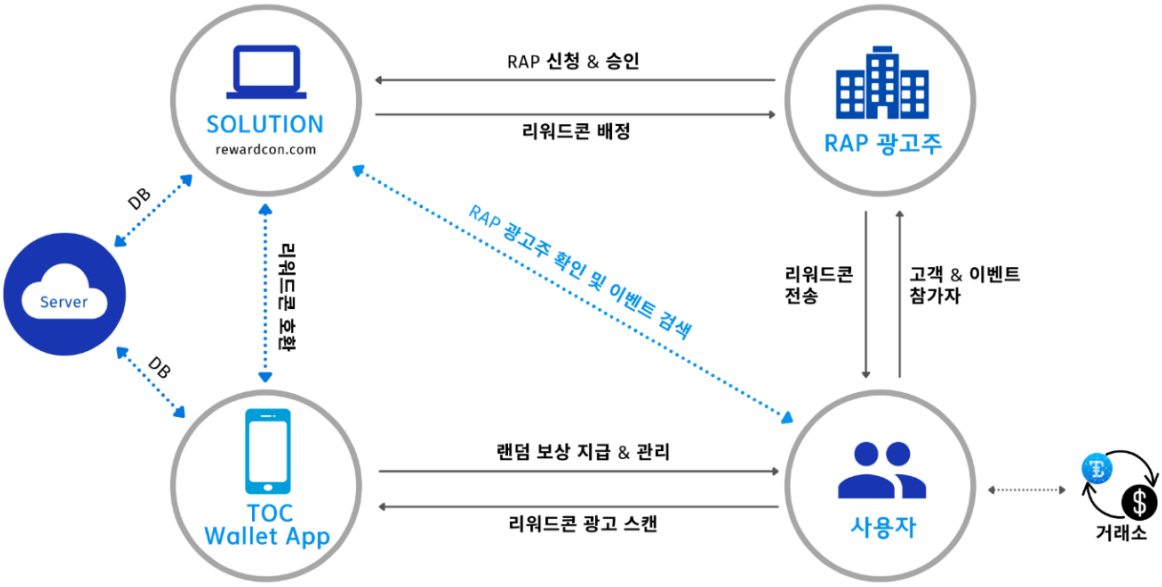


터치콘 프로젝트의 각 단계는 Touchzon 으로 설정되며 이는 총 3 단계로 구분된다.

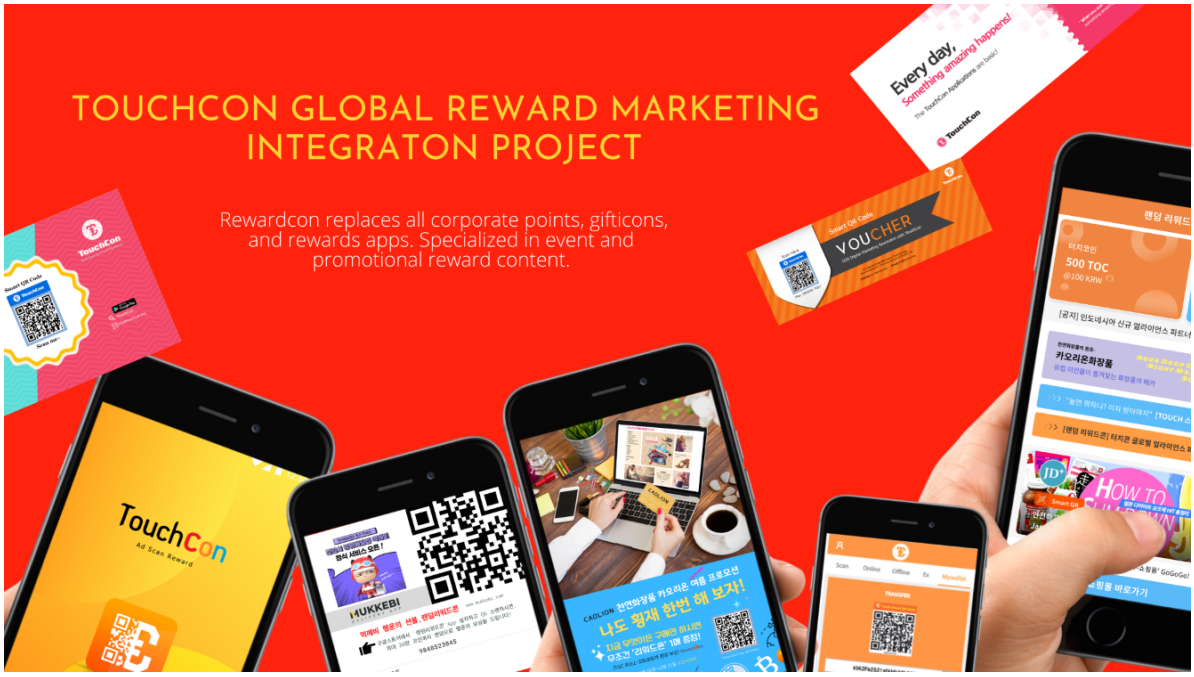
- Touchzon1: 랜덤 리워드 개발을 통해 서비스 구축의 기반을 세운다.
- Touchzon2: 신규 디지털 자산의 에어드랍 마케팅을 지원하는 업그레이드 플랫폼을 구축한다.
- Touchzon3: 자체 블록체인 메인넷 'Touchchain'의 구축과 운용을 통해 독자적인 생태계를 안착시킨다.



4. TOUCHCON ECOSYSTEM



터치콘 생태계는 4가지 핵심 요소를 바탕으로 구축된다. 터치콘 플랫폼의 핵심인 '리워드콘' 콘텐츠, 리워드 얼라이언스 파트너로 참가하는 RAP 광고주, RAP의 기존 고객 및 이벤트 참가자로 참여하게 될 플레이어(사용자), 터치콘 생태계에서 순환될 터치코인(TOC)이 서로 상호작용하면서 생태계를 활성화시킨다.



4.1 ‘Rewardcon’ Contents

리워드콘 콘텐츠는 온라인에서는 사용자가 랜덤보상을 받을 수 있도록 MMS 형태의 메시지로 생성되고, 오프라인에서는 사용상의 편의를 위해 바우처 및 티켓, 혹은 쿠폰에 인쇄되어 발급할 수 있다. 이는 RAP 광고주의 온오프라인 사용 형태에 따라 생성 방법 및 배포 방식을 자유롭게 정할 수 있음을 의미한다.

REWARDCON USE CASE

1. Point & Mileage Reward
2. Gifticon Reward
3. Reward App
4. Digital Asset AirDrop
5. Event & Promotion

RAP 광고주는 터치콘 솔루션에 로그인 한 후 배부받은 리워드콘을 발행할 수 있으며 모바일 전송을 통해 사용자에게 지급할 수 있다. 리워드콘은 기존의 보상 서비스인 포인트 및 마일리지, 기프티콘, 혹은 리워드 앱 보상 대신 사용이 가능하며, 온오프라인 이벤트 및 프로모션 행사에도 보상으로 활용할 수 있다.

Product Name: Random RewardCon
Exchange: Reward Toy Co., Ltd.
Validity period: None
Reward type: TOC Digital Asset

상품명 : 랜덤 리워드콘
교환처 : (주)리워드토이
유효기간 : 없음
보상종류 : TOC 디지털 자산

상품명 : 랜덤 리워드콘
교환처 : (주)리워드토이
유효기간 : 없음
보상종류 : TouchCon

4.1.1 온라인 리워드콘 (Rewardcon)

온라인에서는 주로 MMS 형태로 전송하는 것이 가장 간편하고 합리적인 방법이다. 리워드콘 콘텐츠 구성에는 5가지 요소가 입력된다. 만약 RAP 광고주가 특별한 이벤트 및 프로모션 진행을 원한다면 리워드콘의 디자인과 소스를 달리 생성할 수도 있다.

첫째, 디지털 자산을 랜덤으로 입력한 2 차원 QR 코드 소스
둘째, 광고주가 홍보할 브랜드 이름과 1 컷의 이미지
셋째, 광고주 상호 및 브랜드 로고
넷째, 광고주 홈페이지 주소 혹은 문의 전화번호
다섯째, 리워드콘 사용 안내 문구

4.1.2 오프라인 바우처 ‘리워드콘’

리워드콘의 오프라인 사용은 일상 생활에서 매우 다양하게 적용시킬 수 있다. 대부분의 경제 활동이 오프라인에서 발생하는 것을 감안한다면 코로나 이후 리워드콘의 오프라인 활용도는 더욱 증가할 것이다. 하지만 바우처 및 티켓, 쿠폰 등의 인쇄 과정이 필요하므로 부수적인 경비 소요가 발생하는 것이 다소 단점으로 지적된다. 그럼에도 오프라인에서의 활용은 사용자들의 관심과 능동적인 참여를 가속화시키는 장점도 있기에 온라인과 병행하는 활용도 고려해볼 수 있다.

오프라인에서 주로 사용할 수 있는 분야로서는 선물용 바우처 제작, 상품 외부에 직업 인쇄, 출입증, 입장권, 영수증, 주문증 등에 ‘리워드콘’을 이벤트 소스로 입력하는 방법이 있다. 한편 ‘리워드콘’의 외부 노출에 의한 해킹 방지를 위해서는 스크래치 및 종이막 인쇄를 할 수도 있다.

※ 오프라인 상품에 ‘리워드콘’ QR코드를 인쇄하는 경우

※ 오프라인 매장 및 가맹점에 ‘리워드콘’ 바우처를 제공하는 경우

4.2 RAP Advertisers (Reward Alliance Partner)

RAP는 'Reward Alliance Partner' 약자로, 터치콘 플랫폼을 보상 서비스에 사용하거나 혹은 자사 브랜드 광고 및 홍보에 사용할 의도가 있는 기업을 의미하며, 본 백서에서는 이를 RAP 광고주로 표기한다.

RAP 광고주로 활동하길 원하는 기업은 rewardcon.com 솔루션을 방문하여 신청하면 된다. 가입에는 어떠한 조건도 없으며 건실한 경제 활동을 영위하는 글로벌 모든 기업은 신청이 가능하다. 하지만 신청이 곧 승인을 뜻하는 것은 아니며, 승인에는 통상적으로 약 1주일이 소요된다.

RAP 신청 → RAP 승인 → TOC 배정 → 리워드콘 생성 → 리워드콘 전송

4.2.1 RAP 정의

RAP는 'Rewrard Alliance Partner'의 약자로 포인트 및 기프티콘, 리워드 앱, 에어드랍을 비롯하여 다양한 이벤트 및 프로모션에 리워드콘을 사용할 것을 사전에 약정한 제휴 광고주를 의미한다.

4.2.3 RAP 가입 및 승인

RAP 가입 자격은 실제 경제 활동을 영위하는 기업으로 산업 및 업종, 혹은 규모에 의해 제한받지 않는다. 가입 신청 후 심사를 거쳐 승인이 나면 리워드콘을 발급받을 수 있다.

4.2.3 RAP 활동

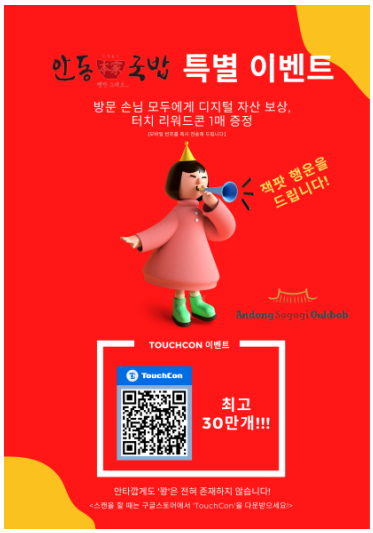
RAP 광고주는 솔루션에서 리워드콘을 생성하여 사용할 권리를 가진다. 이를 통해 포인트나 기프티콘, 리워드 앱 보상을 대체할 수 있다.

4.2.4 RAP 광고비

RAP로 승인된 광고주는 디지털 자산을 무료로 배정받아 사용하므로 별도의 광고비가 소요되지 않는다. 대부분의 디지털 자산에서 실시하는 에어드랍의 경우에도 무료로 배정받을 수 있다.

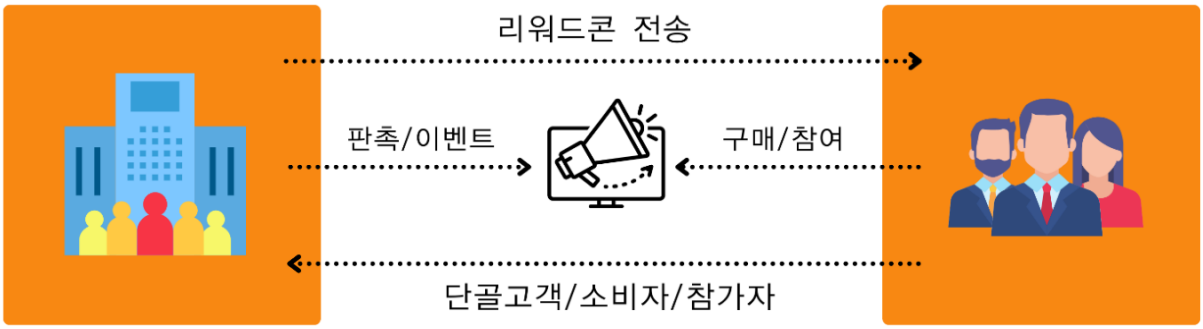
4.2.4 RAP 광고 마케팅 방법

RAP 광고주는 자사에서 시행하는 보상 서비스를 '리워드콘'으로 대체하여 활용할 수 있다. 특별한 이벤트나 프로모션의 경우에도 한정된 기간 및 한정 수량을 기준으로 활용하는 방법도 있다.



4.2.5 광고 효과

광고주는 리워드콘의 다이렉트 모바일 전송으로 신속한 보상 지급과 함께 1:1 대면 광고를 통한 높은 홍보 효과를 기대할 수 있다. 인터넷 혹은 모바일로 전송하는 것이 가장 최적화된 방식으로 시간과 비용이 소요되지 않는다. 그러나 오프라인에서는 광고 및 홍보 대상물에 리워드콘을 인쇄, 동봉, 쿠폰 및 바우처 형태로 직접 사용자에게 증정하는 방식으로 활용하기 때문에 시간과 비용이 다소 소요될 수 있다 .



4.2.6 광고주에게 리워드콘 마케팅이 필요한 이유

기업이 리워드콘을 보상 및 광고에 사용해야 하는 이유는 트렌드의 변화 때문이다. 전세계적으로 제도권에서 디지털 자산을 인정하고 받아들이고 있기 때문이다. 향후 미래에 대체 자산 및 화폐로서 충분한 가능성이 입증되었다.

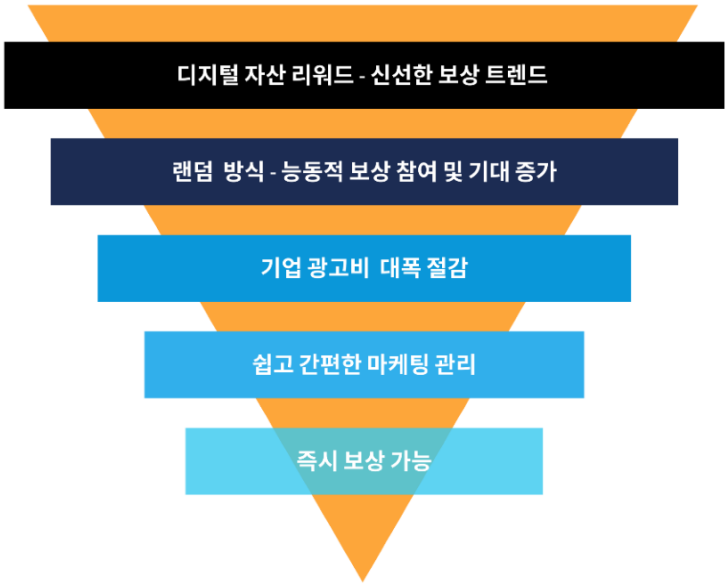
현재의 광고 및 보상 시장의 주 형태는 기업이 자체에서 지급하는 포인트나 타사의 기프티콘 정도이다. 모바일 리워드 앱 보상의 경우에는 열악한 광고비로 인해 보상의 수준이 매우 낮아 광고 효과가 오래 유지되기 어렵다. 이런 시기에 리워드콘은 디지털 자산을 매개체로 하는 혁신적인 보상 마케팅 방법으로 4차산업혁명 트렌드와 맥을 같이한다. 광고주가 리워드콘을 자사 마케팅에 사용해야 할 이유로는 다음 3가지를 들 수 있다.

첫째로, 디지털 자산을 리워드로 사용함으로서 신선함을 준다. 새롭게 떠오르는 디지털 자산과 함께 대다수 소비자들의 관심과 흥미를 자극할 수 있으며, 이는 특허등록으로 더 가치를 지닌다.

둘째로, 리워드콘은 랜덤 보상 시스템으로 소비자의 흥미를 한 단계 더 고조시키며, 잭팟 당첨자의 SNS 공유 및 소통을 유발한다. 이는 전통적인 획일적인 보상 형태에서 탈피하며 기대감 및 재미 증가로 사용자의 능동적 참여를 촉진하게 된다.

셋째로, 리워드콘은 서비스 초기 약 1~2년간 무료로 배부하므로 참여 기업은 광고비가 소요되지 않는다. 또한 특별한 자원 소모 없이 광고를 진행하기에 긍정적인 피드백만 누릴 수 있다.

현재 리워드콘은 광고에 적용하는 과정이 단순하고 간편하며 이에 따른 관리 비용도 높지 않다. 모바일 전송비나 오프라인에서의 인쇄비 및 관리비 정도가 요구되는데, 이는 미미한 수준일 것으로 예상된다. 이와 함께 리워드콘은 언제 어디서나 즉시 사용할 수 있는 성격을 갖고 있어, 보상 및 광고를 하는 기업 입장에서는 저비용 고효율 플랫폼이라고 할 수 있다.



4.3 User – Player (Consumer, user, participant)

사용자라 함은 RAP 광고주의 상품 및 서비스를 구매한 소비자 혹은 고객을 의미하며, 이벤트 및 프로모션에 참가하여 리워드콘을 획득한 참여자도 해당되는 개념이다. RAP 로부터 리워드콘을 획득하거나 제 3 자로부터 선물을 받아 획득했다면, 최종적으로 QR 코드 스캔을 통해 랜덤 보상을 직접 수취한 사람을 뜻한다. 단골고객, 가망고객, 참가자, 응모자 등을 의미한다.

이들은 리워드콘 혹은 리워드콘이 포함된 바우처를 전송받거나 획득한 후, 터치콘 월렛 앱에서 스캔을 통해 랜덤 보상을 받을 수 있다. 이러한 과정을 위해서는 '터치콘 월렛 앱'이 모바일 디바이스에 설치되어 있어야 한다.

사용자는 늘 일상 생활에 실질적으로 도움되고 체감되는 가치 있는 보상을 원한다. 특히 현금과 같은 유사한 성격을 가진, 언제 어디서나 제한 없이 사용할 수 있는 보상에 매력을 느낀다.

4.3.1 사용자 정의

사용자라 함은 불특정 다수의 RAP 광고주로부터 리워드콘을 획득하여 보상을 받는 자를 말한다. 사용자는 RAP 로부터 보상을 받게 될 해당 기업의 단골고객 및 소비자, 유망고객을 포함하며, 일회성 이벤트 및 프로모션에 참여하는 불특정 다수의 참가자를 포괄하는 플레이어로서의 개념을 의미한다.

4.3.2 리워드콘 획득

사용자는 RAP로부터 리워드콘을 획득하여 QR코드 스캔을 통해 랜덤 보상을 받을 수 있다.

4.3.3 터치콘 월렛 앱 설치

리워드콘에 있는 QR코드와 디지털 자산을 보관하기 위해서 'TouchCon Wallet App'을 다운로드받아야 한다. 안드로이드 운영체제에서는 구글 플레이스토어를, 애플 IOS 운영체제에서는 앱스토어를 통해 이용할 수 있다.

4.3.4 랜덤 보상 방법 – QR코드 스캔

터치콘 앱을 실행하고 획득한 리워드콘에 있는 QR코드를 내부 스캔한다. 오프라인 형태의 리워드콘을 획득하였다면, 상품 또는 바우처에 있는 QR코드를 외부 스캔한다. 작업을 완료하면 최종 보상 금액이 나오고 바로 적립하거나 사용할 수 있다.

※ 1000만개 토큰을 리워드콘에 랜덤으로 인코딩한 경우의 수

Smart QR Code 10000000 TOC Random encoding

4.3.5 랜덤 보상 범위

사용자가 랜덤 보상으로 획득할 수 있는 디지털 자산의 수량은 최소 1 토큰에서 최대 30 만 토큰으로 설계되어 누구나에게 잭팟 보상의 기회가 주어진다.

4.4 Touch token(TOC) & Touch Point(TOP)

터치콘은 생태계를 온전히 구축할 메인넷 '터치체인'이 구축되기 전까지는 이더리움 기반의 터치토큰(TOC)을 발행하여 리워드콘 생태계에 배포하게 된다.

터치콘 생태계에 참여 및 기여하는 모든 사용자들은 계정을 생성하고 리워드콘 이벤트 참여를 통해 터치포인트(TOP)를 획득할 수 있다. 참여자들은 RAP 광고주로부터 리워드콘을 지속적으로 획득한 후, QR코드 스캔을 통해 터치포인트(TOP)를 랜덤으로 보상받게 된다.

TOUCH COIN

TOC

디지털 자산 생태계에서 교환 및 양도 가능

TOUCH POINT

TOP

터치콘 생태계 내에서 결제/코인교환 가능

4.1 터치토큰(TOC) & 터치포인트(TOP)

터치토큰(TOC)는 디지털 자산 생태계에서 교환 및 양도가 가능한 토큰이다. '리워드콘' 스캔을 통해 최초 랜덤 보상을 획득하는 것은 TOP(Touch Point)로 표기되며, 터치콘 생태계 내에서 결제 및 터치토큰(TOC)로 교환이 가능한 포인트이다. TOC와 TOP의 교환 비율은 1:1의 동등한 가치로 스왑이 된다.

4.2 터치포인트(TOP) 획득 및 증식 방법

터치포인트(TOP)을 획득하는 방법은 RAP 광고주로부터 '리워드콘'을 획득하고 QR코드를 스캔하는 것이다. 모든 '리워드콘'에는 디지털 자산이 인코딩되어 있으며, 서비스 초기에는 잭팟 확률 및 기대감을 위한 이벤트로 최소 10 토큰부터 최고 30만 토큰까지 랜덤 획득이 가능하다.

두 번째는, 터치콘 월렛 앱에서 실시하는 분기별 '터치-스테이킹' 참여를 통해 TOP를 추가로 모아갈 수 있는데, 분기에 1회 실시되는 스테이킹을 통해서 최소 7%의 추가 수익이 가능하다. 그 이외에 터치콘 월렛 앱 출석이나 돌발성 이벤트를 통해 TOP를 다양하게 획득할 수 있다.

4.3 터치토큰(TOC)과 메인넷

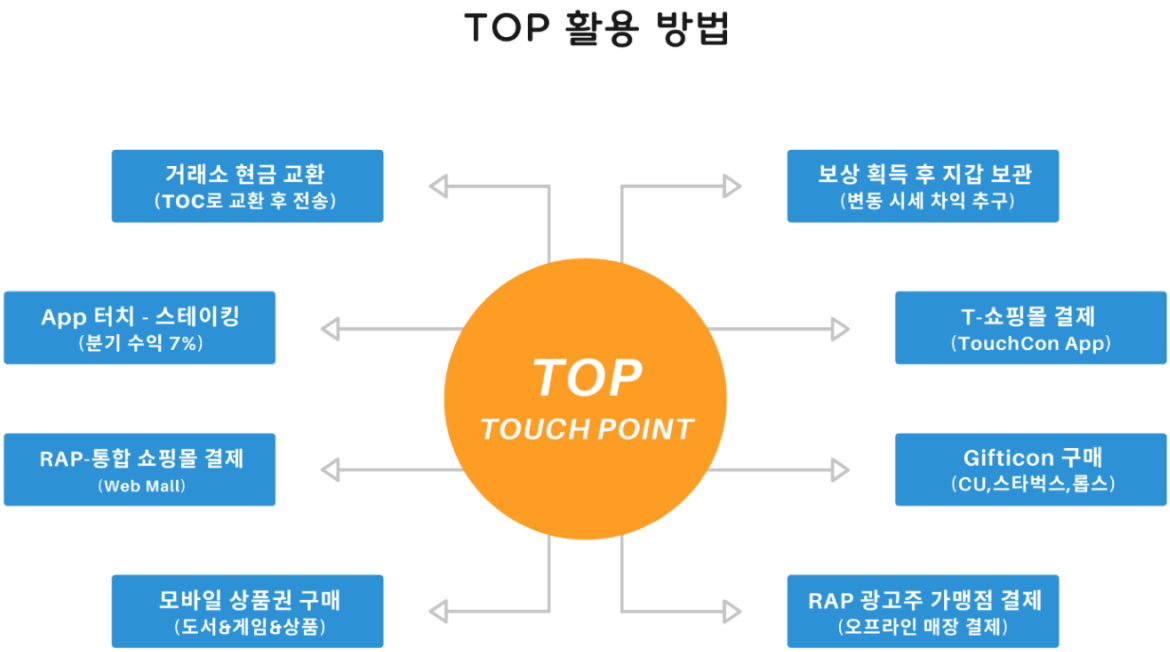
생태계에 참여하는 광고주 및 사용자에게 지급한 터치토큰(TOC)은 생태계에서 지원하는 다양한 서비스 및 용도에 따라 자유롭게 사용할 수 있는 유틸리티 토큰이다.

메인넷 이전 터치토큰(TOC)은 이더리움 기반의 표준 ERC-20 토큰으로 발행되며, 생태계 환경과 광고주 및 사용자들의 유입에 맞추어 블록체인 메인넷 '터치체인'을 개발하게 된다. 메인넷 론칭이 되면 초기 참여자에게 발행한 토큰을 코인으로 스왑하여 온전하고 독자적인 생태계 안정을 이룰 수 있게 된다.

4.4. TOP 활용 방법

터치콘 월렛 앱에서 사용자가 획득한 터치포인트(TOP)는 적립 및 전송, 교환, 결제, 스테이킹, 토큰 전환 등의 기능을 통해 자유로운 활용이 가능하다. 터치포인트(TOP)와 1:1로 교환되는 터치토큰(TOC)의 가치는 글로벌 환경과 인식 변화 또는 시세 변동에 따라 유동적이므로 고정된 가치를 측정할 수는 없다. 반면에 터치포인트(TOP)는 일상 생활에서 다음의 용도에 즉시 사용이 가능하다.

※ 터치포인트 및 터치토큰의 다양한 활용 방법



4.4.1 현금 교환

터치코인(TOC)이 상장된 글로벌 거래소에 전송하여 시간과 장소에 구애받지 않고 현금으로 교환할 수 있다.

4.4.2 보상 획득 후 지갑 보관

디지털 자산 거래소는 하루 24시간 동안 끊임없이 거래가 이뤄진다. 이와 함께 시세 변화도 수시로 이뤄지므로 디지털 자산의 가치 상승 예측이나 개인의 투자 전략에 따라 적립한다면 시세 변동에 따른 수익이 가능하다.

4.4.3 App 터치-스테이킹

터치콘 월렛 앱 내에서 분기별로 실시하는 터치-스테이킹에 참여하여 약정된 보상을 받을 수 있다. 최소 예치 단위는 10 Touch로, 보상 이자율은 7%로 책정되어 있다.

4.4.4 'T-쇼핑몰' 결제

터치콘 월렛 앱에 구축되는 자체 'T-Mall'에서 판매하는 이벤트 상품 및 서비스를 구매하는데 이용할 수 있다.

4.4.5 RAP-통합 쇼핑몰 결제

터치콘 생태계는 다수의 RAP 광고주가 참여하는 공동체 마케팅이다. 이들 RAP 얼라이언스에서 취급하는 모든 상품 및 서비스를 한 곳에 모은 Web RAP 쇼핑몰에서 자유롭게 사용할 수 있다.

4.4.6 기프티콘 구매

터치콘 월렛 앱 및 리워드콘 솔루션(rewardcon.com)에서 스타벅스, CU, 롭스 등의 제휴점이 발행한 기프티콘을 TOP로 구매하여 사용할 수 있다.

4.4.7 모바일 상품권 구매

일상 생활에서 자주 사용하는 다양한 온오프라인 상품권을 TOP로 구매하여 사용할 수 있다.

4.4.8 RAP 광고주 가맹점 결제

RAP 광고주가 직접 운영하는 오프라인 매장을 이용하고 터치(TOP)로 결제할 수 있게 된다. 시스템 연계 및 구동 테스트를 거친 후 RAP 광고주 프랜차이즈 가맹점을 대상으로 실시하게 된다.

5. BUSINESS MODEL

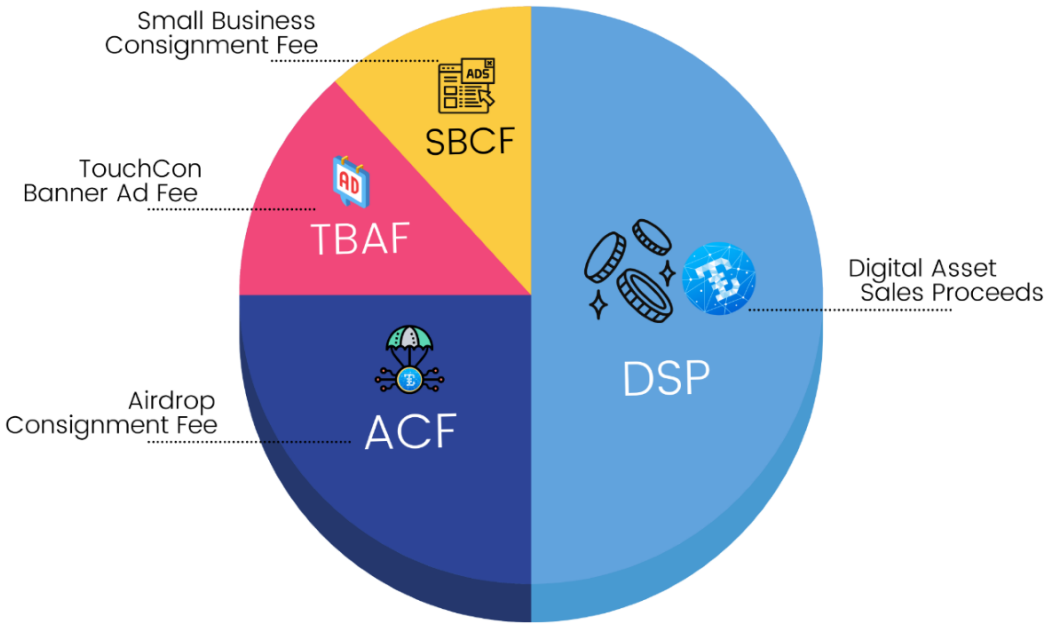
터치콘은 디지털 자산을 2 차원 QR 코드에 인코딩하여 사용자가 광고 스캔을 통해 보상받을 수 있는 랜덤 리워드 시스템을 발명하였다. 2019 년 10 월 한국특허청 BM 특허(10-2035419 호)로 등록된 터치콘 모델은 디지털 자산과 정보통신시스템이 결합된 영업방식으로 다양한 형태의 수익 모델을 구현 가능하게 한다.

터치콘 비즈니스는 총 4 가지의 수익 모델을 추구한다. 그러나 각각의 사업성 및 매출은 해당 디지털 자산의 24 시간 시세 변동으로 인해 불규칙한 모습을 보일 수 있다. 예를 들어 터치콘이 보유한 디지털 자산의 시세가 급등한다면 수익성이 크게 증가하게 되며, 시장 조정 및 하락기에는 시세 급락으로 인해 수익성이 감소할 수도 있기 때문이다.

터치콘 서비스 초기(약 1~2 년)은 생태계 구축과 안정을 위해 베타 버전의 테스트넷 서비스를 제공하게 된다. 서비스 개시 이후 약 2~3 년차에는 실질적 수익을 달성하기 위한 다양하고 공격적인 마케팅 활동들을 병행하게 된다.

①DSP (Digital Asset Sales Proceeds) 디지털 자산 판매 수익금
②ACF (Airdrop Consignment Fee) 에어드랍 위탁 수수료
③TBAF (TouchCon Banner Ad Fee) 터치콘 배너 광고 수수료
④SBCF (Small Business Consignment Fee) 소규모업체 대행 수수료

※ 터치콘 비즈니스 모델에 의한 매출 비율 추정



5.1 TSP (TOC Sales Proceeds) TOC 판매 수익금

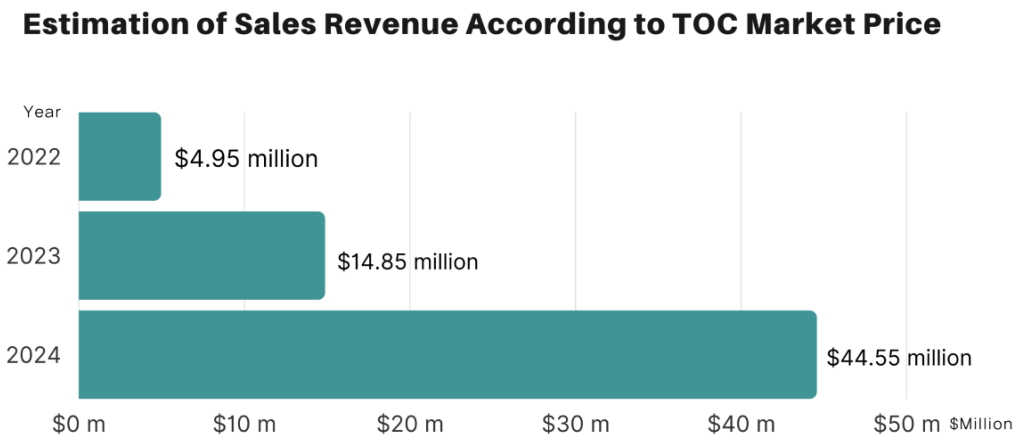
TSP는 RAP 광고주에게 TOC 판매로 발생하는 수익금이다. 터치콘 리워드 풀에는 총 발행량의 50%가 할당된 495,000,000 TOC가 락업되어 있다. 이 물량은 10년간 사용하는 터치콘 리워드 재원으로, 매년 4950만 TOC를 RAP 광고주에게 할인된 가격으로 판매할 수 있도록 설계되어 있다. 다만 2021년 배정 물량은 초기 생태계 구축과 안정을 위해 모든 RAP 광고주에게 무료 배정될 예정이다. 2022년부터는 매년 TOC 시세에 따라 할인율을 적용시켜 판매하게 된다. 터치콘은 TSP 판매를 통해 매년 안정적인 수익을 창출할 수 있게 된다.

※ TSP = TOC Quantity x (TOC Price x Discount Rate%)

ex) SMS 쇼핑몰은 신제품 판촉을 위해 리워드 마케팅 광고를 결정하고, 총 30 만 TOC 를 구매하기로 하였다.(당일 TOC 시세 USD $1.00, 할인율 70%). SMS 쇼핑몰이 정상가격 $30 만불에서 70% 할인된 $9 만불에 결제할 경우 TSP 는?

'TSP = 300,000 TOC x (USD $1.00 x 70%discount) = USD $90,000.00 '

※ 터치콘 판매 수익금 비교(2022년~2024년)

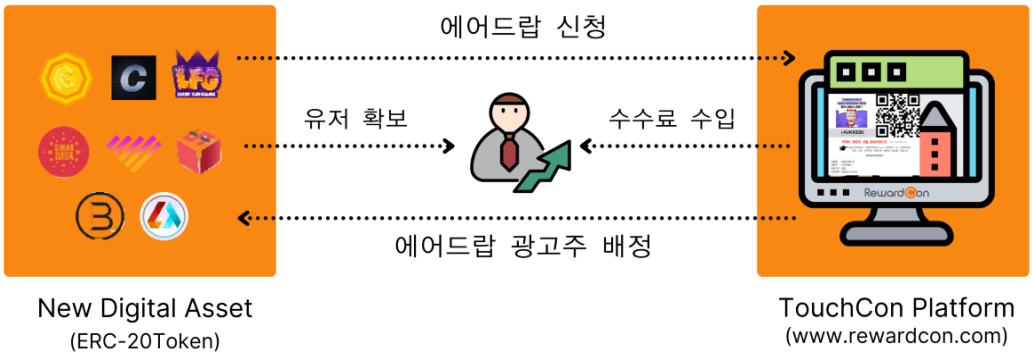


※ Estimated Sales Revenue According to TOC Market Price (2022-2024)

Estimated price on the day (USD$)		Discount rate (70~90%)	Quantity available for sale (TOC)	Annual sales Revenue (USD$)
2022'	$0.50	80%	49,500,000	4,950,000
2023'	$1.00	70%	49,500,000	14,850,000
2024'	$3.00	70%	49,500,000	44,550,000
Total		-	148,500,000	63,350,000

5.2 ACF (Airdrop Consignment Fee) 에어드랍 위탁 수수료

신규 디지털 토큰이 에어드랍 마케팅을 위탁할 경우에 발생하는 수수료 수입이다. 에어드랍은 초기 디지털 토큰이 초기 얼리어답터 확보를 위해 토큰을 무료로 배포하는 이벤트 마케팅이다. 신규 디지털 토큰이 터치콘과 제휴한 RAP 광고주의 고객 데이터베이스를 기반으로 에어드랍을 실시할 경우에 초기 생태계 구축에 있어 투자 대비 매우 효율적인 결과를 얻을 수 있다.



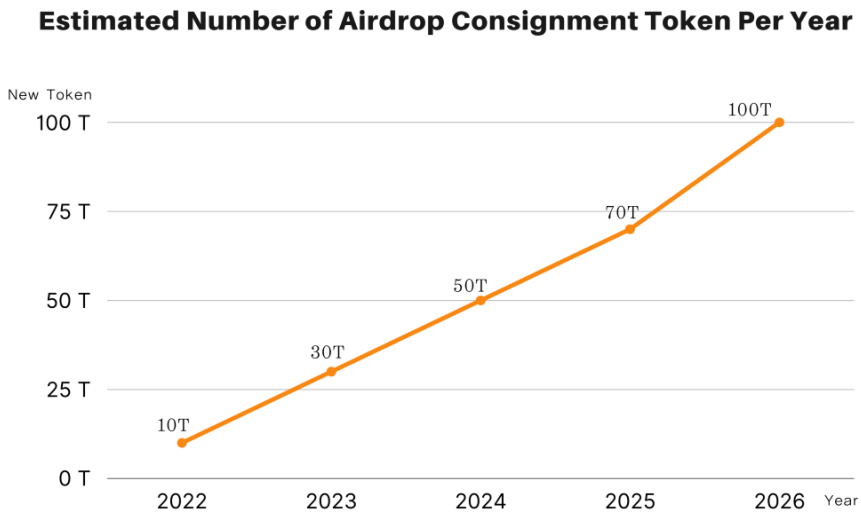
통상 위탁 물량에 대해 약 5%의 수수료를 부과하게 되며 위탁 물량에서 수수료를 선 공제한 후 잔여 물량에 대해서만 에어드랍을 실시하게 된다. 해당 수수료 토큰을 향후 가치가 상승하면 매도하거나 혹은 중장기 보유를 통해 자산 가치를 높이는 등 전략을 선택적으로 사용하게 된다.

※ ACF = Airdrop Quantity × Consignment fee(%)

ex)신규 ABC 토큰의 재단은 리워드콘 에어드랍에 총 1000만개를 위탁하였다. ACF는?

ACF = 10,000,000 ABC x 5% = 500,000 ABC

※ 신규 디지털 자산 에어드랍 위탁 건수 추정(2022년~2026년)

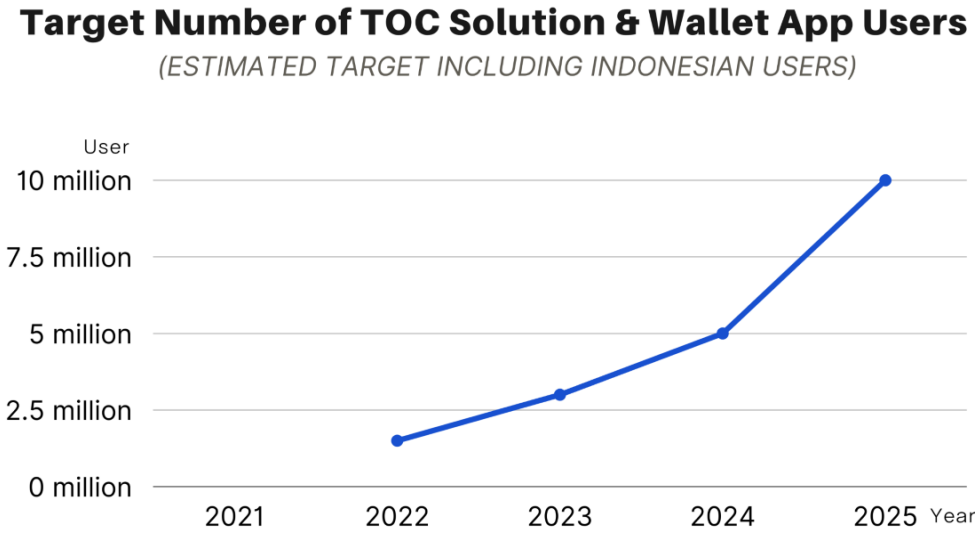


5.3 BAF (Banner Advertising Fee) 배너 광고 수수료

터치콘 서비스를 위해서는 Web와 App에서 2개의 솔루션이 구축되어 운용된다. 이는 각각 리워드콘 솔루션 'www.rewardcon.com'과 어플리케이션 'TouchCon Wallet App'으로, 신규 유저가 증가할 경우 외부 광고주 유입이 가능해져 별도의 배너 광고 수입을 얻을 수 있다.

※ BAF 2 TYPE = Advertisement Type(banner, protruding, fixed) × Advertising Period (months) × Advertising Unit Price($) × Discount Rate

※ 리워드콘 솔루션 및 월렛 앱 사용자 증가율 추정(2022년~2025년, 인도네시아 유저 기준)



5.4 SBCF (Small Business Consignment Fee) 소규모업체 위탁 수수료

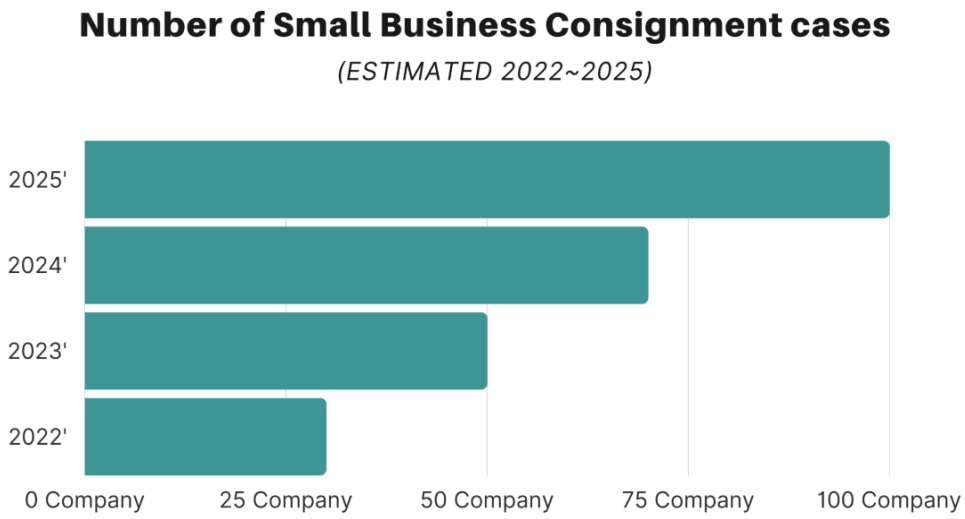
SBCF는 리워드 마케팅을 직접 수행할 능력이 부족한 소규모 업체를 위해 해당 마케팅을 대행하고 위탁 수수료를 청구하게 된다. 주로 규모가 작은 소기업에서 일회성 이벤트나 프로모션에 사용할 수 있으며 위탁 수수료는 위탁 물량의 5%이다.

※ SBCF = Digital asset Quantity x Transmission Fee × Consignment Fee5%

ex) 소규모 외식업체 '치킨나라'는 10주년 창립기념으로 최근 인기가 높은 터치콘 10만개를 구매하여 리워드콘 5천장을 고객들에게 이벤트로 지급하기로 하였다. SBCF는?

'SBCF = 100,000 TOC x 5% = 5,000 TOC'

※ 소규모업체 터치콘 플랫폼 위탁 건수 추정(2022년~2025년)



6. SOLUTION DEVELOPMENT ARCHITECTURE

6.1 TouchCon Platform Development

리워드콘 콘텐츠는 2차원 QR코드에 TOC를 비롯한 다양한 디지털 자산의 가치를 랜덤으로 입력하고 광고주의 브랜드 이미지 및 소량의 홍보 텍스트를 삽입한 후 생성되는 MMS 형태의 메시지로, 모바일 디바이스를 통해 전송하는 광고 마케팅 콘텐츠로 정의된다.

터치콘 개발의 핵심은, 사용자의 스캐너가 스캔을 통해 2차원 QR코드에 입력된 디지털 자산의 가치를 인식하고, 사용자가 보유한 계정에 그 디지털 자산의 가치를 직접 전송 및 적립될 수 있도록 하는 것이다. 즉, 중간 프로세스에서 포인트 혹은 다른 형태로의 변환이 없는 순수 디지털 자산의 획득을 의미한다. 모든 프로세스가 블록체인에 전송되어 기록됨으로 보상의 위변조를 방지하고, 투명성과 신뢰성을 확보할 수 있다.

6.1.1 Development source

이미 생성 및 개발된 디지털 자산(ERC-20) 토큰의 컨트렉트 완전성을 검증하고, 솔리디티 버전, V2 네트워크 배포 여부, 컨트렉트 용량, 컨트렉트의 퀄리티 등을 파악하여, 현재 론칭된 토큰의 컨트렉트에 맞는 완벽한 동기화 및 최적화가 선행되어야 한다.

이더리움 메인넷이 인앱으로 통용되게 소통시키는 작업이 필수적이며 QR코드에 임의의 당첨 숫자(디지털 자산의 수량 또는 가치)를 입력할 때, 결제 REST API를 가져다 바로 쓸 수는 없으므로, 포인트의 함수를 짜는 것은 소스를 커스터마이징하는 것으로 구현한다.

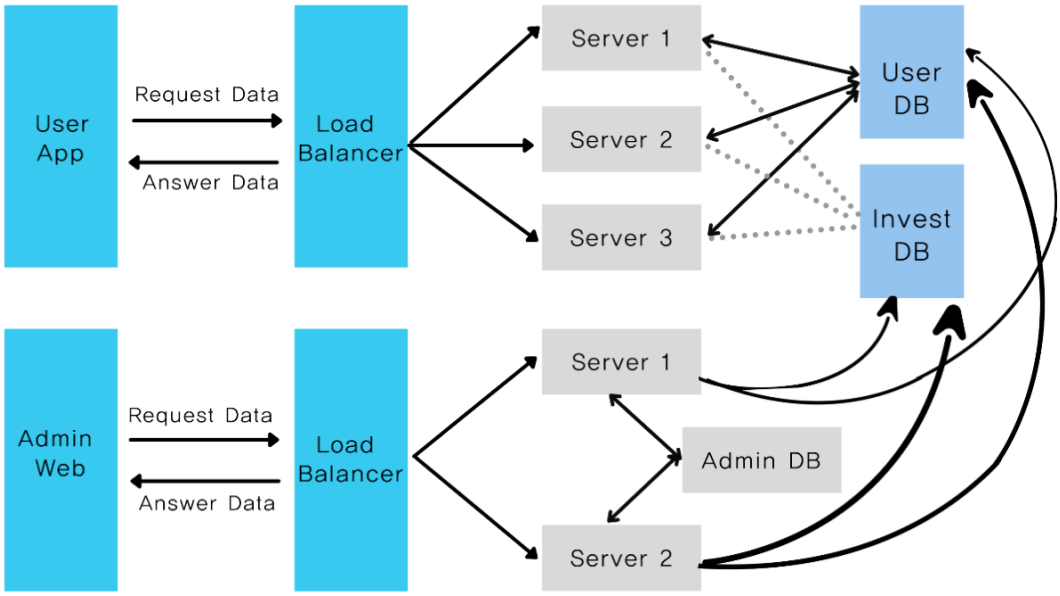
6.1.2 Server Design

많은 유저들의 동시 접속으로 인한 고용량 트래픽에 대비하여 스왑을 하였거나 TOP(Touch Point)를 터치코인(TOC)로 전환할 때 서버 다운을 방지할 시스템이 필요하다. 추가적으로 해킹 진입 경로를 차단시키는 시스템도 추가되어야 한다.

6.1.3 Server Development Design

기본적으로 User App을 위한 초기 가상서버 약 3개 정도가 필요할 것이다. 이는 과부화 위험 및 DDOS 공격 방지에 도움이 된다. 로드 밸런서를 사용하여 트래픽 분산을 시켜 해당 서버에 많은 연산 컴퓨팅이 되고 있다면, 다른 서버로 우회해 주는 기술을 사용한다. 그럴 경우 기본적으로 3개 정도의 서버로 대응이 가능하다.

유저 DB와 투자 DB를 정의 하자면, 유저 DB는 유저에 국한된 개인 정보 및 로그인, 회원가입 정보와 같은 내용만 기입되어 있고, 투자 DB 에는 해당 유저가 투자한 기록들과 포인트 환전 기록 등 코인 관련 정보만 기입된다.



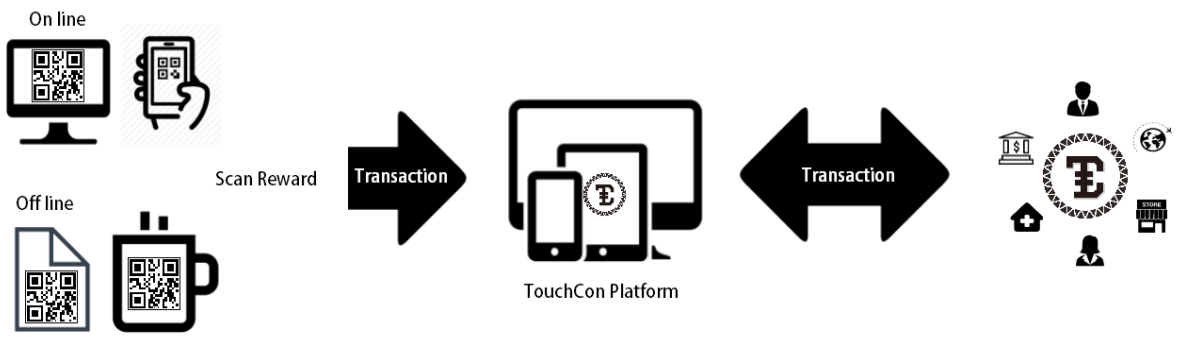
DB를 각각의 서버에 설치하지 않고 별도 외부에 설치한 후 추가적으로 유저와 투자 DB를 설계해야 하는 이유는, 물리적 분리를 통해 해킹 진입 경로를 차단시킬 수 있기 때문이다. 그런 이유로 관리자 DB도 물리적 분리를 통하여 해킹 진입 경로를 차단시킬 수 있다.

관리자 웹의 경우에는 기본 현황만 필요할 것으로 보이며 사실상 초기 UI 가 복잡하지 않아도 될 것이다. 관리자가 유저수에 비해 적은 관계로 초기 서버는 2개 정도로 대응이 가능할 것이다. 이후 유저수가 증가할수록 서버를 추가하는 방법 등, DB를 clustering 하는 방식으로 하면 유저 확장에 따른 대응이 비교적 쉽게 가능해진다.

6.2 TouchCon Solution Architecture

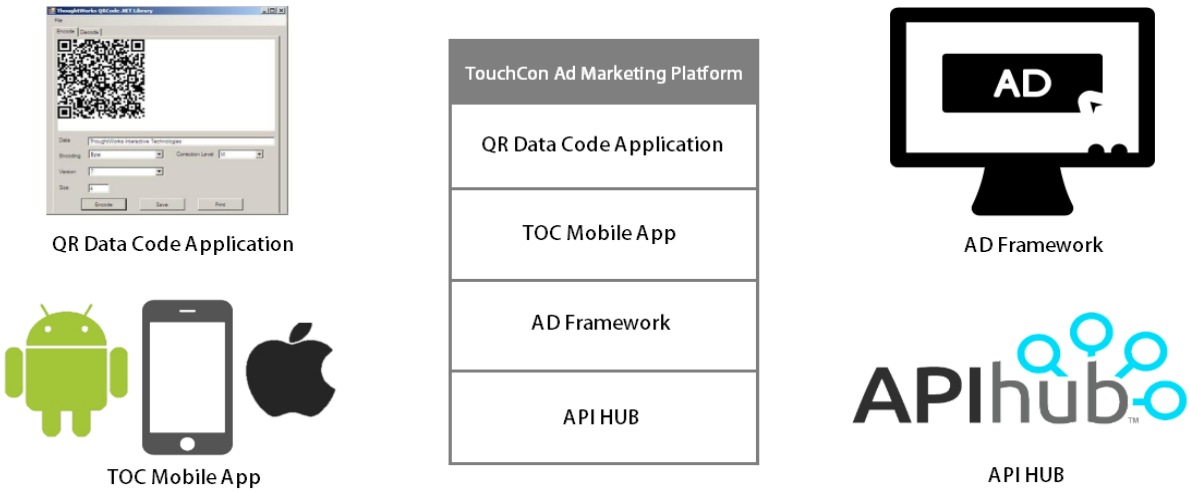
6.2.1 Concept

TOC 를 비롯한 디지털 자산(ERC-20)을 QR 코드에 랜덤으로 인코딩한 Rewardcon 을 생성, 사용자 스캔을 통해 보상 및 적립을 지원하는 시스템으로, 블록체인 기술을 응용한 결제, 전송, 교환, 거래 등의 제반 금융 거래를 지원한다.



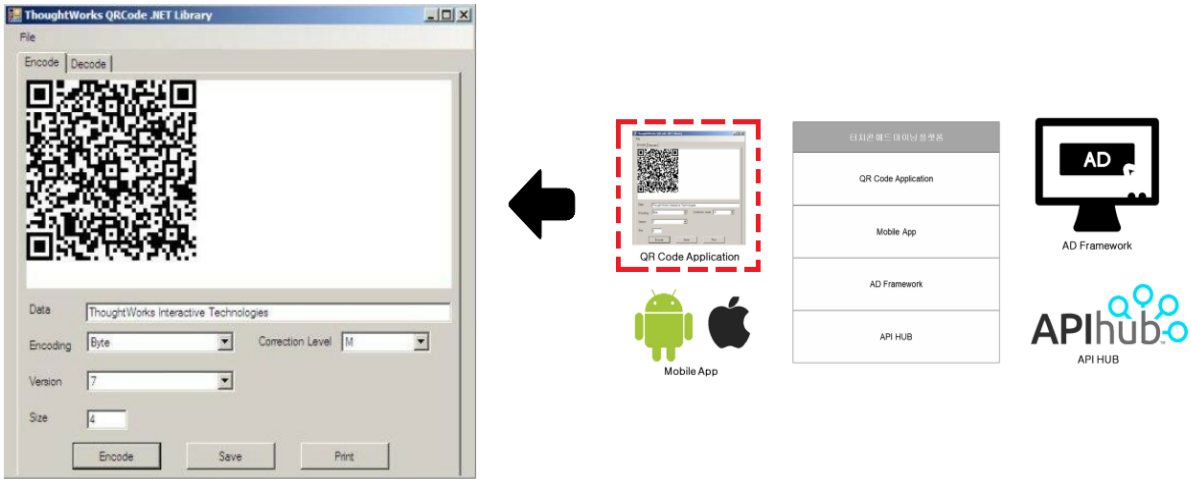
6.2.2 Software Architecture

Rewardcon Data Code 를 생성, 발행, 전송, 관리하는 솔루션 www.rewardcon.com을 비롯하여, Rewardcon QR 코드 스캔 및 랜덤 보상과 적립을 위한 TouchCon Wallet App, 불특정 사용자에게 광고를 노출시킬 수 있는 AD Framework, 이더리움 Wallet 과 통신하기 위한 API HUB 로 구성된다.



6.2.3 Rewardcon Data Code Solution

TOC 를 비롯한 디지털 자산(ERC-20)을 Rewardcon Data Code 로 출력 및 전송하는 솔루션이며, RAP 의 광고 텍스트와 브랜드 이미지를 입력하게 된다. 2 차원 QR Code 에는 발행자 RAP 에 의해 최소 1 개 ~ 최대 30 만 개의 디지털 자산(ERC-20)을 랜덤으로 무작위 인코딩한다.

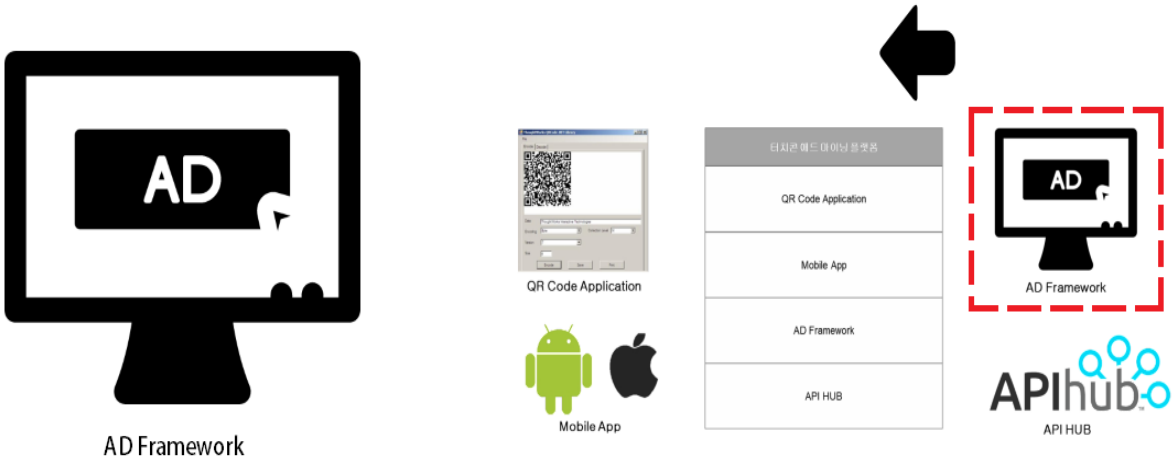


6.2.4 Mobile TouchCon Wallet App

'Rewardcon' 콘텐츠에 소스로 입력된 QR Code 를 스캔하면 디지털 자산을 획득하는 것은 물론, 적립 및 보관, 스테이킹 지원 서비스를 비롯하여 사용자의 Wallet 을 안전하게 활용할 수 있는 환경과 기능이 제공된다. 사용자는 Rewardcon QR Code 를 스캔하여 TOC 를 획득하면서 RAP 광고주의 광고 텍스트 및 이미지도 동시에 인식하는 소비자 역할도 수행하게 된다.

6.2.5 AD Framework

'리워드콘'을 획득한 사용자가 QR 코드 스캔을 시도할 때 얼라이언스 파트너의 광고를 노출하기 위한 저장 공간으로 모바일 애플리케이션과 서로 통신하게 된다. AD Framework 에서는 광고 이미지 및 텍스트, 혹은 영상까지도 관리하게 된다.

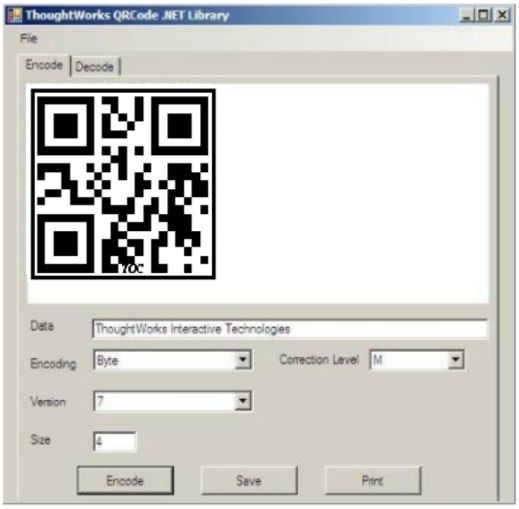


6.2.6 API HUB

www.rewardcon.com 솔루션, TouchCon Wallet App, AD Framework, ETH Wallet 를 비롯한 모든 데이터의 수신 및 발신을 관리하고 모니터링하는 게이트 웨이 역할을 하게 된다.

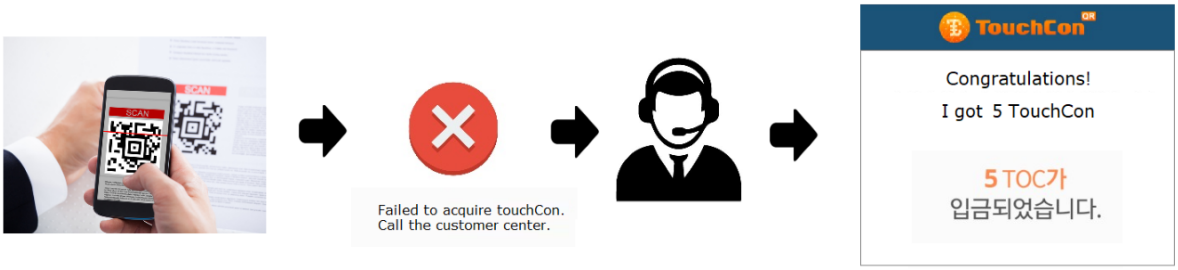
6.2.7 Deployment Method

Rewardcon QR Code 에 인코딩할 TOC 및 디지털 자산(ERC-20)의 수량을 무작위로 할당하여 Framework 에서 출력하는 기능을 제공한다. TOC 를 식별하는 Rewardcon QR Code 와 함께 이미지를 인쇄하여 가독성을 높인다.



6.2.8 TouchCon Mobile Application AD Viewer

TouchCon Wallet App 에는 QR Code 를 스캔하는 스캐너 기능과 사용자가 광고를 소비할 수 있는 AD Viewer 기능으로 분류된다. TOC 를 비롯한 디지털 자산의 획득은 사용자가 먼저 Rewardcon 을 획득 후 광고를 소비 혹은 스캔하면서 사용자의 지갑에 적립하는 과정을 거치게 되는데, 만약 Rewardcon QR Code 를 스캔하였으나 정상적으로 보상받지 못하는 경우에는 헬프 데스크 개입을 통해 문제를 해결할 수 있다.



6.2.9 Preventing non-buyers from mining QR on products

6.2.9.1 온라인 해킹 방지

온라인에서 '리워드콘'은 주로 인터넷 및 모바일을 통해 MMS 형태로 전송된다. 사용자가 즉시 스캔하지 않고 방치한다면 외부에 노출되어 해킹될 위험이 높다. 따라서 사용자는 '리워드콘'을 전송받은 후 즉시 스캔하여 자신의 지갑에 적립해야 한다.

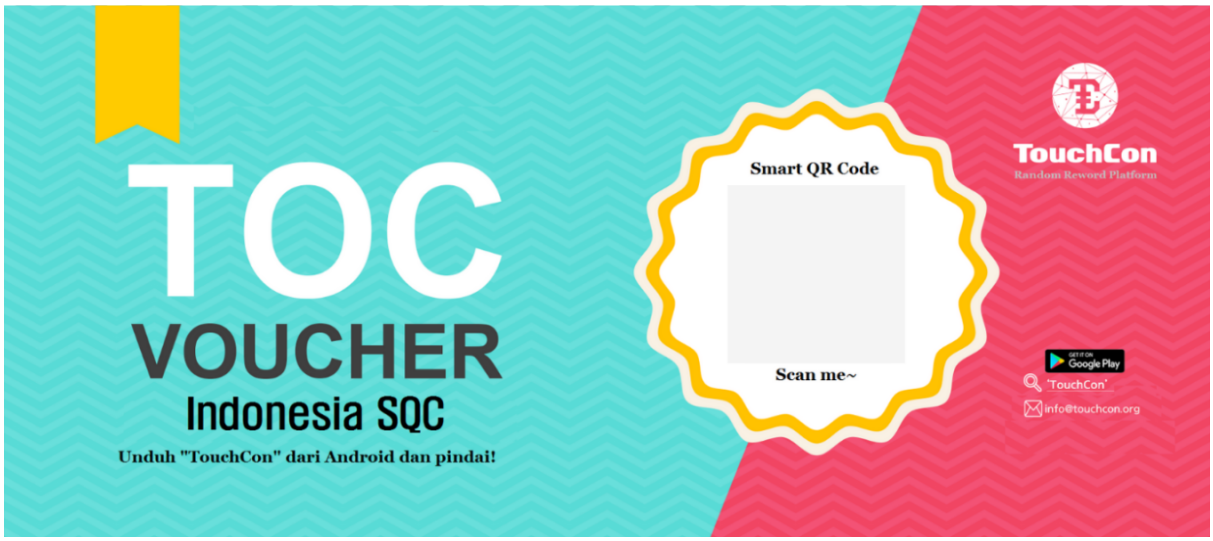
6.2.9.2 오프라인 해킹 방지

‘리워드콘’ 콘텐츠는 다양한 형태로 응용 및 제작이 가능하여 오프라인 해킹에 대한 여러 대응책을 제공할 수 있다. 그러므로 어떠한 경우라도 광고주의 마케팅 환경과 여건을 모두 만족시키는 형태로 사용될 수 있다.

첫째, QR Code를 바우처 외부에 인쇄하는 경우에는 스크래치 및 누끼 기법을 사용한다.

둘째, 상품 내부에 동봉하는 경우에는 미리 QR Code 스티커 및 쿠폰을 제작하여 삽입한다

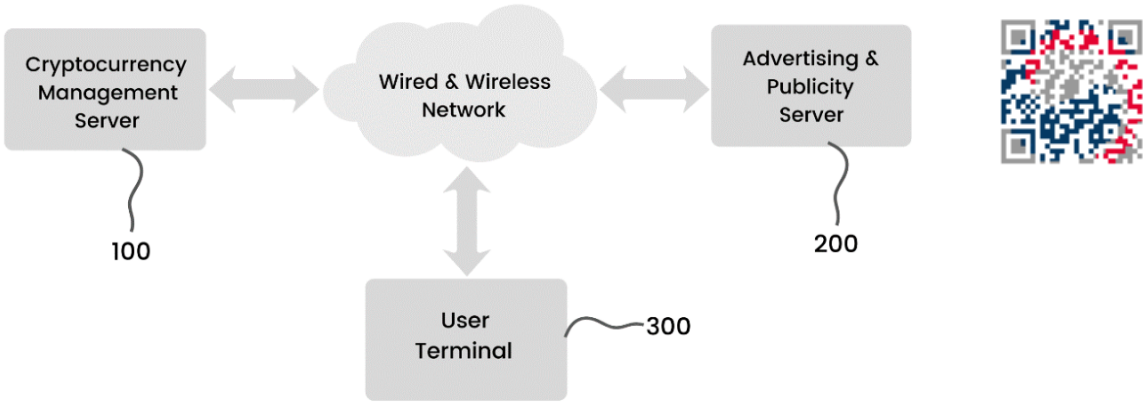
셋째, 이벤트나 프로모션의 경우에는 QR Code를 바우처 및 쿠폰에 노출된 상태로 인쇄 후, 매장을 방문하거나 이벤트에 참여한 손님에게 다이렉트로 직접 배포한다.



6.3 리워드콘 특허등록 요약 (Rewardcon Patent Registration Summary)

터치콘 솔루션은 한국에서 특허 등록으로 인증된 비즈니스 모델이다. 글로벌 최초로 2차원 QR코드에 디지털 자산을 인코딩하여 사용자가 스캔을 통해 암호화폐를 보상받는 시스템으로써 터치콘이 독자적으로 개발하고 특허를 취득하였다.

System and Method for Mining(Reward) Crypto Currency using QR code (10-2035419)



※ 발명특허 요약 발췌

본 발명은 암호화폐 채굴 프로그램을 이용하여 QR 코드를 스캔, QR 코드에 충전된 암호화폐의 가치를 자신의 전자지갑에 적립하는, QR 코드를 이용한 암호화폐 채굴(보상) 시스템 및 방법을 제공하기 위한 것이다.

생성 및 거래되어 획득된 암호화폐를 미리 설정된 금액 내에서 적어도 2 개 이상의 비율로 분할하고, 분할된 비율에 따른 암호화폐의 가치를 포함하는 QR 코드를 생성하여 광고 및 홍보 서버에 제공한다.
(이하 중략)

광고 내용을 확인한 사용자 단말(300)로 광고 내용에 삽입된 QR 코드를 제공하는 광고 및 홍보 서버와, QR 코드에 충전된 암호화폐를 채굴하기 위한 암호화폐 채굴 프로그램 또는 어플리케이션을 구비하고, QR 코드 리더기를 통해 광고 및 홍보 서버로부터 획득한 QR 코드를 스캐닝하면, QR 코드에 포함된 링크 정보를 기반으로 유무선 통신망을 통해 암호화폐 관리서버와 접속되고, 암호화폐 관리서버를 통해 QR 코드에 포함된 암호화폐의 가치가 자신의 전자지갑에 적립하는 사용자 단말을 포함하는 시스템이다.

7. GROWTH PLAN

7.1 터치콘 생태계 성장 계획

터치콘 생태계는 특정 산업 종사자뿐만 아니라 일상 생활의 모든 사용자를 디지털 자산 생태계로 동참시키고 유입시키며 성장하는 구조를 가지고 있다. 이를 위해 사용자들이 쉽고 빠르게 이용할 수 있는 '터치콘 월렛 앱'과 '리워드콘' 콘텐츠 솔루션 rewardcon.com 을 출시하게 된다.

또한 터치콘 생태계에 동참할 RAP 기업을 선별하여 브랜드 파트너로서 함께 공존해 나가게 되며, 전세계 모든 국가에서 활동하는 브랜드 기업들과도 파트너쉽 구축에 나서게 된다. 글로벌 기업이 보유한 내실있는 고객 DB 를 활용하여 그들에게 디지털 자산을 보상하면서 터치콘 생태계는 더욱 활성화될 것이다. 터치콘 리워드 시스템은 한국특허청 특허등록을 획득하였으며, 시스템을 개발하고 발전시킴으로서 디지털 자산의 생태계 활성화에 일조하게 될 것이다.

7.2 메인넷 '터치체인'

터치콘의 리워드 시스템은 기업이 보유한 방대한 고객 DB를 활용하는 것이므로 데이터 및 참여자가 매우 광대할 것으로 추정된다. 따라서 블록체인 상의 빠른 기록과 전송을 담보하려면, 현재의 이더리움 기반 플랫폼에서는 점차 한계에 부딪힐 것으로 보인다.

프로젝트 팀은 리워드와 블록체인의 연계를 통해 보상 과정에서의 위변조를 방지하고, 보상의 투명성과 공정성을 확보하기 위해서 메인넷 개발을 준비 중이다. 한국의 블록체인 전문 개발사 '아이콘'이 개발에 협력하고 기술자문을 제공할 예정이다. 구체적인 개발 계획은 2022년에 발표할 것으로, 터치콘 메인넷 개발과 함께 터치콘 채굴 시스템을 구축하여 동시에 가동할 예정이다.

터치콘 채굴 방식은 2020년 대세가 된 POS 방식으로 나아가게 된다. 터치콘 생태계 및 리워드콘 콘텐츠와의 협업에 높은 공헌을 한 채굴자에게 더 많은 보상이 부여될 예정이다. 이로 인해 터치콘 생태계는 확장성을 갖게 되며, 누구나 쉽게 채굴에 참여할 수 있는 모바일 마이닝 시스템도 개발하게 된다.

7.3 프로젝트 팀

터치콘 팀의 최종 목표는 완전하고 독립적인 플랫폼 구축 및 구동에 있다. 완성된 터치콘 플랫폼에서는 자유로운 DApp 참여와 서비스 공유가 가능해지는 것은 물론, 리워드 플레이어의 참여로부터 제공되는 방대한 양의 데이터 베이스를 모든 광고주 및 사용자가 활용할 수 있도록 관련 소스가 오픈될 것이다.

7.4 로드맵 & 마일스톤

터치콘 로드맵은 RAP 광고주 및 사용자를 위한 API 제공은 물론 디지털 자산의 비즈니스 방향과 온오프체인(On-Off Chain)을 모두 포함한다. 터치콘의 최종 목표는 글로벌 시장에서의 리워드 통합이며 비즈니스 확장을 위한 블록체인 기술 및 광고 마케팅 사업의 융합이다. 터치콘의 로드맵 및 마일스톤은 글로벌 환경에서 누구나 쉽게 터치콘(TOC) 생태계에 참여함으로써 그 권리와 이익을 함께 공유하는 프로젝트의 완성에 있다.

Year	Goal	Milestone	
		On -Chain	Off-chain, Business
2019	-Launch TouchCon App service -Preparation and promotion of listing -Partner Additional Expansion	-Etheruem Mainnet -Touchtoken(TOC) -TouchCon App Launch	-Listed on Mercatox -Listed on Stex -Alliance Andong -Alliance Japandrug
2020	-TouchCon App Update -Preparation and promotion of listing -Partner Additional Expansion		-Listed on LATOKEN -Alliance Mega-M -Korea patent -Examination registration completed(10-2035419)
2021	-TouchCon V2.0 Upgrade -Partner Additional Expansion -TouchCon App Upgrade -Rewardcon Solution Dev -TouchCon official service(KOR) -RAP Meetup (Seoul, KOR)	-TouchCon App Launch -Reward Solution Open	-Official Service Launch -Alliance Caolion -Alliance Mukkebi -Alliance Best Eleven -Alliance Rehoboth -RAP Meetup(Seoul KOR)
2022	-Partner Additional Expansion -TouchCon App Upgrade -Rewardcon Solution Dev -TouchCon official service(IDN) -Blockchain Mainnet Launch		

*Initial version of the TouchCon app 터치콘 앱 초기 버전
https://play.google.com/store/apps/details?id=toc.touchconqr.app

-현재 초기 버전을 확장하는 '리워드콘' 플랫폼으로 업그레이드 중에 있습니다.

ROADMAP - MILESTONE INCLUDED

2018 Kick-Off

2019 Q1 - Q4

. Launch TouchCon App service
. TouchCon Update V1.1
. Listed on Mercatox Exchange
. Listed on Stex Exchange
. Alliance Partnership with Andong
. Alliance Partnership with JapanDrug

2020 Q1 - Q4

. Listed on LATOKEN Exchange
. TouchCon Update V1.2
. Rewardcon Concept Update V1.3
. TouchCon App Update V1.2
. Korea patent examination registration completed (10-2035419)
. Alliance Partnership with MEGA-M

2021 Q1 - Q2

. TouchCon V2.0 Upgrade
. Launch TOC Whitepaper V2.0
. Alliance Partnership with Caolion
. Rewardcon Basic Design Completed/Dev
. Alliance Partnership with Mukkebi
. Partnership with TouchCon service technology developer - Gravitera
. Alliance Partnership with Best Eleven
. Alliance Partnership with Rehoboth

2021 Q3 - Q4

. Alliance Partnership with Sanava Mall
. RAP Meetup (Seoul, KOR)
. Launch Web Solution Beta service
. Launch TOC Wallet App Beta service
. Alliance Partnership with MEGABOX
. Alliance Partnership with KRFOOD

2022 Q1 - Q4

. Launch TouchCon Official service (KOR)
. RAP Meetup (Seoul & Jakarta)
. Launch Touch-Staking service
. Launch Touch-Mall service
. Launch Web Solution Beta service (IDN)
. Launch TOC Wallet App Beta service (IDN)
. Launch TouchCon Official service (IDN)
. Listed on additional digital asset exchanges
. RAP Partnership Continuing Alliance

COPYRIGHT 2021. TOC FOUNDATION SIGI Inc. ALL RIGHTS RESERVED

7.5 터치콘 프로젝트 및 타사 소비자 서비스 프로젝트 비교

현재 디지털 자산에는 소비자 보상 서비스를 제공하는 다양한 프로젝트가 있다. 그러나 이들 프로젝트의 대부분은 기존 포인트 보상의 단점을 보완 및 수정하는 정도에 그쳐 생태계 확장성과는 다소 거리가 있다. 대부분의 프로젝트가 기업 간의 포인트 통합 및 교환을 지원하는 서비스이거나 혹은 포인트 및 마일리지를 통합시키는 수준에 머물고 있기 때문이다.

그 외에도 단순 보상을 위한 소비자 서비스 프로젝트가 있는데, 스포츠 팬서비스를 위한 e스포츠, 일상에서의 노래부르기, 퀴즈 및 Q&A 서비스, 의료정보나 기후정보 서비스, 광고 영상 보기 서비스 등이 대부분 자사 토큰을 단순 보상하거나 교환시키는 정도의 서비스에 머물고 있다.

이에 비해 터치콘이 개발하는 '랜덤 리워드' 서비스는 이들 서비스와는 전혀 다른 새로운 개념의 프로젝트이다. 기존 소비자 보상 서비스로 불리는 포인트 및 기프티콘, 리워드 앱 보상의 문제점을 해결하는 것은 물론, 기존 보상 서비스를 대체 및 통합시킬 수 있는 광고 마케팅 서비스이며, 광고주 및 소비자가 함께 공유하고 플레이 할 수 있는 플랫폼이기 때문이다.

특히 다양한 디지털 자산을 보상으로 지급하는 전문 플랫폼이라는 특징과 함께 보상 방식을 랜덤으로 적용시켰다는 점에서 향후 글로벌 생태계 확장성에 매우 유리하다. 향후 터치콘은 광고주 및 소비자를 비롯하여 누구나 쉽게 생태계에 참여하고 소통하면서 투명한 보상의 권리를 향유하는 공유의 토큰 경제를 만들게 될 것이다.

Project name	Ecosystem	Market price	Total supply	Circulating supply
MiL.K	포인트 통합 서비스	$1.66	986,245,419	214,871,832
HUM	의료정보 서비스	$0.67	1,084,734,273	598,909,623
SSX	뮤직 서비스	$0.13	5,000,000,000	2,421,094,861
AHA	Q&A 서비스	$0.03	10,000,000,000	2,996,627,974
MED	의료정보 서비스	$0.085	10,000,000,000	4,616,804,496
MVL	모빌리티 서비스	$0.03	30,000,000,000	13,304,526,677
TouchCon (TOC)	디지털 자산 리워드 서비스	-	990,000,000	118,800,000

*The above market prices and figures are provided as of November 25, 2021.

8. TOKEN ECONOMY & GOVERNANCE

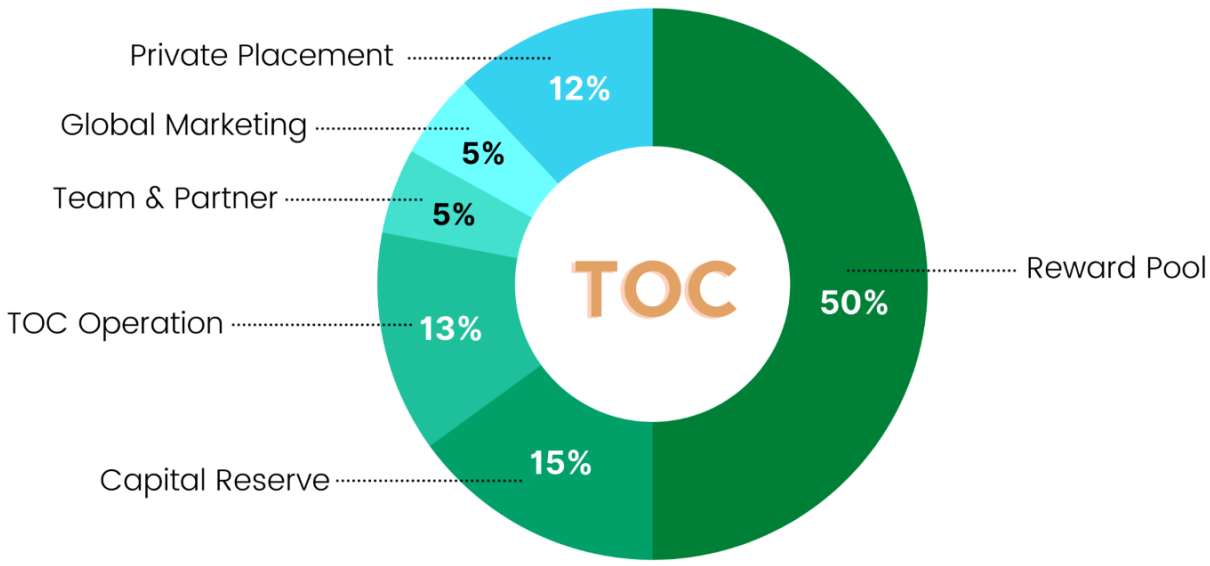
8.1 토큰 생성 & 배분

TOC 유틸리티 토큰은 터치콘에서 발행되는 토큰으로 터치콘 생태계에서 결제 및 교환 등의 다양한 용도로 사용할 수 있으며, 토큰 보유자가 투명하고 공정한 보상을 받으면서 자유로운 결제 및 전송이 가능할 수 있도록 지원한다.

이를 위해 TOC 토큰은 적절한 수준의 Lockup 및 Unlock과 함께, 블록체인 메인넷 개발 및 RAP 얼라이언스 협약을 위한 세밀한 Holding 관리를 하게 된다. 그러나 Unlock의 과도한 공급으로 발생할 수 있는 가치 하락의 제어를 위해, 실제 배정된 용도와 최소한의 시장 수요에 의해서만 공급이 통제될 것이다.

Token	Description
Name	TouchCon
Symbol	TOC
Platform	ERC-20
Token Cap	990,000,000

Initial TOC Token Distribution



8.2 토큰 운용 GUIDE

8.2.1 Reward Pool 50% (495,000,000 TOC)

Reward Pool 물량은 총 발행량의 50%가 배정되었으며 2021년 12월부터 매년 4950만개가 해제되어 터치콘 생태계에 배포될 예정이다. 리워드 풀은 2030년 6월 30일에 전량 종료된다.

8.2.2 Capital Reserve 15% (148,500,000 TOC)

총 발행량의 15%가 배정되었으며 급변하는 시장 변화에 능동적으로 대처하기 위한 물량이다. 글로벌 환경에서 로드맵에 영향을 미칠 수 있는 다양한 매크로 상황에 대비하기 위한 지불 준비금 성격을 가지며 중장기 홀딩 및 보유한다.

8.2.3 TOC Operation 13% (128,700,000 TOC)

총 발행량의 13%가 배정되었으며 프로젝트 개발을 위한 재단의 운영 및 서비스 운용사의 지원 및 관리 등에 사용될 예정이며 중장기 홀딩 및 보유한다.

8.2.4 Team & Partner 5% (49,500,000 TOC)

총 발행량의 5%가 배정되었으며 프로젝트에 참여하는 국내외 개발자 및 파트너, 얼라이언스 및 어드바이저를 대상으로 공헌도에 따라 분배된다. Team 물량을 받는 모든 팀원들은 터치콘의 유동성 안정을 위해 자율적 서면 LockUp을 실시하게 된다. (1년 후 50%, 2년 후 50%)

8.2.5 Global Marketing 5% (49,500,000 TOC)

총 발행량의 5%가 배정되어 글로벌 리워드 통합을 위한 광범위한 제휴와 해외지사 설립, 터치토큰(TOC) 유동성 확보를 위한 거래소 상장에 사용되며 잔여 물량은 홀딩 및 보유한다.

8.2.6 Private Placement 12% (118,800,000 TOC)

총 발행량의 12%가 배정되어 프로젝트를 달성하기 위한 제반 운영 경비와 기술 개발비, R&D, 솔루션 및 블록체인 개발 등의 용도로 사용되며 실제 시장에서 순환되는 유통량이다.

8.3 토큰 관리 계획 (Token Management Plan)

터치콘 프로젝트의 목적 및 용도에 맞게 적절히 분배된 TOC는 토큰 관리 계획에 따라 철저한 관리를 받게 된다. 특히 개발 일정에 따라 모든 Unlock이 사전에 예정되어 있어 안정된 수급과 관리를 통해 토큰 순환량을 조정될 것이다. 다음은 2021년~2022년 Unlock 일정이다.

Category	2021.08.30	2021.09.30 ~ 10.30	2021.11.30 ~ 12.30	2022.01.30 ~03.30	2022.04.30 ~07.30	2022.08.30
Reward Pool			9,900,000 (2021.11.20)	19,800,000 (2022.02.20)	19,800,000 (2022.04.20)	
Capital Reserve						
TOC Operation						
Team & Partner	19,800,000 (2021.08.20)			9,900,000 (2022.01.20)		
Global Marketing		19,800,000 (2021.10.20)			19,800,000 (2022.05.20)	
Private Placement	118,800,000 (2021.06.20)					
Total	138,600,000	19,800,000	9,900,000	9,900,000	39,600,000	
Percentage	14%	2%	2%	3%	4%	

Reward Pool은 2021년부터 매년 49,500,000개가 해제되어 RAP 광고주의 리워드콘 마케팅으로 생태계에 배포되어 2030년 6월 30일에 최종 종료된다.

Capital Reserve 및 TOC Operation 물량은 전량 중장기 홀딩 및 관리될 예정이며, 향후 추가 기술 개발 및 생태계 안정화 사업이 필요할 경우 공시를 통해 일부 해제할 수 있다.

Team&Partner 물량 및 Global Marketing 물량은 초기 생태계 구축과 안정을 위하여 사용하게 된다. Team & Partner 물량의 경우 2021년 8월 20일에 1980만 개가 해제되며, 2차로 2022년 1월 20일에 990만개가 해제된다. 잔여 물량은 중장기 홀딩 및 관리로 보유한다.

Global Marketing 물량은 1차로 2021년 10월 20일에 1980만개가 해제되고, 2차는 2022년 5월 20일 1980만개가 해제될 예정이다. 기타 잔여 물량은 중장기 홀딩 및 관리로 보유한다.

8.4 토큰 인플레이션, 바이백, 소각정책

터치콘(TOC) 유통 물량에 대한 철저한 관리 및 투명한 정책 지향은 향후 터치콘 생태계를 안정화시키는 가장 중요한 요소이자 터치콘(TOC) 경제를 활성화시키는 핵심이다.

8.4.1 인플레이션 관리 정책

토큰 인플레이션에서 가장 중요한 요소는 새로운 신규 물량의 출현이다. 그러나 매년 시장에 나올 터치콘(TOC) Reward Pool 물량은 4950만개로 총 발행량 대비 5%에 불과하다. 통상 글로벌 시장에서 인플레이션을 유발시킬 수 있는 물량은 총 발행량 대비 약 20% 내외로 판단하므로 터치콘(TOC)의 인플레이션 우려는 매우 낮은 편이라 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 시장 물량의 과다로 인해 수요 및 공급 밸런스가 불일치할 경우가 발생할 경우, 터치콘(TOC) 바이백 정책 및 소각을 통해 토큰 경제의 안정화를 추구하게 된다.

8.4.2 토큰 바이백 정책

본 백서 5.1에 비즈니스 수익 모델로 계획된 TSP (TOC Sales Proceeds)에 의해 RAP 광고주는 리워드콘 구매 대금을 현금으로 납부하거나, 혹은 거래소에서 구매한 터치콘(TOC)으로 지급하게 된다. 이때 현금의 경우에는 총 수익금의 30%를 바이백 정책에 의해 시중에서 재구매에 사용된다. 만약 구매 대금을 터치콘(TOC)로 납부할 경우에는 간접적인 바이백 효과가 발생하므로, 이는 시장에서 터치콘 물량을 감소시키고 수급과 시세를 높일 수 있는 촉매제로 작용하게 될 것이다.

또한 본 백서 5.2~5.4에서 계획된 비즈니스 모델에 대한 대금 결제 역시 현금 및 터치콘(TOC)로 수령받게 되며, 터치콘 바이백 정책에 따라 모든 비즈니스 수익금의 30%를 2차 시장에서 재구매함으로서 터치콘(TOC)의 지배 구조를 안정화시킬 수 있게 된다.

8.4.3 토큰 소각 정책

매년 4950만개의 리워드 풀 물량이 모든 RAP 광고주에게 공정한 방식으로 배분되어 마케팅에 사용될 것이다. 그러나 이때 배정 후 미사용 되었거나, 혹은 광고주의 사정으로 사용 후 잔량이 남았을 경우에는 이를 모두 회수하여 전량 소각하고 공지를 통해 커뮤니티에 공개할 예정이다.

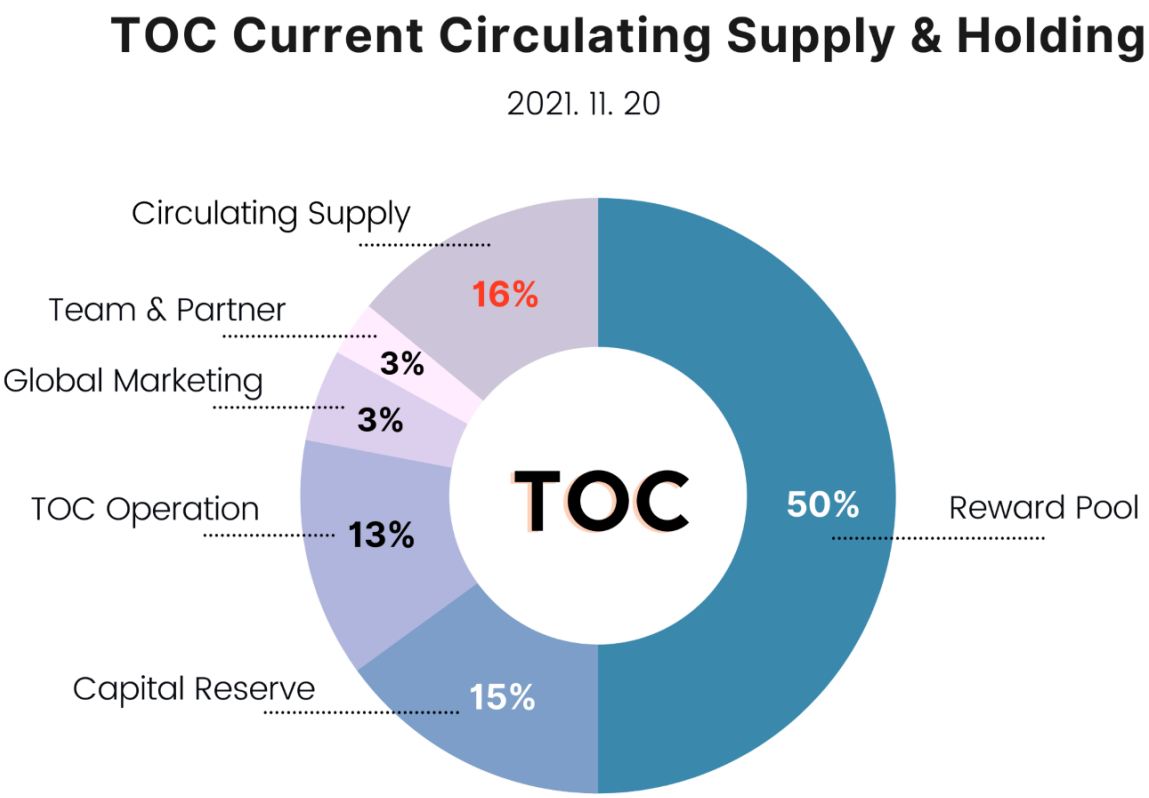
8.5 운영 지갑 및 보유 토큰 (Operating Wallet & Holding Token)

8.5.1 TouchCon Smart Contract Address

Contract Address	0x549905519f9e06d55d7dfcd4d54817780f6b93e8

8.5.2 Token address and holding quantity (2021.11.20 기준)

Wallet Use	Holding Quantity	Wallet Address
Reward Pool	495,000,000	0x5e93e5103273108d6faca2974c799958c3f40f70
Capital Reserve	148,500,000	0xf88cf1bef1c4b7aebb9a6df1137dcc34d3c896c9
Operation	128,700,000	0xf3e64c0dd628bc9f7e912604a78c0b85a8b75af6
Global Markeiting	29,700,000	0x4cbc7a7d12f37fb96f0a61936136d3d1e13c5609
Team & Partner	29,700,000	0xe8f6f09302887247640c678a46a714392157eeaf
Total	831,600,000	-



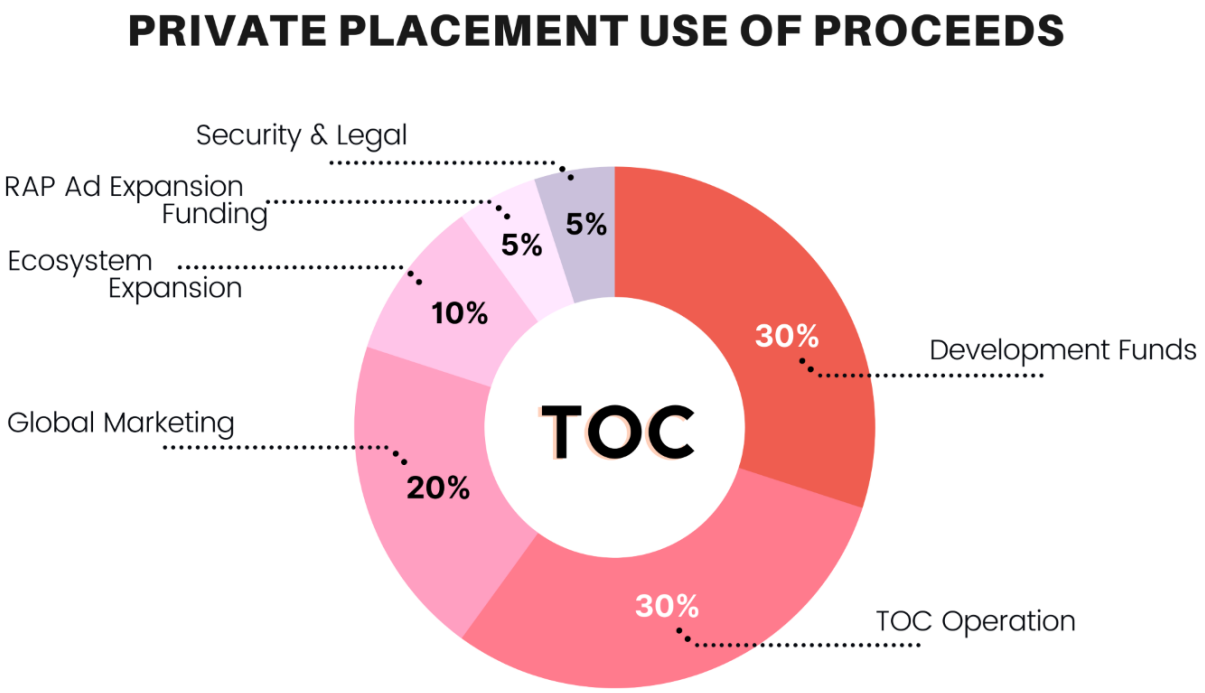
8.6 자금 사용 목적 (Use of Fund)

터치콘 프로젝트의 추진을 위해 생성된 토큰으로 형성된 자금은 플랫폼 개발 및 생태계 활성화에 전액 사용된다. 핵심 솔루션 개발을 포함한 R&D에 전체의 30%(Development Funds)를 배정하고, 운영에 따른 제반 비용에 30%(Operating Cost)를 사용하며, 글로벌 비즈니스를 위한 활동에 20%(Global Marketing), RAP 광고주 섭외 및 제휴에 5%(RAP Advertiser Expansion Funding), 이벤트를 포함한 터치콘 생태계 구축에 10%(Ecosystem Expansion), 기타 법률 및 보안 분야의 안정을 위해 5%(Security & Legal)를 사용할 예정이다.

그러나 이 비율은 고정적 비율이 아닌 대략적 비율로 향후 터치콘 생태계의 활성화를 위해 조정이 필요할 경우에는 일부 변경될 수 있다.

터치콘은 매년 사용 자금 내역을 분석 및 평가하여 홈페이지에 공시하게 된다. 또한 개발 자금의 부족이 예상될 경우에는 보유 중인 TOC Operation 토큰을 적정량 매도하여 보충할 수도 있으나, 토큰의 시세 및 과다 유통량에 저촉받지 않는 범위내에서만 이뤄지게 된다.

-Private Goal(Private): 10,000ETH
-Token Price: 1 ETH(USD $380.00) = 10,000 TOC(30% Bonus Include), USD $0.040
-Achieved(2018.04): 7,526 ETH = USD $2,859,000.00



8.7 토큰 거버넌스 (Token Governance)

터치콘은 생태계 구축과 안정을 위한 다수의 합의를 유도하기 위해 의사결정 체계의 원칙으로 거버넌스의 필요성을 주지하고 있다. 터치콘 거버넌스는 프로젝트의 본질상 광고주 및 사용자의 참여와 함께 블록체인 참여자들의 의견 및 방향성을 적극적으로 청취하기 위한 최소한의 장치이다.

터치콘 거버넌스는 블록체인 참여자들의 포괄적 합의방식을 포함하여 자원이 효율적이고 공정하게 배분되도록 관리하기 위한 목적으로 사용된다. 따라서 터치콘 생태계내에서 이뤄지는 모든 의사결정 방식 체계를 대부분 포함시키는 광의의 거버넌스를 지향하게 된다. 그 결과 터치콘 블록체인 참여자들의 합의 방식은 물론, 모든 자원이 공정하고 효율적으로 배분 및 사용될 수 있도록 관리된다.

블록체인의 기술적 측면에서 본다면 터치콘 거버넌스는 향후 터치체인 메인넷에서의 합의 알고리즘(PoS,PoW,DPoS등) 방식에 대한 선택 과정은 물론, 터치체인에서의 리워드 블록의 생성 및 마케팅과의 연결에 따른 다양한 의사 결정 난제를 모두 포함시킨다. 터치콘 프로젝트의 성공과 완성도는 생태계에 참여하는 광고주 및 사용자의 수행 능력과 역할 등에 대한 다양한 참여와 합의가 필수불가결하기 때문이다.

8.8.1 TouchCon Off-chain Governance Scope

-블록체인 메인넷에서의 합의 알고리즘에 대한 투표권
-동일 업종에서의 경쟁 관계인 RAP 광고주에 대한 투표권
-RAP 광고주에게 배정하는 디지털 자산 분배에 대한 투표권
-비즈니스 수익 자원의 분배에 대한 대한 투표권
-프로젝트 확장성을 위한 신사업의 진출 투표권

8.8.2 TouchCon Governance Execution Criteria

리워드콘을 생성하는 www.rewardcon.com 솔루션 및 모바일 터치콘 월렛 앱을 통해 모든 터치콘 지갑 보유자의 거버넌스가 실행된다. 참가 자격은 최소 100 TOC를 보유한 지갑 소유자는 해당 솔루션에서 거버넌스 참여자 등록을 하고 제시된 안건의 투표에 참여할 수 있는 기회를 가진다. 지갑에 보관된 토큰의 수량에 따라 투표권에서의 투표 파워가 정해지며 이에 대한 자세한 기준과 진행 방법은 별도 공지를 통해 발표하게 된다.

터치콘 최소 수량을 100 TOC로 규정한 것은 보다 많은 사용자들의 참여와 관심, 그리고 지지를 이끌어내기 위함이며, 토큰 수량에 따른 투표 파워를 부여하는 것은 보다 공정한 거버넌스를 진행하기 위함이다. 또한 거버넌스 사안이 발생할 때마다 공지를 통해 투명하게 발표하게 된다.

9. TEAM & ADVISOR

Ellie Soyeon Park
CEO

Chief Executive Officer

- 한국외국어대학교 불어불문학과 졸업
- 연세대학교 광고홍보학과최고위과정 수료
- (주)토이인터랙티브 대표이사
- (주)리워드토이 대표이사
- (주)제나플래너스 대표이사
- 다음커뮤니케이션 Senior Manage
- Overture Korea Account Manager

디지털 광고 전문가로 다음커뮤니케이션 & 오버추어코리아 Manager 실무를 거쳐 Zena Planners Inc CEO를 역임하였습니다. 2007년 TOY interactive를 설립, 디지털 광고시장을 주도하며 글로벌 기업 223개의 클라이언트를 보유한 중견업체로 성장하였습니다. 터치콘 리워드 플랫폼을 통해 미래 리워드 시장에 다가올 새로운 변화를 디지털 자산 생태계에 적용시키고자 합니다.

JIN-WOO JANG
CMO

Chief Marketing Officer

- 고려대학교 국제학부(DIS) 및 중어중문학 복수전공
- SEUM English의 설립자 & CEO
- 국제 공인 마케팅 전문가(PCM) 자격 취득
- 작가 및 강연가(비즈니스 & 영어어학)
- 국제영어토론대회(NEAO) 심사위원
- 청년정책학회 영문편집위원장
- (저서)
  -자신만의 플랫폼 만들기(2021)
  -하루 한 줄 인생 브랜딩(2020)
  -10배속 코어그래머(2018)
  -최고의 존재는 어떻게 만들어지는가(2018)
  외 6권

차세대 마케팅 전문가이자 국제적으로 인정받는 미국 마케팅 자격증을 획득한 인터넷 및 모바일 비즈니스 전문가입니다. 경영 및 마케팅 분야에서 활발한 저술과 강연 활동을 이어가고 있으며, 어학 전문 아카데미 SEUM ENGLISH 대표이사이자 청년정책확회 영문편집위원장으로 활동하면서 경영 및 경제, 마케팅에 특화된 활발한 활동을 이어가고 있습니다.

JUN-HO BYUEN
CFO

Chief Financial Officer

- MASSACHISETTS INSTITUTES OF TECHNOLOGY, 이학 석사
- 보스턴 대학교 경영대학원 경영학 석사
- JGLOBAL USA, CEO
- Benchmark Fin Group USA, CFO
- 메릴린치 증권 VIP 자산관리 이사
- 삼성증권 자산운용 팀장
- 삼성물산 정보산업부분 팀장

보스턴 대학원에서 경영학 석사를, M.I.T.에서 부동산 금융 석사를 취득했으며, 한국의 삼성증권 팀장과 메릴린치증권에서 자산관리 이사를 역임한 금융 전문가로서, 미국 Benchmarch Fin Group USA에서 CFO을 역임하였습니다.

YURA CHOI
CCO

Chief Communication Officer

- 홍콩대학교 대학원 경영학 MBA
- USA Berkeley School, California
- 삼성전자 글로벌 마케팅 디렉터
- BBC Worldwide, Hong Kong Director
- Yahoo! Asia Holdings Ltd.,Hong Kong, Sr. Business Manager
- Overture Korea(Yahoo! Company) Project Manager

한국 삼성전자 글로벌 마케팅 디렉터로 활동하였으며, 야후 홍콩 및 BBC Worldwide 에서 프로젝트 매니저 및 광고 세일즈 업무를 담당하였습니다. B2C 마케팅에서 미디어 전략 및 투자분석으로 투자 포트폴리오 및 Consumer touchpoint 기반의 매체 가이드 수립과 분석 업무를 통해 미디어 파트너쉽을 발굴/집행하는 업무를 리드해 왔습니다.

YOUNG CHOI
CTO

Chief Technology Officer

- 한국 전주대학교 정보통신공학 전공
- 비트교육센터 IX 전문가 과정 수료
- 토이인터랙티브 플랫폼 개발실 이사
- 디엘엠 총괄이사
- 익스풀 모바일사업 기술영업이사
- 인픽스 개발팀 실장
- 삼성전자,KT,SKT,KTF 개발 실무 & 구축

2001년 Java Base 개발 및 운영을 시작으로 20년의 개발 경험을 보유하고 있으며, 인픽스 개발팀장을 거쳐 익스풀의 모바일 사업 개발 이사와 디엘엠 총괄이사를 통해 다양한 플랫폼 개발을 주도하였습니다. 토이인터랙티브 플랫폼 개발 책임자로 터치콘 리워드 마케팅의 블록체인 개발 및 솔루션 적용을 위해 노력하고 있습니다.

JAE-KWANG CHOI
CLO

Chief Legal Officer

- 한국 연세대학교 법학과 전공
- 법률사무소 정률 파트너 변호사
- 제34기 사법연수원 수료
- 서울시청 법률고문
- 고양지방법원 조정위원
- 소방공무원 징계위원회 위원
- IT & Bitcoin 법률 전문가

IT 및 Bitcoin 관련 법률 자문에 특화된 변호사입니다.
한국 법률사무소 정률 파트너 변호사로 IT 및 기업법, 저작권법 형사법을 전문으로 다루었으며, 한국정부 관련단체에서 다양한 자문위원을 역임하였습니다. 사회 구조에 대한 법의 적용에 대한 연구와 미래 디지털 자산과 법 적용에 밝은 전문가입니다.

HO-KYUNG YANG
CBO

Chief Business Officer

- PEPPERDINE UNIVERSITY 경영학 학사
- 중국 북경대학교 대학원 석사 MBA
- (주)케이티아시아 상무이사
- (주)케이티아시아 기획실장

미국 명문 사립대 페퍼다인 대학에서 경영학을 전공하였으며, 중국 베이징 대학에서 경영학 전공 MBA를 졸업했습니다. 글로벌 컨설팅 전문기업 (주)케이티에이치 아시아의 컨설턴트 이사로 글로벌 기업의 해외 진출과 전략에 특화된 컨설팅 업무를 수행한, 글로벌 기업의 해외 진출과 전략에 특화된 전문가입니다.

JUN-BEOM LEE
COO-Founder

Chief Operating Officer

- 한국 인천대학교 행정학 전공
- 한국 육군군사대학 안보학과 전공
- PT. System Informatika Global M/Direktur
- KCC암호화폐연구소장
- (주)유세이브인터내셔널 대표이사
- PT. JAKOIN 대표이사
- PT.Daelim Trading General Manager

2016년 암호화폐 연구소 KCC를 설립하여 국내외에서 디지털 자산 및 블록체인 대중화에 노력해왔습니다. 2018년 인도네시아를 기반으로 실생활 광고를 접목시킨 리워드 플랫폼 개발을 위해 TouchCon 프로젝트를 출범시켰습니다. 사용자의 자유로운 보상권 행사를 위한 투명하고 공정한 리워드 설계와 솔루션 구축을 위해 터치콘 플랫폼 개발에 전념하고 있습니다.

ELFRIDA AULIA

Project Manager Indonesia

- Institut Bisnis Nusantara, Communication
- Worked at PT. Duta Anugerah Indah (DAAI TV)
- Worked at PT. Jalur Nugraha Ekakurir
- Broadcast development Program

JOON-SIK KIM

Project Manager Korea

- 한국 중앙대학교 경영학 전공
- (주)준영 금융투자본부 팀장

Advisor #1

HOUSTON CHO
Blockchain & Platform Advisor

야후코리아, NHN 서치마케팅 대표 및 NAVER 이사를 역임했으며, SK텔레콤 빅데이터 부문장을 거쳐 페이스북 사업 개발을 총괄. 디지털 빅 데이터 및 모바일 비즈니스 전문가로서 CenacleSoft Inc의 비즈니스 책임자를 지내는 등, 국내외 글로벌 IT 플랫폼 기업에서 활발한 활동을 이어가는 역량높은 IT 비즈니스 개발자입니다.

- (교)아칸소 주립대학교 MBA 졸업
- (전)CenacleSoft Inc 비즈니스 책임자
- (전)Facebook 페이스북 사업총괄
- (전)SK Telecom Big Data 신사업 본부장
- (전)NAVER 이사
- (전)NHN 서치마케팅 CEO
- (전)칸커뮤니케이션즈(KT+Naver) CEO
- (전)야후코리아 & 오버추어코리아 이사

SANG-SU LEE
Broadcasting & Entertainment Advisor

- (현) SBS 미디어넷 방송사업본부 본부장
- (현) SBSFL / SBSMTV / Sickelodeom 채널 대표
- (교) 중앙대학교 신문방송대학원 석사 졸업
- (전) SBS플러스 방송사업본부 제작국 국장/부본부장
- (전) SBS플러스 제작편성팀 팀장
- (전) 드림미디어 프로덕션 대표
- (전) SBS미디어넷 예능 제작사업 총괄(SBS F!L 개국)

SBS 출발모닝와이드. 도전 불가능은 없다. 한선교정 은아의 좋은 아침. 시트콤 대박가족. 시트콤 압구정 종가집. 연예정보 SBSE! 외 다수.

YOUNG-DU MOK Ph.D.
Business Advisor

대통령 표창 및 장관 표창(미래창조과학부). 중앙대 산업/창업경영대학원 겸임교수 & 동국대 기업가센터 겸임교수. (사)한베문화교류센터 감사. 소호진흥협회 부회장. 서울시 100인창업포럼자문위원 역임.

- (현)르호봇 비즈니스인큐베이터 대표이사
- (현)중앙대학교 & 동국대학교 겸임교수
- (교)중앙대학교 대학원 창업학 박사
- (전)한맥투자증권 경영기획본부장 (상무)
- (전)페타포투자자문(이수그룹) 경영총괄 상무
- (전)JC MBA CONSULTING INC., CEO

Advisor #2

JANG-HOON WI. Ph.D.

Platform Media Advisor

- (현) 경성대학교 예술종합대학 디지털미디어학과 교수
- (현) PD
- (교) 한양대학교 대학원 산업디자인학부 박사
- (교) 홍익대학교 광고홍보대학원 문화콘텐츠학 석사
- (교) 강원대학교 산업디자인 전공 학사
- (전) SBS 애니갤러리 PD

Irban Tisnabudi

Blockchain Ecosystem Advisor

- (현) LATOKEN Exchange Former Regional Director
- (현) PT.NH TECH CEO
- (현) Cryto Investor with 1 million $ in asset under management
- (교) Universitas Pelita Harapan(UPH), Sosial Politik GPA
- (전) AlddiEX Exchange Director
- (전) MAGANA Director

Project team member

Jae-Hyeok Yang
Design Director

Ji-Yeong Kim
Reward Designer

Hye-Eun Hong
RAP Account Executive

Yeon-Sil Kang
RAP Account Executive

Dan-Hee Lim
Reward Designer

Sa-Beom Kim
RAP Account Executive

Kyeong-Tae Go
Backend Developer

Dae-Hyup Kim
Frontend Developer

Gun Kim
Community Manager

Annisa Eka Jayanti
Operation Manager

Elfrida Aulia
Project Manager

Reda Hardianti
Marketing Manager

10. BUSINESS PARTNER (RAP)

MEGABOX
MEET PLAY SHARE™

Users: Approx. 722 screens (103,768 seats)
Rewardcon: Offline ticket & Mobile reward
Category: Offline multiplex theater

제주 안심

Users: 1,200,000 app installations
Rewardcon: Quarantine scan reward
Category: Blockchain-based quarantine for Jeju tourists

CAOLION

Users: Approx. 320,000 customers
Rewardcon: Mobile & offline coupon
Category: Cosmetics manufacturing & distribution & shopping mall

sanava

Users: Approx. 120,000 customers
Rewardcon: Mobile rewards to customers
Category: Food, health and beauty online shopping mall

MUKKEBI
DELIVERY APP

Users: Approx. 8,000 affiliated stores
Rewardcon: Mobile rewards to customers
Category: Online public food delivery platform

1961 本家
ANDONG GUKBOB

Users: Approx. 1,300,000 customers
Rewardcon: Offline voucher reward
Category: Offline restaurant franchise

10.1 BUSINESS PARTNER - STRATEGIC PARTNER

토이인터랙티브는 프로젝트 기술개발사 (주)리워드토이를 비롯하여 블록체인 메인넷 개발 파트너 아이콘루프, 앱개발 파트너 그라비테라, 전략적 투자 파트너사 (주)두웰 및 (주)마샬캡 등 프로젝트와 관련된 다수의 기업과 강력한 전략적 관계를 맺고 있습니다.

REWARD TOY
TOC Technology Developer

ICONLOOP
Blockchain Development Partner

Rehoboth
Offline Business Partner

GRAVITERA
TOC Web & App Dev Partner

MARSHALCAP
Project Investment Partner

Best Eleven
Sport Business Partner

KR FOOD
soul inside
Offline Voucher Partner

DUWELL FOOD
Project Investment Partner

KTH ASIA
Global Consulting Partner

K-CULTURE GLOBAL CENTER
K-Carlture Marketing Partner

OD COMPANY
Art Part Marketing Partner

HEALTHY = HAPPY
JAPAN DRUG
Online mall Marketing Partner

11. DISCLAIMERS

1.1 터치콘 백서 TOUCHCON V2.0은 작성 당시를 기준으로 설계되었으나 로드맵의 최종본이 아닙니다. 향후 본 백서는 글로벌 환경 및 정책을 포함하여 개발 프로세스에서 주기적으로 수정, 변동될 수 있으며, 본 백서의 표지를 기준으로 최신 정보를 업데이트하게 됩니다. 본 백서 발표 이후, 프로젝트의 사업 운영 및 재정 상태 등을 포함하여 본 문서에 기재된 모든 정보는 비정기적으로 수정할 수 있습니다.

11.2 터치콘 백서는 개발의 완전성과 사실에 근거한 정확성을 보증하지 못하며, 토큰 발행자 Sistem Informatika Global Indonesia Inc는 백서에 기재된 정보의 수정에 대해 고지를 약속하거나 그러한 의무를 제공하지 않습니다. TOC 토큰 분배에 관한 터치콘 매트릭스는 터치콘 프로젝트 진행에 따라 변동될 수 있으며, 이를 투자자 및 홀더에게 고지할 의무는 없습니다. 따라서, 이를 투자 판단 요소로 사용하는 것도 권장되지 않습니다.

11.3 터치콘 백서는 터치콘 프로젝트 서비스를 설명하기 위한 목적으로 작성되었으며, 사업의 추진 일정과 진행 상황은 대내외적인 여러 요인으로 인해 검토 및 수정될 수 있습니다. 백서의 버전은 문서 하단 박스에 표기한 날짜를 기준으로 작성되었으며 해당 날짜까지의 사업 추진 방향과 진행 상황을 반영하고 있습니다. 위 사항들은 작성 날짜 이후 수시 변경될 수 있습니다.

11.4 본 백서는 자금을 모집하거나 수수할 목적으로 작성되지 아니하였으며, 이를 근거로 그 누구도 자금을 모집하거나 수수할 수 없습니다. 따라서, 백서의 발송 등의 행위가 구매 제안으로 이해되어서는 안 될 것입니다. 본 백서는 투자를 제안하거나 투자인을 모집하기 위해 작성된 것이 아니므로 어떠한 지리적, 환경적 요인에 의해서라도 투자 제안이나 투자인의 모집 행위로 해석될 수는 없습니다.

11.5 터치콘 백서의 내용이 불법으로 규정된 국가나 지역에서는 전체 혹은 일부의 복제, 수정 등의 방법으로 배포되어서도 안됩니다. 본 백서의 내용을 불법으로 규정하고 있는 국가 및 지역의 사람들이 본 백서의 내용을 열람하고 투자를 하는 경우, 그에 따른 위험은 투자자 책임이며 터치콘은 그에 대한 아무런 법적 책임을 갖지 않습니다.

1.6 터치콘 백서에서 정의하는 터치콘 토큰은 채권, 주식, 증권, 옵션, 파생상품 등의 금융 투자상품으로 해석할 수 없으며, 어떠한 경우에도 이에 대한 권리를 주장하지 못합니다. 또한 어떠한 경우라도 금융 이자 등의 소득 및 수익을 보장해 주지 않습니다. 따라서 터치콘 토큰 구매자는 어떠한 경우에도 터치콘의 구매 행위를 투자 및 수익 창출을 위한 행위로 해석해서는 안 될 것이며, 그 누구라도 투자수익 및 이자 등의 금융 소득을 얻을 수 있는 개체로 이해하거나 인식시켜서는 안될 것입니다.

11.7 터치콘 백서는 터치콘 프로젝트가 추진하는 사업의 무결성을 보장하지 않으며, 터치콘을 이용하고자 하는 기업 및 사용자들은 터치콘 플랫폼의 서비스가 가능한 범위 내에서만 제공하게 됩니다. 본 백서는 서비스 제공과 개발 과정에서 발생할 수 있는 오류 및 일정의 지연 및 이와 관련된 사항에 대해 책임지지 않을 것이며, 그 누구도 이에 대한 책임을 물을 수는 없습니다. 또한 본 백서는 향후 계획에 대한 내용을 담고 있으며 계획의 완성을 기초로 하여 작성되었으나, 계획의 완성을 보장하는 것은 아니며, 향후 개발 완료된 서비스의 무결성을 보장하는 것 또한 아님을 명시합니다.

11.8 터치콘 백서의 내용은 어떠한 경우에도 법률, 재무, 회계, 세무 등의 자문 등으로 해석될 수 없으며, 터치콘을 구매하여 사용하는 과정에서 각 국가별, 지역별 정책과 법률에 의거하여 별도의 법률, 재무, 회계, 세무 등의 행정 처분이 발생할 수 있습니다. 구매 사용자는 이에 대한 별도의 자문이 필요할 수 있으며 터치콘 프로젝트는 이러한 사항에 대하여 책임지지 않습니다. 또한 제 3 자로부터의 시스템 공격, 천재지변 및 불가항력적 사유 등, 터치콘 플랫폼이 의도하지 않은 이유로 인해 생태계 조성이 지연되거나 유무형의 손실이 발생할 수도 있다는 것을 주지하시기 바랍니다.

11.9 구매자의 개인 Key 분실 및 유출로 인한 리스크에 대해서 터치콘 프로젝트는 일절 책임지지 않습니다. 시장 가치의 하락 및 시장 환경의 변화, 불확실성, 정치적 리스크, 경쟁사와의 경쟁 등을 포함한 각종 리스크에서 터치콘은 결코 자유롭지 못합니다. 이로 인해 터치콘 플랫폼의 개발이 중단되거나 혹은 서비스 방향과 계획이 본질적으로 변경될 수도 있음을 주지하시기 바랍니다.

11.10 터치콘 플랫폼은 현재 개발이 진행중인 기술로 향후 개발 과정에서 발생할 수 있는 기술의 변화가 플랫폼에 부정적인 영향을 미칠 수도 있습니다. 터치콘 플랫폼은 생태계의 운영 정책과 운영의 중단을 포함한 모든 결정 사항에 대하여 타인에게 위임하거나 양도 하지 않으며, 모든 의사결정은 터치콘 프로젝트의 자유의사 및 재량에 의하여 결정될 것임을 밝힙니다.

REWARD TOY

TOUCHCON SNS

Social Network Service

https://twitter.com/TouchconInfo

https://t.me/touchconplatform

https://medium.com/@rewardcon

https://github.com/TouchCon-Reward?tab=packages

https://www.facebook.com/touchcoin

https://www.instagram.com/touchconplatform

https://www.reddit.com/user/touchcon

https://bitcointalk.org/index.php?topic=5079889.0

https://www.youtube.com/channel/UCjvw1Z3LIIdVSsaaeVO-iWA

https://touchcon.slack.com/

https://discordapp.com/invite/AM6Bpx5

https://touchcon.org

프로젝트를 완성시켜 가는 사람들

(주)토이인터랙티브

프로젝트 메인 운영사
서울특별시 강남구 봉은사로 47길 12
설립일: 2007. 11
www.toyinteractive.com
www.rewardcon.com

(주)리워드토이

프로젝트 기술 및 광고 마케팅 개발사
서울특별시 강남구 봉은사로 47길 12
설립일: 2021. 07
www.rewardtoy.com

PT. SIGI Inc

INDONESIA 터치콘 메인 운영사
SUMMAETCON BEKASI, RUKAN TOPAZ TA, BEKAIS BARAT
설립일: 2018. 03
www.touchcon.org

Touchchain Development

터치콘은 기업 보상 서비스 및 에어드롭의
확장성을 지원하는 블록체인 기반의
글로벌 디지털 자산 리워드 플랫폼입니다.