

투자자 유의사항

1. 유튜브베이플랫폼(이하~)에서 거래되는 상품은 유튜브 영상 시청시 발생하는 광고에 대한 '광고수익청구권'을 의미함.

CONTENTS

1. 유튜브 채널 투자란?
 - 1.1 유튜브 채널 수익증권 정의
 - 1.2 유튜브 채널 수익증권의 투자 매력 및 리스크
2. 투자수익발생구조
 - 2.1 투자수익발생구조
 - 2.2 수익의 기원
 - 2.3 수익의 징수
 - 2.4 수익 분배
3. 수익 정산 시기
 - 3.1 유튜브 정산 주기
 - 3.2 분배 방식
 - 3.3 리스크
4. 상품 투자 방법
 - 4.1 용어 정리
 - 4.2 펀딩방식
 - 4.3 유통방식
 - 4.4 세금
5. 주요 지표
 - 5.1 수익성 지표
 - 5.2 과거 수익성 지표

투자백서

1. 유튜브 채널 수익증권 투자?

가. 유튜브 채널 수익증권 정의

유튜브 채널의 수익증권은 유튜브를 운영하면서 발생하는 수익을 증권화한 것이다. 유튜브 운영 수익은 일반적으로 영상과 관련한 조회수를 통해서 받는 수익과 채널의 광고로 인한 수익으로 구성된다. 조회수와 관련된 수익은 조회수, 평균 시청 지속 시간, 시청 시간 등을 통해서 산정된다. 반면 광고와 관련된 수익은 보기 페이지 광고 수익, 쇼핑 제휴사 수익, 제품 클릭수 등으로 구성된다. 예외로 직접 회원과 관련한 수익으로 슈퍼챗, 멤버십 등급 등 수익이 존재한다.

이러한 수익에 대해서 증권화하여 판매하고 해당 증권의 수만큼 수익을 청구할 수 있는 권리를 수익증권이라고 한다.

나. 유튜브 채널 수익증권의 투자 매력 및 리스크

유튜브 채널에 대한 수익은 정기적인 정산을 통해서 유튜브 회사에서 직접 산정한다. 유튜브 채널 수익증권은 표시된 수익만큼 수익증권 소유주에게 수익을 분배하는 구조를 갖는다. 기본적으로 수익이 투명하게 관리되고 분배도 간편하다. 그리고 소액으로도 투자할 수 있어 투자의 접근성 정도가 높다는 장점이 있다. 그리고 기존에는 상품으로 취급하지 않았던 방식이기 때문에 시장에 초기에 진입을 하는 장점도 존재한다. 증권을 판매하는 쪽인 BJ도 자신 채널의 콘텐츠를 더욱 풍부하게 할 수 있는 자금을 조달하기 편합니다.

반면 리스크로는 해당 유튜브 채널의 수입의 안정성이 타 상품에 비해 떨어지기 때문에 위험한 투자상품이다. 사실상 1인 BJ가 대부분인 유튜브 채널의 특성상 영상 자체의 하자뿐만 아니라 촬영자인 BJ의 개인 이슈로 인해 수익에 크게 영향을 준다. 그러나 개인 이슈는 수익증권 소유주가 감시나 감사를 할 수 없다는 근본적인 문제가 있다.

2. 투자자의 수익 발생 구조

가. 수익의 기원

본 투자 상품의 기초 자산은 유튜브 채널의 광고 및 조회수 수익입니다. 유튜브 채널은 광고주들과의 계약을 통해 동영상 내에 광고를 게재하며, 이 광고가 시청될 때마다 수익이 발생합니다. 광고 수익은 주로 Cost Per Mille (CPM) 또는 Cost Per Click (CPC) 방식으로 책정됩니다. CPM은 천 번의 광고 시청당 비용을 의미하며, CPC는 광고를 클릭할 때마다 발생하는 비용을 의미합니다. 광고의 종류, 시청 지역, 시청 시간 등에 따라 CPM 및 CPC의 금액은 변동됩니다. 본 토큰증권의 수익 원천은 채널이 유튜브로부터 받는 광고 및 조회수 수익에 한정됩니다. 추가적인 수익원, 예를 들면 구독자들로부터의 슈퍼챗, 스폰서십 등은 포함되지 않습니다. 본 토큰증권의 수익 원천은 채널이 유튜브로부터 직접 지급받는 수익으로 한정됩니다. 그 외 구독자들로부터 수익, 슈퍼챗, 스폰서십 등의 추가적인 수익원은 본 토큰증권의 수익 원천에 해당되지 않습니다.

나. 수익의 징수

유튜브는 매월 정해진 날짜에 채널 운영자에게 수익을 정산합니다. 이 정산 금액은 해당 채널의 월별 조회수, 광고의 종류, 광고의 시청 시간, 구독자의 지역 등의 다양한 변수에 기반하여 계산됩니다. 정산된 수익 중 일정 비율은 토큰증권 수탁자에게 이관되며, 이 비율은 초기 계약에서 정해진 조건에 따라 변동될 수 있습니다. 수탁자는 이 수익을 안전하게 보관하고, 투자자들에게 분배하는 역할을 담당합니다.

다. 수익 분배

투자자가 구매한 토큰증권의 비율에 따라 채널의 월별 수익 중 일정 비율이 투자자에게 분배됩니다. 예를 투자자가 구매한 토큰증권의 비율에 따라, 채널의 월별 수익 중 일정 비율이 투자자에게 분배됩니다. 예를 들어, 투자자가 10%의 토큰증권을 보유하고 있으면 매월 토큰증권 수탁자에게 이관된 금액의 10%가 해당 투자자에게 분배됩니다.

3. 수익 정산 시기

가. 유튜브의 정산 주기

유튜브의 정산 주기는 매월 한 번, 특정 날짜에 채널 운영자에게 수익을 정산합니다. 이 때의 정산 금액은 전월 1일부터 말일까지의 활동을 기반으로 합니다. 본 투자 상품에서는 유튜브의 정산 시기를 따라, 매월 한 번 투자자에게 수익을 분배합니다. 분배는 유튜브 정산 후 일정 기간 내로 이루어집니다. 이 기간은 토큰증권의 관리, 분배 작업, 그리고 필요한 법률 및 규제 준수 절차를 고려하여 설정됩니다.

나. 분배 방식

수익은 투자자의 등록된 은행 계좌로 입금됩니다. 투자자는 수익에 대한 세금 문제를 자신의 거주지역의 세법에 따라 책임져야 합니다. 토큰증권 수탁자는 수익 분배 시점에 투자자에게 해당 월의 수익 내역과 함께 세금 관련 정보를 제공할 것입니다. 이를 통해 투자자는 자신의 세금 신고를 보다 원활하게 진행할 수 있습니다.

다. 리스크

본 투자 상품은 유튜브 채널의 수익에 기반하고 있기 때문에, 유튜브의 알고리즘 변경, 콘텐츠 트렌드의 변화, 광고주의 예산 조정 등 다양한 외부 요인에 영향을 받을 수 있습니다. 따라서 투자자는 이러한 리스크를 충분히 고려한 후 투자 결정을 내려야 합니다. 또한, 투자자는 본 투자 상품의 수익 원천이 광고 및 조회수 수익에만 한정된다는 점을 명심해야 합니다. 유튜브 채널의 다른 수익원, 예를 들면 팬들로부터의 슈퍼챗, 스폰서십, 상품 판매 등은 본 투자 상품의 수익 원천에 포함되지 않습니다. 마지막으로, 투자자는 본 투자 상품에 대한 모든 정보와 조건을 충분히 검토하고, 필요한 경우 전문가의 조언을 구한 후 투자를 진행해야 합니다.

4. 상품의 전반적인 현금 흐름

유튜브 광고수익청구권은 과거의 단순한 수익 모델을 넘어선, 지속 가능한 현금 흐름을 창출할 수 있는 독특한 자산으로 자리매김하고 있습니다. 2023년에 들어서면서 유튜브의 광고 수익은 눈에 띄게 증가하며, 이는 투자자에게 매우 긍정적인 신호를 보내고 있습니다.

투자자들에게는 유튜브 채널에 대한 투자가 단순히 한번의 수익을 얻는 것이 아니라, 채널이 성장함에 따라 광고수익이 증대되는 장기적인 수익 창출의 기회를 의미합니다. 이는 구독자와 같은 고정된 소비층의 존재와 유튜브 사용자의 지속적인 증가, 그리고 이에 따른 광고수익의 상승에 기반을 두고 있습니다. 실제로, 최근 매드타임스의 보도에 따르면, 2023년 유튜브의 전 세계 광고 수익은 전년 대비 두 배 이상 증가한 304억 달러에 이를 것으로 예상되고 있습니다.

그러나 광고 수익의 경우, 크리에이터의 업로드 주기, 유튜브 자체 수익 구조의 변동 등 다양한 요소에 따라 변동성이 있을 수 있습니다. 이는 수익이 보장되지 않음을 의미하며, 광고수익청구권의 시세변동으로 인한 원금 손실 가능성 또한 존재합니다.

모든 투자는 신중한 판단이 필요하며, 특히 유튜브와 같이 다이내믹한 플랫폼에 투자할 때는 더욱 그렇습니다. 투자자는 스스로의 판단으로 투자 결정을 내려야 하며, 그에 따른 책임 또한 본인에게 있음을 인지해야 합니다.

또한, 유튜브는 글로벌 시장에서 여전히 선두 자리를 지키고 있으며, 매일 10억 시간 이상의 동영상 시청되는 등의 인상적인 통계를 보이고 있습니다. 더 나아가, 유튜브는 광고주와 사용자의 경험을 향상시키기 위한 다양한 전략을 적극적으로 모색하고 있어, 이는 향후 광고 수익의 더욱 큰 증대를 기대하게 만듭니다.

투자자 여러분께서는 이러한 잠재적 성장과 수익 창출의 기회를 놓치지 않기를 바라며, 유튜브 광고수익청구권에 대한 신중한 검토와 함께 장기적인 안목을 가지고 접근하시길 권장합니다.

5. 상품투자 방법

가. 유튜버 정의

인터넷·모바일 기반의 미디어 플랫폼 환경에서 다양한 주제의 영상 콘텐츠를 제작하고 이를 다수의 시청자와 공유하여 수익을 창출하는 신종 직업을 의미

인적 또는 물적시설을 갖추고 있으면 과세사업자, 인적시설과 물적시설이 없이 활동하면 면세사업자

나. 사업자등록 과세유형

간이과세자는 직전 연도의 공급대가의 합계액이 8천만원(부동산임대업 또는 과세 유흥장소를 경영하는 사업자는 48백만원)에 미달하는 개인사업자를 말함

구분	일반 과세자	간이 과세자
적용기준 (직전 과세기간 매출액)	연 매출 8천만원 이상 간이과세 배제 업종	연 매출 8천만원 미만 간이과세 적용 업종
매출세액	공급가액×10%	공급대가×업종별 부가가치율×10%
세금계산서 발급	발급 가능	직전연도 공급대가 합계액이 4,800만원 이상은 발급 가능
매입세액 공제	전액 공제	공급대가×0.5%
환급여부	환급 가능	환급 불가

다. 부가가치세

재화 등을 판매할 때 상대방으로부터 수취한 매출세액에서 재화 등을 구입할 때 상대방에게 지급한 매입세액을 차감하여 부가가치세 납부(환급)세액을 계산.

① 일반과세자는 부가가치세 매출세액에서 매입세액을 차감하여 납부(환급)세액을 계산합니다.

납부세액 = 매출세액(매출액×세율(10%,0*)) - 매입세액

* 재화의 수출, 용역의 국외공급, 외화획득재화 또는 용역의 공급 등 일정한 요건을 갖춘 과세사업자에 한해 공급가액의 합계액에 0%의 세율을 적용합니다.

(영세율 적용 첨부서류:외국환은행이 발급하는 외화입금증명서 등)

② 간이과세자는 업종별 부가가치율을 적용한 매출세액에서 매입세금계산서 등의 공급대가에 0.5%를 곱한 금액을 차감하여 납부세액을 계산합니다. 단, 매입세액이 매출세액을 초과하여도 환급세액은 발생하지 않습니다.

납부세액 = 매출액X부가가치율X세율(10%,0*%)-(공급대가X0.5%)

업 종	부가가치율
SNS마켓(소매업)	15%
공유숙박(숙박업)	25%
미디어콘텐츠 창작업(통신업)	30%

라. 종합소득세

장부 기장의무와 추계신고시 경비율 적용방법

사업자는 사업 관련 모든 거래 사실을 복식부기 또는 간편 장부에 의하여 기록·비치하고 관련 증빙서류 등과 함께 5년 간(다만, 이월결손금 공제를 받을 경우에는 15년간) 보관하여야 합니다.

◆ (복식부기의무자)재무상태표인 재무제표(자산, 부채, 자본)와 손익계산서(수익, 비용)를 이용한 복식장부를 작성해야 하는 의무가 있는 사업자

◆ (간편장부대상자)신규 창업자나 직전연도 수입금액이 아래의 일정금액 미만인 경우로 수입·지출을 일자별 기록하면 장부로 인정받을 수 있는 사업자

업종명		기장 의무에 따른 구분		추계 신고 시 경비율 적용	
		복식부기의무자	간편장부의무자	기준경비율 적용	단순경비율 적용
유튜버	미디어 콘텐츠 창작업 (과세사업자)	1억5천만원 이상	1억5천만원 미만	3천6백만원 이상	3천6백만원 미만
	1인 미디어 콘텐츠 창작자 (면세사업자)	7천5백만원 이상	7천5백만원 미만	2천4백만원 이상	2천4백만원 미만
SNS마켓(소매업)		3억원 이상	3억원 미만	6천만원 이상	6천만원 미만
공유숙박(숙박업)		1억5천만원 이상	1억5천만원 미만	3천6백만원 이상	3천6백만원 미만

***세액계산 방법**

-소득금액의 계산

- 장부를 기록·비치한 사업자는 총수입금액에서 필요경비를 공제하여 계산

$$\text{소득금액} = \text{총수입금액} - \text{필요경비}$$

- 장부를 기록·비치하지 않은 사업자는 정부가 정해진 경비율에 따라 다음과 같이 계산

$$\text{기준경비율 적용 소득금액} = \text{수입금액} - \text{주요경비} - (\text{수입금액} \times \text{기준경비율})$$

$$\text{단순경비율 적용 소득금액} = \text{수입금액} - (\text{수입금액} \times \text{단순경비율})$$

-종합소득세 산출세액의 계산

$$\text{종합소득세 산출세액} = (\text{과세표준} \times \text{세율}) - \text{누진공제}$$