



Блокчейн-революция в игровой индустрии

Социальная геймерская платформа на основе токенов MR

Аналитический документ Matchroom

версия 1.5
5 марта 2018 года

www.matchroom.io

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	2
ОБЗОР РЫНКА	3
БЛОКЧЕЙН И КРИПТОВАЛЮТА	6
ИСТОРИЯ MATCHROOM	8
Способствовать развитию сообщества	9
Продвинутые функции координирования	10
Встроенный функционал соцсетей	10
Создание контента силами сообщества	11
Упрощение монетизации цифровых активов (Pay-to-Advance)	11
Виртуальная торговля	12
Онлайн трансляции (Виртуальные подарки)	13
Способствовать развитию отрасли	14
Спонсорская поддержка брендов (киберспорт и мероприятия)	14
Краудфандинг для разработчиков	16
Синергия между тремя основными принципами Matchroom	17
ТОКЕНОМИКА MATCHROOM	19
Решение дилемм игровой индустрии с помощью технологии блокчейн	19
Виртуальные подарки	19
Виртуальная торговля	19
Спонсорская поддержка брендов	19
Краудфандинг для разработчиков	20
Экосистема токенов Matchroom	21
ТОКЕНЫ MR: ПЕРВИЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ МОНЕТ (ICO) MATCHROOM	26
ЗАПУСК БЕТА-ВЕРСИИ	30
ДОРОЖНАЯ КАРТА MATCHROOM	31
ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДОВ MATCHROOM	34
ПРОГНОЗ ЧИСЛА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ MATCHROOM	36
КОМАНДА MATCHROOM	38
Основатели	38
Миньоны	41
НАШИ СОВЕТНИКИ И КОНСУЛЬТАНТЫ	45
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПАРТНЕРЫ	48
ЗАЯВЛЕНИЯ ОБ ОТКАЗЕ ОТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	51
Риски, связанные с участием в ICO	51
Риски, связанные с кошельком ESCROW	53
Законодательное регулирование и нормативно-правовое соответствие	53
Положение о переводах настоящего документа	54

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Платформа Matchroom от компании Leet Entertainment Group Limited (далее Matchroom) представляет собой интегрированную цифровую платформу, созданную с нуля как ответ на уникальные потребности современных геймерских сообществ с помощью технологии блокчейн. Заручившись сильной командой настоящих ветеранов отрасли, Matchroom намеревается уверенно позиционировать себя в качестве главной цифровой площадки для геймеров по всей Юго-Восточной Азии (ЮВА), затем намечается экспансия на мировой рынок.

Концепция Matchroom - это организм, существующий для сообщества и силами сообщества, деятельность которого призвана упрощать и стимулировать взаимодействия между всеми участниками процесса, прежде всего, обращаясь к непосредственным пользователям игровой индустрии; для них предусмотрен специальный расширенный функционал платформы, позволяющий решать следующие задачи:

- **Содействие развитию сообществ и потребителей:** социальные сети, координация и коммуникация, оригинальный контент, новости и обновления.
- **Упрощенное создание контента:** уникальные возможности для монетизации, оптимальное пространство для публикации контента.
- **Содействие отраслевым операторам:** альтернативные источники финансирования, целевые рыночные возможности.

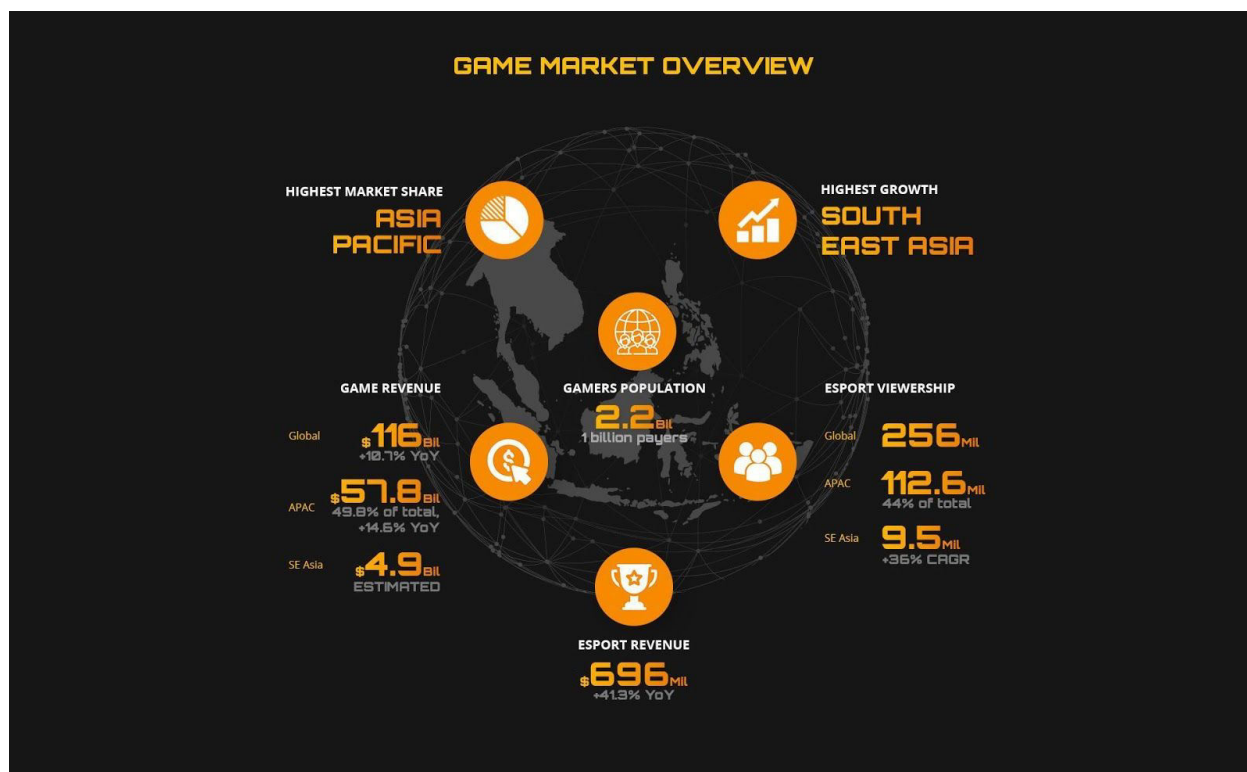
Надежность защитных инструментов технологии блокчейн отлично зарекомендовала себя на практике. Воспользовавшись растущей популярностью блокчейна, создатели Matchroom заложили в новую платформу возможности широкого использования преимуществ этой технологии. Matchroom намеревается использовать блокчейн для решения целого ряда вопросов, которые, в противном случае, могли бы сделать само существование платформы технически невозможным. Данный стратегический ход гарантированно закрепит за платформой ее лидирующее положение в отрасли.

- Упрощать выполнение рутинных операций для геймеров
- Разрешать дилеммы, присущие современной игровой индустрии
- Поддерживать независимых разработчиков и организаторов
- Способствовать развитию отрасли

Разработчик Matchroom, компания Leet Entertainment Group Limited (далее Leet Entertainment), планирует привлечь инвестиции в размере 10 миллионов долларов США за счет Первичного предложения монет (ICO) при размещении токенов Matchroom (далее Токены MR или MRT). Эти средства будут использованы для детальной разработки основных возможностей и характеристик платформы Matchroom, а также для наращивания числа пользователей. Для покупателей токенов MRT на платформе Matchroom

предусмотрены уникальные преимущества, описание которых приводится в настоящем аналитическом докладе.

ОБЗОР РЫНКА



Мировая индустрия игр переживает настоящий бум, столь значительный по своим масштабам, что на сегодня можно смело говорить о сложившейся серьезной отрасли, в которой участвуют свыше 2,2 миллиардов пользователей по всему миру, причем 1 миллиард пользуется платными услугами. Данный тренд особенно хорошо просматривается в Азиатско-Тихоокеанском Регионе (АТР), где, по состоянию на 2017 год, прибыль отрасли составляет впечатляющие 49,8% от общих доходов, принося 57,8 миллиардов долларов США (рост 14,6% по сравнению с прошлым годом). При этом, основное обслуживание геймеров Азиатско-Тихоокеанского Региона по-прежнему происходит на западнцентричных сервисах и платформах, будь то игры на платформе Steam или стриминг игровых видео через Twitch или YouTube. Китайские и корейские разработчики игр достаточно успешно подключились к мировой гонке, но все же, в геймерской отрасли продолжают доминировать западные разработчики, такие как Activision-Blizzard, Inc., Electronic Arts Inc., Valve Corporation, Riot Games и Ubisoft Entertainment SA.

Эволюция моделей игровой индустрии

Игровая индустрия идет в ногу с общим развитием IT-сектора, от года к году демонстрируя устойчивый рост. На сегодняшний день, весь рынок игр можно четко разделить на две основные категории: Pay-to-Play (P2P) и Free-to-Play (F2P).

При моделировании доходов геймерской отрасли, стандартным форматом считаются бизнес-модели Pay-to-Play (P2P). В рамках схемы P2P, игрок либо приобретает игру за полную стоимость, либо оплачивает ежемесячную подписку за временное право пользования игрой, или же возможны различные комбинации этих двух сценариев. На протяжении лет этот формат с подавляющим преимуществом господствовал на рынке практически безраздельно, его доля среди всех платформ (ПК, игровые консоли, и т.д.) составляла практически 100%. И это неудивительно, поскольку на заре развития отрасли выбор был относительно невелик.

Данная модель, хоть и проверенная временем, имеет свои недостатки. Игры, которые создаются под модель P2P, практически обязаны демонстрировать высочайшее качество, предлагать уникальные продающие моменты и выраженный вау-фактор. Предпросмотр и изначальный маркетинг для этих игр должны нести в себе достаточный заряд мотивации, чтобы игроки согласились вложить существенную сумму денег в продукт, удовольствие от которого невозможно заранее оценить. Более того, игры P2P, для которых необходима месячная подписка, нуждаются в широком круге постоянных подписчиков для поддержания как играбельности, так и прибыльности.

Вслед за традиционными бизнес-моделями, на современный рынок приходит набирающая популярность модель Free-to-Play (F2P), и на сегодня ее успехи в мировом масштабе просто ошеломительны. Игры, созданные по принципам системы F2P, предоставляют игроку полный доступ к базовому функционалу совершенно бесплатно, но требуют существенных денежных вложений за доступ к премиум-опциям или за получение бонусов (например, ускоренный набор игрового опыта (XP), доступ к платным персонажам или инструментам, и т.д.). Так зарождается новая модель, Pay-to-Advance (P2A). Основным фактором, определяющим успех моделей F2P и P2A, заключается в том, что потенциальные игроки получают возможность лично опробовать и оценить игру в течение достаточного периода времени, после чего они могут принять информированное решение о том, сколько денег им следует потратить, на основании качества своего игрового опыта. Для разработчиков и издателей игр это также выгодно, поскольку привлечь новых игроков, давая им возможность бесплатно попробовать игру, становится неизмеримо проще. Кроме того, введение премиум-опций и платных предметов позволяет переместить высшую границу потенциальной прибыли на немыслимый ранее уровень.

Подъем киберспорта

На сегодняшний день аудитория киберспорта насчитывает 256 миллионов человек во всем мире. Юго-Восточная Азия является наиболее быстро растущим регионом, ожидается, что к 2019 году аудитория ЮВА достигнет 40 миллионов игроков¹. Хотя по абсолютному числу участнику в киберспорте доминируют игроки из западных стран, азиаты все чаще занимают первые места на международных турнирах². Несмотря на растущий интерес публики к телевизионным трансляциям и стримингу геймерских турниров, киберспорт ещё далек от того уровня популярности и сложной инфраструктуры, на котором находятся профессиональные виды спорта, такие как теннис и футбол. И все же, близится тот день, когда традиционный и компьютерный спорт станут равны.

Тем временем, киберспортсмены удачно пользуются достижениями прошлого столетия в сфере управления талантами и совсем скоро начнут превращаться в настоящих звезд. Они уже не дожидаются конца карьеры, чтобы стать комментаторами, как это делают звезды традиционного спорта: нынешние звездные киберспортсмены легко переключаются с турнирных выступлений на комментаторскую работу, и обратно. Учитывая, насколько легко сейчас создавать видео профессионального качества, YouTube и Twitch позволяют профессиональным и полупрофессиональным киберспортсменам продвигать себя и выходить на авторитетов цифрового мира. Звезды киберспорта имеют возможность получать доход не только в виде призовых денег на турнирах и состязаниях, но и капитализировать свой статус селебрити в мире геймеров, создавая различный контент: он обучающих видео до рецензий на игры. Популярные вещательные компании демонстрируют все большую готовность тратить на приобретение прав на освещение событий в мире киберспорта, поскольку заинтересованная аудитория стремительно растет, тем самым фокус внимания смещается с традиционного спорта на его цифровые разновидности.

¹ <https://newzoo.com/insights/articles/southeast-asia-boasts-fastest-growing-esports-audience/>

² <https://www.nst.com.my/news/2016/08/165380/malaysian-team-wins-us14-million-world-dota-2-tournament>

БЛОКЧЕЙН И КРИПТОВАЛЮТА

Matchroom как продукт существует для сообщества и силами сообщества. Создатели Matchroom прекрасно представляют себя на месте пользователя и понимают, как никто другой, что для создания благоприятной среды, в которой пользователи могут заниматься своими делами, ни о чем не беспокоясь, критически важна безопасность и стабильность.

Проще говоря, Matchroom ставит перед собой цель адаптировать технологию блокчейн для уменьшения разнообразных рисков, присутствующих при проведении цифровых транзакций, с помощью таких инструментов как умные контракты. Это позволит осуществлять и отслеживать функции платформы, а также пользоваться различными выгодными преимуществами технологии блокчейн.

- Упрощать выполнение рутинных операций для геймеров
- Разрешать дилеммы, присущие современной игровой индустрии
- Поддерживать независимых разработчиков и организаторов
- Способствовать развитию отрасли

Снижение рисков приведет не только к увеличению денежного оборота в отрасли в целом (за счет большего числа транзакций), но и благоприятно скажется на её прибыльности: при снижении порога вхождения для новых игроков, они начнут играть в более старые игры, что эффективно увеличивает жизненный цикл игр в целом.

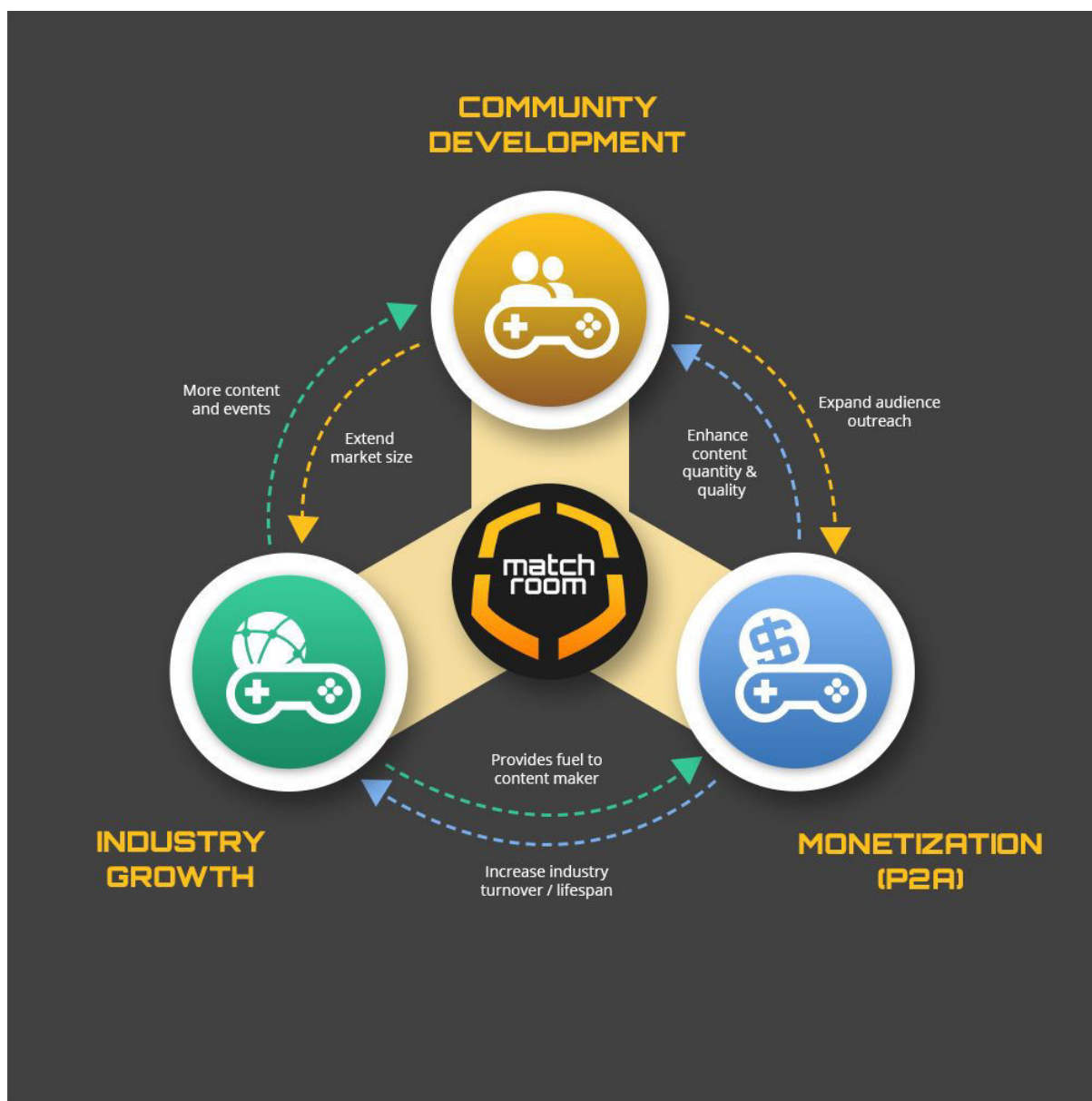
К счастью для Matchroom, технология блокчейн сейчас находится на подъеме, и ее использование неуклонно ширится с каждым днем. Учитывая бесчисленные преимущества данной технологии как для разработчиков, так и пользователей платформы, команда Matchroom приняла решение незамедлительно погрузиться в этот дерзкий, революционный мир блокчейн.

- **БЕЗОПАСНОСТЬ.** При использовании технологии блокчейн, транзакции, связанные между собой и защищенные криптографическим протоколом, записываются в «блоки», в каждом из которых прописывается собственная временная метка и сведения о транзакциях, затем блоки присоединяются к предыдущему, также уникальному блоку. Сам принцип построения системы не позволяет как-либо модифицировать получаемые данные: сведения о любой конкретной транзакции или «блоке» нельзя изменить постфактум, не изменив при этом и все последующие блоки (а для этого потребовались бы согласованные действия всех участников сети).
- **ПРОЗРАЧНОСТЬ.** Вся система, по сути, представляет собой децентрализованный, открытый и распределенный по сети реестр,

способный эффективно записывать транзакции между двумя участниками, причем полученная запись является проверяемой и неизменной. Безопасность системы дополнительно укрепляется ещё и тем, что управляет ею, как правило, одноуровневая сеть, которая коллективно обращается к одному протоколу для подтверждения новых блоков.

ИСТОРИЯ MATCHROOM

При создании платформы Matchroom, команда Leet Entertainment опирается на свой десятилетний коллективный опыт в таких областях, как цифровая дистрибуция игр, организация киберспортивных лиг и турниров, судейство и разработка игр, а также управление геймерскими сообществами. Накопленное этой командой понимание психографических и демографических особенностей азиатских геймеров, их предпочтений в отношении игрового процесса, не имеет равных в мире. Именно это глубинное понимание положено в основу разработки совершенно новой, уникальной платформы, ориентированной, прежде всего, на сообщество игроков и призванной обеспечить беспрецедентный уровень игрового опыта. В то же время, платформа Matchroom строится на трех ключевых принципах, обладающих мощным синергетическим потенциалом, который находит выраженный положительный отклик и определяет устойчивую приверженность всех участников отраслевого процесса.



Способствовать развитию сообщества

Душой платформы Matchroom является бурно развивающееся сообщество геймеров ЮВА. Однако, построение устойчивых сообществ в контексте Юго-Восточной Азии - невероятно сложный процесс. Языковые барьеры, значительные социальные и экономические различия между различными типами геймеров (консоль vs ПК vs мобильные устройства), доминирование более крупных социальных платформ, таких как Facebook, Twitter и Line - все это крайне усложняет сам путь становления новой платформы, не говоря уже о ее процветании. И все же, самое главное в игровом мире - это наша общая любовь и страсть к игре. Создатели Matchroom убеждены, что благодаря целенаправленному и хорошо сегментированному партизанскому маркетингу и народной молве, все эти разрозненные группы удастся свести вместе на единой платформе.

Будучи геймерами, создатели Matchroom на собственном опыте испытали множество неудобств, которые возникают при использовании традиционных социальных сетей и средств коммуникации.

- В отличие от совсем не давнего прошлого, сегодня существует множество альтернатив социальным сетям; некоторые из них носят региональный или национальный характер. Соответственно, пользователь, желающий активно пользоваться всеми этими различными каналами, вынужден держать открытыми множество вкладок в своем браузере.
- Поскольку активность в соцсетях циклична по природе своей, необходимо переходить от вкладки к вкладке для просмотра видео, чтения статей, комиксов, и т.д.
- Более того, в самом процессе игры, пользователю неизбежно потребуется обратиться за той или иной помощью в виде информации и знаний; а значит, придется открывать ещё больше вкладок, просматривая трансляции, видео и руководства, причем все эти сведения рассеяны по разным сайтам.
- Кроме того - и возможно, этот аспект следует признать самым важным - общение через социальные сети требует от пользователя отказаться от анонимности, что чревато множеством потенциальных сложностей для геймеров женского пола, поскольку увеличивает риск нежелательного внимания и даже внезапного харассмента, который может перейти - или не перейти - в реальный физический мир. Все это может весьма отрицательно сказаться на самой игре, особенно если данная игра требует значительной координации усилий в рамках сообщества.

Соответственно, самым главным предложением Matchroom становятся те функции платформы, которые предоставляют решение для указанных проблем.

Продвинутые функции координирования

Создатели Matchroom с самого начала определили для себя, что будут вкладывать в этот проект всю душу и стремиться к получению такого продукта, который станет ценным как для общества, так и для отрасли. Команда не собиралась представлять потенциальным пользователям и инвесторам шаблонный проект, которых и сегодня на рынке найдется огромное множество.

Таким образом, для более эффективной концентрации маркетинговых и рекламных ресурсов, на начальном этапе построение сообщества решено производить вокруг многопользовательских игр, которые требуют сотрудничества и взаимодействия между игроками. Игры, относящиеся к данной категории, как правило, являются ММОРПГ или РПГ. Обычно у таких игроков уже есть неформальные сообщества на других платформах, таких как Facebook, WhatsApp или Line.

Matchroom предоставит этим игрокам площадку для создания и координирования событий, как в рамках игры, так и за ее пределами; платформа также позволит привлекать новых игроков для своей гильдии или команды. Итак, Leet Entertainment планирует сконцентрироваться на привлечении простых геймеров, которые уже принадлежат какой-либо гильдии и команде, и предложить им использовать Matchroom в качестве наиболее предпочтительной платформы для общения и координации внутри сообщества, создавая страницы групп и используя функции чата и группового чата.

Данный функционал позволит пользователям не только наслаждаться встроенными инструментами для координации действий и общения, но и сохранять при этом анонимность: их личная информация не разглашается, как это происходит в традиционных соцсетях. В результате следует ожидать роста популярности соответствующих игр, поскольку участие в них становится более удобным и безопасным.

Встроенный функционал соцсетей

На январь 2017 года в Юго-Восточной Азии насчитывается 305,9 миллионов активных пользователей социальных сетей.³ Соцсети являются неотъемлемой частью игрового опыта для геймеров Юго-Восточной Азии. Matchroom предусматривает полную интеграцию с ведущими платформами соцсетей, такими как Facebook и Google+, что позволяет игрокам делать перепосты новостей, обновлять статусы, делиться видео, а также обмениваться личными сообщениями и общаться в групповом чате. Играя на платформе Matchroom, пользователи могут получать доступ ко всем каналам своих соцсетей, что обогатит их геймерский опыт.

³ <https://www.techinasia.com/talk/full-guide-southeast-asia-digital-landscape-2017>

Переход на платформу Matchroom также делает жизнь пользователей более практичной: им больше не нужно держать открытыми множество вкладок, чтобы следить за происходящим во всех своих сообществах.

Создание контента силами сообщества

Принципиально важным фактором посещаемости для любой платформы является ее контент. Платформа, на которой не представлен контент достаточного качества, не может рассчитывать на сколько-нибудь заметный успех. Команда Matchroom прекрасно понимает, насколько важно создавать оригинальный авторский контент. Поэтому Matchroom планирует заключить контракты с профессиональными копирайтерами для проведения исследований, разработки и составления следующих материалов:

- Статьи по тематике игровой индустрии
- База данных, посвященная играм (wiki, руководства, рейтинги, и т.д.)
- Обучающие видео

Планируется установить контакты с подающими надежду интернет-авторитетами в сфере аниме, косплея и рецензий на игры: им поступят предложения публиковать свои материалы исключительно на платформе Matchroom. Цель Leet Entertainment заключается в том, чтобы позиционировать Matchroom как первое интернет-сообщество, платформу, где сетевые авторитеты в области игровой индустрии и полупрофессиональные геймеры смогут собирать вокруг себя фанатов и размещать свой контент. Соответственно, денежные средства, собранные в ходе ICO, будут направлены на профессиональные и стихийные кампании по информированию аудитории о расширенном функционале соцсетей в Matchroom и по увеличению среднего количества пользователей в день (DAU) и ежемесячных активных пользователей (MAU).

Более того, в перспективе Matchroom сможет передоверить основную часть деятельности по созданию информационного контента самому сообществу: авторы популярных или полезных материалов смогут получать серьезное вознаграждение, таким образом, весь процесс накопления тематических знаний перейдет будет регулироваться самим сообществом.

Упрощение монетизации цифровых активов (Pay-to-Advance)

Возможность монетизировать свои активы, как материальные, так и нематериальные, крайне важна во всех сферах жизни. Возможно, счастье за деньги и не купишь, но миром всё же правят именно они. Игровая индустрия не является исключением из этого правила. Невозможность получить прибыль от различных видов деятельности, связанных с играми, может существенно снизить количество участников, на всех уровнях взаимодействия в отрасли.

- Игроки менее охотно тратят деньги на внутриигровые покупки;

- Стримеры могут быть вынуждены заняться основной работой в дневное время и отказаться от трансляций;
- Авторам материалов может не хватать ресурсов для создания качественного контента.

Определив на рынке наличие столь актуальных потребностей, команда Matchroom просто не могла включить соответствующие функции в свою платформу, для восполнения столь огромного пробела.

Виртуальная торговля

Ещё одна общая проблема, с которой на сегодняшний день сталкиваются большинство геймеров при выходе из игры: весьма затруднительно реализовать свои активы в рамках игры (либо получить выплату, либо вернуть потраченные средства), будь то отдельные предметы или аккаунты целиком.

Для платформы Matchroom компания Leet Entertainment предусмотрела две функции с мощным потенциалом, которые способны капитализировать растущую популярность функционала P2A: это *MatchTrade* и *Matchroom Escrow*. Обе эти функции разработаны под конкретные психографические предпочтения двух разных типов геймера:

- Игроки-предприниматели - геймеры, которые используют свои навыки в игре для получения дохода. У таких игроков есть множество вариантов заработка, от продажи обучающих руководств к играм, доступным по подписке на таких платформах как ClickBank, до создания обзоров игр на YouTube с платной рекламой (т.е.: PewDiePie). Повышение уровня - игра до определенного уровня от лица нетерпеливого и обеспеченного игрока, или продажа аккаунта на высоком уровне⁴ - также является дополнительным способом монетизации геймерских увлечений и навыков для умелых игроков.
- Геймеры, которые желают вернуть свои инвестиции - это игроки, которые устали от данной игры и хотят вернуть часть потраченных в ней денег, обычно за счет внутриигровых покупок или виртуальных сделок. Сюда также можно отнести игроков, которые больше не могут позволить себе тратиться на игры на прежнем уровне и хотели бы сократить число игр, в которых они участвуют. Эту категорию геймеров можно сравнить с продавцами, которые расстаются с коллекцией любимых сумок: они не пытаются на этом нажиться, а скорее надеются вернуть часть уплаченной стоимости.

Основная проблема, с которой сталкиваются как геймеры-предприниматели, так и те, кто желает вернуть свои инвестиции, складывается из двух факторов. Во-первых, виртуальную торговлю не одобряют многие крупные разработчики ММОПГ, поскольку считается, что подобная практика подрывает

⁴ <https://www.cnbc.com/2016/08/10/want-a-full-pokemon-go-account-its-yours-for-999999.html>

играбельность игры. Во-вторых, развитие социального и мобильного гейминга означает, что аккаунты, как правило, привязываются к профилю в соцсети, например, в сети Facebook. Невозможно отделить профиль соцсети от профиля в игре. Таким образом, игрок, мечтающий вернуть свои инвестиции и желающий продать, например, свой аккаунт в Mafia Wars или Candy Crush, должен будет также продать и свой аккаунт в Facebook.

MatchTrade - одно из ключевых уникальных торговых предложений платформы Matchroom, созданное с помощью авторской системы создания аккаунтов. Данная функция позволяет разделить реальный профиль человека в социальных сетях и игровой аккаунт. Пользователи Matchroom смогут продавать любые свои игровые аккаунты открыто, через платформу *MatchTrade*⁵. В целях обеспечения полной безопасности и надежности, а также во избежание мошенничества при продаже и передаче аккаунта, Matchroom предусматривает функцию временного блокирования средств (*MatchEscrow*), которая позволяет надежно блокировать как аккаунт, так и средства, до благополучного завершения процесса передачи. Финансируется MatchEscrow за счет комиссии на каждую сделку, которая представляет собой определенный процент от установленной продажной цены.

Задача *MatchTrade* и *MatchEscrow* - легализовать процесс купли-продажи аккаунтов, сделав его прозрачным и надежным. При этом, разработчику игры предоставляется возможность исключить виртуальную торговлю аккаунтами на черном рынке и получить свою долю выручки⁶. Также предполагается использовать *MatchTrade* и *MatchEscrow* для торговли виртуальными предметами.

Онлайн трансляции (Виртуальные подарки)

Онлайн трансляции Matchroom предназначены не только для знаменитых интернет-персонажей. Напротив, мы будем рады приветствовать на нашей платформе любого автора, состоявшегося или начинающего, и готовы предоставить ему значительную аудиторию на рынке. Мы эффективно предоставляем авторам альтернативный способ монетизации своего контента:

- Трансляции на платформе Matchroom предоставляют авторитетному персонажу или автору контента увеличить свою аудиторию на целевом рынке, поскольку размещаемые здесь материалы почти наверняка попадутся на глаза пользователям Matchroom, которые все поголовно являются участниками отрасли или энтузиастами-любителями.
- Matchroom предоставляет своим пользователям альтернативный способ поддержать своих любимых стримеров и авторов контента с помощью Виртуальных подарков, цель которых сделать весь процесс более

⁵ Обязательным условием является разрешение разработчика игры. Однако, создатели Matchroom намереваются выдвинуть изначальное условие: все игры, лицензированные для данной платформы, должны поддерживать функцию продажи и покупки аккаунтов, или использование версии игры P2A.

⁶ <https://killscreen.com/versions/black-market-peddling-pokemon-go-accounts/>

динамичным и увлекательным. Получатель данных подарков впоследствии получит денежную комиссию, равную заранее определенной доле от продажной стоимости подарка.

Кроме того, команда Matchroom также планирует запускать ряд инициатив, направленных на помощь авторам контента из числа рядовых пользователей; для этого предусматриваются семинары, специальные системы поощрения и, возможно, различные варианты поддержки.

Способствовать развитию отрасли

При разработке платформ принято прежде всего учитывать интересы пользователя. Однако, создатели Matchroom убеждены, что интересы операторов отрасли не менее важны. Ведь без предложения не будет и спроса. Игрокам необходимы игры, в которые они будут играть, фанатам необходим контент, за счет которого они будут испытывать эмоции.

Поэтому при разработке платформы Matchroom ее создатели в обязательном порядке уделяли внимание тем функциям, которые стимулируют развитие соответствующих участников отрасли.

Спонсорская поддержка брендов (киберспорт и мероприятия)

Потенциальные спонсоры могут сталкиваться с рядом трудностей при поиске оптимальных получателей спонсорской поддержки. При выделении финансирования спонсор, как правило, преследует цель демонстрации своего бренда, что становится альтернативным источником рекламы. Однако, при этом спонсора подстерегают следующие риски:

- Установление контакта с хорошо известными организаторами или стримерами означает гарантированно огромный охват рынка, но при этом подразумевает риск отказа, ведь существуют ограничения, наложенные уже существующими спонсорами. Кроме того, выход на занятую рыночную нишу может в итоге серьезно уменьшить выгоду от реализации любых стратегий размещения продукта или бренда.
- Другой вариант - установление контакта с начинающими организаторами или стримерами; охват рынка при этом все равно будет заметный, при этом степень насыщенности рынка значительно ниже. Однако, точно определить подходящих кандидатов на эту роль сегодня невероятно трудно. Спонсоры рискуют совершить неверный выбор, или же связаться с людьми, которые не принесут им практически никакой известности.
- Суть проблемы в том, что на сегодня не существует ни одного реального, отобранного кураторами списка или базы данных, по которой потенциальные спонсоры могли бы сверяться для принятия информированных решений.

- Кроме того, спонсоры в некотором смысле вынуждены ограничиваться географическими привязками к своему региону, и виной тому нормативные ограничения, FOREX и прочие бюрократические препоны.

С другой стороны, эти самые стримеры и организаторы, которых разыскивают спонсоры-бренды, также сталкиваются с проблемами: им сложно гарантировать себе получение поддержки и денежных средств, поскольку у них нет эффективного способа получить доступ к аудитории и показам.

Matchroom намеревается заняться созданием рынка для киберспорта, в основу которого будет положено влияние социальных сетей и видеотрансляций. Идея заключается в том, чтобы воспользоваться зарождающимся интересом и растущей популярностью киберспорта в Азии для укрепления авторитета платформы для всей культуры геймеров в Юго-Восточной Азии. Азиатские команды киберспортсменов становятся все более заметны на международных турнирах. Matchroom собирается позиционировать себя как социальная платформа *de facto* для азиатских киберспортивных команд и игроков. С помощью расширенной линейки инструментов для общения Matchroom, профессиональные геймеры смогут размещать страницы для фанатов, создавать свои каналы, проводить собственные турниры. Фанаты киберспорта смогут общаться со своими любимыми игроками, следить за их выступлениями на различных турнирах и даже принимать участие в турнирах или челленджах, которые эти игроки организуют.

Matchroom также работает над совершенствованием собственной технологии видеотрансляций, чтобы в результате позиционироваться как выбор №1 для всего видеоконтента ЮВА, посвященного киберспорту. Помимо трансляции онлайн-показов международных соревнований по киберспорту, Matchroom позволит организовывать трансляции и видеозапись состязаний и турниров, проводимых непосредственно на платформе. Профессиональные геймеры и влиятельные интернет-персоны смогут комментировать в прямом эфире международные турниры, которые транслируются или размещаются на платформе сообщества Matchroom. Благодаря данному подходу, Matchroom может предложить фанатам киберспорта беспрецедентную ценность: они не только получают доступ к **контенту**, но также и смогут участвовать в **обсуждении** и быть частью **сообщества**.

И, наконец, решающим элементом в рамках нашей стратегии по привлечению зрителей и всей аудитории киберспорта является создание собственной рейтинг-системы Matchroom. Matchroom разработает и выпустит собственную рейтинг-систему, в которой будут отслеживаться успехи азиатских киберспортивных команд и индивидуальных игроков на соревнованиях. На основании этого рейтинга будет создаваться уникальный профиль с балльными оценками для каждой киберспортивной команды или игрока. Данное решение поддерживает конструктивные инициативы нашего сообщества и аудитории, а также создает уникальный контент, который будет доступен только на платформе Matchroom.

Краудфандинг для разработчиков

Обращаясь к другой стороне отрасли, можно четко увидеть, что разработка игр и направленные на это инвестиции на сегодня практически полностью находятся в сфере деятельности крупных именитых организаций. Небольшие компании и независимые разработчики, обладатели потенциально прекрасных идей, не могут реализовать свои идеи в силу недостатка финансирования и отсутствия способов это финансирование получить.

Традиционные варианты привлечения средств, такие как первичное публичное размещение акций, банковские займы и индивидуальное венчурное инвестирование бизнес-ангелов, влекут за собой значительные административные и исполнительные расходы, не говоря уже о том, что зачастую осложняются бюрократической волокитой и законодательными препонами. У небольших компаний и независимых разработчиков, как правило, не хватает возможностей и навыков для решения столь запутанных финансовых вопросов в столь сжатые сроки.

И даже попытки получить финансирование через краудфандинг или иные более современные фандрайзинговые каналы также наталкиваются на внутренние противоречия существующих платформ.

- На стандартной платформе для краудфандинга не найти тщательно отобранный перечень проектов: у владельцев таких платформ на это нет ни умений, ни времени, ни бюджета. Эта невозможность облегчить процесс принятия верного информированного решения приводит к уменьшению готовности инвесторов вкладывать собственные деньги, поскольку профиль рисков представляется довольно неопределенным. В конечном итоге, все это отрицательно скажется на эффективности, а значит, и на вероятности успеха фандрайзинговой инициативы разработчика.
- У нынешних платформ для краудфандинга отсутствует какая-либо опора на специализированные транслируемые сообщества, что приводит к малому охвату рынка, а значит, вероятность выхода на целевую аудиторию разработчика резко уменьшается.
- Кроме того, даже на специализированных платформах, основанных на базе сложившихся сообществ, начинающие разработчики вынуждены столкнуться со следующей проблемой: прежде чем разработчик получает право разместить заявку, платформа требует, чтобы готовность его продукта составляла определенный достаточно высокий процент. Это требование серьезно повышает входной порог, что работает против авторов с отличными идеями, у которых нет ни средств, ни поддержки для реализации своих идей; возможно, даже создание прототипа они не могут себе позволить.

Matchroom намеревается поддерживать разработчиков, всячески способствуя реализации их фандрайзинговых инициатив. Для этого предусмотрены следующие функции платформы:

- Узкоспециализированная аудитория и охват целевого рынка. Сообщество Matchroom будет целиком и полностью состоять из участников отрасли. Соответственно, они будут намного более заинтересованы в новых отраслевых продуктах.
- Позволяет принять более информированное решение. Проекты разработчиков, представленные на платформе, будут отобраны в результате строго отбора, а значит, что гарантирует потенциальным инвесторам более высокую вероятность успеха; кроме того, перед принятием решения, потенциальные инвесторы смогут взглянуть на завершённую часть работ благодаря нашему гибкому функционалу API/SDK.
- Предотвращение мошенничества с помощью поэтапных выплат. После перечисления инвестиционных средств, вся вложенная сумма не окажется сразу же в кошельке разработчика. Разработчики должны будут разбить свой проект на этапы, и предусмотренное для каждого определённого этапа финансирование будет выплачиваться только по завершении предыдущего этапа.

Синергия между тремя основными принципами Matchroom

Платформа Matchroom построена таким образом, что каждый из трех ее ключевых принципов обладает сильной синергией в отношении друг друга, что позволяет замкнуть контур положительной обратной связи.

Благодаря своему разветвленному функционалу по созданию добавочной стоимости, Matchroom способствует развитию лояльного сообщества, что приводит к притоку постоянного ежедневного трафика, а значит, у авторов контента растет аудитория, а у продавцов игр появляется больше потенциальных покупателей, и все это эффективно повышает потенциал для монетизации. В то же время, активное рыночное пространство и увеличение объемов качественного контента в результате повышения потенциала для монетизации (все больше людей будут готовы стать авторами контента), в свою очередь, подстегнет рост сообщества Matchroom. Кроме того, разрастание сообщества и увеличение доступности контента создает насыщенную среду для функционирования отрасли, обеспечивая больший размер рынка и более высокий уровень рыночной активности.

С другой стороны, потенциал для успешной монетизации прямо пропорционален общему обороту в отрасли. Этим отношением управляет целый ряд взаимосвязанных факторов:

- Большинство игроков не готово тратить на игровые покупки, поскольку в дальнейшем у них нет возможности вернуть потраченные средства. Поэтому упрощение торговли внутриигровым цифровым имуществом

(предметы, аккаунты и т.д.) позволит снизить опасения, поощряя пользователей на траты, что повысит прибыльность отрасли.

- Упрощая процесс торговли, Matchroom создает ещё и побочный продукт: надежное и безопасное рыночное пространство, где покупатели могут спокойно совершать покупки. Это облегчение доступа к высококачественному игровому продукту частично ликвидирует порог вхождения в этот мир для новых игроков, которые начинают играть в более старые игры. Прямым следствием данного факта является увеличение жизненного цикла более старых игр, что дополнительно повысит прибыльность отрасли.
- Обращаясь от Виртуальной торговли к работе с авторами контента, увеличение потенциала для монетизации контента неминуемо привлечет большее количество участников отрасли, они, как минимум, начнут предпринимать попытки в этом направлении. Поскольку уровень контента и авторов, представленных на платформе Matchroom, практически наверняка будет представлять интерес для отрасли в целом, рост объемов контента неизбежно окажет неоценимую поддержку всей отрасли (бесплатное и целевое продвижение мероприятий/игр через обзоры, помощь в освоении геймплея через руководства, помощь в удержании пользователей благодаря интересному контенту).
- В ответ на повышение прибыльности, в отрасль поступит больший объем инвестиций, что обеспечит более стабильное производство игр и мероприятий высокого качества, а значит, участники отрасли получат больше вариантов и направлений для создания контента, что, в конечном итоге, приведет к дальнейшему улучшению условий монетизации.
- Также можно предположить, что полученная отраслевыми корпорациями прибыль вернется потребителям и авторам контента, поскольку они будут более мотивированы на отдачу в адрес сообщества, более активно участвуя в спонсорских проектах и различных системах вознаграждения, основанных на пользовательской поддержке.

ТОКЕНОМИКА MATCHROOM

Решение дилемм игровой индустрии с помощью технологии блокчейн

Можно с уверенностью заявить, что Leet Entertainment выбрала идеальный момент для воплощения в жизнь концепта Matchroom и связанных с ним идеалов. Команда, представляющая Leet Entertainment и Matchroom, давно мечтает о создании интегрированной платформы, способной вместить в себя все виды деятельности внутри отрасли и сплотить вокруг себя всех заинтересованных участников, вне зависимости от страны проживания и потребительских предпочтений. Функционал платформы, намеченный на начальных этапах создания Matchroom, был равно амбициозен и достаточно универсален, однако, присутствовал ряд проблем с потенциально серьезными последствиями, с которыми команда пыталась справиться до появления технологии блокчейн.

Основатели и создатели проекта не испытывали желания поддаться модному веянию, просто чтобы делать так, как все, или чтобы не остаться за бортом массового движения. Напротив, путь использования блокчейна, криптовалюты и ICO был одним из рассматриваемых вариантов. Его дальнейшая адаптация стала результатом тщательных исследований, которые завершились убедительными выводами.

Виртуальные подарки

- **Сохранение анонимности.** Поскольку блокчейн является полностью децентрализованной системой, он позволяет стримерам, использующим платформу, совершать полный цикл транзакций, вплоть до получения наличных, не раскрывая при этом своих персональных данных.
- **Удешевление стоимости транзакций.** В сравнении с существующими платежными шлюзовыми платформами, расходы на проведение транзакций при использовании криптовалюты существенно ниже.

Виртуальная торговля

- **Транзакции, защищенные от мошенничества.** Использование технологии блокчейн позволяет Matchroom проводить транзакции через систему смарт-контрактов, что значительно усиливает статус платформы как гаранта по исполнению обязательств сторон. Данный процесс будет полностью автоматизирован, смарт-контракты позволят идентифицировать и верифицировать и продукт, и платеж, и только после этого совершится итоговый обмен первого на второе.

Спонсорская поддержка брендов

- **Общемировой уровень.** Поддержка криптовалюты позволяет потенциальным спонсорам вступить в отношения с любым организатором, вне зависимости от географических ограничений. Поскольку деноминация криптовалют осуществляется по

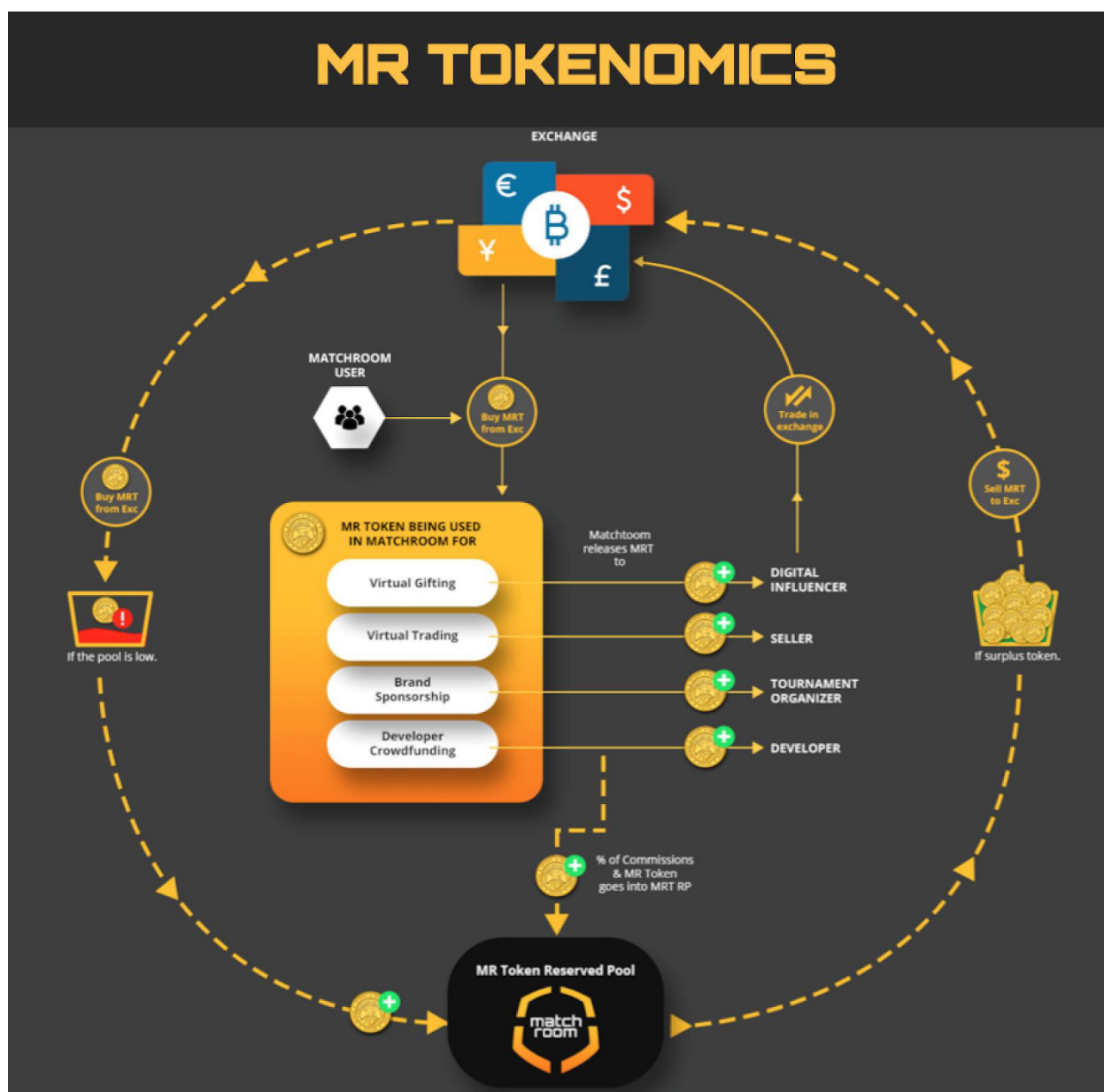
универсальному курсу, стороны, участвующие в процессе, успешно минуют всевозможные ловушки, связанные с операциями через FOREX.

- **Прозрачность.** Децентрализация реестровых счетов с помощью блокчейна также может привести к абсолютной прозрачности, поскольку все записи реестра, подделать которые невозможно, находятся в общем доступе.

Краудфандинг для разработчиков

- **Гибкая минимальная сумма инвестиций.** Вынося за скобки различные сторонние платформы для краудфандинга, построенные на платежных шлюзовых системах, криптовалюта предлагает потенциальным инвесторам гибкость в определении суммы, которой они хотели бы поддержать тот или иной ICO проект (минимальная сумма составляет всего 10 долларов США). При этом, например, традиционное ППР или более современный вариант, акционерный краудфандинг, как правило, устанавливают минимальную сумму инвестирования, превышающую средний уровень дохода.
- **Возможность выплат по результатам проделанной работы.** Главным опасением при вложении средств в краудфандинговые проекты является риск натолкнуться на заявку мошенников. Для решения этой проблемы блокчейн предлагает несколько инструментов, которые дают потенциальным инвесторам возможность установить схему поэтапной разблокировки вложенных средств на основании завершения этапов работы.
- **Действенный вариант фандрайзинга.** Традиционными технологиями фандрайзинга не всегда можно воспользоваться, это особенно затруднительно для небольших компаний и индивидуальных разработчиков, поскольку эти технологии обычно требуют серьезных вложений денег и времени, помимо умелого использования сети контактов и опыта в данной сфере.

Экосистема токенов Matchroom

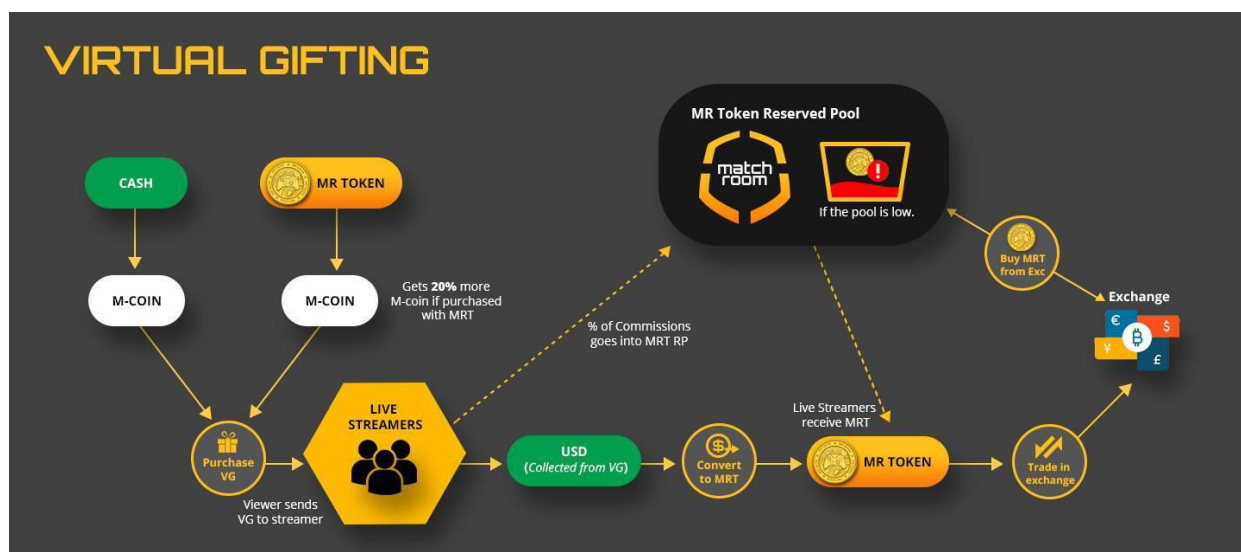


Экосистема токенов Matchroom будет опираться, главным образом, на четыре основные функции платформы, которые представлены на схеме ниже. При использовании этих функций пользователи будут покупать MRT, а владельцы контента, работающие с нашей платформой, будут продавать MRT для получения денежных выплат. Эти процессы и будут обеспечивать естественную циркуляцию криптовалюты.

Виртуальные подарки (ВП)

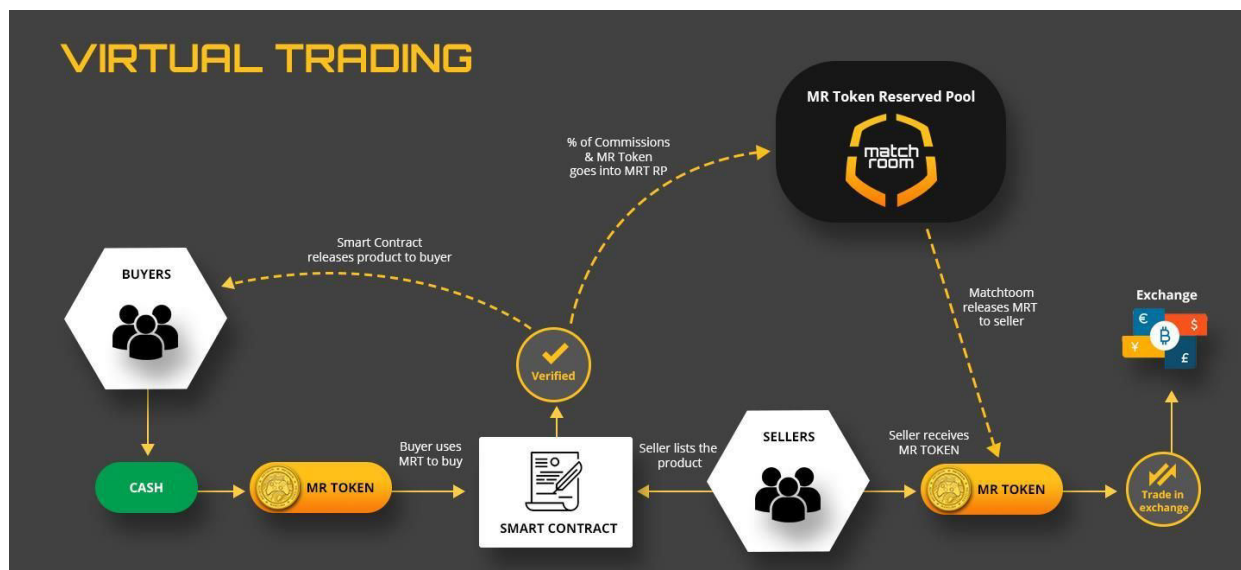
Энтузиасты и фанаты, желающие поддержать своего любимого стримера через платформу Matchroom, могут сделать это путем покупки Виртуальных подарков с помощью уникальной цифровой валюты Matchroom (MCOINS).

Купить MCOINS можно напрямую через платформу по заранее установленным ценам, используя как традиционные платежные средства, так и MRT. Получатели виртуальных подарков увидят долларовый эквивалент подарков в своем кошельке (производится деноминация в доллары США); по усмотрению получателя, эта сумма может быть переведена в MRT (берутся из Сейфа Matchroom), которые затем можно продать на открытой бирже. Таким образом обеспечивается естественная циркуляция MRT, не зависящая от рыночных спекуляций.



Виртуальная торговля (BT)

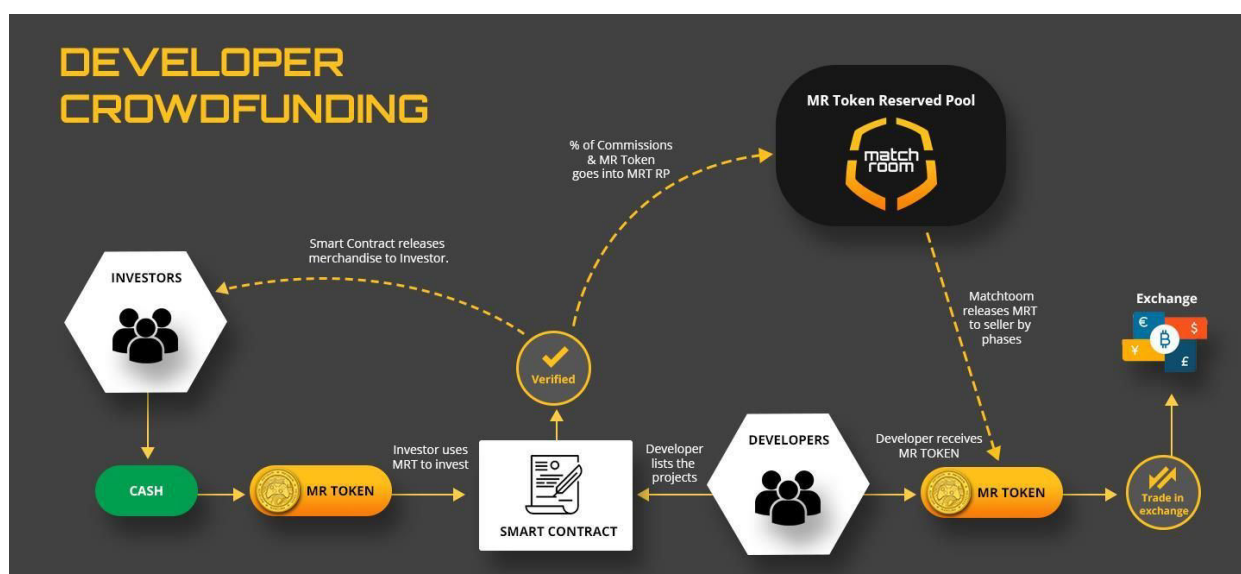
Потенциальные покупатели, желающие осуществить абсолютно безопасные транзакции через платформу, могут сделать это только с помощью MRT; купить криптовалюту им придется на открытой бирже. Транзакции будут управляться системой смарт-контрактов, при этом продавец получает сумму платежа в полном объеме (за вычетом нашей комиссии) в MRT, после выполнения условий контракта. Далее продавцы вновь продают полученные MRT на открытой бирже, вновь создавая тем циклические волны спроса и предложения.



Краудфандинг для разработчиков (КР)

Будущие инвесторы, желающие поддержать проекты различных разработчиков, опубликованные на платформе Matchroom, сначала должны будут приобрести MRT на открытой бирже, после чего смогут перевести полученные токены на любой кошелек в системе Matchroom.

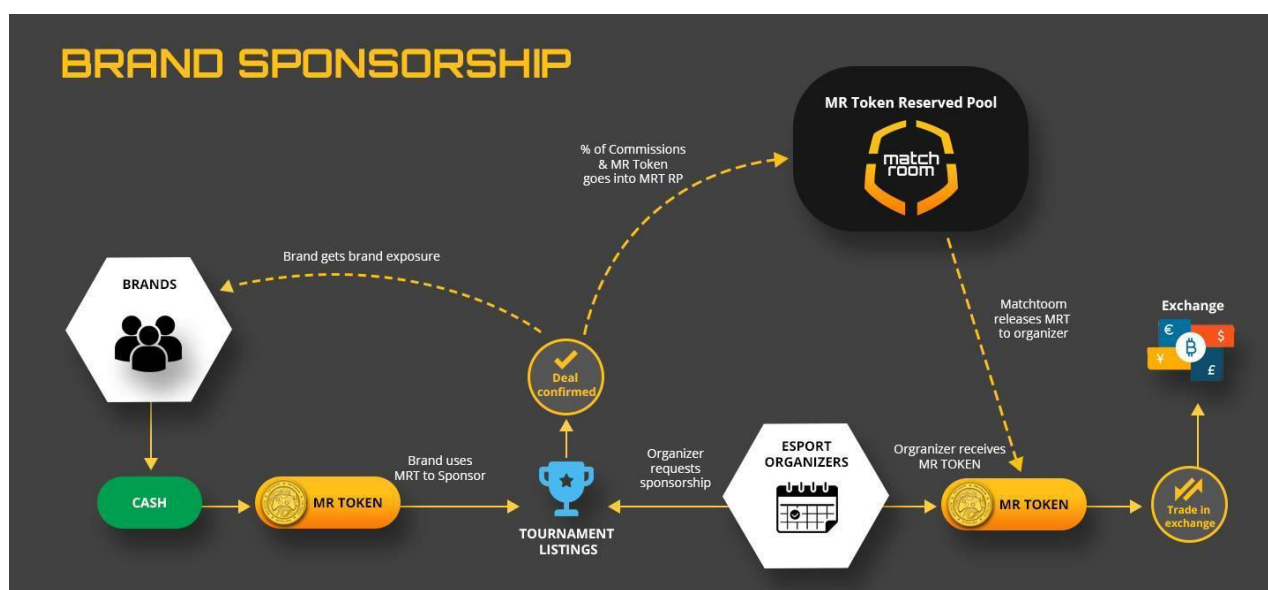
Общая сумма поступивших токенов будет сначала храниться в Сейфе Matchroom; разблокировка токенов и их выплата разработчикам производится постепенно, согласно заранее установленным этапам проекта. Разработчики, получившие финансирование, смогут впоследствии получить выплату, продав начисленные им токены на открытой бирже, создавая тем самым и спрос, и предложение на MRT в ходе всего процесса.



Спонсорская поддержка брендов (СБ)

Будущие спонсоры, желающие поддержать мероприятия по киберспорту через платформу Matchroom, сначала должны будут приобрести MRT на открытой бирже, после чего смогут перевести полученные токены на любой кошелек в системе Matchroom.

Общая сумма поступивших токенов будет сначала храниться в Сейфе Matchroom; разблокировка токенов и их выплата организаторам мероприятия производится поэтапно, согласно заранее установленным условиям. Организаторы, получившие финансирование, смогут впоследствии получить выплату, продав начисленные им токены на открытой бирже, создавая тем самым и спрос, и предложение на MRT в ходе всего процесса.



ТОКЕНЫ MR: ПЕРВИЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ МОНЕТ (ICO) MATCHROOM



Хронология продаж токенов

Pre-ICO: 28 февраля 2018 16:00 GMT+8. Предварительная продажа завершится 15 марта 2018 года.

При покупке токенов в этот период предоставляется бонус в размере 30%.

Основной этап ICO: 15 марта 2018 16:00 GMT+8. Основной этап публичной продажи токенов завершится 15 мая 2018 года.

Планируется выпуск 1.000.000.000 (1 миллиарда) токенов MR, стоимостью 0,02 доллара США каждый.

50% от всех токенов MR будут предложены квалифицированным инвесторам через процедуру ICO. 20% выделяется для основателей Matchroom, 15% - для Советников и Партнеров, оставшиеся 15% резервируются или используются в качестве бонусов.

Квалифицированные инвесторы могут подписаться на неограниченное число токенов MR через процедуру ICO. Валютой, используемой для подписки на токены MR, является ETH. Минимальная сумма транзакции составляет 0,01 ETH, максимальный порог транзакции не устанавливается. В рамках ICO предусмотрена стадия предварительной продажи токенов с бонусом в размере 30%. Мягкая капитализация устанавливается на уровне 1.500.000 долларов США.

PRICE	(Pre-sale) 1 ETH = 55,250 MR Tokens (with 30% bonus tokens) (Main sale) 1 ETH = 42,500 MR Tokens	PRE-SALE	75,000,000 MR Tokens (1,765 ETH)
TOKENS CREATED	1,000,000,000 MR Tokens	SALE BONUS	30% During Pre-Sale with the minimum purchase of 1 ETH in a single transaction (22,500,000 MRT available)
HARD CAP	USD 10,000,000 (10,000 ETH)	MAIN SALE	425,000,000 MR Tokens (10,000 ETH)
SOFT CAP	USD 1,500,000 (1,765 ETH)	ACCEPTED CRYPTOCURRENCIES	ETH
TICKER SYMBOL	MRT	ACCEPTED NATIONALITIES	Every Nationality, except: United States, Singapore. More information in our Terms of Token Sale.
MINIMUM PURCHASE PER PERSON	0.1 ETH	EXCHANGES	The plan is to be listed amongst the largest cryptocurrency exchanges.
MAXIMUM PURCHASE PER SUBSCRIPTION	Unlimited		

Средства, собранные в ходе ICO, предполагается расходовать следующим образом:

1. Разработка платформы Matchroom - 40%
 - a. Развитие продукта
 - b. Применение технологии блокчейн
 - c. Мобильное приложение
2. Набор пользовательской базы, маркетинг и продвижение - 30%
 - a. Расширение рынка
 - b. Сотрудничество с авторитетными лицами
 - c. Спонсорство и мероприятия
3. Эксплуатация платформы - 30%
 - a. Инфраструктура сервера
 - b. Сетевое и техническое обслуживание
 - c. Присутствие на местах

Leet Entertainment намеревается осуществлять торговлю токенами MR на нескольких биржах, таких как Bittrex, Binance, HitBTC и EtherDelta.

Помимо токенов MR, торгуемых на упомянутых биржах, токены MR также можно использовать на платформе Matchroom следующим образом:

- Для покупки MCoins, виртуальной валюты платформы Matchroom: при покупке MCoins за токены MR предоставляется бонус в размере 20%. Монеты MCoins позволяют получать доступ ко всем продуктам и услугам,

которые предлагаются на платформе Matchroom, от внутриигровых покупок до виртуальных подарков, и прочих предложений.

- Владельцы токенов MR получают особый доступ в наш Молл Matchroom, где будут представлены виртуальные предметы лимитированного выпуска и игровые товары, которые можно приобрести только за токены MR.
- Владельцы токенов MR получают привелигированное право доступа ко всем нашим играм на стадии Pre-beta, а также получают внутриигровой комплект бонусов Premium для улучшения геймерского опыта.
- MatchTrade и MatchEscrow; пользователи смогут участвовать в Виртуальной торговле на Рынке Matchroom только с помощью токенов MR.
- Планируется проведение ежемесячных турниров на арене MatchArena Matchroom, доступ к турнирам будет предоставляться только для владельцев токенов MR при оплате токенами MR.
- Кроме того, токены MR также можно использовать для краудфандинга в пользу независимых разработчиков игр на платформе Matchroom. Взамен, разработчики игр будут предоставлять таким разработчикам особые бонусы, от VIP-доступа до специальных комплектов предметов, аватаров и других преимуществ, в зависимости от предложений конкретного разработчика.

Дополнительные вознаграждения

Помимо использования токенов MR на платформе Matchroom, подписчикам токенов MR будут присваиваться следующие достижения, на основании уровня покупок.

- Первые 5 подписчиков токенов MR будут указаны на платформе Matchroom как главные спонсоры Matchroom ICO; они будут отмечены на платформе Matchroom лимитированным почетным титулом “Легендарные покровители”.
- Первые 100 подписчиков токенов MR получают VIP-статус на платформе Matchroom, что означает особые условия доступа и пропуски на спонсируемые мероприятия Matchroom, а также безлимитный доступ ко всем приложениям и играм Matchroom.
- При каждой покупке блока в 2 миллиона токенов MR, владелец получит Золотую монету MR лимитированного выпуска

Права подписчика на токены MR

Важно отметить, что токены MR - это всего лишь инструменты, которые позволяют подписчикам токенов MR получить доступ к будущим услугам и продуктам. Токены MR не являются долей в уставном капитале Leet Entertainment или платформы Matchroom. Они также не предоставляют

подписчикам на токены MR никаких прав на долю прибыли Leet Entertainment и не наделяют подписчиков на токены MR никакими правами кредиторов.

ЗАПУСК БЕТА-ВЕРСИИ

Leet Entertainment наметила запуск бета-версии Matchroom на конец первого квартала 2018 года.

Уникальные инструменты по построению сообщества и управлению сообществом от Matchroom будут впервые представлены геймерскому сообществу ЮВА. На этапе Бета-версии планируется детальное тестирование всех аспектов социальной интеграции платформы, на фоне естественного процесса привлечения новых пользователей за счет обмена информацией между геймерами. Предполагается установить контакт с крупными игровыми кафе и студиями, такими как Kitamen, Hax Gaming Studio, Syber Arena и стриминговая платформа Dojo, в целях размещения организуемых ими турниров и геймерских направлений на платформу Matchroom. Это позволит обеспечить быстрый рост пользовательской базы платформы Matchroom. На начальном этапе Matchroom также планирует нанять до 25 перспективных интернет-авторитетов для начала создания эксклюзивного контента для платформы, а также для тестирования технологии виртуальных подарков. Leet Entertainment также намеревается подписать контракт с крупными командами по киберспорту (не менее трех), профессионально признанными на международных турнирах по Defense of the Ancients 2 (DOTA 2), Overwatch и Counter-Strike; после подписания контракта вся активность данных команд в соцсетях будет вестись исключительно через платформу Matchroom. По мере расширения пользовательской базы Matchroom на территории Юго-Восточной Азии, указанные числа будут увеличиваться.

Matchroom рассчитывает самостоятельно привлечь 2 миллиона индивидуальных зарегистрированных пользователей; предполагается, что 800.000 человек из их числа удастся превратить в ежемесячных активных пользователей (MAU) в течение 2018 года. Чтобы обеспечить указанную лояльность, новым пользователям, для начала, будет предоставлена возможность играть в до 8 различных игр из таких категорий, как ММОПГ, казуальные игры, шутеры от первого лица (FPS) и игры в жанре MOBA (от англ. «многопользовательская онлайн-боевая арена»). В 2018 году и в последующие годы будет добавлено ещё больше игр. Matchroom установила партнерские отношения с известной китайской игровой студией Hoolai Games (*Three Kingdoms*, *War of Immortals*, *Hoolai Poker*); партнеры договорились о совместном издательстве игр Hoolai Games эксклюзивно на платформе Matchroom. Leet Entertainment намеревается заключить соглашения с China Mobile Game Association (CMGA), Hong Kong Cyber Games Arena, MOL Global Inc, Kitamen, Weraku Games, iSentric Sdn. Bhd. и 5isocial для добавления их игр и контента на платформу Matchroom на условиях совместного издания и долевого распределения прибыли.

Сроки проведения ICO совпадают с запуском закрытой бета-версии Matchroom.

ДОРОЖНАЯ КАРТА MATCHROOM



Команда Leet Entertainment твердо убеждена в том, что ключевым элементом в вопросе обеспечения гарантированных инвестиций для платформы Matchroom является создание оригинального контента, который влечет за собой права на интеллектуальную собственность и ряд эксплуатационных возможностей. Именно за счет этого Matchroom будет значительно отличаться от других геймерских платформ, связанных с процедурой ICO. Leet Entertainment намеревается придерживаться этой стратегии по целому ряду направлений, каждое из которых подразумевает все большее, но соизмеримое вмешательство в цепочку добавления стоимости в процессе создания интеллектуальной собственности.

На начальном этапе роста, наполнение Matchroom будет осуществляться за счет игр, созданных сторонними разработчиками, в рамках партнерских отношений или на основании лицензионных соглашений. Однако, Leet Entertainment не собирается пускать на самотек процесс издания игр на платформе Matchroom. Команда Leet Entertainment будет курировать процесс отбора игр. Многие платформы утверждают, что занимаются кураторской деятельностью, но при этом часто не указывают свои критерии для отбора. Leet Entertainment намеревается отбирать игры на основании их соответствия игровым предпочтениям геймеров ЮВА. Команда Leet Entertainment хорошо подготовлена для проведения содержательного кураторского отбора. Этому способствует обширный коллективный опыт команды в области цифровой

дистрибуции игр, а также сведения о составе сообщества, полученные на платформе Matchroom.

Ещё одним критерием отбора игр станет потенциал улучшения их играбельности при подключении к API/SDK Matchroom. Например, командные игры, играбельность которых улучшится в сочетании со встроенным внутриигровым чатом. Игры, в которых люди играют против сервера, теперь можно будет запускать в режимах Челлендж или Турнир. Поскольку платформа Matchroom сильно ориентирована на интересы сообщества, команда Leet Entertainment также рассчитывает сделать выборку из старых игр, которые можно переиздать⁷ в виде *Специальных изданий Matchroom*. *Специальные издания Matchroom* - это игры, играбельность которых улучшится или жизненный цикл которых обновится за счет использования функционала платформы Matchroom. Как правило, это функции, которые не были предусмотрены в оригинальной версии игры, например, возможность делиться новостями в соцсетях, онлайн-запись или торговля виртуальными предметами.

В то же время, Leet Entertainment планирует покупать или участвовать в производстве игр в партнерстве с азиатскими игровыми студиями, которые удовлетворяют азиатским предпочтениям в отношении геймплея или являются привлекательными для азиатской аудитории. Leet Entertainment будет принимать участие в процессе разработки игр совместно с теми студиями, которые стремятся выйти на аудиторию геймеров ЮВА, чтобы помочь подобным студиям реализовать оптимальную играбельность и хорошее психографическое таргетирование, используя данные, собранные на платформе сообщества. В дальнейшем платформа Matchroom будет использоваться для обеспечения маркетинговой поддержки для этих игр. Leet Entertainment также намеревается исследовать возможности партнерства с игровыми студиями для реализации третьего направления в стратегии оригинального контента: разработки AAA-игры, предназначенной для геймеров ЮВА. Эта стратегия предполагает высокие риски и возможный эффект бумеранга, однако, она же теоретически может принести компании огромную прибыль. Азиатский рынок видеоигр становится все более влиятельным, а значит, азиатские геймеры будут все больше ждать контента, созданного с учетом аудитории ЮВА, а также контента, созданного в первую очередь для ЮВА. На сегодня для большинства разработчиков игр забота о потребностях различных рынков, включая ЮВА, заключается, в основном, в обеспечении базовой локализации, как то субтитры на местном языке или указание цен в местной валюте для внутриигровых покупок. Некоторые разработчики иногда готовы пойти на кастомизацию, например, включить локальные географические объекты в географию игры. Игра же, ориентированная на геймера из ЮВА, выстроенная на материале сюжетов и героев, которые привлекательны для данного региона или же были созданы региональными авторами, создаст для

⁷ Тайская компания Electronics Extreme получила права на издание Ragnarok Online в Таиланде после окончания срока действия оригинальной лицензии. Компания смогла сделать это потому, что по данным сервера было очевидно, что самое крупное сообщество игроков Ragnarok за пределами Южной Кореи находится в Таиланде.

платформы Matchroom мощнейшие возможности для получения прибыли за счет благодарной публики и позволит диверсифицировать источники доходов платформы.

ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДОВ MATCHROOM

Источники доходов Matchroom тщательно прорабатывались, чтобы учесть специфику потребительского поведения геймера ЮВА, а также опыт проведения аукционов и продаж виртуальных предметов на различных рынках ЮВА. При выстраивании источников дохода, Matchroom намеревается сконцентрироваться на четырех потенциально сильных концептах:

- **Внутриигровые покупки**

Внутриигровые покупки - один из элементов реализации схемы P2A, и именно его будет проще всего запустить и начать эксплуатировать. Это проверенный источник дохода; у команды Leet Entertainment есть значительный опыт запуска игр с последующим созданием и использованием возможностей по получению прибыли за счет внутриигровых покупок, особенно в играх ММОРПГ. Согласно прогнозам Matchroom, 15% игроков будут использовать платные услуги; средний доход на платного пользователя (ARRPU) предположительно составит 20-100 долл. США для ММОРПГ игр и 5-20 долл. США для казуальных игр и шутеров⁸.

- **Виртуальные подарки**

Виртуальные подарки превратятся в способ монетизации мощных инструментов Matchroom по созданию контента для соцсетей; целевая заинтересованная аудитория - перспективные интернет-авторы. Стоимость виртуальных подарков, предлагаемых на платформе Matchroom, будет устанавливаться в диапазоне от 0,99 до 99,99 долларов США за подарок, при этом планируются некоторые подарки премиум-класса / с ограниченной по времени продажей, которые можно будет приобрести только за токены MR. Договоры, предполагающие разделение прибыли, стимулируют автором на создание все более уникального контента, что, в свою очередь, привлекает большее количество пользователей, а значит, возрастает доход от продажи виртуальных подарков. Несмотря на сложившийся рыночный стереотип, который гласит, что виртуальные подарки в основном распространены только среди китайской аудитории, местные сайты с виртуальными подарками, например, BIGO, показали, что виртуальные подарки способны создавать существенную прибыль. Система виртуальных подарков Matchroom будет выстроена вокруг персонажей игровой сцены, с такими подкатегориями как косплей, аниме, персонажи киберспорта.

- **Виртуальная торговля**

Виртуальная торговля - ещё один компонент реализации схемы P2A, который должен стать одной из ключевых отличительных черт платформы Matchroom. В

⁸ На основании прошлого опыта команды Leet Entertainment с играми *Audition* (танцевальная игра в аркадном стиле) и *Sudden Attack* (ШПЛ)

целях получения прибыли Matchroom планирует использовать два направления виртуальной торговли. Первым направлением является торговля виртуальными предметами в Молле Matchroom. Этот процесс будет осуществляться в тесном сотрудничестве с разработчиками игр. Предполагается создание специальных игровых комплектов, или комплектов, выпущенных в ограниченном количестве, или предметов, которые можно купить только в конкретных окнах Молла Matchroom, расплатившись монетами MCoins или токенами MR, в случае, когда речь идет о предметах лимитированного выпуска. Matchroom разделит полученную прибыль с разработчиками игр. Matchroom будет также проводить онлайн-аукционы для продажи уникальных локализованных виртуальных предметов или же виртуальных предметов, выпущенных в единственном экземпляре совместно с разработчиками. Команда Matchroom накопила обширный опыт проведения подобных аукционов по продаже специальных предметов лимитированного выпуска, где игроки были готовы заплатить за такие предметы до 15.000 долларов США⁹.

Вторым направлением виртуальной торговли является торговля аккаунтами, которая производится с помощью сервисов *MatchTrade* и *Match Escrow*, и составит очередной элемент в структуре наших доходов по схеме P2A. Этот функционал потребует детального тестирования, подробнейшей разработки, а также сотрудничества с издателями игр. Эти функции мы намереваемся запустить в последнюю очередь. Однако, поскольку торговля аккаунтами может оперировать крупными суммами¹⁰, а Matchroom будет получать 1-1,5% от конечной цены сделки, мы ожидаем увидеть существенный вклад этих операций в структуре доходов Matchroom.

- **Реклама**

Прямые трансляции от интернет-авторитетов и видео будут доступны только после просмотра пользователями 5-10-секундного видео. В некоторых условно бесплатных играх (freemium) игрокам придется посмотреть 5-10-секундное рекламное видео, чтобы получить доступ к игре. Рекламная модель Matchroom похожа на модель YouTube, когда пользователь вынужден посмотреть рекламу, прежде чем получить доступ к бесплатному контенту.

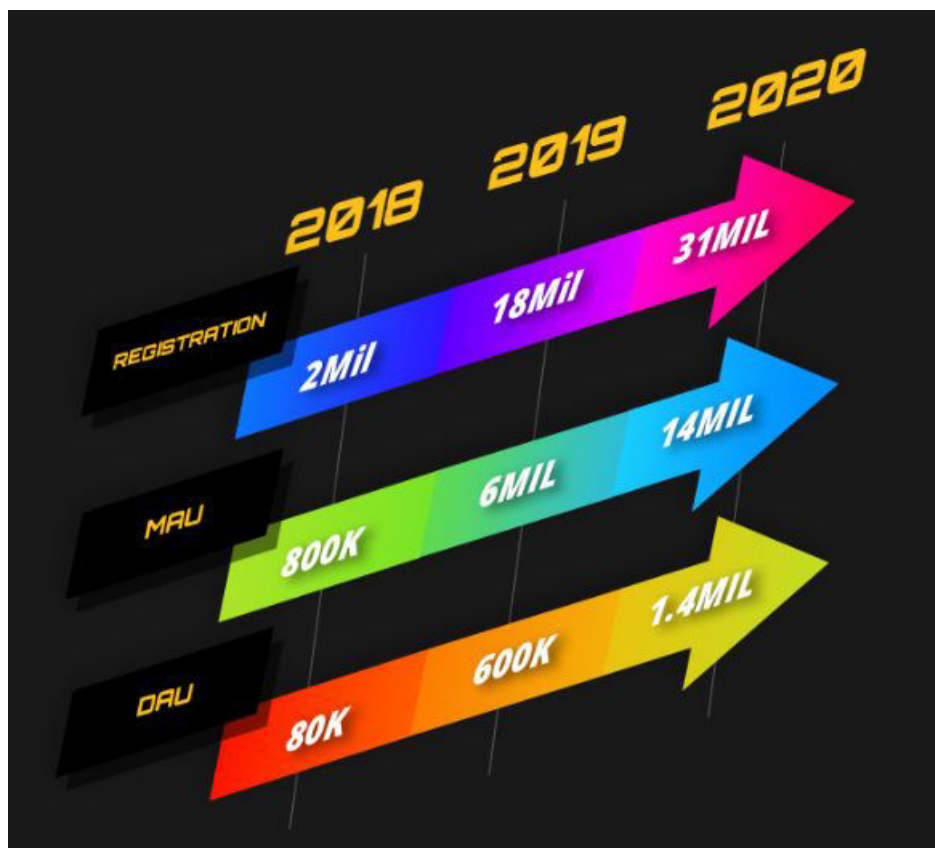
- **Комиссия за обслуживание**

Matchroom будет удерживать долю в размере 5% от токенов, собранных разработчиками и организаторами в рамках фандрайзинговой компании с помощью нашего функционала, построенного на технологии блокчейн. Затем эти токены будут выводиться на открытую биржу, когда и в том случае, если Сейф Matchroom превысит установленный баланс в 15%.

⁹ На основании опыта Leet Entertainment в проведении аукциона по продаже специальных предметов в качестве издателя ММОРПГ игры *Maple Story*.

¹⁰ <https://www.theguardian.com/technology/2016/jul/19/pokemon-go-accounts-sold-thousands-ebay>

ПРОГНОЗ ЧИСЛА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ MATCHROOM



Прогноз в отношении числа пользователей Matchroom, в основном, базируется на числе новых зарегистрированных пользователей, привлеченных силами интернет-авторитетов. Отдача от маркетинга в соцсетях и поддержанных игр ожидается незначительная. Предполагается, что приведенные значения будут расти в экспоненциальной прогрессии, что обусловлено самой природой социальных платформ: лояльные пользователи неизбежно будут выступать в роли сильных маркетинговых инициатив, поскольку они занимаются продвижением платформы и привлекают новых пользователей из числа своего круга общения.

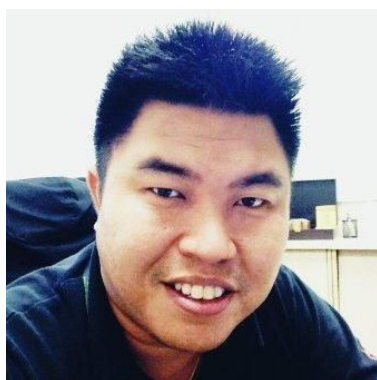
Matchroom активизирует этот процесс за счет автоматически возобновляющейся цепочки создания добавленной стоимости. Все начинается с начального привлечения потребителей на этапе выхода Matchroom на рынок. Matchroom предоставит этим потребителям веские основания для продолжения взаимодействия, обеспечив их объемным контентом, позволяющим удержать внимание. Далее, благодаря привлеченной аудитории, Matchroom подстегнет дальнейшее производство контента; делать это будет проще, поскольку уникальный функционал платформы гарантированно обеспечит сохранение аудитории. Наконец, Matchroom сможет монетизировать вложенные усилия, удерживая стоимость, создаваемую на всем протяжении цепочки, с помощью бесчисленного множества предназначенных для этого

техник. Успешная монетизация позволит Matchroom и далее поддерживать начальное внимание потребителей, посредством все новых маркетинговых инициатив.

КОМАНДА MATCHROOM

За разработкой платформы Matchroom стоит команда ветеранов игровой отрасли, обладающая всеми необходимыми знаниями и навыками, чтобы обеспечить развитие и рост платформы и полностью раскрыть ее финансовый потенциал.

Основатели



КИТ ЛОНГ (ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР) - ПОЛЕВОЙ КОМАНДИР

Кит возвращается в мире азиатской игровой индустрии более 10 лет; последние 15 лет он занимает руководящие должности в Terra ICT (eGames Global), Asiasoft, Migme, а сейчас является со-учредителем и генеральным директором компании Leet Entertainment. Он лично контролировал все процессы, от дистрибуции до издания, нескольких ярких хитов: O2Jam, Knight Online, Maplestory, Ragnarok Online 2, Sudden Attack, а также Audition, который очаровал игроков Юго-Восточной Азии и до сих пор остается одним из главных источников прибыли для компаний, в которых он раньше работал.

До основания Leet Entertainment, он отвечал за международные рынки для Migme, социально-развлекательной платформы, с расширенными функциями игр и виртуальных подарков, которая котируется на бирже ASX и насчитывает почти 60 млн ежемесячных активных пользователей. Кит привносит в Leet Entertainment свои глубокие знания в области менеджмента и накопленный опыт по развитию стартапов до уровня расширяющихся и прибыльных компаний.

<https://www.linkedin.com/in/keith-long-70598a15/>



КРИС ЯУ (ГЛАВНЫЙ ОПЕРАЦИОННЫЙ ДИРЕКТОР) - БУНТАРЬ

Ветеран игровой индустрии Крис начал свою карьеру в Terra ICT, одном из первых издателей игр в Малайзии, а также в одной из первых компаний, запустивших серверы ММОРПГ в Малайзии для игроков со всего мира. За 15 лет в бизнесе издания и дистрибуции игр, Крис успел попробовать себя в самых разных ролях, от подготовки и реализации игровой механики до обсуждения лицензионных прав с разработчиками игр из Кореи, Китая, Тайваня и ОАЭ. Он также привносит в проект значительный практический опыт анализа данных и прогнозирования доходности для игр. Крис специализируется на стратегиях кастомизации и локализации для казуальных игр, особое внимание уделяет расширению базы среднего количества пользователей в день (DAU), а также повышению доходности на одного пользователя.

<https://www.linkedin.com/in/christopher-yau-611465143/>



ПИТЕР НГ (ГЛАВНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР) - ВОЛШЕБНИК

Питер имеет опыт работы в IT как в коммерческом, так и игровом контексте, он занимался развитием и IT-системами в самых разных компаниях, от логистических до игровых, включая различные приложения. Его основная специализация в области системного управления играми - это интеграция платежных систем, электронных кошельков, вознаграждений и рейтинговых/ранговых систем в игры и приложения. Его задача в Leet Entertainment - обеспечить надежный IT-фундамент для платформы Matchroom, а также управлять работой команды разработчиков, которые занимаются

созданием различных функций Matchroom. Геймерские предпочтения Питера ведут его в сторону жанра MOBA: он ярый поклонник *Clash Royale*.

<https://www.linkedin.com/in/peter-ng-a96356142/>



КАМАЛЬ ХАМИДОН (ГЛАВНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ДИРЕКТОР) - ОРАКУЛ

Многолетняя карьера Камалю в международной банковской сфере, со специализацией на торгах FOREX, позволяет ему, как никому другому, разбираться как традиционных моделях финансовых потоков, так и в компонентах платформы Matchroom, построенных на использовании криптовалюты. Ветеран HSBC и Citibank, Камаль контролирует процессы фандрайзинга и отслеживает взаимоотношения Leet Entertainment с инвесторами.

<https://www.linkedin.com/in/kamal-hamidon-mohamed-ali-8a4643148/>

Миньоны



Ежедневным обслуживанием платформы со стороны пользовательского интерфейса занимается наша **Операционная группа**, и каждый специалист в ее составе обладает примерно десятилетним опытом в своей сфере специализации. Эта группа старается обеспечить положительный опыт всем пользователям платформы и обеспечить ее рост; в этом им помогают обширные знания в таких областях как цифровой маркетинг, дизайн пользовательского интерфейса и универсальный дизайн, управление продуктом и сообществом, создание контента, управление операциями и пользователями; именно эти специалисты ранее работали над такими знаменитыми проектами как Maple Story, Cabal, O2-Jam, Ragnarok Online 2 и Sudden Attack. В нашей команде даже есть интернет-знаменитость регионального масштаба, крайне успешно выступающий в роли стримера, комментатора и организатора мероприятий по киберспорту и журналиста, пишущего на геймерские темы.



Наша незримая поддержка, занятая неустанным трудом за нашими спинами - **Группа по обеспечению инфраструктуры**, которая обеспечивает нам оптимальные условия для работы. Эта молодая и динамичная команда экспертов в области подключения и взаимодействия устройств, вышедшая из таких крупных телекоммуникационных компаний, как AT&T и Celcom; стаж работы каждого специалиста - от 5 до 10 лет. Сейчас группа занимается обеспечением сетевой архитектуры с помощью самых передовых технологий Программно-конфигурируемой сети (SDN) и Виртуализации сетевых функций (NFV).



Трудятся, не покладая рук, и цифровые каменщики современности - наша **IT-команда**, которая обеспечивает бесперебойную работу по всем аспектам программного обеспечения и дизайна. Эта команда по большей части состоит из матерых ветеранов IT сервиса, опыт работы каждого специалиста - свыше десяти лет. В команде собрались эксперты в таких направлениях как поддержка обкатки и развертывания в среде эксплуатации, оценка архитектуры программного обеспечения, администрирование баз данных и оценки рисков, разработка программного обеспечения, и многое другое.



Вопросами разработки занимается команда опытных специалистов в области разработки программного обеспечения, суммарный опыт которых в отрасли составляет более 34 лет. Эта команда, офисы которой расположены в Гонконге и Ченгду, принимала участие и возглавляла проекты по разработке ПО и баз данных для крупных банков, страховых компаний и казино. Впоследствии они отошли от работы с корпоративными клиентами и сейчас занимаются социальными геймерскими вебсайтами.



Мы также привлекли к нашему проекту команду разработчиков из Сингапура, среди выполненных работ которой числится множество решений для аппаратного и программного обеспечения, включая бытовую электронику с выходом в интернет, онлайн-платформы и мобильные платформы, мобильные электронные кошельки, консоли и системы для серверного управления, бизнес-платформы для контроля эффективности, системы оценки и вознаграждения сотрудников, мобильные платформы для электронной торговли, модули для чата, стриминга и социальных сетей, и многое другое.

НАШИ СОВЕТНИКИ И КОНСУЛЬТАНТЫ

Мы подбирали наших Советников и Консультантов, руководствуясь стратегическими соображениями, чтобы в результате способствовать росту нашего бизнес-потенциала и росту отрасли в целом. Мы убеждены, что благодаря нашим советникам и партнерам, мы сумеем сориентировать развитие нашей платформы в верном направлении и расширить наш рынок по всем странам Юго-Восточной Азии и за ее пределами.



Энтони Лау - Генеральный директор, SQ2Fintech Pte Ltd (Советник платформы)

Энтони - состоявшийся предприниматель и корпоративный лидер. У него природный талант руководить компаниями и деловыми подразделениями, придумывая, развивая и исполняя выигрышные бизнес-стратегии. У Энтони накоплен обширный опыт и сложилась сеть деловых контактов в области онлайн-платформ и мобильных платформ.

<https://www.linkedin.com/in/anthony-lau-56a2511b>



Рональд Аай - Генеральный технический директор, SQ2Fintech Pte Ltd (Советник по части блокчейн и технологий)

На протяжении последних двадцати пяти лет, Рональд занимается серийным предпринимательством в новой отрасли. В начале своей карьеры он построил несколько успешных интернет-бизнесов, и с тех пор посвящает себя развитию новых технологий для соцсетей, платежных систем, мобильных кошельков, телекоммуникаций, умной бытовой техники и блокчейна. У Рональда имеется

несколько заявок на патенты в области разработки программного обеспечения для мобильных устройств.

<https://www.linkedin.com/in/ronaldaai>



Кеннет Тэн - Соучредитель и Главный операционный директор - Pinnacle Digital (FundYourselfNow) (Советник по части ICO)

Кеннет обладает обширным опытом в области разработки программного обеспечения. На настоящий момент он занимает должность главного операционного директора в компании Pinnacle Digital.

Он выступал в качестве консультанта при крупномасштабных корпоративных развертываниях для транснациональных корпораций и государственных организаций. На его счету более десяти лет работы в таких сферах как дизайн, разработка и внедрение кастомных приложений, разработка приложений для мобильных устройств, вебсайтов и платформ для интернет-магазинов, содействия различным стартапам и бизнесам в создании своего продукта. Он является ярым сторонником финансовых технологий и считает, что возможности их потенциального применения способны перевернуть мир.

<https://www.linkedin.com/in/ktan85/>



Файаз Хуссейн (Fayyaz Hussain) - Консультант

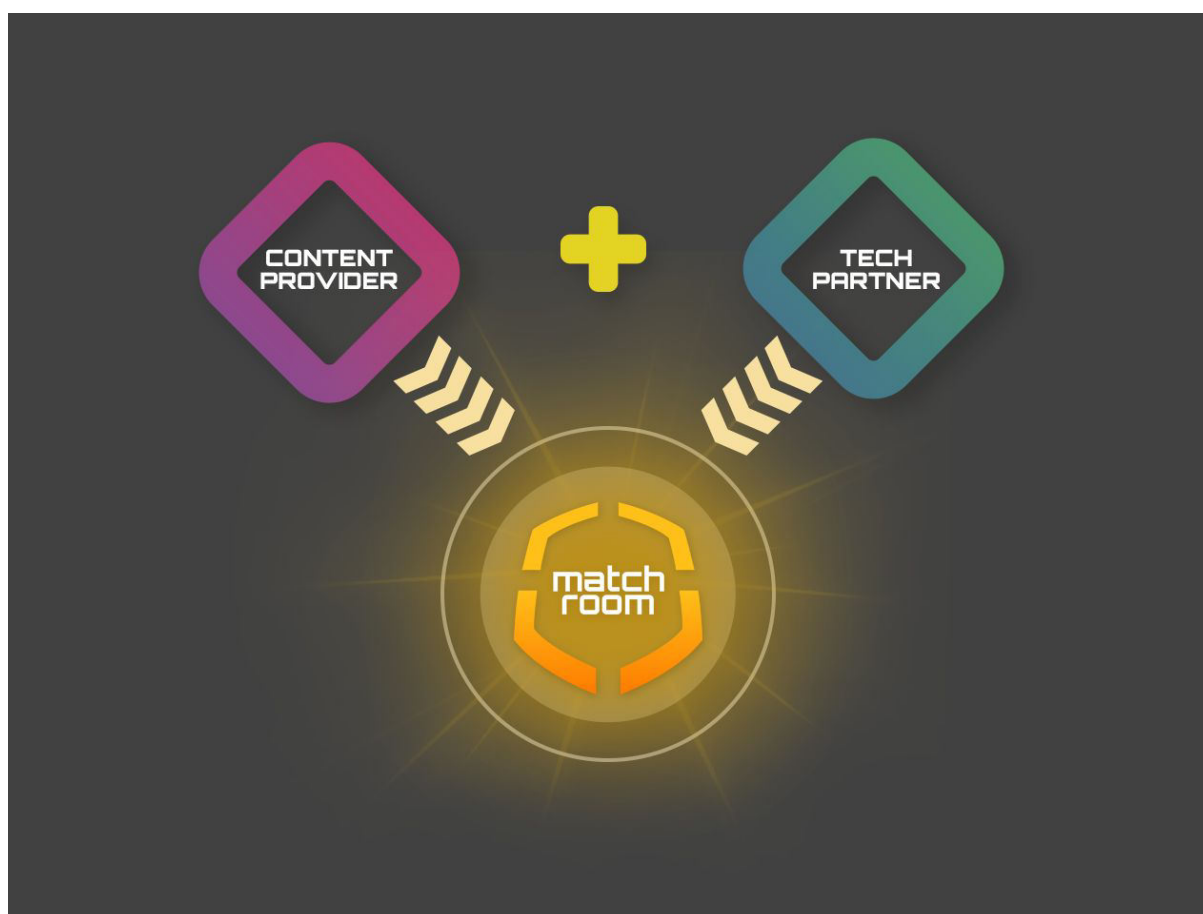
Деятельный и инициативный администратор, за его плечами - 17 лет профессиональной организации команд по развитию бизнеса (продажи) и онлайн-маркетингу с нуля для обеспечения доходности и роста в таких сферах, как телекоммуникации, пользовательский интернет и средства массовой информации. Обладает глубоким пониманием рынков и бизнес-культуры в странах Индостана, Юго-Восточной Азии и Африки.

<https://www.linkedin.com/in/fayyazhussain/>

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПАРТНЕРЫ

В целях обеспечения выгодного положения платформы Matchroom на рынках, где мы работаем, мы заключили ряд стратегических партнерств со следующими компаниями. Ключевые факторы успеха для Matchroom - это правильные партнеры по созданию контента, надежный партнер по части технологий, и знания особенностей местного рынка.

В рамках укрепления сложившегося партнерства, Matchroom намеревается экспортировать игровой и киберспортивный контент из Китая, среди прочего, от компаний Hoo Lai и HKCGA, расширяя его аудиторию в направлении Юго-Восточной Азии, а в ближайшем будущем - и на рынках Индии, Ближнего Востока и Латинской Америки. Для достижения данной цели, мы устанавливаем партнерские отношения с компанией SQ2Fintech, и данный поставщик передовых технологий участвует в создании нашей платформы, полностью подготовленной к выходу на мировой рынок.





ПАРТНЕР ПО КОНТЕНТУ

Hoolai Games

Hoolai Games - это китайская компания-разработчик и издатель мидкорных игр для социальных сетей, интернет-платформ и мобильных устройств; была основана в 2008 году Генеральным директором Вань Ли Цяо и Президентом Хуан Цзянь. Портфолио игр Hoolai, включая их самую заменитую игру, Hoolai Three Kingdoms, можно найти на различных игровых платформах, включая iOS App Store, Google Play, Facebook, Renren и Qzone от Tencent.

Главный офис компании Hoolai Games находится в Пекине; в компании работает более 700 человек, а ее офисы расположены в Шанхае, Токио, Гуанчжоу, Тайпее и в Силиконовой долине.



ПАРТНЕР ПО ЧАСТИ ТЕХНОЛОГИЙ

SQ2 Fintech Pte Ltd

Компания SQ2 Fintech является поставщиком готовых решений в области финансовых технологий, со штаб-квартирой в Сингапуре и офисами в Китае и Малайзии. SQ2 занимается построением инновационных технологических решений, платформ и экосистем; особенно для сектора финансовых технологий.

Компания разработала и реализовала множество решений для аппаратного и программного обеспечения, включая бытовую электронику с выходом в интернет, онлайн-платформы и мобильные платформы, мобильные электронные кошельки, глобальные решения для предоплаты по дебетовым картам совместно с Union Pay и Mastercard, консоли и системы для серверного управления, бизнес-платформы для контроля эффективности, системы оценки и вознаграждения сотрудников, мобильные платформы для электронной торговли, модули для чата, стриминга и социальных сетей, и многое другое.

Помимо создания специальных решений для наших пользователей, SQ2 ведет разработку алгоритма AURA (от англ. Adaptive-Unified-Reputation-Algorithm,

адаптивный объединенный репутационный алгоритм), который станет нашим авторским финтех-решением на базе технологии блокчейн. Компания внедряет блокчейн в гаджеты бытовой электроники в целях осуществления массового перехода на крипто-экосистемы с ультрамаломощными безопасными устройствами.

ЗАЯВЛЕНИЯ ОБ ОТКАЗЕ ОТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Перед принятием решения об участии в ICO следует тщательно рассмотреть и оценить все перечисленные ниже факторы риска, а также всю остальную информацию, приведенную в настоящем Аналитическом документе. По имеющимся у Leet Entertainment сведениям, все материальные факторы риска, имеющие значение для вас при принятии информированного решения об участии в ICO, изложены ниже.

В случае если какие-либо из изложенных соображений, возможностей или материальных рисков реализуются на практике, это может иметь материальные и негативные последствия для бизнеса, финансового положения и/или результатов деятельности Leet Entertainment, а также содержания и уровня использования платформы Matchroom и токенов MR. В таких случаях, торговая цена на токены MR (если они котируются на криптовалютной бирже) может упасть в силу любых изложенных соображений, возможностей или материальных рисков, и вы можете потерять все или часть своих токенов MR.

Риски, связанные с участием в ICO

Предварительного рынка для токенов MR не существует, и процедура ICO может не привести к складыванию активного или ликвидного рынка для токенов MR. До проведения ICO, биржевой площадки для токенов MR не существовало. Leet Entertainment приложит все целесообразные усилия, чтобы получить разрешение для выставления токенов MR на торги на криптовалютной бирже, однако, не существует никакой гарантии того, что данное разрешение будет выдано.

Более того, даже если данное разрешение будет выдано какой-либо криптовалютной биржей, не существует никакой гарантии того, что сложится активный или ликвидный биржевой рынок для токенов MR, или, если подобный рынок сложится, что он продолжит свое существование после того, как токены MR станут доступны для торгов на данной криптовалютной бирже. Также не существует никакой гарантии того, что рыночная цена токенов MR не опустится ниже изначальной цены покупки (“Цена Покупки”). Цена Покупки может оказаться не показательной в отношении рыночной цены токенов MR, после того как они станут доступны для торгов на криптовалютной бирже. Токен MR не является валютой, выпущенной центральным банком или национальной, транснациональной или квазинациональной организацией; он также не обеспечен никакими физическими активами или иным кредитом. Leet Entertainment не несет ответственности и не контролирует циркуляцию и торговлю токенами MR на рынке.

Торговля токенами MR будет зависеть исключительно от консенсуса относительно его стоимости, достигнутого между соответствующими участниками рынка. Никто не обязан приобретать токены MR у держателей токенов MR, включая покупателей, а также никто, ни в какой степени, и ни в какой момент времени не гарантирует ликвидность или рыночную цену токенов

MR. Более того, токены MR нельзя продавать покупателям, которые являются гражданами или постоянными резидентами стран, под юрисдикцией которых покупка токенов MR может представлять нарушение применимого законодательства.

Соответственно, Leet Entertainment не может гарантировать наличие спроса или рынка для токенов MR, или что Цена Покупки будет показательна в отношении рыночной цены токенов MR, после того как они станут доступны для торгов на криптовалютной бирже. Будущие продажи или выпуск токенов MR могут материально или негативно повлиять на рыночную цену токенов MR. Любая будущая продажа или выпуск токенов MR увеличит предложение токенов MR на рынке, что может привести к понижающему давлению на цены на токены MR.

Продажа или распределение значительного числа токенов MR за пределами ICO, или возникшая идея о возможных дальнейших продажах или выпуске, может негативно повлиять на биржевую цену токенов MR. Антиреклама также может материально и негативно повлиять на цену токенов MR. Антиреклама с участием Leet Entertainment, платформы Matchroom, токенов MR или любого из ведущих специалистов Leet Entertainment, и/или регулирование криптовалют, также могут иметь материальное и негативное влияние на рыночное восприятие или рыночную цену токенов MR, вне зависимости от справедливости подобных заявлений.

Не существует никаких гарантий того, что популярность платформы Matchroom будет достаточна для получения вами тех преимуществ и прав, которые предполагалось распределить между активными пользователями платформы Matchroom. Причиной этому служит тот факт, что способность Leet Entertainment предоставить подписчикам токенов MR их права и преимущества зависит от будущих результатов деятельности и будущего бизнес-статуса и финансового состояния Leet Entertainment и/или ICO. Не существует никаких гарантий успешности платформы Matchroom.

Ценность токенов MR, равно как и спрос на них, сильно зависит от экономических показателей платформы Matchroom и от постоянного активного участия ее пользователей, а также от успешного развития предусмотренных направлений деловой активности платформы. Не существует никаких гарантий того, что платформа Matchroom, будучи запущена, наберет обороты и достигнет некоего коммерческого успеха. Более того, не существует никаких гарантий того, что какое-либо из направлений деятельности, предусмотренное компанией Leet Entertainment, будет запущено и позволит генерировать значительное притяжение для пользователей.

Специалисты Leet Entertainment приложили все усилия для составления максимально реалистичной сметы, однако, не существует никаких гарантий того, что собранные в процессе ICO средства будут достаточны для разработки платформы Matchroom. Учитывая все вышесказанное, а также любые другие не упомянутые причины, существует вероятность, что разработка платформы Matchroom не будет завершена, и не существует никаких гарантий того, что она будет запущена в принципе. В данном случае, стоимость или ценность распределенных токенов MR может оказаться весьма незначительной. Средства, собранные в ходе процедуры ICO, подвержены риску кражи. Leet

Entertainment приложит все усилия для того, чтобы средства, полученные в ходе ICO, надежно хранились в кошельке для временного блокирования средств: он представляет собой адрес, заверенный несколькими подписями, доступ к которому предоставляется с помощью секретных ключей, хранимых надежными проверенными сторонами.

Невзирая на указанные меры безопасности, не существует никакой гарантии того, что криптовалюта не будет украдена в результате хакерских операций, сложных кибератак, распределенных отказов в обслуживании или ошибок, уязвимости или дефектов сайта ICO, на смарт-кошелек (кошелек) которого завязан кошелек временного блокирования средств и сама процедура ICO, системы Ethereum или любой другой технологии блокчейн, или иным образом. К таким событиям можно отнести, например, погрешности программирования или исходного кода, которые могут воспользоваться злоумышленники. В подобном случае, даже если процедура ICO будет завершена, Leet Entertainment может не получить собранную криптовалюту, таким образом, возможно, Leet Entertainment не сможет использовать собранные средства для разработки платформы Matchroom.

Риски, связанные с кошельком ESCROW

Секретные ключи к кошельку для временного блокирования средств могут подвергаться опасности, и получение криптовалюты может оказаться невозможным. Кошелек для временного блокирования средств (escrow) предназначен для обеспечения безопасности. Все держатели секретных ключей к кошельку приложат все разумные усилия для сохранения своего ключа в безопасности, однако, в том маловероятном случае, если ключи от кошелька по какой-либо причине будут утеряны, уничтожены или иным способом испорчены, получение средств, хранимых на этом кошельке, может стать невозможным, и доступ к кошельку может быть утрачен безвозвратно.

В подобном случае, даже если процедура ICO пройдет успешно, Leet Entertainment может не получить собранные средства, таким образом, возможно, Leet Entertainment не сможет использовать данные средства для разработки платформы Matchroom. В данном случае, стоимость или ценность распределенных токенов MR может оказаться весьма незначительной.

Законодательное регулирование и нормативно-правовое соответствие

Компания Leet Entertainment заказала проведение юридической экспертизы и экспертизы на нормативно-правовое соответствие, чтобы убедиться в соответствии ICO новым нормативно-правовым правилам для Первичного предложения монет на стадии ICO.

Согласно профессиональному мнению наших юридических советников, наши токены MR не следует считать ценными бумагами, и они не подлежат регистрации как ценные бумаги.

Положение о переводах настоящего документа

Официальной версией данного аналитического доклада является англоязычная версия (“Matchroom ICO Whitepaper”). Любая документация на любых других языках представляет собой переводы, выполненные с целью облегчения понимания ее содержания для людей, не владеющих английским языком. Leet Entertainment не несет никакой ответственности за ошибки или пропуски, возникшие в данных переводах. Кроме того, Leet Entertainment не дает никаких гарантий, ни прямых, ни подразумеваемых, в отношении точности, полноты или надежности подобного перевода. В случае конфликта версий или расхождений между данными переводами и англоязычным оригиналом, приоритетной является версия на английском языке.