

BCP

White Paper 1.1

— 블록체인 라이브커머스

Block Commerce Protocol



Table of Contents

1. 사업배경

- 1.1 동영상 플랫폼과 1인 미디어 시대
- 1.2 라이브커머스의 탄생
- 1.3 클라우드 펀딩의 급성장

2. 기존 플랫폼의 문제점

- 2.1 기존 동영상 플랫폼의 마케팅 문제
- 2.2 기존 클라우드 펀딩 플랫폼의 문제점 - 1
- 2.3 기존 클라우드 펀딩 플랫폼의 문제점 - 2

3. BCP 소개

- 3.1 BCP 개요
- 3.2 고라니(Koranee)
- 3.3 바다라이브(Butter Live)

4. 토큰

- 4.1 토큰 개요
- 4.2 토큰 기능
- 4.3 토큰 가치

5. Token Distribution

6. 팀/어드바이저

- 6.1 BlockCommerceProtocol팀
- 6.2 BlockCommerceProtocol스타 어드바이저

7. 로드맵

8. 파트너

9. 면책조항



1. 사업배경

- 1.1 동영상 플랫폼과 1인 미디어 시대
- 1.2 라이브커머스의 탄생
- 1.3 크라우드 펀딩의 급성장



1. 사업배경

1.1 동영상 플랫폼과 1인 미디어 시대

언제 어디서나 동영상을 시청하고, 누구나 자신의 방송채널을 운영하는 세상이 왔습니다.

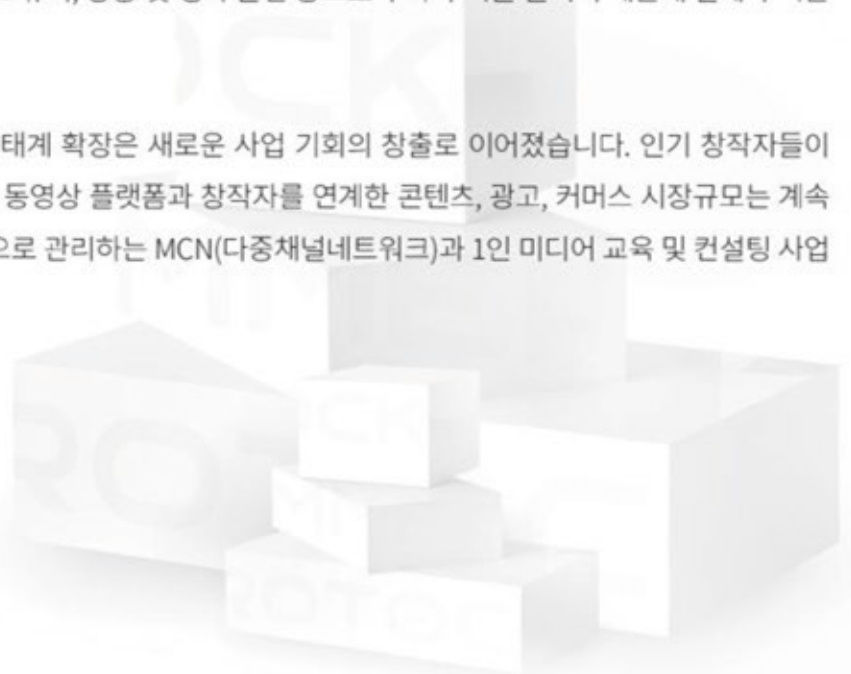
인터넷 사용자들이 온라인 동영상 플랫폼으로 끊임없이 유입되면서, 동영상 경쟁력이 인터넷 시장의 패권을 좌우하는 핵심 변수로 부상했습니다. 지난 20여 년간 인터넷 시장의 문지기로 활약한 포털 서비스의 아성마저 무너뜨릴 태세입니다. 동영상 플랫폼을 중심으로 콘텐츠 시장이 재편되면서 전자상거래 생태계 등 다양한 영역에서 변화가 일어나고 있습니다.

2005년 처음 서비스를 시작한 유튜브(Youtube)는 불과 15년 만에 전 세계를 대표하는 비디오 소셜 네트워크 서비스(SNS)이자 검색 포털로 완전히 안착했습니다. 유튜브는 현재 전 세계 20억 명 넘는 사람들이 사용하고 있습니다. 전세계 인구 4명 중 1명은 유튜브 사용자인 셈입니다. 일 평균 1억 개, 분당 400시간의 새로운 영상이 업로드 되며, 하루 평균 10억 시간 이상의 스트리밍량을 보입니다. 또한 유튜브 내 개인채널 수만 2430만개이며, 사용자 1인당 월 평균 시청시간은 16시간에 달합니다.

이러한 플랫폼에서 활동하는 수많은 시청자를 거느린 UGC(user generated contents, 사용자 제작콘텐츠) 창작자들은 유명 연예인에 못지않은 인기를 누리고 있습니다. 방송과 광고, 커머스 등 다양한 영역에서 활약하고 있는 이들 중에는 1개 기업 매출 수준의 수익을 올리는 창작자들도 많습니다.

한국방송통신전파진흥원의 지난해 국내 유튜버 광고 수익에 따르면 키즈콘텐츠 채널 '팜팜토이즈'가 31억 6,000만원으로 1위를 차지했습니다. 이어 '캐리와 장난감 친구들'이 19억 3,000만원, '도티'가 15억 9,000만원 순이었습니다. 대부분 유튜버가 자체 광고 유치, 방송 및 행사 출연 등으로 추가 수익을 올리기 때문에 실제 수익은 이보다 훨씬 높을 것으로 추정됩니다.

UGC 창작자들이 이끈 동영상 콘텐츠 생태계 확장은 새로운 사업 기회의 창출로 이어졌습니다. 인기 창작자들이 벌어들이는 막대한 수익에서 알 수 있듯, 동영상 플랫폼과 창작자를 연계한 콘텐츠, 광고, 커머스 시장규모는 계속 커지고 있습니다. 창작자 활동을 전문적으로 관리하는 MCN(다중채널네트워크)과 1인 미디어 교육 및 컨설팅 사업 또한 개별 산업으로 성장하고 있습니다.



1. 사업배경

1.2 라이브커머스의 탄생

전자상거래(e-Commerce) 시장에서도 소셜 플랫폼을 바탕으로 한 거래 인프라가 발전하고, 합리적 소비문화가 확산되는 등 소비 패턴에 큰 변화가 일고 있습니다. 최근 동영상 기반 SNS 플랫폼 틱톡(TicToc)의 성장세가 두드러집니다. SNS를 단순한 마케팅 수단이 아니라 전자상거래를 일으키는 커머스 채널로 확장하고 있기 때문입니다.

아직까지는 e커머스를 기반으로 한 서비스들이 기존 트래픽을 바탕으로 높은 시장 점유율을 가지고 있지만, 향후 틱톡과 같은 동영상 콘텐츠를 기반으로 한 플랫폼의 공격이 거세질 것으로 전망됩니다. 또한 페이스북과 유튜브 등 대표적인 글로벌 소셜 플랫폼들도 모두 동영상 콘텐츠와 커머스 기능을 연결하기 시작하고 있는 만큼, 관련 시장은 계속해서 커질 것으로 전망하고 있습니다.

특히 코로나 19 팬데믹으로 인해 비대면 소비 선호 현상이 두드러지게 나타나며 라이브커머스(Live Commerce)라는 실시간 동영상 스트리밍을 기반으로 상품을 거래하는 e커머스 거래 형태가 탄생하였습니다. 세계 최대 전자상거래 마켓인 중국에서는 라이브커머스 시장 규모가 2017년에 3조 2,000억원을 기록한 바 있으며, 불과 3년 뒤엔 2020년에는 165조원으로 51배 이상 기하급수적으로 성장하여 세계적으로 큰파장을 낳은 바 있습니다.

라이브커머스가 기존 전자상거래 형태와의 가장 큰 차별점은 셀러와 소비자 간에 실시간 양방향 소통이 가능하다는 점이며, 기존 이미지 중심의 쇼핑에서 벗어나 제품에 대한 간접경험 및 생생한 정보를 알 수 있어, 구매전환율이 높은 인터랙티브 마케팅 방식입니다. 라이브커머스의 기본 구조는 상품을 판매하는 셀러와, 상품을 실시간으로 홍보하고 마케팅하는 스트리머 및 BJ, 상품의 잠재적인 소비자인 시청자, 세 주체로 구성됩니다. 이 세 주체는 플랫폼 내에서 자발적인 소통을 통해 유기적인 시장을 형성합니다. 라이브커머스는 지정된 쇼호스트나 진행자가 아닌 시중의 SNS 인플루언서, 셀럽들이 주도하여 실시간 판매 채널을 형성합니다. 그렇기 때문에 진입이 쉽고, 동시다발적으로 많은 상거래가 이루어질 수 있습니다.



1. 사업배경

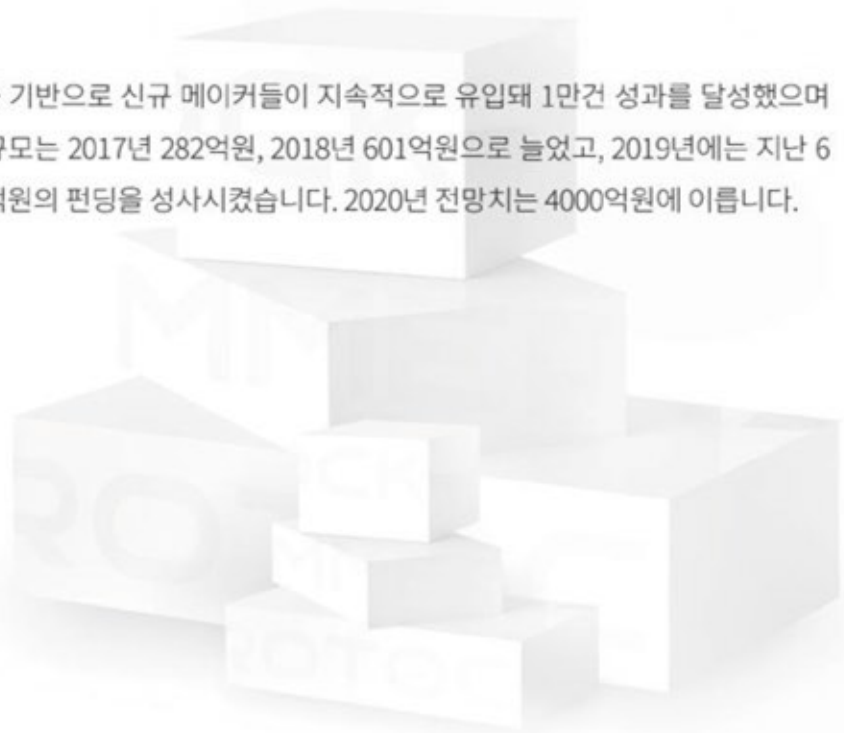
1.3 클라우드 펀딩의 급성장

최근들어 e커머스 시장에 진출하려는 기업이 거치는 관문이 있습니다. 바로 클라우드 펀딩입니다. 클라우드 펀딩은 자금이 부족하거나 없는 기업이 프로젝트를 인터넷에 공개하고 목표금액과 모금기간을 정하여 익명의 다수(crowd)에게 투자를 받는 새로운 자본조달 방식입니다. 세계 최초의 클라우드 펀딩 플랫폼은 2008년 시작된 인디고고이며, 가장 성공한 클라우드 펀드는 2009년 출범한 미국의 킥스타터입니다. 킥스타터는 미국과 유럽 등지를 중심으로 확산되었으며 현재 각종 스타트업들이 첫 제품을 내놓는 주요한 방식으로 자리매김했습니다.

새로운 비즈니스 모델을 제시하는 클라우드 펀딩은 소비자 입장에서 바라볼 때 e커머스의 한 형태라고도 볼 수 있습니다. 클라우드 펀딩은 투자자와 피투자자 모두의 니즈를 충족시켜주는 모델입니다. 투자자는 높은 수익성을 원하고, 피투자자는 자금조달을 원합니다. 스타트업이나 벤처기업은 좋은 기술과 아이디어를 가지고도 재무제표로 매출과 수익성을 증명할 수 없기 때문에 기존 금융기관으로부터 자금을 조달하는 데 한계가 있지만 클라우드 펀딩은 가능합니다. 시장이나 대중들로부터 해당 기술이나 제품에 대해 좋은 평가를 받은 프로젝트는 자금을 조달받을 수 있습니다.

국내의 대표적인 클라우드 펀딩 플랫폼으로는 와디즈(Wadiz)가 있습니다. 와디즈는 2012년 설립 이후 매해 프로젝트 오픈 건수가 가파르게 상승하며 2019년 클라우드 펀딩 누적 건수가 1만건을 돌파했습니다. 2016년에는 780여 건의 프로젝트를 펀딩해줬고 2017년 1,000건을 넘겼고 2018년에는 3,436건으로 늘었습니다. 이는 2년 사이 5배 정도 되는 증가율입니다. 현재 월 방문자 1,000만 명, 한 달간 펀딩 결제 건수 20만 건이 발생하고 있는 차세대 유니콘 기업입니다.

클라우드 펀딩 플랫폼으로서의 인지도를 기반으로 신규 메이커들이 지속적으로 유입돼 1만건 성과를 달성했으며 2016년 106억원이었던 와디즈의 펀딩 규모는 2017년 282억원, 2018년 601억원으로 늘었고, 2019년에는 지난 6년간 펀딩액(1017억원)보다 많은 1435억원의 펀딩을 성사시켰습니다. 2020년 전망치는 4000억원에 이릅니다.





2.

기존 플랫폼의 문제점

- 2.1 기존 동영상 플랫폼의 마케팅 문제
- 2.2 기존 클라우드 펀딩 플랫폼의 문제점 - 1
- 2.3 기존 클라우드 펀딩 플랫폼의 문제점 - 2



2. 기존 플랫폼의 문제점

2.1 기존 동영상 플랫폼의 마케팅 문제 : 유튜브 뒷광고 논란

2020년 유튜버들의 뒷광고 행태가 사회적으로 큰 논란이 되었습니다. 유튜버들이 본인의 콘텐츠에 광고 또는 협찬 사실을 숨겼거나 제대로 표기하지 않았던 것에 대해 소비자를 기만했다는 문제가 불거진 사건으로, 이는 단순히 해당 유튜브와 유튜버들에 한정된 것이 아닌, 인터넷 방송 업계 전체에 파장을 미친 사건입니다. 이로 인해 2020년 9월 부터는 유튜브, 인스타그램 등 소셜 플랫폼을 이용한 광고는 광고 혹은 협찬이 존재한다는 사실을 보는 이가 알아볼 수 있도록 명확하게 표시하여야 합니다.

이 문제는 인터넷 유명인들에 대한 법적 문제보다, 광고이면서도 광고가 아닌 척 시청자들을 속여온 도덕적인 문제가 주요 쟁점이었습니다. 광고를 수행한 인터넷 유명인들 뿐만 아니라 이들에 대한 관리감독 책임이 있는 MCN 업체, 이들에게 기만적인 광고를 의뢰하고 조장한 판매업체 등 해당 업계 전반이 복합적으로 얽혀 있는 문제입니다.

2.2 기존 크라우드 펀딩 플랫폼의 문제점 : 메이커 제품에 대한 미흡한 검증

와디즈 플랫폼을 통해 펀딩을 받기 위해서는 와디즈로부터 검증을 거쳐야 합니다. 해당 프로젝트의 사업성 뿐 아니라 제품에 대한 검증까지 받습니다.

그러나 2019년부터 와디즈 크라우드 펀딩을 통해 개발 및 출시된 제품들 일부가, 사실은 중국산 제품이거나 이미 국내에서 판매되고 있던 제품이라는 사실이 드러났습니다. 모 업체에서 크라우드 펀딩을 진행한 '다모치솔'은 이미 중국 쇼핑몰 타오바오 뿐 만 아니라, 국내에서 이미 유통 중인 것으로 밝혀졌으며, 이러한 제품들이 다수인 것이 드러나면서 펀딩을 취소한 업체도 상당수가 됩니다. 심지어 로고와 패키지만 바꾼 중국 OEM 제품 판매나 이미테이션 제품을 판매하는 업체도 발생하면서 피해자들이 발생했습니다.

2TB USB를 3만원에 받아볼 수 있다는 크라우드 펀딩 프로젝트가 열려 화제였지만, 이는 실제 용량이 16GB 임에도 2TB 용량으로 PC에서 보여지도록 조작한 사기 제품이었다는 점이 드러나 펀딩이 중단된 경우도 있었습니다.

2.3 기존 크라우드 펀딩 플랫폼의 문제점 : 높은 부도율

크라우드 펀딩 방식의 부도율이 20%를 넘어선 것으로 나타났습니다. 금융 당국과 예탁결제원에 따르면, 2020년 6월 말 기준 크라우드펀딩 채권 부도율은 20.5%로 집계되었으며 만기가 돌아온 채권 166건 중 34건이 부도를 낸 것으로 밝혀졌습니다. 연체된 금액은 약 80억원으로 추산됩니다.

와디즈를 통해 8억원을 모집했던 '그린플러그드 서울 2020'은 수익률이 최대 30%로 예상되었지만, 코로나 상황이 심각해지면서 공연이 취소 되었고 투자자금은 대부분 회수 되지 못한 상태입니다.



3. 해결책

3.1 BCP 개요

3.2 고라니(Koranee)

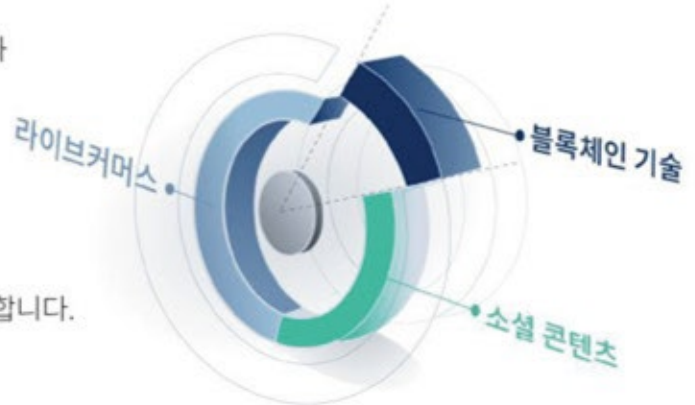
3.3 빠다라이브(Butter Live)



3. 해결책

3.1 BCP 개요

Block Commerce Protocol(BCP) 은 소셜 네트워크와 라이브커머스, 그리고 블록체인을 융합하는 국내 최초의 프로젝트입니다. 소셜 콘텐츠 및 라이브커머스와 금융/핀테크 분야에 혁신을 이룩하고 있는 블록체인의 강점을 접목시켜 거대한 부가가치를 창출하는 글로벌 네트워크를 구축하고자 합니다.



BCP와 협업하는 대표적인 비즈니스 모델로는 글로벌 오픈 마켓 플랫폼인 '고라니(Koranee)'와 라이브 소셜 콘텐츠 플랫폼 '빠다라이브(Butter Live)'가 있습니다.

소상공인의 해외진출을 지원하고 글로벌 오픈마켓 서비스를 제공하는 고라니의 주 고객인 소상공인으로 하여금 영업 비용 감소 및 효율 증진 등의 효과를 낳으며, 쉽게 플랫폼에 참여할 수 있도록 하여 서비스를 활성화합니다. 한편, 메이커 제품의 정보 불투명과 제품에 대한 미흡한 검증의 문제로 인해 구매자(소비자)에게 불리한 시장 환경이 조성되어 있는 크라우드 펀딩의 문제는 라이브 소셜 콘텐츠 플랫폼인 빠다라이브에서 서비스 공급자와 이용자 모두에 이익이 될 수 있는 생태계를 구성합니다. BCP를 통해서 각종 콘텐츠를 통한 상품 광고와 더불어 브랜드 인지도 향상을 위한 마케팅을 할수있게 됩니다. BCP는 자사의 고속 데이터 버스와 서버를 통해 라이브 스트리밍에 최적화된 인프라를 제공함으로써 라이브커머스를 통한 판매를 촉진합니다. 라이브커머스를 진행하는 BJ/인플루언서 / 셀럽들은 상품 판매에 따른 소정의 인센티브를 배당받으며, 동시에 시청자들이 후원하는 리워드도 얻을 수 있게 됩니다.

<BCP 비즈니스 파트너 현황>

1) 한국 디지털커머스 협동조합(KDCC)

KDCC는 제품력은 뛰어나나 자본이나 기술력 등의 문제로 힘들어하는 소상공인을 위해, 기술과 자본을 이용해 온라인 상의 판매장소를 제공하고 소상공인의 제품을 홍보하려는 목적으로 설립

2) 고라니(Koranee) : 소상공인 지원 오픈마켓 플랫폼

한국의 우수 상품을 해외에 알리고 판매하며 소기업, 소상공인의 글로벌 시장 진입을 돕고 마케팅을 지원하는 Cross Boarder e-Commerce 쇼핑몰

3. 해결책

3) 빠다라이브(Butter Live) : 한-중 라이브 소셜 콘텐츠 플랫폼

동영상 기반의 소셜 콘텐츠 플랫폼 + 글로벌 라이브커머스 플랫폼 : 실시간 쇼호스트 방송을 통해 상품을 구매할 수 있는 글로벌 라이브커머스 서비스

4) 솔트프레첼(Salt Pretzel) : 글로벌 인플루언서 에이전시

국내에 거주하는 중국인 왕홍 등 외국인 인플루언서들의 커머스 활동 생태계를 마련하는 MCN 에이전시

5) 셀렉터9닷컴(Selecter 9) : 온라인 p2p 자동차거래 플랫폼

자동차 판매점-소비자를 연결하고 개인간 중고차 거래까지 모바일로 가능한 비대면 자동차거래 라이브커머스 플랫폼

3.2 고라니(Koranee)

3.2.1 고라니(Koranee)

글로벌 오픈 마켓 플랫폼 서비스인 '고라니(Koranee)'의 핵심은 데이터 확보와 정보제공에 있습니다. 소상공인의 입장에서는 정보 업데이트로 인한 효용이 있어야 하며, 구매자로서는 해당 정보가 신뢰 가능하여야 하고 정보를 통한 구매 및 펀딩 이후 사기, 부도 등의 리스크가 제거되어야 합니다. 여기에, 건강한 정보가 꾸준히 업데이트 되기 위해서는 이해 당사자가 아닌 제3자의 데이터 감시도 이뤄질 수 있어야 합니다. 이에, Block commerce protocol은 BCP 토큰 이코노미와 NFT 개념을 도입하여, 문제를 해결합니다.

Block commerce protocol 생태계에서 BCT 토큰은 기본적으로 유틸리티 토큰으로써, 고라니, 빠다라이브 등 앱 내 결제에 이용됩니다. 상품정보를 확인하고자 하는 소비자의 경우, BCP 토큰을 사용하여 플랫폼을 통해 상품 정보를 확인할 수 있습니다. 또한 크라우드 펀딩과 결제, 정산 또한 BCP 토큰으로 가능하게 할 예정입니다.

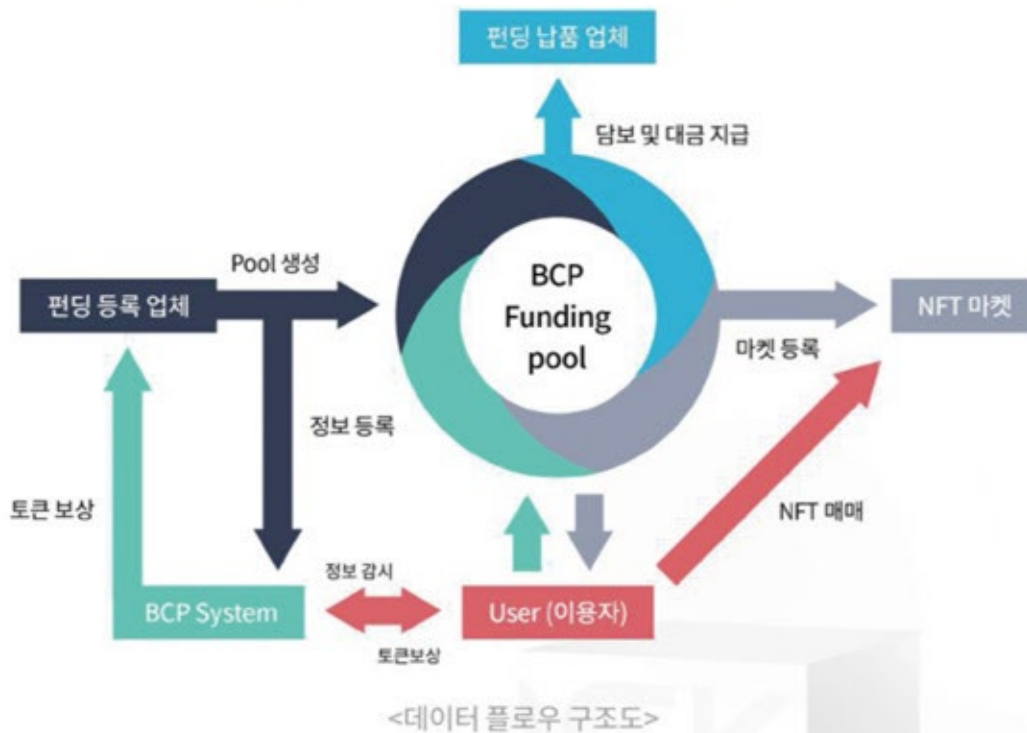


<고라니(Koranee)서비스 사진>

3. 해결책

서비스의 기반이 되는 상품 정보 업데이트는 후술하게 될 NFT pool의 등록과 함께 시작됩니다. 펀딩 상품 정보 등록의 핵심 주체인 소상공인 업체는 펀딩 등록과 함께 NFT pool을 생성할 수 있으며, 플랫폼 내 상품 용도, 펀딩 진행율, 목표 펀딩금액 모집율, 서포터 등 기본 클라우드 펀딩 정보를 업데이트 할 때마다, 정보 제공의 대가로 플랫폼으로부터 BCP 토큰을 지급받게 됩니다. NFT pool 생성 및 정보 업데이트는 일반 유저도 참여할 수 있으며, 일반 유저의 경우 신규 등록 및 정보 업데이트를 통해 플랫폼으로부터 BCP 토큰 보상을 획득할 수 있습니다. 만약, 허위로 등록된 정보를 일반 유저가 필터링 할 경우 추가 보상을 획득합니다.

BCP Funding pool Flow Struture Diagram



이와 같은 소비자, 소상공인의 클라우드 펀딩 정보 등록과 그에 따른 BCP의 토큰 이코노미는 현황 정보가 신뢰도 높은 형태로 등록되게끔 하여, 플랫폼이 데이터 확보에 보다 유리한 입지를 차지하게끔 할 것입니다.

3.2.2 고라니(Koranee) NFT pool

앞에서 서술한 정보 등록과 그에 따른 보상으로서의 BCP가 유틸리티 토큰으로서의 성격을 가지고 있다면, 고라니의 NFT pool은 업체가 보다 안정적으로 클라우드 펀딩 비용을 수급할 수 있도록 하고, 소비자가 펀딩한 프로젝트의 부도 등의 리스크로부터 보호하기 위해 도입된 시스템입니다. 또한 여기에 일반 유저는 BCP 토큰으로 NFT pool에 참가함으로써 프로젝트의 안정적인 수급에 기여하는 대가로 일정 수준의 이자를 획득할 수 있습니다.

3. 해결책



<펀딩 관련 그림>

먼저 소상공인의 경우, BCP 토큰을 소모하여 진행하고자 하는 프로젝트를 NFT pool로 등록 및 플랫폼 내 클라우드 펀딩 마켓을 등록 할 수 있습니다. NFT pool은 건설 자재의 원활한 수급 및 조달을 위해 설립되며, 등록된 기간이 만료되는 시점까지 유지됩니다. NFT pool은 BCP 토큰을 보유중인 누구나 참여 가능하며, 참가자는 NFT pool 펀딩 종료시 판매후 발생한 수익에 대한 비율 및 참여한 Pool의 이자율에 따라 BCP 토큰을 지급받게 됩니다.

소상공인은 등록된 클라우드 펀딩을 NFT pool로 형성하여 공개함으로써, 비용 조달의 부담을 덜 수 있으며, 이용자(소비자)의 경우 NFT pool에 예치된 BCP 토큰을 일종의 담보로 받아들여 보다 안정적인 구조 속에서 펀딩을 하여 부도 등의 리스크로부터 자신을 방어할 수 있게 됩니다. 기간 만료와 함께 NFT pool은 종료되며, pool에 참가한 유저들에게는 발생한 수익 및 pool의 이자율에 따라 BCP 이자가 지급됩니다. NFT 종료와 함께 해당 프로젝트는 NFT 마켓에 등록되며, 등록된 NFT는 BCP를 통해 거래가 가능합니다.

3.3 빠다라이브(Butter Live)

BCP의 또 다른 서비스인 '빠다라이브'는 라이브커머스에 소셜 콘텐츠를 더한 플랫폼 구성을 목표로 합니다. 동영상 기반 SNS와 라이브커머스가 결합된 국내외 소비자 모두를 타겟으로 하는 글로벌 라이브커머스 플랫폼 빠다라이브는 사용자가 실시간 방송을 통하여 국내외 다양한 상품을 구매할 수 있는 글로벌 라이브커머스 서비스입니다. 실제로 제품을 직접 보지 않고 프로젝트 판매사가 주는 정보로만 구매를 진행할 경우 경쟁사에 대한 정보나 실사용으로 인한 단점 확인 등 몇가지 발생하는 문제점이 있습니다. 그에 대한 보완을 위한 라이브커머스 서비스인 빠다라이브 플랫폼은 현 시장의 문제를 해결할 수 있는 서비스라고 할 수 있습니다. BCP 토큰은 플랫폼 내 마케팅, 각 판매 업체의 평판도 측정을 위해 사용되며, 이와 같은 토큰 이코노미는 플랫폼 이용자(구매 고객)에게 보다 신뢰할 수 있는 매칭 시스템을 제공합니다.

3. 해결책

더 나아가 스트리머 육성, 셀러/스트리머 매칭 및 큐레이션, 라이브커머스, 마케팅 등 다양한 핵심콘텐츠를 가지고 라이브커머스 활용을 극대화 할수 있는 서비스를 제공합니다. 올인원 라이브커머스 플랫폼을 표방하는 바다라이브는 스트리머 선정부터 육성, 라이브커머스 진행까지 모두 담당합니다. 셀러는 바다라이브에서 제공하는 큐레이션을 통해 어느 채널보다 간편하고 효율적으로 라이브커머스를 진행하여 수익을 창출해내고, 스트리머를 추종하는 팬들은 팬커뮤니티를 통해 팬덤을 보다 크게 고취시킬 수 있습니다.



<바다라이브의 핵심콘텐츠>

3.3.1 바다라이브에서의 BCP 토큰의 사용처

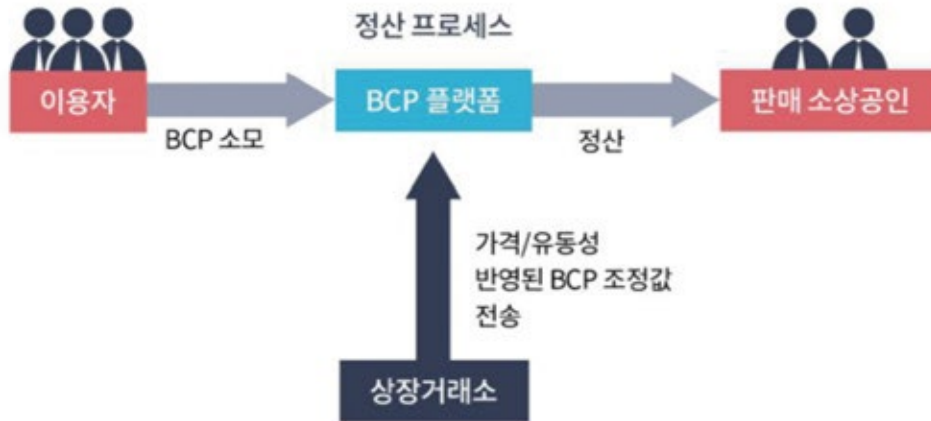
바다라이브 플랫폼 내에서 BCP 토큰은 기본적으로 콘텐츠 이용을 위한 교환 가치를 지닙니다. 실시간 방송중인 프로젝트는 즉시 BCP를 통해 펀딩 및 구매 등 활용이 가능하도록 할 예정이며, BCP의 결제 즉시 원화 및 USDT로 정산이 가능하도록 할 예정입니다. 판매 업체가 바다라이브에 홍보 등의 목적으로 방송을 하기 위해서는 일정량의 BCP 토큰이 소모되며, 플랫폼 내 광고 및 premium 업체 가입을 위해서는 BCP가 결제수단이 될 수 있습니다.

또한 BJ, 쇼호스트 등 스트리머도 본인이 고라니를 통하여 펀딩하고 싶은 프로젝트를 직접 연결하여 방송에 활용하는 것 또한 가능합니다.

3. 해결책

3.3.2 Block commerce protocol reputation system

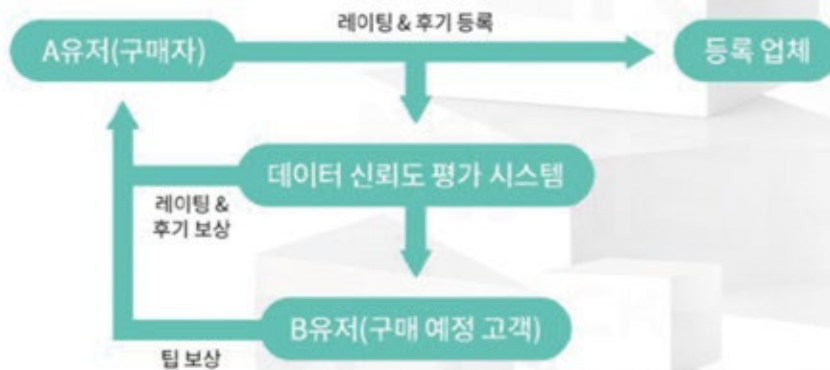
Block commerce protocol은 신뢰 있는 정보를 제공하는 데 가장 큰 노력을 기울입니다. 이용자의 입장에서 성공적인 펀딩을 위해 결국 높은 퀄리티에 프로젝트를 진행하는 회사가 등록되고, 이에 대한 평가가 이뤄질 수 있어야 합니다. Block commerce protocol의 각 플랫폼에서 BCP를 단순 지불 결제용 유틸리티로만 활용되는 것이 아니라, 프로젝트 평판도 시스템을 구축하기 위한 매개체로서 활용됩니다.



<정산 프로세스 이미지>

BJ, 스트리머를 포함한 일반 유저는 업체 후기와 레이팅 시스템을 이용하여 자신의 경험을 다른 유저들과 공유할 수 있으며, A 유저의 특정 업체에 대한 레이팅이 최종 결과값에 가까울수록 유저는 추가 BCP 보상을 획득하게 됩니다. 또한 다른 유저가 A 유저의 업체 후기를 통해 도움을 받았을 경우 TIP 보상을 제공할 수 있습니다. 이와 같은 레이팅 시스템은 BCP플랫폼 내에 보다 신뢰할 수 있는 정보가 순환될 수 있게 합니다.

레이팅 시스템 구조도





4. 토큰

4.1 토큰 개요

4.2 토큰 기능

4.3 토큰 가치

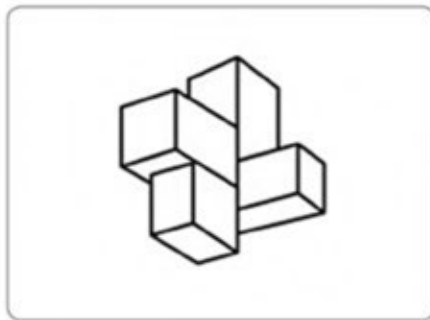


4. 토큰

4.1 토큰 개요

BCP는 이더리움 블록체인 상에서 설계된 이더리움 기반 토큰으로, BCP 플랫폼(고라니, 바다라이브 등) 내에서 지불 결제를 위한 유틸리티 토큰, NFT pool 참가, reputation system 활성화를 위해 사용됩니다. 단순한 지불 결제보다는 BCP의 서비스 생태계를 활성화 하는 데 주 목적을 두고 있습니다.

이더리움은 현재 NFT와 De-fi 등 전체 암호화폐 생태계에서 핵심 기능을 수행하고 있기에 플랫폼의 확장성을 고려하여 채택 되었습니다. NFT와 Staking pool 모듈 등 BCP의 전체 로드맵에 있어 장기적인 비전에서 이더리움을 기반으로 하는 것이 가장 효율적인 선택이 될 것입니다.



- 토큰 심볼 : BCP
- 타입 : ERC-20
- 발행량 : 1,000,000,000 BCP



4. 토큰

4.2 토큰 기능

BCP의 주된 기능은 단연 플랫폼 내 다양한 서비스 및 물품 구매에의 교환 수단으로서의 역할입니다. 등록된 정보를 확인하거나, 크라우드 펀딩비용 전송, 서비스 이용, 광고 등록 등 서비스 결제의 핵심 역할을 맡고 있습니다. 더불어, 일반 유저는 각 서비스 내 정보 등록 및 필터링을 하며 BCP를 획득할 수 있고, 획득한 BCP 토큰을 통해 NFT pool 참여 혹은 플랫폼 서비스를 이용할 수 있습니다.

무결성 후기 및 평점

블록커머스 프로토콜 플랫폼 내에 작성된 상품 후기와 평점들은 BCP 블록체인 네트워크에 저장됩니다. 블록체인으로 저장되면 임의로 수정과 조작이 불가능해지기 때문에 이용자들에게 투명한 정보와 신뢰성을 가져다줍니다.

제품 스펙/원산지 정보

라이브커머스를 통해 판매하는 상품들의 인증 정보와 제품 스펙, 원산지 등의 정보를 사전에 검토한 후 BCP 블록체인 네트워크에 동기화 합니다. 이로써 소비자가 잘못된 상품을 구매하거나 허위 광고에 노출되는 사례를 방지합니다.

상품 고유 태그 색인

블록커머스 프로토콜에서만 판매하는 상품과 브랜드상품들 저마다 고유 일련번호를 BCP 블록체인 네트워크에 색인합니다. 이를 통해 블록커머스 프로토콜을 통해 판매하는 상품들은 모두 정품만 판매가능하며 소비자가 믿고 구매할 수 있습니다.

라이브커머스 리워드 시스템

라이브커머스에 참여하고 플랫폼 내 각종 캠페인을 통해 주어지는 보상들은 BCP 블록체인 네트워크의 스마트컨트랙트를 통해 지급됩니다. 스마트 컨트랙트로 지급된 BCP 토큰은 리워드 조건에 의거하여 공정하고 효율적으로 분배됩니다.

시그니처 색인

특정한 상품이나 인플루언서의 애장품, 경매를 통한 희귀 상품등의 각종 특수 상품의 경우 제작자의 사인을 상품과 함께 BCP 블록체인 네트워크에 색인함으로써 상품가치를 보존합니다.

<플랫폼에서 다루는 주요정보의 예>

4. 토큰

4.3 토큰 가치

Block commerce protocol은 다음과 같은 방향으로 BCP 토큰의 수요를 증가시키고 가치를 지속적으로 유지하기 위해 다음과 같은 전략을 제시합니다.

4.3.1 NFT 마켓

등록한 크라우드 펀딩프로젝트를 NFT화 하여 마켓운영을 도입할 예정입니다. 앞으로 NFT 보유자에게 해당 프로젝트와 플랫폼에서 제공되는 서비스 할인 등 NFT를 통해 다양한 베네핏을 제공하여 그 가치를 높이는 데 주력할 계획입니다. 프로젝트 기반 NFT와 그를 중심으로 한 부가 혜택이 확장될수록 NFT 유저 증가 및 마켓이 활성화할 것으로 예상됩니다.

4.3.2 고라니 NFT pool

고라니 NFT pool은 펀딩 자금 확보에 어려움을 겪는 프로젝트 팀과 프로젝트 부도 등 위험 요소를 가지고 있는 이용자의 리스크를 줄이고자 기획되었습니다. 프로젝트 업체가 NFT pool을 생성하면, 이용자들은 해당 업체가 설정한 펀딩비용 기간 및 NFT Pool이자율을 확인 후 해당 pool에 BCP 토큰을 예치할 수 있습니다. 납품 업체는 NFT pool에 예치된 금액을 일종의 담보금 성격으로 받아들일 수 있습니다. BCP는 이와 같은 NFT pool이 유저 - 프로젝트가 서로 윈윈할 수 있는 시스템으로 자리 잡을 것으로 믿습니다.

4.3.3 바다라이브 Marketing

바다라이브에서 BCP는 마케팅(premium 업체 등록, 사이트 배너) 결제에 활용됩니다. 플랫폼이 활성화됨에 따라 BCP의 수요는 커갈 것이며, 이러한 구조는 BCP의 지속적인 가치 상승 및 유지 방안 중 하나입니다.

4.3.4 Block commerce protocol Reputation system

BCP가 블록체인 시스템을 도입하며 가장 크게 기대하고 신경 쓰는 부분은 데이터 신뢰도 향상입니다. 그 일환으로 Reputation system을 도입하게 되었으며, 이용자는 프로젝트 데이터 업데이트, 플랫폼 내 프로젝트 업체에 대한 평가를 진행하며 토큰을 획득 및 소모할 수 있습니다. 데이터 신뢰도를 측정하는 이러한 사이클 속에서 BCP는 지속적으로 획득/소모되며 그 기능을 발휘하게 됩니다.

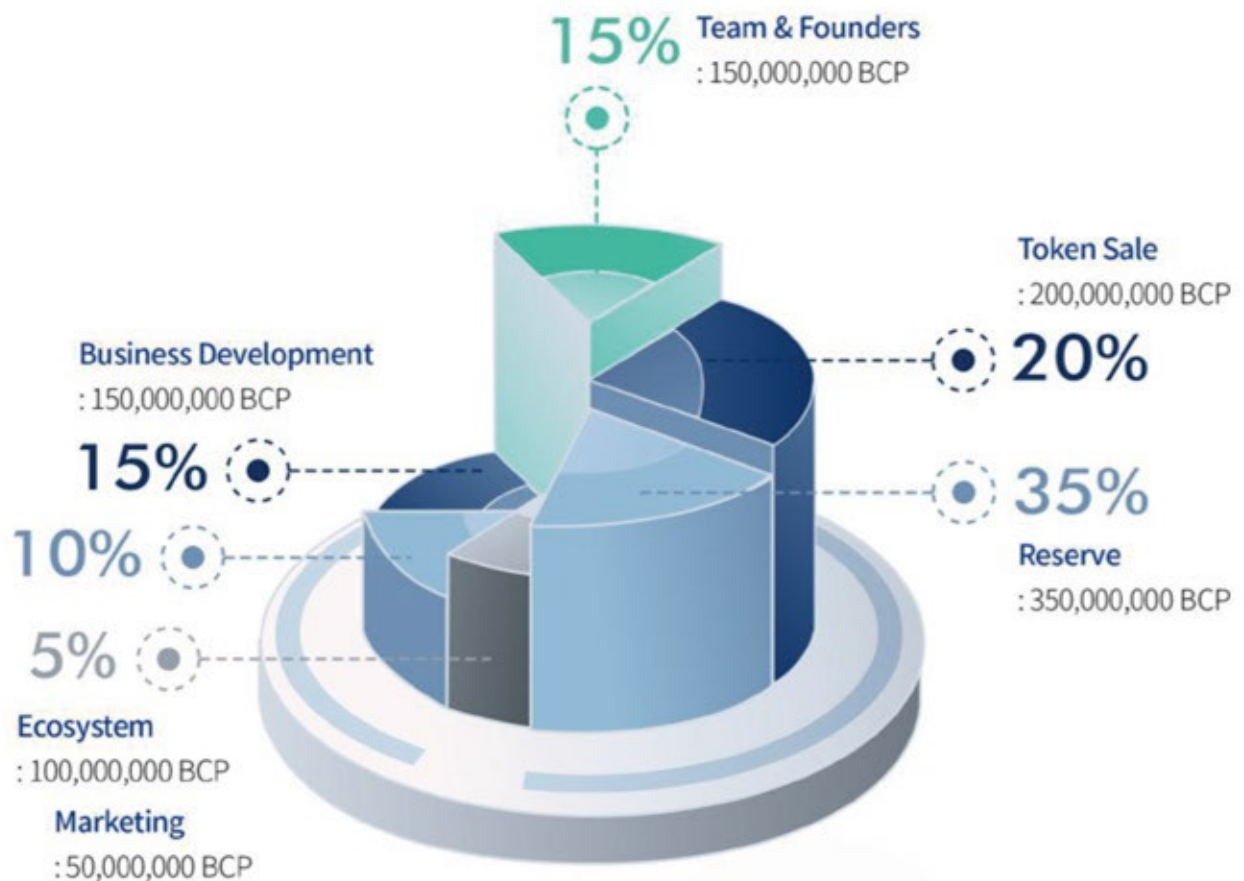




5. TokenDistribution



5. TokenDistribution



- **20% Token Sale** : 200,000,000 BCP
- **10% Ecosystem** : 100,000,000 BCP
- **15% Business Development** : 150,000,000 BCP
- **15% Team & Founders** : 150,000,000 BCP
- **5% Marketing** : 50,000,000 BCP
- **35% Reserve** : 350,000,000 BCP



6. 팀/어드바이저

6.1 Block Commerce Protocol 팀

6.2 Block Commerce Protocol 스타 어드바이저



6. 팀/어드바이저

6.1 Block Commerce Protocol 팀



CEO

현재호

- BCP 기획 및 메타버스 서비스 모델 기획
- 블록체인 마이닝 서비스 모델 공동 기획



CTO & Software Engineer

김동국

- AREX 개발 관리자
- Might Labs 개발 책임자
- Durion 프로젝트 매니저
- Alpha Sequence 개발 팀장



CTO

장영철

- CAMP GLOBAL / CTO (전) CTO, Keystone Lab
- 전) CEO, INSIDERF
- 전) INDICOS 선임연구원
- 경희사이버대학교 경영학
- 정보 통신 공학
- 광운대학교 컴퓨터과학 정보기술 연구소



CMO

이순호

- BCP 마케팅 매니저
- Mirae 산업 마케팅 고문
- Coin Walters CMO
- RXT Chain 주한 대사

6.2 Block Commerce Protocol 스타 & 어드바이저



Star ADVISOR

Mr.BoomBox

- KOREA BEATBOX 챔피언십 설립자
- 2019 Hip-Hop Culture 'Beatbox of the Year' 대상 수상자
- 미스터 트롯 Beatbox+Trot Top 30 선정
- MBN로또싱어 TOP 12 선정



Star ADVISOR

이신주

- 팬 커뮤니티 대표 "FANSLAND" 플랫폼
- 중국 왕홍 에이전트
- 연예인 팬서비스 컨설팅 이사



ADVISOR

Kumar Nishant

- 블록체인 엔지니어
- XinFin 네트워크 (Rank #68 on CMC)
- (KuCoin, Bitfinex, Liquid, Bittrex)



ADVISOR

Gerald Check

- 글로벌 운영 전문가 (MXC Exchange)
- 프로젝트 매니저 (Wickadvisor)



ADVISOR

Akashjyoti Dutta

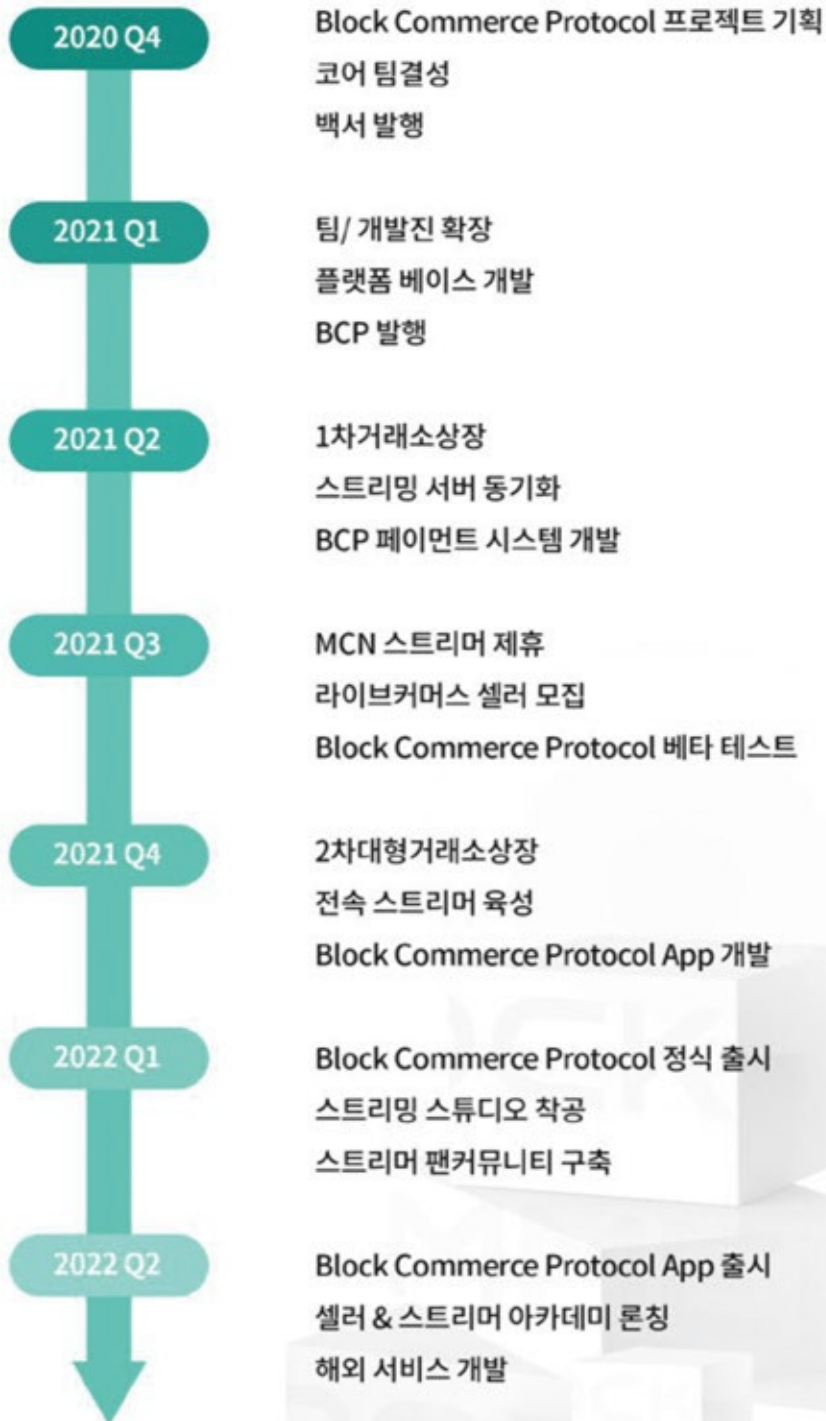
- NFT Creator : Wazirx NFT Marketplace (Rank #122 on CMC)
- (Binance, FTX, Poloniex, Gate.io)



7-9. 로드맵, 파트너, 면책사항



7. 로드맵



8. 파트너



Xangle

cobak



9. 면책사항

1. 본 백서는 BlockCommerceProtocol 프로젝트와 관련하여 일반적 정보 목적으로만 유통되며 검토 및 개정의 대상이 된다. 이 백서는 지속적으로 작성이 진행중이며 백서의 정보는 표지내 날짜로만 업데이트된다. 그 후, Block Commerce Protocol 프로젝트 사업 운영 및 재정 상태에 관한 정보를 포함한 모든 정보가 변경될 수 있다. 본 백서는 지속적으로 갱신될 수 있다.
2. BlockCommerceProtocol BCP 코인의구매자는 BlockCommerceProtocol 프로젝트 플랫폼과 BCP 코인을 통해 이익을 얻더라도 그러한 이익에서 배당을 받을 수 있는 기회로 해석, 분류 또는 취급해서는 아니된다.
3. 본 백서는 어떠한 경우에도 법률 또는 규정에 따라 정의된 대로 안내되어 해석할 수 없다.
4. 본 백서에 명시된 정보를 검토하거나 승인한 국내외 규제기관은 없다. 어떠한 관할기관에서도 그러한 조치가 취해지지 않을 것이다.
5. 본 백서는 작성 당시 시점을 기준으로 본프로젝트와 관련 일반 참고 목적으로만 배포되었으며 언제든 검토 및수정될 수 있다.
6. 본 프로젝트에서 발행하는 코인은 증권, 사업 신탁의 단위 또는 집단 투자계획의 단위를 구성하기 위한 것이 아니며, 이에 대한 각정의는 기타 관할구역의 동등한 규정에 명시된 정의를 따른다.
7. 본 백서는 사업계획서, 사업설명서, 제안서등으로 제공된 것이 아니며, 그 어떠한 관할권에서도 증권, 사업 신탁의 단위, 집단 투자 계획의 단위 등 투자 제안이나 모집으로 해석되어서는 아니된다.
8. 본 백서에 명시된 코인/코인 발행 방식이 규제 또는 금지된 관할권에서 이 문서의 전체 또는 일부를 복제, 배포 등으로 전파할 수 없다.



9. 면책사항

9. 가상화폐가 아닌 다른 화폐 혹은 특정 기관에서 발행한 채권 및 주식 등의 채권 및 주식에 대한 권한, 옵션, 파생상품, 투자 수익보장 또는 손실회피 목적이거나 이를 목적으로 사칭하는 차액 계약 및 기타 계약 하의 권리, 집단 투자 계획, 사업 신탁등 증권의 단위 또는 파생상품 배포 및 전파의 제한 본 백서의 전체 또는 일부를 배포 또는 전파하는것은 그 어떠한 관할권의 법률 또는 규제 요구사항에의해 금지 및 제한될 수있다.

10. 본 백서에 명시된 특정 표현들은 프로젝트의 미래, 미래사건, 전망등에 대한 예측성 진술과 표현을 담고있다. 이러한 내용은 역사적 사실에 기반한 진술이 아니며 '예정', '추정', '믿음', '기대', '전망', '예상' 등의 단어와 유사한 표현들로 식별된다. 본 백서 외발표자료, 인터뷰, 동영상 등기타 공개자료에도 이러한 미래 예측 진술이 포함될 수있다. 본 백서에 포함된 미래 예측 진술은 본프로젝트의 향후 결과, 실적, 업적 등을 포함하지만 이에 국한되지 않는다.

11. 본 백서의 내용은 Block Commerce Protocol 코인 BCP투자를 권유하고자 하는것이 아니며 BCP Block Commerce Protocol 코인 투자의 대한 책임은 오롯이 투자자 본인의 몫이다. BCP Block Commerce Protocol 코인은 수익을 보장한 적이 없으며 투자 수익을 보장하지 않는다.



Block Commerce Protocol

BCP

블록체인 라이브커머스