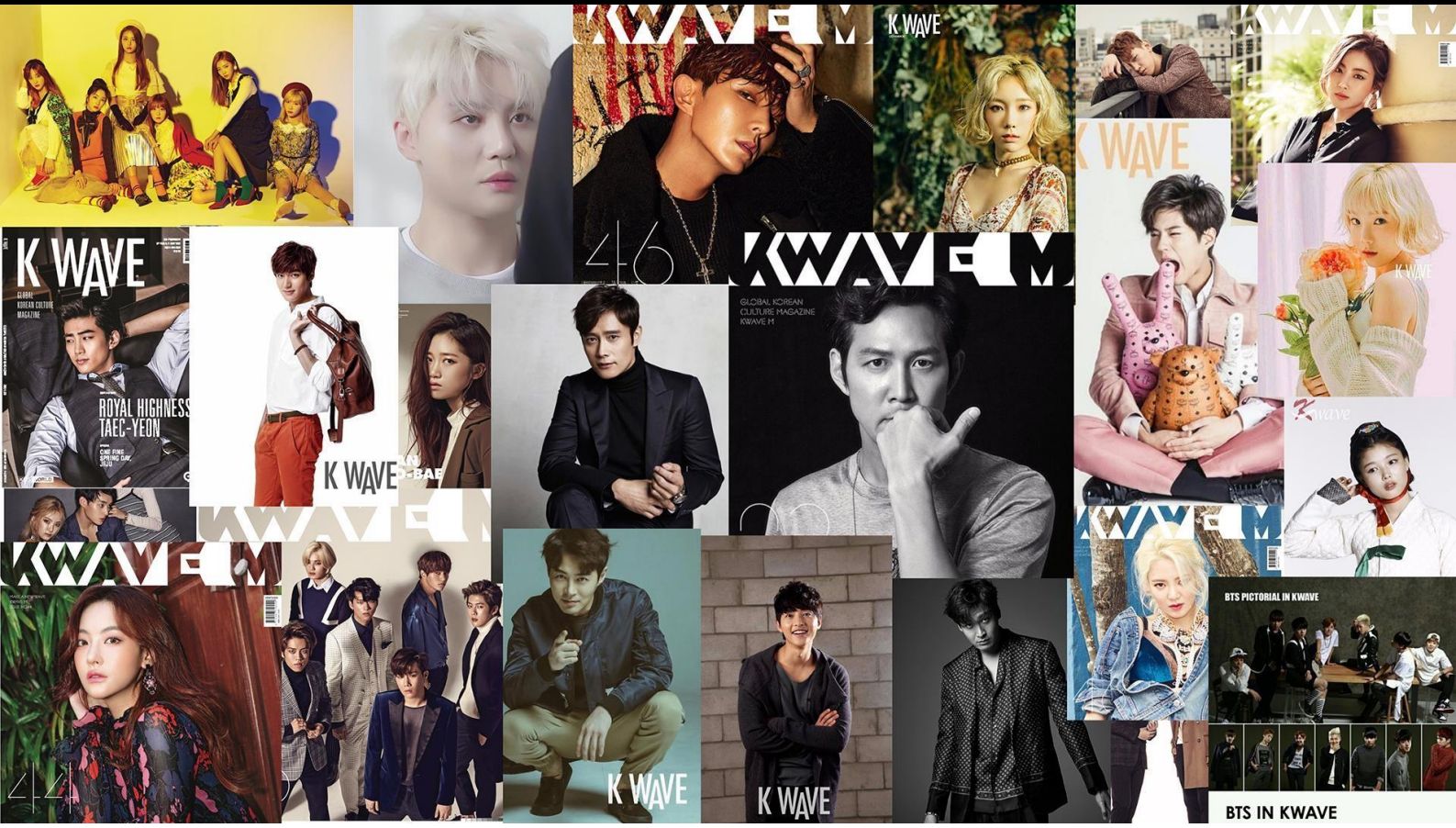


KWAVE

Whitepaper v3



엔터테인먼트 분야는 지난 반세기 동안 고도로 성장하고 있는 산업입니다.

방송, 음악, 미술, 드라마, 영화 등 다양한 장르의 엔터테인먼트 사업은 인류의 삶에 가장 중요한 산업분야로 자리 잡음으로서 IT, 제조사 등 산업분야는 엔터테인먼트 산업의 발전을 뒷받침 해주고 있으며, 시장 규모 또한 다른 산업에 비해 비약적인 성장을 하고 있었습니다.

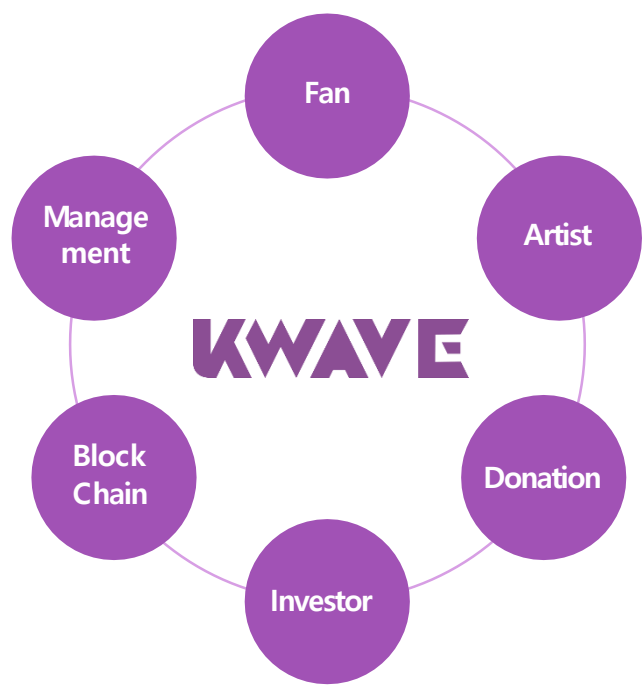
그러나 Covid-19로 영향으로 글로벌 경제가 2009년 이후 처음으로 위축되면서 2.1조 달러 규모의 엔터테인먼트 산업은 2020년 약 5.6%로 축소되었습니다. COVID-19의 충격으로 과거의 비즈니스모델이 무너지고 진행 중이던 트렌드가 강화되면서 기존의 산업 구조가 변화하는 모습을 보여주고 있습니다.

K WAVE 프로젝트는 이러한 엔터테인먼트 생태계에서 스타와 팬의 관계를 매우 투명하고 공정한 구조로 변경하고, 각각의 참여자가 플랫폼 안에서 자신의 영향력을 행사하고 팬들의 스타를 향한 일방적인 소통의 구조를 스타와 팬 모두의 양방향 구조로 만들기 위한 프로젝트입니다.

K WAVE 플랫폼은 신인 아티스트를 발굴하고, 팬덤을 확산하는 아티스트 지원 프로그램 등 팬이 사랑하는 자신의 아티스트를 글로벌 아티스트로 성장 발전시키는 프로젝트이며, K WAVE 토큰 이코노미를 통해 특정 국가의 정치 외교 등 문제에 제한되지 않는 글로벌 서비스로 발전해 나갈 것입니다. K WAVE 플랫폼이 도입한 블록체인 기술은 더 이상 미래의 상상 속 기술이 아니라 이미 우리 생활 속에 조금씩 적용되고 있는 기술입니다.

중앙화된 기관 없이 투명성과 효율화를 실현시키는 블록체인 기술로 만들어진 디지털 자산은 미래의 새로운 수익을 창출할 수 있는 대안으로 여겨지고 있으며 이러한 자산의 디지털화와 새로운 방식의 유통은 3차 산업혁명시대를 넘어 4차 산업혁명 시대로의 길잡이 역할을 하고 있습니다. 특히 블록체인이 가진 장점을 가장 잘 적용시킬 수 있는 분야 중 하나인 엔터테인먼트 업계는 현재 이러한 새로운 기술에 매우 주목하고 있으며 포스트 코로나 시대를 맞이하여 산업구조 전반의 변화를 준비하는 여러 움직임들을 발견할 수 있습니다.

K WAVE는 다가올 새로운 시대의 종합 엔터테인먼트 플랫폼을 개발하기 위하여 블록체인과 VR/AR 등의 새로운 기술과 이 기술들이 만들어내는 변화와 혜택에 주목하고 있으며, 새로운 기술을 한류와 접목하여 글로벌 엔터테인먼트 산업의 구조를 바꾸고 보다 발전된 성숙한 문화를 가진 엔터테인먼트 사업의 새 패러다임을 열어 갈 준비를 하고 있습니다.



케이팝

2

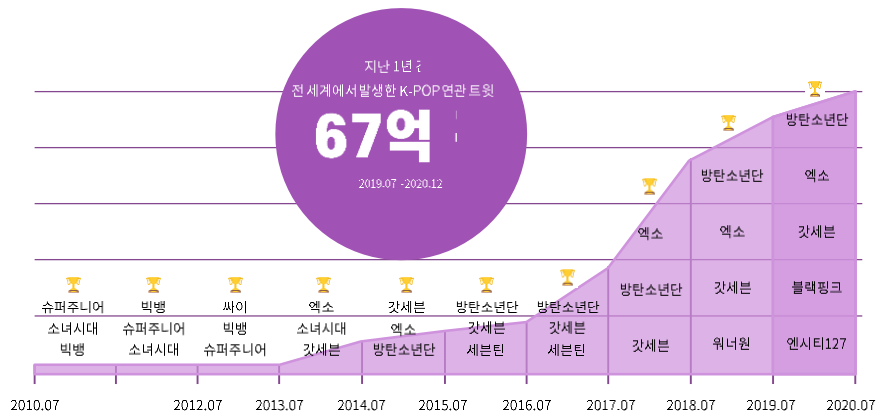
K-POP 엔터테인먼트 환경

2-1. K-POP 시장의 성장

이제는 누구도 케이팝의 인기를 의심하지 않습니다.

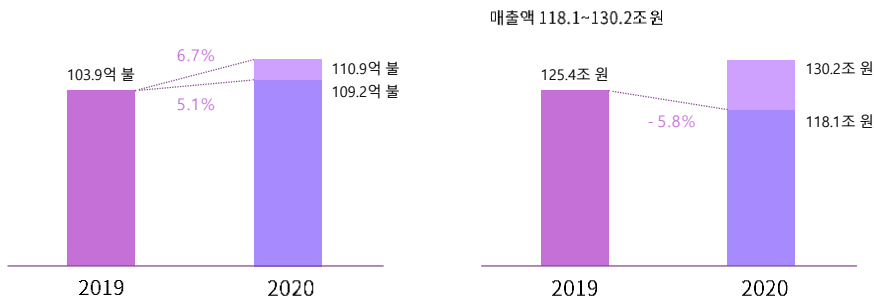
불과 수년 전만 하더라도 연초만 되면 연례행사처럼 ‘케이팝 위기론’이 들려왔던 것을 감안하면 비약적인 발전이 아닐 수 없습니다. 영혼 없는 댄스 음악에 맞춰 기계적으로 춤을 추는 어린 가수들의 인기는 한 순간이라는, 따라서 생명력이 길 수 없다는 단호한 전망. 그러나 이들의 생명력은 호사가들의 짐작보다 훨씬 길었고 팬덤의 파급력 또한 예상을 뛰어넘을 정도로 강력했습니다. 아이돌 가수들을 중심으로 한 케이팝의 인기는 이제 글로벌 무대에서 한국 대중음악의 파이 전체를 키워 나가는 중입니다.

세계적으로 글로벌 디지털 콘텐츠 시장이 빠르게 성장하고 있는 가운데 한국의 디지털 콘텐츠 시장은 전 세계 5위 수준에 달하는 등 높은 수준을 유지하고 있습니다. K-pop으로 대표되는 음악 외 영화, 방송, 게임 등 한국 문화콘텐츠의 글로벌 선전이 지속되며 한류 3.0의 다음 단계인 ‘신한류’에 대한 논의가 제기되고 있습니다.



K-POP 대화량 성장 곡선 (2010-2020)

한국의 문화 콘텐츠 산업은 세계 7위 규모로 이미 글로벌 규모 경쟁력을 갖추고 있습니다. 한류의 문화 콘텐츠 시장은 2019년 125.4조원 규모였으며 코로나의 영향으로 2020년 5.8% 줄어들어 약 118.1 억원을 기록하였으나 해외 수출의 지속적인 증가에 힘입어 2021년 130조 이상 규모로 성장할 것으로 예상됩니다.



2020 국내 콘텐츠산업 주요 통계

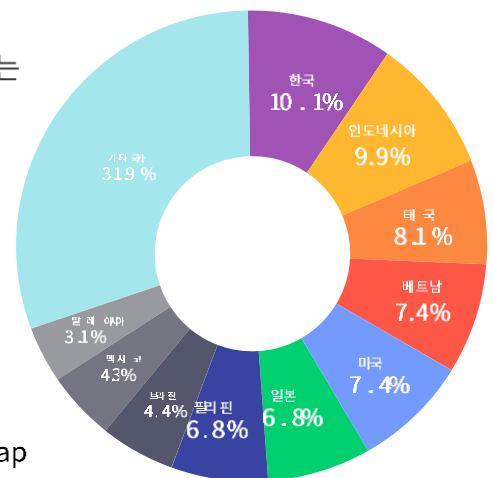
세계시장에서 k-pop을 비롯한 국내 방송 영화 등의 인기로 음향영상 및 관련 서비스의 수출이 지속적으로 확대되고 있으며 특히 디지털 플랫폼의 발달로 한국 문화 콘텐츠에 대한 글로벌 접근성이 높아지고 수요가 확대되며 다양한 지역에서 한류 팬덤이 형성되고 있습니다.

전세계 한류 커뮤니티(팬클럽) 회원수가 매년 증가하는 가운데, 최근 아시아 지역(연평균 성장률 32.3%) 뿐만 아니라 아메리카(35%), 유럽(60.7%) 등에서도 크게 증가했습니다.

특히 음악 산업에서 전 세계적으로 실물음반 시장이 축소되는 추세에도 불구하고 K-pop 음반 판매량은 크게 증가해 전 세계적인 한류 팬덤의 위력을 입증하고 있습니다.

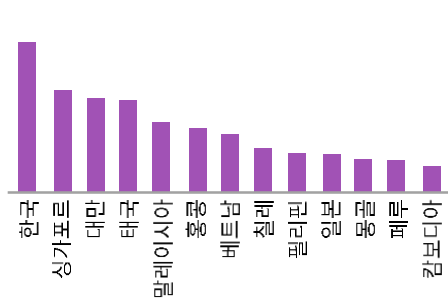
글로벌 실물음반 시장 규모가 2013년~2019년 -5.7% 성장하는 가운데 K-pop 실물음반 판매량은 같은 기간 연평균 27.7%

성장하였으며, 코로나19로 인하여 오프라인 공연 등이 제대로 이루어 지지 못한 올 상반기에도 K-pop 음반 판매량은 전년대비 41.9%로 놀라운 성장세를 이어 나가고 있습니다.

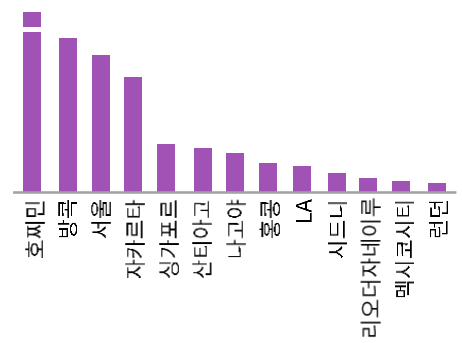


2020 Global K-POP Map

국가별 K-POP 체감 지수



도시별 K-POP 체감 지수



2-2. COVID-19에 따른 뉴 트렌드

소비 패턴의 뉴노멀(New Normal)

코로나19 이후 (1) 언택트 (Untact), (2) 홈코노미, (3) 나를 위한 소비 등의 세 가지 소비 트렌드가 모든 소비자 층에서 관찰되고 있으며, 이 같은 트렌드는 코로나 이후 ‘뉴노멀 (New Normal)’로 자리잡을 것으로 예상됩니다.

1) 언택트 (Untact, 비대면) 소비

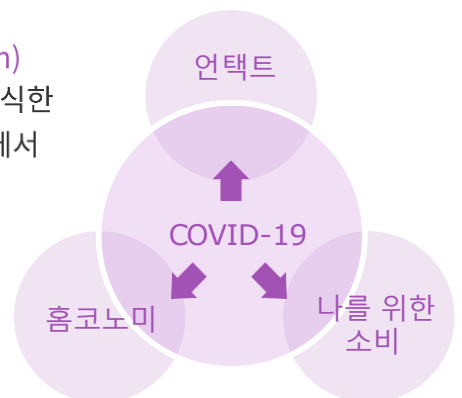
코로나19 확산에 따라 대면 접촉에 대한 두려움도 증대되면서 사람들과 접촉하지 않은 채 소비하는 비대면 방식의 소비, 이른바 ‘언택트 (Untact)’ 소비가 소비자층에서 확산되며 전 산업군에서 언택트 소비에 대응한 전략 마련 양상이 관찰됩니다.

2) 홈코노미 (Home+Economy)

코로나19로 반강제적 자택에서 보내는 시간이 늘면서 ‘집콕족’이 증가. 바깥에서 여가를 즐기던 것과 같이 집에서 다양한 여가생활을 즐길 수 있도록 집에서 할 수 있는 활동을 지원하는 제품·서비스에 대한 소비가 확대되고 있습니다.

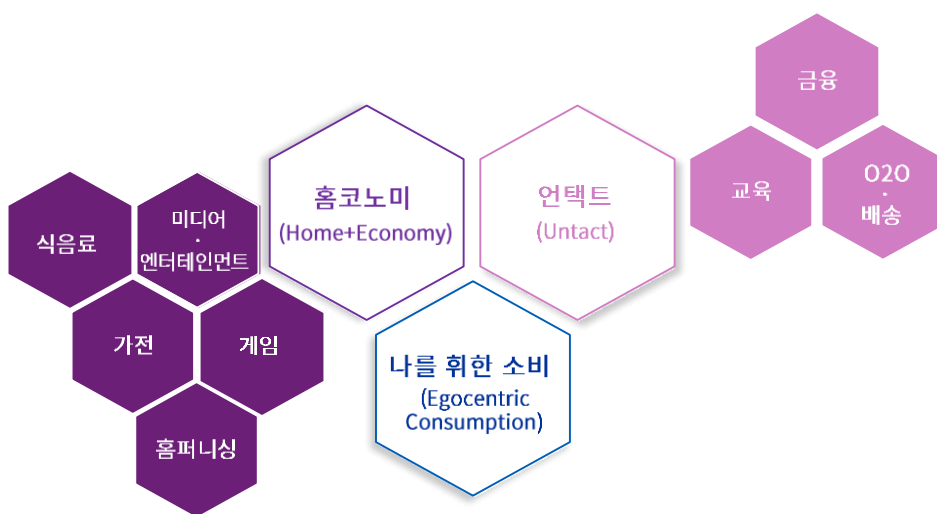
3) 나를 위한 소비 (Egocentric Consumption)

집에 머무는 시간이 늘어나면서 기존 타인을 의식한 소비, 타인에게 보여주기 위한 소비에서 자기 자신만을 위한 ‘나 자신’을 위한 소비로 전환되는 경향을 보입니다.



COVID-19에 따른 산업별 소비 패턴 변화

코로나19는 소비자들의 의식주 모든 영역에 영향을 미치며 라이프스타일 변화를 이끌고 있음. 소비자들의 소비 패턴 변화는 모든 산업에서 패러다임 전환이 일어나고 있습니다.



금융

코로나19로 오프라인 무인 주문 결제 서비스 등 비대면 금융 결제 이용확대. 건강 관리에 신경 쓰는 소비자가 늘어나며 금융 업계의 건강 관리를 위한 상품 출시

O2O & 배송

생필품·식료품을 중심으로 한 배송 서비스 이용 증가로 소량(1개) 단위, 30분~1시간 내 배송 서비스 등 제공 확대

교육

코로나19로 온라인 수업이 장기화되며 및 이러닝(온라인 교육) 니즈가 증대. 이에 에듀테크(Edu-Tech) 서비스 도입 확대

GAME

가상에서 사회적 관계를 찾는 소비자가 증가하며 게임 소비 확대. 진입장벽이 낮은 모바일 캐주얼 게임, '확찐자'를 중심으로 재미와 운동효과를 위한 피트니스 게임 등이 인기

미디어&엔터테인먼트

코로나19로 다중이용시설 기피 현상이 지속되며 스트리밍 플랫폼의 영상 콘텐츠 시장 장악력 확대와 동시에 OTT(온라인동영상서비스) 시장 성장세 가속화

가전

집에 머무는 동안의 편안함, 청결 등을 제공하는 안마의자, 커피머신, 모니터, 의류관리 가전 등 세컨드 가전에 대한 니즈 확대

식음료

집에서 머무는 동안 가공식품을 자신만의 요리법으로 재창조하기도 하고, 내식 증가로 HMR 제품 소비 증가

홈퍼니싱

실내 청결·위생 및 가정 내 건강·미용 관리, 집 꾸미기 제품에 지출을 늘리는 경향

자동차

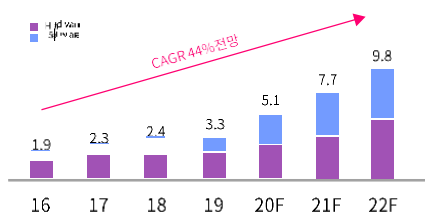
오프라인 구매 비율이 월등히 높았던 자동차의 경우, 대면·접촉기피로 온라인 거래가 확대. 반강제적 외출자제에 따른 여행비·여가비 지출 감소로 수입 자동차에 대한 구매 증가

럭셔리

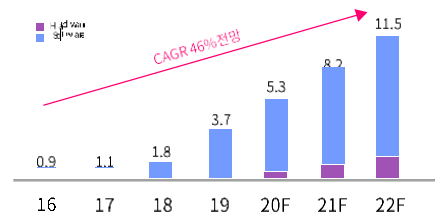
전반적으로 의류·신발·가방 품목에 대한 지출액은 감소했으나, 여유 자금을 럭셔리 제품에 지출하는 보복소비 성향이 확산. 이에 '나를 위한 지출'에 나서는 소비자 증가

2-3. VR/AR 시장 성장

글로벌 VR/AR 시장은 폭발적으로 성장하고 있고, 국내외 주요 게임, 엔터테인먼트, 통신, IT 기업들의 투자가 활발히 이루어지고 있으며 핵심 기술, 게임, 솔루션/서비스, 사진/영상 등 콘텐츠 분야로 투자를 집중하고 있습니다.

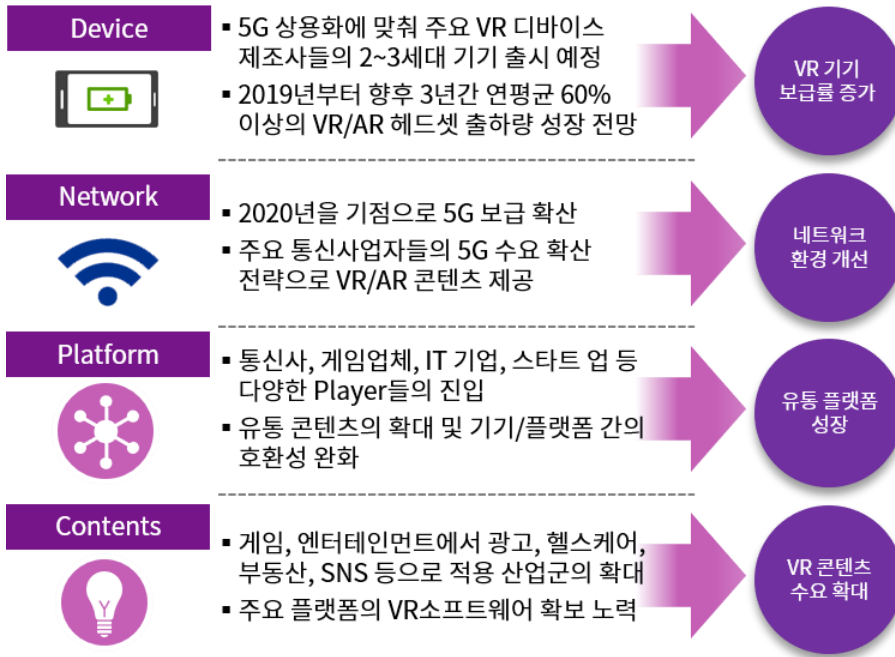


글로벌 VR 시장 매출액 추이



글로벌 AR 시장 매출액 추이

VR 생태계 구축으로 VR 소프트웨어 시장 성장 잠재력 제고



주
주
주
주

2-4. 게임사 및 대기업들의 엔터테인먼트 산업 진입

게임사 및 대기업들은 기존 사업 영역에서 쌓은 기술과 운영 노하우를 통하여 사업을 다각화하는 시도를 하고 있으며, IP 확보를 통해 혹은 엔터테인먼트 회사와의 협업을 통해 적극적으로 부가가치 창출을 시도하고 있다.



BTS '방방콘 더 라이브' Case Study

-네이버는 CJ와 6000억원의 지분 교환 단행하여, 브이라이브, 라인 등 글로벌 서비스와 CJ의 티빙 등 플랫폼 간 협업으로 콘텐츠 유통을 강화

-라이엇 게임즈의 가상 걸그룹 K/DA: LOL의 캐릭터로 구성된 4인조 가상 걸그룹으로 첫번째 정식앨범이 발매되었으며 트와이스가 녹음에 참여하였으며, 데뷔싱글 앨범은 유튜브 3억 6천만회 이상 조회수 기록

-에픽게임즈가 만든 슈팅게임 포트나이트에서는 힙합 뮤지션 스캇 트레비스의 가상콘서트가 열렸으며, 스캇의 동작을 구현하는 아바타와 관객들의 아바타가 함께하며 기존 오프라인 공연에서는 가질 수 없던 새로운 관람 경험을 가능케 했다.

게임사/대기업의 엔터테인먼트 진출 사례

NC 소프트

- 유니버스' 다양한 케이팝(K-POP) 아이돌들의 온·오프라인 팬덤(Fandom) 활동을 모바일에서 즐길 수 있는 올인원(All-in-one) 플랫폼
- 사진 예약자 100만명 돌파
- 이용자들은 유니버스에서 강다니엘 /몬스타엑스/박지훈/아이즈원/우주소녀 등의 인기 아티스트를 만날 수 있으며, AI(인공지능) 음성 합성, 모션캡처, 캐릭터 스캔 등 IT 기술과 엔터테인먼트 콘텐츠를 결합한 즐길 거리 제공

넷마블

- BTS월드: 아티스트의 매니저 시점에서 상호작용 및 BTS독점 콘텐츠를 즐길 수 있는 실시간 캐주얼 게임
- BTS유니버스스토리: 다양한 컨셉트의 스토리를 자유롭게 생산하고 이를 다른 유저들과 공유하며 소통하는 방식의 스토리 소셜 게임

카카오 네이버

- 카카오엠: CMM(Celeb-owned Media Management)사업을 추진하여 연예인이 직접 콘텐츠의 기획과 제작에 참여, 자신의 이미지와 스토리를 바탕으로 자신의 브랜드를 창조해내는 셀럽 커머스 사업으로 확장 계획
- 네이버: SM과 YG에 각각 1,000억원을 투자를 단행하며 투자를 바탕으로 공연, 음악, 영상 등 디지털 콘텐츠 발굴 및 제작 경쟁력 강화

2- 5. Industry Benchmark

Universe

아이돌의 AI보이스를 구현하는 기술과, 아티스트의 외형 및 모션을 캡처하는 IT 기술을 엔터테인먼트 콘텐츠에 결합한 플랫폼

Whosfan

한터차트 운영사인 한터글로벌에서 개발한 아이돌 팬덤 앱으로, 차트 확인과 투표 및 이벤트, 한터뉴스를 제공하는 플랫폼

Amino

사용자가 참여할 수 있는 특정 주제 전용 커뮤니티, 투표, 게시물 업로드, 관심사 관련 위키 제작, 퀴즈 등을 유저들이 직접 만들고 즐기는 것이 주요 특징

Zepeto

증강현실(AR) 아바타 서비스로, 국내 대표적인 메타버스 플랫폼

VOTE & EVENT

블록체인 기술이 도입된 투표와 다양한 후즈편의 이벤트에 참여해 보세요!



차트

K-POP 대표 차트 한타차트 순위와 초동 판매량 기록을 한 눈에 확인하세요!



앨범 인증하기

앨범 인증으로 크레딧도 획득하고, 아티스트 차트 순위도 올리고, 저작권도 보호할 수 있어요!



뉴스

AI 저널리즘이 적용된 '한타뉴스 핫' 기사로 아티스트의 차트 소식을 세상에서 가장 빠르게 만날 수 있어요!



K
P
O
P



3- 1. K WAVE 서비스 배경 및 목표

A. K WAVE 플랫폼 개발 배경

최근 국내 대형 기획사들이 해외 현지를 기반으로 한 아이돌 그룹을 동시다발적으로 내놓으면서 이른바 'K팝 한류 3.0' 흐름에 속도가 붙었습니다. K팝의 해외 진출 전략에서 보통 1단계는 한국 가수의 외국 진출, 2단계는 외국인 멤버를 그룹에 포함해 해외를 공략하는 것을 가리킨다. 3단계는 외국에서 직접 K팝 시스템을 적용해 그룹을 육성하고 데뷔시키는 방식으로 진화했습니다. 이런 'K팝 한류 3.0' 전략은 K팝의 세계적 브랜드 가치 상승으로 한층 동력을 얻었으며 이로 인하여 K-Star 브랜드 글로벌화가 가속되어 자연스럽게 K팝이란 장르의 외연도 확장되고 있습니다.



글로벌 한류팬 10,477만 명

K-POP의 글로벌화

한류를 사랑하는 팬들은 줄지 않고 있으며 음반 판매, 공연 등의 수요는 계속 유지되고 있는 상황입니다. 또한, 일본, 동남아시아, 중국을 넘어서 유럽, 북미, 남미 전 세계의 한류는 지속적으로 확산되고 있으며, 공식적으로 전 세계 한류팬을 1억명으로 추산하고 있습니다.

이에 더해 BTS는 빌보드 차트에서 만나 볼 수 있는 아티스트로 자리매김했으며, EXO, 트와이스, 블랙핑크 등 다양한 K-POP 아티스트들이 해외에서 다양한 방면으로 기록을 세워가고 있습니다.

2021년 한류는 모든 장르와 지구 전체를 아우르는 가장 강력한 문화상품이 되었습니다.

BTS

- 20년 기준 미국 피플스 초이스 어워즈 4관왕
- 20년 기준 소셜 아티스트 4년 연속 수상
- 20년 그래미어워즈 후보 노미네이트
- 21년 'Dynamite' 빌보드 싱글차트 1위
- 곡 'DNA' MV 유튜브 조회수 12억 돌파



EXO

- 남성 해외 아티스트 중 최단기간 도쿄돔 공연
- 정규 5집 빌보드 월드 차트 2주 연속 1위
- 부르즈칼리파, 엑소 주제 LED 쇼 개최
- 아시아 아티스트 어워즈 2년 연속 1위
- 15년 포브스 선정 한국 파워 셀러브리티 1위



TWICE

- 2017년 일본 데뷔 앨범 20만장 이상 판매
- 한국 걸그룹 최초 일본 돔투어
- 트와이스 IP 활용 게임 등장
- 일본 앱스토어 게임 다운로드 순위 1위 기록
- 일본 앨범 5연속 플래티넘 인증(일본 레코드협회)



BLACK PINK

- 유튜브 내 뮤직비디오 중 최단 기간 1억뷰
- 19년 스포티파이 글로벌 톱50차트 2위
- 19년 빌보드 핫100차트 33위 기록
- 영국 오피셜 싱글 차트 20위 기록
- Dua Lipa, Lady Gaga 등 해외 유명 팝 스타들과의 콜라보 음원 발표
- 유튜브 공식 채널 구독자 6050만명 돌파



K-Contents의 글로벌화

K-POP을 비롯한 국내 방송, 영화 등의 인기로 관련 서비스의 수출과 흥행이 지속적으로 확대되고 있으며, 특히 디지털 플랫폼의 발달로 K-Content에 대한 글로벌 접근성 및 수요가 확대되고 있습니다.

확대되는 만큼 다양한 팬들이 한류를 몰입하면서 한류와 한류스타에 대해 다양하고 폭 넓은 요구가 분출되기 시작합니다. 팬들은 초기에 음원과 드라마를 소비하면서 한류를 접촉하게 되고 이후에는 한류에 몰입하면서 한류스타와 더욱 가까운 커뮤니케이션, 교류, 소통, 공유를 원하게 됩니다. 특히 지리적으로 멀리 떨어져 있는 유럽, 북미, 남미의 팬들은 이러한 요구가 더욱 강력해지게 됩니다. 한국의 팬들처럼 밀접한 커뮤니케이션과 교류를 만들 수 있는 팬미팅, 생일파티, 사인회, 방송관람 등등의 다양한 기회가 제공되지 않기 때문에

한류 스타와 폭 넓은 다양한 깊은 교류를 원하는 한국 이외 지역 글로벌 팬들의 한류스타와의 직접적이고 친밀한 커뮤니케이션과 교류에 대한 요구는 갈수록 커지고 있는 상황입니다.



드라마
- 글로벌 OTT 오리지널 콘텐츠

- Netflix 한류 드라마 전성시대
- 동남아 Netflix 한류 드라마 Top 10 절반 차지
- 킹덤의 인기로 따른 조선시대 ‘갓’ 아마존에서 인기 ‘스위트홈’, ‘승리호’ Netflix 1위



기생충
- 아카데미 작품상 수상

- 제72회 칸 국제영화제 황금종려상 수상
- 프랑스 백만 관객 돌파
- 북미 텔루라이드 영화제 진출
- 제77회 골든글러브 외국어영화상 수상
- 제92회 아카데미 4부분 수상



미나리
- 아카데미 여우주연상 수상

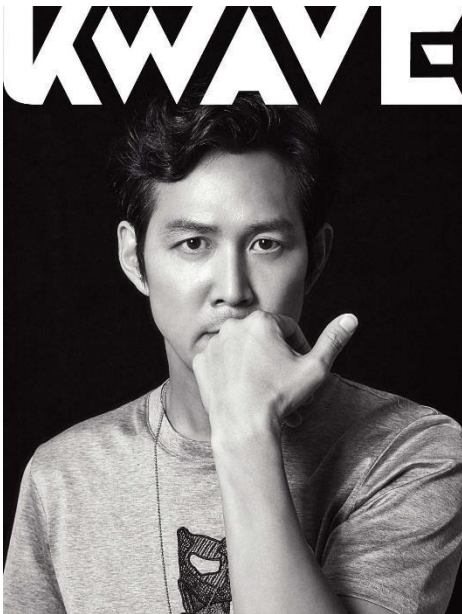
- 이탈리아 개봉 첫날 박스오피스 1위
- ‘미나리’ 윤여정, 한국 배우 첫 오스카수상, 미국 독립영화상 ‘스피릿 어워즈’ 여우조연상 수상
- 21년 4월 케이블 TV VOD 판매순위 1위

B. K WAVE 이전의 역사

오랜 시간동안 한류의 글로벌화를 목표로 한류 사업에 매진하고 있는 K WAVE로부터 출발합니다. K WAVE는 2011년12월 KBS와 공동으로 창간한 글로벌 한류 잡지입니다.

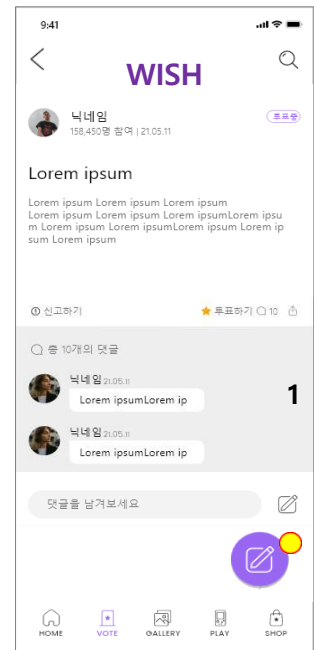
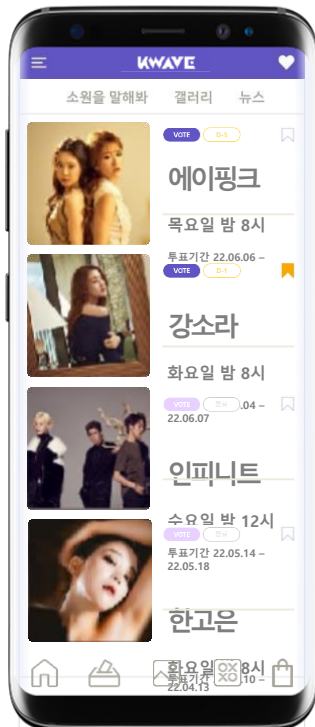
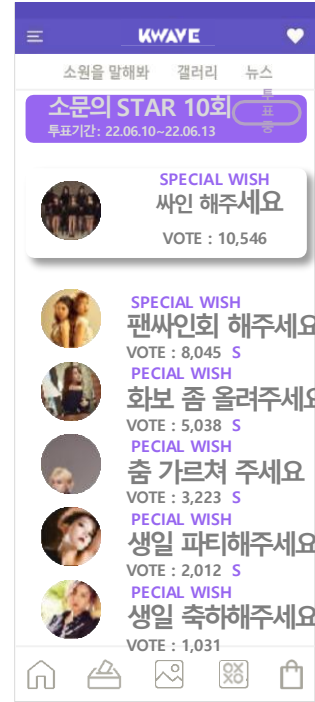
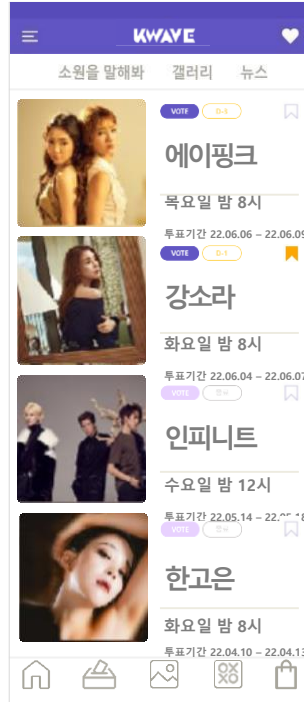
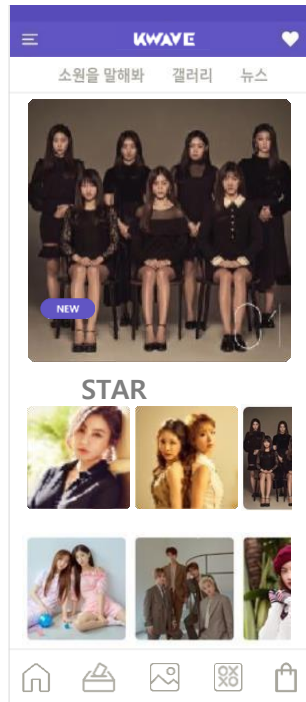
이후 KBS와 공동 발행을 중단하고 독립적으로 잡지를 발간하게 됩니다. 이후 글로벌 한류 팬 커뮤니티를 기반으로 K WAVE U, K WAVE H, K WAVE X 등의 브랜드를 런칭하여 한류의 글로벌화에 기여해 왔습니다.

10여년간의 한류의 글로벌화를 추진하는 동안 쌓아온 모든 노하우와 사진, 인터뷰, 동영상 등의 모든 데이터들을 K WAVE에 새로이 담아 새로운 출발을 합니다.



C. K WAVE 앱

2016년 8월에 K WAVE에서 출시된 이후로 이준기, 지창욱, 소녀시대 효연, 에이핑크, 황치열, 인피니트, 송지은, 김영광, 강소라, 하하, 모모랜드 등 총 스타 300팀과 함께 팬들을 위한 콘텐츠를 만들어 왔습니다.



D. K WAVE의 목표

K WAVE은 이러한 글로벌 한류 팬들의 Needs를 충족시켜주기 위한 플랫폼입니다. 특히, 그 동안 한류스타와의 직접적인 커뮤니케이션과 교류에 목말라 있었던 중남미, 북미, 유럽 등의 한류 팬들과 한류스타의 친밀한 직접적인 커뮤니케이션과 교류를 지향합니다. 글로벌 한류 팬들은 단순한 한류스타의 음원, 뉴스, 정보, 이미지 등을 뛰어넘어 한류스타와의 사적인, 직접적인 커뮤니케이션, 교류 등 더욱 관계성이 깊은, 스킨십이 있는 커뮤니케이션을 원하고 있습니다. 예를 들어 자신이 좋아하는 한류 스타의 생일에 본인을 대신해서 직접 생일선물을 전달해 줄 수 있는 “고도의 개인적인, 사적인 교류를 성사시켜 줄 수 있는 플랫폼”을 원하고 있습니다.

팬들이 한류 스타에게 원하는 특별한 소원을 받고 그 소원을 이루어주는 “알라딘의 램프”와 같은 플랫폼을 원하고 있는 것입니다. K WAVE 한류 팬들을 위한 “알라딘의 램프” 입니다.

MISSION (WHY)

“한류라는 관심사 기반의 새로운 수익 모델을 창출합니다.”

VISION (WHAT)

“글로벌 한류 팬 커뮤니티 메타버스 플랫폼을 제공합니다.”

CORE VALUE (HOW)

“글로벌 네트워크, 블록체인 기반 융합 솔루션, 아티스트”

KWAVE

3-2. K WAVE의 서비스와 기능

A. 소원을 말해봐

‘소원을 말해봐’는 K WAVE에서 제공하는 가장 핵심적인 서비스입니다. User(팬)가 자신이 좋아하는 한류스타를 순서대로 선택하여 User(팬)가 한류스타에게 원하는 본인의 소원을 신청하는 기능입니다.

라이브 방송 사전에 팬들의 소원을 응모, 투표 및 취합하여 연예인이 직접 소원을 들어줍니다. 네이버 나우 등과 유명 라이브 채널 등과 제휴하여 공신력 있는 매체의 방송을 사용하여 섭외와 소원 실행에 대한 로지스틱스 및 구현 제한을 풀어줍니다.

Business Overview

- 라이브 방송을 앞두고 있는 연예인들이 그 방송에서 해줬으면 하는 소원들을 업로드
- 올라온 소원의 "상위권" 중 연예인 측이 선택하여 라이브 방송에서 소원을 들어주는 방식
- 소원 업로드, 소원 투표 등에 코인 활용
- 추후 라이브 방송 등 없이도 연예인 소환하여 소원 진행 여부 검토

Main Content

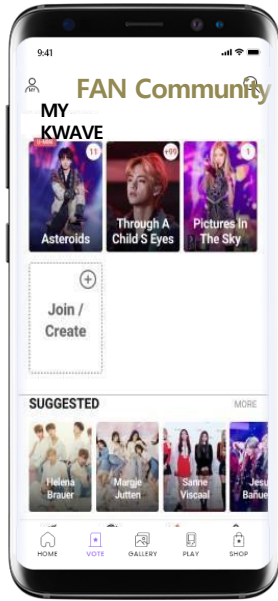
- 예: 네이버 나우의 방송 전, 연예인 또는 네이버 측에서 전달하는 범위 안에서 소원을 고를 수 있고 그 선택 사항들 중에서 팬이 원하는 내용을 작성하여 업로드
- 직접 업로드 하지 않고, 다른 팬의 아이디어가 마음에 들면, 그 아이디어를 "지지" 해줄 수 있고, 투표로 소원이 실시간 랭킹 적용
- 랭킹 순위에 오른 아이디어 중에서 채택이 되고, 채택된 아이디어는 소원 성취 외에도 아이디어를 올린 팬과 그 아이디어를 투표한 팬들에게 코인 증정

How-To

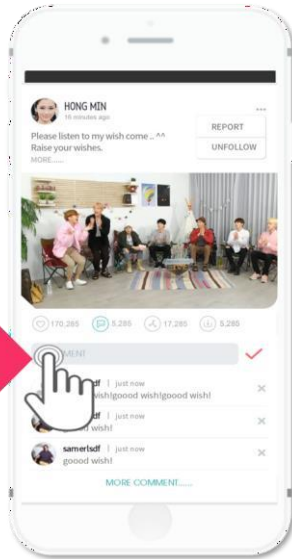
- 연예인이 섭외 되어있는 포맷의 팬 소통 콘텐츠를 제공 함으로서, 연예인 섭외 등의 절차를 직접 할 필요가 없음
- 소원의 선택범위부터 사전 협의가 되어있기 때문에 소원 성취에 부담감이 없고 실행력이 좋을 것으로 예상

기대효과

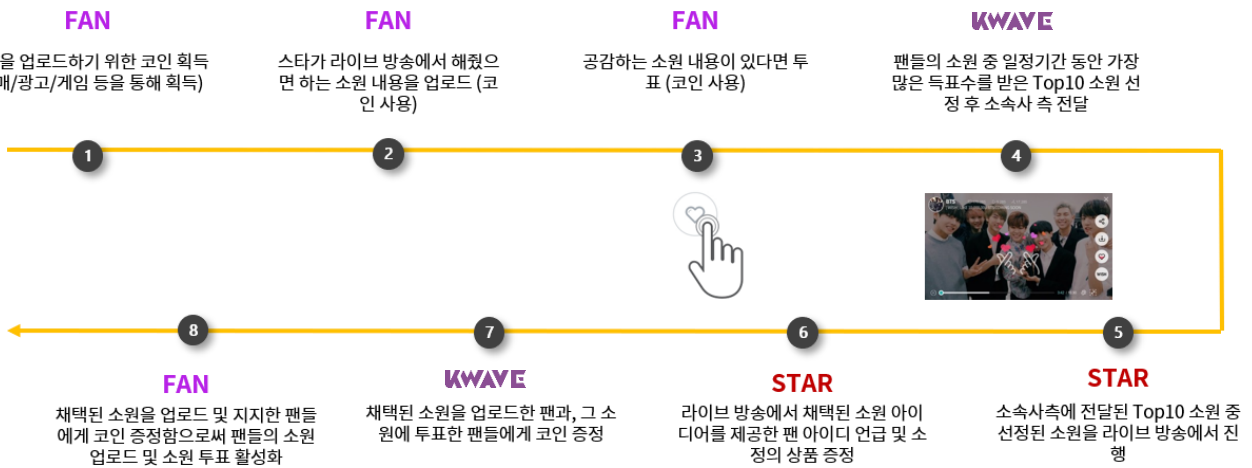
- 현재 네이버 나우는 문자 방식으로 사연, 소소한 콘텐츠 소원 내용을 보내고 있으나, 예전 라디오 방식보다 더 트렌디하고 요즘 감성에 맞는 방식으로 팬들과의 소통을 이어 가는 것이 적합
- K WAVE라는 앱에 소원성취 등의 대한 공신력이 생겨서 실제로 소원이 이루어 지는 확률 또한 높아져 많은 팬들이 앱을 사용 할 것으로 예상
- 연예인과 직접 소통을 이뤄주는 아이템으로서 많은 팬들의 사용 뿐만 아니라 연예인 소속사 측, 제작자 측 또한 활용에 장점



팬심을 가득 담아 스타에게 소원을!
 스타에게 소원을 업로드하세요.
 다수의 팬들이 공감할 수 있는 내용이라면
 더 좋겠죠?
 -자동 번역기 연동 추후 검토



소원 콘텐츠에는 하트와 댓글을!
 공감가는 소원, 나의 소원, 재미있는 소원,
 꼭 이뤄졌으면 하는 소원에는 하트와 댓글을!
 하트가 많을수록 소원이 이루어질
 확률이 높아집니다.



B. 나만의 예능국

팬들이 직접 만드는 소소한 게임들을 통해 팬들끼리 서로 소통하며 팬심을 발휘할 수 있는 장으로써의 기능을 포함합니다.

게임 제작, 참여 등으로 인앱 코인을 획득할 수 있으며, 추후 인기 게임 등의 광고 수익쉐어도 가능하여 금전적 동기부여를 제공합니다.

Business Overview	<ul style="list-style-type: none"> · 심플하고 다양한 방법으로 팬들이 직접 미니 예능 콘텐츠를 앱 안에서 만들고, 다른 팬들은 그것을 체험하는 방식 · 퀴즈 등의 챌린지를 완수하면 코인 및 혜택들이 생김 · 게임들의 관리는 만든 팬이 직접 관리하며 관리를 통해 코인 획득
Main Content	<ul style="list-style-type: none"> · 퀴즈 · MBTI 포맷 테스트 (예: BTS중 나랑 남친으로 가장 적합한 멤버는?) · “쟁반 노래방“ 가사 맞추기 · 다음 춤 시퀀스 맞추기 · 다양한 레트로 예능 구현 · 바탕화면 제작, 캐릭터 꾸미기 · 관리자 레벨이 되면 새로운 포맷 제작도 가능
How-To	<ul style="list-style-type: none"> · 기본 포맷을 벤딩머신 같은 컨셉으로 준비해두고, 그 중 직접 팬들이 선택한 포맷 내에 원하는 내용을 채워넣어 콘텐츠 생성 · 팬이 게임을 생성하는 것에 대한 코인이 부여되고, 특정 수가 넘을 때마다 코인 부여 · 다른 팬의 게임을 사용하는 것과 성공적으로 완료하는 것에 대해서도 코인 증정 · 팬들이 직접 만드는 것에 재미를 느끼고, 연예인이 없이도 팬들끼리 소통할 수 있는 장이 될 것
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> · 앱 내 체류기간을 늘려 광고, 투자 등을 유치하는 데에 도움이 될 수 있음 · 마리텔 포맷/주말 예능/앱게임들의 K-POP적인 재해석 · 추후 인기 게임들의 광고 수익쉐어를 통해 팬은 “성덕”을, KWA VE 추가 수입을 올릴 수 있는 기회 제공



예시 이미지

C. Merchandise

자체 제작 굿즈로 각 덕후 레벨에 맞는 키트 랜덤 구성으로 판매합니다.
 소원 성취와 연동 되어 라이브 방송 컨셉에 맞는 리미티드 상품을 출시합니다.

- 1) 입덕/중덕(라이트팬)/고덕(코어팬) 레벨 별 랜덤박스 등 키트 제작
- 2) 리미티드 플레이모빌 피규어 제작 판매
- 3) K WAVE 아날로그 코인 판매/증정

a. K WAVE 코인 VIP

K WAVE에서 많은 활동을 통해 코인을 많이 축적한 소수에게 유튜브 실버 플레이버튼 처럼 실제 아날로그 K WAVE 코인을 제작하여 증정 (추후 오프라인 VIP 대우 자격 부여)

b. 굿즈 키트

연예인 자체제작 굿즈와 공식 굿즈 등을 활용하여 덕후 레벨에 꼭 필요한 구성으로 키트를 몇가지 옵션으로 만들어 랜덤 박스 출시
 입덕할 때 필요한 팬 굿즈(ex. 팬라이트)와 코어팬이 필요한 굿즈의 내용물이 다르다는 것에 차별점을 둔다.
 자체 제작 굿즈와 공식 굿즈를 적절히 조합하여 K WAVE에서만 판매 경쟁력 상승

c. 플레이모빌 세트 모으기

소원 성취 라이브 방송 테마에 맞는 플레이모빌을 제작
 라이브 방송 전 기간별로 부분 판매를 하여 세트를 모으는 재미를 느낄 수 있게 한다. 세트가 모이면 방송 테마를 알 수 있다.



라이브 방송 테마에 맞는 리미티드 플레이모빌 제작 후 날짜에 맞춰 하나씩 출시 이후 전체를 모으면 한 장면이 되는 것으로 구매 유도



콜라보 Goods 제작

자체 제작 굿즈 및 키트

D. K WAVE 갤러리

K WAVE의 이전 화보 촬영을 버추얼 전시회처럼 기획 하여 한 눈에 수많은 팬들의 화보를 볼 수 있습니다.

그 외에도 아티스트 별 또는 특정 테마별로도 정리가 되어있어 원하는 아티스트/테마별로도 즐길 수 있습니다.

K WAVE의 이미지, 영상들을 활용하여 화려한 All Star Online Gallery 구축 360도 뷰잉 앵글의 버추얼 박물관으로, 마치 전시를 보는 듯한 느낌을 경험하실 수 있습니다.

한류를 주제로 설립된 가상의 박물관이며, 시대별, 아티스트 장르 별, 아티스트 별 등으로 큐레이션이 다양한 옵션으로 구성됩니다.

인터뷰 녹화본 또는 영상 촬영 비디오도 중간 중간 재생 가능하여 입체적인 체험을 할 수 있습니다.

잡지 화보 이미지와 그에 맞는 설명, 부가적인 영상 촬영 분, B컷 이미지, 인터뷰를 즐길 수 있으며, A-lister들의 이미지들을 앱 내 '사인화'를 통해 사인본 이미지로 소장 할 수 있는 기능 또한 검토 중입니다.

K WAVE 갤러리는 K WAVE의 풍부한 DB를 활용하여 팬들에게 색다른 경험을 제공하며, 한류를 문화의 일부로 더욱 더 격상 시킬 수 있는 혁신입니다.



비디오 형식 전시

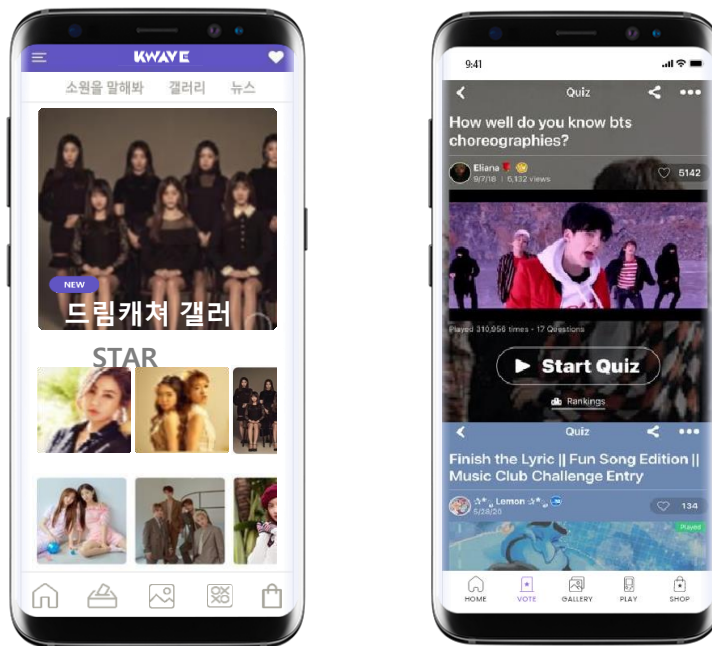


갤러리 형식 전시

E. Coin System

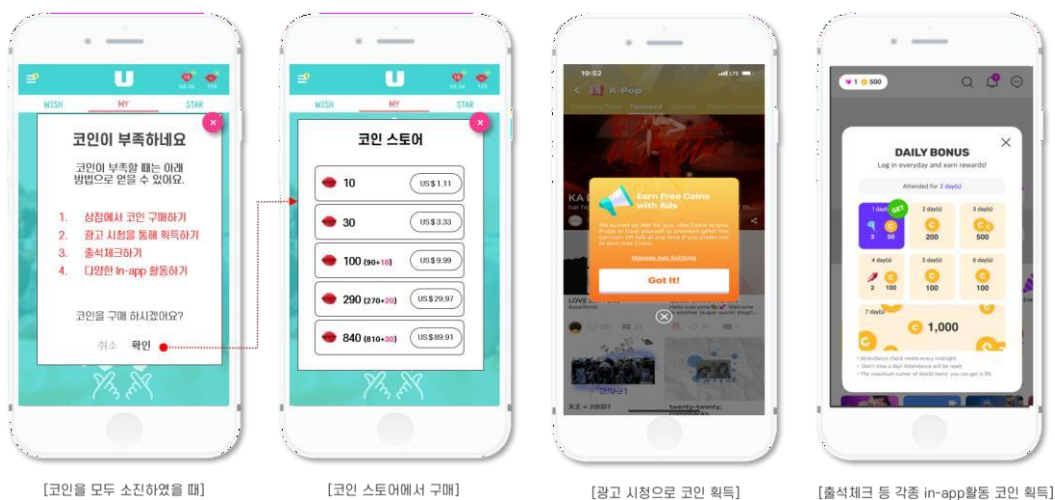
KWAVE U 가상머니 사용 유도를 통한 수익 구조 확보

부분 유료화 설계를 통해 서비스 참여의 재미를 느낄 수록 자연스러운 유료 결제 유도하는 시스템을 구축. 이를 통하여 가상화폐의 필요성과 함께 수익 구조를 확보합니다.



기본적으로 제공되는 하트가 모두 소진 되었을 때는 총 세가지 방법으로 코인을 획득 할 수 있습니다.

1. 코인구매, 2. 광고시청, 3. 출석체크 및 각종 in-app 활동(ex.게임 제작, 소원 투표 등)



[코인을 모두 소진하였을 때]

[코인 스토어에서 구매]

[광고 시청으로 코인 획득]

[출석체크 등 각종 in-app활동 코인 획득]

F. Crowd Funding

클라우드 펀딩과 팬 수요에 맞는 아티스트 리워드를 통한 기부 문화 확산

팬들은 클라우드 펀딩을 통해 아티스트의 활동에 직접적인 영향력을 행사하고 기존과는 다른 특별한 보상을 Vi-Frost를 통해 획득합니다.

타겟층은 아티스트를 통해 선한 영향력을 행사하고 적절한 보상을 받고 싶은 팬과 지정, 법정 기부금 대상 중 참여가 저조한 단체로 지정합니다.

이를 통하여 K WAVE은 플랫폼 수수료, 팬은 기부 리워드(개인화 메세지, 손글씨 편지 등), 아티스트는 기부 이미지 및 이슈화라는 이점을 얻을 수 있습니다.

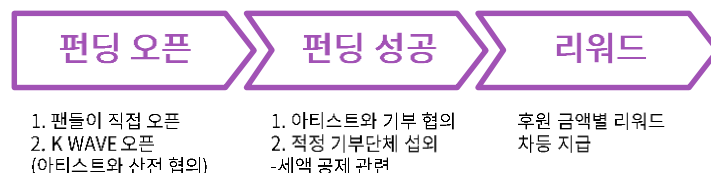
팬들이 스스로 아티스트의 클라우드 펀딩을 오픈하거나 K WAVE에서 오픈하며, 펀딩 형식은 All or Nothing으로 목표 금액으로 결정되며 도달하면 기부와 특별한 보상 제공, 목표 금액에 도달하지 못하면 보상 없는 제도로 진행됩니다.

보상 예시- 최저기부 금액 20,000원

- 1) 마스크(아티스트 이름x기부단체명 각인)
- 2) K WAVE 내에서 아티스트의 개인화 메세지 1개월 이용권
- 3) 1개월 후 개인화 메세지 추가 이용을 원할 시 월 4,500원



K WAVE 펀딩과 글로벌 커머스와의 동시 연계 방안 예시



* 펀딩 형식은 All or Nothing 방식. 목표 금액으로 결정되며 목표 금액에 도달하지 않으면 취소된다. 취소 시 기부 및 리워드 제공 없음.

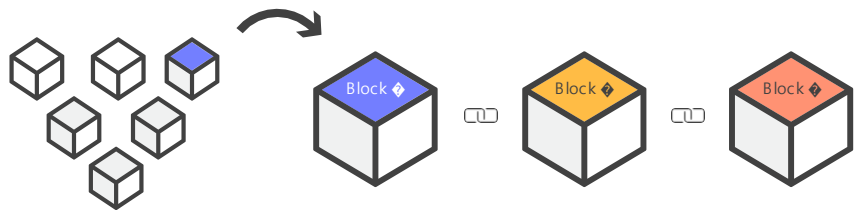
1. 블록체인 기술의 개념과 장점

1) 블록체인 기술의 개념과 장점

블록체인 기술을 활용한 자산 토큰화를 분석하기 위해서는 먼저 블록체인 기술에 대한 이해가 선행되어야 한다.

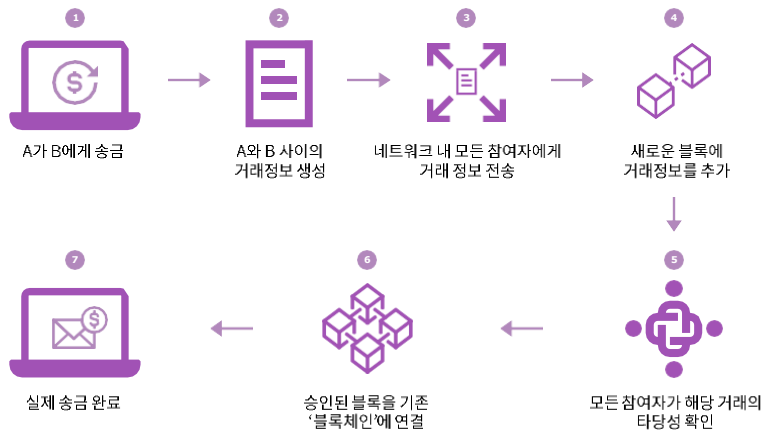
a. 블록체인은 거래정보가 블록에 기록되어 시간 순서에 따라 끝없이 연결되는 것

- 블록(block) : 특정 시간 단위마다 모든 거래정보를 기록한 블록 생성
- 해시(hash) : 하나의 블록에는 앞·뒤 블록들을 연결하는 코드
- 블록체인(Block Chain) : 해시를 기준으로 블록들을 연결해 시간 순서로 체인 형성
 - 블록이 시간 순서에 따라 일정하게 연결되므로, 특정한 거래가 언제 있었는지 알 수 있음.



b. P2P 네트워크를 활용해 실시간 동기화되는 디지털 상호분산원장을 구현

- [P2P 네트워크] 시스템에서 발생하는 데이터 변동이 중앙서버에 의해 일괄적으로 통제 받지 않으며 네트워크 참여자(node)의 컴퓨터에 개별적으로 기록
- [상호분산원장] 네트워크 참여자들이 거래정보를 기록한 원장을 각자의 컴퓨터에서 분산된 상태로 개별 보관
- 신규 거래가 발생할 때마다 네트워크를 통해 분산된 원장들을 모두 똑같이 수정해서 분산원장의 내용을 항상 동일하게 유지



c. 데이터 조작 불가능

·과거의 거래기록을 바꾸기 위해서는 해당 거래기록이 담긴 블록을 포함해서 그 뒤에 붙은 블록들을 전부 수정해야 하고, 이와 같은 작업을 네트워크 참가자들의 분산원장 전체에 실시해야 함

- 시간 순서대로 블록을 연결해서 장부를 만드는 것과 그 장부를 모든 참여자들이 분산해서 소유한다는 점이 데이터 조작을 어렵게 만들

·현재로서는 슈퍼컴퓨터 수백 대를 동원하더라도 해킹으로 블록체인 기술 상호분산원장을 조작하는 것은 기술적으로 불가능

블록체인 해킹이 어려운 이유



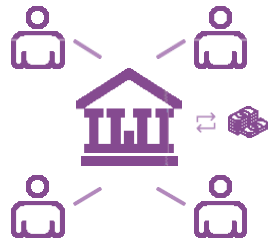
d. 공인된 제3자 없이도 블록체인 기술을 통해 신뢰성 확보 가능

·기존에는 거래정보 기록에 대한 신뢰성을 확보하기 위해 공인된 제3자를 활용하였다. 다만 공인된 제3자의 신뢰성에 문제가 발생하면 거래기록시스템 전체가 극심한 타격을 받는 단일 장애점(single point of failure)* 문제가 발생할 수 있음

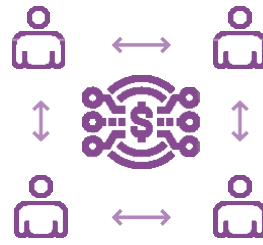
·반면에 블록체인 방식에서는 공인된 제3자 없이도 거래 기록의 신뢰성 확보 가능

- 공인된 제3자 대신에 네트워크 참여자들이 거래 정보의 검증·기록·보관을 실시하므로 단일 장애점 문제가 발생하지 않음





기본 중앙집중형 금융거래



블록체인을 활용한 금융거래

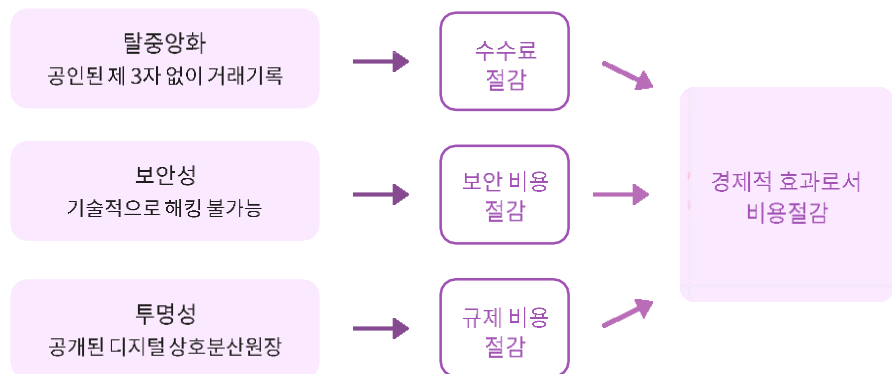
e. 블록체인 기술의 장점

- 기술적 측면에서의 장점: 탈중앙화, 보안성, 투명성
 - [탈중앙화] 공인된 제3자 없이 거래의 검증·기록·보관 가능
 - [보안성] 네트워크의 연산능력을 고려할 때 기술적으로 해킹 불가능
 - [투명성] 공개된 디지털 상호분산원장으로 거래기록에 대한 투명성 확보
- 경제적 측면에서 비용 절감 효과
 - 탈중앙화를 통해 공인된 제3자에게 지불하는 불필요한 수수료 절감
 - 단일 장애점 문제 대비와 해킹을 막기 위한 보안 비용의 절감
 - 거래기록에 대한 투명성을 확보하기 위한 규제 비용의 절감

블록체인 기술의 비용 절감 효과

구분	공인인증 시스템	블록체인 시스템
Active X 설치	필요	불필요
인증서보관	사용자저장매체에보관	(개인정보 없이) 블록체인보관
비용	1개당 4,400원	1개당 20~30원

블록체인 기술의 장점



2. 블록체인을 적용한 플랫폼 개발

1) 플랫폼 생태계의 투명성 확보

네트워크에 기록된 데이터의 위변조가 원천적으로 불가능한 블록체인 기술은 K WAVE 플랫폼 생태계의 투명성을 거의 완벽하게 보장할 수 있습니다.

모든 블록체인 네트워크와 마찬가지로 K WAVE 블록에 저장된 정보는 누구나 확인할 수 있고 원하는 거래 기록을 추적할 수 있습니다.

플랫폼 안에서의 주요 행위가 대중에게 공개 됨으로써 팬들은 자신의 노력이 사라지는 것에 대한 의심 없이 플랫폼 이용이 가능하고 팬들은 자신의 스타를 응원하는 것에 대한 자부심과 플랫폼 생태계에 대한 신뢰가 형성 될 것입니다. 이런 신뢰가 기반이 된다면 K WAVE 플랫폼 생태계의 참여자들은 더욱더 자신의 역할과 기여를 위해 최선을 다할 것이며 이러한 노력은 팬과 스타 그리고 플랫폼 생태계 전체의 공동의 이익으로 돌아올 것입니다.

엔터테인먼트 산업은 팬들이 참여가 그 무엇보다도 중요한 요소입니다. 스타라고 불리는 '아티스트'의 이미지와 인지도가 엔터테인먼트 산업에서의 자산이기 때문에 해당 시장은 일반적인 상행위 즉 재화나 서비스가 교환되는 시장과는 매우 다른 특성이 있습니다.

스타와 팬 즉 인간과 인간이 연결되어 그 유대감이 상품의 주체로 이뤄지는 시장의 특성상 '아티스트', 팬, 그리고 콘텐츠 공급자(기획사) 간의 신뢰는 엔터테인먼트 사업을 운영하는 데 가장 중요한 요소로서 작용하고 때때로 팬들 사이에서 가장 민감한 문제로 대두되기도 합니다.

아티스트와 팬과 그리고 아티스트를 지원하는 기획사와의 신뢰가 깨지면 급격한 이미지와 인기의 추락으로 더 이상 영향력을 발휘하지 못하는 경우가 발생하기도 하며, 기획사와 아티스트 사이 신뢰의 실추로 해당 아티스트가 기획사를 떠나는 일도 종종 발생합니다.

또한, 투자자와 기획사의 신뢰나 광고주와 기획사의 신뢰 등도 엔터테인먼트 사업을 영위해 나가는데 큰 영향을 미치는 요소로 작용합니다. 때문에 K WAVE 는 엔터테인먼트 산업에 블록체인 기술을 도입하여 관련된 모든 구성원들의 신뢰를 더욱 견고히 하고 업계가 가지고 있던 정보 불평등의 리스크 등을 줄여 구성원 모두가 만족할 수 있는 문화를 형성하는데 큰 역할을 할 수 있을 것입니다.

2) 참여에 대한 공정한 보상과 평가

K WAVE가 블록체인 기술을 도입하려는 또 다른 이유는 플랫폼 생태를 구성하고 있는 모든 참여자에게 그들의 노력에 합당한 보상을 제공할 수 있다는 점입니다.

블록체인 기술을 활용하면 해당 플랫폼 생태계에 참여하는 구성원들이 생태계에 기여하는 모든 활동을 확인 할 수 있고 이는 K WAVE 블록 상에 저장되며, 미리 약속된 스마트 컨트랙트 시스템은 각 구성원들의 노력을 자동적으로 인지하고 처리함으로써 공정한 보상을 받을 수 있습니다.

이러한 공정한 보상 체계가 자리를 잡게 되면 구성원들은 노력과 관심에 대한 보상으로 경제적 이익이 따라오기 때문에 보다 자발적으로 자신의 시간과 노력을 기꺼이 플랫폼 생태계를 위해 할애하며 그 속에서 지속적인 활동을 추진할 수 있는 동력을 얻을 수 있습니다.

또한 이러한 노력에 따른 보상과 평가는 플랫폼 생태계 안에서 자신의 스타를 위한 콘텐츠소비, 상품구매 등의 소비로 이어질 수 있습니다.

굿즈나 플랫폼이 제공하는 서비스 구매의 일정 부분을 적립해주거나, 커뮤니티에 대한 출석체크, 콘텐츠나 제품후기 작성 또는 이벤트 참여에 대한 보상으로 토큰을 받고, 적립한 토큰을 또다시 해당 제품이나 서비스를 구매하는데 지불하게 되는 생태계가 그 예시입니다.

현재 많은 토큰 생태계에서 해당 모델이 효율적으로 작동하고 있으며, 팬들의 참여와 기여가 절대적으로 필요한 엔터테인먼트 산업에서 이러한 예시는 더욱 효과적으로 작동될 것입니다.

팬들의 스타를 향한 애정과 관심은 선순환적 플랫폼 경제를 활성화 시키고 지속적으로 커뮤니티와 생태계가 성장하게 되는 결과를 가져다 줄 것입니다.

K WAVE Token Economy

1. K WAVE 토큰의 개념

K WAVE 토큰은 K WAVE 플랫폼에서 사용되고 해당 생태계를 연결해주는 ERC 20 기반의 유틸리티 토큰입니다.

K WAVE 토큰은 플랫폼 내에서의 활동 예를 들어 플랫폼 서비스에 대한 적극적 참여, 플랫폼 내 커뮤니티 활동, 플랫폼과 연계된 스타들의 홍보 활동 및 플랫폼 광고 등의 K WAVE 생태계 속에서 활동에 대한 보상의 형태로 획득할 수 있으며, 획득한 토큰은, 플랫폼 콘텐츠 결제, 디지털 아이템 구매, 스타 애장품 경매, 나만의 스타를 응원하는 콘텐츠 및 투표 등 플랫폼이 제공하는 서비스에 대한 지불 수단으로 사용이 가능합니다.

K WAVE 팀은 토큰 이코노미는 생태계 내에서 K WAVE의 사용처를 넓히고, 실제 사용 시 추가 혜택과 이익을 줄 수 있는 구조를 설계하고 지속적인 업데이트를 하여 K WAVE 토큰의 가치를 유지하고 적극적인 제휴와 새로운 서비스 및 아이템 개발로 토큰의 사용처를 넓혀 토큰 이코노미가 더욱 크게 성장할 수 있도록 노력할 것입니다.

K WAVE 토큰의 개념과 획득



2. K WAVE 사용 및 획득

• 소원을 말해봐

라이브 방송을 앞두고 있는 연예인들이 그 방송에서 해줬으면 하는 소원들을 업로드하여 올라온 소원의 "상위권" 중 연예인 측이 선택하여 라이브 방송에서 소원을 들어주는 방식입니다. 소원 업로드, 소원 투표 등에 코인이 활용되며 추후 라이브 방송 등 없이도 연예인을 소환 하여 소원 진행을 할 예정입니다.

- a. KWAVE 토큰을 보유한 회원들이 참여 우대.
- b. KWAVE 토큰 보유량에 따른 하트 추가 보상.
- c. 토큰으로 하트 아이템 구매.
- d. 선정된 Wish에 대한 보상으로 토큰 지급

• 나만의 예능국

플랫폼이 제공하는 심플하고 다양한 방법으로 팬들이 직접 미니 게임, 퀴즈 등 콘텐츠를 앱 안에서 만들고, 다른 팬들은 그것을 체험합니다. 콘텐츠를 만들어 유저들이 사용하게 되면 제작자에게는 혜택들이 제공됩니다. 또한 게임들의 관리는 만든 팬이 직접 관리하며 KWAVE 토큰 획득이 가능합니다.

- a. 게임, 퀴즈 등 콘텐츠에 대한 보상으로 토큰 획득
- b. 게임 속 광고등을 통하여 게임 개발에 대한 수익 획득 가능
- c. 콘텐츠 제작 시 토큰을 사용하여 제작 아이템 구입

• Merchandise

자체 제작 굿즈로 각 덕후 레벨에 맞는 키트 랜덤 구성으로 판매합니다. 또한 소원 성취와 연동 되어 라이브 방송 컨셉에 맞는 리미티드 상품을 출시합니다.

- a. 하트 및 토큰으로 굿즈 구매 가능
- b. 하트 및 토큰으로 스페셜 굿즈 제작 및 구매 가능
- c. KWAVE 토큰 보유량에 따라 VIP대우 자격 부여

• K WAVE 갤러리

K WAVE의 이미지, 영상들을 활용하여 화려한 All Star Online Gallery 구축, XR기술을 활용하여 360도 뷰잉 앵글의 버추얼 박물관을 구성하여 마치 전시를 보는 듯한 느낌으로 연출합니다.

- a. K WAVE 토큰으로 스페셜 전시회 입장권 구매 가능
- b. 스타들의 사인본 이미지 토큰 구매 가능

• Crowd Funding

팬들은 크라우드펀딩을 통해 아티스트의 활동에 직접적인 영향력을 행사하고 기존과는 다른 특별한 보상을 Vi-Frost를 통해 획득합니다.

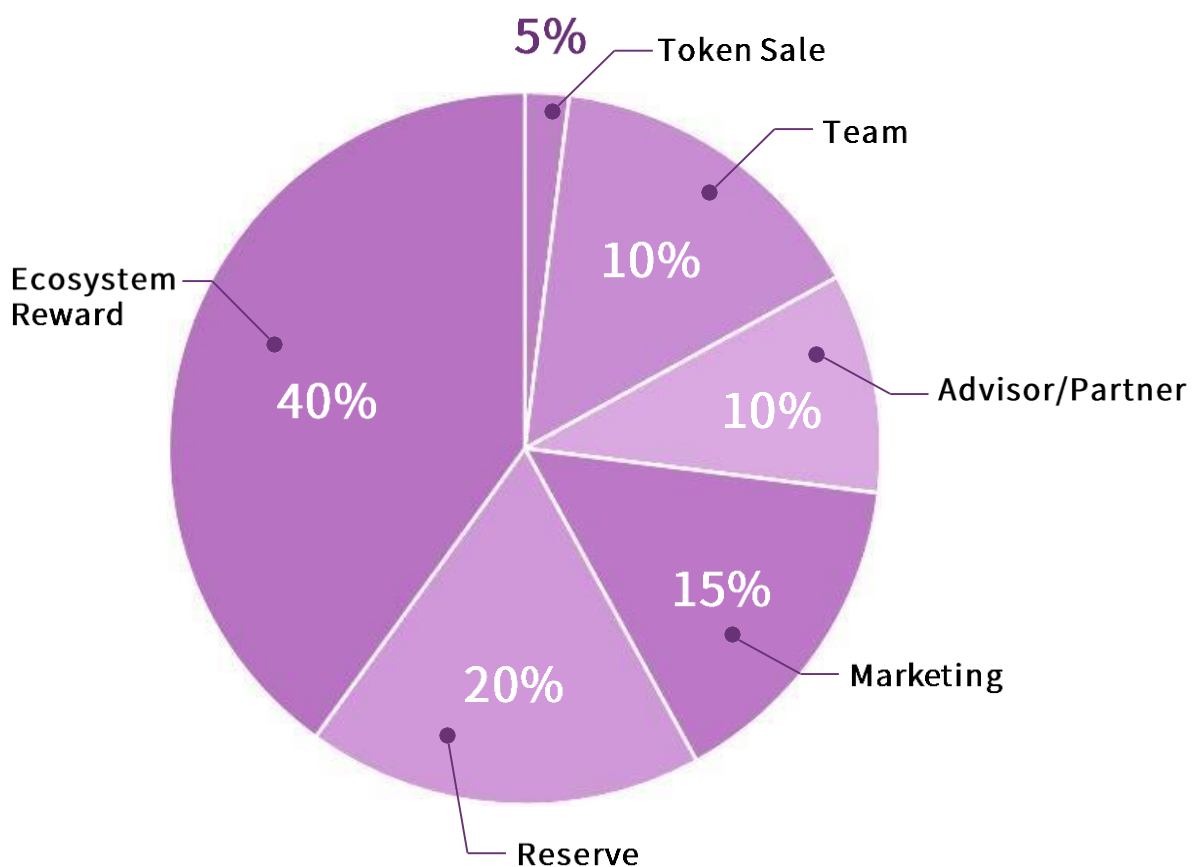
- a. 하트 또는 토큰을 통한 기부 가능
- b. 기부에 대한 리워드 제공

토큰 유틸리티 요약



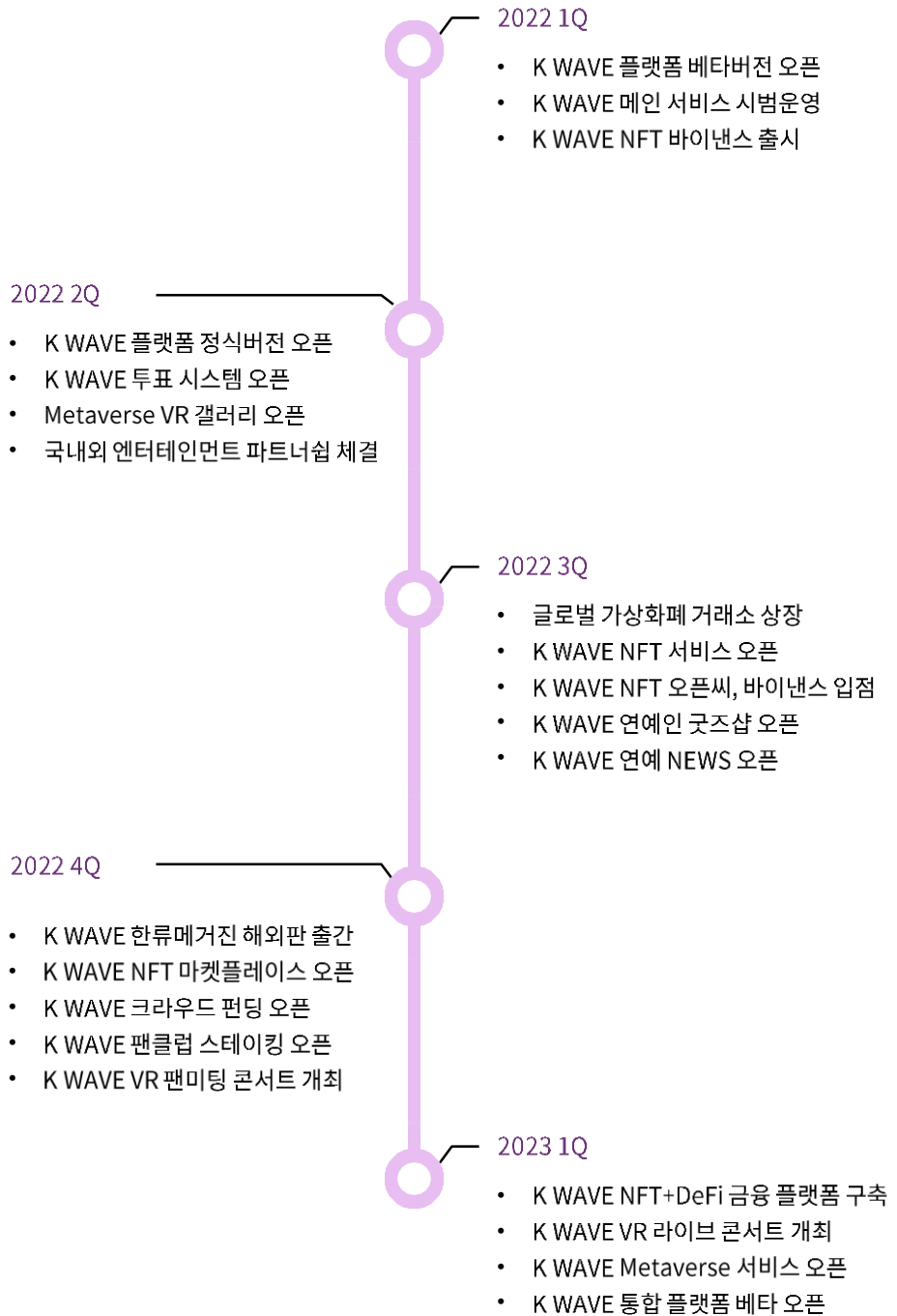
3. K WAVE 토큰의 발행 및 유통

- a. 토큰명 : K WAVE
- b. 토큰심볼 : KWAVE
- c. 토큰프로토콜 : ERC-20
- d. 총 발행량 : 3,000,000,000
- e. 토큰 분배 :
 - Team : 10%
 - Advisor/Partner : 10%
 - Marketing : 15%
 - Reserve : 20%
 - Ecosystem Reward : 40%
 - Token Sale : 5%



Roadmap

6



Team

7



Sang Hwan Kim

CEO

- Co-CEO of K-Wave Company
- CEO of Booming Entertainment Co.,Ltd.
- CEO of Live Plus Co., Ltd.
- Lutherson Entertainment Inc.
- CJ EnM Music Business Team
- Media Line Co., Ltd.



Chang Duk Lm

Kwave music contents co production

- CEO of Booming Sound Co., Ltd.
- Founding CEO of Mecca Studio Co., Ltd.
- Gangnam Studio Co., Ltd.
- Graduated from Kyung Hee University



Yoo Sung Choi

Global tour concert partner

- APPLE JAM MUSIC CEO
- Applewood Creative CEO
- DOH Culture Club CEO
- CEO of Green Snake Media
- Juna International Ltd
- CJ ENM Music Business Team Leader
- Sogang University Department of Business Administration



Wooki Kwon

Kwave show creative director

- Ricky Martin Show In Seoul Local Production Director
- ETP Festival - SeoTaiji Festival Touring Stage Director
- SeoTaiji Zero Korea Touring Touring Stage Director
- USA UK POP Artist Korea Local Tour Production Manager
- KPOP & HK & CHINESE Artist Asia & World Touring Creative Production Director



Shawn Jang

Adviser

- GOOGLE LLC developer
- Founding member of Vidyo, an American IT company
- Samsung
- Ph.D., Columbia University
- Department of Computer Engineering, Yonsei University



Gye Sung Cho

Kwave contents co production

- CEO of Booming Studios Co., Ltd.
- Sunwoo Production Director
- Geumgang Planning Producer
- Graduated from the Department of Journalism and Broadcasting, Chung- Ang University



David Yoon

Kwave global business partner

- DAVID YOON Company Ltd. & FLUR NYC
- OD Entertainment Inc. & OD Company Inc.
- DBA Production Inc.
- Universal Cultural Foundation Inc.
- The Arts of Cartier Collection & Foundation Cartier of Contemporary Arts
- KCMII
- UBC Communications Inc.
- European Chamber of Commerce in Korea
- Korean Cultural Foundation, Inc.



Se Hoon Lee

Kwave magazine co production

- CEO of Media Bling Co., Ltd.
- Samsung Electronics Co., Ltd.



Kwang Hyun Kim

CEO

- C) CEO of Waffle Stay
- Worked for transportation companies such as Korea Expressway Corporation Hi-Pass, Seoul T-money, etc.
- Developed Korea's first virtual asset payment system 'PayCrypto'
- C) Chairman of Blockchain Subcommittee of Korea Technology Society Foundation
- F) Co-founder/Internal Auditor Woowa Brothers (Baedal Minjok)

Adviser



Steven Edelso

- MSEG & IFGDG Co-founder
- Miami Baseball Field, Yankees Stadium Convention investment and operation
- Chicago Bulls and White Sox co-owners



Alex Egorov

- 15 Years of Experience in Banking and Finance
- National Reserve Bank
- GIFTD.tech Solution CEO



ShaUn Kim

- Written and Composed(Over 300 songs've been published)
- Rep. Works
Bigbang _ Monster
EXID _ Ah Yeah, Hot Pink, 1M Etc..
T-Ara _ Sugar Free, Love Effect Etc..
Wanna One _ Boomerang
Boa _ My Love, Feedback, Black Etc..
Aespa _ Dream come true(2021)



GwonHo Lee

- Law firm Gangnam Lawyer Patentary, Taxpayer Certificate
- Law firm Doo Woo, Law firm APEX
- DLA Piper LLP London, Ashurst LLP London
- Graduated from Seoul National University Graduate School of Law
- Advisor to Bithumb Korea, IMI Co.,Ltd
- Ministry of Culture and Tourism, Korea Broadcasting and Communication Promotion Agency(KCA)



Ana Saniez

- Content Development Director
- Walt Disney Branding, Licensing 17 Years of Digital Transformation
- IBM 6years experience social director



TaeSeop Yoon

- The Chosun Ilbo(Culture Section)
- Chief Editor, Deputy Editor(Entertainment)
- Judge-The Blue Dragon Awards
- Judge-SBS Supermodel Contest
- Graduated-Yonsei University



Tim Seo

- Davox Technology CEO
- Dcoin Exchange Asia Pacific CEO
- Director of E-SPORT, Actozsoft
- General Manager CMGE Overseas BC
- GBLP Program at Huobi University in China

Disclaimer

8

면책조항

아래 내용들을 주의 깊게 읽으시기 바랍니다. 아래 내용은 본 백서를 읽는 모든 사람에게 적용됩니다. K WAVE 백서(이하 “백서”)는 작성 당시를 기준(as is)으로 하여 작성 및 제공되므로 백서에 포함된 어떠한 내용이라도 K WAVE 팀의 재량에 따라 언제든지 변경되거나 업데이트 될 수 있으며, 본 백서의 어떠한 내용이라도 장래 시점까지 변경되지 않는다는 점을 담보하지 않습니다.

만일 본 백서의 내용에 대해 어떠한 의심의 여지가 있는 경우 구매 전 회계사, 변호사 또는 기타 전문가와 상의해야 합니다.

1.본 백서의 목적은 K WAVE 팀이 준비 중인 K WAVE에 대한 요약된 정보와 소개를 다루는 것에 있습니다. 본 백서는 K WAVE 또는 K WAVE 팀에 대해서 법적으로 구속력이 없으며 백서 상 어떠한 문구들도 구독, 구매, 투자 제안 그리고 투자 강요의 성격을 띠고 있지 않습니다.

2.본 백서 상 모든 정보나 분석 내용은 투자결정의 근거가 될 수 없으며, 어떠한 투자 제안이나 조언도 아님을 알려드립니다. 본 백서 상의 미래 계획적인 성격을 띄는 어떠한 내용이나 데이터는 어떠한 이유에서든 바뀔 수 있으며 정확하지 않을 수 있고 그 내용에 관한 어떠한 보장이거나 약속도 없음을 알려드립니다.

3.이사, 에이전트, 직원, 계약자, 판매 파트너를 포함한 K WAVE 팀은 다음과 같이 본 문서에 포함된 정보에 따라 발생할 수 있는 직접적 또는 간접적으로 발생하는 모든 종류의 손해를 책임지지 않습니다: (1) 해당 백서에 따른 계약 내용의 정확성 및 완전성; (2) 백서의 오류 또는 누락; (3) 확인되지 않은 원인으로 인한 백서 열람 불가능; (4) 백서 사용 또는 미사용으로 인해 발생하는 기타 모든 손해

또한, Team은 본 문서에 포함된 정보를 이용하여 한 의사 결정 행위에 따라 발생할 수 있는 다음 사항들에 대하여 사전 경고가 주어졌거나 해당 손해가 예측 가능할 경우에도 전적으로 책임을 지지 않습니다: (1) 이익, 수익, 부채 및 기타 모든 형태의 금전적 손해; (2) 사업 거래, 사업 활동, 영업 이익 관련 활동 중에 발생한 수입, 매출, 자본 감소, 채무 기타 손실; (3) 데이터 손실 또는 손상; (4) 부수적 또는 특수 손해; (5) 낭비되거나 손실된 관리 시간; (6) 간접적이거나 필연적인 손해

4.진행중인 K WAVE의 내용이나 시장의 변화, 기술 발전 그리고 ICO나 토큰 규제의 변화에 따라서 백서의 내용은 달라질 수 있습니다. 그러나 Team은 차후에 본 백서에 명시된 사건, 플랫폼, 향후 계획, 추정치의 변화나 오차범위 안의 변경 사항 등에 대해 독자들에게 통보하거나 보고 할 의무가 없음을 알려드립니다.

5.본 백서 상 법, 세무, 규제, 금융, 회계와 같은 분야에 대한 정보들은 조언이 아님을 알려드립니다. K WAVE 토큰의 구입은 구매자들에게 K WAVE 토큰의 구매를 위해 지불한 물질적 자산을 포함해 물질적인 손실을 가져올 수 있습니다. K WAVE 토큰 구입에 앞서, 구매자들은 세무, 규제, 금융, 법률 등의 전문가들에게 잠재적 위험부담, 수익 및 K WAVE 토큰 거래가 초래할 수 있는 결과들에 대해서 상담할 것을 권합니다.

6.자신의 법적 관할권 내에서 K WAVE 토큰의 인수와 처분 등에 관하여 발생할 수 있는 소득세 등 기타 과제 처분 및 해외 환전에 대한 법적 가능 여부를 판단하는 것은 전적으로 K WAVE 토큰 구매자의 몫입니다.

7.백서의 출판·배포가 금지된 나라에서 본 백서의 출판·배포를 금합니다. 본 백서에 있는 정보들은 어떠한 규제기관의 검증이나 인가도 받지 않았으며, 법에 저촉되는 어떠한 행위도 파קי티켓 팀에 효력이 없습니다. 본 백서의 출판· 배포가 그 발행된 나라의 규제 사항을 모두 준수하였다는 것을 보장하지 않습니다.

8.K WAVE에 대한 공식 자료는 본 백서이며 한국어로 작성되었습니다. 본 백서는 다른 언어로 번역될 수 있으며 예비 구매자 및 기존 구매자 등과 구두 혹은 서면 의사 소통을 하는데 사용될 수 있으며 이 과정에서 일부 정보가 곡해되거나 잘못 해석되거나 손실될 수 있습니다. 따라서 이러한 대체적인 의사소통의 정확도를 보장할 수 없음을 숙지하시기 바랍니다. 그러한 부정확한 의사소통 발생 시 한국어로 작성된 본 공식 백서의 정보가 우선합니다.

9. 모든 백서 내용은 저작권의 보호를 받습니다. 개인적 용도 또는 기타 소유권 고지 사항이 있는 경우에만 백서의 개별 섹션을 다운로드하거나 인쇄할 수 있습니다. 파킹티켓 팀의 사전 사면 허가 없이는 본 백서를 전체적으로 또는 부분적으로 복제하거나 전지적 수단 또는 기타 방식으로 복제하거나, 공공 또는 상업적 목적으로 수정, 링크, 사용할 수 없습니다.

투자위험

K WAVE 팀은 구매자들에게 K WAVE 토큰 구매대금 상당의 손실을 볼 수 있다는 위험을 포함하여 여러가지 종류의 위험을 고지하고 있습니다. 아래에 쓰여진 위험 부담이나 비확실성에 관한 정보의 정확성은 담보되지 않습니다.

구매자들은 K WAVE 토큰의 매매 및 보유로서 명백하게 K WAVE 토큰의 어떠한 형태의 보증도 없는 현재 상태 그대로의 위험 부담을 인지하고 구매한다는 것에 동의한 것으로 간주됩니다.

1.블록체인 리스크: 블록체인 시스템 혼잡으로 거래가 늦게 처리되거나 거래가 무효화될 수 있습니다. 특히 K WAVE 토큰의 발행과 분배를 담당하는 스마트 계약은 이더리움 블록체인이라는 기술에 기초하고 있습니다. 이더리움 프로토콜은 약점과 취약성을 가지고 있을 수 있으며 K WAVE 토큰이 손실되는 버그를 포함해 각종 버그가 발생할 수 있습니다. 또 이러한 이더리움 블록체인의 문제로 K WAVE 팀 및 K WAVE 토큰 구매자에게 물질적 피해가 발생할 수 있습니다.

2.개인정보 리스크: 사용자의 개인정보는 K WAVE 토큰 구매자의 전자 지갑에 있는 K WAVE 토큰의 분배와 통제를 위하여 필요합니다. 따라서, 개인정보가 유출될 경우 구매자의 전자 지갑에 있는 K WAVE 토큰이 유출될 수 있습니다. 더욱이, 구매자의 개인정보 유출로 인해 제 3자가 구매자의 전자 지갑을 열람하여 K WAVE 토큰을 훔쳐갈 수도 있습니다.

3.보안 리스크: 다른 모든 암호 화폐와 마찬가지로 이더리움은 ‘이중 지불 공격’ 혹은 ‘51% 공격’과 같은 마이닝 공격에 취약합니다. 해커들 혹은 다른 악의적인 의도가 있는 집단들이 위와 같은 공격 방법으로 K WAVE 팀 또는 K WAVE 토큰을 공격할 수 있으며, 이러한 블록체인 공격이 성공할 경우 K WAVE 토큰 거래와 K WAVE 토큰에 큰 타격을 줄 수 있습니다.