



Adappter

Reliable Contents Activity Reward Platform
with Blockchain

Contents

00. Abstract

01. Market & Our Innovations

1.1 Market & Problems

[1.1.1. Digital AD Market](#)

[1.1.2. Mobile Contents Market](#)

[1.1.3. Issues of Using Individual Data](#)

1.2 Our Innovations

[1.2.1. Our Solutions](#)

02. Adappter

2.1 Adappter Token & Activity Point

[2.1.1. ADP \(Adappter Token\)](#)

[2.1.2. AP \(Activity Point\)](#)

2.2 Adappter Service

[2.2.1. Adappter 1.0](#)

[2.2.2. Adappter 2.0](#)

[2.2.3. Adappter Service](#)

[2.2.4. Adappter Wallet](#)

[2.2.5. Adappter League](#)

[2.2.6. Adappter Pay](#)

2.3 Adappter Technology

[2.3.1. System Architecture](#)

[2.3.2. SDK 1.0 / AP Bonus API / Cross Marketing System](#)

[2.3.3. SDK 2.0 / Log-in API, Push API / Holding](#)

[2.3.4. Big Data & A.I.](#)

2.4 Business Model

[2.4.1. Business Model](#)

[2.4.2. Cross Marketing System](#)

2.5 Economy

[2.5.1. 3 Steps for Eco-System](#)

[2.5.2. Members](#)

[2.5.3. Economy System](#)

[2.5.4. Vision](#)

03. Token

3.1 Token Distribution

[3.1.1. Adappter Token](#)

[3.1.2. Fund Allocation](#)

04. Team Members & Partners

4.1 Team

4.2 Advisors

4.3 Partners

05. Roadmap

06. Legal Notice

Abstract

어댑터 플랫폼(Adapter Platform)은 블록체인을 통하여 생태계 콘텐츠 파트너의 매개체 역할을 한다. 어댑터 플랫폼의 SDK(Software Development Kit)는 파트너의 기술 이해부족과 법적 규제에 의한 사업 진입장벽을 낮추고 개발비용을 절감시켜준다. 또한 어댑터 플랫폼에서 생성되는 AP(Activity Point)를 통해 유저의 활동보상 체계를 확립하여 기업과 콘텐츠들의 산업 진입과 성장에 기여하며, 신뢰성 있는 유저 데이터 사용으로 기업과 유저의 공정한 분배를 실현한다.



모든 구성원의 공정분배

그 동안 콘텐츠 산업은 중앙의 플랫폼 사업자가 콘텐츠 배포에 대한 지배력을 행사하여 대부분의 이득을 플랫폼 사업자가 가져가는 구조였다. 일례로 사용자들의 콘텐츠에 광고를 진행하여 이득을 보는 측은 플랫폼 사업자 뿐이었다.

사용자에게는 노력한 만큼 수익이 돌아가야 하고 기업은 그 가치를 사용자와 공유할 의무가 있다. 어댑터는 모든 구성원의 공정한 분배를 원칙으로 다양한 수익을 사용자에게 제공하는 플랫폼이다.

문제점, 불투명한 보상과 광고

디지털 마케팅 산업은 개인 맞춤형 광고 도입을 확대하고 개인의 데이터 및 기록을 적극 활용하여 사용자 보상을 증대 시키는 추세이다. 그러나 플랫폼의 일방적 광고수익이 발생하고, 유저는 아무런 혜택을 받지 못하여 불투명성으로 디지털 광고의 부정적 인식을 초래하였다. 결과적으로 개인정보동의를 받고 스팸을 통해 사업자만 다양한 수익이 발생하는 산업의 문제점들이 지속적으로 발생하였다.

신뢰의 비즈니스

유저에게는 맞춤형 광고를 실행, 개인정보 제어, 활동(노력)에 대한 보상과 본인의 정보 소유권을 제공하여 신뢰성을 확보한다. 광고주는 제공받는 모든 데이터를 신뢰할 수 있기에 보다 명확한 타겟 마케팅이 가능하고 지속적으로 브랜드 가치를 올릴 수 있다. 또한 콘텐츠 제공자는 이러한 보상과 신뢰성을 바탕으로 유저 활성화 상승 및 매출 증대를 기대할 수 있으며, 이는 결국 산업의 성장으로 이어지게 된다.

어댑터의 목표는 공정한 분배와 신뢰성 있는 데이터를 제공하여 현재의 문제점들을 해결하고, 탈 중앙화 된 참여형 플랫폼을 서비스하는 것이다.

01

Market & Our Innovations

현 디지털 광고산업의 대표적 문제는 아래와 같다.

첫째, 중앙화로 인해 사용자는 그 기여도만큼 보상받지 못한다.

둘째, 사용자의 개인 정보가 동의 없이 사용되어도 알 수 없다.

셋째, 글로벌 산업의 구조적 문제로 중소 개발자의 성공이 어렵다.

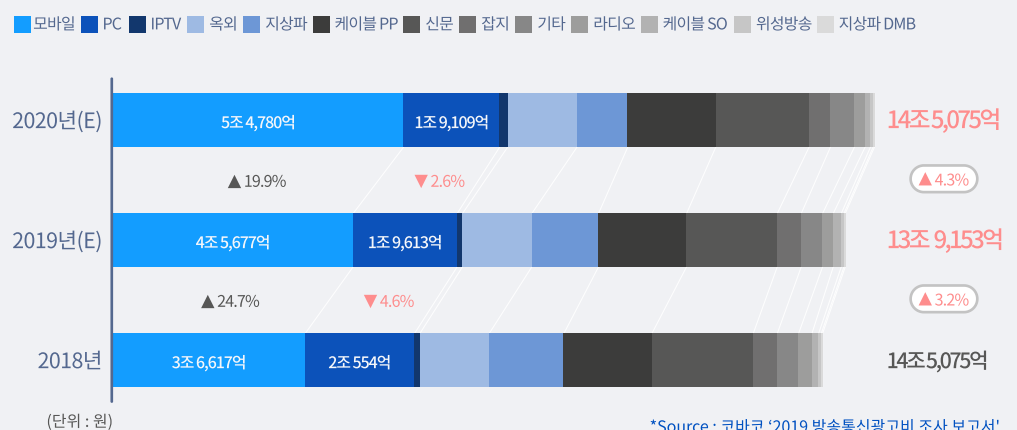
이에, 개인은 기여도만큼 보상받고, 개인정보 보호가 신뢰성을 가지며, 중소개발사가 성공하는 길을 어댑터 플랫폼이 제공하고자 한다.

1.1 Market & Problems

1.1.1. Digital AD Market

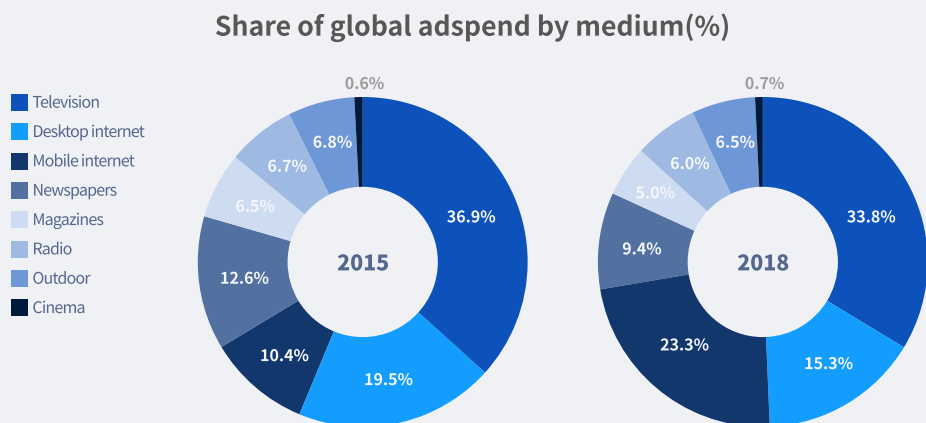
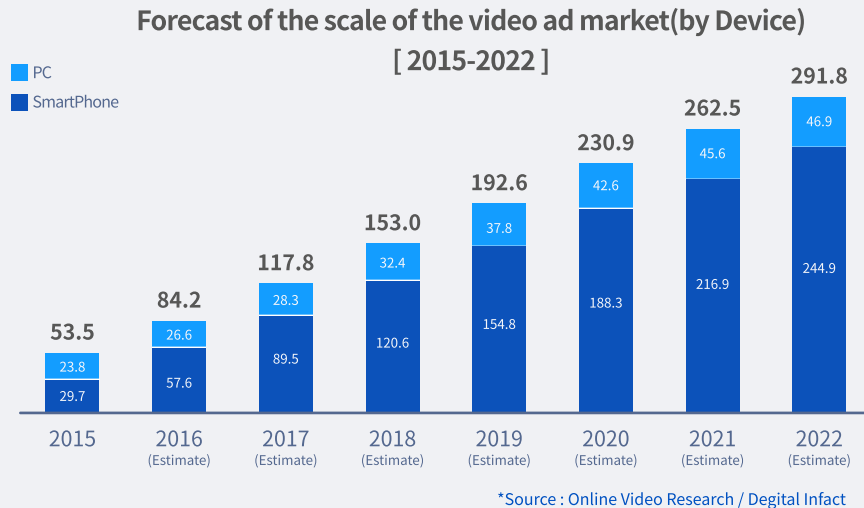
디지털광고산업은 인터넷광고, 온라인광고 및 마케팅을 포괄하는 거대한 산업이다.

웹2.0 시대에 대형 커뮤니티가 탄생하면서 디지털 광고시장 역시 빠르게 커지기 시작했다.



현재 국내 광고시장 및 모바일 광고산업의 규모는 지속적으로 성장하고 있으며, 위 도표를 통해 나타나듯이 2020년 국내 광고시장은 14.5조원으로 4.3%의 성장률, 특히 PC와 모바일 광고산업의 경우 2020년 전년 대비 13.2%의 성장률을 보인다. 또한 세계 1위의 스마트폰 보급률 (95%)을 바탕으로 콘텐츠 소비가 증가하면서 자연스럽게 모바일 광고가 전체 광고 시장을 이끌어 가는 구조가 되어가고 있다.

1.1.2. Mobile Contents Market

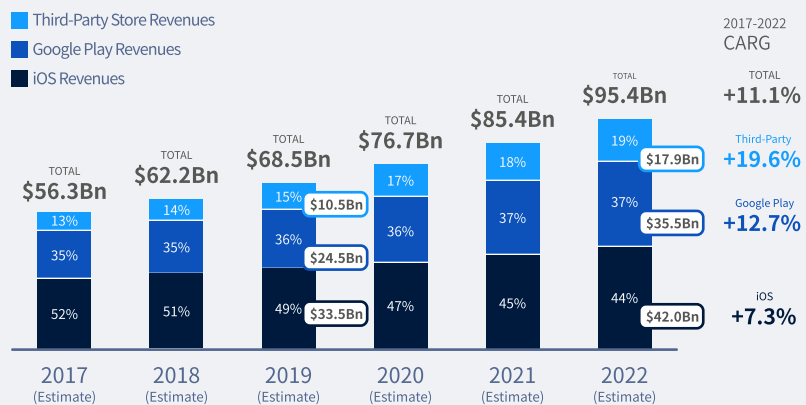


글로벌 광고시장 영역 또한 빠르게 발전하고 있으며, 특히 모바일 광고시장이 눈에 띄는 증가 추세를 보이고 있다. 다만 지금까지 거대 광고 플랫폼은 다양하고 많은 사용자들의 데이터를 수집해 특정 광고를 어디에 배치할지 결정해 왔으나, 사용자는 자신의 정보가 어떻게 수집되고 활용되는지 모르는 경우가 많았다. 플랫폼, 마켓 운영사의 가치는 유저의 활동 때문에 발전하지만 정작 소비자에게 마구 노출되는 광고수익은 중앙화 되어있는 플랫폼, 마켓 운영자가 취하며 소비자는 그 가치에 대한 보상을 받지 못하고 있다. 국제 광고주 연합(ANA)에 따르면 광고주가 지불하는 총 광고비용에 대해서 실제 광고만을 위해 지급되는 비용은 30~40%에 그친다고 한다.

결국, 현재 광고 산업의 구조적 문제와 불투명성으로 인해, 광고주는 높은 광고 비용을 지불해야 하고 사용자는 활동 기여도와 자신의 정보활용에 대한 보상을 받지 못하고 있다는 것을 알 수 있다.

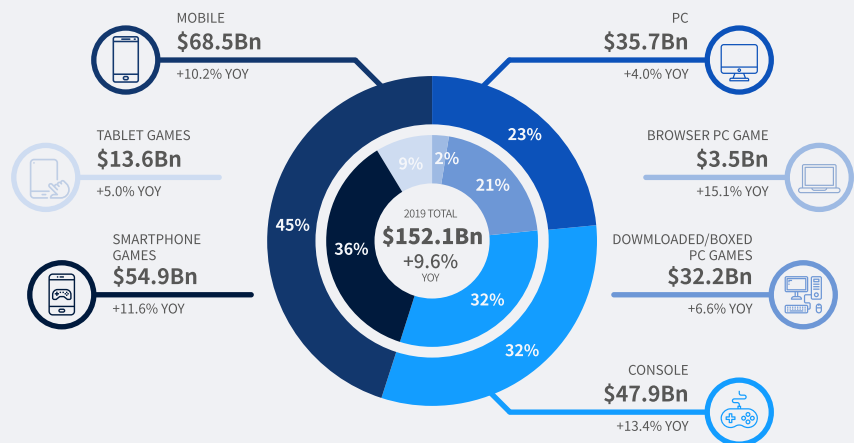
\$68.5BN GLOBAL MOBILE GAME REVENUES IN 2019

SPLIT PER APP STORE | 2017-2022 | GLOBAL



2019 GLOBAL GAMES MARKET

PER DEVICE & SEGMENT WITH YEAR-ON-YEAR GROWTH RATES



2019년 NEWZOO의 보고서에 따르면, 글로벌 모바일 시장은 게임 시장의 규모가 약 76%를 차지하며 콘텐츠 시장과 함께 꾸준히 성장하고 있다. 또한 2019년 글로벌 스마트폰 사용자가 전년 대비 8.2% 증가한 32억 명이 되었고, 게임 매출이 26.7% 증가한 81조를 기록했다.

거대 대기업이 탄생되고 글로벌 시장이 확대되면서 중소기업은 무한경쟁에서 경제적으로 밀려나고 있다. 빈익빈 부익부의 현상이 극도로 심화되고 있어 결제수익과 광고수익을 높이기 더욱 어려워졌으며, 퍼블리싱에 의존해야 하는 구조도 **중소기업 성장에 큰 문제점**으로 대두되고 있다.

1.1.3. Issues of Using Individual Data

마케팅 수단이 발전함에 따라 소비자들을 위한 개인 맞춤형 온라인 광고가 발달하고 있지만 이에 대한 소비자의 인식은 부정적이다.

한국인터넷진흥원에서 조사한 바에 따르면, 온라인 맞춤형 광고에 대해 긍정적인 느낌을 가지는 사람은 22.1%이고, 전반적으로 불안함(52.8%)과 불쾌감(50.5%)을 느낀다고 응답했으며, 응답자의 76%가 사생활 침해에 대한 위협이 원인이라고 응답했다. 또한 대부분의 사용자는 사생활 침해에 대한 위협이 해결이 되지 않으면 개인 맞춤형 광고를 사용하지 않을 것이라고 답변했다. 한편, 2018년 5월 시행된 EU에서 발표한 일반정보보호규정 (GDPR: General Data Protection Regulation)의 핵심내용 중 하나는 개인 데이터의 주권을 개인에게 부여하는 것으로, 사용자 개인정보에 대한 중요성을 강조한다는 점에서 사회적으로 큰 이슈가 된 바 있다. GDPR에서 신설 강화된 정보 주체의 권리 내용은 처리제한권, 정보이동권, 삭제권, 프로파일링 거부권 등이며, 자세한 내용은 아래의 표와 같다.

권리	주요내용
처리제한권(신설)	정보주체는 본인에 관한 개인정보의 처리를 차단하거나 제한을 요구할 권리를 가짐
정보이동권(신설)	정보주체는 본인의 개인정보를 본인 또는 다른 사업자에게 전송토록 요구할 권리를 가짐
삭제권(강화)	정보주체는 본인에 관한 개인정보 삭제를 요구할 권리를 가짐
프로파일링 거부권(강화)	정보주체는 본인에게 중대한 영향을 미치는 사안에 대해 프로파일링 등 자동화된 처리에 의한 결정을 반대할 권리를 가짐

(참고 : GDPR에서 신설·강화된 정보주체의 권리)

위와 같이 사용자 개인정보의 보호는 개인적으로나 사회적으로도 점점 그 중요도가 높아져 가는 추세인데, 현실적으로는 **개인정보가 자신도 모르게 다른 용도로 사용**되고 있더라도 알 수 없는 경우가 많다. 기술이 발달할수록 개인정보의 보호는 반드시 해결해야 할 문제이다.

1.2 Our Innovations

1.2.1. Our Solutions

어댑터는 사용자들의 개인정보를 보호하기 위해 사용자들에게 데이터 소유권을 부여하고 개인 데이터에 대한 권리를 보장하며, 이를 위해 개인 식별정보 (PII: Personal Identifiable Information), 비 식별정보 (Non-PII) 데이터에 대한 투명한 사용내역과 보상을 제공한다. 이를 통해 사용자는 식별정보와 비 식별정보 등에 대해 세부적으로 본인이 제공할지 여부에 선택적 동의가 가능하며, 개인의 민감한 정보 식별에 있어서는 정보 프라이버시를 위한 트랜잭션 믹싱을 사용한다.

하지만, 협력 콘텐츠를 보유한 파트너가 충분히 확보되지 못한다면 어댑터의 발전 역시 한계가 있을 것이다. 어댑터 플랫폼의 SDK(Software Development Kit)는 파트너의 기술 이해 부족과 법적 규제에 의한 블록체인 산업 진입장벽을 낮추고 개발비용을 절감시켜주며, 어댑터 플랫폼에서 생성되는 AP (Activity Point)를 통해 유저의 기여도에 대한 보상 체계를 확립시킨다. 어댑터 SDK의 간단 설치만으로 기존 콘텐츠 서비스에서 블록체인 플랫폼 어댑터 의생태계 안으로 진입할 수 있기에, 파트너 역시 어댑터 안에서 빠르게 콘텐츠를 전파시켜 새로운 유저 유입, 리텐션 및 유저의 활동성 증가 등을 경험하고 지속적 매출증가로 사업의 확장과 발전을 도모하게 된다.

**블록체인의 탈 중앙화를 통해 사용자 기여도에 대한 공정한 분배가 가능,
스마트 컨트랙트 개인정보 보증으로 사용자가 원하는 대로 정보 사용이 가능,
크로스 플랫폼(Cross Platform)의 유저 공유로 중소기업이 상생할 수 있는 해결점 제시**

Adappter

어댑터는 공정, 공유, 신뢰의 정신으로 개인, 기업, 판매자, 사용자 모두의 행복과 이익을 목표로 상생할 수 있는 솔루션을 추구하며, 구성원 모두의 가치 상승을 위해 최선의 노력을 다한다.

2.1 Adappter Token & Activity Point



2.1.1. ADP (Adappter Token)

ADP는 어댑터에서 발행한 토큰(Token)으로서, 이더리움 플랫폼 (ERC20) 기반 안에서 운용되며 어댑터 생태계 안에서의 기축통화로 사용된다. 파트너 콘텐츠의 활동 보상으로 받은 AP는 시즌 종료 후 ADP로 전환하여 받을 수 있고, 10년 동안 지속적으로 진행된다. 향후 재화, 아이템, 제품의 구매 등 실생활 페이의 기능을 제공할 예정이다.



2.1.2. AP (Activity Point)

서비스 내 모든 활동(Activity)에 대한 보상으로 주는 포인트(Point)로서 일정 기간(2주)동안 획득 가능하며 n회차 시즌이 끝나면 기여도에 따라 공정하게 ADP로 지급받게 된다. AP 지급정책은 어댑터 코어(Core)에서의 보상엔진과 에코시스템(Eco-System)의 보상정책에 따라 지속적으로 업데이트되며, 바뀐 정책들은 공식사이트에 공지한다.



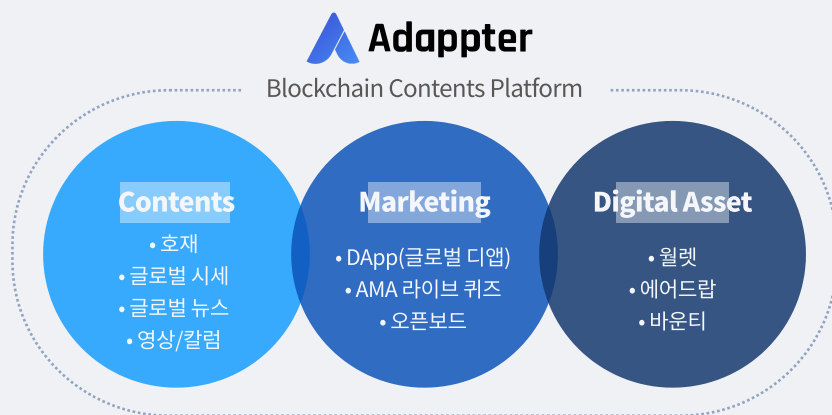
APay (Adappter Pay)

어댑터 내 활동 기여도에 의해 차등적으로 지급 받은 ADP는, APay (Adappter Pay)로 교환 가능하다. APay는 페이 포인트로서 어댑터 생태계 내에서 사용 가능하다. APay로의 전환과 사용 시 수수료 정책은 거버넌스에서 정하며, 일정 기간을 두고 생태계를 위해 지속적으로 업데이트를 진행한다.

2.2 Adappter Service

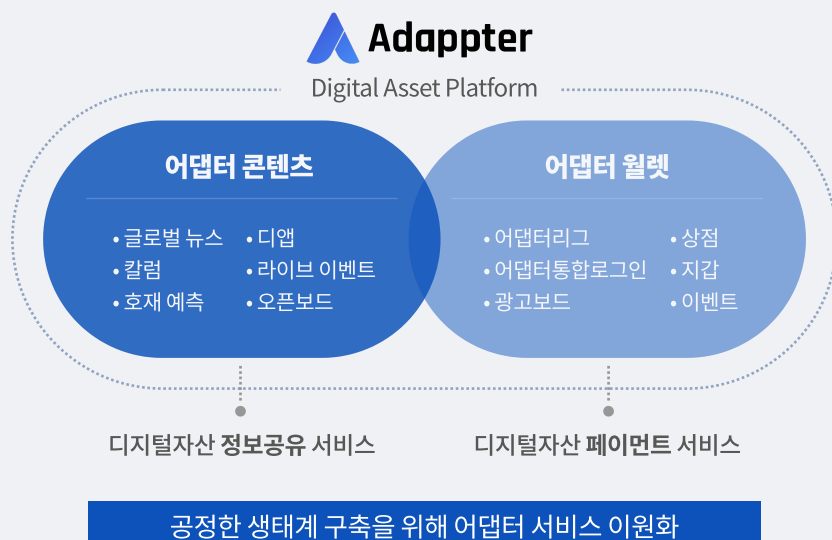
2.2.1. Adappter 1.0

2018년 1월, 실시간 호재를 제공하는 "호재기" 서비스로 출발하여, 2019년 다양한 블록체인 정보와 라이브 콘텐츠를 제공하는 "어댑터" 서비스로 비즈니스를 확대하였으며, 현재 블록체인 관심 유저 약 10만명 (Android 및 iOS포함)이 어댑터 서비스를 이용하고 있다.



2.2.2. Adappter 2.0

어댑터 2.0은 기존 어댑터 1.0의 콘텐츠 서비스와 월렛 서비스를 분리하여 어댑터 플랫폼 (월렛 포함) 중심으로 생태계를 구축하고, 다국적 콘텐츠 서비스 업체들과 파트너십 체결을 통해 사용자 간, 서비스 간의 허브 역할을 한다.



2.2.3. Adappter Service

어댑터 서비스는 블록체인 관련 뉴스, 호재, 칼럼, 영상, 디앱 정보를 제공하는 '정보 제공형 콘텐츠 서비스'와 커뮤니티, 라이브 이벤트, 지갑 등의 '이벤트 형 서비스'로 구성되어 있다.



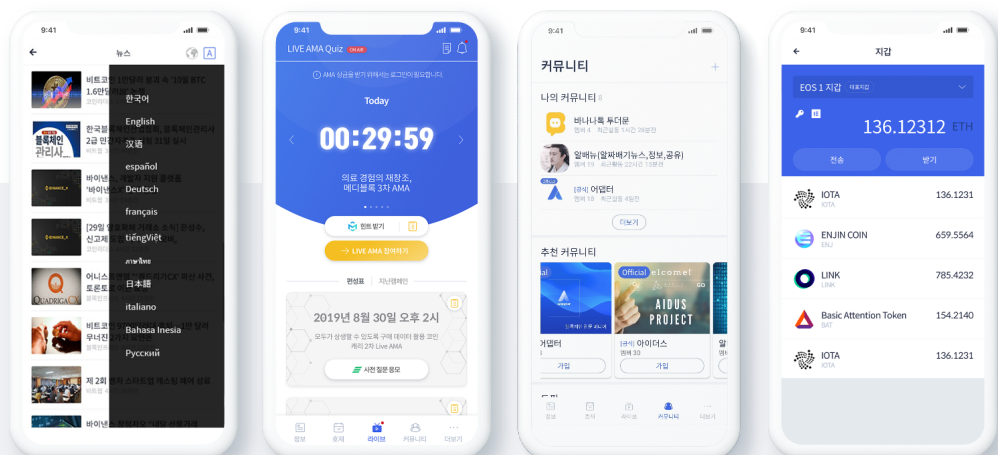
Favorable Factors

News

Column

Video

현재 뉴스에서는 글로벌/로컬 기반의 블록체인 뉴스를 실시간으로 제공하고 있으며, 호재에서는 전 세계 200여 개의 프로젝트를 선별하여 일정 소식을 전달하고, 칼럼에서는 블록체인 및투자 전문가의 칼럼을 주기적으로 제공하고 있다. 또한 영상에서는 국내 블록체인 관련 영상 콘텐츠를 선별적으로 제공한다. 디앱에서는 글로벌 블록체인 디앱 프로젝트를 소개하며, 사용자 평점에 의하여 디앱 선택에 도움을 주고 있다. 라이브퀴즈는 프로젝트 마케팅 홍보 프로그램의 일환으로 온라인 미니 밋업, 퀴즈 에어드랍 이벤트 등과 같은 실시간 이벤트를 진행한다. 커뮤니티는 공식 커뮤니티와 자유 커뮤니티 형태로 제공되며, 프로젝트의 성공을 위한 사용자와의 소통창구로 활용된다. 월렛에서는 이벤트 에어드랍 경품 수령 및 입출금의 편리함을 제공한다.



Global Language

Live Quiz

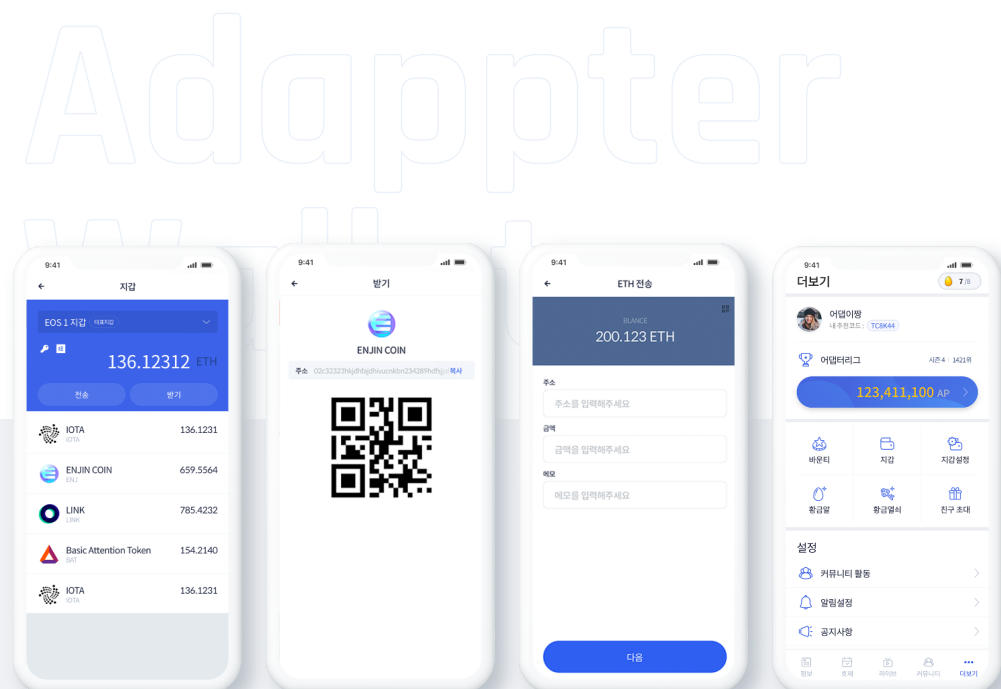
Community

Wallet Support

2.2.4. Adappter Wallet

어댑터 월렛 1.0은 이더리움 기반의 개인화 된 디지털 자산 지갑이다. 어댑터 월렛은 지갑 정보 및 거래기록을 별도 서버에 저장하지 않는 탈 중앙화 방식을 채택하여 사용자에게 무료로 지갑을 제공하고 있으며, 디지털자산에 강한 보안성을 지닌 니모닉 (Mnemonic) 인증방식을 통해 지갑을 생성하고 불러올 수 있어서 보다 안전하게 이용할 수 있다. 또한 안드로이드 S10 이상 기기 사용자의 경우 **삼성 블록체인 월렛을 어댑터 월렛에 연동하여** 함께 이용 가능하다.

어댑터 월렛 1.0이 단순 입출금, 보관 기능을 제공하였다면, 어댑터 월렛 2.0은 다양한 사용자 경험 가치를 제공하기 위한 서비스에 무게중심을 두고 있다.



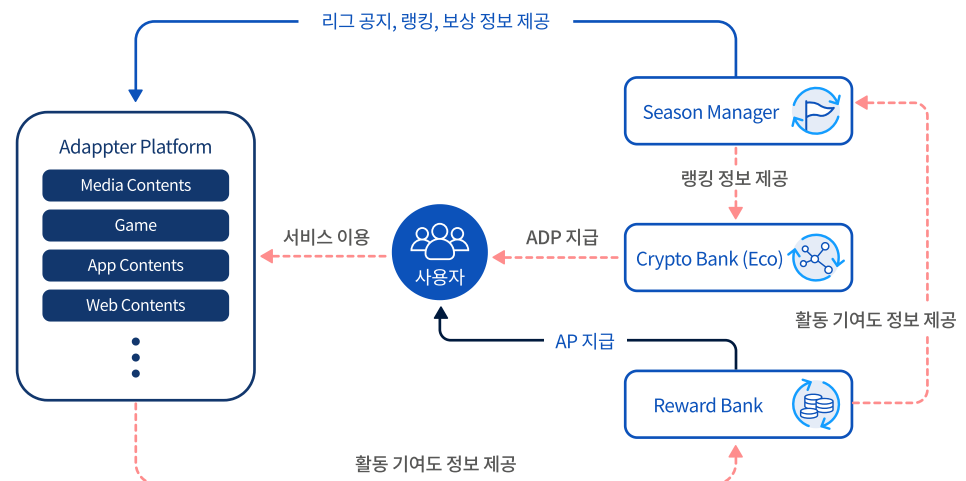
2.2.5. Adappter League

어댑터 리그는 10년간 매 2주의 시즌마다 진행되는데, 참여자가 획득한 AP로 공정하고 투명하게 활동 기여도를 측정, ADP를 지급하는 시스템이다. 파트너는 어댑터 생태계에 서비스 함으로 인하여 유저를 흡수할 수 있고, 어댑터 생태계도 파트너로 인해 새로운 사용자를 꾸준히 공급받게 된다. 어댑터 리그는 파트너와 함께 동반 성장하는, 생태계를 살아 숨쉬게 하는 원동력이다.



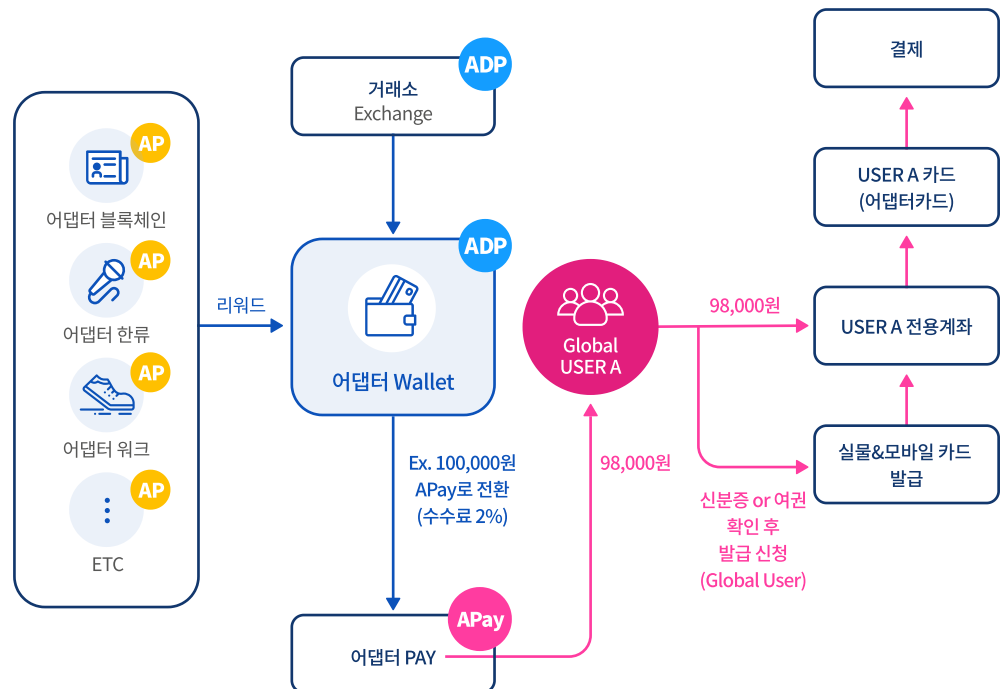
어댑터 리그 (시즌 진행 내용)

- 2주마다 시즌1, 2, 3로 표시하고, 10년간 진행
- AP로 기여도 측정 (활동, 친구초대 등)
- 기여도에 따라 차등으로 ADP 지급
- 시즌 매니저 (Season Manager)를 통해 모든 구성원에게 공지 및 운영



2.2.6. Adappter Pay

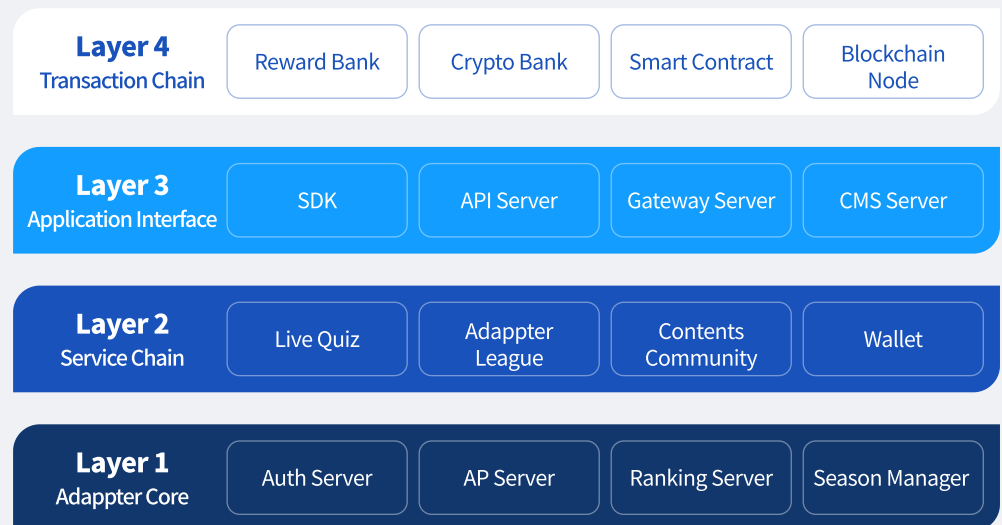
어댑터 페이는, 가상화폐를 어댑터 생태계 내에서페이 형태로 사용할 수 있도록 하는 시스템이다. 어댑터 내 활동을 하여 획득한 AP는 기여도에 따라 차등적으로 ADP로 교환 가능하며, ADP는 다시 Apay라는페이 포인트로 전환하여 어댑터 생태계 내에서 사용 가능하다.



2.3 Adappter Technology

2.3.1. System Architecture

어댑터 플랫폼은 효율적인 트랜잭션 관리를 위해 분산 시스템을 구축, 서비스한다.



Layer 4 - Transaction Chain

AP 리그를 통한 AP 보상 및 ADP 교환에 대한 정책, 프로세스, 블록체인 트랜잭션을 처리하는 레이어

Layer 3 - Application Interface

어댑터 생태계의 파트너 연동을 위한 SDK 및 어댑터의 레이어 2 서비스를 액세스할 수 있는 레이어

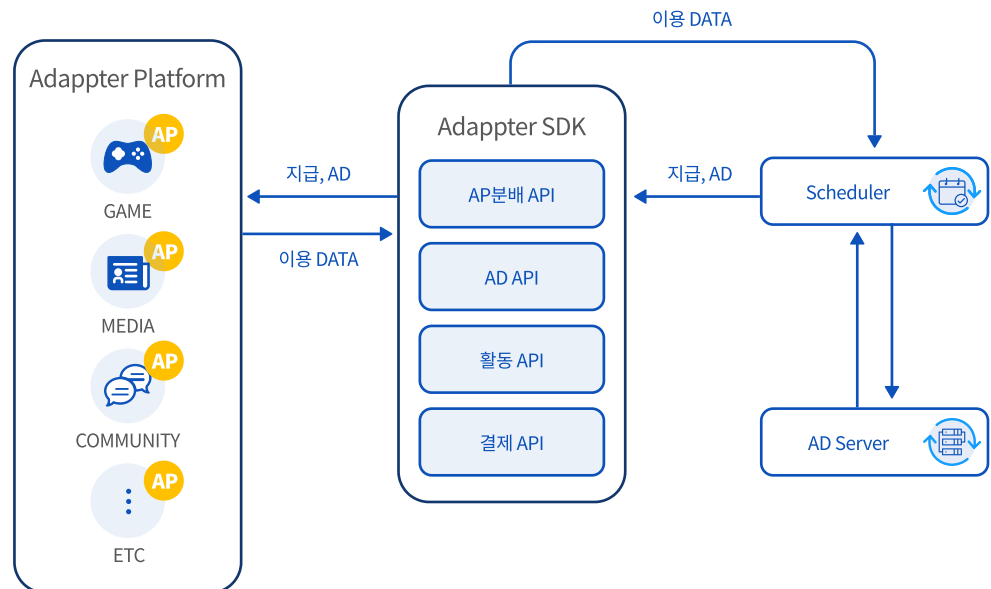
Layer 2 - Service Chain

어댑터의 정보 제공형 콘텐츠와 이벤트형 서비스를 제공하고 이더리움 기반 월렛 지원을 위한 레이어

Layer 1 - Adappter Core

어댑터의, 인증 및 보안, 토큰시스템, 보상 엔진, 랭킹, 시즌 관리, 블록체인 노드 연동을 위한 레이어

2.3.2. SDK 1.0 / AP Bonus API / Cross Marketing System



어댑터 AD 시스템은 사용자가 활동하면서 보상을 받을 수 있도록 하며, 사용자의 의도에 따라 선택적 광고 송출이 가능하도록 지원한다.

게임, 미디어, 커뮤니티, 소셜 서비스 등 유저활동을 기반으로 하는 모든 콘텐츠 서비스에 적용되며, AP를 공유하고자 하는 모든 콘텐츠는 어댑터 SDK를 간단히 적용하는 것만으로 모든 유저에게 활동보상이 가능하게 되고 그 유저들에게 자사의 보상 이외에 AP 보상을 받을 수 있게 한다.

어댑터 SDK는

첫째. 짧은 시간에 SDK 적용 개발이 가능하도록 간편화 된다.

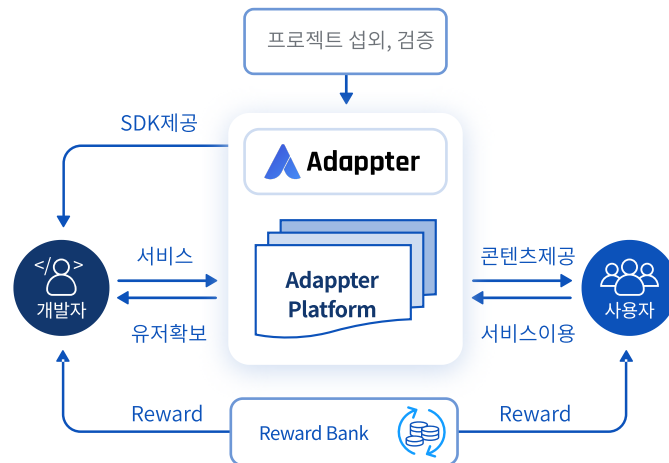
둘째. UX/UI가 기존 서비스에 장애가 되지 않도록 최적화된다.

셋째. 기존 서비스 유저의 활동성과 재방문율을 높인다.

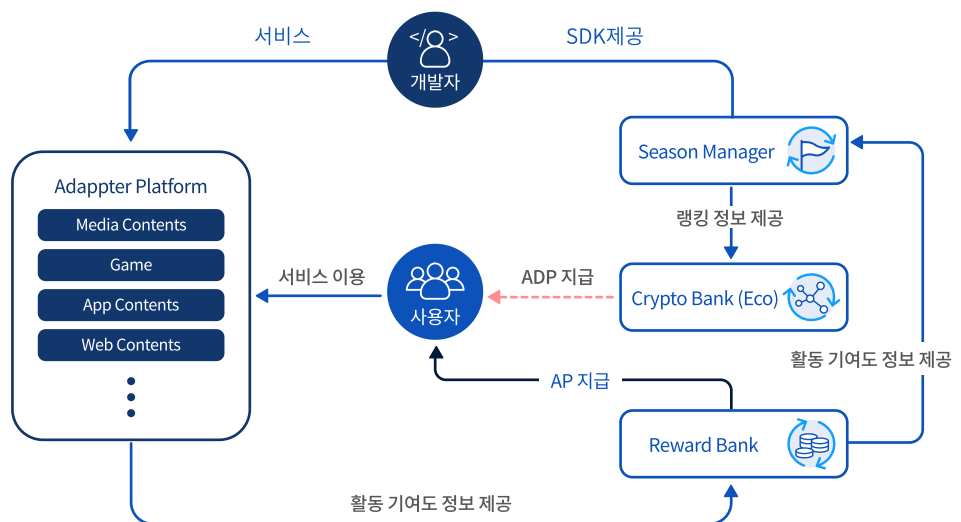
넷째. 지급된 AP와 스왑 (Swap) 된 ADP로 아이템 구매가 가능하다.

다섯째. AP 지급과 광고 시청을 통해 추가 공유가 가능하다.

여섯째. 크로스마케팅 시스템을 통한 유저 공유가 가능하다.

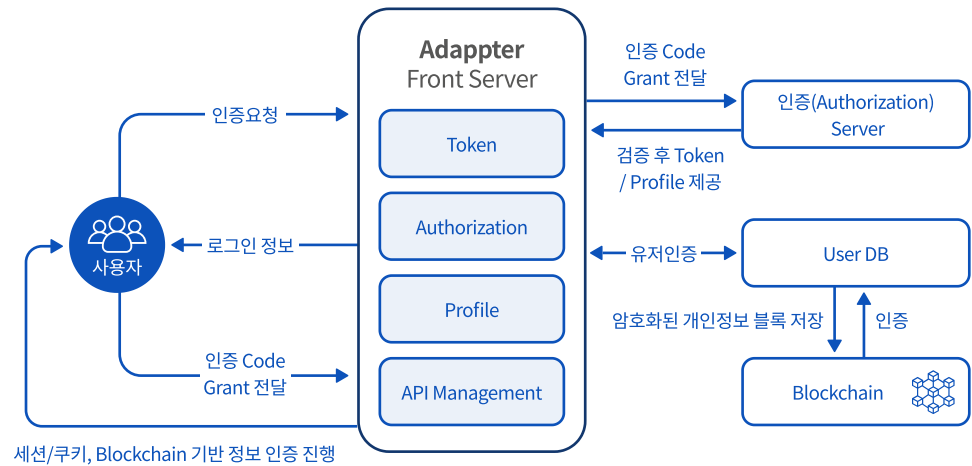


현재로도 어댑터의 토큰 가치 상승과 매출 확장은 자체 콘텐츠와 인력으로 이루어지고 있으나, 보다 많은 콘텐츠 (게임, 뮤직, 웹툰, eBook 등)가 어댑터 생태계 안으로 들어와 함께 활동할 때 그 발전이 가속화된다. 많은 유저, 다양한 콘텐츠 모두가 발전하고 경제적 효과도 누릴 수 있도록 AP의 순환구조 생태계 안에서 하나의 공동체처럼 활동하는, 플랫폼을 구축한다.



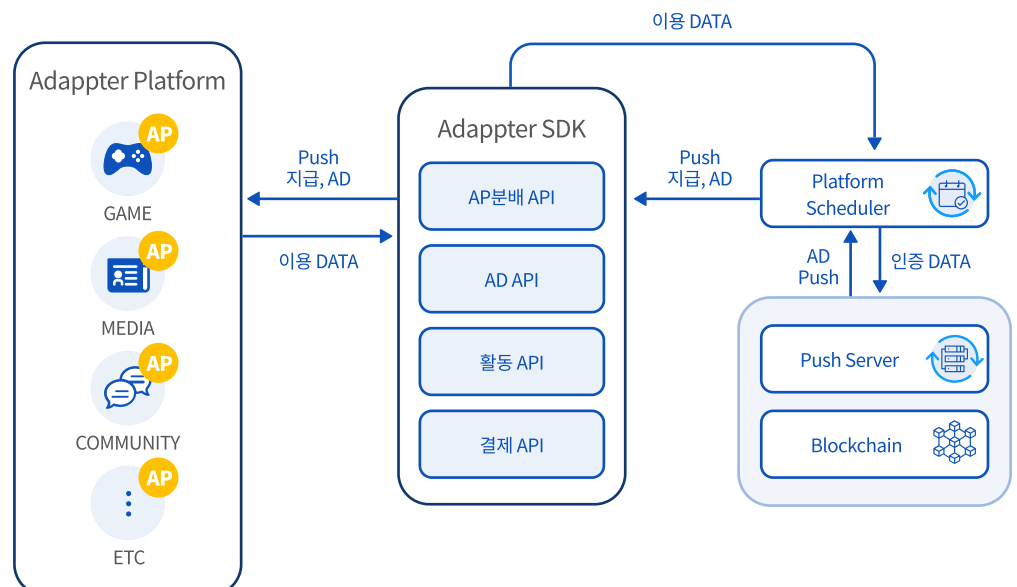
리그의 대회는 시즌(Season)이라 칭하고 2주에 한번씩 진행된다. 위 도표는 어댑터 시즌의 기본 구조도로서, 활동 보상의 흐름을 보여준다.

2.3.3. SDK 2.0 / Log-in API, Push API / Holding



어댑터 로그인은 타 플랫폼 로그인(구글, 페이스북 등)과 동일한 방식처럼 보이지만 개인정보를 보호하기 위해 블록체인 기술을 활용한 통합 로그인 방식으로, 개인정보 노출, 공개 및 사용 용도 등에 대한 기능을 유저가 설정 가능하다.

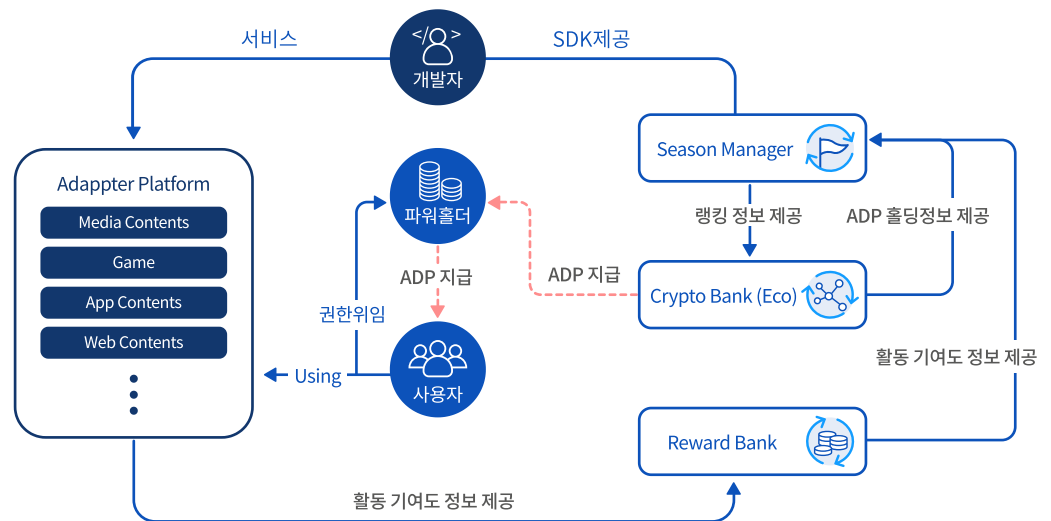
개인정보 활용 동의, 선택적 광고 수신 동의를 통해 AP 보상 획득이 가능하다. 즉, 원하는 카테고리의 광고 및 정보 수신을 할 수 있으며 리서치, 조사 등에 참여하면 더 큰 보상을 지급받고, 기존 SMS 문자를 어댑터 앱 푸시 메시지로 대체하는 것만으로도 보상 획득이 가능하다.



유저 동의 시, 기존의 방식처럼 단순 체크가 아니라 원하는 분야의 광고 카테고리 등을 선별 선택할 수 있기에 사업자는 최상의 광고 노출 데이터 확보가 가능하며, 유저는 불필요한 광고를 피할 수 있다.

또한 기존의 광고문자 메시지는 어댑터 플랫폼 (AP SDK 2.0)의 푸시 메시지로 대체하여 전달된다. 이때 기존의 낭비되던 SMS 전송 비용의 절감이 가능하며, 푸시를 받는 사용자도 광고를 수신하거나 클릭 시 AP를 보상 받도록 하여 불쾌감 문제를 해결할 수 있다.

어댑터의 홀더 (Holder) 정책 일환으로, 홀더의 활동에 대한 추가 혜택이 돌아갈 수 있도록 홀더 리그가 진행된다. 리그 대회는 2주에 한번씩 진행되며, 시즌 (Season)이라 칭한다.



홀더 시즌 진행 시, 홀더들의 활동 기여도와 홀딩 (Holding)의 정도에 비례하여 보상은 차등 분배된다.

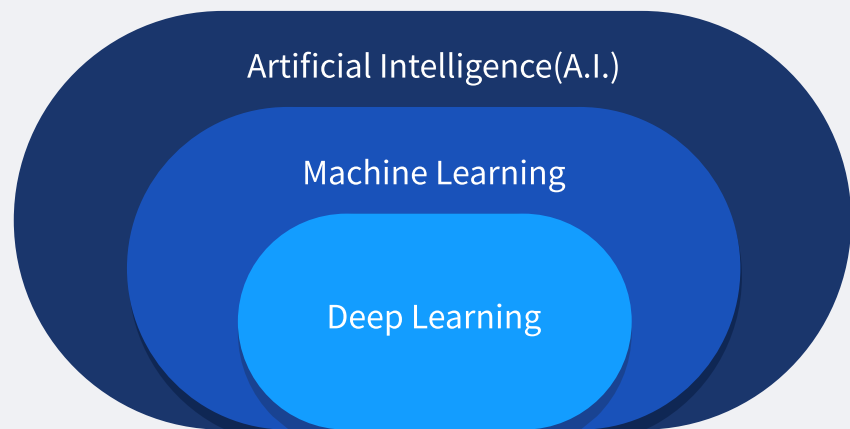
2.3.4. Big Data & A.I.

푸시 및 광고 자동 매칭 기능은 콘텐츠 기반 알고리즘 (Contents Based Algorithm)을 통해 관심 분야 카테고리 내에서 비슷한 내용이나 특징을 가진 광고나 푸시를 추천한다. 또한 협업 필터링 알고리즘 (Collaborative filtering Algorithm)은 사용자의 추천 결과에 대한 평가 내역 피드백을 이용하여 비슷한 선호도의 사람들이 선택한 것을 추천한다. 유저의 패턴, 즉 생활, 사용 콘텐츠, 사용 시간대, 좋아하는 성향, 나이, 성별에 따른 일정한 행동의 규칙에 따라 유저가 반응하고 호응할 수 있는 콘텐츠와 이용 가능한 시간대 등의 데이터를 얻어 낼 수 있다.



User, 지역, Time별 5W1H 예측 Target 마케팅 정교화 / 효율화

어댑터는 다른 마케팅 플랫폼과 비교하여 다양한 기술을 통한 경쟁력을 가지고 있다. 어댑터는 순위지정 알고리즘을 제공하여 광고주에게는 타겟 맞춤형 마케팅의 효율을 극대화하고 사용자에게는 선별된 양질의 정보만을 획득할 수 있도록 한다. 어댑터는 유저의 행동패턴을 분석하여 단순 클릭 트래픽이 아닌 유의미한 액션을 자동으로 수집하고 판별하여 부정 광고로부터 사용자와 광고주 모두를 보호한다.

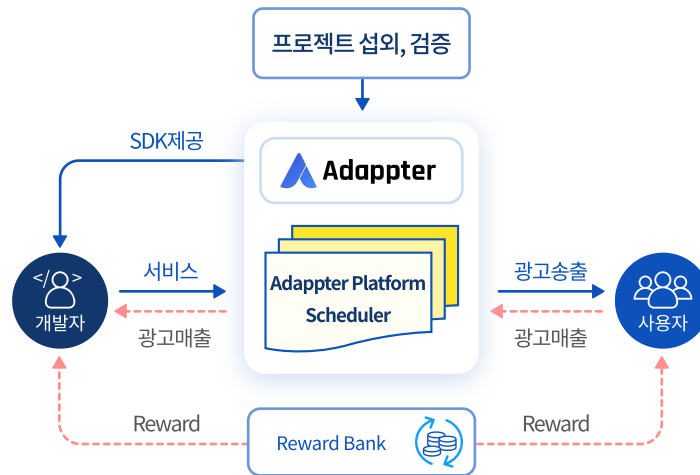


어댑터는 투명하고 신뢰도 높은 보상 시스템을 통하여 네트워크 참여자 (모든 정상적 트래픽 이용자)에게 보상을 제공한다. 안전하고 신뢰성 있는 정보는 인공지능을 통해 필요한 곳에, 필요한 때에 제공되어 기업과 참여자 모두에게 이익이 가도록 한다.

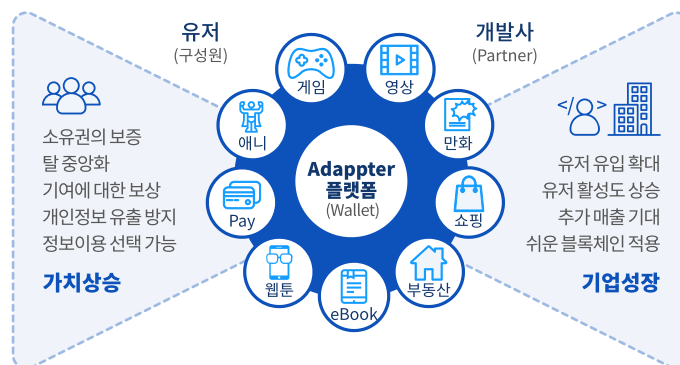
2.4 Business Model

2.4.1. Business Model

어댑터는 미디어 및 콘텐츠 서비스를 통하여 매출을 발생시키고 있으며 협력 콘텐츠 (파트너) 또한 광고와 보상시스템을 통해 추가 매출이 발생할 수 있는 구조이다. 기존의 타 프로젝트들 중엔 자사의 매출도 발생하지 않는 상태에서 이코노미의 막연한 기대 심리로 설계된 경우가 많이 있었다. 어댑터는 어댑터 내의 콘텐츠 서비스에서 기본적인 매출이 발생되고, 그 매출로 구성원이 직접적인 혜택을 받을 수 있는 주기적인 바이백을 통해 새로운 선 순환 가치창출을 이뤄낸다.

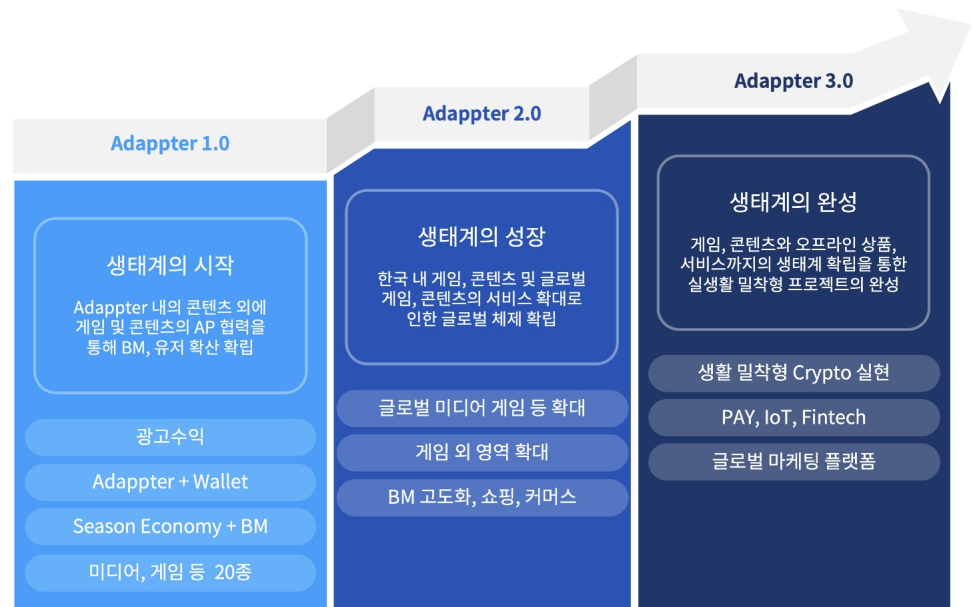


블록체인 생태계를 기반으로 개발된 "어댑터 플랫폼"은 블록체인 프로젝트 뿐 아니라 일반 콘텐츠 모두와 협력이 가능하다. 기존 콘텐츠를 서비스하는 개발자는 간단한 SDK 설치만으로 어댑터 생태계 안에서 협력이 가능하며 유저의 증가, 매출의 증대를 통해 함께 발전해 나아갈 수 있다.



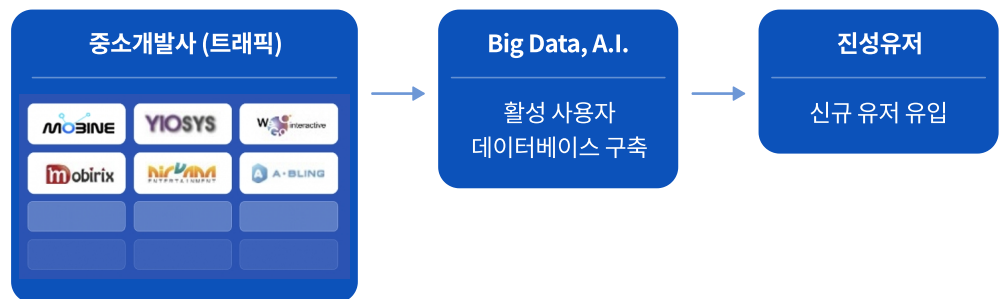
APR 창업자 겸 CEO 질리언 김스는 "자기만의 성 안에서 제작하던 시절로 돌아갈 일은 없다"면서 "가치 있는 것은 점점에 있으며 인하우스와 외부 리소스 모두로 구성되어 전체가 연결되는 생태계를 정의함으로써 적절한 균형을 취하고 결과를 최대화하는 사람들이 승리자가 될 것"이라고 말했다.

특히, 중소기업은 경제적 측면이나 사회구조적 측면에서 성장하기 힘든 한계를 지니고 있으므로, 전체가 연결되는 생태계를 이용함으로써 도약의 발판을 삼을 수 있다. 이에 어댑터는 AP를 매개체로 하여 거대한 콘텐츠 생태계를 만들고자 하며, 많은 콘텐츠 개발자에게 도움이 될 것 이 바란다.

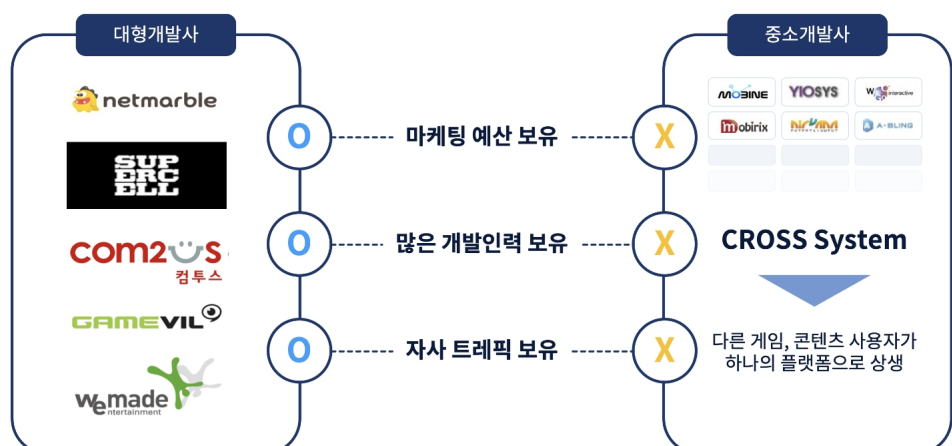


2.4.2. Cross Marketing System

서로 다른 게임 및 콘텐츠의 사용자를 하나의 플랫폼으로 통합하여 다양한 게임을 홍보하는 시스템으로, 자사에서 이미 실용 테스트를 거쳐 추가 비용 없는 마케팅이 가능하다는 것을 검증하였다. 이를 토대로 어댑터 플랫폼에 적용, 다양한 콘텐츠의 유저 공유를 통해 상생할 수 있는 생태계를 구현하였다. 크로스마케팅 시스템은 블록체인 - 빅데이터/인공지능 플랫폼 - SDK - API - 게임/콘텐츠 - 플레이 단계 계열로 나뉘어 진다.

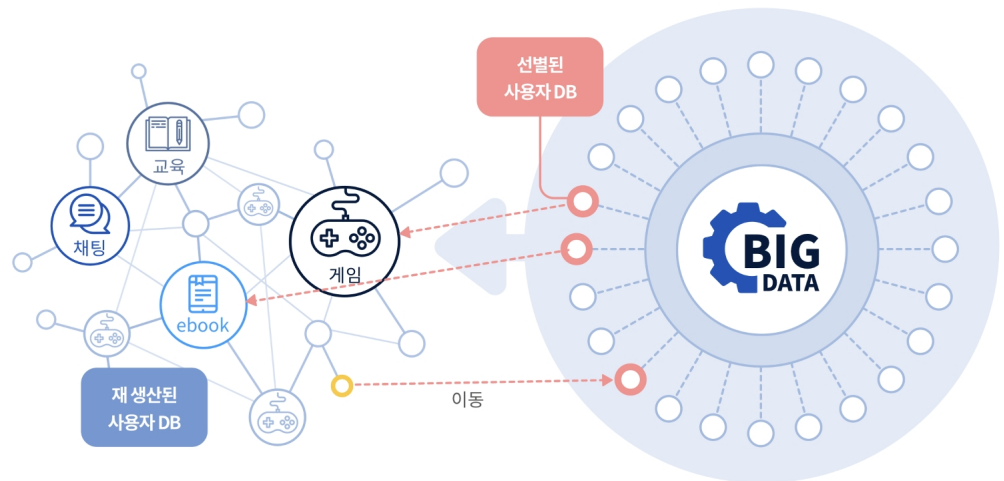


대기업의 경우 여유 있는 마케팅 비용, 풍부한 인적자원, 자사의 막대한 트래픽을 보유하고 있으므로 글로벌 사업화 및 게임, 콘텐츠 서비스 진행이 성공으로 연결되는 확률이 높으나, 그렇지 못한 중소기업의 게임, 콘텐츠 등은 아무리 잘 만들어졌다 하여도 시장에서 성공을 장담하기 어려운 실정이다. 마케팅 진행에서 가장 어려운 부분이 바로 초기 시장진입 단계이다. 무사히 시장에 안착하고 매출이 발생하기 시작하면 비로소 추가 마케팅 비용상정도 가능하지만, 그렇지 못한 게임, 콘텐츠 등은 아무리 글로벌 240개국에 동시 런칭하여도 다운로드 10건 미만에 그치는 경우도 허다하며, 이는 중소기업의 개발의지가 저하되고 콘텐츠의 다양성이 훼손되는 상황으로 이어진다. 이에 어댑터는 중소기업의 상생과 대기업의 추가 상승을 꾀할 수 있는 플랫폼으로 자리매김하여, 건전한 산업생태계 조성에 일익을 담당하고자 한다.



크로스 시스템의 데이터 분석과 적용

크로스 광고 효과를 최고조로 끌어 올리기 위한 지속적인 데이터 수집



SDK적용 > 유저데이터 수집 > 성별, 시간, 지역, 선호도 분석 > 'Big Data' 통합 구축 > 노출광고

2.5 Economy

2.5.1. 3 Steps for Eco-System

어댑터가 목표로 하는 3단계 성장 전략은 아래와 같다.

1단계에서는 어댑터를 통해서 사용자들이 초기 어댑터 생태계를 만들어 가고, 사이드 체인으로 ERC20 토큰 활용의 환경을 제공한다.

2단계에서는 어댑터 SDK를 제공하여 보다 많은 콘텐츠(파트너)가 어댑터 내의 토큰 생태계에 참여할 수 있도록 유도한다.

3단계에서는 어댑터 메인넷을 제공하여 ERC20 토큰과 SWAP을 지원하고, 어댑터 토큰 (ADP) 사용 속도, 수수료 절감, 생태계 확장 등 플랫폼의 가치 성장을 이룬다.



2.5.2. Members

구성원 (Member)은 어댑터 팀, 대표자, 파트너, 사용자, 토큰홀더, 광고주 등으로 이루어진다.

대표자 (Representative)

대표자의 역할은 생태계 조성 및 파트너 선정에 참여하여 어댑터 생태계가 건강하도록 이끈다. 초기 사업 진행에 있어 대표자는 어댑터 팀이 대체하며, 향후 정책의 변경으로 다수의 대표자가 있을 수 있다.

파트너 (Partner)

파트너는 어댑터 생태계 안에 콘텐츠를 서비스하는 자 또는 기업을 말한다. 앱 또는 디앱(DApp)을 서비스하려면, 어댑터 심의 팀으로부터 여러 조건에 대해 심의 받은 후 파트너로 선정되는 과정을 거쳐, SDK를 적용하고 Q/A를 통과해야 한다. 기존에 서비스하고 있던 앱들도 동일한 과정을 거쳐 진행된다. 개발 비용 또는 서비스 시 필요한 마케팅 비용은 협의에 의해 지급할 수 있다. 파트너는 사용자 집단에 다양한 분야의 콘텐츠와 서비스를 제공하고 자사의 유저에게 AP 보상 지급을 통해 사용자 집단의 활성성을 높일 수 있다.

사용자 (User)

어댑터에 가입된 모든 구성원이 사용자가 될 수 있으며, 모든 구성원은 생태계의 기여도에 따라 공정하게 어댑터 토큰 (ADP)을 분배 받는다. 모든 사용자에게는 어댑터 리그를 통해 20년간 활동 기여도에 따른 보상을 제공하고, 파트너는 사용자들에게 에어드랍이나 이벤트도 진행한다. 사용자는 토큰 보유량이 많을수록 생태계의 기여도와 보상에 영향력을 가진다.

토큰 홀더 (Token Holder)

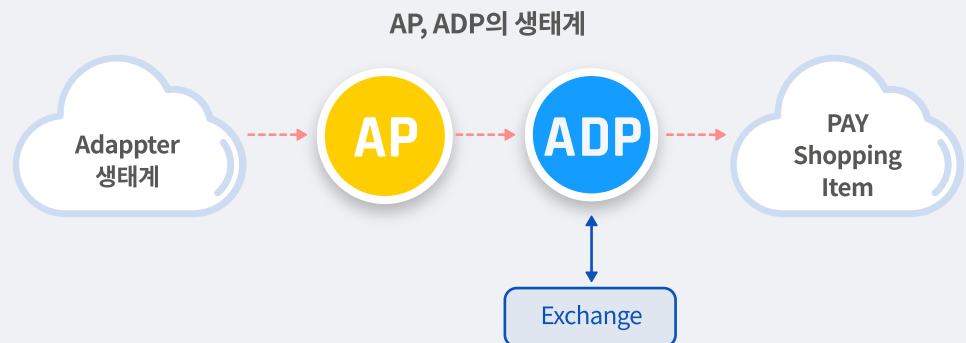
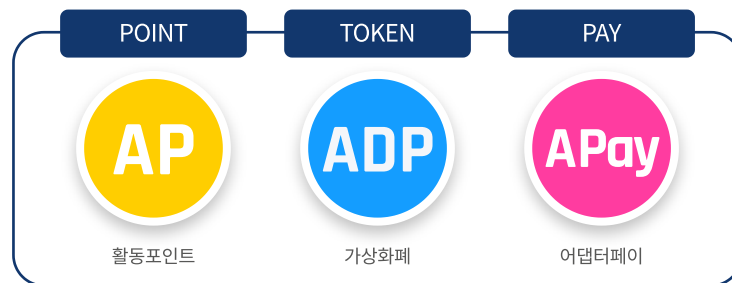
ADP를 보유하고 있는 집단으로 홀딩 정책에 따라 보상을 받거나 파트너 서비스를 이용, 활동하면서 ADP를 획득할 수 있다. 어댑터 시즌 랭킹에 영향력을 미칠 수 있으며, 향후로도 다양한 권한을 행사할 수 있는 정책이 지속적으로 만들어져 적용될 것이다.

광고주(advertiser)

어댑터 생태계의 광고 플랫폼을 통해 광고를 집행하는 집단으로, 개인 데이터 제공 동의를 한 사용자 집단에 한해 푸시 메시지를 통한 광고 및 리서치, 가입유도 등의 행위를 할 수 있다.

2.5.3. Economy System

어댑터에는 복수의 디지털 화폐 (Digital Currency) 시스템이 존재한다.
어댑터에서는 어댑터 생태계 내에서만 생성되는 AP (활동 보상 포인트), 그리고 스마트 컨트랙트용 운영 매체로서 발행된 ADP (ERC20 토큰)이 분리되어 운영된다.
AP는 어댑터 생태계 내에서 활동보상, 구매 보너스, 광고, 초대보상 등으로 얻을 수 있으며, ADP는 각시즌(2주 단위)에서의 기여도에 따른 분배를 통해 획득 가능하다.

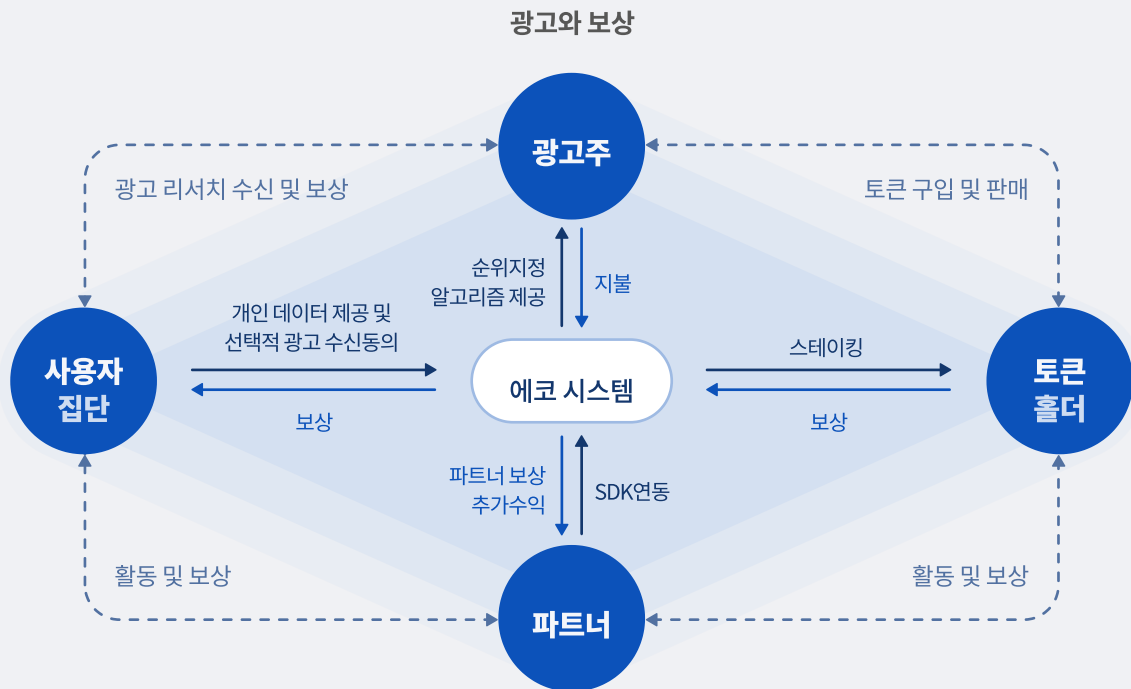


초기 어댑터는 사용자들의 참여 및 서비스 활성화에 초점을 맞추고, 10년간 매 시즌 (2주 기준)마다 시즌 이벤트를 통해 ADP를 배포한다.

ADP는 개인 간 거래가 가능하며, 각 사용자가 ADP를 홀딩 할 경우 그에 따른 시즌이 진행되어 추가 ADP를 얻을 수 있다. 어댑터 생태계 내에 있는 게임 및 콘텐츠를 이용하며, ADP로 콘텐츠 아이템 및 상품구매가 가능하다.

또한 광고주가 광고를 집행하기 위해서는 ADP를 구입해야 한다. 광고주는 어댑터 내의 광고 플랫폼을 통해 브랜드와 제품을 홍보할 수 있다.

광고주 또한 생태계 내에서 기여활동을 하였기 때문에 AP를 지급받게 된다. 개발자, 사용자, 대표자, 광고주, 판매자, 홀더 등 모든 구성원은 그 기여도에 따라 지속적으로 AP를 지급받아 시즌에 참여하여 ADP로 지급받게 된다. Eco 물량 30%는 어댑터 내의 모든 구성원 활동으로만 지급되며 기타 용도로 사용되지 않는다.



매 시즌 지급정책에 따라 정기 발행된 ADP가 남는 경우, 시즌이 끝남과 동시에 모두 소각된다. AP에서 ADP로의 스왑 (SWAP) 시에 3개월 이내에 수령하지 않은 모든 ADP 물량 역시 자동 소각된다. 바운티(서버)에서 2,000 ADP 이상만 지갑으로 전송하도록 하며, 지갑으로 전송되지 않고 바운티에 남아있는 ADP 물량은 일시적인 홀딩 효과를 가진다.

2.5.4. Vision

모든 활동의 핵심에 있으면서도 수익적인 측면에서 그간 도외시되었던 일반 유저는, 어댑터 플랫폼을 통해 공정하면서도 체계적이고 합당한 보상을 기대할 수 있게 된다. 또한 좋은 콘텐츠를 보유하고도 초기 시장 진입장벽에 부딪쳐 어려움을 겪고 있던 사업체 역시, 어댑터 플랫폼의 생태계 내에서 새로운 시장의 확장과 유저 수 확보, 매출의 증대라는 희망을 가질 수 있게 된다. 어댑터 SDK의 간단한 설치만으로도 어댑터 생태계 진입이 가능하므로, 콘텐츠 업체 입장에서 개발비용이나 기술 이해 부족, 법적 규제 등에 대한 부담도 사라지게 된다.

이더리움을 기반으로 개발된 어댑터는, 일반 서비스 콘텐츠(앱, 게임 등)의 협업으로 이루어지는 플랫폼의 거버넌스, 컨센서스, 이코노미에 최적화하여 산업과 참여자 성장의 모델을 구축한다.

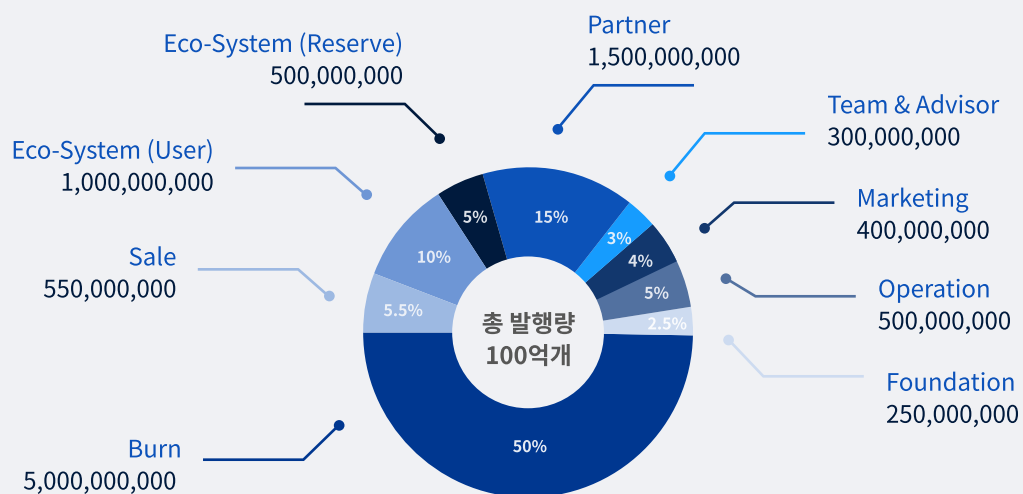
어댑터는 이더리움 플랫폼 안에서 새로운 블록체인 생태계를 형성함과 동시에, 기존 콘텐츠 서비스 개발자에게 손쉬운 개발환경을 제공함으로써 경제적 가치를 만들고 이를 구성원에게 공정 분배하여 상호 발전하는 시스템 구축을 실현한다. 또한 빅데이터, 인공지능을 통해 분석된 최적의 데이터로 파트너의 타겟 마케팅을 제공하고 홍보를 진행하여 신뢰를 쌓아갈 것이며, 지속적으로 역량 있는 파트너들과 협력하여 블록체인 생태계의 허브를 지향한다. 유저와 콘텐츠 서비스 제공자와 플랫폼 제공자 모두가 신뢰하고 상생하고 발전해 나가는, 구성원 모두가 꿈꾸는 공정한 미래를 앞당기기 위해, 어댑터가 그 거대한 생태계 구축의 단초가 되 고자 한다.



Token

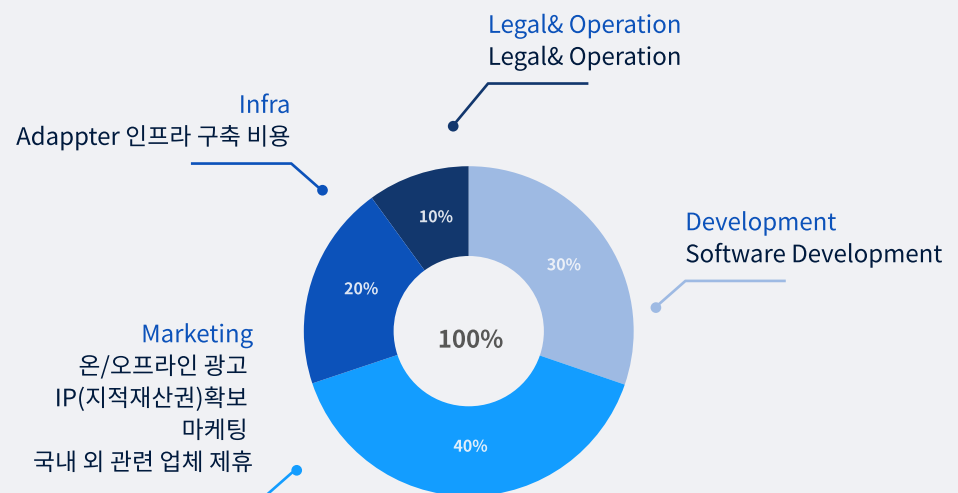
3.1 Token Distribution

3.1.1. Adappter Token



TOKEN NAME	Adappter Token
총 발행량	10,000,000,000
Sale	550,000,000
Eco-System (User)	1,000,000,000
Eco-System (Reserve)	500,000,000
Partner	1,500,000,000
Team & Advisor	300,000,000
Marketing	400,000,000
Operation	500,000,000
Foundation	250,000,000
Burn	5,000,000,000

3.1.2. Fund Allocation



Development	30%	Software Development
Marketing	40%	온·오프라인 광고
Infra	20%	Adappter 인프라 구축 비용 IP(지적재산권) 확보 마케팅 국내 외 관련 업체 제휴
Legal & Operation	10%	Legal & Operation
소계	100%	

04

Team Members & Partners

4.1 Team



신 경태
CEO

現 (주)시니스트 대표이사, 설립자
前 SK 스타트업 개발 멘토
인천대학교 임베디드시스템공학 석사



김 영찬
CSO

現 (주)시니스트 CSO
現 (주)이브릿지 월드 대표
前 위이드/시원스쿨 부사장
前 삼성전자 상무
前 네오위즈/NHN/NC소프트 이사
前 마이크로소프트 마케팅PM



이 두식
CTO

現 (주)시니스트 CTO
現 (주)아임클라우드 대표
前 네이버 수석 PM
前 마이크로소프트 개발팀 엔지니어/컨설턴트
前 eBay 시스템 운영 팀장
고려대학교 미디어공학 석사



김 정준
운영 총괄 이사

現 시니스트 운영 총괄 이사
前 올엠 수석PM
前 엘티즌 COO



조동화
개발이사

現 (주)시니스트 개발이사, Co-Founder
前 블루홀 서버팀 팀장
前 크래프톤 서버팀 팀장
인천대학교 임베디드시스템공학 석사



린 제시
블록체인 개발 총괄

現 시니스트 블록체인 개발 총괄
前 Weimob 경영센터장
前 Genius Town Technology 대표
前 NNG Software 중국 권역 관리자
前 Taomei 부사장
KAIST 컴퓨터공학 석사



김 흥환
인도네시아 법인대표

現 인도네시아 시니스트 법인대표
現 PT SINEST INDONESIA 대표이사
前 Royalindo Korea 대표
前 AFECA(아태전시컨벤션협회) 이사
前 MCI Korea 상무
前 ICCA(세계컨벤션 협회) 부회장
경희대학교 호텔관광학 박사과정



이세호
태국법인대표

現 태국 시니스트 법인대표
現 (주) 팬브릿지 이사
現 K-pop Music producer
前 AQ entertainment 대표
前 아이돌 제작 및 투자 유치
前 각종 대중음반 프로듀서 및 작곡가
前 국내 가수 해외 공연 및 팬 미팅 진행
前 서울 공연 예술 고등학교 강사
前 영지 전문대학교 강사

4.2 Advisors



Brian Lu
| Advisor

IVC(Infinity Ventures Crypto) Founding Partner
Headline Asia Partner
YGG SEA Founding Partner
SAVii Board Member
MyKuya Board Member
Former Advanced Optronics (Asia) Co. Ltd.
President/CEO
Former Quepasa Corporation Executive Director



**Iqbal Alan
Abdullah**
| Advisor

現 President Director, PT Royalindo Cipta Griya
現 Chairman & CEO, Royalindo GROUP
現 Vice President, Asian Federation Exhibition
and Convention Association (AFECA)
現 Chairman, Indonesia Congress & Convention
Association (ICCA)
前 Founder / Owner, Bank BPR



김진욱
| Law Advisor

現 법무법인 (유한) 신원 대표 변호사
現 한국블록체인콘텐츠협회 고문변호사
現 CBS/노컷뉴스 고문변호사
現 한국음악저작권협회 고문변호사
現 한국연예제작자협회 고문변호사



김성수
| Accounting
Advisor

現 한영회계법인 상무이사
現 (사)한국블록체인콘텐츠협회 감사
前 어니스트영
前 PwC 컨설팅
前 삼일 회계법인



신명용
| Advisor / Ph.d

現 (주)이꼬르 대표이사
게임산업 수출 대통령 표창 수상
방치형 RPG “오늘도 환생” 개발사
서울대학교 석사, 박사
카이스트 전산학과



박찬동
| Advisor

現 스테어웨이 대표
現 뷰티 플랫폼 “뷰티템” 개발, 서비스
現 한국산업단지공단 DC자문위원
現 ISO 9001/14001 심사위원
現 한국 IT보안협동조합 사무국장
前 동국제강 DKUIL 품질기획
前 Motorola Korea 품질기획



함익헌
| Advisor

現 (주)아즈아플레이 대표이사
前 (주)APXSoft 대표이사
“앵거오브스틱5” 운영사
“스트라이커즈 1945” 시리즈 운영사

4.3 Partners



05

Roadmap





Legal Notice

토큰 가치의 변동성

어댑터 토큰은 어댑터 플랫폼 안에서 거래를 촉진시키는 용도이다. 따라서, ADP의 가치는 시장 수요에 따라 결정되며, 거래가격에 변동성을 유발하여 토큰 소유자들에게 잠재적 위험 요인이 될 수 있다.

잠재적 위험

어댑터 토큰은 투자용 상품이 아니고, 어댑터 토큰의 가격은 보장되지 않으며, 어댑터 팀은 어댑터의 성공을 위해 최선을 다할 것이지만 성공을 방해하는 문제들이 발생할 수 있다. 어댑터 프로젝트는 운영비용을 감당할 만한 유동성이 부족한 경우 해산될 수 있다. 매우 낮은 확률의 시나리오이지만 해킹 당하거나 도난 당할 수 있는 가능성이 있다. 손실 위험을 보장할 보험 정책은 없으며, 이 백서에서 언급된 어댑터 서비스는 플랫폼의 상황과 팀원 및 유저들의 의견에 의해 수정될 수 있다. 이 백서는 투자 권유서로 간주되어서는 안되며 어떠한 관할 구역에서도 유가증권이나 그와 유사한 금융상품의 발행으로 간주되어서는 안되고, 백서는 투자결정에 영향을 미칠 만한 정보나 투자권고로 간주될 만한 정보를 포함하고 있지 않다. 이 문서는 어댑터 또는 어댑터 관련 주식, 유가증권, 혹은 권리를 판매하거나 권유하고 있지 않으며, 어댑터 토큰은 유틸리티 토큰일 뿐이고 어댑터 플랫폼에서만 사용이 가능하며 투자목적으로 사용되어서는 아니 된다. 어댑터는 법률, 세금, 금융에 관한 자문을 하지 않고 백서에 포함된 모든 내용은 일반 정보이며 어댑터는 정보의 정확도나 완성도의 보증을 제공하지 않는다. 대부분의 국가에서 가상 토큰의 자격이 인정되지 않음으로써 모든 어댑터 토큰의 구매자는 토큰 구매와 소유에 대하여 해당 국적 및 거주지에 따라 법률 및 세무 분석이 필요하고, 어댑터는 한국에 의거한 금융 중개기관이 아니기에 따라서 자금세탁방지법을 위한 어떠한 허가도 받을 의무가 없다. 이러한 요건은 어댑터 플랫폼이 앞으로 제공할 서비스가 자격이 있고 금융중개 업무를 하였다고 간주되었을 때 변경될 수 있고, 이러한 경우, 어댑터 플랫폼 및 서비스를 사용함에 있어 AML/KYC 식별 프로세스의 통과 절차를 필요로 할 수 있다.