# MKC coin

©2020 MKC COIN CO.LTD  All rights reserved

# 1. MKC 개요

세계 금융산업 분야의 한 축으로 부상한 암호화폐와 세계가 열광하는 K-POP, K-한류의 문화 혁명이 곧 돈으로 연결되는 시대의 흐름에 발맞추어 투자와 재미를 함께할 수 있는 세상으로 빠르게 변화하고 진화하고 있습니다.

문화 예술 분야에서 향유라는 것은 4차 산업 혁명에서 '소비'하는 행위에서만 고정 되어 있는 것이 아니라 문화적 환경이나 경험, 교육에 의해 문화예술 콘텐츠를 제작하고 유통 시키는 것까지 포함할 수 있는 의미로 확장될 수 있다.

빅데이터, 인공지능, 사물인터넷, 클라우드와 같은 4차 산업혁명을 추동하는 핵심 기술은 산업구조의 변동만을 추동하는 것이 아니라, 문화기술(CT, Culture Technology)의 혁신을 통해 문화콘텐츠의 변화를 이끌어 내야 한다. 스마트폰과 사물인터넷의 확산은 수직적 산업 영역 구분을 붕괴시키고, 네트워크의 연결성이나 서비스 플랫폼의 고도화 등 이용자 효용을 극대화할 수 있는 생태계가 구축될 것으로 예상한다.

문화예술의 변방 한국이 2000년대부터 한류의 붐이 시작되면서 국가 이미지 제고와 직, 간접적인 경제적 파급효과 측면에서 괄목할만한 성장을 거듭해 왔다. 2000년대 초반 드라마 중심의 한류 붐이 2000년대 후반 K-Pop의 인기와 확산 으로 이어져, 한류에 대한 관심의 정도와 파급효과가 다양하게 나타나서 다른 산업까지 막대한 영향을 주었다.

K-Pop은 일본, 중국 등에서 붐을 아시아권 국가로 확장되어 가던 중 최근에는 '세계 속 문화'로 성장하였고. 현재 전 세계의 K-Pop 팬이 1억 5천만 명을 돌파하여, 한국의 음악 콘텐츠 시장은 세계 7위로 껑충 뛰어 올랐다. 한국 컨텐츠 수출 및 연관 파급효과의 비약적인 성장은 수출액 규모에도 쉽게 볼 수 있다. '09년 26억 870만 달러에서 '17년 88억 1,444만 달러로 성장하여 연평균 증감률 (CAGR) 16%로 급성장 하였고, '13년 987개였던 K-Pop 동호회는 '18년 1,843개로 증가 하였다. 또한 K-Pop로 인한 국내 유입 관광객은 '12년 1,000만 명을 돌파한 이례 지속적으로 성장추세에 있으며, '18년 1,534만 명을 유입하는데 공신 역할을 했다.

# 1. MKC 개요

MKC플랫폼은 K-Pop의 지속적인 성장과 기반을 확장 시키고, 세계 공연 티켓예매 시장을 선점하고자, 이용자가 간편하고, 투명하고, 신뢰할 수 있는 암호화폐를 이용한 3종의 발명 특허의 우선심사결정서를 받았고, 2022년 6월 8일 날 2가지 **특허를 받았습니다.**

**1. 암호화폐를 사용하는 모바일티켓팅시스템 (Mobile ticketing system using cryptocurrency)**

**2. 암호화폐를 이용한 이벤트 관리 시스템 (Event management system using cryptocurrency)**

향후 MKC 플랫폼은 한류를 주도할 K-Pop콘서트, 웹툰, 무빙툰, 온라인 굿즈, 1인 개인방송 선물아이템 등 사용에 지불 결재수단의 코인으로 사용될 것이다.
MKC 플랫폼의 성장을 통해 MKC 코인이 가치 성장이 가능한 가상자산임을 인식시킬 수 있으며, 토큰 가치의 상승에 대한 기대는 MKC에 대한 수요 창출 및 장기 보관의 유인을 제공할 것이다.
또한 MKC 플랫폼의 성장과 함께 MKC가 글로벌 엔터테인먼트 시장에서 지속 가능한 가치를 지닌 가상자산으로 사용할 수 있는 새로운 암호화폐로서 자리잡게 될 것이다.

# 1. MKC 개요

## MONEY K-POP CULTURE은

우리는 지금 플랫폼 시대에 살아가고 있습니다. 하나의 유능한 플랫폼에 많은 유저들이 놀 수 있는 공간을 만들어주고 그 공간에서 수익과 재미라는 두 마리 토끼를 잡을 수 있다면 그 놀이 공간은 지속적인 성장과 함께 글로벌로 뻗어가는 새로운 세상, 우리의 무대 'MKC COIN'이 그 세상을 만들겠습니다.

INTRODUCE COMPANY

- MKC Platform
- MKC K-POP 해외 공연
- MKC 보령 팝켓랜드
- MKC 언양자수정동굴
- MKC K-POP 국내 공연
- MKC 공연관람 여행투어

MKC PLATFORM

MKC K-POP 국내공연 해외공연

MKC 보령팝켓랜드

공연 관람 여행 투어

## 2. 로고 심볼

# K-POP 공연과 Platform의 만남

# ( MONEY K-POP Culture )

MKC Coin은

K-POP 글로벌 공연시스템을 안내하는 MAN-NET이 되어,

글로벌 공연관람 참가자들이 우리 모두의 USER가 되어,

블록체인 기술을 통하여 하나의 코인으로 관람티켓을 구매할 수 있고

우리 모두가 돈을 버는 플랫폼을 만들어, “세계 금융과 공연의 선두주자” K-GLOBAL 선두주자의 의미로

‘K’ 의 심볼을 세계로 뻗어가는 우리를  형상화 하여 만들었습니다.

# 3. MKC COIN 정책 방향

## K-POP Performance & PLATFORM LEADER

MONEY K-POP CULTURE는 세계 문화 콘테츠 산업을 블록체인 MAIN-NET COIN을 발행하여 K-POP를 열광하는 회원들에게 공연 관람 티켓을 좀더 손쉽게 사용할 수 있도록 설계된 MKC COIN 입니다. 특히, 우리 모두가 돈을 벌 수 있는 플랫폼, 세계 금융의 새로운 패러다임, MKC COIN에 투자한 모든 유저들이 다같이 주인이 되어 누구나 원하는 코인이 될 수 있도록 , 세계가 하나가 되는 코인이 될 수 있도록 앞장서서 전진 또 전진 하겠습니다.

K-POP 한류 문화가 세계 문화의 중심이 되는 이 시점, K-CONTENT 사업의 기술 혁신, 프로세스 혁신, 모든 금융을 MKC COIN 하나로 통합하는 시스템을 만들어 가겠습니다.

**MAIN-NET SYSTEM**

**선진 기술로 구성된 MAIN-NET COIN**

**저렴한 수수료로 이용 가능**

**K-POP 열풍과 함께하는 K-CONTENT**

세계적인 K-POP열풍과 K-한류에 지향하는 기업

**글로벌 공연관람 여행 투어**

글로벌 공연관람 과 해외여행 패키지 투어를 통한 수익 창출

**AI 기술**

블록체인 AI 기술로 다양한 산업에 접목하는 미래 지향적인 기업!

**보령 팝켓랜드 MKC 티켓예매**

국내 최대 물놀이 테마파크 MKC 코인 결제를 통한 실생활 적용

# 4. K-POP 시장의 방향성

## K-POP 시장의 흐름과 역사를 이해하면 그 속에서 금융의 흐름과 새로운 문화혁신의 선두주자가 될 수 있습니다.

### 4.1 문화콘텐츠 시장의 성장

최근 문화콘텐츠 산업은 인터넷 및 SNS 확대, 새로운 동영상 플랫폼 개발 등에 힘입어 상품의 유통, 확산 과정이 빠르게 변화하고 있다.

문화콘텐츠 산업에서 중요 역할을 차지하고 있는 방송, 동영상 산업 역시 이러한 변화에 맞춰 비즈니스 모델을 재정립하고 새 인프라 환경에 맞춘 제작, 유통 방식을 도입하면서 변화를 모색하고 있다.

기존에는 문화콘텐츠의 주요 소비층이 20~30대를 중심으로 형성되어 있었으나, 콘텐츠 소비환경이 변화하고 제공자들의 마케팅 전략이 다각화되면서 문화콘텐츠 주요 소비층이 전 연령대로 확대되고 있으며. 주요 소비층의 확대는 문화콘텐츠 산업에 새로운 활력을 불어넣으며, 문화콘텐츠 산업은 물론 여행, 패션 등 연관 산업의 성장에도 크게 기여할 것으로 전망된다.

넷플릭스, 유튜브 등 글로벌 콘텐츠 유통 서비스의 영향력이 국내 시장에서도 크게 확대되면서, 방송, 영화, 음악 등을 중심으로 새로운 비즈니스 모델이 지속적으로 창출될 것으로 보고 있다.

이러한 변화 영향으로 투자의 대형화, 판매 다각화 등이 나타나며 자체 사업성이 강화되고, 수익성도 증대되고 있다. 특히 음악, 영화, 방송, 게임, 웹툰 등 다양한 장르의 K-콘텐츠에 대한 전 세계적인 인기가 지속 되면서 K-콘텐츠의 수출규모가 꾸준히 증가하여, 세계 7위 규모의 시장으로 성장하였다.

국내 콘텐츠산업은 한류열풍의 효과로 국가 경제를 살리는 중요한 산업 중 하나로 자리매김했을 뿐만 아니라, 소비재, 관광 등 연관 산업의 경쟁력과 국가 이미지를 제고하는 데에도 큰 기여를 하고 있다.

### 4.2 한류 문화 산업의 현황

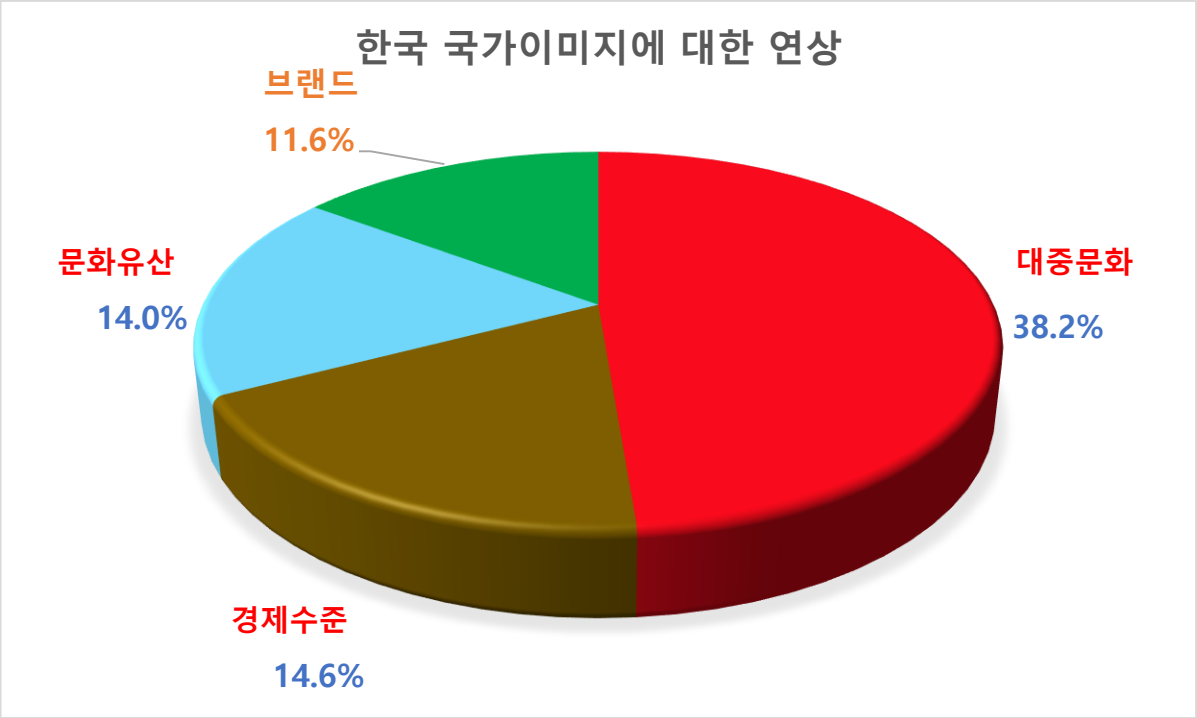
90년대 한류 붐이 시작되면서, 한국 국가 이미지와 경제적 측면에서 괄목할만한 변화를 보였다. 2000년대 초반 드라마 중심의 한류 붐이 2000년대 후반 K-Pop의 인기와 확산으로 이어져, 한류에 대한 관심의 정도와 파급효과가 다양하게 나타나고 있었다.

한류 문화 산업은 국내 산업 규모 성장추세 지속과 더불어 해외에서 콘텐츠에 대한 수요 범위와 깊이가 증가하고 있다. 뿐만 아니라 글로벌 금융 위기 이후 한류 문화 산업의 수출액도 이전에 비해 상당한 증가를 보이고 있다. 이러한 해외 수요의 증가는 직접 진출, 공동 제작, 인력 수출, 3D나 VFX 기술 프로젝트 수주, 해외 콘서트 등 다양한 방식으로 나타나고 있다.

이외에 문화콘텐츠가 가진 예술적 완성도에 대한 평가도 날로 높아져 가고 있는 실정이다. 국내 시장의 포화 현상 이외에도 문화콘텐츠가 가진 고유의 지역성과 보편적 특성으로 인해, 그리고 다른 나라에서 보기 힘든 우리만의 특유한 콘텐츠 특성으로 한류 현상이 더욱 확대, 심화 되고 있다. 이로 인해 한류 문화 산업의 해외 진출은 그 필요성이 날로 더해가고 있다.

# 4. K-POP 시장의 방향성

한국 국가 이미지에 대한 연상이 한류로 대표되면서 국격 제고의 측면에서 문화가 기술보다 월등히 우세하다. 문화체육관광부 해외문화홍보원이 진행한 '2019년도 대한민국 국가이미지 조사 결과'에서 긍정적 이미지에 영향을 미치는 요인으로 한국 대중음악(K팝), 영화, 문학 등 대중문화가 38.2%로 1위를 차지했다. 그 뒤는 경제 수준 14.6%, 문화유산 14.0%, 한국 제품 및 브랜드 11.6%가 이었다.




이러한 한류 문화콘텐츠의 성숙과 더불어 중요한 이슈로 등장하는 것이 미디어 플랫폼이다. 콘텐츠와 미디어가 보완적인 성격을 갖는다는 점을 전제로 할 때 한류 문화콘텐츠의 경쟁력 제고 외에도 우리의 플랫폼을 경쟁력 있는 매체로 성장시켜 나가야 한다.

**<한류의 변화>**

| 구 분 | 한류1.0 | 한류2.0 | 한류3.0 |
|---|---|---|---|
| 시 기 | 2000년대 | 2010년대 | 2020년대 |
| 특 징 | 한류의 태동 | 한류의 확산 | 한류의 다양화 |
| 핵심장르 | 드라마 | K-Pop | K-Culture |
| 장 르 | 영화, 음악 | K-Pop | 한국 대중문화 |
| 대상국가 | 아시아 | 아시아. 미국 등 | 전 세계 |
| 주요 소비자 | 매니아 | 10~20대 | 연령층 다양화 |
| 주요매체 | 방송 | 유튜브, SNS | 다양한 매체 |

# 4. K-POP 시장의 방향성

한류는 발전 단계에 따라 각기 다른 특징을 보이지만, 공통적으로 지향하는 바가 있다. 즉, 세계와 공감하고 소통하는 것이다. 한국 문화의 창성과 고유성이 세계적 보편성을 획득함으로써 한류를 가능케 했다.

아시아 지역에서 한국 드라마가 성공한 것은 드라마 속에 재현된 한국의 전통적 인 가족의 가치가 아시아 국가 시청자들에게 보편적인 공감대를 형 성할 수 있었기 때문이다.

또한 K-Pop의 세계적 인기에는 전통문화에서 유래한 군무의 경쾌함이 중요한 역할을 했다. K-Pop의 성공 요인을 생산-유통-콘텐츠가 세계 소비자의 욕구를 충족시켰다고 보는 관점이 있다. 하지만 여기에 반드시 덧붙여져야 할 점은 콘텐츠의 어떤 요소가 소비자의 욕구를 충족시켰는가 하는 점이다.

그것 바로 다른 국가의 문화와 달리 한류가 갖는 차별성이며, 한류 열풍의 근원이다. 이 근원의 하나가 전통문화이다. 아이 돌 그룹의 역동적인 춤의 뿌리는 역사를 거슬러 올라가면 삼한 시대의 전통 무용에서도 찾을 수 있다. 드라마든 K-Pop이든 새로움을 만들어 내는 과정에서 부지불식간에 전통문화가 삽입된 것이다. 한류가 추구하는 세계성과 현재성은 전통문화, 문화예술, 대중문화가 서로 영향을 주고받은 과정이자 결과이다. 이것이 곧 융합이다. 달리 말하면, 한류는 순환적이다. 한류가 국내에서 전통문화의 재발견을 이끌어 내고, 전통문화는 또다시 문화 예술과 문화콘텐츠의 한류로 선 순환 되기 때문이다.

## 4.3 세계 엔터테인먼트의 시장

세계 문화콘텐츠 산업은 성장세를 지속하고 있다. 2012년 기준 세계 엔터테인먼트 시장의 규모는 전년 대비 5.1% 성장하여 1조 6,385억 달러로 추정되며, 향후 5년 간 연평균 5.6%의 성장이 예상되어 2017년에는 2조 1,525억 달러의 시장 규모에 달할 것으로 전망하고 있다 (PwC, 2013). 가장 큰 성장이 예상되는 부문은 게임 산업이며, 영화, 음악 등도 안정적 성장이 예상된다.

〈 세계 주요 엔터테인먼트 시장 현황 〉 (단위 : 10억 달러)

| 분 야 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | CAGR |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TV가입 | 201 | 209.5 | 218.8 | 227.9 | 236.3 | 244.7 | 252 | 3.8% |
| TV광고 | 155.7 | 162.1 | 149.2 | 178.8 | 182.3 | 199.4 | 209.4 | 5.3% |
| 음악 | 50.1 | 49,9 | 50,5 | 51.3 | 51.1 | 52.9 | 53.8 | 1.5% |
| 영화 | 87.4 | 88.6 | 90.3 | 92.7 | 95.9 | 100.2 | 106 | 3.6% |
| 게임 | 62.2 | 63.4 | 68.1 | 73.3 | 77.9 | 82.6 | 87 | 6.5% |
| 신문 | 164.8 | 163.5 | 162.9 | 162.5 | 162.4 | 162.9 | 163.6 | 0.0% |
| 라디오 | 41.4 | 43.5 | 44.9 | 46.5 | 47.9 | 49.5 | 51 | 3.2% |
| 총 계 | 1,559.1 | 1,638.5 | 1,730.1 | 1,831.7 | 1,934.5 | 2,044.0 | 2,151.5 | 5.6% |

# 4. K-POP 시장의 방향성

나라별로 살펴보면 2012년 기준으로 상위 15개국의 시장규모 합계는 약 1조 3,620억 달러로 세계 전체의 83.1% 정도를 차지한다. 상위 15개국 중 미국이 4,989억 달러로 가장 큰 비중을 차지하며, 일본(1,916억 달러), 중국(1,153억 달러), 독일(974억 달러), 영국(855억 달러)의 순으로 나타났다. 한국은 451억 달러로 프랑스에 이어 7위의 수준이며, 전 세계 시장 규모의 2.8% 를 차지하고 있다. 우리나라와 세계 문화 산업의 성장 추이가 동반하는 것은 시점상의 문제이기도 하지만 삶의 패러다임이 바뀐 것에도 기인한다.

〈 2013~2018년 CAGR기준 전세계 E&M시장 주요 14개국 〉 (단위 : 100만 달러, %)

| 구 분 | 2013p | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 13~18 CAGR |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 인도 | 3,274 | 26,388 | 29,705 | 33,091 | 36,550 | 40,273 | 11.6% |
| 중국 | 30,934 | 147,377 | 165,265 | 182,497 | 200,322 | 219,412 | 10.9% |
| 브라질 | 42,186 | 46,853 | 51,528 | 57,136 | 62,722 | 68,810 | 10.3% |
| 러시아 | 27,701 | 30,833 | 34,100 | 37,331 | 40,665 | 44,307 | 9.8% |
| 캐나다 | 46,626 | 48,783 | 51,206 | 53,875 | 56,642 | 59,397 | 5.0% |
| 미국 | 572,874 | 598,544 | 626,161 | 658,664 | 689,398 | 723,733 | 4.8% |
| 한국 | 49,225 | 51,835 | 54,296 | 56,563 | 58,623 | 60,460 | 4.2% |
| 호주 | 36,883 | 38,183 | 39,391 | 40,721 | 42,035 | 43,366 | 3.3% |
| 영국 | 90,514 | 93,491 | 96,498 | 99,559 | 102,547 | 105,348 | 3.1% |
| 프랑스 | 75,880 | 78,370 | 80,857 | 83,363 | 85,733 | 88,230 | 3.1% |
| 이탈리아 | 43,013 | 44,021 | 45,329 | 46,831 | 48,454 | 50,203 | 3.1% |
| 스페인 | 25,863 | 25,957 | 26,630 | 27,498 | 28,553 | 29,811 | 2.9% |
| 독일 | 112,833 | 15,257 | 117,479 | 119,776 | 121,772 | 123,893 | 1.9% |
| 일본 | 168,862 | 170,282 | 171,504 | 172,681 | 173,593 | 174,690 | 0.7% |

*자료 : PwC(2014재구성)

# 4. K-POP 시장의 방향성

공급이 수요를 견인한 것으로 기술 발달에 따라 소비자들이 문화콘텐츠를 소비하는데 있어 개인적인 차원으로 전환하게 된 점에 기인하는 것으로 보인다.
영화는 극장이나 DVD, 음악은 라디오나 CD와 같은 일반 매체에서 스마트폰이 라는 모바일 개인 매체로 옮겨가면서 소비의 양이 절대적으로 증가하게 된 점이 큰 요인이라는 것이다.
특히 앞으로는 스마트 혁명에 따라 개인 모바일 기기로 미디어가 융합되면서 이를 통해 유통되는 콘텐츠도 점차 집중화 되어 갈 전망이다.
현재의 콘텐츠 유통 메커니즘이 온라인을 중심으로 변모하고 있다면 향후에는 모바일 플랫폼을 중심으로 유통이 집중화 될 가능성이 높아진다는 것이다. 이에 세계의 주요 사업자들은 향후 시장을 선점하기 위해 다양한 전략을 구사하고 있다.
향후 글로벌 E&M 시장의 트렌드 변화를 주도할 주요 키워드는, 디지털, 모바일, 스트리밍 등 3가지로 예측한다.

## 4.4 음악 산업의 시장

대중음악 산업은 K-Pop으로 불리는 영역으로 한류의 일등 공신 중 하나이다. 또한 매체의 변화에 따라 소비 행태가 빠르게 변한 특성을 보인 영역이기도 하다. 과거에는 음악 소비를 테이프, CD 등 하드 한 매체를 통 해 주로 하였다면 이제는 디지털 파일 형태의 음원을 구매하거나 스트리밍 서비스를 통해 음악을 소비하는 방식으로 전환되었다.
그에 따라 불법 복제와 같은 문제가 가장 먼저 발생한 장르이기도 하다. 뿐만 아니라 음악산업의 비즈니스 모델에서 음원 판매도 중요하지만 공연을 통한 수익 창출 가능성이 높아지면서 상당한 변화를 거치고 있다.
특히 K-Pop 아이 돌 가수들의 해외 공연은 그 자체로 수익을 올리는 수단이기도 하지만 유튜브와 같은 공짜 매체를 통해 알려진 시장을 다지는 쇼케이스의 성격도 갖고 있다. 실제로 해외에서는 공연을 통한 수입이 대부분을 차지하고, 음반을 통한 수입은 거의 발생하지 않는 비즈니스 모델이 제시된 경우도 많다.
음악 산업도 영화 산업과 마찬가지로 기획의 중요성이 강조된다. 음악의 생명 주기도 매우 짧기 때문에 새로운 음악, 새로운 가수를 발굴하고 제작하는 것은 음악 기획사의 주요 역할이기도 하다. 영화 산업에서 기획 영화가 등장한 이후 마케팅의 중요성이 강조된 것처럼, 음악산업에서도 기획 초기 단계에 소비자의 수요를 미리 파악하고 수요에 맞춘 음악 기획을 하는 것도 과거와 달라진 제작 방식이라 할 수 있다.
이러한 수요 계층은 비단 국내에만 한정되는 것이 아니라 해외의 수요도 중요 하게 고려할 정도로 이미 음악산업은 글로벌화 된지 오래이다. 심지어는 가수와 기획자를 빼고 외국의 저명한 프로듀서를 고용하거나 녹음 자체를 해외에서 하는 경우가 다반사이다.

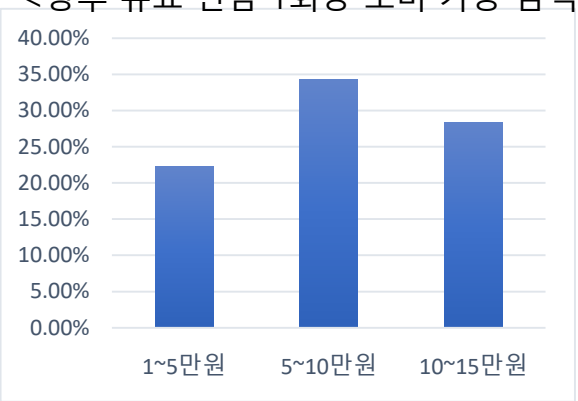
# 4. K-POP 시장의 방향성

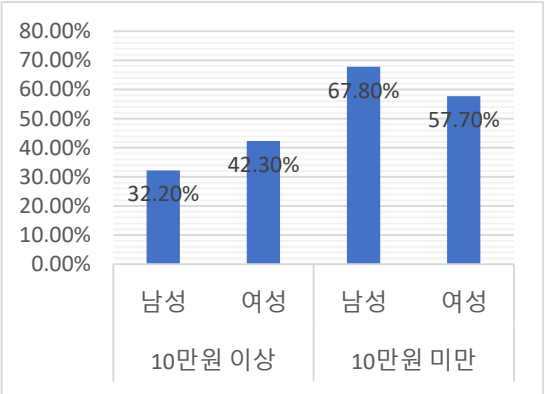
나라별로 살펴보면 2012년 기준으로 상위 15개국의 시장규모 합계는 약 1조 3,620억 달러로 세계 전체의 83.1% 정도를 차지한다. 상위 15개국 중 미국이 4,989억 달러로 가장 큰 비중을 차지하며, 일본(1,916억 달러), 중국(1,153억 달러), 독일(974억 달러), 영국(855억 달러)의 순으로 나타났다. 한국은 451억 달러로 프랑스에 이어 7위의 수준이며, 전 세계 시장 규모의 2.8% 를 차지하고 있다. 우리나라와 세계 문화 산업의 성장 추이가 동반하는 것은 시점상의 문제이기도 하지만 삶의 패러다임이 바뀐 것에도 기인한다.

## 4.5 음악 공연의 시장

2020 공연이용자 실태조사(2020. 8 ~ 9월)에 의하면 최근 1년간 음악공연 관람 경험은 `국내 대중가요 콘서트'가 59.6%로 나타났으며, 전년 대비 8.1%p 감소 하였다. 이어서 `뮤지컬 공연(49.4%)', `음악 페스티벌(31.5%)' 등의 순으로 높게 나타났으며, 전년 대비 `음악 페스티벌' 관람 비율이 11.2%p 감소하였다. 새롭게 추가된 보기인 `라이브 클럽 등 인디공연'의 관람 비율은 19.8%로 나타났다. 응답자 특성별로 살펴보면, 성별로는 `남성(62.4%)'이 `여성(57.1%)'보다, 연령별로는 `20~24세 (70.5%)'에서 `국내 대중가요 콘서트' 관람 비율이 상대적으로 높게 나타났다. `뮤지컬 공연'은 `여성 (52.6%)', `40~49세(55.2%)'에서 관람 비율이 상대 적으로 높았다.

<향후 유료 관람 1회당 소비 가능 금액>




**음악공연 유료 관람 1회당 소비 가능 금액 "5~10만 원"이 34.3%**

음악공연 관람 경험자들의 향후 유료 관람 1회당 소비 가능 금액은 `5~10만 원 미만'이 34.3%로 가장 높게 나타났다. `10~15만 원 미만(28.4%)', `1~5만 원 미만(22.2%)' 등의 순으로 나타났다. 응답자 특성별로 살펴보면, `남성'은 `10만 원 미만' 응답 비율이 67.8%로 `여성 (57.7%)'보다 높게 나타났으며, `여성'은 `10만 원 이상' 응답 비율이 42.3%로 `남성(32.2%)'보다 높게 나타났다. 연령별로는 `10~14세 (80.0%)' 에서 `10만 원 미만' 응답 비율이 상대적으로 높고, `30~39세 (50.0%)'에서는 `10만 원 이상' 응답 비율이 상대적으로 높게 나타났다.

# 4. K-POP 시장의 방향성

음악공연 관련 정보 취득경로는 `인터넷 포털'이 25.6%로, 전년도에 이어 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 `SNS(21.3%)', `팬 사이트 및 커뮤니티(11.7%)' 등의 순으로 나타났다.
`인터넷 포털(다음, 네이버, 구글 등)'과 `SNS(페이스북, 인스타그램 등)'를 통해서 음악공연 관련 정보를 취득하는 비율은 성별로 큰 차이가 나타나지 않았다.
반면, `팬 사이트 및 커뮤니티'를 통해 음악공연 관련 정보를 취득하는 경우는 `여성(16.0%)'이 `남성(6.7%)'보다 상대적으로 높게 나타났다. `온라인 동영상 서비스(유튜브, 네이버TV 등)'를 통해 음악공연 관련 정보를 취득하는 경우는 `남성(10.7%)'이 `여성(4.6%)'보다 상대적으로 높게 나타났다.

## 4.6 음악굿즈의 시장

음악 굿즈/MD 구매 경험 비율은 20.2%로 나타났으며, 전년 대비 5.5%p 증가 하였다. 응답자 특성별로 살펴보면, `여성(22.9%)'은 `남성(17.7%)'보다 굿즈/MD 구매 경험률이 상대적으로 높게 나타났다.
연령별로는 `15~19세(39.4%)', `10~14세(35.3%)'에서 구매 경험률이 상대적으로 높았다. 성별과 연령을 교차하여 살펴보면, `10~19세 여성(50.0%)'에서 구매 경험률이 상대적으로 높게 나타났으며, 지역별로는 `인천/경기(22.0%)' 지역 거주자에서 구매 경험률이 상대적으로 높았다.
음악 이용행태 별로는 `공연(49.4%)'에서, 음악 콘텐츠 이용 빈도 별로는 `1개 월에 2~3번(25.5%)'과 `거의 매일(24.2%)' 이용자에게서 구매 경험률이 상대적으 로 높게 나타났다.
음악 굿즈 / MD 구매 품목으로 `사진 / 포스터 / 브로마이드'가 49.4%로 가장 높고, 그 다음으로 `응원도구 / 슬로건(34.4%)', `화보 / 화보집(33.6%)', `문구 / 팬시(33.9%)' 등의 순으로 나타났다.
음악 굿즈/MD 구매 경험자들의 연평균 결제 금액은 `5만 원 미만'이 40.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 `5~10만 원 미만(32.5%)', `10~20만 원 미만 (18.1%)', `20~50만 원 미만(6.8%)' 등의 순으로 높게 나타났다.
음악 관련 팬덤 활동 경험 비율은 31.6%로 그 중 공연/콘서트 관람, 음반/굿즈 구입 비율이 상대적으로 높다. 팬덤 활동 경험자들의 유료 팬덤 활동 경험 비율은 84.1%로 나타났고. 유료 팬덤 활동은 공연/콘서트 관람, 음반/굿즈 구입 순으로 높게 나타났다. 향후 음악 관련 팬덤 활동 연평균 지불 의향은 `5만 원 미만'이 68.0%로 가장 높게 나타났다.

# 5. MKC 블록플랫폼의 발명특허출원

## 5. 1 발명특허출원 배경

암호화폐로 전 세계 글로벌 공연예매 티켓시장을 선점하고자 탄생하였다.
MKC 플랫폼은 글로벌 엔터테인먼트 분야 중 공연 티켓 예매, 온라인 굿즈, 웹툰, 1인 방송 시장의 구매 결재시스템은 처음 회원으로 가입 후 지구촌 어느 장소에서, 누구나 인증절차 없이 간편하게 사용할 수 있고, 티켓의 불법복제, 암표 등의 행위를 원천적으로 방지할 수 있는 플랫폼이다.
따라서 MKC 플랫폼은 차별화된 기술력을 확보하여 국내 업체들과의 경쟁력을 높여서 시장진입의 수월함과 향후 글로벌 시장 진출에 용이함과 시장 선점을 할 목적으로 3종의 발명특허를 출원하여 현재 특허법 제61조 동법 시행령 제9조 및 우선심사의 신청에 관한 고시 제4조에 규정된 우선심사 대상에 해당되어 우선심사 결정서를 받았다.
우선 심사를 통해 2종의 발명 특허는 2022년 6월8일 특허를 등록하였다.

## 5. 2 암호화폐를 사용하는 모바일 티켓팅 시스템

【발명의 국문 명칭】 암호화폐를 사용하는 모바일 티켓팅 시스템
【발명의 영문 명칭】 Mobile ticketing system using cryptocurrency
【출 원 인】
【출원번호】 10-2021-0063454
【특허번호】 제 10-2408070호

【기술분야】
본 발명은, 모바일 티켓팅 시스템에 관한 것으로서, 가상화폐를 이용하여 모바일 티켓을 구매하고 관리할 수 있을 뿐만 아니라, 행사관리회사 측에서 티켓의 유효성을 검증함으로써 불법 티켓을 방지할 수 있는 암호화폐를 사용하는 모바일 티켓팅 시스템을 그 기술 분야로 한다.

【발명의 배경이 되는 기술】
본 발명에 관한 배경 기술로서, 대한민국 등록 특허 제10-1058934호의 전자티켓 시스템 및 그 처리 방법, 그 프로그램이 기록된 기록 매체 기술이 있다.
이 기술은, 전자티켓 서비스를 처리하는 전자티켓 처리 서버에서 티켓 사업자 로부터 전자티켓으로 변환 발행할 정보를 수신하여 전자티켓 ID를 생성하고, 전자티켓 ID와 함께 사용자 정보를 전자티켓 정보로 저장한 후에, 사용자가 예매 한 티켓을 전자티켓 형태로의 발송을 요청하면 스마트카드와의 상호 인증을 거쳐 스마트카드별로 전자티켓 서명을 생성하여 전자티켓을 전송하도록 구성되어, 전자티켓을 사용자 자신뿐만 아니라 타인에게 발송 가능하여 티켓 선물 등의 부가 서비스가 가능해지고, 전자티켓 발권 단말을 통해 단체 예매나 개인 예매에 상관 없이 사용자가 예매한 티켓의 분리 발권이 가능해져 실물 티켓 처리와 동일한 서비스가 가능해지며, 스마트카드를 이용해

# 5. MKC 블록플랫폼의 발명특허출원

신뢰성 있는 전자티켓을 발송 처리 하여 전자티켓의 이중 발급을 방지하고, 악의적인 사용자로부터 티켓 도용을 방지할 수 있는 특징이 있다.
본 발명에 관한 다른 배경 기술로서, 대한민국 공개특허 제10-2017-0138384호의 전자티켓 관리 장치 및 전자티켓 관리 방법 기술이 있다. 이 기술은, 이용 상한액, 이용권자, 및 결제자를 포함하는 전자티켓 정보를 축적하는 발행 티켓 관리 테이블 결제 자로부터의 양도 요구를 취득하고, 발행 티켓 관리 테이블에 축적된 전자티켓 정보의 이용권 자를 양도 요구에서 지정된 자로 변경하는 양도 관리부 이용권자가 이용 상한액 내에서 전자티켓을 이용하는 경우로 한정하여, 당해 전자티켓을 이용한 거래를 허가하는 거래 관리부 및 거래에 이용되는 전자티켓의 이용 상한액과 당해 거래에 있어서의 실제 이용 금액과의 차액이 당해 전자티켓의 결제자에게 환원되도록 결제 처리를 수행하는 결제 처리 부로 구성된 특징이 있다.

【발명의 효과】
본 발명의 암호화폐를 사용하는 모바일 티켓팅 시스템에 의하면, 가상화폐를 이용하여 모바일 티켓을 구매하고 관리할 수 있을 뿐만 아니라, 행사관리회사 측에서 티켓의 유효성을 검증함으로써 불법 티켓을 방지할 수 있는 암호화폐를 사용하는 모바일 티켓팅 시스템을 제공할 수 있는 기술적 효과를 제공한다.

## 5. 3 암호화폐를 이용한 이벤트 관리 시스템

【발명의 국문 명칭】 암호화폐를 이용한 이벤트 관리 시스템
【발명의 영문 명칭】 Event management system using cryptocurrency
【출 원 인】
【출원번호】 10-2020-0168103
【특허번호】 제 10-2408072호

【기술분야】
본 발명은 이벤트 관리시스템에 관한 것으로서, 현지 주관 기업이 지출하는 제반 경비에 대한 정보가 이벤트 주최 기업을 중심으로 집중화되어 빠른 집행과 결제가 가능하고, 제반 경비 집행이 이벤트 주최 기업으로부터 현지 주관 기업으로 실시간으로 이루어지며, 이벤트 주최 기업측의 이벤트 개최부터 자금 집행까지의 시간이 이벤트의 시행에 따라 즉각적으로 수행될 수 있는 암호화폐를 이용한 이벤트 관리시스템을 기술 분야로 한다.

# 5. MKC 블록플랫폼의 발명특허출원

【발명의 배경이 되는 기술】
본 발명에 관한 배경 기술로서, 대한민국 등록 특허 10-2045493호의 가상화폐의 자동 트레이딩 기능이 부가된 가상화폐를 이용한 대금 결제 처리 장치 및 그 동작 방법 기술이 있다. 이 기술은, 상품 구매자가 가상화폐를 이용하여 상품의 대금을 상품 판매자에게 지불할 수 있도록 지원하는 대금 결제 처리 장치 및 그 동작 방법을 제시함으로써, 가상화폐를 재화의 거래 수단으로 활용할 수 있는 플랫폼을 특징으로 한다. 본 발명에 관한 다른 배경 기술로서, 대한민국 등록 특허 제10-1813256호의 가상화폐거래를 이용한 결제 시스템 기술이 있다. 이 기술은, 가상화폐거래를 이용한 결제 시스템에 관한 것으로, 해결하고자 하는 기술적 과제는 가상화폐 사용이 불가능한 온/오프라인 상점에서도 직불카드, 신용카드, 모바일 등의 다양한 결제수단과 연동한 가상화폐거래를 통해 결제가 가능하도록 하는 특징이 있다.
【발명의 효과】
본 발명의 암호화폐를 이용한 이벤트 관리시스템에 의하면, 현지 주관 기업이 지출하는 제반 경비에 대한 정보가 이벤트 주최 기업을 중심으로 집중화되어 빠른 집행과 결제가 가능하고, 제반 경비 집행이 이벤트 주최 기업으로부터 현지 주관 기업으로 실시간으로 이루어지며, 이벤트 주최 기업측의 이벤트 개최부터 자금 집행까지의 시간이 이벤트의 시행에 따라 즉각적으로 수행될 수 있는 기술적 효과를 제공한다.

# 6. 솔루션 진행 방향

1 사업모델검증

2 Main-Net 개발 백서작성

3 MKC COIN ICO

4 MKC COIN LBANK 상장예정

5 해외 K-POP공연

6 PLATFORM

**1**

사업모델을 검증하여 국내외 시장규모, 글로벌 현황조사/경쟁사조사/블록체인 사업화 모델구현 등을 통하여 핵심 가치와 기술적특성을 가질 수 있도록 합니다.

**2**

블록체인 Main-Net MKC Coin 개발 완료 하여 실생활에 보다 유용한 코인으로서 가치를 부여하여 K-POP 공연 사업에도 적합한 백서를 작성합니다.

**3**

MKC COIN 사업을 실행하고 성공시키기 위하여 필요한 최소한의 자금을 투자자에게 부여하여 최고의 코인으로 성장할 예정입니다.

**4**

MKC COIN을 세계적인 LBANK 거래소에 상장하여 글로벌로 성장할 예정입니다.

**5**

K-POP 해외 공연에서 가장 문제가 되는 화폐의 통합이라는 하나의 문제를 한번에 해결할 수 있는 MKC COIN으로 진행할 예정입니다.

**6**

MKC COIN을 진정으로 사랑하는 유저, 그 유저들이 함께 뛰어놀수 있는 공간을 만들어서 유저들과 함께 글로벌로 성장하는 회사가 될 것입니다.

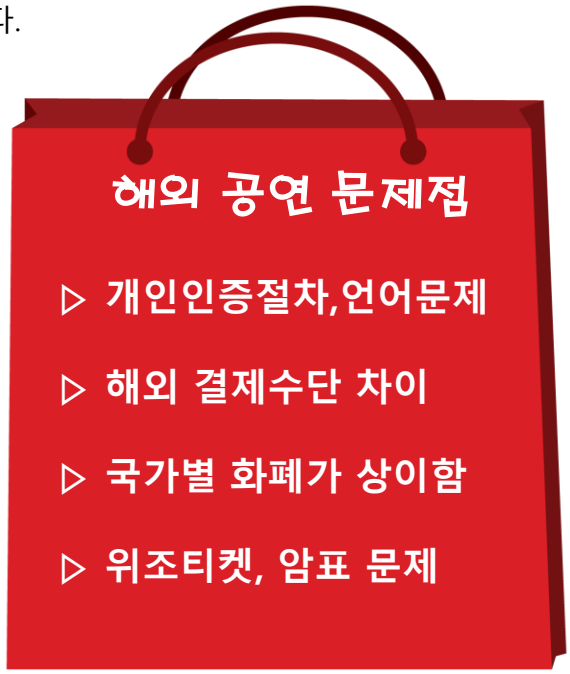
# 7. K-POP PLATFORM FUTURE

## 세계가 주목하는 한류 K-CONTENT 시장은 전 세계를 감동시키는 새로운 시대의 하나의 아이콘으로 자리잡을 예정이다.

### 7.1 세계 공연시장의 한계

세계 K-Pop 공연시장은 날이 갈수록 성장하고 있다.

'BTS', '블랙핑크', '트와이스' 등 K-Pop 스타들의 인기가 높아지면서 한류 팬은 세계적으로 4억 명이 넘을 것으로 보여지며, 또한 K-Pop 스타에 공연을 보기 위해 유튜브를 비롯한 동영상 플랫폼 팬들의 숫자는 점점 증가하고 있는 추세이다. 현재, 코로나 19사태로 공연실황을 볼 수 없지만, 이전에는 해외의 한류 팬들이 K-Pop 스타에 공연을 보기 위해서는 티켓예매가 국가별, 판매대행사별로 복잡한 예매시스템으로 티켓구매에 많은 어려움을 겪고 있다.




그 문제점으로는 ...

1. 개인인증절차, 언어 등 때문에 생기는 다양한 문제 발생.
2. 해외 팬들에 결제수단 차이에 따른 문제 발생
3. 전 세계 팬들에 국가별 화폐로 인해 결제의 문제 발생
4. 위조티켓 및 암표로 인하여 구매자에게 피해 발생

위와 같은 문제점으로 더욱 확산해 갈 수 있는 K-Pop 공연이 위축될 수 있다.

공연기획사 입장에서는 또 다른 문제가 잠재되어 있다. 그 문제점으로는 ...

1. 티켓예매 수수료는 한국의 경우 7%, 해외의 경우 10~ 15%의 높은 수수료가 티켓구매 금액의 포함되어 티켓 가격의 상승을 불러오고 있다.
2. 해외 K-Pop 공연 종료 후 해외 공연기획사와 티켓판매대금 정산으로 인하여 분쟁이 발생되는 경우가 자주 발생한다.

위와 같은 문제점을 한번에 해결해 줄 수 있는 매개체가 'MKCCOIN' 이다.

# 7. K-POP PLATFORM FUTURE

## 7.2 MKC COIN의 발행 배경

MKC Coin은 국내 및 해외 K-Pop 공연 관람자가 직접 MKC Coin을 구매하여 티켓예매를 하여 MKC Coin의 가치는 높아질 것이고 전세계 및 국내 공연을 진행하면서 사용자 수를 늘려나갈 것이다.
공연 및 콘서트와 K-Pop 스타 관련 굿즈 상품을 구매할 수 있는 MKC Coin Mall 및 K-Pop 오디션 진행 시 사용되는 음원의 다운로드 비용을 MKC Coin으로 결제되는 시스템으로 음원 수입과 글로벌 유저를 확대 시킬 수 있습니다. 엔터테인먼트 시장에서의 수요가 높은 상품과 서비스 공급을 이용하여 사용자들을 늘려나갈 예정이다.
K-Pop 시장이 아시아를 넘어 미주, 유럽시장까지 사로잡고 있기 때문에 전세계 엔터테인먼트 시장에서 K-Pop 콘서트 티켓을 복잡한 절차 없이 쉽고 편리하게 결제할 수 있는 암호화폐 MKC Coin를 만들었다.
티켓 예매를 MKC Coin으로 진행할 경우 블록체인 기반의 메인 넷을 이용하여 티켓판매 대행사를 거치지 않고 관객이 저렴한 가격으로 직접 티켓구매를 하고 결제의 안정성이 높기 때문에 MKC Coin의 성장 가능성은 타 코인들보다 차별성을 두고 있다.
MKC Coin의 P2P 거래 플랫폼 및 APP 내에서 MKC Coin으로 전 세계 어디서든 몇 번의 터치로 본인이 원하는 K-Pop 스타의 콘서트, 팬 미팅 공연, 굿즈 상품 구매를 편리하게 만들어주는 지불 결제 수단이다.
MKC Coin이 진행하는 공연이 많아질수록 스타의 팬들은 공연의 티켓구매를 위해 MKC Coin에 방문하여 티켓팅을 진행할 것이고 이를 통해 글로벌 공연시장 점유를 확대해 나갈 수 있다.

## 7.3 MKC COIN PLATFORM

MKC Coin의 블록체인 네트워크에 MKC Coin 매매거래를 기록하고, 그 다음 단계로 MKC Coin 자체를 블록체인 상의 코인으로 전환합니다. 이러한 시스템을 운영하기 위해서 새로운 블록체인 네트워크를 만들었다. 이 블록체인 네트워크는 MKC Coin을 생성 및 운용하기 위한 전용 플랫폼이며, 다양한 Content와 서비스를 제공하기 위한 초석이다.
MKC Coin의 네트워크를 운용하며 거래 정보에 투명성을 강조하고 콘서트와 공연의 티켓과 여러 서비스로 실질적인 가치와 연결되어 있어 이를 통해 MKC Coin 네트워크의 신속하고 정확하고 안전한 가치를 사용자에게 그대로 전할 수 있다.
MKC Coin 은 탈 중앙화된 분산 저장시스템으로 거래내역이 투명하고 안전하게 보관 됩니다. 티켓을 발권하는 대행사(중개플랫폼)을 거치며 발생하는 정산 시의 문제점을 블록체인 MKC Coin 으로 해결하고자 발행하였다.
MKC Coin 의 인프라의 구축이 완료되면 국내 및 해외 공연의 입장티켓의 대체서비스가 되고 공연 종료 후 협업 팀에게 결산방식을 플랫폼 안에서 지불하며 블록체인 플랫폼으로서 안전한 거래가 이뤄질 것이다.

# 7. K-POP PLATFORM FUTURE

## 7.3 MKC COIN의 차별성

MKC Coin은 국내 및 해외 K-Pop 공연 관람자가 직접 MKC Coin을 구매하여 티켓예매를 하여 MKC Coin의 가치는 높아질 것이고 전세계 및 국내 공연을 진행하면서 사용자 수를 늘려나갈 것이다.
공연 및 콘서트와 K-Pop 스타 관련 굿즈 상품을 구매할 수 있는 MKC Coin Mall 및 K-Pop 오디션 진행

# 7. K-POP PLATFORM FUTURE

## 7.4 아시아 네트워크

엔터테인먼트 30여 년간 방송 프로그램제작, 콘서트, 축제 및 해외 콘서트 제작을 맡아 총 연출하는 경험과 노하우를 가지고 있으며, 그 간의 제작으로 아시아 네트워크를 기반으로 한 종합 엔터테인먼트 콘텐트 시장의 중추적 역할을 해 왔다.

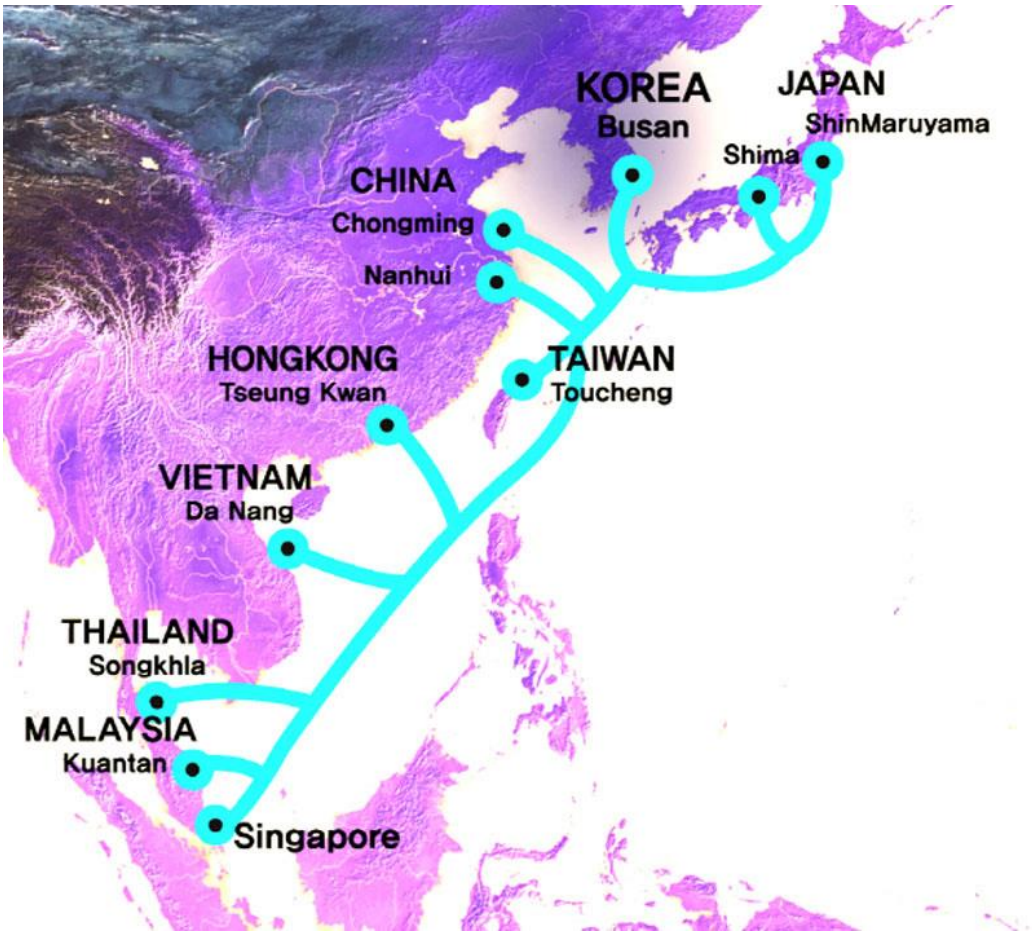
각 분야 최고의 전문가로 구성된 엔터테인먼트 비즈니스와 국내 및 해외 독창적인 SHOW 비즈니스와 연계하여 콘텐츠의 신뢰성, 전문성, 다양성, 대중성, 독창성을 모두 만족시키는 종합 엔터테인먼트 기업이다.

전설의 명곡, 스타 가요 쇼, 추억의 가요무대, 열린 무대 등 방송 프로그램을 제작으로 방송제작의 노하우가 축적되어 있다.

국내에서 K-POP엑스포, 코리아팝페스티벌, 아시아뮤직어워드, 아시아뮤직페스티벌 등 대형 공연을 직접 제작한 경험이 있다.

산하 스태프는 중국, 일본, 베트남, 필리핀 등 아시아 각국의 엔터테인먼트 회사와 공동으로 수많은 K-POP 콘서트, 팬 미팅을 진행한 실적을 가지고 있다.

기존 엔터테인먼트 사업에서 블록체인을 기반으로 하는 암호화폐로 공연티켓, 굿즈 판매, 1인 방송, 웹툰, 음원의 지불결재 사업의 진출을 위하여 2018년 5월 T/F 구성하여 약 4년간의 노력으로 현재의 시스템을 구축하게 되었다.



# 8. MKC COIN 기술적 이해

## 8.1 MKC COIN ACCOUNT

MKC Coin에서 상태(state)는 어카운트(account)라고 하는 오브젝트(object)들로 구성되어 있다. 각각의 어카운트는 20 바이트의 주소와 어카운트 간 값과 정보를 직접적으로 전달해 주는 상태변환(state transition)을 가지고 있다.

MKC Coin 어카운트는 다음 네 개의 필드를 가지고 있다. 논스(nonce): 각 트랜잭션이 오직 한번만 처리되게 하는 일종의 카운터 어카운트의 현재 MKC Coin (MKC Coin) 잔고 어카운트의 계약 코드 (존재한다면) 어카운트의 저장 공간 (초기설정(default) 상에서는 비어있음) MKC Coin의 기본 내부 암호-연료 (crypto-fuel)이고, 트랜잭션 수수료를 지불하는데 사용된다.

보통 두 가지 종류의 어카운트가 존재하는데, 프라이빗 키에 의해 통제되는 외부 소유 어카운트(Externally Owned Accounts)와 컨트랙트 코드에 의해 통제되는 컨트랙트 어카운트(Contract Accounts)가 있다.

외부 소유 어카운트는 아무런 코드도 가지고 있지 않으며, 이 어카운트에서 메시지를 보내기 위해서는 새로운 트랜잭션을 하나 만들고, 서명(signing) 을 해야 한다. 컨트랙트 어카운트는 메시지를 받을 때마다,  자신의 코드를 활성화시키고, 이에 따라 메시지를 읽거나 내부 저장공간에 기록하고, 다른 메시지들을 보내거나, 컨트랙트들을 차례로 생성하게 된다.

MKC Coin에서 컨트랙트는, 수행되거나 컴파일 되어져야 할 어떤 것이라기 보다는, MKC Coin의 실행 환경 안에 살아있는 일종의 자율 에이전트(autonomous agents)로서, 메시지나 트랜잭션이 도착하면 항상 특정한 코드를 실행하고, 자신의 MKC Coin 잔고와, 영속적인 변수들을 추적하기 위해 자신의 키/값 저장소를 직접적으로 통제하는 역할을 한다.

## 8.2 MKC COIN MESSAGE / TRANSACTION

MKC Coin에서 사용되는 트랜잭션(transaction)이란 용어는 외부 소유 어카운트가 보낼 메시지를 가지고 있는 서명된 데이터 패키지를 말한다. 이 트랜잭션은 다음을 포함하고 있다. 메시지 수신처 발신 처를 확인할 수 있는 서명 발신 처 가 수신처로 보내는 MKC Coin의 양 선택적(optional) 데이터 필드 STARTGAS 값, 트랜잭션 실행이 수행되도록 허용된 최대 계산 단계수 GASPRICE 값, 매 계산단계마다 발신처가 지불하는 수수료 처음 세 항목은 암호 화폐에서는 거의 표준처럼 사용되는 값이다.

데이터 필드는 초기값으로 설정된 기능(function)은 가지고 있지 않지만, 버추얼 머신(virtual machine)은 컨트랙트가 이 데이터에 접근할 때 사용할 수행코드(opcode)를 가지고 있다. 예를 들어, 블록체인 위에 도메인 등록 서비스로 기능하고 있는 컨트랙트가 있을 경우, 이 컨트랙트로 보내지는 데이터는 두개의 필드를 가지고 있는 것으로 해석할 수 있다. 첫 번 째 필드는 등록하고자 하는 도메인이고, 두 번 째 필드는 IP 주소이다. 컨트랙트는 메시지 데이터로부터 이 값들을 읽어서 저장소 내 적당한 위치에 저장한다. STARTGAS 와 GASPRICE 필드는 MKC Coin의 모델에 있어서 매우 중요한 역할을 한다. 코드내의 우연적이거나 악의적인 무한루프, 또는 계산 낭비를 방지 하기 위해 각각의

# 8. MKC COIN 기술적 이해

트랜잭션은 사용할 수 있는 코드 실행의 계산 단계 수를 제한하도록 설정되어야 한다. 계산의 기본 단위는 gas이고 보통, 계산 단계는 1 gas의 비용이 소요되나, 어떤 연산은 더 비싼 계산 비용을 지불하거나, 상태의 일부분으로 저장되어야 하는 데이터의 양이 많을 경우 더 많은 수의 gas 비용이 필요하게 된다. 또한 트랜잭션 데이터에 있는 모든 바이트는 바이트당 5 gas 의 수수료가 든다. 이러한 수수료 시스템의 의도는 어떤 공격자가 계산, 밴드위스, 저장소 등을 포함해 그들이 소비하는 모든 리소스에 비례하여 강제로 수수료를 지불하게 하는데 있다.

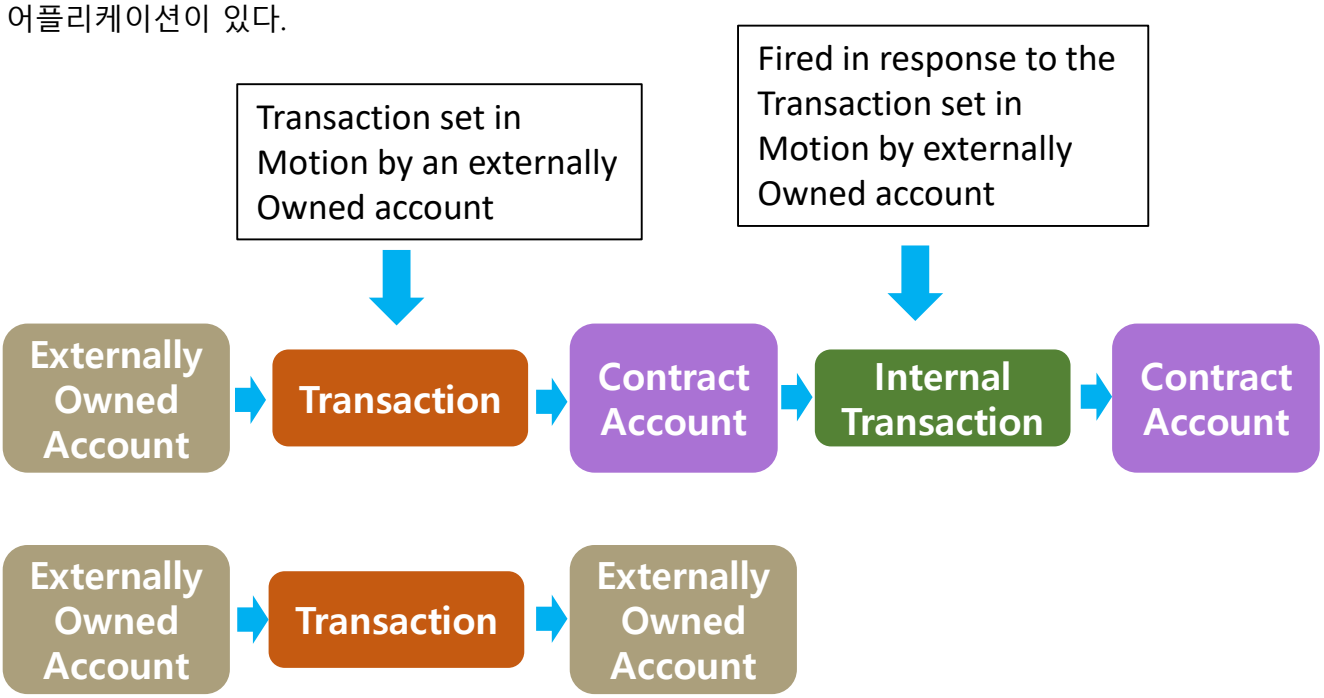
소비하는 모든 리소스에 비례하여 강제로 수수료를 지불하게 하는데 있다. 따라서, 이런 리소스 중 어떤 것이라도 상당량을 소비하는 네트웍과 연관된 트랜잭션은 대략 증가분에 비례한 gas 수수료를 가지고 있어야 한다. 컨트랙트는 다른 컨트랙트에게 "메시지"를 전달할 수 있다.

메시지는 따로 저장될 필요가 없는 MKC Coin의 실행 환경에서만 존재하는 가상의 오브젝트이다. 메시지는 다음의 것을 포함하고 있다. (암묵적으로) 메시지 발신 처, 메시지 수신처, 메시지와 함께 전달되는 MKC Coin, 선택적 데이터 필드, 어플리케이션(Applications) 기본적으로, MKC Coin을 이용하여 총 세 가지 카테고리의 어플리케이션을 제작할 수 있다.

첫 번째 카테고리는 돈과 직접적으로 연관된 컨트랙트를 계약참여자로 하여금 보다 강력하게 설정관리하게끔 하는 금융 어플리케이션이다. 이의 예는 하위화폐(=유로/달러 등의 상위화폐와 환율이 연동된 화폐를 지칭), 파생상품, 헷지 컨트랙트, 예금용 전자지갑, 유언장, 그리고 최종적으로는 전면적인 고용계약 수준의 것들 까지 포함한다.

두 번 째 카테고리는 준( 準 )금융 어플리케이션이다. 금전이 관여되어 있지만 상당부분 비( 非 )화폐적인 면이 존재하는 계약을 위한 어플리케이션이 이에 해당된다. 이의 좋은 예로는 어려운 연산 문제를 푸는 자에게 자동적으로 포상금이 지급되는 계약이다.

마지막으로, 온라인 투표와 분권형(分權形) 거버넌스(Governance)와 같이 금융과 관련성이 아예 없는 어플리케이션이 있다.



# 8. MKC COIN 기술적 이해

## 8.3 MKC COIN TOKEN SYSTEM

블록체인토큰시스템(On-blockchain token system)은 미화/금 등과 연동된 하위화폐, 주식과 "스마트자산*(Smart Property: 비트코인의 블록체인상에서 소유권이 컨트롤/관리되는 자산)," "위조불가능한(secure unforgeable)" 쿠폰, 그리고 통상적인 가치와 연결되어 있지 않은 기타 토큰시스템(예, 인센티브 부여를 위한 포인트제도) 등에 이르기까지 다양한 형태의 거래시스템을 네트워크 상에서 구현하게끔 해주는 어플리케이션들을 가지고 있다.

MKC Coin에서 토큰시스템은 놀랍도록 쉽게 구현할 수 있다. 토큰시스템을 이해하는 데에 핵심은 아래와 같다. 모든 화폐 혹은 토큰시스템은 근본은 결국 한 가지 오퍼레이션만을 수행하는 데이터베이스이다. A 라는 주체로부터 X 단위의 화폐/토큰을 차감하고, 차감한 X 단위의 화폐/토큰을 B 에게 지급한다. 단, 거래 전, A 는 최소 X 단위를 보유하고 있었음. A 가 이 거래를 승인함. MKC Coin에서 유저는 바로 위의 로직을 컨트랙트에 반영 시키기만 하면 된다.

Serpent 에서 토큰시스템을 실행하는 기본적은 코드는 아래와 같다:

```
def send(to, value): if self.storage[msg.sender] >= value:elf.storage[msg.sender] =
self.storage[msg.sender] Value self.storage[to] = self.storage[to] + value
```

이는 기본적으로 본 백서에서 설명한 "은행시스템"의 "상태변환함수(state transition function)"를 아무런 가공 없이 그대로 적용시킨 것이다.

통화의 단위를 정의하고 배급하기 위한 최초 작업을 위해서, 또는 더 나아가 여타 컨트랙트 들이 계좌의 잔금에 대한 정보요청을 처리하기 위한, 몇 줄의 코드가 추가적으로 더 쓰여져야 할 수도 있다. 하지만, 그 정도가 토큰 시스템을 만드는 데 필요한 전부이다. 이론적으로, MKC Coin에 기반한 하위화폐 체계로서의 토큰시스템은 비트코인에 기반한 메타화폐 (=비트코인 블록체인 연동된 화폐)가 가지고 있지 않는 중요한 특성을 지니고 있을 수 있다: 거래비용을 거래 시 사용한 화폐로 직접 지불할 수 있다는 점이 그것이다.

다음과 같은 과정을 통하여 이 특성은 발현될 수 있다: 컨트랙트을 집행하기 위해서는 발송인에게 지불해야 하는 비용 만큼의 MKC Coin 잔고를 유지해야 한다. 그리고 컨트랙트 집행 시 수수료로 받는 내부화폐(하위화폐)를 (상시 돌아가고 있는 내부화폐-MKC Coin 거래소에서) 즉각 환전하여 MKC Coin 잔고로 충전할 수 있다. 유저들은 그렇게 MKC Coin으로 그들의 계좌들을 "활성화"시켜야 하지만 각 컨트랙트를 통해 얻어지는 만큼의 금액을 MKC Coin으로 매번 환전해 주기에, 한 번 충전된 MKC Coin은 재사용이 가능하다고 볼 수 있다

## 8.4 MKC COIN SCALABILITY

MKC Coin에 대한 한 가지 공통된 의문점은 확장성 부분이다. 비트코인과 마찬가지로 MKC Coin도 모든 이체작업이 네트워크 상의 전체 노드에 의해서 일일이 검증 및 삽업이 되어야 한다는 단점이 있다.

비트코인의 경우, 현재 전체 블록체인의 크기가 약 15GB 에 이르며, 그 크기는 매 시간 1MB 씩 꾸준히 늘어나고 있다. VISA 의 경우 초당 2,000 여 건의 이체작업을 처리하는데, 이는 매 3초당 1MB 씩의

# 8. MKC COIN 기술적 이해

확장(시간 당 1GB, 매년 8TB)을 의미한다. MKC Coin도 비슷한 문제를 겪을 것이고, 단순히 화폐로서의 역할 만하는 비트코인에 비한다면, 온갖 종류의 탈 중앙화된 어플리케이션을 (Depp's: Decentralized applications)을 포괄하는 MKC Coin은 이 부분에서 훨씬 더 많은 문제를 겪을 수도 있을 것이다.

하지만 한 가지 다른 점은, MKC Coin은 '전체 블록체인 히스토리'가 아닌, 단지 '상태정보(the state)'만 가지고 있으면 된다는 점이다. 만일 개개의 모든 노드가 전체 블록체인을 보관해야 한다면, 아래와 같은 문제가 생길 수 있다.

블록체인의 크기가 점점 커져 100TB 에 육박하게 되었다고 생각해보자. 이 정도 수준으로 보관해야 하는 블록체인의 크기가 커지면, 오직 소수의 사업가나 기업 형태의 참여자만이 이를 감당할 수 있게 된다. 다수의 일반 사용자들은 '라이트 SPV(Simple Payment Verification)' 노드만을 사용하게 될 것이다.

이렇게 되면, 전체 블록체인의 내역을 가진 소수의 참여자들이 결탁하여, 장부내역을 수정하거나 블록보상 량을 바꿔 치기 하는 등의 조작행위가 일어날 수 있을 것이다. 단순한 '라이트 노드(light node)'로서는 이러한 조작을 감지할 방법이 없다. 물론 '전체 블록체인을 소유한 노드(full node)' 중에서도 선의의 참가자가 있을지 모른다.

그러나 다수의 '완전노드(full node)'가 작심하여 블록체인 조작을 시도한다면, 이를 발견하는 시점에서는 이미 늦었다고 봐야 할 것이다. 실제로 비트코인이 현재 이와 비슷한 문제에 처할 위험이 있다고 경고받고 있으며, 해당 문제를 완화시키는 방법에 대하여는 Peter Todd 에 의해 논의된 바 있다. 위의 문제를 해결키 위해, 가까운 시일 안에 두 가지의 전략을 추가로 도입할 예정이다.

첫 번째로 MKC Coin도 기본적으로 블록체인 기술을 바탕으로 한 채굴 알고리즘을 사용하고 있기 때문에, 모든 채굴자 들은 '완전노드(full node)'가 되도록 의무화 될 것이며, 이는 필요한 최소한의 완전노드 숫자를 확보할 수 있도록 해줄 것이다.

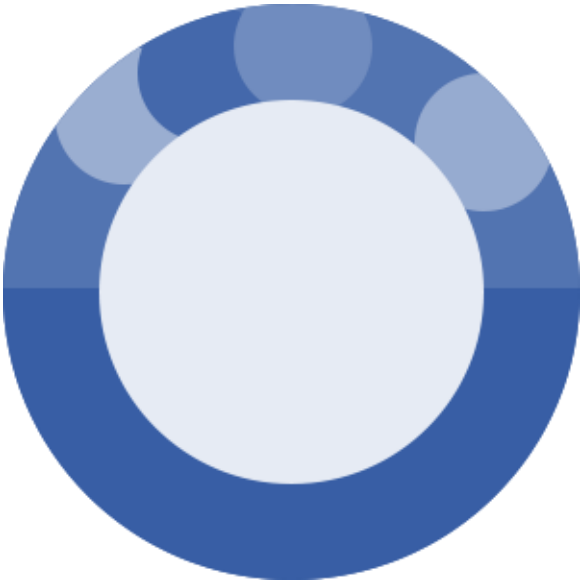
두 번째로, 이체내역 검증 작업 이후 블록체인에 '중간상태 트리루트(an intermediate state tree root)'를 도입하는 것이다. 이렇게 되면, 아무리 블록생성 작업이 소수의 노드에 집중되더라도, 단 하나의 선의의 노드(honest node)만 존재한다면 검증 프로토콜(verification protocol)을 통해 이 문제를 해결할 수 있다. 만일 어떠한 채굴노드가 전파한 블록이 검증오류(invalid)처리가 되었다면, 해당 블록의 '구성(format)'이 맞지 않거나 '상태내역 S [ n ]'이 틀린 경우일 것이다. 'S [ 0 ]' 상태가 옳은 것으로 간주되기 때문에, 'S[ i-1 ]'이 맞다면, 'S[ i ]'에 오류가 있는 것이다. 검증작업에 참여하는 노드는, 'APPLY(S[i-1],TX[i]) -> S[i]' 작업(processing)을 하는 '페트리샤 트리 노드의 부분집합(the subset of Patricia tree)'을 통해 '검증오류증명(proof of invalidity)'과 '인덱스 i'를 제공한다.

# 9. MKC 코인의 발행

## MKC COIN에 대한 발행정보는 다음과 같습니다.

| 구 분 | 내 용 |
|---|---|
| 이 름 | MKC (MONEY K-POP CULTURE) |
| 심 볼 | MKC |
| 종 류 | MKC MAIN NET |
| 발 행 량 | 5 억 개 MKC<br>- 세계 주요 도시 10개 거래소(싱가포르, 스위스, 필리핀 등) |

발행된 MKC는 각각 용도에 맞게 배분되어 있으며, 각 배분 용도 및 그 수량은 아래와 같습니다.



1. Token Sales (40%)
2. Development(Platform) (15%)
3. Development(Project) (15%)
4. Early investors/Team (10%)
5. Advisor/Partner (10%)
6. Marketing (10%)

## 9. 코인의 발행

**1) Token Sales**

전체 발행 량의 40% 8천만 개는 MKC 판매 물량

**2) Development(Platform)**

전체 발행 량의 15% 3천만 개는 MKC Platform 개발에 필요한 물량

**3) Development(Project)**

전체 발행 량의 15% 3천만 개는 MKC Project 진행에 사용되는 물량

**4) Early investors/Team**

전체 발행 량의 10% 2천만 개는 사전 투자자들과 여러 관계사들의 함께 사용되는 물량

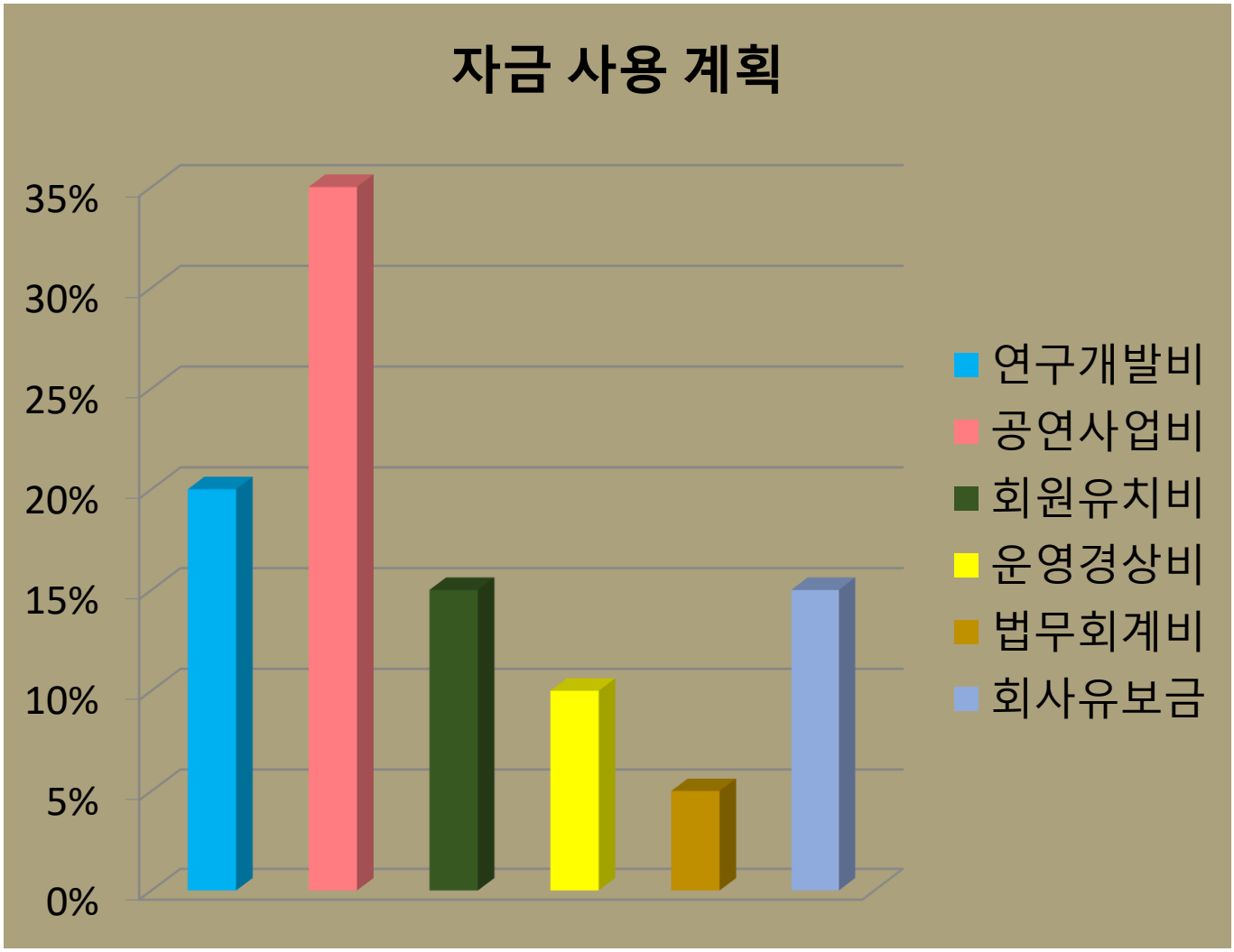
**5) Advisor/Partner**

전체 발행 량의 10% 2천만 개는 어드바이저들의 장기적인 협력과 자문을 위하여 배정된 물량.

**6) Marketing**

전체 발행 량의 10% 2천만 개는 향후 마케팅 자금의 유동성을 위하여 배정된 물량.

## 10. 자금의 사용 계획




1. 연구개발비 20%는 디앱 및 메인넷 개발비, 서버관리비 등으로 사용한다.

2. 공연사업비 35%는 K-Pop 콘서트, 오디션, 1인 방송, 웹툰 등으로 사용한다.

3. 회원유치비 15%는 회원 확장을 위한 마케팅과 보상 등으로 사용한다.

4. 운영경상비 10%는 MKC 플랫폼 유지를 위한 인건비, 경상비 등으로 사용한다.

5. 법무회계 비 5%는 법적 자문 등 컨설팅과 어드바이저 등에 사용한다.

6. 회사유보 금 15%는 유동성 확보를 위한 리저브 비용으로 운영할 예정이다.

## 11. Main N-et 핵심 코인 MKC

**MKC COIN은 실 생활에 적용할 수 있는 Main- Net 코인**

K-POP 해외 공연에서 전 세계 모든 화폐를 하나로 통합하여 공연 티켓을 예매

ERC20 토큰 코인은 **엄청난 가스비로** 실생활에 적용이 힘들지만, 저렴한 가스비로 사용 가능

보령 물놀이 팝켓랜드, 언양 자수정 동굴, 향후 추가 되는 각 지역에서 사용 가능한 코인

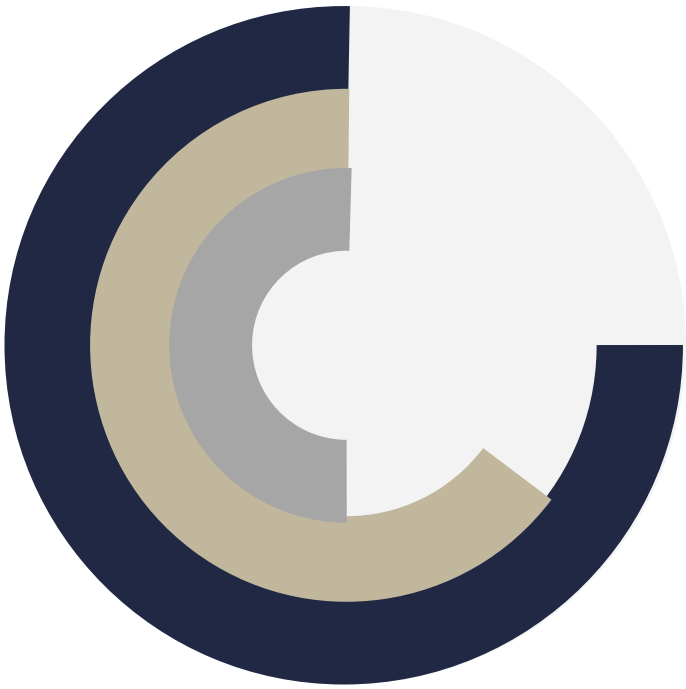
해외 공연 관람과 연동하여 여행 투어 패키지에 대한 사용 가능한 코인

**MKC COIN은 가스비가 저렴하여 실 생활에 적용할 수 있다.**

# 12. MKC 코인의 가치

## MKC Coin의 Strategic Value Management

MKC 코인은 실생활에서 사용하는 사업기반을 확대하고 코인의 내재적 가치를 확보하여,
실질적이고 지속가능한 가치를 제공할 것입니다.



### 지속가능한 플랫폼

- 실사용처 확보
- 전략적 파트너사와 사업적인 제휴
- 철저한 준비로 플랫폼의 지속성확보

### 실생활 적용

- 보령 물놀이 팝켓랜드에서 사용하여 자연스럽게 코인 유저 확보
- 언양 자수정 동굴에 관광하는 유저들의  사용으로 코인 유저 확장

### 내재적 가치 상승

- K-POP 공연을 통해 자연스러운 코인 가치 상승
- 다양한 K-CONTENT 공연을 통해 코인 가치 상승

# 13. 로드맵

글로벌 세계 시장은 빠르게 변화하고 있습니다.
세계 1위 K-POP, K-CONTENT 를 지향하는 MKC COIN은
세계 문화 콘테츠를 하나로 통합하여 세계가 한국으로
한국이 곧 세계의 기준점이 되고자 출발합니다.
저렴한 수수료를 시작으로 세계 시장의 가장 간편하고 가장 획기적인 아이디어,
새로운 코인 "세계 금융과 K-POP의 연동으로 글로벌 기업"으로  출발하겠습니다.

**2022. 08. ~ 10. MKC COIN ICO**

**2022. 11. ~ 12. LISTED ON THE LBANK EXCHANGE**

**2023. 01. ~  K-POP OVERSEAS CONCERT**

**2023. 02. ~  MKC COIN PLATFORM**

**2023. 03. ~  The Application of POPKET LAND MKC COIN in real life in KOREA**

# 17. 면책조항

1. 본 백서는 MKC의 서비스를 설명하기 위한 목적으로 작성되었으며, 사업의 추진 일정과 진행 상황 및 기타 요인으로 인해 검토 및 수정될 수 있습니다.
2. 본 백서의 버전은 문서 상단에 표기한 날짜를 기준으로 작성되었으며, 본 백서의 내용은 해당 날짜까지의 사업 추진 방향과 진행 상황 등의 내용만을 반영하고 있으며, 작성 날짜 이후로는 언제든지 변경 될 수 있습니다.
3. 본 백서의 버전은 내용의 수정 필요성에 따라 비정기적으로 변경되어 업데이트될 수 있습니다.
4. 본 백서는 투자를 제안하거나, 투자인을 모집하기 위해 작성된 것이 아니며, 어떠한 지리적, 환경적 요인에 의해서라도 투자제안이나 투자인의 모집 행위로 해석될 수 없습니다.
5. 본 백서의 내용이 불법으로 규정된 국가, 지역의 경우, 전체 혹은 일부의 복제, 수정, 배포되어서는 안됩니다. 또한 본 백서의 내용을 불법으로 규정하고 있는 국가, 지역의 사람들이 본 백서의 내용을 인지하고 투자를 하는 경우, 그러한 투자는 본인이 위험을 감수한 것으로서 MKC는 그에 대하여 아무런 법적 책임을 지지 않습니다.
6. 본 백서는 MKC가 추진하는 사업의 무결성을 보장하지 않으며, MKC를 이용하고자 하는 계약 당사자들은 MKC의 서비스를 가능한 범위 내에서 제공합니다.
   본 백서의 내용은 서비스 제공과 개발 과정에서 발생할 수 있는 오류 및 일정의 지연 및 이와 관련된 사항에 대해 책임지지 않으며, 그 누구도 이에 대한 책임을 물을 수 없습니다.
7. 본 백서는 향후 계획에 대한 내용을 담고 있으며, 계획의 실현을 기초로 하여 작성하였습니다. 단, 이를 보장하지 않으며, 본 백서의 내용이 향후 개발 완료된 서비스의 무결성을 보장하지 않습니다.

# 면책조항

8. 본 백서의 내용은 어떠한 경우에도 법률, 재무, 회계, 세무 등의 자문 등으로 해석될 수 없으며, MKC를 구매, 사용하는 과정에서 각 국가별, 지역별 정책과 법률에 의거하여 별도의 법률, 재무, 회계, 세무 등의 처분이 발생 할 수 있습니다. 구매, 사용자는 이에 대한 별도의 자문이 필요할 수 있으며, MKC는 이러한 사항에 대하여 책임 지지 않습니다.
9. 제 3자로부터의 시스템 공격, 천재지변 및 불가항력적 사유 등 MKC가 의도하지 않은 이유로 인하여 생태계의 조성이 지연되거나, 그 밖의 유, 무형의 손실이 발생할 수 있습니다.
10. 구매자의 개인 Key 분실 및 유출로 인한 구매자의 리스크에 대해 MKC는 책임지지 않습니다.
11. 코인 가치의 하락 및 시장 환경의 변화, 불확실성, 정치적 리스크, 경쟁사와의 경쟁 등을 포함한 모든 리스크에서 자유롭지 못하며, 이로 인해 MKC의 개발이 중단되거나, 서비스 방향과 계획이 변경될 수 있습니다.
12. MKC는 개발중인 기술로, 기술의 개발 과정에서 발생할 수 있는 기술의 변화가 MKC에 부정적인 영향을 미칠 수 있습니다.
13. MKC는 생태계의 운영 정책과 운영의 중단을 포함한, 모든 결정 사항에 대하여 타인에게 위임하거나 양도하지 않으며, 모든 의사결정은 MKC의 자유 재량에 의하여 결정됩니다.

# Thank you

©2020 MKC COIN CO.LTD  All rights reserved