



# The Universal Game Currency

White Paper

Version 2.5.4 | Nov, 2018



# TABLE OF CONTENTS

## 01 Introduction

## 02 Current Game Industry

- 2.1 게임 시장의 확대 및 게임 플레이 시간의 증대
- 2.2 짧아지는 게임의 수명
- 2.3 게임 제작 및 마케팅 비용의 증가
- 2.4 높은 플랫폼 수수료
- 2.5 게임 내 재화의 현실 가치
- 2.6 결론

## 03 GXC - The Universal Game Currency

- 3.1 유저
- 3.2 게임사
- 3.3 관련 산업의 시장가치 및 규모

## 04 GXC Ecosystem

- 4.1 생태계 구성원
- 4.2 생태계 관계

## 05 GXC Blockchain Technology

- 5.1 게임 암호화폐의 기술적 배경
- 5.2 EOS 기반의 블록체인
- 5.3 GXC 기능
- 5.4 dGame 개발

## 06 Roadmap

## 07 Token Sale

## 08 Core Team

## 09 Advisors

## 10 Partners

## 11 Disclaimer

# 01 Introduction

침대에 누워 모바일 게임을 하고, 책상에 앉아 PC 게임을 하고, 친구들과 모여 콘솔 게임을 하는 모습은 주위에서 흔히 볼 수 있는 광경이다. 유저들은 생활 속에서 다양한 형태로 게임을 접하고 있으며, 일상의 많은 시간을 게임에 할애하고 있다.

게임 시장은 성장하고 있지만, 게임사의 상황은 녹록지 않다. 경쟁이 치열해지면서 게임의 평균 수명은 점점 줄어들고 있으며, 마케팅 비용 및 플랫폼 사용에 대한 비용은 게임사에 더한 부담으로 다가오고 있다. 이러한 부담에 따라 게임사는 과도하게 과금을 유도하게 되고, 이는 필연적으로 유저에게 부담으로 전가된다. 유저의 피로도는 증가하고, 반대로 흥미는 더 감소해 게임의 수명이 줄어드는 악순환이 반복된다. 줄어든 게임의 수명과 범람하는 게임들 때문에 유저들은 빠르게 여러 게임을 옮겨 다니고, 많은 시간과 노력을 들여 쌓은 게임 내 재화를 포기하고 떠나는 것이 아쉬울 수밖에 없다.

게임과 블록체인 기술을 결합하도록 도와주는 “Game X Coin(이하 GXC)”은 게임사와 유저, 게임과 현실을 연결하는 생태계를 구축하여 이 문제를 해결하고자 한다. GXC는 블록체인의 분산원장을 이용하여 게임 내 다양한 재화의 가치를 저장하고 위조를 방지한다. 게임사와 유저는 서로 신뢰할 수 있는 네트워크에 같이 참여할 수 있는 생태계를 함께 형성한다. GXC 생태계 안에서는 재화 거래의 중개자와 결제 시스템의 중개자를 없애 비용을 절감하고, 이로 인한 수익을 네트워크 관계자인 게임사와 유저가 공유할 수 있게 하여 생태계 전체에 편익을 제공할 것이다.

개별 게임사는 ‘GXC 코인’을 구매해 각 게임 고유의 토큰 (이하 ‘GXC 토큰 또는 토큰’)을 발급할 수 있다. 토큰의 발급 방법과 시기 등을 자유롭게 설정하여 이를 스마트 컨트랙트에 작성하고, 그에 따라 유저에게 토큰을 지급한다. 토큰은 신규 유저 모집, 매출 증대, 유저의 리텐션 보완 등의

다양한 목적으로 발급할 수 있다. 유저는 토큰을 이용하여, 게임 안에서 게임사가 판매하는 유료 재화를 구매할 수 있으며, GXC가 제공하는 P2P 거래소 (Decentralized Exchange, 이하 ‘DEX’)를 통해 다른 게임의 토큰으로 쉽게 교환할 수 있다. 유저는 외부 거래소를 통해 GXC 코인을 취득하여, DEX를 통해 GXC 생태계에 참여할 수 있으며, 이는 게임 내 재화의 거래 및 결제 과정에서 중개자가 사라짐을 의미한다.

유저가 각 게임사가 발급한 다양한 토큰을 획득하고 사용하는 방식에 대한 데이터는 게임사의 마케팅 차원에서 매우 높은 가치를 지니게 된다. 따라서, GXC 지갑은 GXC 코인 혹은 토큰이라는 매개체를 통해 다양한 정보(결제금액, 게임 이용시간, 재화획득 데이터 등)를 축적하고 블록체인을 통해 안전하게 보존되는 데이터 저장소로도 기능하게 될 뿐만 아니라 게임사에 다양한 방법으로 활용될 수 있는 가능성을 가지고 있다. GXC에는 여러 게임을 이용하는 유저의 다양한 정보가 축적되므로, 궁극적으로 GXC는 유저와 각 개발사의 참여가 증가할수록 가치가 상승하는 다대다 마케팅 플랫폼으로서의 역할을 수행할 수 있다.

GXC 프로젝트는 블록체인을 이용하여 “토큰의 발급과 유통의 순환구조”를 만들고자 하며, 이를 통해 게임 자산의 교환가치를 확보하고, 게임 자산 거래 및 결제 과정에서 중개자가 아닌 게임사와 유저에게 혜택이 돌아가는 메커니즘을 구현하는 것을 목표로 한다.

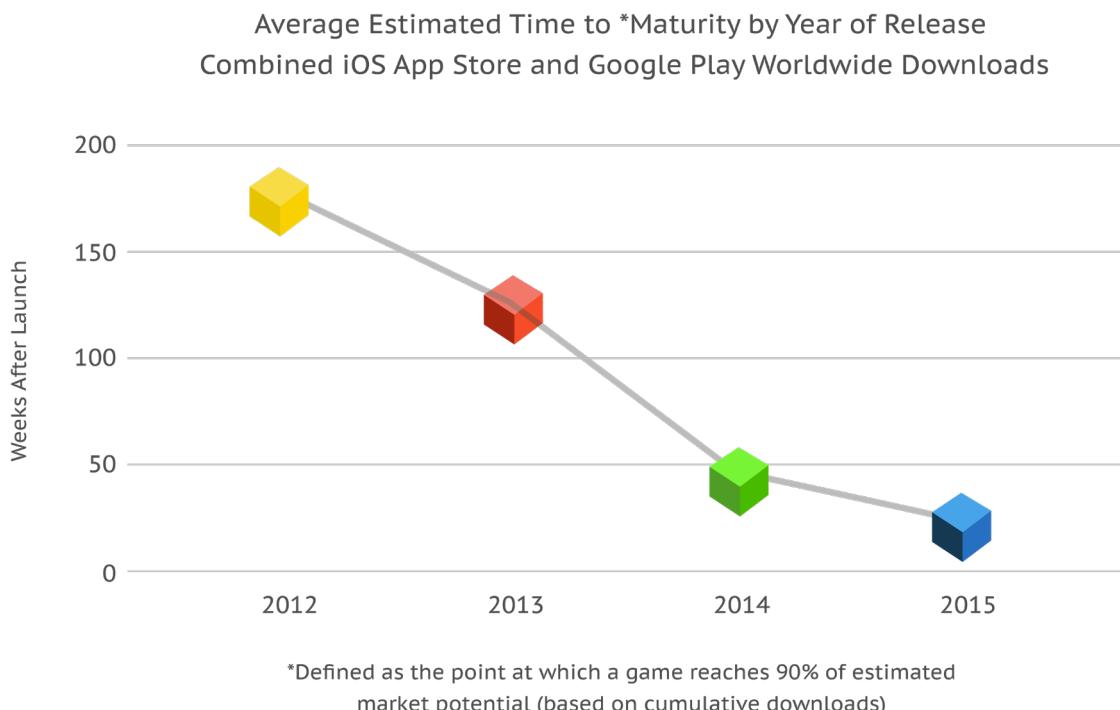
## 02 Current Game Industry

### 2-1 게임 시장의 확대 및 게임 플레이 시간의 증대

전 세계적으로 게임 시장은 지속해서 성장하고 있으며<sup>1</sup>, PC를 포함하여 콘솔 및 모바일까지 게임을 플레이할 수 있는 장치는 계속 확장되고 있다. 유저들이 게임에 투자하는 시간 또한 점점 더 증가하고 있다. 게임 시장에서 큰 비중을 차지하는 중국, 미국, 일본, 한국의 통계 자료를 참조하면<sup>2</sup>, 미국은 국내 가구 중 65%가 매주 3시간이 넘게 게임을 하고 있으며<sup>3</sup>, 일본의 초·중학생들의 경우도 매일 1시간씩 게임을 하는 비중이 55~58%에 육박하는 것으로 파악되고 있다<sup>4</sup>. 중국은 모바일 게임을 하는 유저의 47%가 넘는 비율이 매일 30분 이상 게임을 플레이하고 있으며 중국은 매일 30~60분 동안 모바일 게임을 하는 유저가 40%에 이르게 되었으며<sup>5</sup>, 전 세계 모바일 게임 시장에서 가장 오랜 시간 게임을 즐기는 국가 한국은 매년 평균 게임 시간이 10분 이상씩 증가하고 있다<sup>6</sup>.

### 2-2 짧아지는 게임의 수명

유저의 플레이타임은 지속해서 증가하고 있지만, 매해 출시되는 게임의 숫자 또한 증가하고 있다. 이에 따라 게임의 수명은 이전보다 더욱 짧아지는 추세를 보인다<sup>7</sup>.



게임 수명의 단축은 게임당 매출의 감소로 이어진다. 게임사는 빠르게 차기작을 준비해야 하므로 기존 게임에 대해서는 관리를 소홀히 하거나 자금 확보를 위해 일시적인 수익 증가를 목표로 하는 마케팅 등의 무리한 조치를 하게 된다. 이 같은 게임사의 부담은 고스란히 유저에게 돌아간다. 유저는 게임에 흥미를 느끼지 못하거나 상업성에 부담을

1 [https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-reach-108-9-billion-in-2017-with-mobile-taking-42%](https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-reach-108-9-billion-in-2017-with-mobile-taking-42/)

2 <https://newzoo.com/insights/rankings/top-100-countries-by-game-revenues/>

3 [http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2017/09/EF2017\\_Design\\_FinalDigital.pdf](http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2017/09/EF2017_Design_FinalDigital.pdf)

4 <http://www.garbagenews.net/archives/2189338.html>

5 [http://www.sohu.com/a/167744341\\_533924](http://www.sohu.com/a/167744341_533924)

6 <http://game.donga.com/87186/>

7 <http://www.gamesindustry.biz/articles/2016-01-20-mobile-games-lifecycle-shortening-app-annie>

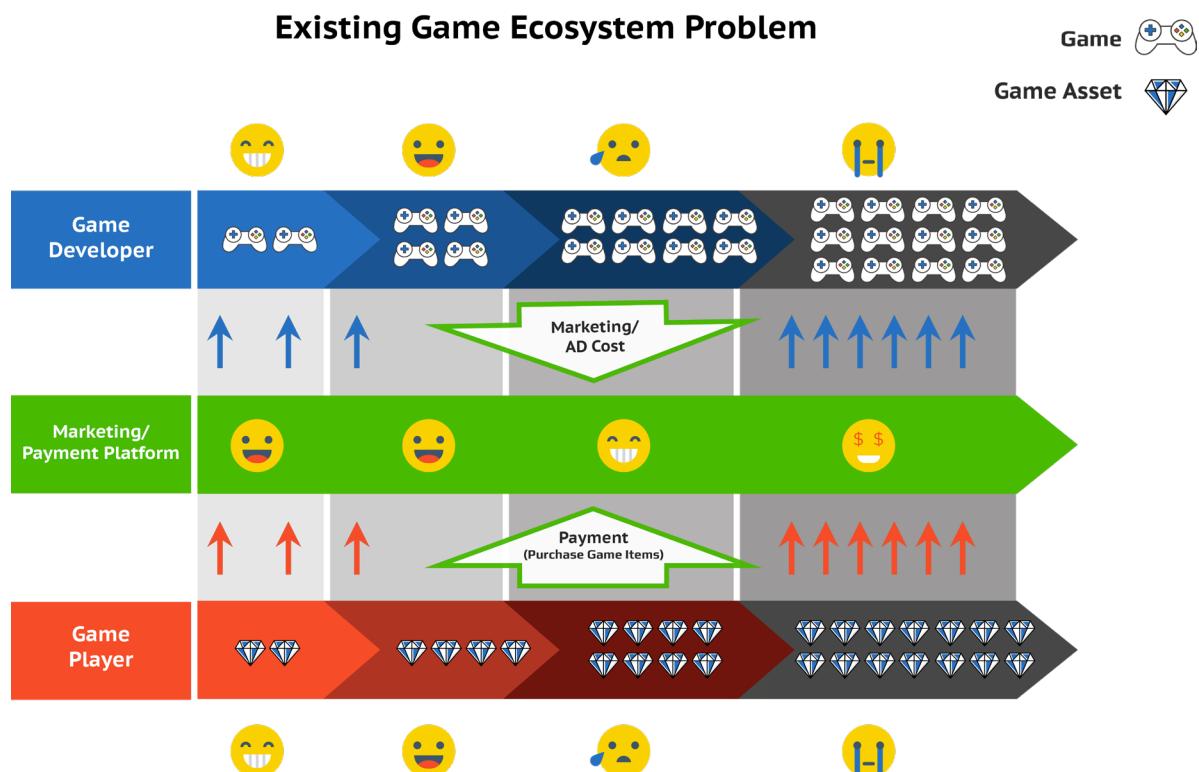
느껴 게임에 오래 정착하지 못하고, 들인 노력과 돈을 희생한 채 다른 게임으로 옮기는 것을 반복한다. 시간이 지날수록 비용은 증가하고, 수익으로 이어지는 게임의 수명과 유저 수는 줄어드는 악순환에 빠지는 것이다.

### 2-3 게임 제작 및 마케팅 비용의 증가

게임 시장의 경쟁은 점점 과열되고 있으며, 유저들의 눈높이도 높아짐에 따라 게임의 규모 및 품질 또한 이에 맞춰서 증대되고 있다. 게임 제작 비용은 시간이 지남에 따라 지속해서 상승하고 있다.

경쟁의 과열은 필연적으로 제작 비용과 더불어 게임에 필요한 마케팅 비용 증가로 이어진다. 과거에는 자연 유입, 입소문, 커뮤니티를 통한 마케팅만으로도 어느 정도 성과를 올릴 수 있었으나 현재 게임 시장은 게임 출시 전부터 공격적인 마케팅을 겸하는 것이 일반적이며, 그 규모도 예전보다 수배에서 수십 배 증가하였다. 게임의 제작 비용이 수백억 원에 달한다는 소식은 일상이 되었으며, 앞서 언급한 마케팅 비용까지 합치면 총비용은 순수 제작에만 투입된 비용의 2~3배에 달하기도 한다<sup>8</sup>. 이러한 현상은 콘솔이나 PC 게임뿐만 아니라, 모바일 게임에서도 나타나고 있다.

한국의 대표적인 게임사인 NCSoft의 모바일 게임 “리니지M”의 경우 2년 이상의 제작 기간이 소요되었고, 마케팅 비용만 240억 원 이상 사용되었다<sup>9</sup>. 또 다른 게임사인 Nexon은 “듀랑고”라는 모바일 게임에 5년 이상의 제작 기간이 소요되기도 하였다<sup>10</sup>.



8 <http://wisetoast.com/10-most-expensive-video-games-ever-made-history/>

9 <http://www.hankookilbo.com/v/9f86186c63d8496fa3f3bddca7fb7056>

10 <http://www.etnews.com/20180109000333>

## 2-4 높은 플랫폼 수수료

밸브사의 스팀이나 구글의 플레이스토어, 애플의 앱스토어는 플랫폼 서비스의 막대한 영향력을 이용하여 게임사 매출의 최대 30%라는 높은 수수료를 책정하고 있다. 초기의 플랫폼 서비스는 게임사에 홍보 채널로의 역할을 톡톡히 하였다. 하지만 오늘날 플랫폼 내 경쟁사의 증대에 따라 경쟁은 치열해지고, 이로 인한 홍보 효과는 떨어짐에 따라 게임사는 불가피하게 높은 수수료를 내야 하는 불합리한 구조에 이르렀다.

## 2-5 게임 내 재화의 현실 가치

온라인, 모바일 게임 내의 재화는 디지털 상 존재하는 가상의 재화임에도, 그 수요에 따라 현금으로 거래되면서 현실적인 가치가 부여되었다. 이는 게임에 또 다른 흥미 요소이자 유저가 게임을 들어오고 나가는 데에 대한 부담을 어느 정도 줄여주는 역할을 한다.

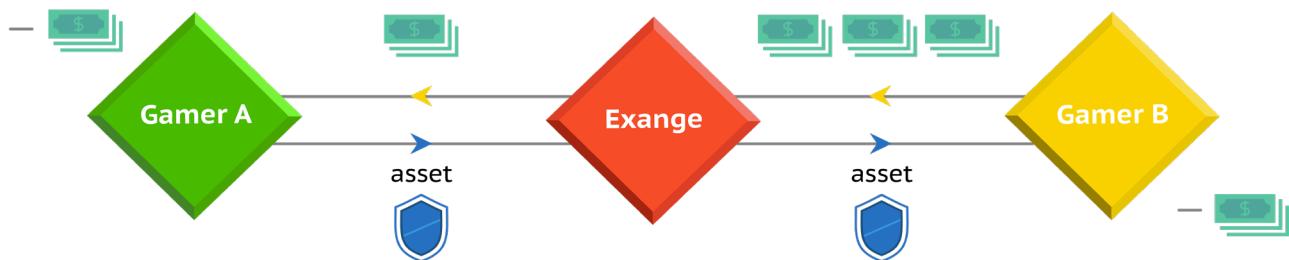
현금거래는 중개 서비스를 이용하여 진행되는데, 대표적으로 OPSKINS, GAMEFLIP, 아이템매니아, 아이템베이 등이 존재한다. 이런 중개 서비스는 상당히 높은 수수료율을 유저가 부담해야 하는데, 그 수수료율은 거래소에 따라 적게는 2.5%, 많게는 13%에 이른다<sup>11</sup>. 그럼에도 현금 거래의 불편함, 거래 사기에 대한 부담 등은 게임 내 재화가 현실에서 가치를 갖는데 장벽이 된다.

또한 게임 내 재화의 가치는 게임사에서 관리되고 결정된다. 단순 데이터로만 존재하는 게임 내 재화는 게임사가 쉽게 조작할 수 있고 중앙집중적으로 관리되어 해킹에도 취약하므로, 현실에서 제대로 된 가치를 보장받기 힘들다.

### Original Value of Game assets



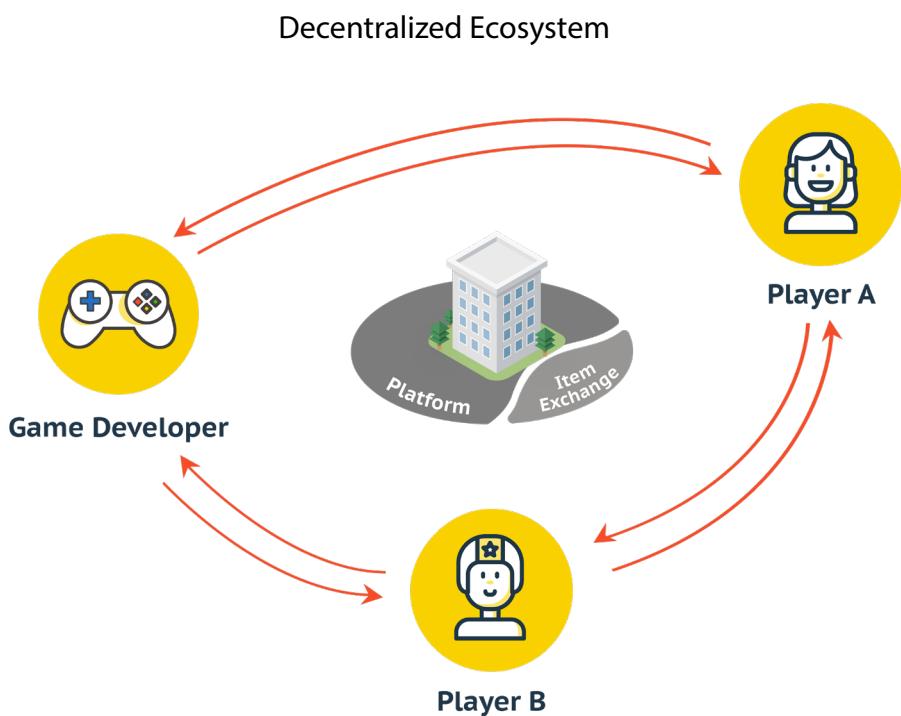
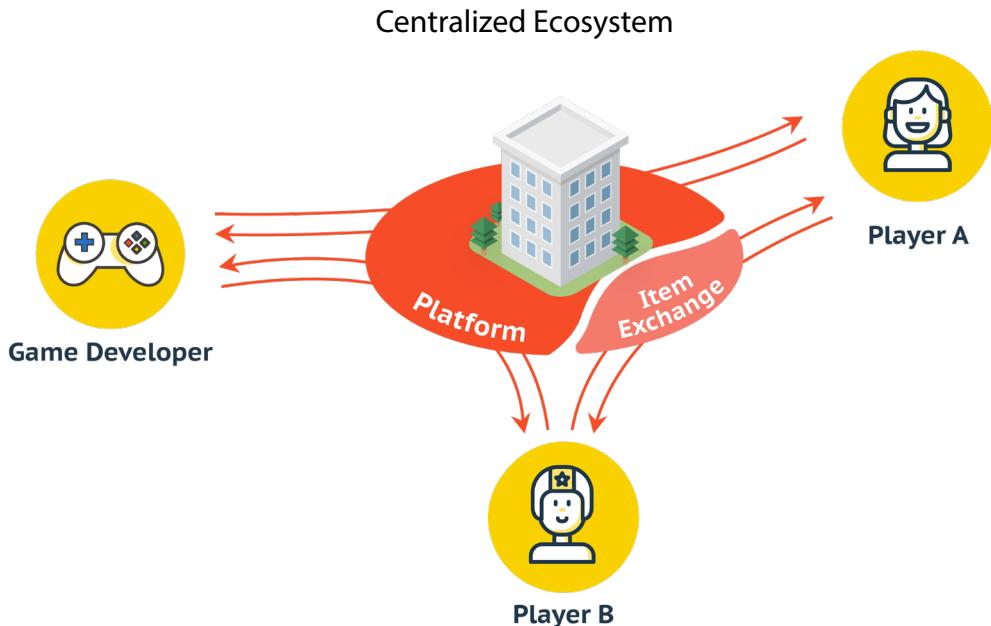
### Loss from Commision fee



11 [https://opskins.com/?loc=shop\\_help](https://opskins.com/?loc=shop_help)

## 2-6 결론

게임 간 경쟁이 더 치열해지면서 게임사의 부담은 더 커지지만, 플랫폼 및 아이템 거래소와 같은 중개자들이 가져가는 수수료는 여전하다. 중개자의 역할을 대신하면서, 그들이 가지는 이득을 생태계 참여자인 게임사 및 유저에게 공유할 수 있는 생태계가 필요하다.



## 03 GXC - The Universal Game Currency

“이하의 GXC 코인은 TokenSale를 위해 발행하는 ERC20 토큰이 아닌, GXC 메인넷 이후 생성/운영될 코인을 의미한다.”

GXC는 오로지 게임을 위한 블록체인 플랫폼으로써, 유저와 게임사가 자유롭게 게임 생태계에 참여할 수 있도록 하고 참여자를 연결하는 것을 목표로 한다. GXC 코인과 토큰을 통해 게임사와 유저는 서로 가진 자산을 교환하고, 각자가 원하는 자산을 취득하며 게임 생태계를 형성한다. 게임 생태계의 성장은 생태계에 참여하는 모두의 이익으로 연결된다. GXC 토큰은 게임 내 재화로 사용되기도 하면서 다른 게임의 토큰과도 교환할 수 있다.

### 3-1 유저

유저는 게임을 플레이하는 당사자이자, 게임의 소비자이며, 또한 게임을 함께 만들어가는 참여자이다. GXC의 도입으로 유저는 게임 내 재화에 대한 소유를 강화할 수 있으며, 이는 보다 능동적으로 게임 생태계에 참여하는 동기로 작용할 것이다.

#### 3-1-1 유저의 게임 자산의 축적과 시장가치의 발현

게임 내 재화는 크게 게임의 원활한 플레이를 도와주는 “아이템”, 게임 플레이에 직접 영향은 없는 “장식아이템”, 게임 내 경제 시스템에서 화폐로 사용되는 “게임머니”로 구분된다. 유저가 게임 내에서 소유하고 있는 재화의 종합을 게임 내 자산이라 볼 수 있으며, 유저는 플레이를 통해 취득하거나 혹은 현금을 지급하여 자산을 구매함으로써 자산을 축적한다.

하지만 더 이상 게임을 플레이하지 않는 순간부터 유저가 축적한 게임 내 자산은 가치를 잃는다. 게임을 즐기면서 재미라는 효용을 취했을지라도, 시간과 금전을 투자해 축적한 게임 내 자산이 무가치해지는 것은 누구나 피하고 싶은 일이다. 몇몇 게임들은 중개자 서비스와 결합하여 이와 같은 무형의 자산에 대해 유저들이 간접적으로 보상을 받을 수 있도록 했는데, 그 대표적인 예로 20년 이상 많은 유저들에게 사랑받으며 누적 매출 3조 2천억 원을 달성한 NCSoft의 리니지를 들 수 있다.

리니지 유저는 현금 아이템 거래 시장을 통해 게임에 더 쉽게 접근할 수 있다. 유저는 현금으로 아이템을 구매하더라도 시장을 통해 그 아이템이 갖는 가치를 이전할 수 있기 때문에 자산이 무의미해질 것에 대한 걱정을 덜며 게임에 접근할 수 있다. 심지어 현금을 노리고 게임에 접근하는 유저 또한 아이템 조달과 유통에 기여하며 게임 생태계를 구성하고 있다.

GXC 생태계 안에서 유저는 게임사가 설계한 시스템에 따라 게임 내에서 토큰을 지급받는다. 토큰은 유저의 GXC 지갑에 보관되고 게임 안팎에서 보관, 이동, 교환할 수 있으므로, 유저는 이로써 자신이 취득한 게임 자산에 대한 진정한 소유권을 보장받을 수 있게 된다.

### 3-1-2 DEX를 통한 P2P거래

블록체인 내 기록된 자산은 유저의 의지대로 자유롭게 보관, 이동, 거래가 가능하다. 유저는 DEX를 통해 다른 게임 내의 자산과의 교환을 자유롭게 할 수 있다.

유저들끼리 거래 가능한 시장인 DEX를 이용하면 앞서 이야기한 아이템 거래소가 갖는 주요 문제점을 해결할 수 있다.

DEX에서의 아이템 거래는 스마트 컨트랙트를 통해 이루어지며, 해당 거래는 중개자 없이 블록체인을 통해 처리되기 때문에 기존 시스템보다 훨씬 낮은 수수료를 부담할 것이다. 상대 유저가 재화나 아이템을 보유하는지 여부는 블록체인 상에서 바로 조회할 수 있으며 거래는 스마트 컨트랙트를 통해 즉각 효력이 발생하므로 기술적인 측면에서 기존 시스템에서 나타난 사기거래에 대한 위험도 상당 부분 차단할 수 있을 것으로 기대된다.

## 3-2 게임사

GXC를 도입하는 게임사는 게임의 유형에 따라, 원하는 정도에 따라 토큰의 쓰임새 및 GXC와의 결합도를 유기적으로 결정하여 GXC 토큰을 도입할 수 있다. 토큰은 초기 유저의 확보를 위한 마케팅 용도, 게임 내 보상수단, 더 나아가 GXC 생태계 내 결제수단으로 활용될 수 있다. 게임사가 게임 내에서 토큰의 쓰임새를 잘 만들어낼수록 게임 토큰에 대한 수요가 점점 늘어나고, 이는 자연스럽게 GXC 코인의 가치 상승과도 연결될 수 있다.

### 3-2-1 신규 유저 확보

게임사는 게임의 제작 비용에 버금가는 마케팅 비용을 지급해야하는 경쟁 상황에 놓여있으며, 이 비용은 매우 빠르게 증가하고 있다.

GXC의 목표는 게임사가 GXC를 이용하여 마케팅 비용을 게임 생태계 안으로 가져와 중개자 없이 유저가 보상을 받도록 만드는 것이다. 이는 궁극적으로 게임사와 유저 모두에게 혜택이 될 수 있다.



### 3-2-2 리텐션 및 인게이지먼트 증가

유저에게는 게임의 콘텐츠 외에도 보상이 강력한 유인이 될 수 있으며, 보상은 소유물(토큰, 포인트 등), 성과(목표달성 뱃지 등), 랭크/레벨 등으로 주어질 수 있다. 성과 뱃지나 랭크와 같은 보상 시스템은 많은 게임사가 채택하고 있지만, 소유물 보상은 그 효과가 매우 높음에도 게임사가 단독으로 진행하는 것은 쉽지 않다.

가령 전쟁에 참여하는 유저와 물자 생산에 참여하는 유저가 존재하는 온라인 전쟁 게임의 경우를 보면, 물자 생산에만 참여하는 유저는 시간이 지남에 따라 상대적으로 쉽게 흥미를 잃게 된다. 하지만 물자 생산에 참여해 GXC 생태계 내에서 교환 가치가 있는 토큰을 보상으로 받을 수 있다면, 생산에 참여하는 것이 강한 동기로 작용할 수 있다. 이런 동기부여는 유저의 리텐션과 인게이지먼트 증가, 나아가 게임 생태계 자체의 활성화로 이어진다.

### 3-2-3 수수료의 절감

게임을 판매하는 플랫폼 서비스들은 게임사에게 높은 수수료를 부과하고 있다. 높은 수수료는 게임사에는 낮은 이익률을 의미하며, 이는 이익 확보를 위한 마케팅 비용의 증가, 과금 중심의 게임 설계로 이어지고, 결국 유저 경험에 악영향을 미치게 된다. 이러한 수수료는 GXC를 통한 결제 모델을 도입하면 해소될 수 있으며, 플랫폼에 보다 덜 종속적인 게임 생태계 조성이 가능해진다. GXC는 게임 내 유저 자산의 자유로운 이전 기능을 제공 함으로써, 독점적인 특정 플랫폼 결제수단이 아닌 GXC를 통한 결제 기능을 제공한다.

### 3-2-4 플랫폼으로서 역할

GXC 생태계에 참여를 통해서 스팀이나 앱 스토어와 같은 퍼블리싱 플랫폼의 역할을 대신할 수 있다. GXC 토큰을 사용하는 게임들 사이에 자산 교류가 쉽기 때문에 유저들은 GXC 토큰을 사용하는 다른 게임을 자연스럽게 알게 되고, 자산을 옮겨 플레이할 수 있다.

### 3-2-5 유저 간 P2P 거래의 수익 분배

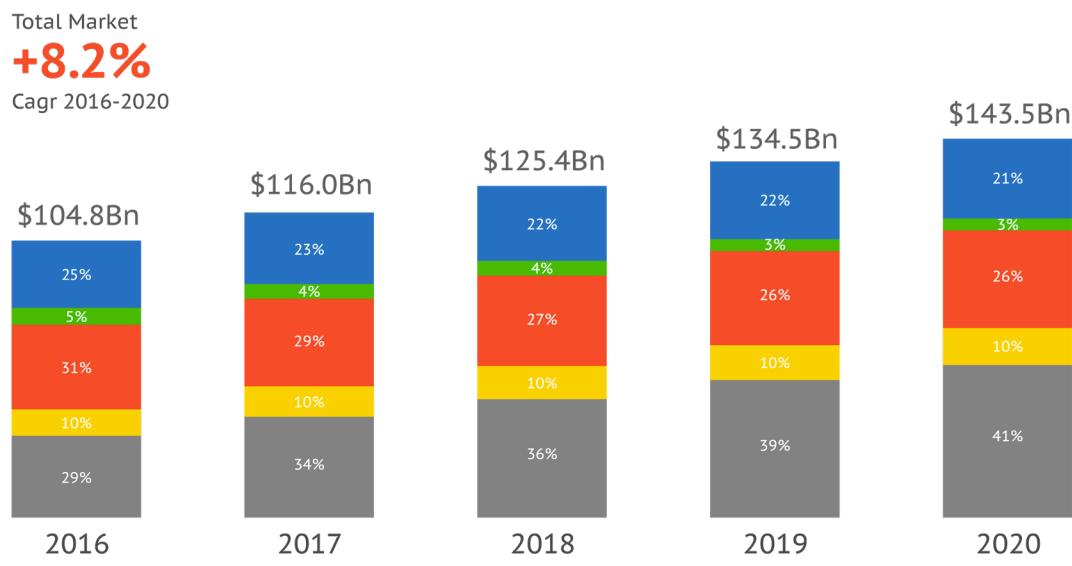
기존에는 유저 간 게임 아이템 거래 시 중개 서비스가 거래 이익을 챙겨가고 게임사들은 거래에서 배제되는 구조였다. GXC는 유저 간 거래에서 발생하는 거래 수수료의 일부를 게임사에게 제공할 계획이다. 즉, 기존에 존재하지 않던 수익모델을 게임사에게 안겨줌으로써 게임사가 유저 간 거래 활성화를 위해 노력할 강한 동기를 부여하여, 게임 내 자산의 이동이 더욱 활발해질 수 있도록 할 것이다.

### 3-3 관련 산업의 시장 가치 및 규모

Newzoo에 따르면, 2018년 게임 시장은 1,254억 USD 규모로 계상이 되며 앞으로 몇 년간 지속적인 성장으로 통해 2020년에는 1,435억 USD 규모로 성장할 것으로 예상된다<sup>12</sup>.

## 2016-2020 Global Games Market

Forecast per segment toward 2020



Sourch: ©Newzoo

게임 사업의 성장과 같이, 게임을 유통하는 플랫폼 사업자 (Steam 등)의 매출도 상승하고 있다. Statista에 따르면 대표적인 게임 플랫폼인 Steam은 2014년에는 15억 USD 매출을 기록했고 2017년에는 43억 USD 매출로 급성장하였다<sup>13</sup>.

12 [https://newzoo.com/wp-content/uploads/2016/03/Newzoo\\_Global\\_Games\\_Market\\_Revenue\\_Growth\\_2016-2020\\_October\\_2017.png](https://newzoo.com/wp-content/uploads/2016/03/Newzoo_Global_Games_Market_Revenue_Growth_2016-2020_October_2017.png)

13 <https://www.statista.com/statistics/547025/steam-game-sales-revenue/>

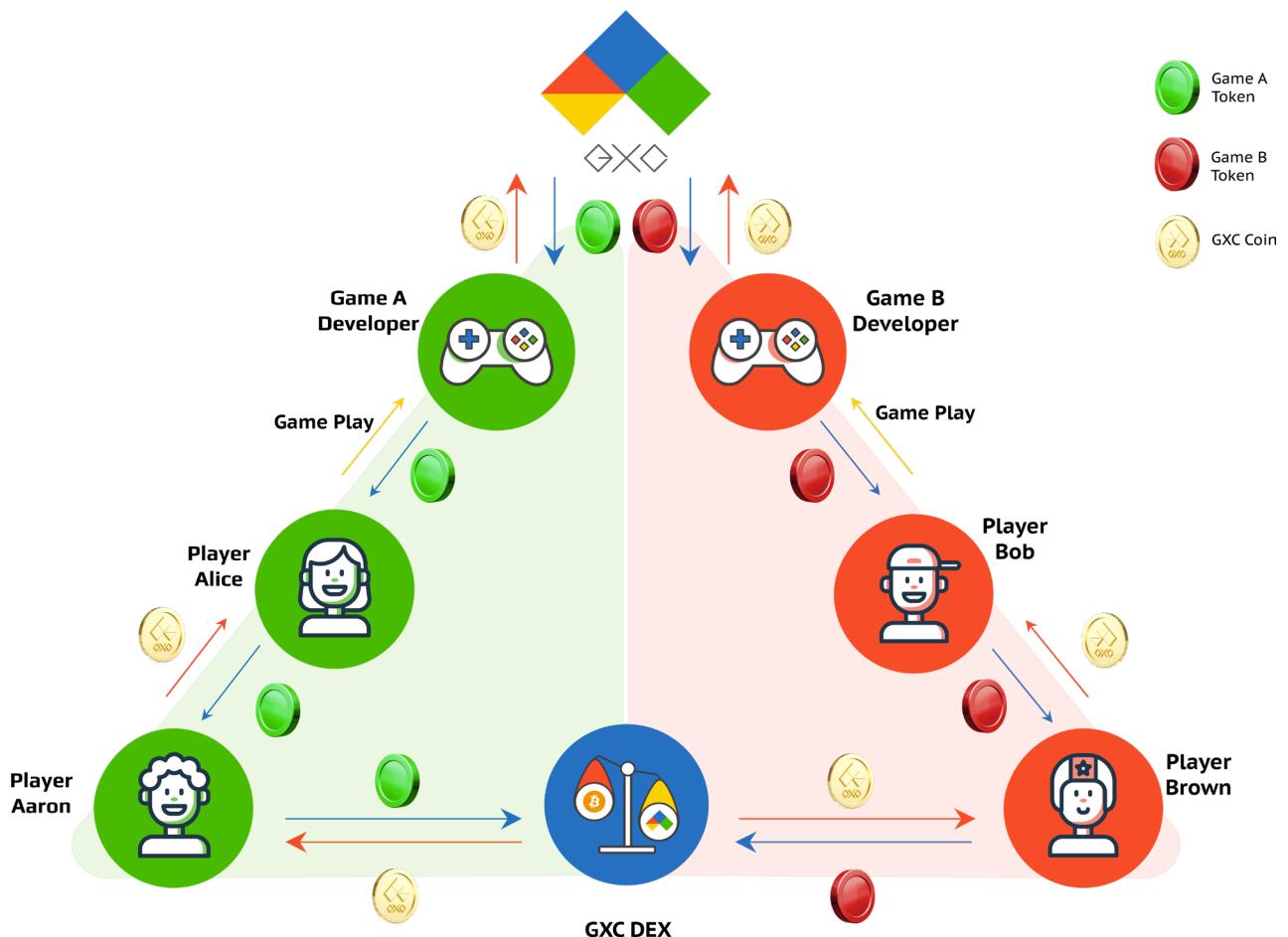
## 04 GXC Ecosystem

“블록체인을 이용한 토큰의 발급과 유통의 순환체계”

GXC 생태계는 게임에 참여하고 있는 주체들이 서로가 지닌 자산을 GXC와 dGame에서 사용되는 토큰으로 저장하고 다시 서로 간에 거래를 통하여 토큰으로 교환하며 형성된다. GXC 생태계 주체들은

- 1) 블록을 생성하고 운영하는 노드 참가자
- 2) GXC를 사용하는 dGame
- 3) dGame에 참여하며 코인과 토큰을 사용하는 유저

로 구성된다. 노드 참가자, dGame, 유저들은 각자의 역할에 맞게 생태계에 참여함으로써 전체 생태계가 발전하는데 기여한다.



### 4-1 생태계 구성원

#### 4-1-1 코인 보유자

코인 보유자들은 블록 생산자를 선출하기 위해서 투표를 할 수 있다

#### 4-1-2 블록생산자

GXC 코인 보유자들은 투표로 권한을 위임받은 21개의 블록 생산자를 선출한다. 선출된 블록 생산자는 차례대로 블록을 생성 · 검증하고, 네트워크의 자원을 제공한다. 블록 생산자는 이에 대한 대가로 GXC 코인을 보상으로 수취하고, 생태계의 운영 및 방향- 예컨대 하드포크 등의 이슈 - 에 관하여 투표권을 행사함으로써 생태계의 방향성에 대해 자신의 의견을 피력 및 관철할 수 있다.

#### 4-1-3 dGame

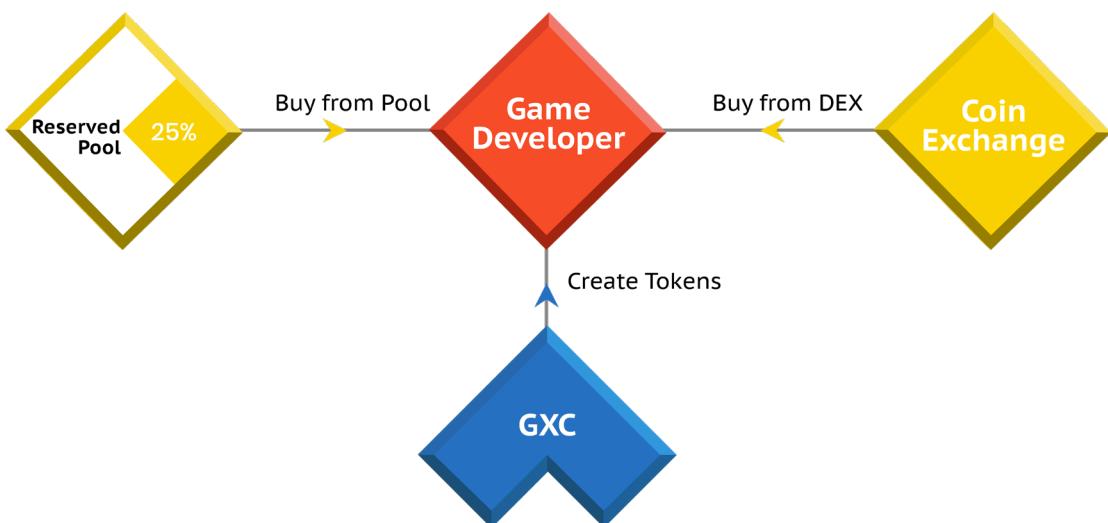
dGame은 decentralized Game을 의미하며, 이더리움 dApp에 대응되는 개념이다. GXC 블록체인 상에서 구동되는 게임 혹은 GXC 코인으로 생성한 토큰을 사용하는 게임을 말한다. dGame은 GXC 생태계에 참여하기 위해 토큰을 확보하고 이를 유저들에게 분배하며, 유저들은 이를 게임 내 재화와 교환하며 생태계를 구축해 나간다.

##### 4-1-3-1 dGame 토큰

토큰은 GXC 코인을 사용해 발급된다. 사용한 GXC 코인은 에스크로 시스템에 의해서 보호되며, GXC 코인과 토큰의 교환 비율에 따라 토큰의 초기 가치가 형성된다. 토큰은 GXC 토큰 발급 프로토콜에 따라 자유롭게 발급할 수 있다.

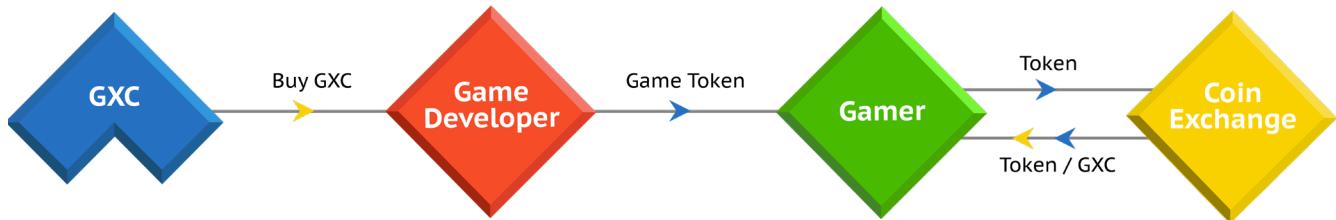
게임사가 토큰 발급을 위해서 구매하는 GXC 코인은 최초 발행량 중 예약된 25%에서 판매되며, 이 분량이 모두 판매된 이후에는 GXC DEX를 통해 구매할 수 있다.

\* 게임사는 현재 시세를 기준으로 GXC 팀의 예약 분 또는 시장에서 GXC 코인을 구매할 수 있다. 구매된 GXC 코인은 스마트 컨트랙트에 의해 게임사가 정한 토큰 수량만큼 교환비율이 정해지고 이러한 사항이 블록체인에 기록된다. 단, 이때의 GXC 코인은 토큰에 대한 교환을 담보하기 위해 에스크로 계정에 보관된다.



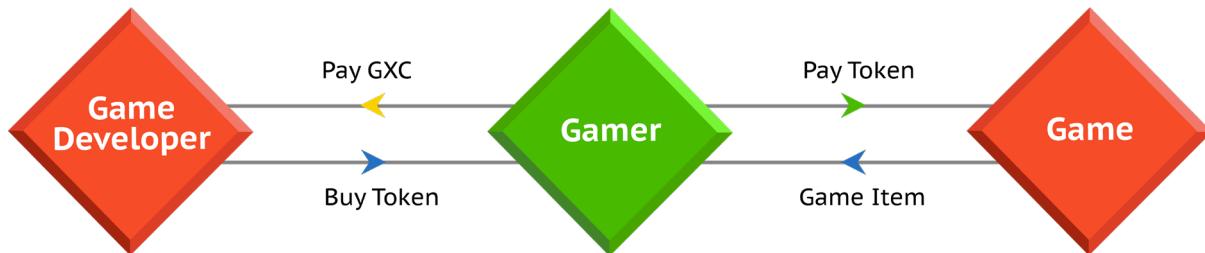
#### 4-1-4 유저

유저는 dGame을 플레이하고 소비하는 주체이다. 유저는 dGame을 플레이하며 게임에서 정해진 목표를 달성해 보상으로 토큰을 받을 수 있고, 이 토큰을 이용하여 게임 내 다른 재화를 또 획득할 수 있다. 이런 행위는 게임 밖의 GXC 생태계 내에서도 수행이 가능하다. 가령 DEX에서 다른 유저와의 거래를 통해 GXC 코인 또는 dGame 토큰을 교환할 수 있다.



#### 4-2 생태계 관계

유저들은 각자의 필요에 따라 GXC 코인 또는 토큰을 서로 교환함으로써 생태계를 구성해 나간다. GXC 코인과 토큰은 유저들 사이에 존재하던 중개자를 대체하여, 교환 시 발생하는 비용을 줄이고 호혜적인 관계를 구성한다.



#### 4-2-1 현실세계 X 게임

인터넷상에서 가상 자산은 조금씩 가치를 지니게 되었지만, 디지털 데이터는 복제가 가능하고, 중앙화되어 관리가 되기 때문에 현실에서 안정적인 가치를 갖기에는 한계가 있었다.

GXC는 블록체인 기술로 게임에 있는 데이터에 안정적인 가치를 부여할 수 있다. 게임 데이터를 블록체인에 기록하여 임의로 변경할 수 없게 저장하는 것이 가능하며, 약속된 규칙을 기반으로 다른 자산과 교환이 이루어질 수 있다.

#### **4-2-2 게임 x 유저- Token Circulation System**

GXC는 게임사에 개별 게임 내 재화로 사용할 수 있는 토큰을 발급할 수 있도록 할 것이다. 게임 토큰은 게임과 게임, 게임과 게임사, 게임과 유저 사이를 순환하며 서로가 원하는 가치를 가져갈 수 있게 한다. 유저는 토큰으로 게임 내 자산을 구매할 수도 있으며, 다른 게임의 토큰으로 교환할 수 있다. 게임사는 마케팅을 위하여 토큰을 유저에게 보상으로 지급하거나, 캐릭터나 아이템에 대한 고유의 가치를 토큰으로 저장해, 게임 내 재화를 더 쉽고 안전하게 거래할 수 있다.

#### **4-2-3 유저 x 유저 - Community**

GXC는 유저가 흥미있게 게임을 할 수 있도록, 게임 내 재화를 사고 팔 수 있는 거래소와 커뮤니티 그룹을 제공한다. 거래소에서는 유저들이 블록체인 위에서 안전하고 저렴하게 거래할 수 있다. 커뮤니티에서 GXC 계정을 연동해서 커뮤니티에 게임 데이터를 제공해 유저들이 게임에 더 몰입하도록 돋는다.

##### **4-2-3-1 P2P 거래 - DEX**

유저는 분산화된 거래소(DEX - Decentralized Exchange)에서 GXC 코인이나 게임 토큰으로 게임 내 재화를 매매할 수 있다. 모든 거래는 블록체인에 기록되어 신뢰할 수 있고, 3% 이하의 거래 수수료가 발생한다. DEX는 알트코인 거래소처럼, 각 게임의 토큰을 교환할 수 있는 거래소 서비스를 SDK로 제공해 게임 내에 도입할 수 있도록 지원할 예정이다. 이때 사용되는 지급수단은 GXC 코인이 될 것이며, 게이머들은 게임 토큰을 GXC 코인으로 교환할 수 있게 된다.

##### **4-2-3-2 Community Platform**

GXC에 연동된 계정은 여러 dGame의 접속 및 토큰을 통한 결제에 사용할 수 있다. 그 외에도 게임사가 GXC에 제공하는 정보에 따라, GXC 계정에 게임 정보들을 기록하고, 이를 계정과 연동된 다른 플랫폼에서도 확인할 수 있다. 그리고 이렇게 형성된 GXC 계정을 활용하는 커뮤니티는 게임 간의 벽을 허물 것이다.

#### 4-2-4 게임사 x 게임 - Game Support Tools

게임사가 게임에 직접 블록체인 기술을 도입할 때 맞이하는 여러 장벽이 있다. 새로운 기술을 검토하고 도입하는데 자원을 소모하게 되며, 블록체인과 관련한 규제의 불확실성에 대한 부담이 존재한다. GXC는 게임사를 위와 같은 부담에서 벗어나게 하여, 게임 개발해 집중할 수 있는 환경을 제공한다. 또한, 다양한 개발 언어, 개발 환경, 엔진 등 여러 환경에서 블록체인 기술을 쉽게 적용할 수 있도록 SDK를 제공한다. 유저 플레이에 대한 다양한 정보들을 유저 동의하에 게임사에 제공하여, 게임사 그리고 유저 모두에게 좋은 게임 정보들이 나올 수 있다.

## 05 GXC Blockchain Technology

GXC는 블록체인을 게임에 보다 혁신적으로 결합하는 것을 목표로 하는 코인이다. 이를 달성하고자 GXC는 자체 블록체인을 구현하고, 게임과의 결합을 위해 블록체인 위에서의 여러 기능과 외부세계와 소통을 위한 애플리케이션을 지원할 예정이다.

\* 이하의 내용은 GXC의 개발진행 방향에 대한 개괄적인 설명이며, 그 내용 및 특징은 개발의 진행 상황에 따라 변경될 수 있다.

### 5-1 게임 암호화폐의 기술적 배경

게임 분야는 해당 게임의 영역을 벗어날 수 없는 가상의 디지털 재화를 사용하고 있으나, 블록체인 기술을 통해 외부 세계에서도 게임 재화의 가치를 보존하면서 중개 수수료를 절약하는 방법이 주목을 받고 있다. 이를 구현하기 위해 2017년에 발표·제작된 프로젝트만 십여 개에 달하는 상황이다. 그러나 각 프로젝트는 게임과의 결합이라는 측면에서 기능, 속도, 수수료에 대한 근본적인 문제를 해결하지 못하고 있다.

#### 5-1-1 기존의 블록체인

이미 공개된 블록체인을 이용하면, 블록체인을 빠르게 게임에 활용할 수 있다. 하지만 기존의 블록체인은 게임 산업에 적용하기 위하여 특화된 기술이 아닌, 범용적인 목적을 지닌 것이 대부분이다.

이 같은 기존 블록체인과 게임의 결합은 속도적인 측면에서 큰 문제가 있거나 (예: 비트코인의 경우 1초당 4건의 거래를 처리할 수 있음) 어플리케이션 계층 게임과 결합하기엔 기능적인 측면에서 부족한 부분이 존재한다.

#### 5-1-2 ERC20<sup>14</sup> 활용 - Nexium, NeverDie Coin

ERC20 토큰을 이용한 Nexium<sup>15</sup>, NeverDie Coin<sup>16</sup>은 동사의 게임 내의 화폐로 사용할 수 있도록 만들어졌다. 이러한 토큰은 확장성이 부족하며, 이더리움 네트워크에 지나치게 의존적이다. 이더리움의 느린 네트워크 속도와 높은 전송 수수료를 고려했을 때 게임과 접목하는 데 있어 명확한 한계를 가지고 있다.

#### 5-1-3 이더리움 스마트 컨트랙트 활용 - ENJIN

ENJIN<sup>17</sup>은 ERC20 토큰이며 이더리움 네트워크의 저장소를 이용하여 게임상의 재화 등을 블록체인에 저장, 사용할 수 있는 기능을 제공한다. ENJIN은 다양한 방식으로 (로그 영역에 데이터 저장) 이더리움 네트워크의 한계를 극복하고자 하지만, 결국 이더리움 네트워크의 속도와 수수료의 문제에 대한 근본적인 해답은 제시하지 못하고 있다.

14 <https://en.wikipedia.org/wiki/ERC20>

15 <https://www.beyond-the-void.net/wiki/nexium/>

16 <https://neverdie.io/>

#### 5-1-4 ERC721 - 크립토키티(Crypto Kitties)

ERC721은 이더리움 토큰 규약 중 하나로써, 각 토큰이 개별적인 특성을 가진다<sup>18</sup>. 2017년 말 등장했던 크립토키티류의 게임이 이에 속하는데, 크립토키티의 경우 제네시스 키티(최초의 키티 토큰)는 1000이더리움이 넘는 가격에 거래되기도 하였다. 하지만 크립토키티의 열풍 때문에 이더리움 네트워크 자체에 과부하가 발생해 전송에 반나절에 가까운 시간이 걸리기도 하였으며, 고양이를 거래하는데 있어 이더리움의 GAS 또한 미화 10달러 이상의 비용이 소모되기도 하였다. 이런 부작용은 크립토키티의 급격한 하락세에도 큰 영향을 미쳤다.

### 5-2 EOS 기반의 블록체인

EOS.io<sup>19</sup>는 Block.one 재단에서 추진하는 블록체인 프로젝트로서, DPoS로 체인을 구성한다. EOS.io는 dApp 개발사들이 비즈니스 로직에만 집중하여 개발할 수 있도록 강력한 기능들을 제공하는데 그 기능으로는 계정, 데이터베이스, 권한 관리 등이 존재한다.

GXC는 EOS.io의 현 개발 상황을 충분히 긍정적으로 인식하고, EOS.io의 특장점들을 계승, 변형하여 GXC만의 블록체인을 구성할 것이다.

#### 5-2-1 DPoS

DPoS는 Delegated Proof of Stake의 약자로, PoS 시스템에 블록 생산자를 선출하여 특정 노드들로 하여금 블록을 생성, 관리하도록 하는 시스템이다. DPoS는 탈중앙화에 위임자 기능을 이용, 중앙화의 속도라는 장점을 결들여 PoS의 속도 문제를 극복한 합의 알고리즘이다. 이미 STEEM, ARK, RISE 등의 코인이 이 합의제를 사용하여 성공적인 블록체인 메인넷을 운영 중이다. GXC는 DPoS를 합의제로 선택하여 탈중앙화와 속도를 함께 확보하고자 한다.

##### 5-2-1-1 블록 생산자와 코인 보유자

GXC의 블록 생성은 가장 많은 위임을 받은 21개의 노드에 의해 이루어진다. 위임은 GXC 코인 보유자의 지갑에 있는 코인을 이용하여 위임을 원하는 노드에 투표함으로서 이루어진다.

위임을 받은 상위 21개의 노드는 노드로 불리며 임의의 순서로 3초마다 블록을 생성하게 된다. 노드들은 불량 블록의 생성 등을 검증할 의무를 지니며, 이러한 활동에 대한 대가로 일정한 양의 GXC 코인을 받는다.

17 <https://enjincoin.io>

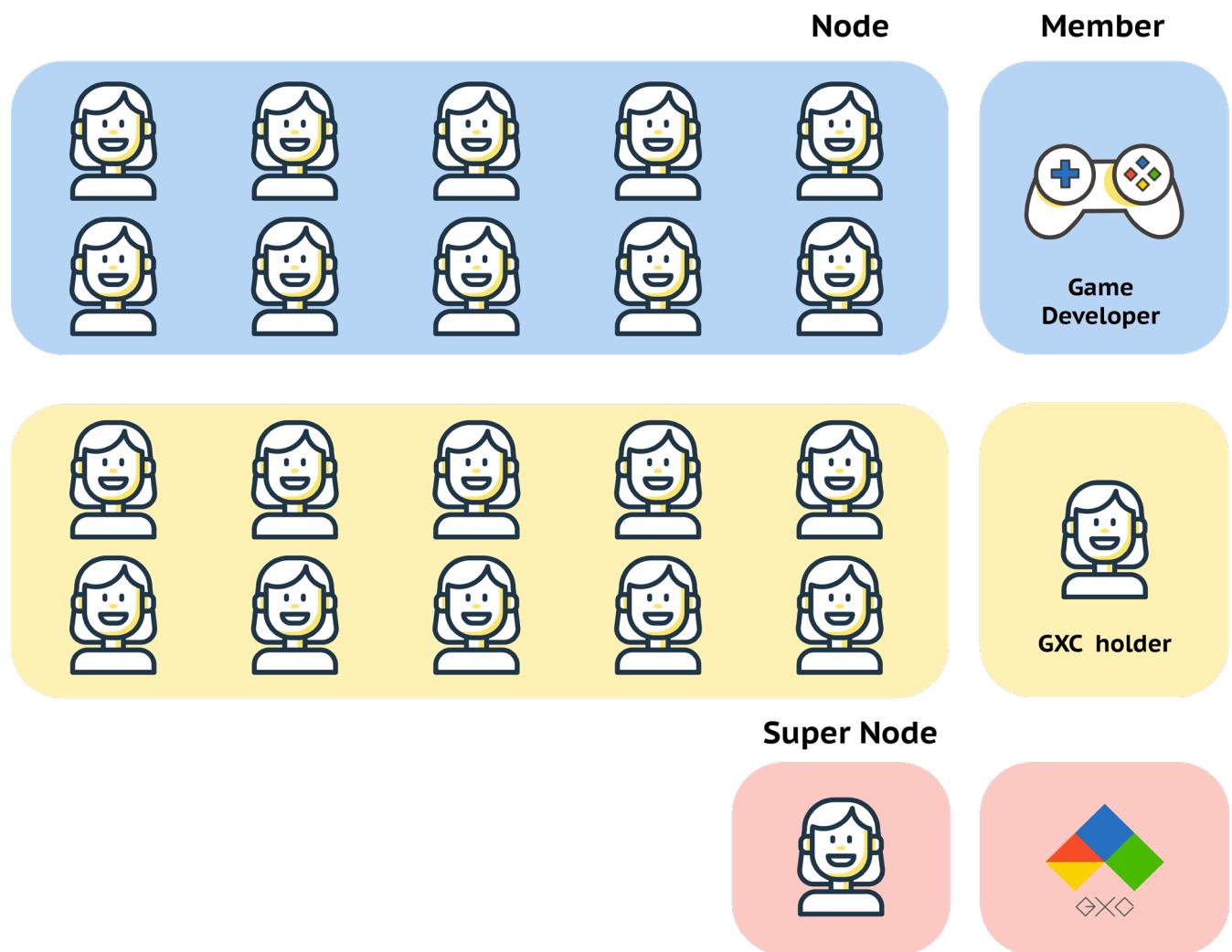
18 <https://en.wikipedia.org/wiki/ERC721>

19 <https://eos.io>

노드는 GXC의 주요 결정에 대해 투표할 의무 및 권리를 지니며 이는 생태계에 기여하는 자가 생태계에 발전 방향을 결정하게 하는 선순환 구조의 구축을 가능하게 할 것이다.

### 5-2-1-2 블록 생산자 구성

21개의 블록 생산자들은 게임사 10개사, 게임사가 아닌 위임자 10개, 슈퍼 노드 운영자 1개로 정해진다. 블록 생산자는 코인 보유자들의 투표로 결정되며 슈퍼 노드 운영자는 GXC World에서 담당한다. 슈퍼 노드를 운영하기 위해서 초기 발행량 10%는 최소 2년간 에스크로 계정에 보관한다. 슈퍼 노드를 위해 에스크로 계정에 보관하는 10%의 초기 발행량은 GXC World의 투표권으로써 활용된다.



### 5-2-1-3 채굴과 보상

블록 생산자는 블록을 생성·검증하고 네트워크의 자원을 제공한 댓가로 채굴된 GXC 코인의 8%를 보상으로 받아간다.

### 5-2-2 수수료

게임 생태계에서 재화의 거래는 빈번히 일어나는 행위이며, 이때 이동되는 재화는 수십 원단위부터 수억 원에 이르기까지 그 가치가 다양하다. 블록체인이 게임과 융합되기 위해서는 거래에서 생기는 수수료가 없거나 매우 낮은 값을 유지하는 것이 필요하다. GXC는 DPoS 방식으로 블록체인을 구성하며, 이를 통해 블록체인 상에서 일어나는 거래에 대해 수수료 운용(Non-Zero-Fee) 정책을 채택한다. 단, 게임사가 아이템 거래를 게임 내에서 혹은 제휴를 통해 구성하는 경우, 통상보다 낮은 수수료를 책정하는 것이 가능하다.

낮은 수수료 정책을 통해, 유저와 게임사의 부담이 줄어들고 서로의 이익과 성장을 추구하는 GXC 생태계를 만들 수 있다.

### 5-2-3 TPS (Transactions Per Second)

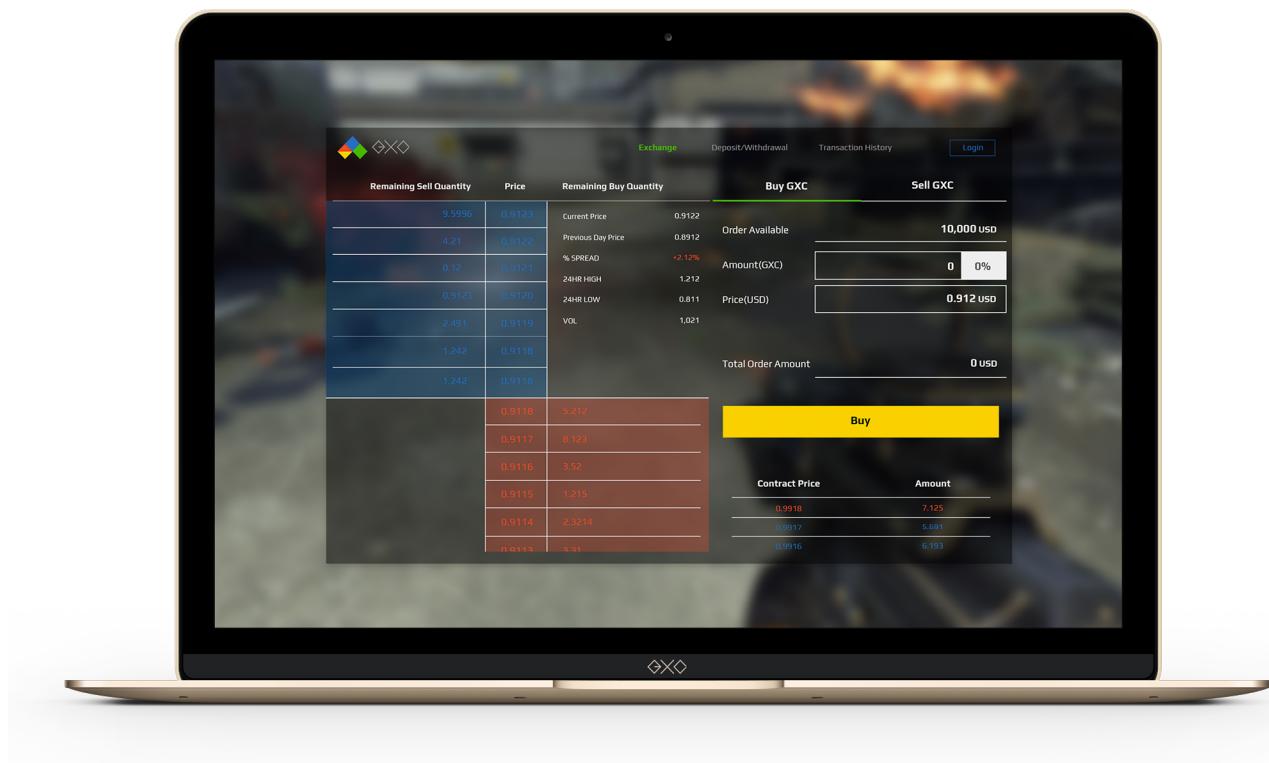
게임상에서 일어나는 거래를 블록체인에 저장하기 위해서는 거래가 충분히 빠른 시간 내에 실행되어야 한다. 또한, 많은 거래량을 블록체인이 감당할 수 있어야 한다. GXC는 보다 빠른 TPS를 지원하기 위해 DPoS를 합의 알고리즘으로 채택하고, 블록 생성은 3초 간격으로 이루어진다. TPS는 최초 모델에선 5,000TPS를 목표로 하며, 병렬화를 통해 100,000TPS 이상의 속도를 갖출 수 있을 것으로 예상한다. 이를 통해 게임에서 발생하는 수많은 거래를 마치 블록체인이 아닌, 일반적인 서버와 클라이언트 상에서 작동하는 것처럼 구현할 수 있을 것이다.

GXC에서는 전술한 바와 같이 3초마다 블록이 생성되며, 이를 통해 초당 5,000건 이상의 거래를 처리할 수 있다. 나아가 한정된 집중화(DPoS)를 통해 이 한계 역시 극복할 수 있다.

## 5-3 GXC 기능들

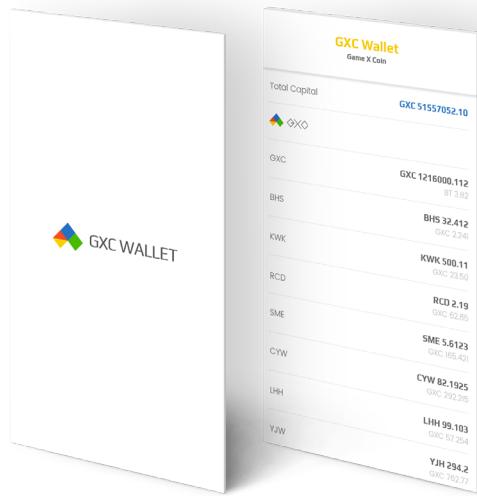
### 5-3-1 탈중앙화 P2P 거래소 (Decentralized Exchange - DEX)

지갑은 코인과 토큰을 교환할 수 있는 거래소를 자체적으로 내장한다. 거래소는 GXC 코인을 지급수단으로 하여 토큰을 교환할 수 있다. 거래소는 기존 암호화폐 거래소와 유사한 인터페이스를 제공하며, 지갑 생성만으로도 거래소 접근을 가능하게 해 유저의 편리한 거래를 돋는다.



### 5-3-2 지갑

GXC 지갑은 GXC 코인 및 발행된 dGame 토큰을 저장할 수 있는 저장소이다. 지갑은 보관 기능 외에도 GXC 코인 및 토큰을 이용한 기능을 내장하고 있다. 이런 기능으로는 블록 생산자를 선출하기 위한 투표 기능, DEX를 통한 코인 및 토큰에 대한 거래, 게임 내 토큰 사용 등의 기능이 있다.



유저는 GXC 지갑과 연동된 게임을 플레이하는 경우에 보유한 GXC 코인을 이용하여 유기적으로 해당 게임의 재화를 구매할 수 있다. 게임과 연동된 지갑을 통해, 게임사는 현재 유저가 가지고 있는 GXC 코인 및 토큰의 양을 확인할 수 있으며, 거래소와 연동을 통해 실시간으로 해당 재화를 구매하기 위한 GXC 코인의 수량을 측정한다.

유저가 재화의 구매를 요청할 시 DEX에서 정해진 교환비율을 적용해 토큰의 가격, 토큰을 얻는 데 필요한 GXC 코인의 수량을 자동으로 계산하며, 유저는 토큰을 사용해 한 번의 터치만으로 게임 내의 재화를 구매할 수 있다.



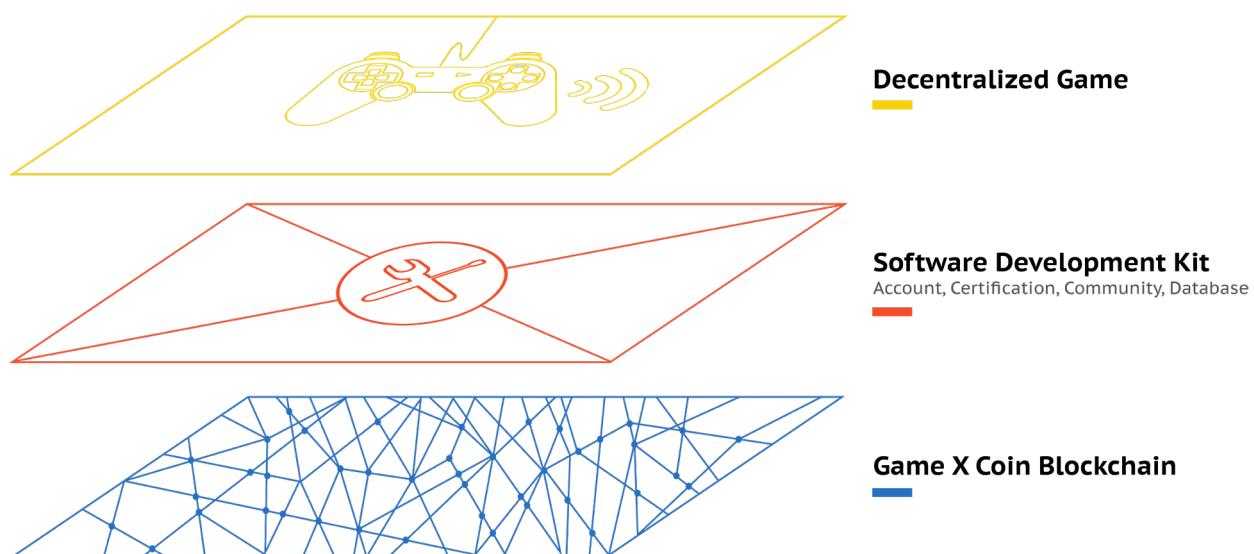
### 5-3-3 GTS - dGame Token Standard

GXC에서는 dGame에 사용할 토큰을 만들기 위한 토큰 표준인 dGame Token Standard(이하 GTS)을 제공한다. GTS는 각 목적에 부합하는 표준을 가지며, 개발사는 원하는 표준을 선택하여 토큰을 발급하거나 필요에 따라 표준에서 벗어나 게임에 맞는 추가적인 기능을 제공하는 토큰을 발행할 수도 있다. 이더리움의 ERC 프로토콜은 많은 검증을 거쳤으며, GXC팀은 ERC 프로토콜을 초기 기준점으로 삼고자 한다.

GTS 토큰 템플릿은 GXC 연합에 속한 개발사 및 커뮤니티의 연구, 개발을 통해 그 특징이 변경될 수 있으며 지속적으로 유지, 보수될 예정이다.

- ERC20을 활용한 GTS Currency: 개발사들을 위한 화폐로서 가치를 갖는 토큰
- ERC721을 활용한 GTS Item: 고유 캐릭터 및 아이템의 특성이 있는 토큰

토큰을 만들 게임 제작사는 GXC 토큰 서비스에 접속하여, 사용하고자 하는 GTS 표준을 선택한 후, 토큰 이름, 종류, 총 공급량 등을 정하여 원하는 토큰을 쉽게 제작할 수 있다.



### 5-3-4 계정

GXC는 게임 내 요소와 현실의 정보를 교환을 통해 게임과 현실을 연결한다. GXC 계정은 게임과 현실을 연결하는 요소 중 하나로, GXC 계정을 통해 이를 사용하는 게임에 접속할 수 있으며, 그룹 기능으로 활발한 소통을 하도록 돋는다. 계정 내의 지갑 정보나 게임 정보를 확인할 수 있으며, 거래소에서의 코인/토큰 거래에도 사용된다. 게임사는 GXC가 제공하는 SDK와 API로 인증, 친구 관리 등 부가적인 기능의 구현에서 벗어나 게임 개발에 집중할 수 있다.

### 5-3-5 인증

게임 계정과 지갑 계정을 연동할 수 있으며, 사용자는 연동한 GXC 계정으로 GXC를 사용하는 게임, 거래소, 커뮤니티 등 서비스를 이용할 수 있다. 게임사는 GXC 계정을 사용하는 사용자들의 풀을 통해 사용자가 친구를 초대해 홍보하는 등의 방식으로 활용할 수 있다.

### 5-3-6 유저 데이터 저장 및 활용

유저가 GXC의 다양한 토큰을 획득하고 사용하는 방식에 대한 데이터는 게임사의 유저 획득(User Acquisition) 차원에서 매우 높은 가치를 지니게 된다. GXC 지갑은 코인 혹은 토큰이라는 매개체를 통해 다양한 정보 - 결제금액, 게임 이용 시간, 재화 획득 데이터 - 를 함축하고 있는 데이터 저장소이며, 이는 블록체인을 통해 안전하게 보존될 뿐만 아니라 다양한 방법으로 게임사에게 활용될 수 있다. 생태계가 더 활성화 될수록 이에 대한 가치는 누적되며, 이를 이용한 유저 분석 및 다대다 마케팅을 위한 플랫폼으로서의 역할도 기대해 볼 수 있다.

### 5-3-7 그룹 및 커뮤니티

GXC 계정에 저장된 게임 내 정보, 권한 제어, 인증 기능을 활용해서 쉽고 빠르게 다양한 그룹들을 만들어 낼 수 있다. GXC는 기본적으로 게임 내에 친구 그룹, 공개 그룹, 커뮤니티 그룹을 제공하며, 목적에 따라 추가적인 그룹을 만들 수 있다. 친구 그룹은 사용자의 연락처 동기화를 통해 연락처에 등록된 친구로 형성된 그룹으로서, 친구 초대 기능, 친구 대전 등을 사용할 수 있다. 공개 그룹은 게임을 내에서 추가한 플레이어들을 통해 형성된 그룹으로서, 게시판 기능, 길드 기능 등을 제공한다.

### 5-3-8 데이터 저장소

GXC 블록체인은 각 dGame이 활용할 수 있는 데이터 저장소를 제공한다. 이를 통해 게임사는 블록체인에 저장하고 싶은 별도의 추가 정보를 GXC 블록체인 내에 저장할 수 있다. 유저별 캐릭터 정보, 업적, 도전 과제 등 게임에 따라 다르게 데이터 저장소를 활용할 수 있다.

계정은 블록체인에 저장되며, 이곳에는 계정에 관한 다양한 데이터가 같이 저장된다. 여기에는 GXC 코인 및 토큰의 사용 내용, 게임 캐릭터 정보, GXC 관련 가입한 서비스 정보 등이 있다. 저장소는 확장할 수 있으며, 이를 통해 게임 별 도전 과제나 추가 아이템 정보 등을 추가로 저장하고 관리할 수 있다.

## 5-4 dGAME 개발

앞서 언급한 것처럼, GXC 생태계는 보다 많은 게임을 접목할수록 각 주체의 효용이 증가하므로, dGame의 접목을 보다 쉽고 빠르게 가능하도록 해야 한다. GXC는 유연하고 편리한 개발 환경 및 이를 손쉽게 사용 가능한 개발 도구를 제공하여 GXC 생태계에 들어오고자 하는 주체들의 허들을 낮춰줄 것이다.

### 5-4-1 유연한 개발형식

GXC는 WASM(Web Assembly)를 이용한 컴파일 환경을 제공한다. 이를 이용해 개발자는 C, C++, Rust 등을 이용하여 dGame을 제작할 수 있으며, 다음에 현재 이더리움 등에서 주로 이용되는 Solidity또한 WASM으로 컴파일을 가능하게 하여 이미 개발된 블록체인 스마트 컨트랙트와의 이식성 또한 증대시킬 것이다.

### 5-4-2 폭넓은 기능 제공

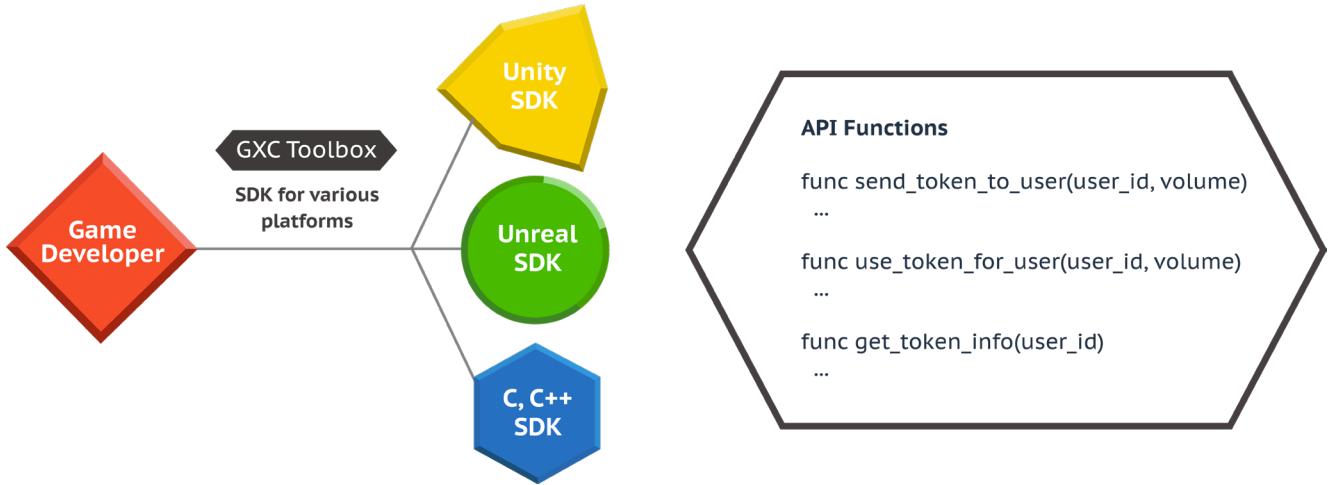
이더리움 위에서 돌아가는 스마트 컨트랙트는 블록체인의 또 다른 발전 가능성을 보여줬지만, 제한적인 기능제공은 개발자로 하여금 스마트 컨트랙트의 한계를 느끼게 해주었다.

dGame은 GXC 블록체인에서 기본적으로 제공하는 계정, 인증, 메시징, 권한, 로컬 DB 등의 기능을 개발자가 따로 구축할 필요없이 사용 가능하다. 이는 기존 블록체인에서 구현하지 못하거나, 비효율적으로 개발해야 했던 부분들에 대한 해법이 될 것이다.



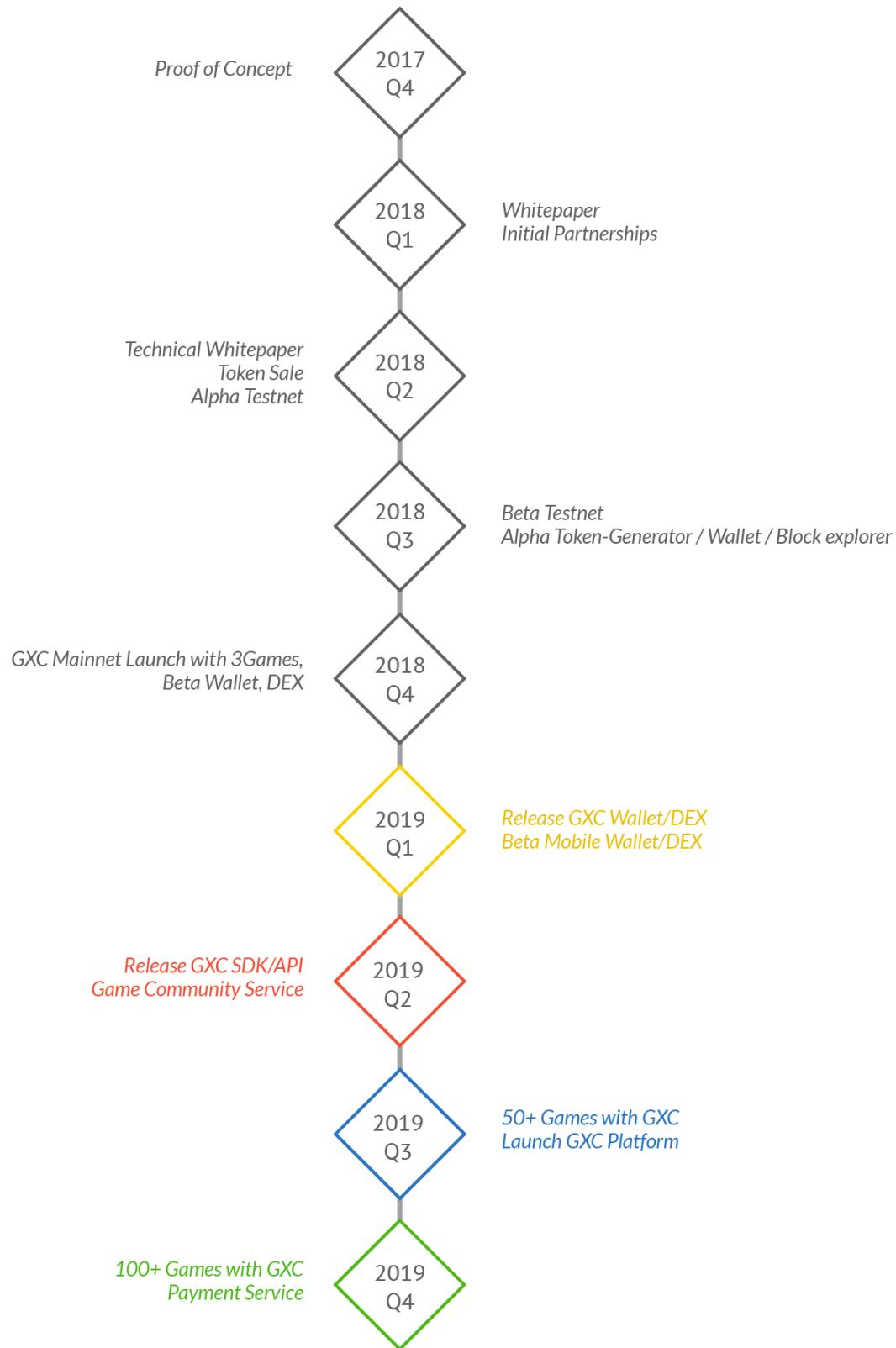
### 5-4-3 SDK

GXC와의 쉬운 결합을 위해 대표적인 OS • 프로그래밍 언어 • 개발 도구 별로 Windows/Mac/iOS/Android • Cocos/Unity/C++/C#/Java 등에 대해 GXC SDK가 제공된다. 게임사는 자신의 활용할 SDK를 이용하여 손쉽게 지갑 연동, 잔액 조회, 권한 가져오기, 토큰 거래소 등의 기능을 수행할 수 있다.



## 06 Roadmap

본 백서에서 밝힌 GXC의 주요 기능들은 약 2년의 기간에 걸쳐 개발될 예정이다. 개발은 메인넷 론칭, GXC DEX/Wallet 론칭, 그리고 GXC Dev Tools 까지 총 세 가지의 큰 마일스톤을 두고 진행이 될 예정이다. 이와 더불어 게임사와의 제휴 및 게임 공동 개발을 통해 GXC 생태계 확장에 중점을 두고 진행될 것이다.

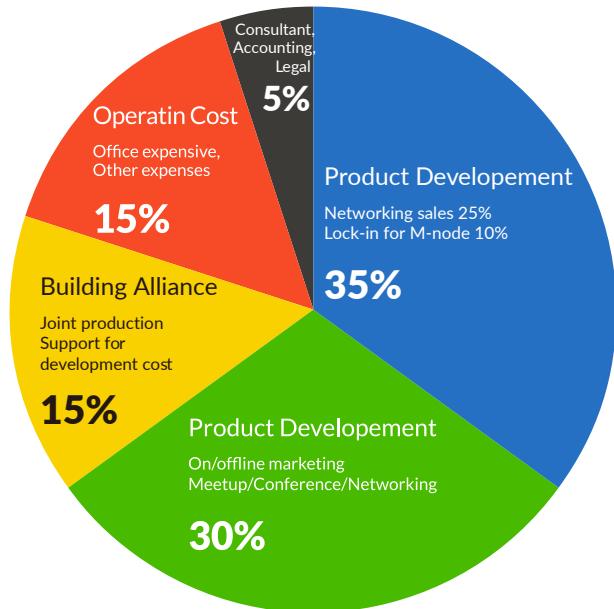
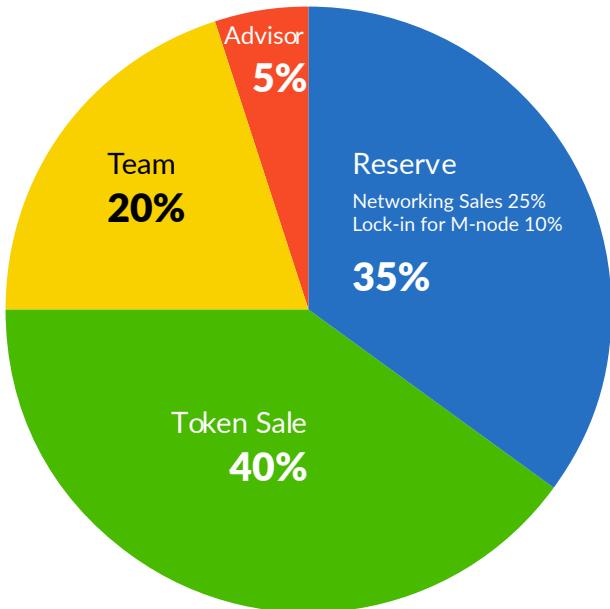


## 07 Token Sale

### 7-1 GXC 코인 초기 배분 계획 및 GXC 코인 판매 대금의 사용 계획

GXC 코인의 최초 발행량은 1,000,000,000 GXC 코인이며, 총 발행량 중 10%는 비공개로 판매되고, 30%는 공개로 판매된다. 팀과 고문들을 위해 총 25%가 할당되며, 25%는 게임사에 판매하는 네트워킹 세일, 10%는 노드 운영을 위해 할당된다.

- 팀에게 할당된 20% 중 절반인 10%는 GXC 설립자들에게 지급되며, 2년간 에스크로 계정에 보관되어 매각할 수 없다.
- 나머지 절반의 10%는 GXC 팀원에게 지급이 되며 공개 판매 이후 최초 6개월간 에스크로 계정에 보관된다. 이후 10개월간 매월 예치된 분량의 10%씩 에스크로가 해제돼, 총 16개월에 걸쳐 에스크로가 전부 해제된다.



코인 판매 대금의 35%는 GXC 플랫폼 개발에 사용된다. 플랫폼 개발 외에도 생태계 확장이 중요한 만큼, 마케팅과 게임사와의 협력에도 판매대금의 일부가 사용된다.

공개 판매의 구체적인 사항은 판매시점에 별도로 공지될 예정이다. 토큰 판매 계획은 외부 상황에 따라 변경될 수 있으며, 수정된 내용은 별도의 공지를 통해 확인할 수 있다.

## 7-2 GXC 코인 초기 배분 계획 및 GXC 코인 판매 대금의 사용 계획

GXC 코인 판매는 이더리움 스마트 컨트랙트(Ethereum Smart Contract)를 통하여 이루어진다. 그에 따라 참여자는 GXC 코인의 구매를 위하여 자신의 전자지갑에 예치되어 있는 이더리움을 GXC World가 지정한 전자지갑으로 전송하고, 그에 따른 GXC 코인을 위 전자지갑으로 자동적으로 전송받는 방식을 통하여 취득한다. 그 밖에 GXC 코인 구매 절차 및 방법에 관한 세부적인 사항은 웹사이트 등을 통하여 참여자에게 추가적으로 안내한다.

## 7-3 정책과 주의사항

코인 구매자는 다음과 같은 사항들을 충분히 인지하고 코인 구매를 결정해야 한다.

- 1) 리스크와 불확실성: 백서는 사업 계획과 비전에 대한 기술이며, 사업 내용에 대한 보증은 아니다. 사업 환경과 진행 상황에 따라 실제 사업 진행은 다를 수 있다는 점을 코인 구매자는 충분히 인지해야 한다.
- 2) 코인 판매 참여 제한: 코인 판매가 금지된 국가의 국민들은 참여할 수 없다. 금지 국가의 국민이 참여했을 경우 발생하는 법적 책임은 참여자 본인에게 있다
- 3) 언어: 백서의 원본 언어는 한글로 작성되었으며, 타 언어로 된 백서의 경우 번역의 과정에서 오역이나 누락의 가능성이 있다. 신중한 참여를 위해서는 한글로 작성된 원본 백서의 최종 확인을 권장한다.
- 4) GXC 코인의 성격: GXC 코인은 백서에서 기술된 용도 이외로는 사용할 수 없다. GXC 코인은 증권이 아니며, GXC 코인의 소유자에게는 어떤 종류의 이익 배당이나 의결권도 부여되지 않는다.
- 5) 취소와 환불: 코인 구매자는 구매한 GXC 코인에 대한 취소, 환불을 요구할 수 없다.

## 7-4 코인 구매자가 고려하여야 할 위험요소

코인 구매자는 GXC 플랫폼의 개발, 생태계의 구축 및 작동과 관련하여 아래와 같은 위험요소가 존재함을 충분히 인지하고 GXC 코인의 구매 여부를 결정해야 한다.

- 1) 게임 산업과 관련한 위험: 게임산업은 규제 위험이 높은 산업으로써 나라별 신규 규제에 따라 GXC 플랫폼에 참여하는 게임 개발사들과 GXC 플랫폼에 악영향을 줄 수 있다. 추가적으로, 현재 게임산업은 상향세를 보이고 있으나 이용자들의 여가시간을 게임에 사용하지 않고 소셜 네트워킹, 동영상 스트리밍 온라인 서비스 등에 여가시간을 사용하고 게임 이용에 대한 시간을 줄이는 경우에는 게임 시장이 축소되어 GXC 플랫폼에 악영향을 줄 수 있다.

2)블록체인 기술 및 산업과 관련한 위험: 블록체인 기술 및 관련 사업에 대한 정부 정책 및 규제의 내용이 아직 명확하지 않으며, 따라서 향후 정부 정책 및 규제의 내용 및 범위에 따라 GXC 플랫폼 및 생태계의 구축, 작동이 전부 또는 일부 제한되거나 금지될 수 있다.

3)코인 판매 참여와 관련한 위험: 코인 판매에 참여하는 행위가 참여자의 국가 정책에 따라 위법한 것으로서 금지되거나 향후 금지될 수 있다.

## 08 Core Team



**Woongkyum Kim(Kai)**

CEO, Founder

연세대학교 컴퓨터과학과를 졸업하고, 1999년부터 대용량 서버 프로그래밍 및 게임 프로그래밍을 위주로 개발경험을 쌓아왔다. 결제 소프트웨어 기업인 후퍼(주)를 창업한 뒤, 한국의 대표적인 전자금융전문기업인 나이스정보통신과 함께 모바일 결제 서비스 “페이앳”을 출시해 연간 3,000억 원이 넘는 승인액을 처리하는 서비스로 성장시켰다. 핀테크에 종사하며 2016년부터 블록체인에 지대한 관심을 두었고, 과거 게임을 개발했던 경험과 동시에 유저로서의 필요에 의해 GXC 프로젝트를 기획하고 시작하게 되었다.



**Jinhwon Yang(Jin)**

CTO

서울대학교 경영학과 및 컴퓨터공학과를 복수전공으로 졸업한 개발자이다. IT기업 Mozzet에서 웹 리드 엔지니어, 해외 직구 검색엔진 Qpick에서 CTO, 비즈니스 컨설턴트 마켓플레이스 Profound에서 CTO로 활동하였다. 여러 방면에서 10년이 넘는 기간 동안 서버, 아키텍처, UI 등의 설계 및 제작에 참여하였다.



**Jay Heo(Jay)**

EVP

연세대학교 정치외교학과, U.C.Davis 국제정치 석사를 졸업하였고, 2005년부터 실리콘밸리의 게임 하드웨어 업 체인 Bluegears, Inc.에서 북미 세일즈를 담당했으며, 2008년에는 Gala-Net, Inc. (gPotato.com)에서 Senior Director of Business Development로서 북미와 남미의 게임 포털 사업을 담당하였다. 2012년 Nsur n, Inc.를 창업하고, Playnery, Inc.에 매각하면서, Playnery, Inc.에 조인하게 되었고, 2015년에 대표 이사로 선임되어, 게임 개발과 사업을 맡아서 진행하였다. Playnery, Inc.는 Softbank Ventures와 Qualcomm 등으로부터 약 100억 원의 투자를 유치한 바 있고 대표작은 “Mother of Myth (타이탄: 신들의 전쟁)”이다.



**Yongduk Suh(Matt)**

COO

서울대학교 학사, UCLA에서 MBA를 마친 후, SK텔레콤에서 모바일 컨텐트, 커머스, 광고 등의 상품기획과 사업개발 업무 및 SK플래닛에서 미국 스타트업 투자 관련 업무를 담당하였다. 이후 UCLA Anderson에서 MBA를 마치고 실리콘밸리에 위치한 HP본사에서 Security Product의 프로덕트 매니저로 근무하였으며 최근에는 한국으로 돌아와 카카오에서 광고 사업 전략 및 신규사업개발을 담당하였다.



**Samuel Nam(Sam)**

Community Director

미국 미시간대학교 (앤아버) 경영학과를 졸업한 게임 마케팅 전문가이다. 미국 실리콘밸리에서 경력을 시작하여 길건너 친구들, 마블퓨처파이트, 리니지2 레볼루션, 스타워즈 포스아레나, 세븐나이츠 등의 글로벌 히트 게임들의 마케팅을 담당하였다. 넷마블게임즈 마케팅팀장으로 근무하다가 암호화폐의 매력에 이끌려 GXC World에 합류하게 되었다.



**Hyunseok Bang(Aaron)**

CCO

20대 때부터 벤처에 뜻을 두어 서울과학기술대학교 시각디자인학과 재학생 시절부터 휴학하고 사업의 길에 뛰어들었다. 2011년 스타트업 미디어 beSUCCESS 창업 멤버로 합류하고 아시아 최대 스타트업 컨퍼런스 beLAUNCH 총괄 디자인하였다. 2012년에는 성장해가는 해외 직구 시장의 가능성을 보고 해외 직구 검색엔진 Qpick 기획이사로 참여하였으며, 이후 비즈니스 컨설턴트 마켓플레이스 Profound에 CCO로 재임하며 수많은 프로젝트에 기획자 겸 디자이너로서 참여하였다.



**Yeonwoo Chu(Chris)**

CPO

서울시립대학교 토목공학과를 졸업한 개발자이자 경영자이다. 2002년부터 아키텍처 설계 및 게임 서버 프로그래밍으로 개발경력을 쌓아왔으며, PC 온라인, 콘솔, 모바일 등 다양한 플랫폼의 게임 개발에 경험이 있다. IT기업 어니언텍21 게임사업본부장, 타겟팅 마케팅 기업 모비온 리드 엔지니어, 모바일 개발사 이루고 CTO, 소프트웨어 개발사 코로스튜디오 CEO 등 개발 및 경영 15년 차 경력을 보유하고 있다.



**Jieun Park (April)**

Director of Operations

숙명여자대학교에서 정보방송학을 전공하였다. 김웅겸 대표와 공동 창업을 하여 10년간 운영이사의 역할을 해오고 있으며, 수백 명의 인력 채용을 담당한 경험이 있으며 100여 개가 넘는 프로젝트의 관리를 성공적으로 담당해왔다. 자금 운용, 인력 운용, 프로젝트 관리의 전문가이며, 만족스러운 업무환경 조성과 회사 내 분쟁 해결을 담당하고 있다.



**Jiyong Um(Conrad)**

Head of Blockchain Lab

서울대학교에서 경영학을 전공하였다. 오픈 소스 철학의 열렬한 지지자로 삼성전자 소프트웨어센터에서 Tizen 개발에 참여하였으며, 최근까지 AI 센터에서 자연어 처리 엔진을 개발하였다. EFL 오픈 소스 프로젝트의 커미터이다.



연세대학교에서 경제학과 및 컴퓨터과학을 복수전공으로 졸업하였다. 졸업 후에는 LG디스플레이에서 Product Management 업무를 수행하였다. 이 후 블록체인에 관심을 갖게되어 GXC에 합류, 경제학과의 전공을 살릴 수 있는 토큰 이코노미 설계와 GXC 코어 블록체인 개발을 병행하고 있다.

**Jongbok Lee (Tom)**

Crypto Economist



명지대학교 컴퓨터공학과를 졸업했다. 대학 시절 연구원으로 활동하며, 10년이 넘는 개발 경력을 보유하고 있다. 다양한 정부 프로젝트에 참여했으며, 한국 최대 웹호스팅 기업 가비아에서 근무하며, 데몬과 서버, 웹 개발을 했다. 커뮤니티 기업 리퍼블릭닷에서 CTO로 커뮤니티 서비스를 개발 및 운영하였다. 개발자들을 위한 소규모 개발 프로젝트 그룹인 인디벨로퍼를 운영하고 있다. Pacy라는 팀에서 블록체인과 공유경제 모델을 통해 일자리 관련 협동조합에 대한 프로젝트를 진행한 바 있다.

**Hwanhee Lee (Henry)**

Lead Developer



서울로봇고등학교를 졸업한 프론트엔드 개발자이다. 글로벌 음원유통 온라인 플랫폼 비손콘텐츠에서 음악 콘텐츠를 전세계로 배급하는 서비스를 개발하였다. 2017년 블록체인을 접한 후 기술력에 매료되어 GXC 팀에 합류하게 되었다. 디자인에 대한 관심도가 높아 Wallet, Block Explorer, DEX 등 프론트엔드 개발 외에도 디자인 파트에 기여하고 있다.

**Eunseok Go (Gabriel)**

Developer



한국외국어대학교 재학 중 디자인으로 인해 사람들이 겪는 문제점을 발견하고, 이를 해결하고자 디자이너로 전향하였다. 이후 Samsung Art and Design Institute에 입학하여 커뮤니케이션 디자인을 전공하였다. 졸업 후에는 ICON LOOP에서 인턴 디자이너로 근무, 업무를 하면서 블록체인의 기술과 가능성에 관심을 갖게되어 게임엑스코인에 디자이너로 합류하게 되었다.

**Hyunah Shin(Hannah)**

Designer



펜실베니아 주립대학교에서 철학과 경제학을 공부하였고 탈중앙화 화폐에 대해서 알아보던 중 비트코인을 알게되어 투자를 하게되었다. 이후에 블록체인의 탈중앙성에 매료되어 블록체인 공부를 본격적으로 하기 시작했다. 현재는 Keepit이라는 블록체인 카페에서 블록체인, 철학, 경제학을 엮는 특이한 시도로 주목받고 있으며, FENO이라는 시장주의 카페에서도 매달 블록체인 관련 카페를 기고중이다.

**Namwoong Kim(Steve)**

Community Manager

## 09 Advisors



**Kwanho Choi**  
CEO at XLGames

서울대학교 경영학과 학사 및 석사를 졸업하고, 대표적인 게임회사 경영자로서 네오위즈 부사장을 거쳐 네오위즈게임즈 대표이사, 게임온 대표이사, 네오위즈홀딩스 COO, 네오위즈아이엔에스 대표이사, 한국게임산업협회 회장, 네오위즈홀딩스 CSO, 네오위즈인터넷 대표이사직을 역임, 현재는 한국 게임사인 엑스엘게임즈의 대표이사로 자리 잡고 있다. 수상 내역으로는 대한민국 게임대상 공로상, 대한민국 문화콘텐츠 해외진출 국무총리 표창이 있다. GXC World의 설립부터 함께하며 총괄자문을 맡고 있다.



**Gangseok Kim**  
Co-founder at Bluehole

김강석 대표는 배틀그라운드 제작사이자 기업가치 5조원 이상으로 평가 받고 있는 블루홀의 창업자로, 게임 산업 경력과 더불어 인터넷 서비스 기획, 사업 기획 등 다양한 경력을 보유하고 있다. 블루홀에서 제작한 배틀그라운드는 전 세계 이용자 4억명, 글로벌 판매량 5,000만장 돌파하는 등 전 세계에서 가장 핫한 게임 중 하나이다. 다른 게임으로는 400억 이상 투자 받은 MMORPG ‘테라’가 있으며 2011년 대한민국 게임대상에서 대상을 수상기도 하였다.



**Will O'Brien**  
Founder at BitGo

윌 오브라이언은 하버드대학교 컴퓨터과학 학사학위와 MIT Sloan경영대학원에서 MBA를 받은 세계에서 손꼽히는 블록체인 전문가이다. 미국 종합 보안 솔루션 기업 비트고의 전 최고경영자인 그가 투자한 주요 블록체인 프로젝트로는 텔레그램(Telegram), 시빅(Civic)과 아카시(Akash), 오키드(Orchid) 등이 있다.



**Akihiro Kin**  
Founder and CEO  
at f4samurai

일본 와세다대학 이공학부를 졸업한 그는 일본 최고의 싱크탱크로 불리는 노무라종합연구소 출신이다. 2010년 노무라종합연구소의 동료들과 함께 일본 동경을 베이스로 f4samurai를 창업하여, 자체 개발 및 서비스하는 복수의 타이틀들을 일본 매출 Top 10을 연달아 달성시키는 일본 대표 게임 개발사를 리딩하고 있다.



**Changsu Lee**  
Founder and CEO  
at Allganize

KAIST 전산학과 전공 및 석사. SK 텔레콤의 PM과 BD를 거쳐 모바일 게임 사용자 분석 기업인 5Rocks를 설립. 5Rocks를 1년 반 만에 미국의 Tapjoy사에 매각 후, 미 Tapjoy 본사의 SVP of Platform을 맡은 그는 모바일 게임 개발사들과 플랫폼의 생태계 분야에 누구보다 강한 인사이트를 갖고 있다. 현재 AI 전문가로 변모, 엔터프라이즈들을 위한 AI-powered knowledge management solution 을 제공하는 Allganize를 창업하여 활동하고 있다.



**Sungbong Lim**  
CEO at Kunlun Korea

임성봉 대표는 중국에 본사를 둔 모바일게임사 쿤룬코리아 대표이사이다. 텍사스 주립대학 커뮤니케이션을 석사 졸업하고, 한국 대표적인 광고대행사인 LG애드에서 중국 상해 및 북경 지사장을 역임하면서 LG전자 중국 전지역대상 마케팅/광고를 이끌었다. 그 이후 야후코리아에서 엔터테이먼트 분야 헤드로 게임산업과 인연을 맺기 시작, 성공적인 게임 서비스 진행의 경험이 이후 넷마블에서 모바일 사업의 기반을 구축하는 성과를 올렸다. 쿤룬코리아 대표 이외에도 현재 모바일 게임협회의 고문을 역임, 한국콘텐츠진흥원 및 경기콘텐츠 진흥원, SBA등에서 정부 사업에 대한 심사위원/평가위원을 역임하고 있다.



**Hyunwook Jung**  
Korean diplomat at Malta

정현욱 대표는 스타트업 대표 미디어 beSUCCESS 창업자이자 대표이사이다. beSUCCESS에서 주최하는 beGLOBAL 컨퍼런스는 아시아 최대 스타트업 컨퍼런스로, 2014년엔 세계 최초로 비트코인으로 참가비를 받아 화제가 되기도 하였다. 또한 정현욱 대표는 현재 블록체인의 성지로 알려진 몰타의 한국 대사 직책을 수행하고 있으며, Government Blockchain Association의 서울 챕터 대표를 맡고 있다.



**Doyon Kim**  
SVP at 11Street Malaysia

연세대 정치외교학과 졸업, University of Michigan MBA를 마치고, Dialpad, Opinity, Sportplex, Purewire 등 다양한 기업에서 근무한 경험이 있다. 이후 YD Online에서 부사장을 역임하였고, Camp Mobile에서는 CEO로 근무하였다. Skelter Labs에서 제품 이사로 근무하였으며 현재는 한국기업 SK플래닛과 말레이시아 이동통신 사업자 ‘셀콤 악시아타’와 공동으로 설립한 Celcom Planet에서 부사장으로 근무 중인 연쇄기업가이다.



**Mary Min**  
Senior Gaming BD Manager  
at Unity

메리는 유니티 전략 파트너십 팀의 게임사업개발 팀장으로 재직 중이다. 유니티에 합류 전에 모바일 앱 전문회사인 SEWORKS에서 글로벌 사업개발 부사장을 역임한 바 있다. 월드 골프투어에 매각된 Second Wave Games의 공동 창업자 겸 대표이사였으며, 20년 정도의 게임 및 사업 경험을 가지고 있다.



**Dool Kim**  
CEO at ChinaLab /  
Neowin Games

2006년부터 중국에서 활동해온 중국 게임전문가로서 웹젠 MU의 중국 초대형 IP 계약을 이뤄낸 경험이 있다. GXC 프로젝트의 중국 진출 및 중국 게임업체들과의 협업 및 제휴에 대한 자문을 맡고 있다.



**Gongjin Lim**  
Executive Director  
at CDNetworks

연세대학교 세라믹공학과와 동대학원을 졸업하고 (주)엔터게임을 창업한 이래로 게임, 전자화폐, 서플라이체인솔루션, CDN 사업 등 다양한 IT분야에서 20년 이상의 창업 및 사업경력을 보유하고 있다. 현재 소비자와 생산자가 상생하는 블록체인 비즈니스를 연구 중이다.



**Wonjae Lee**  
Managing Director  
at Aeigis Enterprise

카이스트 MBA를 출신인 이원재는 이지스 엔터프라이즈의 전략담당 임원으로 신규사업의 비지니스모델링과 사업 발굴 및 투자의 전문가이다. 효성을 거쳐 이지스 엔터프라이즈 창업멤버로 결제 시스템 및 데이터를 이용한 다양한 신규 사업을 론칭하고 운영 중이다. GXC 코인의 활성 및 마케팅에 관한 자문을 맡고 있다.



**Yongsoo Lee**  
Global marketing expert

경북대학교 경영학과를 졸업하고 30여 년에 걸쳐 세계 유수의 다국적기업에서 소비자 광고 및 마케팅 실무 및 임원을 지냈다. 미국 최고의 광고대행사인 레오버넷에서 기획국장을 역임하고 존슨앤드존슨, 월트디즈니, 현대오일뱅크, 오비맥주 등에서 마케팅 및 영업 중역으로 재직하며 소비자 마케팅의 전문가로 활동해 왔다. 현재 블록체인의 소비자시장 접목에 대한 사업 발굴에 집중하고 있으며 GXC의 마케팅 자문을 맡고 있다.



**Chulhwan Kim**  
CEO at Largosoft

다년간 기업 및 공공기관 시장에서 다양한 IT 보안시스템을 활용한 보안 SI 사업을 진행한 경력을 갖고 있다. 이후 인프라웨어에서는 주로 금융기관 및 공공기관을 대상으로 APP 보안, MDM, 모바일백신 등의 모바일 보안 제품의 사업을 담당하였다. 현재는 라르고소프트에서 4년여간 모바일 APP보안 제품 개발사의 대표를 맡고 있으며 해킹이 가장 빈번하게 발생되는 국내외 게임 시장에서 많은 레퍼런스를 보유하고 있다.



**Jongho Kim**  
Director at Payletter

서강대학교 수학과 및 서강대 신문방송학 석사를 졸업하고 닷컴 1세대부터 결제 사업을 맡아온 전문가이다. 이지스 효성에서 결제 사업에 15년간 종사했으며, 글로벌 게임 빌링 전문업체인 페이레터의 결제 사업 본부장 이사를 맡고 있다. 게임사들의 결제 솔루션과 GXC를 연결하는, 생태계 확장 전략에 대한 자문을 맡고 있다.



**Yongwon Moon**  
Director at Coop Marketing

한양대학교 경영학과를 졸업하고 글로벌 마켓플레이스 Ebay에서 근무하면서 다양한 유무형 컨텐츠의 E커머스화에 경험이 있다. 수 년 간 쌓아온 경험과 네트워크 통해 GXC가 실생활 재화로 사용될 수 있도록 E커머스와의 사업 연결에 관한 자문을 맡고 있다.



**Jemin Choi**  
Tax Accountant  
at Jasung

서울대학교 조선해양공학과 졸업 및 동대학원 석사를 마치고, 현대중공업 전문연구요원 복무, 이후 프리챌에서 근무한 이력이 있는, 공과대학 및 IT업계 출신의 세무사이다. 암호화폐의 세무처리에 관한 자문을 맡고 있다.

## 10 Partners



네오위즈블레스스튜디오는 네오위즈게임즈의 자회사로 기존 블레스 프로젝트를 독립 스튜디오로 분사한 개발사이다. 네오위즈게임즈는 게임포털사이트 ‘피망’과 자체 게임 개발 스튜디오를 중심으로 운영 중인 회사로, 스페셜포스, 아바, 피파온라인2 등 경쟁력 갖춘 인기 게임들을 서비스하였다. 네오위즈블레스스튜디오에서 개발한 MMORPG 블레스는 한국 게임 역사상 가장 많은 금액인 700억 원의 게임 개발비가 쓰인 게임으로, 2016년 대한민국 게임대상에서 3관왕을 거머쥐기도 하였다.



엑스엘게임즈는 넥슨의 공동창업자이자 바람의 나라 및 리니지를 개발한 송재경 대표가 창업한 MMORPG 전문회사이다. 대표작으로는 높은 자유도로 10년 가까이 유저들의 사랑을 받고 있는 아키에이지가 있다. 아키에이지는 일본 출시 초기 일본 내 게임 순위 5위권에 랭크되었으며, 러시아에서 발생한 누적 로열티만 150억 원이 넘는 것으로 알려졌다. 2014년 10월 중순 북미와 유럽에서 누적 가입인원 200만 명을 돌파해 화제가 되기도 했다.



레드사하라는 글로벌 메가 히트작 ‘배틀그라운드’로 유명한 블루홀 자회사로, 국내에서는 RPG 게임 ‘불멸의전사’ 개발사로 알려져 있다. ‘불멸의전사’는 출시 1주만에 구글플레이 매출 10위권에 들었고, 서비스 300일이 지난 후에도 매출 20위권을 유지하는 등 최고의 모바일 게임 히트작 중 하나로 꼽힌다. 이 외에도 ‘불멸의 전사2’, 전략게임 ‘워레인’ 등 다양한 타이틀을 보유한 게임사로, 현재는 온라인 게임 ‘테라’의 지식재산권을 활용한 모바일 게임을 개발 중에 있다.



갈라랩은 갈라의 자회사로, 전 세계 히트작 게임인 ‘프리프’와 ‘라펠즈’를 성공적으로 런칭시킨 기업이다. 현재 ‘프리프’와 ‘라펠즈’의 유저 풀은 1억 명이 넘는다. 갈라랩의 모회사 갈라는 2004년 일본에서 설립된 홀딩 컴퍼니로, 세계 각국에 진출한 온라인 게임 전문 기업인 갈라 버즈·갈라 웹·갈라 모바일 등 GALA Group을 관리하고 있는 글로벌 상장사이다.

## SUPER CREATIVE

슈퍼크리에이티브는 모바일 RPG 게임 제작사이다. 대표작으로는 스마일게이트 메가포트에서 퍼블리싱하는 ‘에픽세븐’이 있다. ‘에픽세븐’은 자체 개발한 게임엔진으로 구현한 모바일 최고 수준의 2D 그래픽과 완성도 높은 캐릭터, 탄탄한 스토리텔링 등을 내세운 모바일 RPG이다. 2018년 3분기 중 국내 서비스, 4분기 중 글로벌 서비스 런칭 예정이다.

## ENTERMATE<sup>③</sup>

엔터메이트는 2001년 설립되어 2014년 코스닥 상장을 하였다. 신선도, 암흑삼국, 아이러브삼국지, 아케인등 수많은 히트작이 있으며 모바일 게임 및 온라인 게임 전문 개발사 겸 퍼블리셔이다.



디드래곤게임즈는 세계적인 소셜카지노 개발 및 퍼블리싱 게임사인 더블유게임즈가 설립한 자회사이다.

다이아몬드게임즈와 협업하고 있으며, 소셜카지노 사업 확장을 위한 목적으로 설립된 게임 개발 및 퍼블리싱 회사이다.



슈퍼플래닛은 다수의 모바일 게임을 출시하고 성공적인 결과를 거둔 모바일 게임 전문 스튜디오이다. 슈퍼플래닛에서 출시한 “히어로메이커 with NAVER WEBTOON”은 구글 플레이스토어 공식 추천 게임으로 선정되었으며, 또 다른 유명 모바일 타이틀 “전자오락 수호대 with NAVER WEBTOON”는 2018년 1월 매출 15위를 기록한 바 있다.



와이와이게임즈는 중국상해에 있는 모바일게임 전문 개발사로 주로 캐주얼 게임, 소셜게임, 보드게임을 개발 및 서비스하는 회사이다. 향후 YYGAMES는 캐주얼 보드게임 중심의 게임 플랫폼으로 발전시킬 계획이다.

아울러 YYGAMES를 통해 서비스될 캐주얼, 보드게임은 볼록체인 벤처스의 사업모델에 적합한 게임이 될 것이다.



한국모바일게임협회(KMGA)는 모바일 게임사들의 권익 보호와 산업 발전을 목적으로 설립된 사단법인이다.

한국모바일게임협회는 모바일게임사들의 글로벌진출, 해외 세일즈, 서비스 운영, 기술 지원, 퍼블리싱, 투자 등을 지원하고 있다.



Crypto's는 블록체인과 산업을 결합하려는 회사의 컨설팅, 마케팅, 투자등 ICO가 성공하기위해 필요한 것들을 제공하는 전문기업이다. 현재 한국과 일본을 중심으로 활동하고 있으며 전 세계 블록체인 기업의 사업 성공을 위해 노력하고 있다.

## CoinTong

코인통은 토마토그룹에서 출시한 코인거래소이다. 토마토그룹은 증권전문 기업으로 안정적인 재무구조와 커다란 성장 가능성을 보유한 회사이다. 국내 최초 증권, 경제 전문 미디어 언론 '뉴스토마토', '토마토TV' 및 한국 1위 증권 앱 '증권통'을 운영하고 있다. 증권/경제 거래소로 두각을 나타내고 있는 토마토그룹에서 론칭한 서비스에 걸맞게 보안 및 안정성, 사용자 중심의 UI를 갖추고 있다.

# payletter.

페이레터는 2001년에 설립된 온라인 빌링과 페이먼트 서비스 역량을 보유한 글로벌 기업이다. 북미, 유럽, 아시아 등 각 나라의 많은 파트너사들과 제휴하였으며, 게임 리그오브레전드(LOL)의 한국 빌링솔루션 및 결제 시스템을 독점 운영하고 있다. 또한 SK플래닛, 레진코믹스, CJ E&M, 아프리카TV, 워게이밍, 골프존 등 다수 사업자들과 파트너십을 체결하여 글로벌 빌링솔루션 및 페이먼트 사업을 주도하고 있다.

## SEUM

법무법인 세움은 세종, 태평양 등 대형 법무법인에서 수년간 관련 업무를 수행했던 각 분야의 전문가들이 모여 설립한 법무법인이다. 법무법인 세움 정호석 대표 변호사를 필두로 블록체인 및 가상화폐 TF를 출범하여 메디블록 어드바이저 참여 등 블록체인 산업분야에 관한 종합적인 법률자문 서비스를 제공하고 있다.



비석세스는 2011년 창간한 대한민국의 대표 테크 • 스타트업 미디어이다. 한국 기업의 글로벌 진출을 지원하기 위해 beSUCCESS 국 • 영문 미디어를 운영하고, 스타트업 분야 대표 컨퍼런스 beLAUNCH와 아시아 최대 스타트업 컨퍼런스 beGLOBAL을 개최하고 있다. beSUCCESS 미디어는 실리콘밸리를 포함한 전 세계 테크 트렌드와 스타트업 뉴스, 기업가 정신 등 외신 정보 제공 및 한국의 스타트업 주요 뉴스를 영문으로 세계 각국에 제공한다.



한국페이즈서비스는 디지털 상품권 발행, 기프트카드 발행, 결제 중계 서비스 등 고객의 합리적 소비를 위한 잔액 조회, 관리, 충전이 가능한 신개념 모바일 상품권을 발행하며 시장을 선도하고 있다. 또한 펀테크 시대에 발맞춰 다양한 간편 결제 서비스의 브랜드 결제 중계를 통해 펀테크 서비스를 소비자가 보다 쉽게 이용할 수 있도록 제공한다.



하이퍼리즘은 도쿄 및 서울에 법인을 두고 암호화폐를 전문적으로 운용하는 자산운용사이다. 무위험 차익거래, 마켓메이킹, 선물/옵션 및 PrivateTokenSale 투자 등 다양한 전략으로 암호화폐와 암호화폐 관련 자산에 투자하고 있다. Private TokenSale 투자의 목적으로 한국, 일본 등 글로벌 네트워크를 활용해 잠재력 있는 블록체인 프로젝트의 자문도 진행하고 있다.

## 10 Disclaimer

이 백서는 GXC World가 준비 중인 블록체인 기반 플랫폼 GXC의 개발 등 관련 프로젝트(이하 'GXC 프로젝트')에 관심을 가지고 있는 여러분에게 GXC 프로젝트의 비즈니스 모델 및 관련 기술에 관한 사항, 플랫폼에서 다양한 용도를 가진 GXC 코인에 대한 정보를 제공하고자 참고 목적으로 작성된 것입니다. 이 백서는 여러분에게 GXC 프로젝트 또는 GXC World에 대한 투자를 권유하기 위한 것이 아니며 이러한 목적과는 전혀 무관함을 분명히 합니다.

이 백서는 작성 당시의 상태를 기준으로(As-Is) 작성되었으며, GXC World는 여러분이 이 백서를 읽는 시점 및 그 장래에 대하여 로드맵에 계획된 GXC 프로젝트의 결론, 일정 및 성과를 포함하여 백서상에 기재된 어떠한 내용에 관하여도 그 내용이 정확하거나 적절함을 보증하지 않습니다. 이 백서는 GXC World의 정책 또는 의사결정에 따라 그 내용이 변경될 수 있으며 여러분이 이 백서를 읽는 시점에도 불구하고 최종본 외에는 적용되지 않습니다.

GXC World는 이 백서와 관련하여 어떠한 사항에 대하여 진술 또는 보장하지 않으며 관련 법적 책임을 부담하지 않습니다. 예를 들면 이 백서가 (i) 제3자의 권리를 침해함이 없이 적법한 권원에 근거하여 작성되었는지, (ii) 상업적으로 가치 있거나 유용한지, (iii) 여러분이 가지고 있는 개별 목적을 달성하는데 적합한지, (iv) 내용상 오류가 없는지, (v) GXC World 또는 여러분 국가의 법령상 적법하게 작성, 배포되었는지, (vi) 이 백서에 설명된 GXC 프로젝트의 내용 중 여러분 국가의 법령에 위반하지 않는 부분이 없는지 등을 보장되지 않습니다. GXC World의 책임이 면제되는 대상이 위 예시된 사항에 한정되지 않음은 물론입니다.

이 백서를 참고 또는 이용하여 의사결정 등 행위를 행한 결과(이익 또는 손해 여부를 불문합니다)에 대한 책임은 전적으로 그러한 판단을 내린 여러분에게 있음을 유의하시기 바랍니다. 즉, GXC World는 여러분이 이 백서의 이용과 관련하여 입은 손해, 손실, 채무 기타 피해에 대하여 어떠한 책임도 부담하지 않습니다.

이 백서는 GXC World의 동의 없이 무단 복제, 사용 또는 외부 유출될 수 없으므로 비밀 유지 및 보안에 주의하여 주시기 바랍니다. 최종 버전의 백서는 가능한 한 빠른 시일 내에 공식 배포될 예정입니다.

