



HUNT Platform

POWER OF PRODUCT
EARLY-ADOPTERS

헌트 플랫폼 백서

버전 1.1

2019년 2월 17일

목차

1. 서론 - 기술기반 제품 출시 시장의 문제점과 우리의 시장기회	2
1-1. 기술기반 제품 런칭 시장 규모	2
1-2. 런칭 시장에서 얼리어답터의 중요도 및 제한된 접근성	2
1-2-1. 테크 분야 대형 커뮤니티, 또는 테크 인플루언서/리뷰어	3
1-2-2. 크라우드 펀딩 플랫폼	3
2. 시장기회 - 토큰 경제로 연결되는 얼리어답터 커뮤니티 플랫폼	5
2-1. 테크 커뮤니티 광고 모델의 딜레마	5
2-2. 스팀 블록체인과 지속 가능한 커뮤니티 토큰 모델	6
2-3. 스팀헌트를 통한 실험	6
3. 헌트 플랫폼 - 메이커와 얼리어답터를 연결하다	8
3-1. 스팀헌트 - 헌터들의 신제품 랭킹 경쟁 커뮤니티	8
3-2. 리뷰헌트 - 제품 런칭의 성과를 극대화 할 수 있는 리뷰 콘텐츠 거래 플랫폼	9
3-3. 아이디어헌트 - 제품 우선권 거래가 가능한 크라우드 펀딩 플랫폼	9
4. 헌트 토큰 모델	11
4-1. 토큰 유틸리티	11
4-2. 헌트 리워드 풀	11
4-2-1. 스팀의 “Proof-of-Brain” 알고리즘에 의해 배분되는 연간 인플레이션 리워드 풀	12
4-2-2. 유저 스코어 제도와 헌트 플랫폼 운영 주체의 리워드 풀	13
4-3. 가치교환을 위한 지불수단	13
4-4. 토큰 모델의 수정/보완	14
5. 비정상적의 정상화	15
5-1. 가설 검증을 통한 토큰 모델, 일반 사용자 친화적인 제품	15
5-2. 린 (Lean) 방식의 팀 운영과 커뮤니티 주도의 제품 운영	17
5-2-1. 팀 소개	17
5-2-2. 커뮤니티 주도 제품 운영	18
5-3. 유틸리티 토큰 참여자에 집중된 토큰 배분 정책	18
5-3-1. 각 카테고리 별 초기 발행 토큰 배분	19
5-4. 로드맵	19
6. 면책공고	21
7. 헌트 플랫폼 커뮤니케이션 채널	23

1. 서론 - 기술기반 제품 출시 시장의 문제점과 우리의 시장기회

제품 출시 시장이란, 한 제품이 성공적인 시장 런칭을 위해 다양한 매체를 통해 제품 출시를 알리고 초기 소비자를 확보하기 위한 시장을 말한다. 특히 소프트웨어, 앱, 게임, 디지털기기 등 기술기반 제품군은 제품 출시 시장의 중요도가 타 제품군에 비해 매우 높는데, 그 이유는 소위 “얼리 어답터 (Early-adopter)”라 불리는 새로운 제품을 남들보다 빨리 구매해서 사용하고자 하는 경향성이 높은 소비자군의 영향력이 매우 크기 때문이다.

우리는 기술기반 제품을 출시하는 메이커가 이런 얼리 어답터들을 직접 혹은 간접적으로 마케팅하는데 있어서 제한된 접근성과 막대한 시장 비효율을 발견하였고, 이를 토근 경제에 기반한 커뮤니티 플랫폼 구축을 통해 해결하고자 한다.

1-1. 기술기반 제품 런칭 시장 규모

현대 사회에서 테크 제품군이 전체 산업군에서 차지하는 비중은 급격히 확대되고 있다. 테크 제품군은 2017년 기준 아마존 미국시장에서 전체 쇼핑객의 60%를 차지하는 가장 큰 카테고리이고,¹ 2018년 한 해 동안 총 2,054개의 모바일 앱이 다운로드 되었으며,² 세계 최대 게임 마켓인 스팀 (Steam)에서는 2017년 한 해 동안 총 7,672개의 신규 게임이 출시되었다.³ 인터브랜드에서 매년 발간하는 Global Top 100 Brands 2018년도 보고서에서는 기술기반 브랜드군의 총 가치가 7,310억 달러로 가장 높았으며, 두 번째로 큰 자동차 브랜드군의 두배가 넘는 규모이다.⁴

사실, 테크 제품 런칭 시장은 명확하게 정의되지 않은 시장이긴 하지만, 신 제품의 10개중 9개 이상은 실패한다는 점에서 그 규모가 어느 정도인지 대략 추정 가능하다. 우선 2018년에 기업의 총 마케팅 비용 지출 중에서 디지털 매체에 지출한 총 비용은 2,732.9억 달러이다.⁵ 위 인터브랜드사가 브랜드 가치를 평가하는 방법론에 세후순영업이익을 발생시키기 위해 사용된 운영자산을 공제한 경제적 이윤이 크게 반영됨을 볼 때, 기술기반 브랜드군이 디지털 매체에 지출한 총 비용이 대략 992억 달러 (36.3%), 이 중 90%이상의 신제품이 대부분 실패함을 생각해 볼 때 연간 892.8억달러는 런칭 후 소멸할 수 있는 비용 지출이다.⁶ 즉 테크 기업들의 런칭 마케팅에 있어서 어느 정도의 시장 비효율을 개선할 수 있다면 제품 런칭 성공률이 증가할 것이고, 이 소멸해 버릴 비용의 일부가 낭비되지 않고 새로운 가치를 창출할 수 있는 시장이 될 것이다.

¹ <https://www.statista.com/statistics/639155/popular-amazoncom-sales-by-category/>

² <https://www.statista.com/statistics/271644/worldwide-free-and-paid-mobile-app-store-downloads/>

³ <https://www.statista.com/statistics/552623/number-games-released-steam/>

⁴ <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/interactive-data/>

⁵ <https://www.emarketer.com/content/emarketer-total-media-ad-spending-worldwide-will-rise-7-4-in-2018>

⁶ 물론 기업이 디지털 매체에 투자하는 모든 비용이 제품 마케팅만 있지는 않기 때문에, 이 부분은 어디까지나 설명의 편의를 위해 크게 단순화시킨 가정이다.

1-2. 런칭 시장에서 얼리어답터의 중요도 및 제한된 접근성

FMCG 제품군에서는 95%의 새로 출시되는 제품들이 실패한다는 통계가 있다.⁷ 테크 제품군 역시 이와 크게 다르지 않을 것으로 예상되는데, 이는 대부분 PMF (Product-Market Fit, 제품-시장 적합성) 달성에 실패했기 때문이다.⁸ 특히 테크 제품의 성공에 있어서 100 - 1000명의 얼리어답터를 초기 열성 유저로 포섭할 수 있는지의 여부는 해당 제품이 대중적으로 확산되기 전 단계에서 수요가 정체되는 현상인 “캐즘 (Chasm)”을 뛰어넘기 위한 필수적인 요소이다.⁹ 즉, 얼리어답터들의 관심을 끌지 못하면 해당 테크 제품의 성공적인 런칭은 불가능하다는 뜻이다.

하지만 실제로 얼리어답터 유저군을 직접 타겟팅하여 마케팅 하는 작업은 비용과 자원이 많이 투입되는 쉽지 않은 작업인데, 이는 테크 얼리어답터들이 대부분 다양한 커뮤니티에 흩어져 있고, 이를 직접 중개할 수 있는 고객 접점 플랫폼이 부족하기 때문이다. 테크 기업들이 얼리어답터들에게 직접 마케팅하고자 할 때 주로 사용하고 있는 채널 케이스를 통해 이 시장 비효율에 대해 살펴보도록 하자.

1-2-1. 테크 분야 대형 커뮤니티, 또는 테크 인플루언서/리뷰어

프로덕헌트 (<https://www.producthunt.com/>)와 해커뉴스 (<https://news.ycombinator.com/>)는 각각 하루 방문자 수가 50만, 140만이 넘는 정도로 테크 분야에서 가장 큰 커뮤니티이다.¹⁰ 또한 인터넷 최대 소셜 뉴스 커뮤니티 사이트인 레딧 (<https://www.reddit.com/>)에도 약 240여개의 테크 관련 서브레딧(각 주제 별 커뮤니티를 지칭하는 용어)에서 수 많은 테크 얼리어답터들이 활동중이다.¹¹ 하지만 해당 커뮤니티에서 직접적인 마케팅 커뮤니케이션을 수행하는데 있어 매우 큰 장벽이 존재한다.

우선 프로덕헌트의 경우 컨셉이 “일간 신제품 차트”로서, 하루 100여개의 제품 리스팅 중에서 약 20-30여개만이 popular 섹션에 리스팅이 되고, 그 중에서도 상위 5-10개의 제품들만이 유의미한 주목을 받는 편이다. 이마저도 (PST 시간대 기준으로) 자정이 지나면 차트가 종료되어 전일 차트로 넘어가기 때문에 노출 시간이 매우 제한적이다.

레딧은 그 자체로서 하루 방문자 수가 1억명에 다다를 정도로 현존하는 최대 커뮤니티이지만, 이 트래픽은 120만개에 다다른 전체 서브레딧의 방문자수가 합해진 수치이고, 위 240여개의 테크 서브레딧 중에서 구독자 수가 만명이 넘는 곳은 많지 않기 때문에, 마케터가 해당 서브레딧을 직접 커뮤니케이션 해야하는 이슈가 있다. 또한 이마저도 대부분의 서브레딧에서 광고성 포스팅을 금지하고 있어서 제품 홍보가 쉽지 않다.

메이커가 얼리어답터들을 직접 커뮤니케이션 하는데 있어 어려움이 많기 때문에 차라리 해당 커뮤니티에서 영향력 있는 인플루언서, 테크 리뷰어 등과 계약을 맺고 제품 홍보를 간접적으로 진행하는게 더 효과적일 수 있다. 그러나 테크 영역의 인플루언서들을 직접

⁷ <https://www.publicity.com/marketsmart-newsletters/percentage-new-products-fail/>

⁸ <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>

⁹ https://en.wikipedia.org/wiki/Diffusion_of_innovations

¹⁰ <https://www.worthofweb.com/>, 2019년 2월 7일 기준

¹¹ <https://www.reddit.com/r/ListOfSubreddits/wiki/listofsubreddits>

찾아서 컨택해야 하는 비효율과, 마케팅 집행 가격이 투명하지 못하고 협상에 의해 천차만별인 경우가 많다.

1-2-2. 클라우드 펀딩 플랫폼

시장규모가 수십억 달러로 추정되는 클라우드 펀딩 플랫폼을 통해 신제품을 출시하는 것 역시 유효한 마케팅 채널이다. 특히 킥스타터 (<https://www.kickstarter.com/>)의 경우 2018년 한 해 동안 천 오백만명¹²이 넘는 펀딩 참여자들로 부터 총 6억달러¹³ 이상의 펀딩이 모금됐을 정도로 그 시장성이 해마다 증가하고 있다. 그러나 전체 펀딩 프로젝트 중에서 오직 36.63%만이 목표한 금액 모금에 성공했고,¹⁴ 이 성공한 프로젝트들 중에서도 70%는 펀딩 금액이 만 달러 에도 미치지 못했다.¹⁵ 더 큰 문제는 펀딩을 성공시키기 위해 투여되는 마케팅 자원이 대략 3만달러 이상이 필요한데다가, 5%의 플랫폼 사용료, 그리고 3% - 5%에 달하는 결제수수료 비용도 소요되는 등 그 한계가 명확하다.

지금까지 살펴본 바와 같이 테크 제품 런칭 시장의 큰 잠재성에 비해, 메이커들이 이 시장의 중요한 소비자 그룹인 테크 얼리어답터들을 직접 마케팅 커뮤니케이션하는데 있어서 큰 시장 비효율이 존재하는 것을 알 수 있다.

하지만, 이를 거꾸로 뒤집어서, 만일 위에 언급된 테크 관련 커뮤니티들을 연결하는 토큰 경제가 존재하고, 테크 얼리어답터들은 이 토큰 경제 하에서 본인들의 신제품에 대한 풍부한 지식과 열정을 커뮤니티에 표출함에 대한 플랫폼 기여분의 보상이 주어지고, 메이커들은 이렇게 연결된 테크 얼리어답터들을 대상으로 다양한 마케팅 활동을 펼침으로써 토큰 흐름이 완성되는 플랫폼이 형성된다면, 테크 제품 런칭 시장에서 이 토큰 경제의 영향력은 막대할 것이다.

¹² <https://www.statista.com/statistics/288345/number-of-total-and-repeat-kickstarter-project-backers/>

¹³ <https://www.statista.com/statistics/310218/total-kickstarter-funding/>

¹⁴ <https://www.statista.com/statistics/251727/projects-and-dollars-overview-on-crowdfunding-platform-kickstarter/>

¹⁵ <https://www.statista.com/statistics/235397/distribution-of-kickstarter-funds-raised-by-successful-projects/>

2. 시장기회 - 토큰 경제로 연결되는 얼리어답터 커뮤니티 플랫폼

자생 가능한 테크 커뮤니티를 구축하는 일은 사실 쉬운 일이 아니다. 위에 열거한 대형 커뮤니티들 역시 수익화를 위해 광고 모델을 운영중에 있으나, 유저 사용성을 해침으로써 지속 가능한 트래픽에 악영향을 끼치는 딜레마를 앓고 있다. 우리는 스팀 블록체인의 토큰 모델을 적용함으로써 얼리어답터와 메이커가 연결되는 자생 가능한 커뮤니티 플랫폼을 구축하고자 한다.

2-1. 테크 커뮤니티 광고 모델의 딜레마

커뮤니티의 규모가 커질수록 수익 채널을 구축하는 일은 커뮤니티의 지속가능성을 위해 반드시 필요한 일이다. 실제로 대부분의 대형 커뮤니티들은 광고 모델을 수익 채널로 운영하고 있지만, 이는 유저의 사용경험을 해쳐 다음 단계의 악순환에 빠지게 된다.

1. 커뮤니티가 큰 명성을 얻어 트래픽이 증가하고, 투자를 받고, 수익화를 위해 BM을 모색하다가 결국 광고를 기반으로 한 수익 채널을 구축한다.
2. 디스플레이 광고의 경우 대부분 유저 사용경험을 크게 훼손하는 경우가 많고, 이는 트래픽 감소로 연결된다.
3. 광고주는 위 트래픽때문에 광고를 집행하기 때문에, 광고 효과가 떨어질 경우 광고를 중단하거나 비딩 가격을 낮춘다.
4. 커뮤니티는 줄어든 수입을 보강하기 위해 더 공격적인 광고주 마케팅을 펼치게 되고, 이는 유저 사용성이 더 훼손되는 결과를 가져오고, 이는 추가적인 광고주 이탈을 발생시키는 악순환의 고리에 빠지게 된다.

어찌보면 당연한 결과 같아 보이는 이 악순환 패턴은 실제로 대형 테크 커뮤니티 중 하나인 프로덕헌트 (<https://www.producthunt.com/>)에서 발생중이다. 프로덕헌트는 2013년에 테크 제품들의 랭킹 커뮤니티로 시작하여 그들만의 독특한 포지셔닝과 탄탄한 초기 커뮤니티 유저를 바탕으로 크게 성장하여 스타트업 파운더, 투자자, 얼리어답터들의 방대한 유저를 보유한 거대 커뮤니티로 성장하였다.

그러나, 2016년에 Angellist에 인수된 이후 메이커들을 위한 다양한 광고 상품을 런칭였고, 이 시기를 기점으로 프로덕헌트의 트래픽은 지속적으로 감소하게 된다. 사이트 트래픽을 기준으로 결정되는 알렉사 랭킹에 의하면 프로덕헌트의 랭킹은 2016년 10월 11일에 2,593위의 정점을 찍은 후 랭킹이 꾸준히 하락하여 2018년 하반기에는 4천위 밑에서 맴돌기도 하였다.¹⁶

이처럼 커뮤니티에 광고 모델을 적용하는 것은 그 지속가능성에 심각한 위기를 초래할 수 있으나, 사실 트래픽을 기반으로 성장하는 서비스에서 광고 모델 말고는 유의미한 수익을 보장하는 비즈니스 모델은 많지 않다. 그러나 우리는 스팀 블록체인의 토큰 모델을 통해 이런

¹⁶ <https://www.alexa.com/siteinfo/producthunt.com>

광고 모델의 수익채널 없이도 커뮤니티가 스스로 자생하고, 그 위에 다양한 서비스 플랫폼을 구축할 수 있는 가능성을 발견하였다.

2-2. 스팀 블록체인과 지속 가능한 커뮤니티 토큰 모델

스팀 블록체인은 (<https://steem.com/>) 2016년에 출범한, 커뮤니티 구성원들의 개인 기여도를 공정하게 평가하여 보상 가능한 소셜 미디어 모델에 특화된 블록체인이다. 스팀의 토큰 경제의 목표는 모든 커뮤니티 구성원들의 실제 기여도를 정량적으로 평가하고 이를 기반으로 리워드 풀에서 정확하게 기여분 보상이 지급되는 암호화폐 체계를 구축하는 것이다.¹⁷

작업 증명 방식의 (PoW, Proof-of-Work) 블록체인 대비 스팀 토큰 모델의 독특한 점은 콘텐츠 기반으로 운영되는 커뮤니티의 가치 창출에 대한 각 구성원의 기여분을 운영 주체의 주관에 따라 달라질 수 있는 정성적인 방법이 아닌, 생성된 콘텐츠와 그 콘텐츠를 큐레이션 하는 커뮤니티의 핵심 활동에 참여한 사람들의 토큰 지분 권한에 따라 리워드 풀의 분배가 결정된다는 점이다.¹⁸

이런 차별성으로 인해 스팀 블록체인을 기반으로 수 많은 콘텐츠 기반의 앱 (DApp, Decentralised Application)이 탄생하였고, 대부분의 앱이 게임, 도박, 거래소 등인 이더리움과 달리 스팀 기반의 앱들은 소셜 미디어, 커뮤니티 등 실 생활에 밀접한 서비스들이 많다. 앱을 실제로 사용하는 활성유저 역시 타 블록체인 대비 월등한 수준으로, 이더리움 지갑 보유자의 2%만이 이더리움 앱을 사용하는 유저인 반면, 스팀 지갑 보유자는 44.02%가 스팀 앱을 실제 사용중인 유저이다.¹⁹

2-3. 스팀헌트를 통한 실험

위에 언급한 우리의 이상을 검증해 보고자 2018년 3월 5일, 스팀헌트 (Steemhunt, <https://steemhunt.com/>)를 스팀 블록체인 위에 출시하였다. 스팀헌트는 테크 얼리어답터들이 발견한 새롭고 혁신적인 테크 제품들을 커뮤니티 내에 소개하고 매일 매일 경쟁을 벌이는 랭킹 큐레이션 커뮤니티이다. 이렇게 새로운 제품들을 소개하고 열띤 토론을 벌이는 유저들을 "헌터"라고 부르고, 이들의 커뮤니티 공헌도는 스팀 블록체인에 의해 측정되어 암호화폐로 보상되는 앱 (DApp) 서비스이다.

이는, 프로덕헌트 (Product Hunt)가 구현하고자 했던 얼리어답터들의 랭킹 커뮤니티를 광고 모델이 필요 없는 자생가능한 테크 커뮤니티로 만들고자 스팀 토큰 모델을 적용한 것이다. 우리는 이를 통해 남보다 더 새롭고 특이한 제품들을 커뮤니티에 소개하고 남들에게 인정받는 가치있는 토론을 벌일수록 더 큰 보상이 주어지는 경쟁-보상의 역학관계가 동기부여를 강화하고 다시 선 순환 되어, 결국 중앙 주체의 인위적인 마케팅 자원 투입 없이도 자력으로 성장하는 테크 커뮤니티를 구현할 수 있을 것이라는 가설에 의한 시도이다.

¹⁷ 스팀 백서 - <https://steem.com/steem-whitepaper.pdf>

¹⁸ 스팀 청서 - <https://steem.com/steem-bluepaper.pdf>

¹⁹ <https://www.dapp.com/article/annual-dapp-market-report-2018>

우리는 약 1년간의 스팀헌트 제품 운영을 통해 위 가설을 검증하였고, 다음과 같은 유의미한 성과를 거둘 수 있었다 (2019년 2월 기준).

1. 만 오천명 이상의 헌터들이 총 4만 7천개 이상의 새로운 제품을 소개하였고, 총 \$158K 이상의 헌터 보상이 지급되었다.²⁰
2. 이런 헌터들의 활동으로 인한 Steemhunt.com의 컨텐츠는 매달 6만에서 10만명 사이의 월간 활성 유저들을 끌어들이고 있다.
3. 이더리움, EOS 포함 전 세계의 2천 5백개 이상의 앱 (DApp)들 중에서 상위 15위권을 항상 유지하는 방대한 실 유저를 보유한 앱으로 성장하였다.²¹
4. 유저 한명의 활성도를 프로덕헌트 (<https://www.producthunt.com/>)와 비교 해 봤을 때 유저 한명 당 업보팅은 77배 이상, 댓글은 566배 이상으로 월등한 활동을 보이고 있다.

²²

위 성과를 통해 우리는 토큰모델이 결합된 테크 커뮤니티 플랫폼의 지속가능성과 확장성을 확인할 수 있었고, 이를 토대로 메이커들과 얼리어답터들이 효과적으로 연결되는 블록체인 기반의 새로운 플랫폼 구축을 추진하고자 한다.

²⁰ <https://token.steemhunt.com/>

²¹ <https://www.stateofthedapps.com/rankings>

²² 2018년 9월 1일 - 21일까지의 데이터 비교. 양 사이트에 기간중 포스트들의 업보트와 댓글수를 측정하여 하루 평균 방문 유저수 대비 평균 환산.

3. 헌트 플랫폼 - 메이커와 얼리어답터를 연결하다

헌트 플랫폼은 테크 얼리어답터들을 위한 토큰 보상경제로 운영되는 커뮤니티를 기반으로 테크 메이커들이 신제품 런칭을 위해 필요한 활동들 (리뷰 캠페인, 할인 판매, 및 크라우드 펀딩 등)을 진행할 수 있는 다양한 앱 (DApp) 서비스들이 연결된 플랫폼이다.

헌트 플랫폼에는 생태계를 구성하는 세가지 레이어가 존재한다.

1. **커뮤니티 레이어:** 광고 모델이 필요 없는 자생가능한 테크 커뮤니티인 스팀헌트가 플랫폼 전체의 기반 레이어로서 얼리어답터를 생태계로 공급하는 역할을 담당한다.
2. **앱/서드파티 레이어:** 테크 메이커가 얼리어답터들과 다양한 형태의 가치교환이 가능한 리뷰헌트, 아이디어헌트와 같은 앱이 운영됨으로써 토큰의 사용성을 제공한다.
3. **메이커/컴퍼니 레이어:** 얼리어답터들의 전파력을 활용하여 신제품 런칭의 파급력을 높이고자 하는 테크 메이커들을 지속적으로 유입시킨다.

3-1. 스팀헌트 - 헌터들의 신제품 랭킹 경쟁 커뮤니티

스팀헌트 (<https://steemhunt.com/>)는 2018년 3월 5일에 런칭하여 헌트 플랫폼의 기반이 되는 테크 얼리어답터들의 데일리 제품 랭킹 큐레이션 커뮤니티 이다. “헌터”라고 불리는 커뮤니티 유저들이 소위 쿨해보이는 신제품들을 공유하고 마음에 드는 제품들에 업보팅 하거나 토론에 참여함으로써 매일 인기 제품들의 랭킹 경쟁이 벌어진다.

커뮤니티에서 인기가 높은 제품들을 자주 공유하거나, 업보팅, 토론 등 커뮤니티의 핵심 활동에 기여를 많이 할 수록 높은 토큰 보상을 받는다. 총 만 오천여명의 헌터들이 하루 평균 180개의 신제품들을 공유하고 있고, 헌터 한명이 하루 평균 5.7회의 업보팅 및 1.54개의 댓글을 남길 정도로 유저들의 활성도가 높다.²³

또한 스팀헌트 출시 이후 지금까지 총 46,915개의 제품이 커뮤니티에 소개 되었는데, 헌트 포스트 (제품을 스팀헌트에 소개하는 포스트) 1개당 평균 \$3.37의 헌터 리워드가 발생했고,²⁴ 단일 헌트 포스트로 역대 최고 기록인 \$247.13 리워드를 발생시킨 케이스도 있다.²⁵

스팀헌트는 스팀 블록체인의 창작 증명 (Proof-of-Brain) 기반의 리워드 시스템과 랭킹 경쟁 및 데일리 활동성 평가에 따른 유저 스코어 시스템을 통해 별도의 프로모션이나 디스플레이 광고 등 유저의 사용성을 해치는 그 어떤 기작이 필요 없는 지속 가능한 테크 커뮤니티를 지향한다 (토큰 모델 관련 내용은 “제 4장, 헌트 토큰 모델” 에서 후술).

²³ 2019년 2월 13일 기준 이전 30일간 평균

²⁴ 2018년 3월 5일부터 2월 13일까지의 모든 헌트 포스트가 발생시킨 헌터 리워드의 평균. 단위는 스팀달러 (SBD)로서 현재 Coinmarketcap 기준 1 스팀달러 = 0.9 USD 이다.

²⁵ <https://steemhunt.com/@kingscrown/bitcoin-mining-simulator-feel-like-a-bitcoin-millionaire-and-build-mining-farms>

3-2. 리뷰헌트 - 제품 런칭의 성과를 극대화 할 수 있는 리뷰 콘텐츠 거래 플랫폼

리뷰헌트 (Reviewhunt)는 2019년 2분기 베타 런칭이 예정된 헌트 플랫폼의 두번째 앱 (DApp)이다. 스팀헌트에 모여있는 테크 얼리어답터들은 대부분 레딧, 트위터, 프로덕헌트, 유튜브 등 외부 커뮤니티에서도 활발하게 활동하는 전파력 높은 얼리어답터들이다. 메이커들은 리뷰헌트를 통해서 그들의 신제품에 대한 리뷰 콘텐츠 캠페인을 전개함으로써 제품 런칭의 파급력을 높일 수 있다. 주요 내용은 다음과 같다.

1. 메이커들이 헌트 토큰 바운티를 걸고 헌터들에게 제품 리뷰를 요청
2. 헌터들은 해당 제품을 직접 사용해 보고 사용기를 유튜브, 블로그 등 각종 소셜 매체등에 게재하고 플랫폼에 공유하면 메이커가 리뷰 품질에 따라 바운티 풀에서 토큰을 지급
3. 메이커의 토큰 구입 장벽을 낮추기 위한 fiat payment 옵션 제공
4. (정식 버전에서 런칭 예정) 헌터들이 헌트 토큰을 사용해서 정가 대비 큰 폭의 할인율로 해당 제품 구매 가능

일반적으로 테크 얼리어답터들은 아직 시장에서 검증되지 않은 새로운 제품을 사용해 보는 위험 감수 성향 (risk-taking tendency)이 일반 유저들에 비해 월등히 높은 편이다. 메이커들은 이런 성향을 활용하여 바운티 혹은 큰 폭의 할인 판매를 통해 그들의 제품 체험을 촉진시킬 수 있고, 이는 헌트 토큰의 수요를 형성 할 것이다.

3-3. 아이디어헌트 - 제품 우선권 거래를 통해 제품 출시 전 가치를 형성할 수 있는 크라우드 펀딩 플랫폼

크라우드 펀딩 방식은 테크 메이커들이 얼리어답터들을 직접 공략할 수 있는 가장 효과적인 채널 중 하나이다. 아이디어헌트 (Ideahunt)는 스팀헌트의 헌터들을 타겟으로 크라우드 펀딩을 진행할 수 있는 플랫폼 서비스로서, 2019년 4분기에 알파 런칭을 목표로 개발중이다.

크라우드 펀딩은 이미 2019년 시장규모가 68억달러, 연간 성장률이 30.3%에 이를 정도로 거대해진 시장이다.²⁶ 이미 블록체인을 기반으로한 다양한 크라우드펀딩 플랫폼도 출시표를 던진 상태이다. 그러나, 그들 대부분은 킥스타터 (Kickstarter)나 고펀드미 (GoFundMe)등의 중앙화 기반 플랫폼의 크립토 버전의 형태로서, 내걸고 있는 차별화 포인트는 암호화폐로 펀딩 진행, 회계 비용, 수수료 비용 등의 절약, 스마트컨트랙트 사용 등의 수준이다. 이 정도의 차별점으로 이미 캠페인 수가 한 해 860만개 이상 쏟아지고 있는 중앙화 플랫폼과 직접 경쟁은 불가능하다.

아이디어헌트는 이더리움의 ERC721 처럼 대체 불가능한 토큰 프로토콜인 NFT (Non-Fungible Token) 방식을 곧 출시될 제품의 초기 한정 수량에 적용하여, 펀딩 참여자가

²⁶ <https://www.statista.com/outlook/335/100/crowdfunding/worldwide>

구매한 해당 제품의 NFT가 다른 참여자의 그것과 다른 속성 (예를들면 제품 수령일의 차등, 제품 고유번호/에디션 부여 등)을 지닐 수 있게 하는 독특한 크라우드 펀딩 플랫폼이다.

이 방식이 주는 강력한 차별화 포인트는 바로, 펀딩 참여자가 소유하는 고유한 NFT를 다른 유저들과 서로 거래가 가능하다는 점이다. 예를들어 어떤 혁신적인 제품이 1,000개의 초기 수량을 걸고 아이디어 헌트에서 크라우드 펀딩을 모집한다면, 그 1,000개의 NFT는 각각 제품 수령일의 차이, 또는 서로 다른 에디션으로의 출시 등 서로 다른 고유 속성이 부여된다. 해당 제품의 시장 기대반응이 높아질수록, 얼리어답터들은 우선 수령권이 높은 상위 번호의 NFT를 소유하고 싶다는 욕구가 높아질 것이고, 이를 플랫폼 내에서 서로 거래하면서 해당 제품의 출시 전 시장가치를 극대화 할 수 있게 된다.

4. 헌트 토큰 모델

헌트 (HUNT) 토큰은 스팀 블록체인을 기반으로 한 스마트 미디어 토큰 (SMT, Smart Media Token) 프로토콜로 발행된다. SMT 프로토콜이 이더리움 기반 ERC20등과 차별화 포인트는 SMT백서에 다음과 같이 기술되어 있다.

임의의 토큰 생성과 출시를 허용하는 토큰 프로토콜로 유명한 이더리움 ERC-20 등이 있지만, 사용자와 애플리케이션간의 인센티브 조정을 통해 콘텐츠 비즈니스에서의 토큰 사용성을 극대화하는 프로토콜은 존재하지 않았습니다. 보팅이나 포스팅같은 기본적인 동작에서도 수수료가 발생하는 차선의 트랜잭션 비용 모델 구조로 인해 창작 증명(Proof-of-Brain)에 기반하여 설계되지 않은 메타 토큰과 코어 토큰사이의 이해관계 불일치, 사회 금융적 운영을 수용하지 않는 개인키 계층 구조, 실시간 웹사이트와 동기화되지 않는 느린 트랜잭션 속도 같은 문제가 발생했습니다. 지금까지 어떤 프로토콜도 트위터, 레딧(혹은 서브레딧), 뉴욕 타임즈와 같은 콘텐츠 웹사이트에 적합한 유저 인터페이스를 제공하지 못했습니다.²⁷

즉, SMT는 이미 2016년부터 지금까지 총 20회의 Hard Fork의 업그레이드를 거치면서 안정성을 증명한 스팀 블록체인의 인프라를 그대로 활용하면서 스팀 (STEEM) 토큰과는 별개의 독자적인 토큰 발행을 통해 스팀헌트처럼 특정 주제 및 타겟 유저가 구분되는 커뮤니티에 지속가능성을 부여할 수 있다.

그러나 SMT 시스템은 아직 개발 단계에 있고, 정식 런칭 전 단계이기 때문에, 헌트 토큰은 우선 ERC20 기반으로 선 발행될 예정이고, SMT 기반의 정식 버전이 발행될 때 기존 ERC20버전을 교환할 예정이다.

4-1. 토큰 유틸리티

헌트 토큰은 헌트 플랫폼 내에서 다양한 참여자들이 커뮤니티 기여에 대한 보상, 서비스에 대한 거래 수단, 제품 구매등의 매개로써 스팀헌트, 리뷰헌트, 아이디어헌트 등의 앱 서비스에서 사용되는 유틸리티 토큰이다. 헌트 토큰은 회사의 지분이나 배당, 이익금 쉐어, 채무 등의 일체의 재산상의 권리, 의무를 지지 않는다.

헌트 토큰은 크게 다음 두가지 사용성을 가진다.

1. 스팀헌트 커뮤니티에서 제품 헌팅, 댓글, 큐레이션 (업보팅)을 통한 리워드 보상
2. 리뷰헌트와 아이디어헌트에서 메이커-헌터간의 서비스 교환 지불 수단

²⁷ https://github.com/clayop/smt-whitepaper-1/blob/master/smt-manual/manual_kor.md

4-2. 헌트 리워드 풀

헌트 리워드 풀은 스팀헌트 커뮤니티에서 유저들의 커뮤니티 기여분에 대한 보상 모델로서 형성되고 사용되어 진다. 스팀헌트 커뮤니티 가치 향상에 기여하는 유저의 역할은 크게 다음 두가지가 있다.

1. **헌터 (Hunter)** - 매일 새로운 테크 제품들을 발굴해서 스팀헌트 커뮤니티에 공유하고, 다른 헌터들과 공유된 제품들에 대해 활발히 토론함으로써 스팀헌트의 “신제품 랭킹 커뮤니티”의 가치를 높이는 역할을 한다.
2. **큐레이터 (Curator)** - 스팀헌트에 공유되는 제품들, 댓글들을 시간을 들여 평가하고 업보팅 함으로써 커뮤니티 목적에 부합된 양질의 컨텐츠들의 visibility를 높이고 컨텐츠를 제공한 사람들이 합당한 보상을 받을 수 있게 한다.

이 핵심 기여자들에게 공정하게 보상하기 위해 스팀헌트에는 다음 두 가지 리워드 풀이 운영된다.

1. 연간 헌트 토큰 인플레이션으로 새롭게 발행되는 리워드 풀
2. 헌트 플랫폼 운영 주체가 일정량의 헌트 토큰을 스테이킹 하고 이를 큐레이션에 활용함으로써 발생하는 리워드 풀

4-2-1. 스팀의 “창작 증명 (PoB, Proof-of-Brain)” 알고리즘에 의해 배분되는 연간 인플레이션 리워드 풀

스팀의 스마트 미디어 토큰 (SMT, Smart Media Token) 프로토콜로 발행되는 헌트 토큰은 “작업 증명 (PoW, Proof-of-Work)” 방식의 토큰들 처럼 컴퓨팅 파워를 통한 채굴방식을 택하지 않고, 생태계 참여자들이 커뮤니티 기여 활동을 함으로써 토큰이 인센티브로 분배되는 방식을 택하게 된다.

그러나 지금 백서가 작성되는 (2019년 2월 17일) 현재 SMT는 아직 테스트 단계이기 때문에 헌트 토큰은 ERC20 기반으로 임시 발행되고, 스팀헌트의 토큰 배분은 헌트 토큰이 아닌 스팀 (STEEM) 토큰으로 이루어지고 있다. 따라서 제 4-2-1장의 내용은 ERC20 버전이 아닌 추후 전환될 SMT 버전의 헌트 토큰에 관한 내용임을 밝힌다.

헌트 토큰은 매년 인플레이션을 통해 새롭게 발행되는 토큰으로서, 발행 첫 해에 10%의 인플레이션율로 시작되어 총 20년간 연간 인플레이션율이 0.5%씩 감소한다. 이후 인플레이션율은 연간 1%로 고정된다. 이렇게 신규 발행되는 헌트 토큰이 스팀헌트의 헌터와 큐레이터들에게 지급되는 보상의 원천이 된다. 전체 리워드 풀에서 50%는 헌터들에게, 나머지 50%는 큐레이터들에게 배정된다.

“창작 증명 (PoB, Proof-of-Brain)”이란 토큰 스테이킹 비율에 따른 업보팅 기반의 리워드 분배 알고리즘 (stake-weighted voting system)을 말한다.²⁸ 이는 업보팅 활동을 하는 유저의 토큰 스테이킹 규모가 클 수록 (본인 포함) 해당 컨텐츠의 보상 대상자들의 리워드 풀 지급 요청

²⁸ <https://steem.io/steem-bluepaper.pdf>

권한 (vesting shares)이 높아지는 보상 배분 알고리즘을 뜻한다. SMT의 이 시스템을 통해 스팀 위에서 댕을 만들고 토큰 경제를 운영하는 주체와 커뮤니티 멤버들의 지속 가능한 성장을 촉진한다.

이를 스팀헌트에서 헌트 토큰이 배분되는 상황으로 적용하여 설명하면 다음과 같다. 스팀헌트에 올라오는 헌트 포스트들, 댓글들에 업보팅을 하는 큐레이터들이 헌트 토큰을 스테이킹 하고 있는 비율에 따라 해당 콘텐츠들의 리워드 풀 지급 금액이 결정되고, 이 금액의 50%는 해당 콘텐츠를 작성한 헌터가, 나머지 50%는 업보팅 한 큐레이터들의 토큰 스테이킹 비율 등의 로직으로 리워드가 차등 분배된다.

4-2-2. 유저 스코어 제도와 헌트 플랫폼 운영 주체의 리워드 풀

스팀 블록체인의 “창작 증명” 방식의 리워드 풀 배분의 한가지 큰 문제점은, 토큰 배분을 결정하는 요소가 100% 해당 유저가 얼마나 토큰을 스테이킹하고 있는지에 달려있고, 해당 유저의 커뮤니티 활동에 대한 다른 요소들은 전혀 반영이 되지 않는다는 점이다. 커뮤니티의 가치 상승은 유저들의 활발한 활동성이 뒷받침 되어야 가능하기 때문에, 우리는 스팀헌트의 스팀 기반 보상 풀에 더해 유저 스코어 기반의 보상 풀을 추가하였다.

헌트 플랫폼을 운영하는 운영 주체 역시 커뮤니티의 한 일원으로서 회사 계정에 헌트 토큰을 스테이킹 할 수 있고, 이를 통해 인플레이션 리워드 풀에서 토큰 보상 권리를 행사할 수 있다. 이에 우리는 스팀헌트에서 활동하는 모든 유저들을 대상으로 그들의 데일리 활동이 커뮤니티에 기여하는 바를 측정하여 점수화 하는 유저 스코어 제도를 개발하고, 이 유저스코어에 따라 매일 운영 주체의 계정에서 해당 유저의 콘텐츠에 업보팅을 함으로써 추가 헌터 보상이 이루어지는 리워드 제도를 운영하고 있다.

유저 스코어는 총 4가지 지표 - 신뢰도 지표, 활동성 지표, 큐레이션 지표, 헌터활동 지표 - 로 구성되고, 해당 유저의 최근 30일간의 활동을 모니터링하여 해당 일의 유저 스코어가 결정된다. 또한, 유저 스코어는 상대 평가 방식으로 산정되는데, 내가 달성한 활동 점수가 동기간 다른 유저의 점수보다 더 높으면 유저 스코어가 올라가고, 반대의 경우 점수가 내려가는 방식을 말한다.

유저 스코어 최대 값은 10점이고, 이 점수를 계산하는 주요 로직 및 파라미터는 헌트 토큰 경제의 규모가 증가하고 참여자 범위가 늘어남에 따라 추후 변경될 수 있다. 이렇게 부여된 유저 스코어에 따라 회사는 헌터들의 콘텐츠에 다음과 같은 방법으로 매일 업보팅 함으로써 추가 보상을 하게 된다 (유저 스코어에 따라 보팅 웨이트가 달라진다).

1. 모더레이터에 의해 승인된 헌트 포스트들 중에서 매일 상위 100개의 헌트 포스트 및 댓글 콘텐츠에 회사의 계정인 @steemhunt에서 보팅을 실시하고, 한 헌터당 하루에 받을 수 있는 보팅은 일일 1개의 헌트 포스트 및 2개의 댓글을 넘지 않는다 (보팅 웨이트는 해당 헌터의 유저 스코어에 따라 상이하다).
2. 이 보상 풀은 유저 스코어가 1.0 이상인 헌터들에게만 적용된다.

회사가 직접 운영하는 이 리워드 풀은 전체 리워드 풀의 10%를 넘지 않는 범위로 운영한다.

4-3. 가치교환을 위한 지불수단

헌트 플랫폼은 테크 메이커들과 얼리어답터들이 서로 가치 교환이 가능한 통합 생태계로서, 스팀헌트를 베이스 커뮤니티로 하여 여기서 활동하는 헌터들을 대상으로 메이커들이 리뷰헌트, 아이디어 헌트 등의 댁 (DApp) 서비스를 통해 다양한 가치교환 활동이 벌어진다. 헌트 토큰은 이 가치교환의 지불 수단으로 활용된다.

리뷰헌트에서는 메이커들이 헌트 토큰을 구매하여 리뷰 캠페인을 전개하게 되고, 헌터들이 생성하는 다양한 채널의 리뷰 콘텐츠들에 대한 바운티 보상을 지급하는 수단으로 사용된다. 또한 리뷰 콘텐츠를 조건으로 헌터들에게 할인 구매 옵션을 제공할 수도 있는데, 이때 헌터들은 헌트 토큰을 사용하여 해당 제품을 구매한다.

아이디어헌트 에서는 헌터들이 헌트 토큰을 사용하여 크라우드 펀딩 프로젝트에 참여하고, 그들이 구매한 제품의 NFT (non-fungible token)를 서로 상이한 조건이 부여된 다른 NFT 보유자와 거래하는 기축 통화로써 헌트 토큰이 사용된다.

4-4. 토큰 모델의 수정/보완

위에서 기술한 헌트 토큰 모델은 사실 “온 체인 (On-chain, 블록체인 네트워크에 올라가는 트랜잭션)”과 “오프 체인 (Off-chain, 중앙 서버에서 처리되는 트랜잭션)”이 혼합된 모델이다. 토큰 경제는 “경제 (economy)”라는 용어에서 내포하듯 토큰을 매개로 한 생태계 참여자들의 공동생활을 유지, 발전시키기 위해 필요한 가치교환 및 관계를 뜻한다. 따라서 각기 다른 이해관계를 가진 참여자들, 그리고 그 규모가 커짐에 따라서 발생하는 다양한 변수를 처음부터 정확하게 계산하여 토큰 모델을 설계하는건 절대로 불가능하다.

네트워크 참여자가 늘어나고 다양한 변수, 인센티브 남용자들이 발생함에 따라 알고리즘을 끊임 없이 수정, 보완해 나가야 함에도 불구하고 대부분의 블록체인 기반 토큰 모델은 처음에 셋업한 이후 수정 보완이 어려운 구조이다 (주요 파라미터, 로직 변경등은 대부분 하드포크 (hard fork)가 수반되기 때문이다).

이런 이유로 헌트 토큰 모델은 기획 단계에서 부터 온 체인과 오프 체인을 결합한 하이브리드 모델로 설계되었고, 이미 스팀 블록체인의 컨센서스 모델에 따라 운영되는 온 체인 기반 모델과 달리 유저 스코어를 기반으로 운영되는 오프 체인 기반 토큰 모델은 약 일년간의 끊임 없는 수정, 보완 과정을 거쳐 발전되어 왔다.

5. 비정상적의 정상화

블록체인에서 사용되는 토큰을 초기 발행할 때 그 중 일부를 Crowdsale 방식으로 판매함으로써 프로젝트의 초기 자금을 마련하는 펀딩 방식인 ICO (Initial Coin Offering)는 그 자체로 혁신적인 펀딩 방식이긴 하지만, 다음 설명된 매우 비정상적인 관행들이 수반되면서 자본시장을 교란하는 주범으로 인식되어 왔다.

1. 수십페이지가 넘는 화이트페이퍼와 랜딩페이지 하나로 자금을 모집하고, 자금 모집 단계에서 프로토타입 제품조차 존재하지 않는 경우가 거의 대부분이다. 해당 프로젝트의 깃허브 레포에는 개발 관련 활동이 전혀 없으며 창업팀은 시간의 대부분을 제품 개발이 아닌 각종 컨퍼런스 참여, 밋업 개최 등에 사용한다.
2. 아직 제품도 없는 아이디어 단계의 프로젝트가 이미 수십명의 팀원 및 어드바이저들을 동원하여 수십억 이상 규모의 펀딩을 진행한다. 이는 마치 아이디어 하나로 중견급 규모의 팀/어드바이저를 모아서 시드, 시리즈 라운드 펀딩 등을 모두 생략하고 바로 IPO (기업공개)를 시도 하는 것과 다름 없다.
3. 대부분의 ICO가 그들의 토큰이 "유틸리티" 토큰임을 주장하지만, 초기 토큰 보유자들은 그 "유틸리티"와는 전혀 무관한 유저 페르소나를 지닌 투자자들인 경우가 많다. 이들 투자자들은 해당 토큰의 "유틸리티"에 의한 보유가 아닌, 시장 상장 후 차익 실현을 위해 보유하는 경우가 대부분이다.

이런 비정상적인 관행들은 결국 2018년의 긴 블록체인 침체기를 초래하였고, 전체 ICO의 78% 이상은 스캠으로 판명, 7%는 실패하거나 프로젝트가 사멸하였다.²⁹ 또한 가장 큰 네트워크 규모를 자랑하는 이더리움 블록체인에서 돌아가는 1,375개의 댑 (DApp)들 중 86%는 유저가 단 한명도 없으며, 93%는 아예 온 체인 트랜잭션이 단 한 건도 발생하지 않은 댑인 것으로 드러났다.³⁰

제 5장에서는 우리가 이런 비정상적인 관행에서 벗어나고, 실제 유저가 사용하는 제품 및 끊임없이 수정 보완된 토큰 모델을 보유하여 펀딩 단계에서 플랫폼의 스케일업을 위한 준비된 프로젝트로서 펀딩을 시도하는, 즉 비정상적의 정상화 과정에 대해 서술하고자 한다.

5-1. 가설 검증을 통해 충분히 수정/보완이 이루어진 토큰 모델, 그리고 일반 사용자 친화적인 제품

대부분의 블록체인 프로젝트들이 제품도 없이 백서 하나로 수십, 수백억의 펀딩을 모집하던 시절인 2018년 3월, 우리는 베타 버전으로서 스팀헌트 제품을 먼저 런칭하고 토큰 모델을 운영하기 시작했다.³¹ 그 이유는 그 당시 블록체인 기반 제품이 광범위한 유저들에게 사용되기에는 두가지 중요한 문제가 있다고 생각했기 때문이다.

²⁹ https://research.bloomberg.com/pub/res/d28giW28ff6G7T_Wr77aU0gDgEQ

³⁰ <https://www.cryptoglobe.com/latest/2019/02/over-90-of-dapps-did-not-record-transactions-dappradar-data-shows/>

³¹

<https://steemit.com/steemdev/@steemhunt/introducing-steemhunt-daily-ranking-of-effortlessly-cool-products-fueled-by-steem-blockchain>

그 첫 번째 문제가 바로 토큰 이코노미인데, 아무리 세밀하게 계획된 토큰 모델일지라도 실제 유저 행동 단계에서 수없이 많은 변수가 발생하고, 예측하지 못했던 어부져들이 발생하게 된다. 즉, 광범위한 참여자들을 모을 수 있는 토큰 모델이 되려면 제법 오랜 시간 동안 유의미한 규모의 사용자들로 부터 검증, 발전되는 과정이 필수적이다.

헌트 토큰 모델은 런칭 이후 약 일년간 총 7번의 수정 보완 및 어부져 자동 감지 알고리즘 및 데이터베이스 운영,³² 유저들에 의한 자발적인 모니터링 시스템을 운영함으로써 mass adoption을 위한 준비를 마친 상태이다. 주요 업데이트 로그는 다음과 같다.

1. 2018년 4월 17일 - 토큰 보상에 대역폭을 지원하는 스폰서들의 인센티브 모델 추가³³
2. 2018년 6월 13일 - 스팀 블록체인 최초로 ABV (Account Based Voting) 기반의 랭킹 시스템 도입³⁴
3. 2018년 6월 22일 - ABV 시스템 보완을 위한 다양성 지수 평가 모델 도입³⁵
4. 2018년 7월 25일 - 헌터 레벨제도 기반 토큰모델 운영 시작³⁶
5. 2018년 11월 10일 - 코멘트 업보팅에 헌터 레벨에 기반한 스코어 제도 도입³⁷
6. 2018년 11월 17일 - 활동성 상대평가 방식의 유저 스코어 제도 시작³⁸
7. 2018년 12월 7일 - 스팀 리워드를 헌트 리워드로 전환 가능한 토큰 모델 도입³⁹

앱들이 광범위한 유저 확보가 어려운 두번째 이유는 바로 복잡한 사용성이다. 대부분의 이더리움 혹은 EOS기반 앱들은 사용자 인증에 메타마스크 (Metamask)와 스캐터 (Scatter)와 같은 웹 브라우저 익스텐션 방식을 사용한다. 이는, 블록체인에서 사용하는 해시 형태의 마스터키가 복잡하고 보안 리스크가 높아서 일반 유저들이 관리에 어려움을 겪기 때문에 도입된 인증 방식인데, 이는 오히려 블록체인 경험이 없는 일반 유저들의 접근을 막는 결과를 가져왔다. 모바일 환경에서는 사용 자체가 불가능하고, 초기 세팅 과정도 매뉴얼 없이는 계정 생성 자체가 쉽지 않기 때문이다.

스팀헌트는 기획단계 부터 블록체인에 경험이 전혀 없는 일반 유저의 사용성을 고려하여 출시되었다. 스팀헌트의 모든 기능은 데스크탑, 모바일 환경 모두에서 동일하게 구현되고, 완벽한 반응형 디자인 및 심미적 완성도를 추구한다.

또한, 스팀헌트의 사용자 인증은 스팀커넥트 (SteemConnect)⁴⁰라는 인증방식을 사용하고 있는데, 이 방식은 페이스북, 트위터, 구글플러스 등의 일반적인 소셜 로그인과 동일한 방식으로서, 유저가 한번 스팀커넥트에 로그인 한 이후에는 별도의 키 정보 입력 과정 없이 스팀커넥트를 사용하는 모든 앱 (DApp) 서비스에 접근 가능하다. 당연히 모바일 환경에서도 완벽하게 작동된다.

³² <https://github.com/Steemhunt/whitelist/blob/master/steemhunt/blacklist.json>

³³ <https://steemit.com/steemhunt/@steemhunt/introducing-incentives-for-steemhunt-sponsors>

³⁴ <https://steemit.com/steemhunt/@steemhunt/steemhunt-initiates-account-based-voting-ranking-system>

³⁵ <https://steemit.com/steemhunt/@steemhunt/steemhunt-s-account-based-voting-ver-2-diversity-score>

³⁶

³⁷ <https://steemit.com/steemhunt/@steemhunt/steemhunt-abv-2-0-introducing-hunter-level-based-steemhunt-upvotes-or-new-category-search-feature>

³⁸

³⁹ <https://steemit.com/steemhunt/@steemhunt/introducing-hunt-score-based-comment-curations-and-new-airdrop-category-for-comment-upvotes>

⁴⁰ <https://steemit.com/steemhunt/@steemhunt/introducing-new-steemhunt-user-score-now-your-hunt-token-balance-matters>

³⁹ <https://steemit.com/steemhunt/@steemhunt/boost-hunt-is-live-now-converting-stu-rewards-to-hunt-tokens>

⁴⁰ <https://app.steemconnect.com/>

스팀헌트는 처음부터 초기 유저 구축, 사용성 개선에 모든 자원을 투입하여 PMF (Product-Market Fit)을 개선해 왔으며, 오픈소스로서 모든 개발 과정은 스팀헌트 깃허브 레포에 투명하게 공개되어 있고,⁴¹ 단 두명의 팀 멤버가 일년이 안 되는 시간동안 총 2,100회 이상의 개발 커밋이 이루어지고 있을 정도로 개발 활동이 가장 활발한 블록체인 프로젝트 중 하나이다. 참고로 CoinGecko에 리스팅 되어 있는 전체 2,072개의 프로젝트 중 과거 30일 동안 단 한번이라도 개발 커밋이 이루어진 프로젝트는 단 49개 밖에 없다.⁴²

5-2. 린 (Lean) 방식의 팀 운영과 커뮤니티 주도의 제품 운영

일반적인 스타트업의 성장 단계는 다음과 같다.

1. 2-3명의 적은 파운더가 팀을 만들고 MVP (Minimum Viable Product)를 런칭한다.
2. MVP를 검증하는데 필요한 최소한의 런웨이를 위한 엔젤라운드, 혹은 엑셀러레이터 배치에 들어간다.
3. 초기 유저를 구축하고 제품/사용성을 개선한다.
4. 시드 라운드 펀딩을 진행, 10명 미만의 팀 구성, PMF (Product-Market Fit) 개선 등이 이루어진다.
5. 시리즈 A, B 라운드 펀딩을 진행하고 팀을 수십명 규모로 확장, 수익화 채널 개발 및 성장에 집중한다.
6. 기업공개 (IPO, Initial Public Offering)를 통해 상장을 추진하거나 대기업에 인수 합병된다.

위에서 언급했듯이, 현재 ICO의 관행은 수십명의 팀원, 수십명의 어드바이저, (대부분은 계약관계가 아닌) 파트너십 등이 나열된 랜딩페이지와 수십 페이지의 화이트페이퍼를 동원하여, 위 1번 - 5번을 모두 생략하고 제품도 없이 6번 단계를 바로 진행하는 것과 마찬가지로이다.

우리는 시작단계 부터 이런 관행을 거부하고, 린 (Lean)한 팀 구성, 블록체인 프로젝트에 적합한 커뮤니티 주도의 제품 운영, 끊임없는 토큰 모델 및 제품 개선을 통한 PMF 고도화에 집중해 왔다. 특히, 대부분 화려해 보이는 이름만 나열되어 있고, 실제 프로젝트의 성공과는 큰 관련이 없는 수십명의 어드바이저 구축을 거부해 왔는데, 사실 저렇게 이름만 빌려주는 어드바이저들의 토큰 물량은 거래소 상장시 가장 먼저 덤프 (dumping)된다는 업계의 공통된 시각이 있을 정도로 프로젝트의 성공을 방해하는 요소이다.

현재 헌트 플랫폼의 어드바이저는 체인 파트너스 (Chain Partners) 단 한 곳 으로서,⁴³ 팀은 제품과 커뮤니티 구축에 집중하고, 거래소 상장 등 제품 외적으로 투입되는 부분은 체인 파트너스가 집중하는 시너지 협력 관계로 운영되고 있다.

⁴¹ <https://github.com/Steemhunt>

⁴² <https://www.coingecko.com/en?view=developer>, 2018년 12월 19일 기준

⁴³ <https://chain.partners/?lang=en>

5-2-1. 팀 소개

헌트 플랫폼 팀은 현재 Sebastian Kim (김동혁), YoungHwi Cho (조영휘) 두명의 파운더로 운영되고 있다. 김동혁⁴⁴ 코파운더 및 개발자는 10년 이상의 풀 스택 개발 경험과 5년 이상의 스타트업 창업 경험이 있고, 조영휘⁴⁵ 코파운더 및 디자이너는 6년 이상의 신규 비즈니스 개발 및 제품 개발 경험이 있다.

두 명의 파운더는 2015년 부터 팀을 이루어 다양한 앱과 서비스를 개발, 운영해 왔으며, 특히 제품 기획-출시-수익화의 전체 과정을 여러번 경험한 팀이다. 본 팀에서 출시한 서비스들 중에는 앱 스토어 상위권 랭킹을 여러번 달성한 앱 서비스 및 BEP (Break Even Point)를 달성하고 성공적인 수익을 내고 있는 마케팅 솔루션 서비스도 있다.

5-2-2. 커뮤니티 주도 제품 운영

블록체인 기반의 탈중앙화 프로젝트로서 헌트 플랫폼의 핵심 성공 요인 중 하나는 충성도 높은 커뮤니티를 구축하고 제품 개발 및 발전에 커뮤니티의 의견이 최대한 반영되도록 하는 것이다. 따라서 스팀헌트에는 모더레이터와 인플루언서라는 중요한 역할을 커뮤니티에서 선발하여 운영하고 있다.

스팀헌트 모더레이터란 하루에도 200개 이상씩 올라오는 헌트 포스트를 모두 검증하여 해당 포스트가 스팀헌트 포스팅 가이드라인⁴⁶에 맞게 작성되었는지를 검토하여, 가이드라인에 맞지 않는 포스트들을 랭킹보드에서 삭제하는 역할을 담당하고 있다. 총 10명의 모더레이터가 헌터들 중에서 선발되어 운영되고 있다. 이는 커뮤니티에서 공유되는 콘텐츠의 품질을 유지하고, 혹시 모를 저작권 침해 가능성을 미연에 방지하기 위한 아주 중요한 역할이다.

스팀헌트 인플루언서란 스팀헌트에 올라오는 제품 들 중에서 커뮤니티가 지향하는 가치에 부합하는 우수한 제품임에도 불구하고 아직 차트에서 visibility가 저조한 헌트 포스트들을 발굴하여 추천하는 역할을 수행하고 있다. 총 20명의 인플루언서가 운영 중이며, 이들은 매주 IES (Influencer Evaluation Scores)라는 평가 방법을 통해 전체 헌터들 중에서 IES가 가장 높은 상위 20명이 자동으로 선발되는 운영방식을 취하고 있다.⁴⁷

추후 합류, 변경되는 팀 및 커뮤니티 롤 정보는 헌트 플랫폼 웹사이트에 업데이트 된다.

<https://token.steemhunt.com/>

⁴⁴ <https://www.linkedin.com/in/sydneyitguy/>

⁴⁵ <https://www.linkedin.com/in/andrewyh/>

⁴⁶ https://github.com/Steemhunt/web/blob/master/POSTING_GUIDELINES.md

⁴⁷ <https://steemit.com/steemhunt/@steemhunt/steemhunt-witness-initiatives-term-2-influencers-or-sponsor-report-24>

5-3. 유틸리티 토큰 참여자에 집중된 토큰 배분 정책

앞서 언급했듯이 대다수의 ICO 토큰들이 “유틸리티 토큰”을 표방하면서 초기 토큰 보유자들의 대부분은 해당 토큰의 유틸리티 목적과는 전혀 관계 없는 투자자들로 이루어진다. 이는 토큰 모델을 운영하기도 전에 첫 단추부터 잘못 끼워지는 것과 다름 없다.

헌트 플랫폼은 2018년 3월 제품 출시 후 약 3개월 간의 인센티브 기반 유저 행동에 대한 초기 데이터를 확보한 후 2018년 5월 22일부로 토큰 생태계 구축을 위한 바운티 프로그램을 시작하여 300일 넘게 운영해 왔다. 이는, 정식 버전의 토큰 발행 전에 초기 발행분의 50%를 리저브하여 최대한 초기 토큰 홀더들을 토큰 유틸리티 목표에 부합하는 유저들로 구축하기 위해 설계된 독특한 방식의 토큰 배분 프로그램이다.

헌트 토큰은 제 4장 토큰 모델에서 설명하였듯이, 스팀 블록체인의 스마트 미디어 토큰 (SMT, Smart Media Token) 프로토콜로 발행될 예정이고, 발행 시 총 5억개의 헌트 (HUNT) 토큰이 발행된 후, 첫 해에 10%의 인플레이션율로 시작되어 총 20년간 연간 인플레이션율이 0.5%씩 감소하다가 1%로 고정되는 인플레이션 토큰이다. 아직 SMT는 정식 런칭 전 단계이기 때문에 우선 임시로 5억개의 ERC20 버전 토큰이 선 발행될 예정이고, SMT 버전 출시 시점에서 ERC20 헌트 토큰 보유자들을 SMT 버전으로 전환시킬 예정이다.

5-3-1. 각 카테고리 별 초기 발행 토큰 배분

- 토큰 생태계 구축 바운티 프로그램 - 50% (2019년 2월 17일 기준 15.58% 진행)
- 사업 개발, 플랫폼 운영, 커뮤니티 운영을 위한 리저브 - 20%
- 팀 멤버 (2년 베스팅) - 10%
- IEO를 통한 토큰 세일 - 10%
- 추후 2차 토큰 세일을 위한 리저브 - 10%

바운티 프로그램의 실시간 배분 현황은 다음 사이트에서 확인 가능하다.

<https://steemhunt.com/bounties>

5-4. 로드맵

헌트 플랫폼은 스팀헌트 커뮤니티를 기반으로 테크 메이커와 얼리어답터를 연결하는 다양한 앱 (DApp) 및 부가 서비스를 토큰 경제 위에 구현하는 프로젝트이다. 따라서 실제 기업 및 참여자들의 니즈 반영, 토큰 경제의 수요 채널 구축 과정에서 로드맵을 수정, 보완해 나가고 있다.

아래 기술된 로드맵 이후 변경되는 사항은 계속 헌트 플랫폼 웹사이트에 업데이트 된다.

<https://token.steemhunt.com/>

2018년	1분기	스팀헌트 커뮤니티 런칭
	2분기	헌트 토큰 생태계 바운티 프로그램 시작
	3분기	스팀 계정생성을 스팀헌트에서 직접 개설 가능한 인터페이스 구축
	4분기	스팀 커뮤니티 영향력 확대를 위한 스팀 증인 노드 운영 시작
2019년	1분기	헌트 토큰 지갑 인터페이스 개발 및 거래소 상장 계획 수립
	2분기	ERC20 버전의 헌트 토큰 발행 및 거래소 상장
		리뷰헌트 베타 버전 런칭
	3분기	플랫폼 내 헌트 토큰 결제 솔루션 개발
4분기	아이디어헌트 알파 버전 런칭	

6. 면책공고

이 백서 (“White paper”)는 별도의 공지 없이 수시로 개정될 수 있다. 이 백서는 일반적인 정보를 제공하기 위한 것이며, 완전하거나 포괄적이거나 최종적인 것이 아니다.

BourbonShake Inc. 혹은 관계 기업 및/또는 계열 회사는 이 백서와 관련하여 또는 이 백서에 의존하는 것에 아무런 책임을 지지 않으며 백서의 정확성과 완전성을 보장하지 않는다.

아래에 설명된 위험 요소 및 현재 실질적으로 중요하지 않다고 보이는 추가적 위험이 실현되는 경우, 헌트 플랫폼 (HUNT Platform)의 상업적인 실행 가능성에 중대하고도 부정적인 영향을 미칠 수 있고, HUNT 토큰의 파괴 또는 헌트 플랫폼의 개발 및 운영의 중단을 초래할 수 있다.

1. 헌트 플랫폼의 개발 또는 전개, 그 밖에 BourbonShake Inc. 혹은 관계 기업 및/또는 계열 회사의 다른 제품 및 서비스는 자금 부족, 상업적 성공이나 전망의 부족, 광고주, 발행인 및 사용자들의 부족을 포함하는 수많은 이유들로 인해 실패되거나 폐기 및 지연될 수 있다.
2. BourbonShake Inc. 혹은 관계 기업 및/또는 계열 회사는 그들의 개인키 (private keys)에 접근할 수 없거나 데이터 침해 혹은 손실의 대상이 될 수 있다. BourbonShake Inc. 혹은 관계 기업 및/또는 계열 회사는 합리적인 보안 절차를 시행할 계획이지만, BourbonShake Inc. 혹은 관계 기업 및/또는 계열회사는 이러한 보안 예방 조치의 성공을 예측할 수 없다.
3. HUNT 토큰의 기능은 복잡하며, 시간이 지남에 따라 향상된 기능 및 제품 지원이 필요할 것이며 완전한 기능은 예상보다 오래 걸릴 수 있다. 이러한 토큰의 완전한 기능은 아직 완료되지 않았으며 이러한 완료에 대하여 어떠한 보증도 제공할 수 없다.
4. 지갑과 연계된 개인키에 대한 접근을 획득한 제3자는 지갑에도 접근할 수 있다. 이러한 개인키의 상실 또는 파괴는 되돌릴 수 없다.
5. ETH (이더리움) 및 STEEM (스팀)의 가치는 상당히 떨어질 수 있으며, 이는 BourbonShake Inc. 또는 관계 기업 및 계열 회사 또는 운영을 지속하기 위해 필요한 자원들을 허용하지 않을 수 있다.
6. 암호화폐 (cryptocurrencies)는 정부 기관 및 전 세계의 그 밖에 규제 기관에 의한 규제 조사의 대상이며, BourbonShake Inc. 또는 관계 기업 및/또는 계열 회사는 하나 이상의 조사 또는 조치에 의해 부정적인 영향을 받을 수 있다.
7. 헌트 토큰 구매자에 의해 보유되는 헌트 플랫폼 (HUNT Platform)의 형식 및 기능에 관한 기대치는 (백서 또는 다른 이유로 인한 것이든) 설계 및 실행 계획의 변경, 지연 또는 차이들을 포함하는 많은 이유들로 인해 헌트 플랫폼 및 헌트 토큰의 배포 당시 충족되지 않을 수 있다.
8. 이더리움 및 스팀 블록체인은 여전히 비교적 초기 개발 단계에 있으며 완전히 입증되지 않았다. 이더리움 및 스팀 블록체인의 오작동, 결함, 고장 또는 폐기는 헌트 토큰 또는 헌트 플랫폼에 중대한 부정적 영향을 미칠 수 있다.
9. 이더리움 및 스팀 블록체인은 합의 (consensus) 프로토콜/알고리즘의 변경이 예상된다. 이는 이더리움 및 스팀 블록체인의 토대가 될 새로운 암호화 컨센서스 메커니즘을 비효율적으로 만드는 방법이 개발되는 경우, 헌트 플랫폼 (HUNT Platform)에 의해 제공되는 서비스 및/또는 제품을 얻기 위한 토큰의 유틸리티를 포함하는 HUNT 토큰에 대한 위험을 보여준다.

10. 암호 해독의 발전, 또는 양자 컴퓨팅의 개발과 같은 기술적 진보는 HUNT 토큰의 도난 또는 분실을 야기할 수 있어 암호화폐 및 BourbonShake Inc. 또는 관계 기업 및/또는 계열 회사에 대한 위협으로 이어질 수 있다.
11. 토큰 거래는 취소할 수 없으며 도난 당하거나 잘못 전송된 HUNT 토큰은 회수할 수 없다. 결과적으로, 잘못 이행된 HUNT 토큰 거래는 이들의 가치에 부정적인 영향을 미칠 수 있다. 토큰 거래는 관리상 관점에서 보면, 거래 수신자의 동의 및 적극적인 참여 없이 혹은 이론적으로는 관련 블록체인에서 처리 권한의 대다수의 통제 또는 동의 없이는 되돌릴 수 없다. 거래가 블록체인에 추가된 블록에 확인되고 기록되면, HUNT 토큰의 잘못된 전송이나 이들의 도난은 일반적으로 되돌릴 수 없으며 이러한 전송 또는 도난에 대하여 보상도 없다. 이러한 손실은 HUNT 토큰의 가치에 부정적인 영향을 미칠 수 있다.
12. 백서의 원본 언어는 영어로 작성되었으며, 다른 언어로 된 백서의 경우 번역의 과정에서 오역이나 누락의 가능성이 있다. 백서의 영문 버전이 번역된 버전들보다 더 정확하다. 명확한 이해를 위해 영어로 작성된 백서에서 최종 확인을 권장한다.
13. 구매가 완료된 HUNT tokens (헌트 토큰)에 대해서는 취소 및 환불이 불가능하다.

7. 헌트 플랫폼 커뮤니케이션 채널

스팀헌트 - <https://steemhunt.com/>

헌트 플랫폼 - <https://token.steemhunt.com/>

깃허브 레포 - <https://github.com/Steemhunt>

공식 블로그 - <https://steemit.com/@steemhunt>

디스코드 - <https://discord.gg/mWXpgks>

텔레그램 - <https://t.me/steemhunt>

트위터 - <https://twitter.com/@steemhunt>

이메일 - admin@hunt.town

- END OF DOCUMENT -