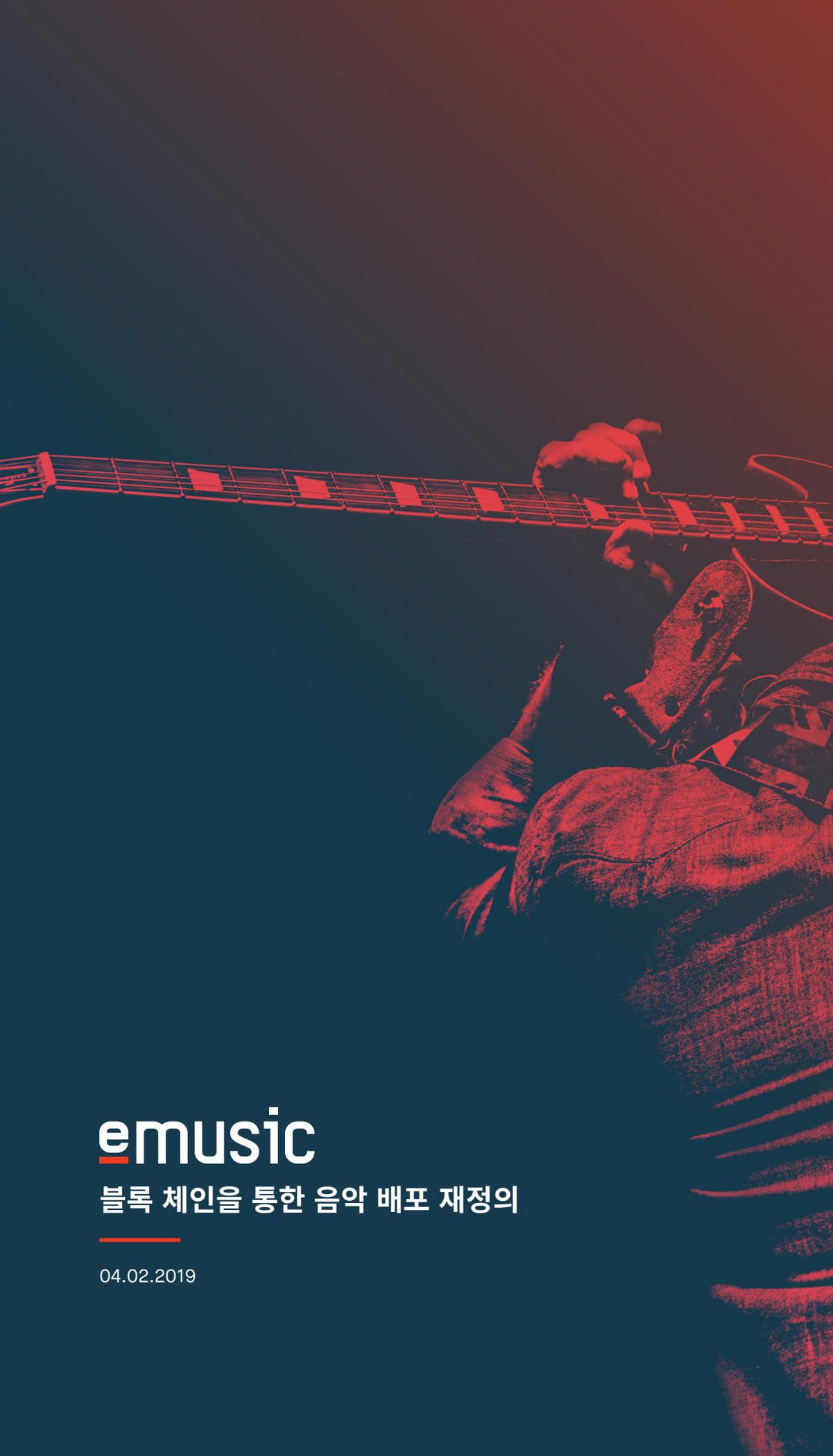




백서



emusic

블록 체인을 통한 음악 배포 재정의

04.02.2019



면책조항

토큰세일의 일부로 판매되는 eMusic 토큰은 여기에 설명된 블록 체인 기반 음악 배포 플랫폼의 기능적 부분입니다. eMusic 토큰은 시간이 지남에 따라 가치가 상승하도록 설계되지 않았습니다. eMusic 토큰은 eMusic 토큰 구매자가 eMusic을 일종의 종류의 “투자 기회”로 삼거나 인식하도록 설계되어서는 안 됩니다. eMusic 토큰은 어디에서건 “유가증권”으로 의도적으로 취급되어서는 안 되며 화폐를 구입함으로써, 이를 인지해야 합니다.

대신에 eMusic 토큰은 전자형식으로 저장되는 단순한 컴퓨터 코드이며 이를 통해 토큰 구매자들이 서로 교류하고 새로운 플랫폼에 포함되는 많은 기능을 이용할 수 있습니다. eMusic 토큰은 우리가 자랑스러워하는 상품입니다. eMusic 토큰을 구입하면 우리의 커뮤니티의 일원이 되어 플랫폼을 사용하게 될 전 세계의 다른 사람들과 교류 할 수 있게 될 것입니다. 여러분이 이와 같은 우리의 입장을 이해하고 성공적인 음악 커뮤니티를 구축하기 위해서 eMusic 토큰을 이와 모순되는 방식으로 언급하거나 취급하지 않기를 부탁드립니다.

또한 우리의 법적 대리인들의 자문에 따르면,

수취인은 토큰 세일이 증권 또는 투자 거래에 대한 공개로 생각 되어 저서는 안 된다고 명시적으로 인정하고 이에 동의합니다. 이 백서는 다음의 것을 목적으로 하면 안 됩니다. (i) 토큰 세일에 대한 어떤 투자나 금융 결정의 근거를 구성하는 것 또한 그것을 초래할 목적 (ii) 계약의 근거를 형성하거나 유가 증권 또는 기타 제품을 판매하기 위한 제안으로 여겨지거나 이를 판매하도록 권유할 목적 그리고 (iii) 권유, 의견, 법률, 재정, 세금, 투자 또는 기타 조언의 형태로 권유 되거나 간주될 목적이 되어서는 안 됩니다.

이 백서 (“백서”)는 emusic.com Switzerland AG (이하 “회사”)가 제안한 토큰 생성 및 판매 (“토큰 세일”)에 관한 특정 정보를 제공하기 위한 목적으로만 사용됩니다. 중요한 것은 이 백서는 토론 목적으로만 사용됩니다. 토큰 세일은 특정 법률 및 규제 요건, 만족스러운 기술 및 자금 조달 방법 및 기타 조건을 충족시키는 것을 포함하여 진행중인 토론 및 검토 및 특정 장벽 조건에 따라 달라질 수 있습니다. 또한 각 조건은 변경 될 수 있으며 토큰 세일이 지연되거나 중단될 수 있습니다.

이 백서는 어떠한 경우에도 회사, 업무, 자산, 책임, 전망 또는 운영 또는 회사 또는 토큰 매매와 관련한 기타 사항에 대한 확약, 진술 또는 보증이 아니며, 이 백서의 내용이 수신자에게 제공된 날짜 또는 그 이후 언제든지 그 내용이 정확하다는 보증을 하지 않습니다. 본 백서 또는 여기에 포함되어 있거나 이와 관련하여 제공되는 정보에 대하여 그러한 확약, 진술 또는 보증 (명시적 또는 묵시적)을 하지 않습니다. (수령인은 어떠한 확약, 진술 또는 보증에 의존하지 않음을 인정합니다.)

회사는 여기에 포함된 정보를 업데이트 할 어떠한 의무도 지지 않고 명시적으로 부인하지 않으며, 이 백서에 포함된 정보에 영향을 줄 수 있는 공지가 발생하거나 발생할 모든 문제 또는 이 백서에서 언급된 문제를 수령인 또는 다른 사람에게 알릴 책임을 지지 않습니다.

수령인은 수령인이 여기에 포함된 정보를 검증하거나 회사 및 토큰 세일을 평가하는 데에, 합리적으로 필요한 회사 또는 토큰 세일에 관한 질문을 하거나 회사 또는 토큰 세일에 관한 추가 정보를 요청하기 위해 회사에 연락할 수 있습니다. 그러나 수령인은 이 백서를 수락함으로써 이에 대한 응답으로 정보를 제공받지 못하거나 제공 받은 정보가 수령인이 필요한 정보가 아닐 수 있음을 인정합니다.

이 백서를 수락 또는 검토함으로써 수령인은 위에 명시된 문제를 인정하고 이에 동의하며 여기에 포함되어 있거나 관련하여 제공되는 정보 및 기타. 내용의 정확성에 의존하지 않을 것을 인정하고 동의합니다.

구성

CEO 인사말	4
사명 및 목표	5
eMusic에 대하여	6
업계 주요 용어 및 정의	7
불균형한 음악 산업	8
eMusic, 업계에서의 역할 강화	12
블록 체인 배포	14
블록 체인 개요	20
e 뮤직 토큰 판매 및 경제	29
로드맵	31
팀	32
전문가의 자문	33
토큰 구매시 고려 사항	34
토큰 구매 고려 사항	35

CEO 인사말

eMusic은 1998년 최초의 합법적인 디지털 뮤직 스토어로 출시되었습니다. 오랜 재임 기간 동안 많은 변화를 겪고 많은 도전을 해왔습니다. 하지만 우리의 핵심 사명은 일관된 오직 한가지, “우리는 음악 팬들에게 최고의 인디 음악을 최상의 가격으로 제공하고 그것을 만들어낸 아티스트를 지원하는 것을 목표로 한다.”입니다.

공정한 지불 플랫폼인 eMusic은 점점 더 특화되었습니다. 디지털 및 스트리밍 기술의 진보는 음악 산업을 구원하는 데 도움이 되었지만 일부 음악가에게만 집중된 음악 상용화만이 주요 관심사가 되었습니다.

몇 시간씩 음악을 스트리밍 할 수 있다면? 하지만 그로 인해 저가로 제공된 음악에 대한 적은 이익으로 사랑하는 음악가들이 상처를 받는다면? 또는 이익 기반의 알고리즘은 훌륭한 음악으로 가득 찬 재생 목록과 권장 사항을 제공하지만 그것이 단지 소수의 레이블에 불과하다면?

많은 훌륭한 회원들이 eMusic을 온라인에서 찾을 수 있는 것처럼 음반 상점을 직접 찾아가는 것과 같은 경험을 할 수 있는 방법을 저희에게 알려 주십시오. 원터치로 즐기는 할인 및 숨겨진 보석상자 ... 우리는 이 소중한 경험을 보존하기를 원합니다. 그러나 보상과 선택이라는 산업 전반의 문제를 영속화 시킨다는 의미는 아닙니다. 음악 회사가 수익을 보호하고 경쟁을 제한하기 위해 다룰 때, 그 결과 영역 다툼으로 불필요하게 아티스트와 팬들이 상처를 받게 됩니다.

이 업계에는 이런 문제가 있으며 이제 이를 바꿀 때입니다.

eMusic은 이런 양상을 바꿀 수 있는 특별한 기회가 있습니다. 예를 들면, 건강한 음악 산업은 창작자, 소비자 및 제공 업체를 위한 상호 성공을 보장해야 합니다.

우리와 함께하십시오!



Tamir Koch
eMusic CEO

사명 및 목표

창작

당시부터 첫 번째 팬이 듣기 전까지 오늘날 음악 공급망에는 장애물, 중간 상인 및 비능률적인 요소들이 많이 있습니다.

“우리의 사명은 팬들, 아티스트 및 이들을 지원하는 플랫폼 간에 공급 및 보상의 균형을 이루기 위해 음악 유통 인프라를 통째로 재구축하는 것입니다”.

그 혜택이 더 큰 음악 업계에 미치기 전에 먼저 eMusic 회원들에게 분산형 블록 체인 기반의 음악 배포 플랫폼이 제공하는 혜택을 먼저 제공할 것입니다. .

우리 프로젝트의 결과는 다음과 같습니다.

- eMusic 회원을 위한 새로운 기능 설정 및 보상 프로그램..
- 제작자, 창작자 또는 음악 제공 업체가 사용할 수 있는 완전히 투명한 음악 계시 시스템 - 1인의 DIY 개인 아티스트부터 1,000 명에 달하는 아티스트를 보유한 주요 레이블까지.
- 효율성과 자동화를 수익 향상으로 바꾸는 플랫폼을 통해음악 서비스 제공 업체와 스트리밍 서비스가 기존 콘텐츠 제공 업체와 수익성 높은 계약을 체결 할 수 있습니다.
- 음악 사용료 및 아티스트에게 신속한 자금조달과 재배포 권리에 대한 유연성을 제공하는 권리보유자 데이터를 관리하기 위한 도구의 집합체.
- 기존 형식의 음악 산업에 대한 비전을 기존 공급 업체 및 소매 업체와 원활하게 통합할 수 있는 인프라를 구축하고 음악 팬들이 (음악을 스트리밍 하거나 다운로드하여 소유하는) 그들의 청취 습관을 바꿀 필요 없이 아티스트 그리고 권리 보유자가 가장 큰 잠재고객 기반에 접근할 수 있습니다.

블록 체인 기술을 대량 채택하고 처음에는 음악 리테일샵에 적용한 후 더 광범위한 음악 산업에 적용함으로써 높은 수준의 성공을 확인했습니다.

- 독립적 인 아티스트와 일반 대중의 아티스트에 대한 액세스를 지원하고 홍보하기 위해 eMusic 에서 설정 한 사명을 유지.
- 아티스트, 연주자, 작곡가 및 기타 업계의 음악 권리 보유자가 받는 직접 매출을 대폭 늘림.
- 음악 업계가 비즈니스 모델에 관계없이 다양한 음악 서비스 제공 업체를 지원할 수 있도록 보장.
- 소비 방식에 상관없이 소비자의 음악 선택을 보호하고 장려.

03

eMusic 에 대하여

1998

년 이래로 e 뮤직은 인디 음악 중심의 음악 발견 및 디지털 다운로드의 초석이었으며 전 세계 4천 7 백만 명의 음악 팬들에게 서비스를 제공해왔으며 수만가지 인디 레이블들과 관계를 구축해왔습니다.

인디 아티스트와 그들을 사랑하는 팬들의 최강자로서 예기치 않은 발굴, 관련 아티스트와의 연계 및 합리적인 가격의 조합을 통해 접근 범위를 확대하며, 전세계의 수백만 회원을 위한 개별적 음악 여행의 일부가 되어 왔습니다.

1998 최초의 MP3 다운로드 사이트인 eMusic은 iTunes 출시 5년 전인 1998년에 다운로드하여 판매를 시작합니다.

2006 1억개의 MP3 다운로드 경신.

2008 2억 5 천만 mp3 다운로드 기록, iTunes에서만 2 위.

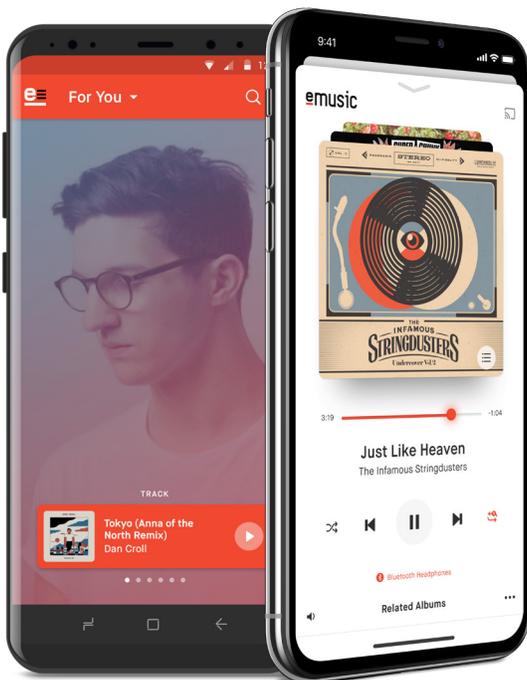
2009 주요 레이블 콘텐츠를 전달하기 시작.

2014 주류 음악 사업을 종료하고 인디 전문 매장으로 뿌리를 내립니다.

2015 클라우드 기반 다운로드 저장 및 관리 시스템을 시작합니다.

2016 오디오 북 (e스토리) 전용 앱으로 오디오 엔터테인먼트 기반을 확장.

2017 새로 업데이트된 모든 앱으로 브랜드 쇄신, 재설계 및 재시작.



1998

세계 최초의 온라인 MP3 음악 상점.



emusic

2004

신용 거래 기반 가입 모델을 도입

emusic

2018

블록 체인으로의 업계 전환을 선도

04

업계 주요 용어 및 정의

이 문서는 오늘날의 음악 산업의 인프라에 대해 논의할 뿐만 아니라 eMusic의 재구성 된 산업에 대한 비전을 개괄적으로 설명합니다. 토론은 아래에 나열된 몇 가지 주요 용어와 정의를 중심으로 이루어질 것입니다.

아티스트	음악을 만드는 뮤지션이나 뮤지션 그룹에 대한 약칭 사용은 작곡가, 작사가 및 연주자를 포함 합니다.
음악 저작물	구입, 스트리밍 또는 라이선스 제공이 가능하도록 의도 된 노래, 앨범, EP 또는 기타 형식의 음악 발매.
음반사(레이블)	아티스트 및 / 또는 음악 저작물에 대한 행정적 대표. 음악 저작물 제작 및 음악 자산의 발매 주기 홍보를 담당, 음악 저작물에 대한 자신의 마스터 레코드 저작권을 소유하고있는 경우가 많음.
발매자	작곡가와 작사가에 대한 로열티 지불의 집산과 음악 저작물의 상업적 사용과 저작권 침해를 추적하는 것을 보장. 일반적으로 아티스트는 아티스트와 발매자 간에 로열티를 나누는 발매자와 계약을 체결하게 됩니다. 발매자는 레이블에서 음원 판매인세지불금 (판매, 스트리밍)을 받고 그에 따라 아티스트에게 지불금을 분배합니다.
PRO (공연 권리 단체)	음악 자산 판매를 통해 생성 된 음원 판매세와 달리 PRO는 상점이나 식당 및 술집과 같은 공공 장소에서 음악 자산을 방송하거나 공연 할 때 수집 된 공연 수익금에 대하여 책임이 있습니다.
배포	배포자는 레이블과의 계약을 통해 음악 상점 / 스트리밍 서비스에 콘텐츠를 제공합니다. 레이블이 플랫폼에서 음악을 마케팅 및 홍보하는 반면 배포자는 가능한 한 많은 플랫폼에서 음악을 이용할 수 있도록 합니다. 아티스트는 Spotify, Apple Music, Pandora 등에서 자신의 음악을 제공하기 위해 배포자를 거쳐야 합니다. 서비스 보상은 사업 형태에 따라 다르며 일부는 선불 수수료와 일부 로열티를 받습니다. 대부분의 아티스트는 배포자가 있지만 일부만이 레이블을 통해 음악을 제공합니다.
서비스 공급자	eMusic, Beatport, 7Digital, iTunes, Spotify, Pandora, Deezer, Apple Music, YouTube, Amazon Music과 같은 스트리밍 / 라디오 서비스와 같은 다운로드 가능한 디지털 스토어를 포함하여, 서비스 제공 업체는 일반 대중에게 음악을 제공하는 고객 지향 매장입니다.

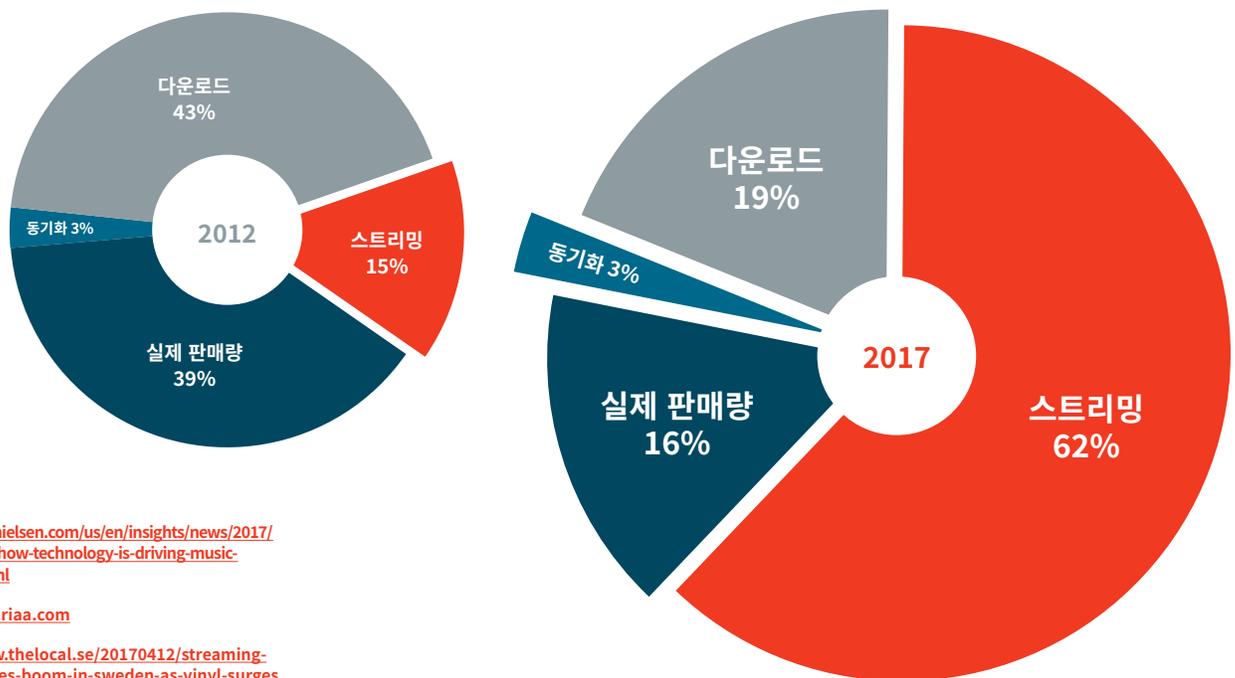
불균형 음악 산업

우 리는 음악 소비자로서 우리가 출퇴근길이나 체육관에서 술집이나 식당에서 일하는 중에도 이전보다 음악을 더 많이 듣고 있습니다. 우리는 소형 헤드폰,, 전화기, 블루투스 스피커, 인공지능 스마트 홈, 스마트 워치 등을 사용합니다 ... 음악은 이제 일상 생활에서 그 어느 때 보다 많은 부분을 차지하고 있습니다. 2017 년에 미국의 국민 1인당 음악 청취 시간은 주당 평균 32.1 시간이었고 이것은 불과 2 년 전보다 주당 약 8 시간씩 더 늘어난 것입니다.¹

세계는 지금 스트리밍 중

현재 스트리밍은 다운로드 및 실제 판매를 장악하고 있으며 2017 년 미국 음악 매출의 62 %를 차지하여 15% 만을 차지했던 2012 년 이래로 47 %까지 증가하는 기염을 토했습니다.² 다른 많은 국가에서는 스트리밍의 우위가 스트리밍의 선도국인 스웨덴보다 더 두드러지게 나타납니다. 스웨덴은 작년에 놀랍게도 음악의 82 %가 스트리밍 되었습니다.³ 분명히 스트리밍하는 것은 우리 생활의 일부가 되었습니다. 음악을 소유하는 것을 선호하는 음악 청취자의 상당 부분이 항상 존재할 것이지만 대량 시장 동향은 주문형 상품으로서의 미래의 음악을 분명하게 가리 킵니다.

그림 1 - 미국 음악 시장 점유율



1 // <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2017/time-with-tunes-how-technology-is-driving-music-consumption.html>

2 // <http://www.riaa.com>

3 // <https://www.thelocal.se/20170412/streaming-leads-music-sales-boom-in-sweden-as-vinyl-surges>

그러나 문제가 있습니다.

리암 갤러거는 최근에 입소문이 났던 BBC3 비디오에서 “아무도 더 이상 레코드를 사지 않기 때문에” 그의 최근 쇼 중 하나에서 무대 뒤에서 억지로 자신의 허브 티를 만들었습니다. 갤러거의 전형적인 욕설 가득한 멘체스터 사투리로 전달된 독백은 우습지만 동시에 가슴이 아픕니다. 그의 차와 그 준비에 대해 말하면서, 로큰롤 스타는 “... 90 년대에 나는 약 4 명이 차를 준비해줬었다.”라고 불평을 계속합니다.

적립에 필요한 예상 스트리밍 횟수

\$ 1,472.00

(국가 최저 임금)

Google Play	216,471
Apple Music.....	230,000
Spotify	334,545
Pandora.....	1,132,308
YouTube	2,102,857

“소비자의 손가락 하나로 입력된 모든 음악을 제공받으면서 서비스 제공 업체에게 스트리밍 게임의 가격을 책정해 왔습니다. ...”

갤러거 (Gallagher)가 말했듯이, 한때 히트 기록이 창작에 관련된 모든 당사자들의 부유한 삶을 또는 적어도 최소한의 인간다운 삶을 누리던 때가 있었습니다. 음악 소비의 습관이 완전한 디지털 방식의 무한 리필 경험으로 이동함으로써 인해 아티스트가 먹고 살기 힘들어 떠나게 되는 것은 아닙니다.

비닐부터 카세트, CD 및 디지털 시대에 이르기까지 구매자와 판매자 간의 거래는 상대적으로 간단했습니다. 소비자는 음악 저작물의 비용을 지불하고 그 금액은 공급망의 모든 참여자에게 그들의 기여에 비례하여 분배되었습니다. 이 모델에서 음반사, 아티스트, 유통 업체 및 서비스 제공 업체는 비교적 조화로운 공생 관계를 유지해 왔습니다. 음반사는 그들의 상품 명단을 채우기 위해 아티스트에게 의존하고 역으로, 아티스트는 대중에게 그들의 재능을 노출시켜 마케팅 영향력을 받게 됩니다. 그리고 배포자는 서비스 제공 업체가 고객의 요구를 충족하는데 필요한 인벤토리를 보유하고 있습니다.

무제한 스트리밍 모델을 둘러싼 경제는 그렇게 간단하지 않습니다. 소비자의 손가락 하나로 입력된 모든 음악을 소비자가 가져가면서 한쪽에는 서비스 제공자를 위한 스트리밍 게임의 가격과 다른 쪽에는 아티스트에게 돌아가는 가격이 책정됩니다. 무료 및 광고 지원 디지털 음악이 폭발적으로 증가하는 동안, 지속된 손실에 이어 주요 레이블 및 발매 파트너는 업계에 대한 막대한 재무 관리를 유지하기 위해 고군분투해 왔으며 공급망 양측에서 압박감을 느끼고 있습니다.

무제한 사용을 위해 콘텐츠 카탈로그 개방의 대가로 Sony, Warner 및 Universal (Big 3)은 음악 산업에서

가장 수익성 높은 스트리밍 서비스 계약을 맺었습니다. 예를 들어 2011년에 Sony는 Spotify가 자사 플랫폼에서 콘텐츠를 사용할 수 있도록 계약을 체결했을 때, 3년간의 계약기간 동안 9 백만 달러 이상의 광고 수익과 함께 연간 4 천 2 백만 달러 이상의 이익을 보장했습니다.⁵

4 // <https://www.facebook.com/bbcthree/videos/10155150996425787/>

5 // <https://www.theverge.com/2015/5/19/8621581/sony-music-spotify-contract>

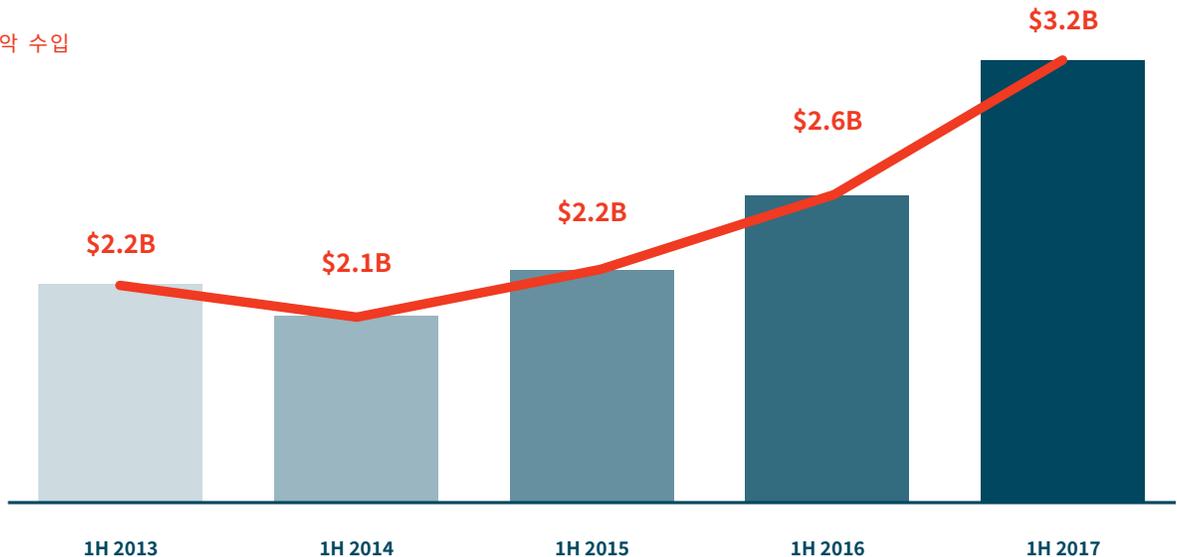
그리고 그 돈은 아티스트들에게 돌아 가지 않을 것이며 음악 팬들을 돕는 것도 아닙니다.

표면적으로 음반사 보증과 광고 수익은 업계에 긍정적인 것처럼 보일 수 있습니다. 더 많은 음악을 제작하고 더 많은 아티스트를 발굴하는데 지출 할 현금을 제공해 주기 때문입니다. 그러나 우리가 알고있는 주요 음반사의 상업적 요구가 반드시 다양성을 가리키는 것은 아닙니다. 대신, 우리는 음반사가 점점 더 많은 수익을 올리며 재생 목록과 추천계재위치, 선호 계재 순위를 통해 가장 성공적인, 시장성 있는 아티스트들만을 지원한다는 것을 알 수 있습니다. 2017 년에 미국의 스트림 중 93%가 이용 가능한 음악의 상위 2%를 차지했습니다.

Spotify와 같은 스트리밍 서비스 제공 업체의 경우, 주요 음반사 주주들에 대한 부채 상환 연장이 최근 주가 및 관련 문서가 보여 주듯이 수익성 개선의 장애물로 작용합니다.⁷ Spotify가 음악 소비 시장 톱에 오르기 시작한 것은 수익보다 자본 주입에 의한 연료 공급을 해왔습니다. 성공한 제품이 엄청난 손실로 운영된다는 것은 믿기 어려운 일입니다. 우리는 이미 Rdio와는 작별 인사를 했으며, Pandora 및 Soundcloud와 같은 회사들은 위기를 느껴왔습니다. 상황은 명백 합니다: 현재 시스템에서, 서비스 제공 업체가 Apple, Google 및 Amazon과 같이 음악 스트리밍 서비스를 지원하기 위한 대체 수익원을 보유하지 않았거나 뇌물수수 관행에 크게 의존할 준비가 되어 있지 않으면, 힘든 싸움에 직면 하게 되어 있습니다. 두 가지 옵션 모두 궁극적으로 소비자 선택에 대한 막대한 제한을 초래할 것입니다.

서비스 제공 업체가 수익을 낼 수 없는 경우 콘텐츠 제공 업체의 아티스트도 어려움을 겪을 수 있습니다. 서비스 제공 업체의 총 수익 (광고 지원 및 유료 회원 간의 균형을 통해 약화 됨)에 의존하는 계산방식에 스트림 당 로열티가 묶여 있으므로 스트리밍 플랫폼에서 아티스트로 얼마를 벌 수 있는지 예측하기가 어려워 졌습니다. 많은 아티스트들이 스트리밍 로열티를 얻는 데 주로 보여지는 방법을 “디지털 로열티”옆에 숫자가 있는 산발적인 수표의 형태로 수익이 들어옵니다.

그림 2 - 미국 음악 수입
출처 RIAA



6 // <http://www.buzzanglemusic.com/wp-content/uploads/BuzzAngle-Music-2017-US-Report.pdf>

7 // <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1639920/000119312518063434/d494294df1.htm>

스트리밍 서비스 제공 업체의 지불금을 관리하는 숨겨진 알고리즘으로 설명 된 투명성 부족 및 보상 불균형으로 인해 지금까지 음악을 시장에 출시하는 복잡한 과정을 해결하고 아티스트가 서비스 제공 업체와 직접 협력 할 수 있는 시도가 무의미하게 보이도록 해왔습니다. 그러나 미국의 2017 년 음악 수입은 10 년 만에 최고치를 기록했습니다. 사람들은 음악에 돈을 소비하고 업계는 더 건강해져야 합니다.

그럼 돈은 어디로 가고 있는가?

아티스트 및 서비스 제공 업체와의 기존 계약은 음악 듣기 및 수익의 대부분이 스트리밍에서 나올 수 있는 상황을 결코 고려한 적이 없습니다. 실제 판매 및 디지털 다운로드에 의해 주도되는 업계에서 모든 당사자는 판매 당 매출에 비례하여 조정 및 분배되었습니다. 스트리밍 구독으로 운영되는 업계에서 특정 당사자는 수익이 보장되는 반면 다른 일부, 특히 아티스트는 수익이 그렇지 않습니다. 그래서 아티스트와 작곡가는 다른 사람들이 모두 수익을 가져간 후에 남은 것을 가져가는데 이 수익은 많지 않습니다.

그림 3 - 스트리밍 수익 흐름

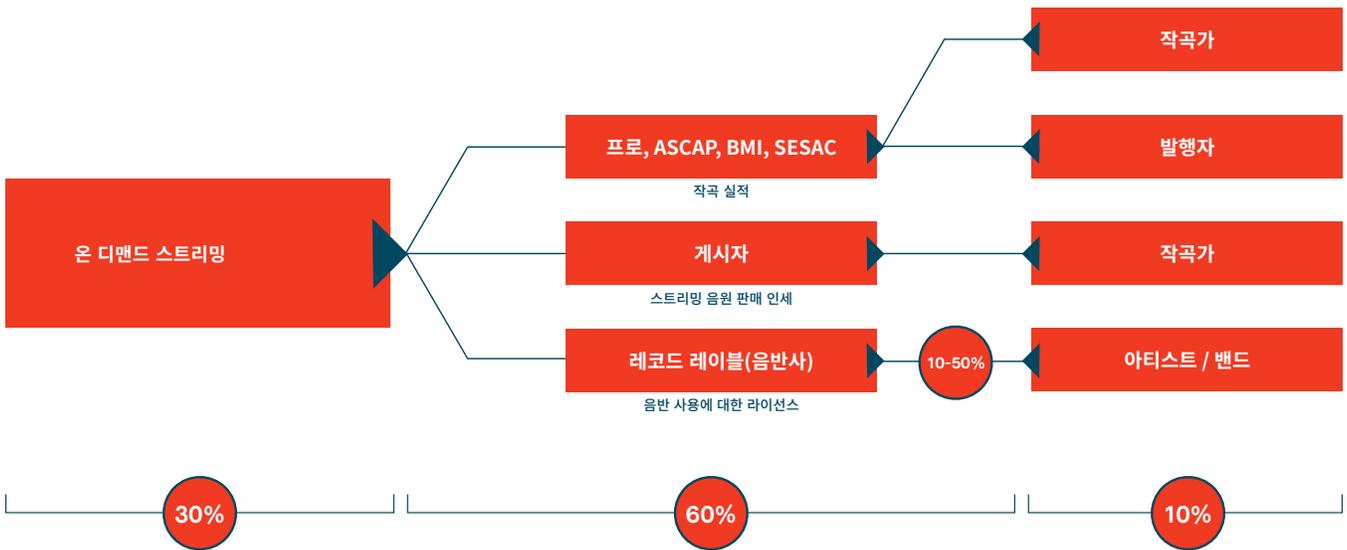


그림 4 - 현재 분할



06

eMusic, 업계에서의 역할 강화

eMUSIC 뮤직은 4 천 7 백만 명이 넘는 고객에게 제공되며 9 억 4 천 5 백만 트랙이 팔리는 디지털 음악 다운로드 서비스의 선두 주자 중 하나입니다. 오랫동안 아이튠즈, 구글 플레이, 아마존 mp3와 같은 상업적 스토어의 대중적 호소를 피하고 싶어하는 자기만의 취향을 가진 음악 애호가들을 위한 스토어로 여겨져 온 e 뮤직은 소수가 음악 판매로 의미 있는 수익을 보는 세계에서 계속해서 수익을 창출하는 비즈니스가 되고있다.

eMusic의 성공은 발굴, 아티스트 연결 및 가치를 상징하는 브랜드로서 회원들의 마음과 정신에 자리를 잡는 데서 비롯되었습니다. 또한 선불 구독 모델은 레이블 및 아티스트가 좋아할 만한 수익 공유를 가능케 했습니다.

우리는 음악을 다운로드하고 소유하고자하는 음악 팬들을 위해 이전보다 더 전념하고 있습니다.

그러나 언제 어디서나 들을 수 있는 온 - 탭 음악은 다른 모든 소비 방식을 따라 잡고 있으며 앞으로도 계속 시장을 장악하게 될 것입니다. 우리는 이제 업계의 교점뿐 아니라 그 이상의 것이 되려고 합니다. 우리는 더 많은 수익성과 더 많은 선택권을 장려하는 더 나은 방법으로 우리와 같은 접속 망을 공급하는 기본 인프라가 되기를 원합니다. 우리는 eMusic이 인디 음악 커뮤니티에 전념하고 신뢰할 수 있고 내구성 있는 브랜드가 되도록 eMusic의 힘을 증폭시키고 자합니다. 우리는 음악 산업이 분권화로 바뀌게 될 것이라 예상합니다. eMusic은 이 공간에서의 혁신을 목표로 하며 블록 체인으로 완전히 전환하여 고객 및 전반적인 음악 생태계에보다 나은 서비스를 제공하는 최초의 주요 음악 플랫폼이 되려고 합니다.

블록 체인 전도자는 거래를 디지털화하고 공공 원장에 배포하고 관련된 당사자가 중심 거점을 통한 필요없이 직접 상호 작용할 수 있도록 함으로써 중개 프로세스로 인해 복잡해지는 공급망 및 기타 경제 구조를 간소화하고 효율성을 높일 수 있다고 말합니다

“우리는 음악 산업의 분권화가 불가피하다고 예측합니다. eMusic은 블록 체인으로 완전히 변환 할 수 있는 최초의 주요 음악 플랫폼을 목표로 합니다.”

아마도 다른 업계는 음악 산업보다 더 많은 문제를 해결하기 위해 고안된 문제 블록 체인을 보여주지 못했을 것입니다. 우리는 음악 산업을 구성하는 계약, 거래, 자산 및 이해 관계자들의 매듭을 풀어주는 것과 복잡한 실타래를 더 간소화하고 투명하며 자율적인 구조로 재정비하는 것이 음악가, 레이블 및 서비스 제공 업체뿐만 아니라 음악 팬 모두에게 이익이 될 것이라고 믿습니다.

우리는 평판의 정도가 다양한 많은 프로젝트로 분산된 솔루션을 추구하면서 회사를 공유한다는 사실을 알고 있습니다.

여러분의 확신없고 불행한 일확 천금을 꿈꾸는 계획을 제쳐 놓고, 우리는 음악 소비자를 더 잘 지원하고 중개자를 줄여 아티스트에게 더 많은 돈을 지불하는 등 많은 목표를 가진 훌륭한 프로젝트를 갖게 됩니다.

그러나 많은 블록 체인 기반 음악 프로젝트는 단순히 음악 산업의 경제적 현실을 무시하고 다른 신규 프로젝트뿐만 아니라 Spotify, Apple Music, Amazon, QQ Music 및 KuGou와 같은 잘 정립된 서비스와 직접 경쟁하여 플랫폼을 홍보합니다. 이는 불가능한 작업에 가까워지고 있는 거대한 규모의 제공자들로부터 충분한 사용자 및 콘텐츠 제작자가 멀어지도록 유도하는데 의존적이기 때문에

그것은 비현실적인 접근 방식입니다. 블록 체인 기술의 대량 도입을 통해 우리는 블록 체인의 압도적인 혜택을 기존 고객에게 입증하는 사례를 통해 선도를 추구하고자 합니다. 우리의 계획은 독점적으로 우리 자신의 플랫폼이 아닌 업계의 모든 당사자에게 상호 이익을 줄 수 있는 인프라를 제공하는 데까지 확장하는 것이지만, 우리의 즉각적인 목표는 서로 일대일로 경쟁하지 않고 고객에게 더 나은 서비스를 제공하는 것입니다.

우리는 광범위한 도입이 확립된 브랜드 및 신뢰할 수 있는 서비스 제공 업체인 eMusic이 선보일 블록 체인 중심의 음악 산업의 분명한 이점에 힘 입어 강력하게 성장할 것으로 확신합니다.

“우리는 널리 보급도입 및 확립된 브랜드와 신뢰할 수 있는 서비스 제공자 인 by eMusic 이 선보일 명확한 혜택에 힘 입어 강력하게 움직일 것으로 확신합니다.”

eMusic은 블록 체인 솔루션을 채택하고 도입 할 수 있는 독보적인 위치에 있습니다.

- 우리는 서로를 지지하기를 열망하는 인디 레이블, 아티스트 및 팬들의 수용적이고 적극적인 커뮤니티를 가지고 있습니다.
- 우리는 확고하고 지원을 아끼지 않는 음악 애호가 커뮤니티에 접근 할 수 있는 기존 소비자 서비스를 보유하고 있습니다.
- 당사는 광범위한 콘텐츠 카탈로그과 수천 개의 음악 레이블 및 조직과의 기존 관계를 보유하고 있습니다. [Browse eMusic.com](https://www.browseeMusic.com)
- 우리는 입증된 신용 기반 플랫폼과 토큰 기반 시스템으로 쉽게 변환 할 수 있는 계획 구조를 가지고 있습니다.

위와 같이 무장하여 eMusic의 역사에 완전히 새로운 장을 쓸 준비가 되어 있습니다.

07

eMusic 뮤직 블록 체인 배포

eMUSIC 뮤직의 블록 체인 (blockchain) 채택 프로젝트의 핵심 구성 요소는 오랫동안 기다려온 기능을 소개하는 것입니다. 과거와 현재의 많은 회원들이 오랫동안 요구해온 기능입니다.

카탈로그 전송 인프라의 기존 요소와 콘텐츠 공급 업체와의 비즈니스 관계를 사용하여 새로운 자체 게시 및 배포 플랫폼을 구현할 예정입니다. 이 플랫폼은 e 뮤직 소매 스토어에 힘을 불어 넣고 다른 인기있는 서비스 제공 업체를 통해 원활하게 배포하도록 진전 시킬 것입니다.

혜택 요약

	eMusic 회원 전용	아티스의 경우
시작시 사용 가능	<ul style="list-style-type: none"> • 증가 된 소비력 • 새로운 프로모션 인센티브 • EMusic 을 통한 프로모션을 통한 이용 가능한 음악의 다양 	<ul style="list-style-type: none"> • 더 많은 직접 수익 유지 • 로열티 지급에 대한 즉각적인 액세스 • 새로운 배급망에 접근 • 팬 기반 인센티브
	<ul style="list-style-type: none"> • ‘안티 스트리밍’정서 제거 • 기존 앱 / 서비스 사용 • 직접 아티스트 자금 지원 • 수익 공유 	<ul style="list-style-type: none"> • 손쉬운 권한 관리 • 투명한 판매 / 스트림 데이터 • 새로운 자금 지원 채널
	레이블 전용	서비스 제공 업체의 경우
	<ul style="list-style-type: none"> • 더 많은 직접 수익 유지 • 기존 음악의 수익 창출 • 독립적 보고 • 감사 가능성 • 의존성 감소 • 단순화 된 계약 	<ul style="list-style-type: none"> • 더 많은 직접 수익 유지 • 원활한 기술 통합 • 카탈로그 다양성 • 빅 3’로부터의 자유 • 시장 동등성

eMusic 회원 전용

현재 및 미래의 eMusic 회원에게 eMusic은 할인된 가격으로 음악을 탐색, 샘플링 및 구매하고, 권장 사항을 찾고, 같은 생각을 가진 음악 애호가 커뮤니티와 상호 작용할 수 있는 장소가 될 것입니다. 또한 음악 클라우드 스토리지 서비스를 지속적으로 제공하여 여러 다른 장치에서 전체 음악 컬렉션을 동기화하고 재생할 수 있습니다. 블록 체인으로의 이전은 백 오피스에서의 운영 효율성으로 가능한 보완 기능과 사업 전반에 걸친 향상된 경제성으로 회원 경험을 향상시킬 것입니다.

“인디 음악 제작자는 판매 추적부터 로열티 관리에 이르기까지 eMusic을 카탈로그 관리의 허브로 구축하는 데 필요한 모든 도구를 찾을 수 있을 것입니다.”

회원들은 기존 카탈로그 위에 새로운 배포 플랫폼이 많은 새로운 인디 아티스트를 발견 할 수 있는 기회를 제공하며 우리가 확장할수록 더 많이 설립된다는 것을 알게 될 것입니다. 블록 체인 (blockchain) 기술로 전환함으로써 절감된 금액은 아티스트와 레이블을 끌어들이 이들이 플랫폼 및 소매점으로 가게 합니다.

블록 체인으로의 전환은 강력한 할인 인센티브를 가능케하고 촉진하며 사용자는 로열티 보상 형태로 소매 구매에 대한 크레딧을 축적하며 유연한 지불 옵션을 제공 할 수 있습니다.

블록체인은 또한 업계에 아티스트 및 앨범 홍보를 위해 팬 커뮤니티의 목소리를 증폭시킵니다. 음악 팬들은 eMusic 배포 플랫폼에서 구매할 때 권리 보유자에게 직접 자금이 공급된다는 사실을 알고, 음악 팬은 좋아하는 아티스트의 장기적인 성공과 예술적 비전의 전반적인 지속 가능성에 보다 직접적으로 기여할 수 있게 합니다.

배포 플랫폼을 통해 외부 서비스 제공 업체에 더 많은 콘텐츠가 배포 될수록 팬들이 듣고 찾고 싶어하는 판촉 및 플레이와 레이블 및 알고리즘이 계약서에서 협의할 내용이 더 많아질 것입니다. 이것은 스트리밍 플랫폼에 자신의 사업을 제공하도록 꾸준히 강요 받은, 소수지만 자신의 목소리를 내는 음악 소비자들에게 특히 매력적입니다. 우리의 전략적 비전은 그들이 좋아하는 아티스트를 해하지 않고 하고자 하는 바를 할 수 있게 하는 것입니다.

아티스트를 위하여

아티스트는 음악 배포를 서비스 제공 업체에 업로드, 저장 및 제어 할 수 있습니다. 그들은 e 뮤직 스토어를 통해 콘텐츠를 즉시 판매 할 수 있으며 플랫폼이 성장함에 따라 결국 스트리밍 및 자기 소장 가능한 다운로드 서비스를 포함한 대규모 서비스 제공 업체 네트워크를 통해 배포 할 수 있습니다.

플랫폼에 등록하고 파일 저장 / 호스팅과 관련된 비용을 충당하기 위해 약간의 비용을 지불하고 블록 체인 인프라를 유지 관리 및 업데이트하는 데 드는 관리 비용을 지불하면 아티스트는 자신의 음악자산을 업로드 (또는 다른 방법으로 수집 / 링크) 할 수 있고, 표준 메타 데이터 요건을 충족할 수 있으며 콘텐츠를 배포 할 방법과 위치를 선택할 수 있습니다.

블록 체인 기술의 내재하는 원장 기능을 통해 콘텐츠 소유자는 저작권 보유자 ID와 각 개인 저작권 보유자 또는 권리 보유자 그룹에게 지불하여야 할 미래 수익으로 인한 로열티의 비율을 기록 할 수 있습니다. 공동 작업자 / 저작권 보유자를 플랫폼에 초대 할 수 있는 기회가 주어지며 설정을 완료하는 방법에 대한 충분한 지침이 제공됩니다. 또는 소유주는 단일 권리 보유자 기록을 사용하도록 선택하고 궁극적으로 eMusic 플랫폼 외부의 작곡가, 제작자 등 간에 로열티를 분배 할 수 있습니다.

소유자의 음악 저작물은 블록 체인의 불변의 레코드와 관련하여 존재합니다. 이 항목에 대한 모든 업데이트는 공개적으로 블록 체인에 기록되므로 전체 투명성을 보장합니다.

독립적인 음악 제작자는 판매 추적부터 로열티 관리에 이르기까지 필요한 모든 도구를 찾아 eMusic을 카탈로그 관리의 허브로 구축 할 것입니다. eMusic 리테일 샵에서 자체 출시하는 것은 오랫동안 사용자 커뮤니티에서 요청되어 왔으며 그 중 많은 사람들이 뮤지션입니다. 인터페이스와 같은 대시보드를 통해 자산 소유자는 카탈로그의 모든 측면을 관리 할 수 있습니다. 즉, 콘텐츠를 배포 할 서비스 공급자, 스트리밍 가능 여부, 및 라이선스 가능여부와 비용에 대해 선택할 수 있습니다.

자산 소유자는 eMusic 블록 체인 플랫폼을 통해 배포함으로써 eMusic 소매점 및 게시 예정인 외부 판매 플랫폼과의 50/50 수익 분할에 동의합니다. 자산 소유자는 언제든지 권리 보유자의 세부 정보를 업데이트 할 수 있습니다. 파일 저장 / 호스팅, 블록 체인 인프라의 유지 및 업데이트 (플레이나 유통 활동의 규모가 아닌)에 작은 플랫폼 수수료가 부과됩니다.

eMusic 스토어 및 외부 서비스 제공 업체의 판매가 플랫폼에 의해 기록되고 자산 소유자 Blockchain 원장 항목이 정기적인 일별 주기로 업데이트 되므로 권리 보유자가 완전히 투명한 데이터 및 수익을 지속적으로 제공받을 수 있습니다.

e 뮤직 블록 체인 플랫폼은 저작권 보유자가 로열티 지불에 즉각적으로 액세스 할 수 있게 해줍니다. 이러한 수준의 유동성은 음악가로서 최저 생계 유지 비용이 필요한 대부분의 음악가와 크리에이티브 전문가를 직접적으로 지원합니다. 대부분의 아티스트는 로열티 지불금을 받는데 필요한 몇 달 또는 몇 년을 기다릴 여력이 없습니다.

그림 5 - 새로운 분할



왜 50/50 입니까?

오늘날 인디 아티스트는 현재 여러 배포자를 통해 콘텐츠를 배포 할 수 있으며 음악 판매 / 스트림에서 최대 70 % (때로는 더 많은 수익을 창출 할 수 있습니다. 수익금을 더 많이 얻기 위해 더 많이 플레이하고 더 많이 홍보를 하지 않아도 됩니다. 플랫폼과 우리의 비전은 독립 음악을 홍보하기위한 적절한 인센티브를 제공하기 위해 아티스트와 서비스 제공 업체의 요구를 충족시켜야 합니다. 프로세스에서 제거 된 효용을 공유하고 공평하게 수익금을 나누고 보상을 나누는 것은 지금의 주요 레이블 계약에서 벗어나 대화 및 인센티브를 많은 주요 서비스 제공자가 고마운 사람들에게로 옮겨가기 시작하는 토대입니다. eMusic을 통해 배포 된 아티스트들은 홍보 지원을 더 잘 협상 할 수 있으며 주요 소매 플랫폼에서 음악 추천을 유도하는 이익 중심의 알고리즘에 더 많은 비중을 부여받게 됩니다.

레이블을 위해

. 초기에 우리는 대표되지 않은 아티스트 / 밴드의 배포를 통해 eMusic 배포 플랫폼 비례를 알 수 있었습니다.. 우리가 확장함에 따라 대규모 일괄 처리 툴을 제공함으로써 독립적이고 중요한 제휴사 및 주요 레이블을 플랫폼에 끌어 들이기를 기대합니다. 수천 개의 기존 eMusic 레이블 파트너에게 이 과정은 우리 시스템에 이미 카탈로그가 삽입되어 있기 때문에 원활합니다.

플랫폼을 통해 전체 라벨 카탈로그를 전달하는 법적 문제를 해결하기 위해 음반 저작권 변호사 및 기타 업계 전문가와 긴밀히 협력하여 카탈로그 콘텐츠를 통합 할 수 있는 정보처리 기관 서비스를 구축하고 로열티의 흐름이 중단되지 않도록 하기 위해 관련 권리 협약을 하여 일할 것입니다

eMusic을 통해 콘텐츠를 배포하면 값 비싸고 느린 수동 로열티 보고 없이도 지역마다 지속적으로 업데이트 되는 로열티의 흐름과 음악 자산 데이터를 입력하여, 전적으로 핸드 프리한 로열티의 보고/배포 시스템의 이점을 레이블에 제공합니다.

레이블은 외부 게시자와 자유롭게 작업 할 수 있으며, 공연권리단체는 기존 카탈로그 콘텐츠에 책임이 없으나 블록 체인으로 가능해진 투명성과 감사 기능으로 인해 감독 관리의 필요성을 줄여 게시자의 역할은 약해지는 것이 불가피할 것입니다.

이 계약을 통해 eMusic은 레이블 배포자의 역할을 할 것이고 모든 주요 서비스 제공 업체의 유통망에 액세스하여 eMusic을 통해 배포 할 레이블이 가능한 한 많은 플랫폼에서 그들의 음악이 이용될 수 있게 할 것입니다.

음악을 시장에 내놓는 것은 복잡합니다.

각 단계는 레이블에 대한 음악 자산의 수익성을 축내거나 지연시킵니다. 2016 년 뮤직 위크 (MusicWeek)는 히트작 100 편을 만들기 위해 평균 4.53 명의 작가가 필요하다고 결론지었습니다. 창작에 관계된 수많은 뮤지션, 프로듀서 및 기술자들에 더하여, 작곡가와 음악출시자 계약의 7가지가 못되는 다른 형태 중 한 개를 추가하여 전체앨범과는 별도로 하나의 노래가 이미 엄청나게 많은 중개자를 떠돌다 서비스 제공 업체에 도달하기도 합니다.

블록 체인 기반의 배포 시스템은 출시 과정을 레이블과 서비스 공급자를 위한 2 가지 간단한 계약으로 축소 할뿐만 아니라 지불 프로세서와 외부 보고 서비스 같은 수많은 제3자 서비스

8 // https://gallery.mailchimp.com/364c74469991394a30cb4601f/files/listomania_Winners_Losers_Battle_Spotify_Playlist_Supremacy_2_.pdf

9 // <http://www.musicweek.com/publishing/read/songwriting-why-it-takes-more-than-two-to-make-a-hit-nowadays/068478>

공급자를 절약 할 수 있는 잠재력을 레이블에 제공합니다. 궁극적으로 더 많은 수익을 레이블과 그들이 대표하는 아티스트에게 돌려줍니다.

판매는 전례 없는 수준의 투명성을 제공하여 공개적으로 분산 된 데이터베이스에서 추적되며 언제든지 누구나 액세스 할 수 있습니다. 거의 실시간으로 음악을 구입하고 들을 수 있는 방법과 장소를 확인하십시오.

그림 6 -이 뮤직 로열티 흐름



서비스 제공 업체의 경우

eMusic을 유통 파트너로 받아들이면 기존 카탈로그 및 유통 업체와 협력 할 예정이므로 서비스 제공 업체는 원활하게 처리 할 수 있습니다. 서비스 제공업체로서 eMusic의 배포 플랫폼을 사용하려면 1) 암호화 화폐 (즉, 호환되는 지갑 보유)를 통해 플랫폼에 지불하는 방법이 있어야 하고 2) 특정 서비스 제공 업체가 콘텐츠 창작자가 선택한 유통 선택에 따라 판매 할 수 있는 카탈로그 목록을 노출하도록 우리가 제공하는 기본 API(응용프로그램)를 해석 할 수 있는 방법이 있어야 합니다. 이 과정은 당사자들에게 직접 실시간으로 지불이 이뤄지는 것을 제외하고, 현재의 배급자나 음악 수집자와 일하는 것과 다르지 않습니다.

우리는 진정한 양면 산업을 창출하고자 합니다. 즉, 서비스 제공 업체는 자신이 보유한 우선 레이블 계약에 따라 사용자에게 홍보하는 콘텐츠에 제한을 받지 않는 것입니다. 모든 콘텐츠가 동일하다면 음악 산업은 재정적으로나 음악적 다양성면에서 더 건강 해집니다. 균형과 형평성의 사명을 준수하면서 서비스 제공 업체는 플랫폼에 의해 판매되는 콘텐츠의 판매 / 스트림을 통해 생성 된 수익을 50 / 50으로 받게 됩니다. 우리는 우리와 함께 일하고 매출의 약 30 % 만 받는 소수의 주요 레이블에 속하는 대신 우리가 제공하고자하는 다양한 카탈로그를 고객에게 제공하는 엄청난 혜택을 확인할 수 있습니다.

우리는 판도라 (Pandora) 나 스포티 파이 (Spotify)와 같은 기존의 서비스 제공 업체가 블록 체인 플랫폼을 쉽게 통합 할 수 있다는 확신이 들지 않습니다. eMusic은 모든 플랫폼에 대한 완벽한 적용 범위와 연결을 보장하기 위해 참여하는 서비스 제공 업체와 연계하여 작업하는 데 상당한 자원을 투자 할 것입니다.

“e 뮤직은 할인 된 가격으로 음악을 검색, 샘플링 및 구매하고, 권장 사항을 찾고, 같은 생각을 가진 음악 애호가 커뮤니티와 상호 작용할 수 있는 장소가 될 것입니다. 블록 체인으로의 전환하면 보완 기능으로 회원 경험이 향상 될 것입니다.”

앞으로는 우리가 작업하는 모든 서비스 제공 업체를 기본 수준에서 통합하여 블록 체인 기반 시스템에 완전히 적응하여 eMusic을 통해 제공하는 모든 콘텐츠를 전적으로 체인에서 관리 할 수 있기를 바랍니다. 서비스 제공 업체에 대한 블록 체인 통합은 프로젝트 하루만에 이용 가능 합니다. 이 뮤직 스토어는 이 계획을 시범 실시 할 예정입니다.

외부 서비스 제공 업체가 보고를 eMusic에서 블록체인으로 옮기면 수익 공유가 증가하고 기술이 내재한 이점인 감사 가능성, 보안, 자치 및 P2P 거래가 발생하므로 eMusic과 동일한 비용 절감을 할 수 있습니다.

eMusic 소매점의 경우 배포 플랫폼은 전 세계의 음악 제작자를 끌어 들이고 사용자에게 풍부한 새 음악을 제공 할 수 있는 흥미 진진한 새로운 기회입니다.

기존의 서비스 제공 업체가 e 뮤직 콘텐츠를 쉽게 배포 할 수 있을 뿐 아니라, 새로운 서비스 제공 업체 및 신생 기업의 개발을 장려하고 음악 팬들에게 혜택을 주기 위해 다양성, 경쟁 및 소비자 선택을 추가 할 수 있기를 바랍니다.

블록 체인 개요

eMUSIC

의 블록 체인 플랫폼과 관련된 모든 구성 요소는 이더리움 (블록체인 기반의 분산 컴퓨팅 플랫폼) 네트워크에서 실행됩니다. 아래 스마트 계약과 eMusic 화폐에 자세히 나와있는 블록 체인에는 모든 상호 작용에 대해 두 가지 상호의존적인 조력자가 있습니다.

스마트 계약

블록 체인 경제는 “스마트 계약”이라고 불리는 기능 덕분에 가능합니다. 이들은 불변 레코드로 존재하며 공용 데이터베이스와 공유되는 간단한 컴퓨터 프로그램입니다 (입력과 출력이 있음). 특정 거래에 필요한 모든 데이터의 순열을 포함 할 수 있습니다.

음악 자산과 관련하여 새로운 eMusic 생태계에 연료를 공급하는 데 필요한 2 가지 스마트 계약을 구상합니다. 두 계약은 아티스트, 레이블, 서비스 제공 업체 및 음악 소비자 간의 공급망 에서 핵심적인 역할을 수행합니다. 스마트 계약은 자율성, 신뢰성, 보안 성을 제공하며 P2P 거래를 기반으로 합니다. 관련 데이터는 처음에는 두 당사자 간의 법적 합의로 설정되며 지속적으로 업데이트되거나 실시간으로 실행됩니다.



스마트 계약 1 - 콘텐츠

유통 플랫폼의 핵심 스마트 계약은 ‘콘텐츠’스마트 계약입니다. 배포 플랫폼은 이 스마트 계약을 통해 음악 저작물의 기록을 유지 관리하며, 해당 자산을 각 서비스 공급자에게 게시 할 수 있는 위치와 방법, 권리 보유자 및 각 권리 보유자가 받을 수 있는 수익의 비율을 유지합니다.

콘텐츠 스마트 계약의 주요 용도는 아티스트가 판매 / 스트리밍을 위해 eMusic 배포 플랫폼에 저작물을 게시 할 수 있게 하는 것입니다.

아티스트 / 레이블은 콘텐츠 스마트 계약서에 서명하고 관련 저작물은 플랫폼 및 기타 스마트 계약과 관련하여 사용할 ID를받습니다.

현재 블록 체인 성능 제한으로 인해, 권리 보유자의 지갑에 수익을 자동으로 직접 보내는 것이 현실적으로 어렵습니다. 그래서 우리는 주문형 취소 방법을 채택했습니다.

스마트 계약 1 - 콘텐츠 (계속 ...)

권리 보유자는 콘텐츠 스마트 계약에 액세스하여 자금을 인출합니다. 콘텐츠 스마트 계약 자체에는 자금이 포함되어 있지 않고, 다른 스마트 계약에서 자금을 인출 할 수 있는 허용 목록이 있습니다.

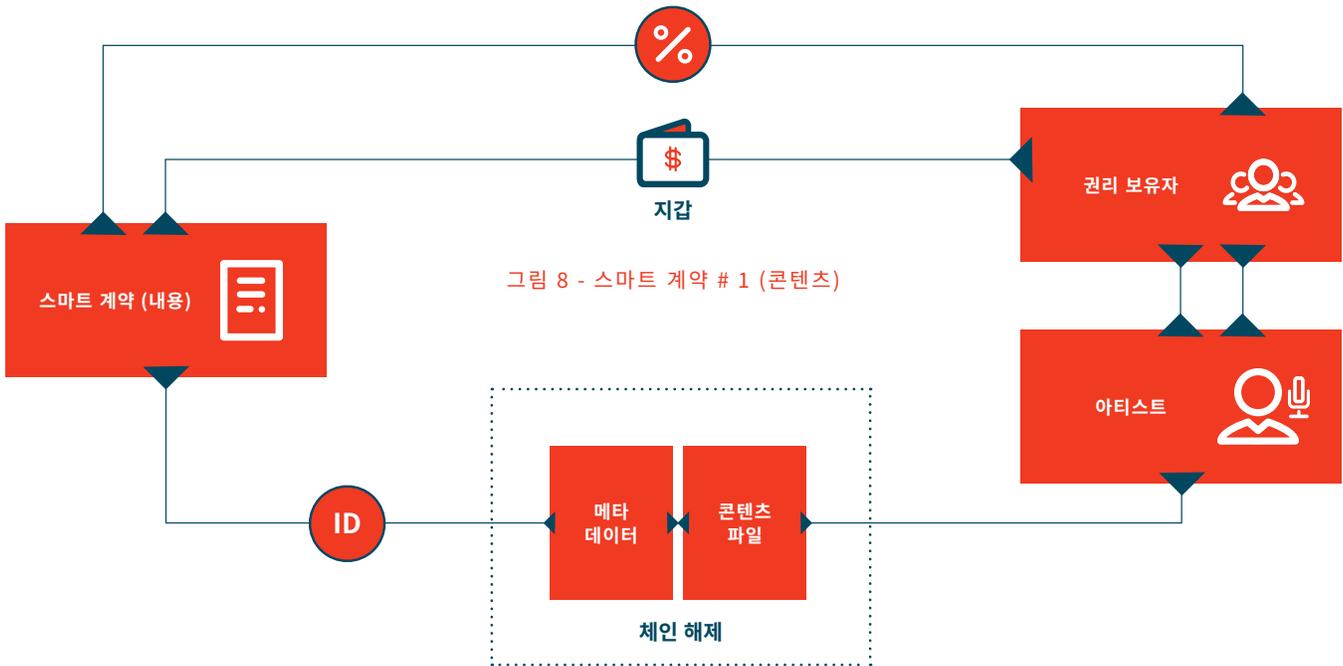


그림 8 - 스마트 계약 # 1 (콘텐츠)



스마트 계약 2 - 판매

판매 스마트 계약은 서비스 제공자 데이터 및 서비스를 통해 판매 또는 스트리밍 되는 자산에 대한 자금을 포착하고 보고합니다. 첫날에, 이 과정은 eMusic 리테일샵에서 시범 적으로 진행됩니다. 리테일 샵에서 판매 또는 스트리밍이 이뤄질 때 데이터는 음악 자산 ID가 포함 된 데이터베이스에 연결되지 않고 기록됩니다. 정기적으로 (eMusic 리테일샵의 경우 매일) 서비스 제공 업체는 판매 스마트 계약을 업데이트하여 각 음악 자산의 판매 / 스트리밍에 의해 생성 된 자금을 ID자산 당 평균 가치 및 해당 기간 동안의 자산 당 판매/스트리밍 횟수에 따라 전송하게 됩니다.



스마트 계약 2 - 판매 (계속 ...)

일단 자금이 보고되어 판매 스마트 계약서로 보내지면 판매 대금은 음악 자산 ID 당 계산되고 판매 스마트 계약서에 저장됩니다.

위와 같은 절차가 완료되면 권리 보유자가 자금을 인출 할 수 있습니다. 권리 보유자의 인출시, 콘텐츠 스마트 계약은 판매 스마트 계약의 지불금을 검색하고 할당 된 비율의 자금을 권리 보유자에게 수여합니다.

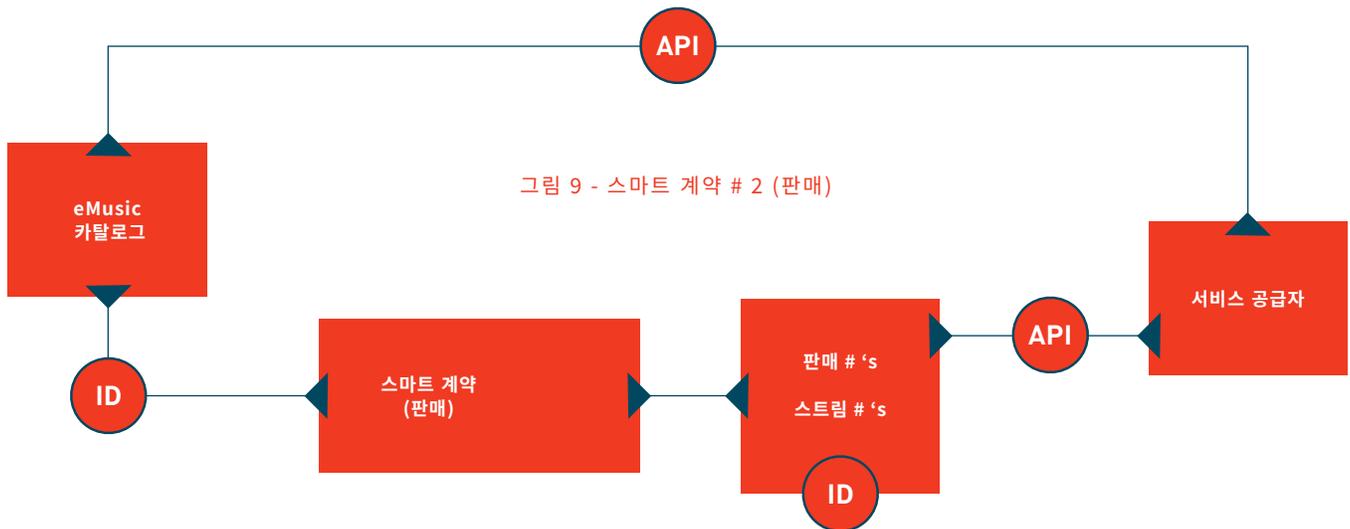
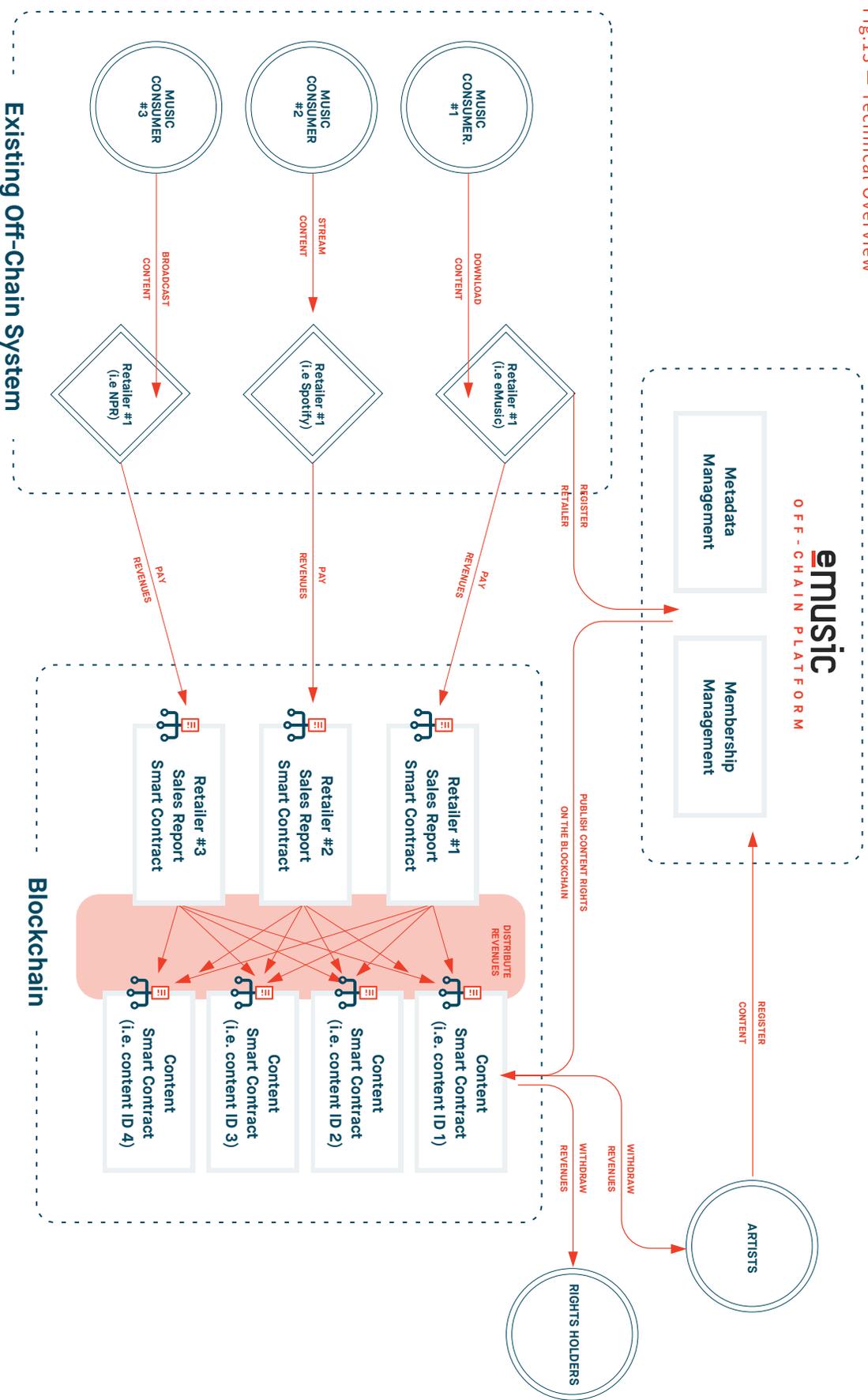


그림 9 - 스마트 계약 # 2 (판매)

Fig.13 — Technical Overview



emusic 토큰 소개

블록 체인 플랫폼에서 거래와 상호 작용을 원활하게하기 위해서는 한 당사자에서 다른 당사자로 통화를 전달해야 합니다.

emusic Credit

\$100
USD

You Pay Only:

\$70 USD

(or)

142.86 eMU

@ \$0.35 = \$50.00 USD

스마트 계약을 갱신하려면 - 새로운 판매 데이터를 입력하거나, 권리 보유자 정보를 수정하거나, 예를 들어 새로운 음악 저작물을 출시하는 경우 - 통화가 필요합니다. 암호화 화폐 이더와 그와 관련된 블록 체인은 이와 관련하여 새로운 블록 체인 프로젝트의 대다수를 지원하는 표준으로 주목 받았습니다. 이더리움 블록 체인의 핵심 기능은 애플리케이션 측면에서의 유연성입니다. 개발자는 블록 체인의 기본 구조를 사용하고 “토큰 (tokens)”이라는 디지털 자산 형태로 고유한 인터페이스를 사용하여 완전히 새로운 응용 프로그램을 구축 할 수 있습니다. 즉, 이더리움을 사용하면 모든 분야와 산업의 개발자가 필요에 따라 디지털 통화를 만드는데 그 기술을 도입할 수 있습니다.

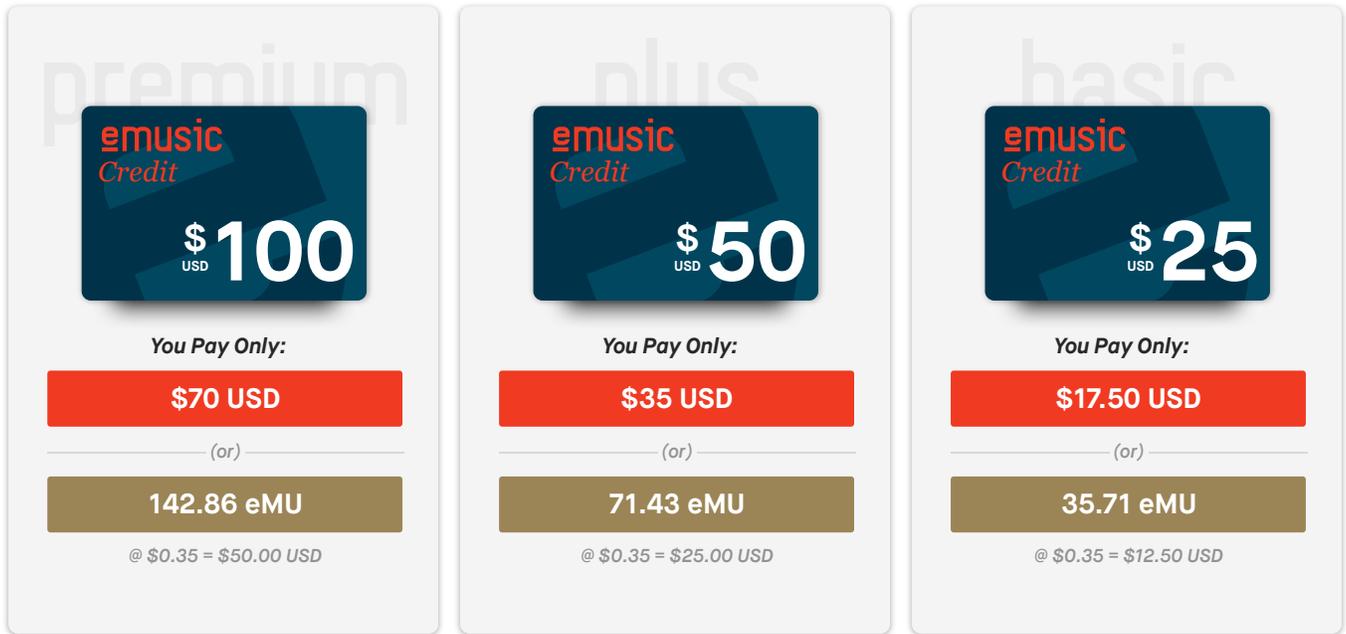
eMusic은 새로운 음악 생태계에서만 사용할 수 있는 디지털 자산인 이더리움 기반 ERC-20 토큰을 소개합니다.

현재 eMusic 시스템 아키텍처를 블록 체인 기술을 기반으로 한 아키텍처로 옮기는 중대한 첫 번째 단계는 현재 시스템에서 고객을 이동시키는 것입니다.

이 시스템에서는 월 단위로 만료되는 양도 불가한 “크레딧”이 발생하는 구독을 통해 구매력을 얻고 토큰 기반 시스템에서 만료되지 않는 암호화 토큰을 대량 또는 소량으로 구입할 수 있으므로 eMusic 고객에게 더 많은 기회와 구매하는데 보다 유연하고 다른 아티스트 및 팬과 보다 더 유연하게 관계를 맺을 수 있습니다.

e 뮤직 토큰 소지자 인 eMusic 회원은 언제든지 자신의 토큰을 eMusic 리테일샵 크레딧으로 전환 할 수 있습니다. eMusic 토큰을 스토어 크레딧으로 변환하여 회원의 소비력을 높이는 보너스 (평소보다)를 저장함으로써 더 많은 할인된 음악을 구매할 수 있습니다. 또한 스토어 크레딧과 달리 e 뮤직 토큰은 만료되지 않으므로 회원은 언제든지 eMusic 토큰을 구입 비축 하여 eMusic 신용 잔액을 늘릴 수 있습니다

비즈니스 관점에서 eMusic 토큰은 부분적으로 음악 구매 전을 나타냅니다. eMusic은 비즈니스의 멤버십 가격 요소를 그대로 유지하고 특정 소비자의 선택을 제한하는 반복적인 구독을 넘어 비즈니스 모델을 발전시킬 수 있습니다.



*Prices Not Final

그림 11 - 토큰으로 지불

기존의 신용 시스템에 대한 대안을 제공하기 위해 토큰을 사용하는 것 외에도 토큰은 음악 업계를 위한 새로운 생태계에 힘을 실어주는 토큰을 보게 되며 이 토큰은 “크레딧”가 결코 수용되지 않을 방식으로 또한 사용될 수 있습니다. 기존 및 미래의 고객에게 토큰 (플랫폼에서 제공되는 수백만 개의 음악 트랙 다운로드 또는 스트리밍 및 새롭고 흥미로운 팬 참여 유형)을 즉각적으로 활용할 수 있는 기회를 제공함으로써 이 새로운 생태계의 성장을 가속화 할 수 있다고 믿습니다.

초기 기능

플랫폼을 사용하여 음악 다운로드 토큰 보유자를 구입하는 데 토큰을 사용하는 것 외에도 토큰 발급 시점부터 토큰 판매 직후에 사용할 수 있는 다음과 같은 추가 기능 (“초기 기능”)을 활용할 수 있습니다.

- **토큰 전용 판매** : eMusic은 정기적으로 토큰 소지자에게 판매 가격으로 선택한 음악 트랙 또는 앨범을 제공합니다.
- **독점 콘텐츠** : eMusic은 특정 콘텐츠를 토큰 소유자에게만 제공합니다.

- **클라우드 스토리지:** 미리 정해진 양의 토큰을 구매하면 고객이 미리 지정된 기간 동안 음악 컬렉션에 무제한의 클라우드 스토리지를 제공 할 수 있습니다 (이전에는 특정 월 단위 크레딧 가입을 구매 한 고객에게만 이 기능을 제공했습니다).
- **사용자 보상:** 고객은 플랫폼에서 다른 사람들과 상호 작용할수록 그리고 다른 이들이 그 플랫폼에 주목할 때(예: “재생 목록”- 음악 재생 목록 생성 및 공유) 그들의 소비력을 향상시킬 수 있는 추가 토큰을 받게 됩니다. 플랫폼.
- **위시리스트 보조금:** e 뮤직은 토큰 소지자 만이 사용할 수 있는 독점적인 경연 대회를 시작합니다. 토큰 소지자는 “위시리스트”(최대 5 개의 전체 앨범)의 일부를 받을 수 있습니다.
- **자체 출판:** eMusic은 플랫폼이 시작된 날 이 기능의 첫 번째 부분을 활성화할 겁니다. 초기 파일럿 계획에서 업로드에 대해 토큰 (결정될 비율)을 보상합니다. 출시 후 초기 기간 동안 업로드 된 모든 콘텐츠는 권한 관리 기능이 구축 될 때 eMusic 리테일 샵에서 사용할 수 있게 됩니다. eMusic 토큰 소지자는 eMusic 온라인 상점의 “첫 페이지”에 실릴 자체 발행 콘텐츠에 대해 투표 할 수 있습니다.
- **고객 지원:** eMusic은 크레딧을 토큰으로 전환하는 기존 고객 뿐만 아니라 플랫폼을 처음 사용하는 고객을 위해 고객지원을 제공합니다. 이 지원에는 디지털 지갑 소프트웨어 작업, 토큰 송수신에 대한 지침 및 개인 암호 키 관리와 관련된 모범 사례가 포함됩니다 (이에 국한되지 않음).

보조적 특징

초기 기능 외에도 다음을 포함하여 토큰 사용과 관련하여 특정 보완 기능 (“보충 기능”)을 개발할 것입니다.

- **등급 리뷰 및 향상된 사용자 상호 작용:** 고객은 토큰을 사용하여 다른 고객 및 업계 전문가가 제공 한 리뷰 품질을 평가할 수 있습니다. 고객은 커뮤니티 토론에 기여하고, 가치 있는 리뷰를 제공하고, 잘못된 데이터를 표시하여 플랫폼의 품질을 보장하거나, 플랫폼에 새로운 아티스트를 추천 한 결과로 eMusic에서 토큰을 받을 수 있습니다.
- **판촉 (Promotion):** 아티스트들은 Platform을 통해 미래의 팬들에게 제공할 독특한 마케팅 도구로서 일정량의 토큰을 제공받을 수 있습니다. 아티스트는 이전에 불가능했던 여러 가지 방법으로 팬들을 장려하고 팬 기반을 모으기 위해 토큰을 사용할 수 있습니다.
- **권리 교환:** 토큰은 음악 관련 자산, 특히 아티스트의 권리, 악보 및 기념품 거래에 관심이 있는 당사자가 eMusic 플랫폼을 통해 제공되는 기타 음악 관련 자산에 액세스 할 수 있는 권한을 가진 당사자가 플랫폼에서 사용할 수 있습니다. 이것은 eMusic Platform의 자체 출판 기능을 향상시킵니다. 아티스트와 레이블은 eMusic 플랫폼에서 제공되는 스마트 계약을 통해 토큰을 사용하여 음악을 게시하고 관리 할 수 있습니다. 이 시스템을 사용하면 현재의 매우 불투명한 시스템과는 대조적으로 관련 로열티 지불이 감사 가능하고 투명하게 처리됩니다. 시간이 지나면 권리 보유자는 자신이 원하는 대로 플랫폼에서 사용되는 토큰에 로열티의 전부 또는 일부를 보유하도록 선택할 수 있습니다.
- **저작권 추적:** 다운로드 한 콘텐츠를 디지털 방식으로 “워터 마크”하는 기능을 사용하면 eMusic 플랫폼을 사용하는 저작권 보유자가 불법 복제 된 음악을 식별 할 수 있습니다.
- **플랫폼 대어:** 온라인으로 더 큰 입지를 원하고 현재 eMusic 생태계 내에 있지 않은 독립 오프라인 매장과 같은 제 3 자 (비 제휴) 소매 업체는 토큰 사용을 통해 이행 매커니즘으로서 플랫폼을 사용하는 별도의 ‘상점’을 통해서 판매되는 eMusic 카탈로그에 참여하고 콘텐츠를 추가할 수 있습니다.

- **빠른 이동:** 플랫폼은 아티스트에게 신속하게 플랫폼을 사용하여 재난 구호 또는 기타 긴급한 원인에 대한 자선 기금 모금 활동에 사용 된 수익금으로 아티스트가 기증한 노래를 만들고 배포할 수 있게 합니다.
- **클라우드 펀딩 (Crowdfunding):** 클라우드펀딩 플랫폼 개발은 아티스트들이 새로운 등록 저작물을 만들거나 (저작권을 관리하는 기존 저작물을 활용할 수 있는) 이런 권리구입에 참가할 수 있는 토큰으로 지불된 비용을 요구하는 SEC 등록 관중을 통해 돈을 모을 수 있게 합니다.

토큰에 대한 유망 구매자는 이메일 및 소셜 커뮤니케이션은 물론 이 백서의 업데이트에서 보완 기능 개발에 대한 정보를 얻을 수 있습니다.

보완 기능의 개발 및 구현은 기존 현금 및 플랫폼 이전이 완료 될 때까지의 수익과 기존 가입 음악 요금제의 향후 판매액 및 토큰 판매 수익 (아래 정의 됨)의 조합으로 지원됩니다).

제 3 자 기능

우리가 추가 할 수 있는 보완 기능과는 별도로, eMusic 토큰은 제휴 관계가 없는 제 3 자에 의해 제공되는 추가 기능을 가능하게 할 것이며 이는 음악 업계의 참여자를 위한 디지털 “아고라(광장)” 또는 공개 시장과 개념이 비슷합니다. 외부 응용 프로그램 인터페이스 (“API”)를 통합하면 eMusic 이 제공하는 자원을 사용하거나 사용하지 않고도 eMusic 에코 시스템을 확장 할 수 있으며 피어 P2P 상호 작용을 장려합니다. 계열사가 아닌 비즈니스는 콘서트 티켓 구매, 음악 뉴스 획득 (또는 제공), 아티스트 지향적 상품의 판매와 같은 제품 및 서비스에 대한 플랫폼과 사용자가 상호 작용할 수 있도록 플랫폼에 대한 API를 창출할 수 있습니다. 다른 우선적인 제3자 기능 (“타사 기능”)에는 다음이 포함될 수 있습니다.

- 토큰을 사용하여 토큰없이 달성 할 수 있는 활동을 가능케 하지만 훨씬 더 번거로운 방법입니다. 예를 들어 타사는 인터넷 액세스 권한을 가진 모든 사용자가 사용할 수 있는 플랫폼에 API를 연결할 수 있지만 eMusic 토큰 보유자에게만 할인이나 기타 혜택을 제공 할 수 있습니다. 이는 광범위한 전략적 통맹을 통하여 교차 홍보 목적 또는 모든 관련 당사자에게 상호 이익을 제공할 수 있게 됩니다.
- 제 3자는 API를 사용하여 플랫폼을 통해 제품 또는 서비스에 대한 지불을 허용 할 수 있습니다. (티켓, 상품, 동기 기획 등).
- 종이 기반의 쿠폰과 마찬가지로 eMusic 토큰은 당사자간에 직접 전송 될 수 있으므로 더 이상의 시스템 통합이 필요하지 않은 상품이나 서비스 교환으로 eMusic 토큰을 수락 할 수 있습니다 (eMusic 토큰은 널리 사용되고 이해되는 ERC20 표준을기반으로 하므로). 이것은 특정 유형의 콘텐츠 또는 판촉을 목표로 삼을 수 있는 영구적 또는 시간 제한적 계약을 맺은 일반 삼자 및 타사 eMusic 파트너 모두에게 적합합니다.

현재 모든 크레딧 기반 시스템에서 전체 토큰 기반 플랫폼으로 모든 고객을 완전히 이동시키는 데 시간이 걸릴 것으로 판단됩니다. 현재 예측은 불가능하지만 모든 고객은 토큰 모델로 이동되고 현재의 크레딧 시스템은 초기 기능 출시 후 약 1년 후에 중단될 것입니다. 한편, 우리는 계속해서 일반 신용 가입자 기반을 지원할 것입니다.

	eMusic 기능	eMusic 토큰	명목
토큰 판매 직후 즉시 사용 가능	별도 구매		유
	가입		유
	신용으로 임시 변환		무
	추가 크레딧 구매		유
	로열티 보상		무
	추천 보너스		무
	Access Exclusive Features		무
	독점적인 기능에 액세스		유
	팬기반을 장려		무
	클라우드 펀딩에 참여		무
	제 3 자 통합		무



The Sunshine Makers (Original Motion Picture Soundtrack)
The Heliocentrics

Member Price: \$4.99
As a member you save 30% off retail

 **12 eMU** @ \$0.35 = \$4.20 USD

CANCEL

CONFIRM PURCHASE



그림 12 - 지불용 토큰

09

eMusic 뮤직 토큰 판매 및 경제

eMUSIC

은 두 가지 방식으로 판매 할 토큰의 초기 배치 또는 일괄 처리를 만들고 향후 추가 토큰을 생성 및 판매 할 수 있는 권리를 보유하려고 합니다.

관련 관할 지역의 관련 법률 준수에 따라 토큰의 주요 판매는 일반 대중에게 공개됩니다 (“주요 판매”). 토큰은 eMusic의 현재 및 미래 사용자뿐 아니라 다음을 포함하여 플랫폼을 사용하고자하는 사람에게 판매될 것입니다: (1) 음악을 출시하고자하는 아티스트; (2) 카탈로그를 eMusic 플랫폼에 올려 놓으려는 음반사; (3) 좋아하는 콘텐츠에 투표와 같은 행동을 통해 음악을 구매하거나 자신이 좋아하는 아티스트를 지원하고자하는 음악 애호가 (4) 음악 업계의 일반 지지자 및 이해 관계자.

토큰 가격은 각각 약 0.39 달러 (또는 Bitcoin (“BTC”) 또는 Ether (“ETH”)에서의 판매 시점에 해당)입니다. 미국 달러 기준으로 판매되는 모든 토큰의 최소 금액은 \$ 20,000,000이며 최대 금액은 \$ 70,000,000 (“하드 캡”이라고 함)이므로 초기에는 대략 60,000,000 ~ 200,000,000 개의 토큰이 판매 될 것입니다 (주 판매 및 아래에 언급 된 사전 판매를 고려).

우리는 음악 산업 전문가와 플랫폼의 성공을 위해 상당한 재정적 지원을 투입하고자 하는 사람들과 함께 현재 고객 지원이 강력한 사용자 커뮤니티와 실행 가능하고 지속 가능한 생태계를 구축하는데 필수적인 단계라고 믿습니다. 플랫폼 지지자의 강력한 기반을 확보하기 위해 본 판매가 발생하기 전에 사전 판매시 최대 150,000,000 개의 토큰 (“사전 판매”) 및 주요 판매와 함께 총괄하여 “토큰 세일”)을 판매 할 수 있습니다. 이러한 지지자들의 참여를 장려하기 위해 주 판매 토큰 가격의 10 %에서 25 %에 이르는 대량 할인이 사전 판매 구매자에게 제공됩니다.

또한 해당 관할 지역의 관련 법률을 준수하고 관련 판매법이 해당 법률에 부합한다고 결정된 경우 소수의 eMusic 전략 및 기술 자문이 eMusic에 대한 서비스를 고려하여 토큰을 받습니다 (그러한 토큰의 총액량은 하드 캡에 도달했다고 가정하여 생성 된 모든 토큰의 3 %를 초과하지 않아야 함). 그러한 토큰은 eMusic이 세금 목적 상 사업 경비로 취급하며, eMusic은 그러한 토큰을 받는 모든 자문들이 관련법에 따라 요구되는 범위 내에서 토큰을 자국 관할 지역의 소득으로 공표하도록 요구합니다. 토큰은 e 뮤직 또는 그 계열사 직원의 보상 방법 또는 eMusic의 법률, 회계 또는 기타 전문 고문에게 지불하는 수단으로 사용되지 않습니다.

토큰 판매의 모든 구매자와 다른 모든 토큰 수신자는 이 검증 서비스의 선도적인 시장 제공 업체가 eMusic을 대신하여 수행하는 엄격한 “고객 알기”, “자금 세탁 방지” 및 제재 목록 검사의 대상이 됩니다.

제공된 서비스를 고려하여 대량 기반 할인을 받는 구매자와 토큰을 받는 자문들은 플랫폼에서 언제든지 토큰을 사용할 수 있습니다. 그러나 이 소지자는 다른 사용이나 이전이 허용되기 전에 최소 6 개월 동안 토큰을 보유하는 데 동의합니다. 이 6 개월 기간이 만료 된 이후에 발생할 것으로 예상되는 이전의 예는 다음과 같습니다. (a) 프로모터가 대표하는 한 명 이상의 아티스트를 홍보하거나 관리하는 자에 의한 경우 (b) 음악 레이블에서 정기적으로 음악을 구매 한 사람에게 해당 레이블에 대한 보상 또는 할인으로 음악 레이블에 의한 경우; (c) 다음의 계속되는 판매의 중지 (아래

	EMU 상징
소프트 캡 : \$ 20m	
하드 캡 : \$ 70m	
총 공급 : 500,000,000	
토큰 당 가격 : \$0.39	

정의), 시간이 지남에 따라 플랫폼에 더 많은 관심을 가진(알고 있는) 또는 한번에 많은 양의 토큰을 얻고자 하는 eMusic 플랫폼의 다른 지지자들을 소중히 여기는 음악 업계 내부자 또는 자문에

우리는 사전 판매 된 모든 구매자를 감시하고 투자 자금 또는 순전히 투기 또는 재정적 목적으로 토큰을 구매하는 벤처 캐피탈 펀드와 같은 금융 투자 회사로 생각되는 구매자에게 판매하지 않을 것입니다. 사전 판매 약정에 따라 모든 토큰이 생성되어 주 판매의 구매자에게 동시에 전달 될 때까지 사전 판매 시 구매자에게 토큰이 전달되지 않습니다.

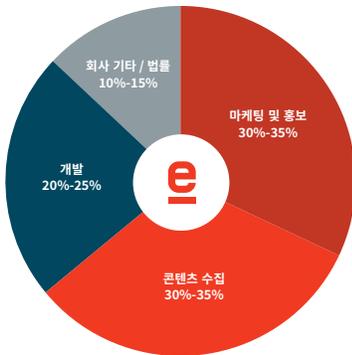
토큰 판매에서 토큰을 구입하지 않은 (또는 구입 한 모든 토큰을 다 사용한) 기존 또는 미래 eMusic 고객이 플랫폼과 상호 작용할 수 있는 토큰을 충분히 확보하도록 하기 위해 eMusic은 초기 판매가 또는 그에 근접한 가격으로 추가 토큰을 구매하여 사용할 수 있도록 합니다. 이러한 진행중인 판매에는 KYC 및 AML 수표를 포함한 주요 판매와 동일한 조건이 적용됩니다.

토큰 생성 및 배포 시 토큰 소유자는 즉시 토큰을 사용하여 음악을 구입하고 초기 기능을 즐길 수 있습니다. 향후 보완 기능이 추가되지 않으면 토큰은 eMusic의 기본 제품, 음악 다운로드 및 팬 활동 약 20년 동안 eMusic이 이미 고객에게 제공 한 제품을 단순 표기할 것입니다.

토큰 수익 사용

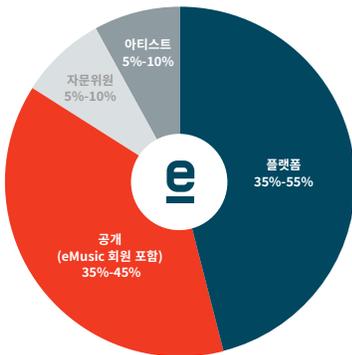
초기 토큰 매각에서 발생한 수익금은 다음과 같이 사용됩니다.

- ➔ 유통 및 크라우드 펀딩 플랫폼 개발
- ➔ 아티스트, 사용자 및 권리 보유자를 플랫폼에 끌어 들이기 위한 마케팅 및 홍보 활동
- ➔ 중국 정부와 서명 한 eMusic 계약에 따라 신규 및 기존 아티스트가 제작 한 콘텐츠, 콘텐츠 관리자가 보유한 콘텐츠 및 중국 고유 콘텐츠를 포함한 콘텐츠 획득
- ➔ TGE 전체에서 규제 환경을 준수하는지 확인



TGE 할당

- ➔ 공개 - 토큰의 35% -45%가 일반 대중에게 제공 될 예정입니다. 현재, 과거 및 미래의 eMusic 회원
- ➔ 아티스트 - 플랫폼에 배포하려는 아티스트에게 토큰의 5% -10%의 토큰이 주어집니다.
- ➔ 플랫폼 - 토큰의 35% -55%는 로열티 인센티브, 추천 보너스, 커뮤니티 구축 및 기타 홍보 활동뿐만 아니라 향후 토큰 판매에 사용할 수 있는 부분으로 예약됩니다.
- ➔ 자문 - 초기 매각 후 토큰의 5% -10%가 자문위원회에서 확보되며 6개월 의무 일정으로 묶여있게 됩니다.

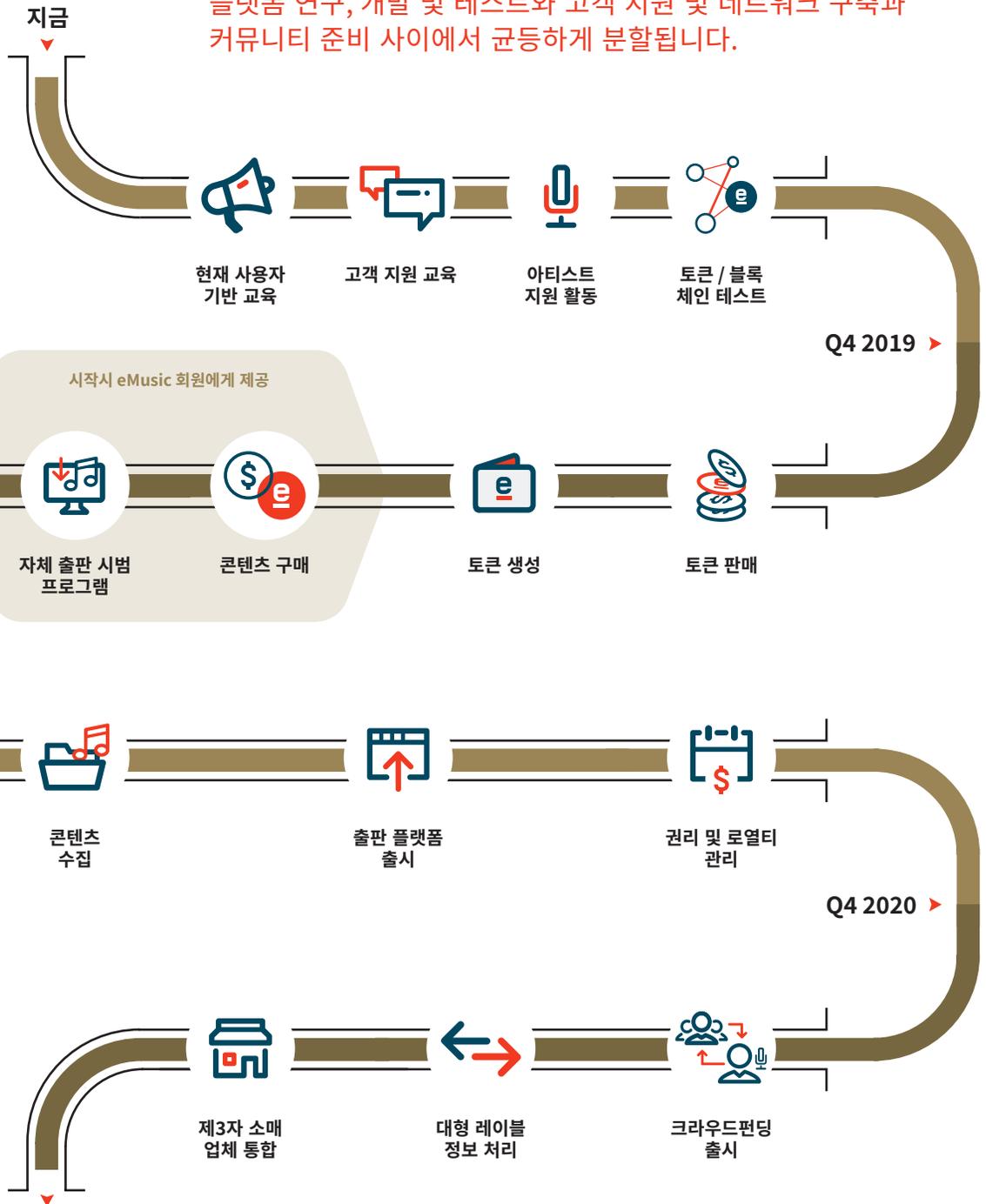


eMusic은 초기 판매가 또는 그 근접가로 구매할 수 있는 추가 토큰을 제공 할 예정입니다. 토큰은 ‘구워지지 않습니다.’ 토큰 배포의 타이밍 및 세부 사항에 관한 업데이트 및 공지 사항은 웹 사이트를 통해 전달될 예정입니다.

10

로드맵

토큰 생성 및 배포 직후 토큰 소유자는 eMusic 플랫폼에서 음악을 구입할 수 있습니다. 선두에 초점을 맞추어 eMusic 토큰 세대는 플랫폼 연구, 개발 및 테스트와 고객 지원 및 네트워크 구축과 커뮤니티 준비 사이에서 균등하게 분할됩니다.



11

Our Team

우리의 핵심 팀 및 고문은 CEO 인 타미르 코치의 주도로 총 10 억 달러 이상의 자금을 지원했으며 30 개 이상의 블록 체인 프로젝트에 참여했습니다: Wepower, Adhive, Elysian, Wemark, INS.world, Cool Cousin, Tron, Change Bank, iOlight, Blackmoon Crypto, Zeex, Tatatu, Wings, Bancor, Firmo network, Matchpool, Flixo, Orbs, Cartesi, Blox, Coinstarter, Liberdty, MW, Adex.network, HighIOT, Capitalise.



Tamir Koch
CEO

23 years of entrepreneurship and leadership; Two previous successful exits.

#Eclectic



Michael Juskiewicz
CFO

Over 15 years investment banking experience. Specialty in public and private capital raising and M&A.

#Alternative



Matt Downing
CMO

More than 20 years of experience, including launch of SiriusXM Streaming Services.

#80sAlternative



Brandon Schmidt
Label Relations

#Post-Punk



Ricardo Cabret
Lead Front End Developer

#JazzLover



Eric Chang
UX Designer

#TeenyBopper



Daniel Karni
System Architect

#Hamilton #OnRepeat



Adriana Gunczler
UX Jr. Designer

#IronicTeenyBopper



Ashi Atlas
Product Manager

#Metalhead



Guilherme Birk
Mobile Developer

#ShuffleButton



Shauli Bracha
QA Engineer

#EvenMoreOfAMetalhead



Sam Zelitch
Community Manager

#Experimental



Nir Peled
CTO

More than 16 years leading software and engineering teams.

#ProgRock



Matt Robinson
AVP Product

Multi-platform product specialist. 10 years experience bringing B2C software to market.

#90sHipHop



Bryan Farevaag
Creative Director

10+ years of UX/UI experience, Oprah Magazine, gusterly and Random House. Faculty at SVA.

#Dadrock



Lara Peterson
AVP Marketing

10+years marketing for consumer brands. Amex, XM Radio, ooVoo

#HipHopHero



Ori Erez
Blockchain Expert

10 years leading technology projects in the fintech industry including invest.com.

#RootsRevival

12

고문



Bill Campbell

Founder Barefoot Media.
Former head of digital for
Sony Music, later UMG.



Richard Blackstone

Former Board member
of Avex, Inc.(Japan),
Worldwide Chairman/
CEO Warner/Chappell,
CCO at BMG, President
Zomba Music.



Jeff Van Driel

Former CEO Naxos of
America and Executive
Producer at
Suite 28 Records.



Sean Koh

Head of Asia & American
Entertainment, founder of
Koherent Record.



Mike Belitz

CEO and President of
Ultimate Support Systems
and Radial Engineering.



Yaron Adler

Founder We Group,
Incredimail. Chairman
of Crowdfunding
platform Exit Valley.



Oded Federbusch

Crowdfunding expert.
Advisor Exit Valley.
Founder We Group. Owner,
f.r.a.l.y holdings ltd.



**Sebastian
Stupurac**

Co-Founder WINGS;
Adviser to AdEx,
Blackmoon Crypto,
INS.world.



Stas Oskin

Co-Founder WINGS,
Technology strategy
and partnerships.



Daniel Santos

CEO Token Advisors.
Former executive
Citigroup, Barclays
and Renaissance Capital.



Julia Della Scala

Blockchain expert and Far
East community leader.



Ran Sharon

Serial Entrepreneur,
Founder of Clariter,
Internet Investment Fund,
and Kornelius Group

법률 및 준수



David Rabbi

국제 블록 체인 규제 / 준수 전문가. 암호화 화폐 및 스마트 계약 관행 뿐만 아니라 ALM / KYC의 모든 측면을 전문으로하는 비즈니스 법률가.



Susan Joseph

법률 컨설턴트, 이론가 및 블록체인 자문위원. 블록체인의 다양성 전무 이사.

DLX Law

블록 체인 및 분산 원장 기술을 전문으로하는 로펌. SEC 규정 준수에 대한 우선 자문

Walder Wyss

스위스의 수석 컴플라이언스 고문.

회계



EY

Building a better
working world

중요 사항

유망한 eMusic 토큰 구매자

eMUSIC

토큰을 구입하려는 사람은 아래에 설명된 중요한 고려 사항을 읽고 이해해야 합니다.

1. 개발 실패 또는 낙태

불확실하고 예측 불가능하거나 어려울 수 있는 기술적 복잡성과 어려움으로 인해 eMusic 플랫폼 또는 플랫폼의 특정 구성 요소가 어떤 이유로든 (자금 부족 포함) 언제든지 실패하거나 중단 될 수 있습니다. 개발 실패 또는 중단이 언제 발생할 수 있는지에 따라 이러한 이벤트는 eMusic 토큰의 유틸리티에 악영향을 미칠 수 있는 eMusic 플랫폼의 일부 또는 전부를 사용할 수 없게 될 수 있습니다.

2. 제한된 정보 공개

eMusic 플랫폼의 다양한 기술 사양 및 매개 변수는 eMusic 토큰 판매 전후에 업데이트되고 변경 될 수 있습니다. 이 백서에는 eMusic 및 회사에 관한 주요 정보가 포함되어 있지만, 회사의 재량에 따라 필요한 경우 조정 또는 업데이트 될 수 있습니다. 회사는 eMusic 플랫폼의 개발 (진행 상황 및 기대되는 이정표 충족 포함)에 관한 백서를 정기적으로 업데이트 할 의무가 없으며, 때때로 회사에 의해 생성 할 수 있는 eMusic 플랫폼과 관련된 모든 정보를 적시에 완전한 액세스를 제공 할 의무가 없습니다.

3. 규제 환경의 변화

eMusic 토큰과 유사한 암호화 토큰은 다양한 관할권의 규제 당국에 의해 검사되거나 조사 될 수 있습니다. 회사는 때때로 하나 이상의 규제 당국으로부터 질의, 고지, 경고, 요청 또는 결정을 수시로 받거나 eMusic 또는 eMusic 토큰과 관련하여 조치를 중지 또는 중단하도록 명령 받을 수도 있습니다. eMusic 플랫폼 또는 eMusic 토큰의 개발, 마케팅, 판촉, 사용 또는 기타 내용이 심각한 영향을 받거나 방해를 받을 수 있습니다. 특정 관할지의 규제 정책은 변경 될 수 있기 때문에 언제든지 모든 관할 지역의 eMusic 플랫폼 및 eMusic 토큰에 대한 유리한 규제 위치가 취소되거나 변경 될 수 있습니다. eMusic 토큰은 다양한 관할 지역의 가상 상품, 디지털 자산 또는 유가 증권 또는 통화로 수시로 정의 될 수 있으며, 따라서 해당 지역의 규제 요구 사항에 따라 특정 관할 지역에서 거래 또는 보유가 금지 될 수 있습니다.

4. eMusic 토큰의 의도 된 사용; 증권으로 홍보되거나 판매되지 않음

eMusic 토큰은 eMusic 플랫폼 내에서 사용하는 것 이외의 가치를 보유하지 않습니다. e 뮤직 토큰을 구입 한 사람은 매각권, 의결권, 경영권, 재산이자 또는 수익이나 이익 공유를 받지 못합니다. eMusic 토큰의 의도된 사용은 음악 다운로드 또는 스트리밍, 아티스트 지원 및 같은 생각을 가진 음악 애호가와의 연계를 목적으로 eMusic 플랫폼에 대한 참여를 장려하는 것입니다. e 뮤직 토큰은 유가 증권이라고 생각하지 않기 때문에, 1933 년 유가증권법 또는 모든 주정부 증권법에 의거하여 e 뮤직 토큰은 판매용으로 등록되지 않았습니다. 증권 거래위원회 (SEC) 나 주 증권 규제 기관도 e 뮤직 토큰 판매 조건을 검토하지 않았습니다. eMusic 토큰의 판매가 유가 증권의 매각을 포함하지 않는다고 보는 우리의 견해도 불구하고 연방 또는 주 증권 규제 기관이 증권 거래법의 적용을 받도록 eMusic 토큰의 판매를 결정할 수도 있습니다. e 뮤직 토큰의 구매자는 e 뮤직 토큰이 유가 증권법을 준수해야 한다는 결정에 의해 불리하게 영향 받을 수 있습니다.

5. 암호화 기술의 진보

코드 크래킹이나 양자 컴퓨터 개발과 같은 기술적 진보와 같은 암호 기술의 진보는 이더리움 가상 기계 및 eMusic 플랫폼을 포함한 모든 암호화 기반 시스템에 위협을 초래할 수 있습니다. 이로 인해 e 뮤직 토큰의 도난, 분실, 실종, 파괴 또는 평가 절하가 발생할 수 있습니다. 그러한 진보로 인한 위협을 상쇄 할 수 있는 보안 혁신의 미래 또는 암호화의 미래를 예측하는 것은 불가능합니다.

6. 응용 프로그램 인터페이스

eMusic 플랫폼은 외부 응용 프로그램 인터페이스 ("API")의 통합을 통해 제휴 관계가 없는 제 3 자에 의해 제공되는 추가 기능을 가능하게 합니다. 이것은 eMusic 자원의 개입이나 사용없이 eMusic 생태계를 확장

할 것입니다. 회사는 제 3 자 기능의 개발, 마케팅, 운영 또는 기타 사항을 완전히 통제 할 수 없습니다. 결과적으로 eMusic 플랫폼은 eMusic Token 구매자의 이익을 최우선으로 생각하지 않는 제 3 자의 영향을 받을 수 있습니다. 또는 eMusic 주변에서 개발하는 제3자 기능이 없을 수도 있습니다.이 경우 eMusic은 API 제공의 이점을 누리지 못합니다.

7. 소스 코드의 결합

회사는 e 뮤직 플랫폼의 소스 코드가 결합이 없거나 그대로 유지 될 것이라고 보장 할 수 없습니다. 어떤 시점에서 eMusic 플랫폼의 소스 코드에는 결합, 오류, 결함, 취약성 및 버그 (총체적으로 "결함")가 포함될 수 있으며.이는 사용자의 일부 기능에 장애를 줄수 있거나 사용자 정보를 노출하거나 기타 eMusic플랫폼에 부정적인 영향을 미칠 수 있습니다. 이러한 결합은 e 뮤직 플랫폼의 유용성 및 / 또는 보안성을 위태롭게 할 수 있으며 결과적으로 e 뮤직 토큰의 가치에 악영향을 미칠 수 있습니다. 회사는 eMusic 플랫폼의 소스 코드를 개선, 최적화 및 완벽하게하기 위해 부단히 노력하지만, 회사는 그러한 결합을 완화하기에 충분한 방법으로 eMusic 소스 코드에서 발견 된 결합을 처리 할 수 있다는 어떠한 보증도 하지 않습니다.

8. 소스 코드 업데이트

eMusic 플랫폼의 소스 코드는 회사에서 수시로 업데이트, 수정, 변경 또는 조정됩니다. 회사는 그러한 업데이트, 수정, 변경 또는 조정의 정확한 결과를 예견하거나 보장 할 수 없습니다. 결과적으로 모든 업데이트, 수정, 변경 또는 조정으로 인해 eMusic 플랫폼 또는 eMusic 토큰의 유틸리티 운영에 악영향을 미치는 예상치 못한 결과 또는 의도하지 않은 결과가 발생할 수 있습니다.

9. 개인 키

e 뮤직 토큰에 액세스하는 데 필요한 비공개 키의 손실 또는 폐기는 돌이킬 수 없습니다. 유일한 공용 및 개인 키의 소유자 만이 로컬 또는 온라인 지갑을 통해 eMusic 토큰을 제어 할 수 있습니다. 구매자는 구매자의 지갑에 포함 된 개인 키를 보호해야 할 책임이 있습니다. 구매자의 비공개 키가 분실, 누락, 누설, 파괴 또는 기타 손상된 경우 회사 또는 다른 어느 누구도 구매자가 관련 e 뮤직 토큰에 액세스하거나 검색하도록 도울 수 없습니다.

10. 유동성

e 뮤직 토큰은 개인, 단체, 중앙 은행 또는 전국, 초 국가적 또는 준 국가 기관이 발급 한 통화가 아니며 엄격한 자산 또는 기타 크레딧으로 보호 되지도 않습니다. 시장에서의 e 뮤직 토큰의 유동과 거래는 관련 시장 참여자 간의 가치에 대한 합의에 달려 있습니다. 회사 나 다른 어느 누구도 구매자 또는 다른 eMusic 토큰 소유자로부터 eMusic 토큰을 구입할 의무가 없습니다. 회사는 어느 정도 e 뮤직 토큰의 유동성이나 시장 가격을 보장하지 않습니다. eMusic 토큰을 팔고자하는 eMusic 토큰 구매자는 다음 중 하나를 해야 합니다. (1) 상호 동의 한 가격으로 구매할 다수의 구매자 이는 많은 비용과 시간이 소요될 수 있습니다. 어떤 주어진 시간에, 암호화 화폐 통화 또는 다른 공개 시장은 eMusic 토큰을 거래를 위해 목록에 올릴 수 없습니다. 회사는 eMusic 토큰이 암호화 통화 또는 다른 교환 화폐에 등재되도록 하기 위한 조치를 취할 의도가 있으면 안됩니다.

11. 경쟁

제3자는 블록 체인 기반 음악 배포를 위해 별도의 관련 없는 플랫폼을 개발하는 것보다 훨씬 많은 리소스를 보유 할 수도 있습니다. 회사는 어떠한 경우에도 e 뮤직 플랫폼과 경쟁하려는 경쟁적 노력을 제거, 방지, 제한 또는 최소화 할 수 없습니다.