



CatchLive

Whitepaper

목차

CatchLive 프로젝트 개요	01
소셜 네트워크 소개	02
소셜네트워크 서비스의 문제점	06
1. 과장 및 허위 광고	
2. 사용자에게 대한 보상 불충분	
캐치라이브(CatchLive) 개요	10
캐치라이브 핵심 기능	11
1. 직관적 디자인의 선택 가능한 UI/UX	
2. 필터 및 자동 삭제 기능	
3. 타겟 마케팅 및 광고	
4. 사용자 관계 형성	
5. 아동 보호	
캐치라이브 토큰 이코노미	16
Indonesia MOU Influencers	18
Contracted japan AV Model	22
캐치라이브의 성장	23
1. 제휴사 라이브커머스산업의 전 영역으로 확대	
2. 하나의 방송이 실시간으로 AI 통번역되어 글로벌 동시송출	
3. 파트너사 확장성 예시 및 UI, UX등 국가별 사용자중심의 글로벌 현지화 라이브플랫폼	
캐치라이브의 지향점	25
캐치라이브 로드맵	27
법률 고지 (Disclaimer)	28

CatchLive 프로젝트 개요

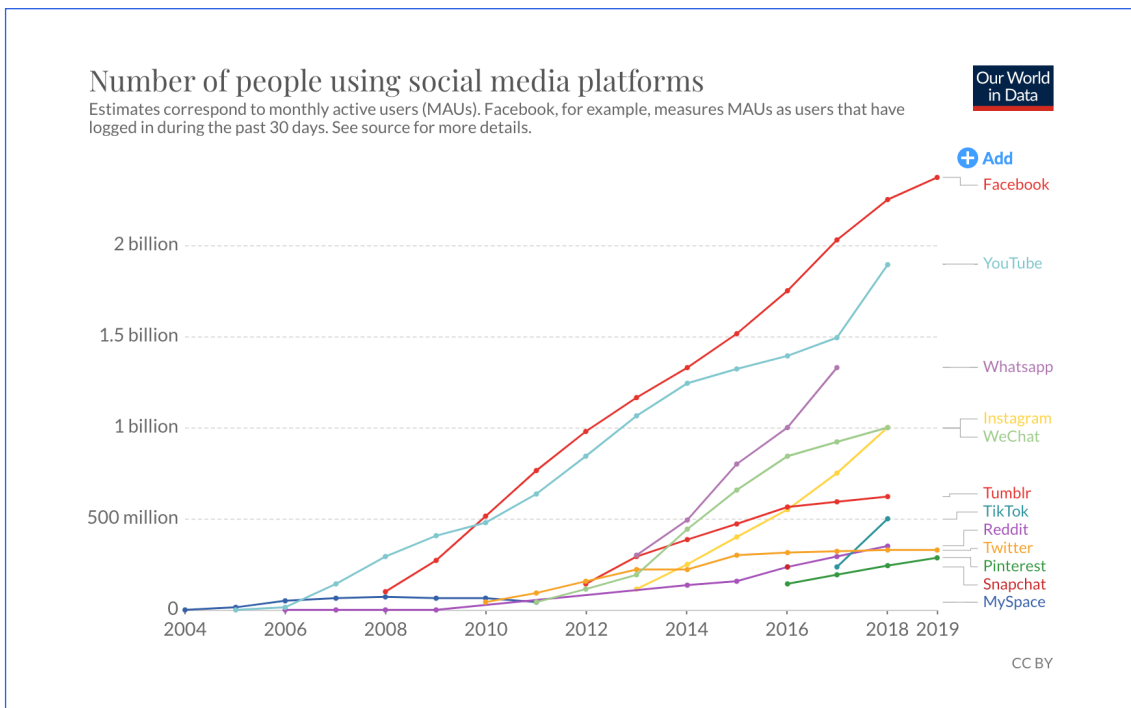
소셜 네트워크 서비스(Social Network Service; SNS)의 역사는 매우 짧다. 다만 10년 이상의 꾸준한 성장세와 더불어 기록적인 팬데믹 현상(COVID-19)으로 인해 그 성장세는 더욱 가속화되고 있는 실정이다. 또한 MZ 세대가 주도하는 디지털 환경의 폭발적인 성장으로 인해 이들이 참여하는 디지털 시장이 문화의 주류로 자리잡는 데까지는 약 1년도 채 걸리지 않게 되었다. 이러한 현상이 가능해진 이유로는 MZ 세대가 지닌 '변화에 대한 유연함', '트렌드 팔로잉'을 꼽을 수 있고 이와 맞물려 SNS가 지닌 특유의 빠른 템포와 파장력에 의해 문화의 확장 속도가 가속화되는 현상이 나타나게 되었다.

MZ 세대를 비롯한 SNS를 이용하는 모든 사용자가 해당 시장의 확장에 지대한 영향을 미쳤음에도 불구하고 사용자의 기여와 공헌에 대한 보상체계가 확립되어 있는 서비스는 극소수라 할 수 있다. 오히려 SNS 이용자에게 원치 않는 상업성 광고를 노출하거나 심각한 수준의 개인정보 침해, 걸리지 않은 정보의 확산, 어뷰징 등 이용자의 불편을 초래하는 다양한 불합리적 요소가 플랫폼에 존재한다. 즉, 이용자 중심의 소셜 네트워크 서비스의 부재로 인해 그에 따른 피해는 모두 이용자에게 전가되고 있는 형태로 변질되고 있다는 의미이다.

우리는 이러한 점에 착안하여 소셜 네트워크 서비스의 의미를 재고함과 동시에 확장성을 높이기 위해 SNS의 개념을 리마스터(remaster) 하고자 한다. 특히 차세대 웹 환경을 지향하는 캐치라이브는 언급된 해결 과제를 최우선적으로 해결할 펀더멘탈에 집중을 하고자 한다. 기능적인 측면에서의 캐치라이브는 사용자 보상이 극대화될 수 있도록 설계하여 이용자의 몰입과 공헌에 대한 실질적인 리워드를 제공할 수 있을 것이며, 기술적인 측면에서는 다가올 초개인화(hyper-personalization) 시대에 부합하는 빅데이터 및 블록체인 기술을 활용하여 사용자 개인의 각종 정보 보호, 실제 구매까지 연결될 수 있는 이용 패턴에 기반한 광고의 노출, 부정 이용자에 대한 원천적 차단 등 이용자 중심의 환경이 조성된 서비스를 선보이고자 한다.

소셜 네트워크 소개

전세계로 보급된 초고속 통신망으로 인해 물리적인 거리의 제약 없이 모든 이가 전세계의 어느 누구와도 연결될 수 있는 환경이 마련되었다. 통신망 보급이 활발해진 2000년 이후, 인터넷의 사용자는 기하급수적으로 늘어나기 시작했으며 스마트폰의 보급 이후 인터넷의 사용은 더 이상 공간의 제약을 받지 않게 되었다. 특히 스마트폰이 대중화되면서 온라인 기반의 시장은 급속하게 성장하였고 소셜 네트워크¹, 미디어, 음악, 오디오, 뉴스, 스트리밍, 게임 등 다양한 분야의 산업이 눈부신 발전을 이룩하였다. 그 결과, 각종 온라인 서비스는 초창기 버전에 비해 비약적인 개선과 발전이 이루어졌고 그 중 가장 많은 사람들이 이용하는 소셜 네트워크(페이스북, 인스타그램, 트위터 등) 시장은 2020년 기준(Statista, 2021), 전세계적으로 약 36억 명에 달하며 2025년에는 약 44.1억 명이 이를 이용할 것이라 전망하였다.

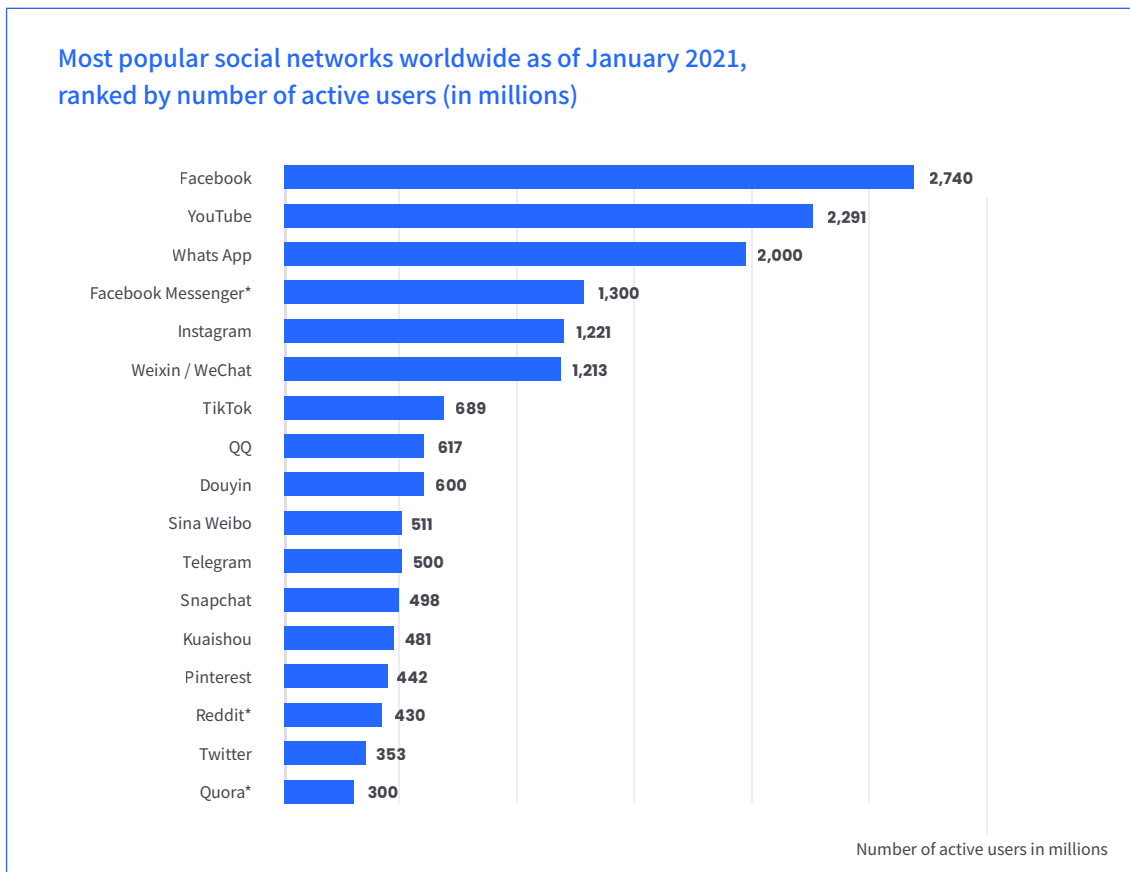


출처 : Statista and TNW(2019)

1) 소셜 네트워크는 SNS, 소셜 미디어 등 다양한 단어로 불리우고 있으나 큰 범주에서 본다면 소셜 네트워크는 소셜 미디어의 하위 개념으로 간주된다. 트위터를 포함한 페이스북, 인스타그램 등을 SNS라 부르지 않고 소셜 미디어라 일컫는 이유 중 하나는 SNS를 하나의 미디어로 격상시키고자 하는 욕구가 존재하기 때문이다. 세부적으로 살펴보면, 소셜 네트워크는 문자 그대로 온라인상의 인맥을 확장하고자 하는 '관계'에 초점이 맞추어져 있다. 반면 소셜 미디어의 경우 개인이 정보의 소비 주체인 동시에 생산 주체가 되어 정보 '전달' 성격이 강하다.

소셜 네트워크 소개

2004년 2월, 마크 주커버그는 공동 창업자인 더스틴 모스코비츠, 크리스 휴즈, 에드워드 새버린과 함께 페이스북을 출시하였다. 페이스북은 ‘세상을 더욱 개방하고 연결되게 하자’라는 창립 이념을 바탕으로 2021년 기준 27억 4천만명의 월간실사용자(monthly active users)를 확보했으며 가장 큰 영향력의 범위에 도달해 있는 소셜 네트워크 서비스 플랫폼이다. 해당 플랫폼의 초창기 모델은 단순한 방명록의 기능만을 제공하였으나 출시 이후 뉴스피드, 사진 업로드, 좋아요 기능, 실시간 위치 공유 등 현재 SNS 플랫폼이 제공하는 대부분의 기능의 기초가 되는 업적을 남겼다. 페이스북은 이후 인스타그램을 인수, SNS의 양대산맥으로 자리매김하여 트위터, 틱톡 등과 같은 파생된 형태의 SNS 플랫폼이 출시되는데 크게 이바지한 기업이다.



출처 : Statista(2021)

2) 페이스북의 뉴스피드는 나에게 남긴 글뿐 아니라, 친구의 활동까지 본인의 페이지 안에서 보여준 기능이다.

소셜 네트워크 소개

SNS의 성공 요소는 단연 사용자의 확보이다. 사용자들 간의 상호작용이 소셜 네트워크의 기본 기능이며, 다수의 사용자를 확보해야만이 플랫폼이 확장이 가능하다. 최근의 시장 추세는 본연의 네트워크 서비스 외에도 쇼핑, 메신저, 영상 업로드 등의 부가기능이 탑재되어 사용자의 편의와 흥미를 극대화하는 형태로 발전하고 있다. SNS를 비롯하여 소셜 미디어 전체 산업의 수익 구조는 광고에 치우쳐져 있다. 다수의 사용자에게 노출될 수 있는 광고는 CPC, CPV, CPM, CPA 등 여러 형태의 방식으로 진행되고 있지만 궁극적으로 사용자와 직접적으로 연관되어 있는 수익 구조이기에 다수의 사용자 확보는 성공적인 SNS 플랫폼의 필수 불가결한 요소이다.

부가기능 측면에서의 가장 성공적인 플랫폼은 인스타그램과 틱톡이다. ‘세상의 순간들을 포착하고 공유한다’는 슬로건을 내걸고 시작한 인스타그램은 해시태그의 문화를 정착시켰고 이들이 폭발적인 성장을 기록한 이유로는 사진 공유에 집중하여 ‘과시욕’이라는 개인의 욕망을 충족시킬 수 있는 가장 단순하고 쉬운 방법을 사용자에게 제공하였기 때문이다. 틱톡의 경우엔 ‘숏폼 비디오’ 즉, 1분 이하의 짧은 영상을 공유하는 차별화된 방식을 고수하였기 때문에 소비자에게 선택을 받게 되었다. 특히 연결성을 내세우던 기존의 SNS와는 다른 형태를 앞세워 ‘소비를 중심으로 가볍게 공유하고 즐기는 형태’ 새로운 문화를 창조하기에 이르렀다. 즉, MZ 세대 특유의 빠른 템포를 충족시켜줄 수 있는 콘텐츠를 제공하여 사용자의 소비 시간을 획기적으로 줄여주었고 콘텐츠를 생성하기까지 소비되는 시간마저 크게 단축하여 소비자의 기호와 니즈를 충분히 충족시킬 수 있는 제작 환경을 제공하였다.

이처럼 다수의 SNS 플랫폼이 각자의 특성을 사용자에게 제공하여 사용자 확보에 많은 노력을 기울이고 있는 실정이다.

3) 틱톡은 시가 추천하는 ‘For You’ 콘텐츠가 자동으로 선별되어 제공되며, 사용자의 영상 시청 행태, 취향 및 기호 등을 분석하여 더 나은 추천 콘텐츠를 제공한다.

소셜 네트워크 소개

이러한 차별점을 내세움에도 불구하고 대다수의 플랫폼은 세 가지 핵심 특성은 기본적으로 내포하고 있다. 첫째는 신속성이다. 기존의 전통 미디어와는 달리 SNS는 정보의 수평적 전달과 네트워크를 통한 확산이 가능하다. 개개인의 관심사부터 거시적인 국제 이슈 등 폭 넓은 방면에서의 정보 전달이 파급력인 지닌 채널 신속하게 전달된다. 두번째는 개인성이다. SNS에서는 개인의 경험, 생각 등을 타인과 공유하는 것에 초점을 두고 확산이 이루어지는 형태이다. 특히 본인을 표현하려는 욕구가 강한 MZ 세대는 자기노출의 가장 적합한 수단인 SNS를 적극 활용하여 개인이 공유하고 싶은 감정, 정보, 글, 영상 등 다양한 콘텐츠를 공유한다. 마지막으로 정보의 개방성과 전달의 용이성이다. SNS는 사용자 친화적인 인터페이스와 경험 제공을 지향한다. 즉, 사용자가 게시하는 콘텐츠에 대한 검열은 최소화(법적으로 문제의 소지가 있는 부분에 대해서만 제한적) 되어 게시에 대한 제한이 없어 자유롭게 게시가 가능하다. 공개된 정보에 대해서는 마찬가지로 자유롭게 저장, 공유가 가능하여 폐쇄적인 형태의 전통 미디어와는 다른 행보를 보이고 있다. 특히 네트워크가 지닌 연결성의 특성을 활용하기 때문에 정보의 전달은 수초내로 가능하며, 속도 및 파급효과의 측면에서의 극대화가 발생된다.

소셜 네트워크 서비스의 문제점

1. 과장 및 허위 광고

SNS의 플랫폼의 고질적인 문제 중 하나는 무분별하게 노출되는 광고이다. 그 원인으로는 플랫폼의 수익 원천이 광고 노출에 기반한 구조이기 때문이다. 이와 같은 광고는 사용자의 개인 정보(위치, 나이, 성별 등), 개인의 관심사 및 인맥의 관심사, 나의 활동(좋아요, 공유 등) 등에 대하여 플랫폼 알고리즘을 통해 분석되어 가장 최적화된 광고가 노출되는 시스템으로 설계되어 있다. 특히 기존 오프라인 광고에 비해 초기 비용이 저렴하고 물리적인 제약으로부터 벗어나 있어 반복적인 송출이 가능하여 낮은 비용으로 높은 효율을 낼 수 있기 때문에 SNS 플랫폼에서의 마케팅과 광고 노출은 지속적으로 증가하고 있는 추세이다.

반면 그에 따른 피해와 문제점 역시 수면위로 드러나고 있는 실정이다. 2016년부터 2018년 9월까지 SNS에서 허위 및 과장 광고로 적발된 사례는 총 1,909건이었으며, 식품의약품안전처는 2020년 1월, 팔로워(-follower)가 10만 명 이상 되는 인플루언서(influencer)를 포함하여 SNS상의 허위, 과장 광고를 점검하여 다이어트, 디톡스 등에 효과가 있는 제품이라며 가짜 체험기를 게시한 유통전문판매업체 등 8곳과 인플루언서 등 15명을 적발한 사례가 있다. 특히 인플루언서와 SNS 상에서 활동하는 전문가들이 지닌 설득효과는 매우 크기 때문에 협찬 받은 제품을 사용한 후, 협찬에 대한 고지나 과학적인 검증 없이 허위 또는 과장된 후기를 올려 팔로워의 소비 심리를 자극하고 직접적인 소비로 이어지게 된다. 이와 같은 사례가 발생하는 주된 이유로는 광고주(사업자)가 인플루언서에게 현금이나 제품을 무상 제공하는 방식으로 대가를 지급하면서 게시글을 요청하거나, 보정사진 등을 이용하여 체험 결과를 조작하거나 과장하는 경우가 많기 때문이다.

소셜 네트워크 서비스의 문제점

	2016	2017	2018. 9	합계
식품 위생 법 (제 13조)	552	356	181	1,089
건강기능식품법 (제 18조)	219	225	249	693
화장품법 (제 13조)	35	14	29	78
약사법 (제 68조)	-	29	14	43
의료기기법 (제 23조)	3	3	-	6
Total	809	627	473	1,909

출처 : 식품의약품안전처

캐치라이브는 이러한 과장 및 허위 광고에 대한 신고 기능을 탑재하여 신고가 많은 과장 및 허위 광고에 대한 대처를 할 수 있는 대응 알고리즘 개발과 모니터링 팀을 구축하여 플랫폼 이용자의 피해를 최소화하고자 한다. 또한 신고된 기업 및 광고주에 대한 블랙리스트 개념을 도입하여 광고와 관련된 피해 사례가 최소화되도록 노력할 것이다. 이를 달성하기 위해 캐치라이브는 사용자 개인 정보를 제외한 키보드 입력, 검색 기록 등의 이용 행태 정보를 수집하여 빅데이터 분석과 블록체인 기술을 접목시켜 정확하고 시기적절한 타겟 광고만을 노출시킬 것이다.

소셜 네트워크 서비스의 문제점

2. 사용자에게 대한 보상 불충분

일반적으로 SNS 플랫폼은 사용자에게 대한 보상 메커니즘은 전무하다고 볼 수 있다. 오히려 반대로 플랫폼 사용자에게 광고를 노출시켜 그에 따른 수익을 얻는 형태를 취하고 있다. 즉, 사용자 집단이 존재하지 않게 되면 플랫폼의 수익 역시 존재하지 않는 구조이나, 플랫폼이 획득한 수익에 대한 공유는 전혀 이루어지지 않고 있는 현실이다.

이를 거시적인 관점에서 바라볼 경우, 플랫폼은 이득만을 취하는 위치에 존재하며, 함께 플랫폼을 키워온 소비자들은 수익 제공 대상에서 제외되어 있다. 이와 같은 수익 구조는 흔히 플랫폼 경제라 일컬으며, 수익 독점 현상이 주로 목격되는 일반적인 형태의 플랫폼이 시행하고 있는 형태이다. 일반적으로 플랫폼 경제는 생산자와 소비자의 거래를 연결해 주는 중개자가 수수료 수취를 통해 이익 주도권을 갖게 된다(SNS의 경우 생산자는 광고 업체, 소비자는 서비스이용자, 중개자는 플랫폼이라 간주할 수 있음).



소셜 네트워크 서비스의 문제점

플랫폼 경제의 비대칭적 구조를 타파하기 위해 ‘프로토콜 경제’라는 새로운 용어가 탄생했다. 이는 기업 운영에 민주적 절차를 도입하고 개방성과 투명성, 그리고 이익의 공정한 분배를 추구하는 것이다. 일부 대형 플랫폼 기업들이 독점적으로 기업을 운영하는 '플랫폼 경제'의 문제를 보완하고 개선하자는 개념이다. 프로토콜 경제로의 전환 방법으로 꼽히는 새로운 기술은 비단 블록체인 기술이라 할 수 있다. 블록체인 기술의 도입은 원장을 누구나 볼 수 있게 설계되기 때문에 기업은 블록체인을 통해 기업 운영의 투명성을 확보할 수 있고 이를 바탕으로 정해진 규칙(프로토콜)에 따라 공정한 이익 분배가 이루어지도록 설계할 수 있기 때문이다.

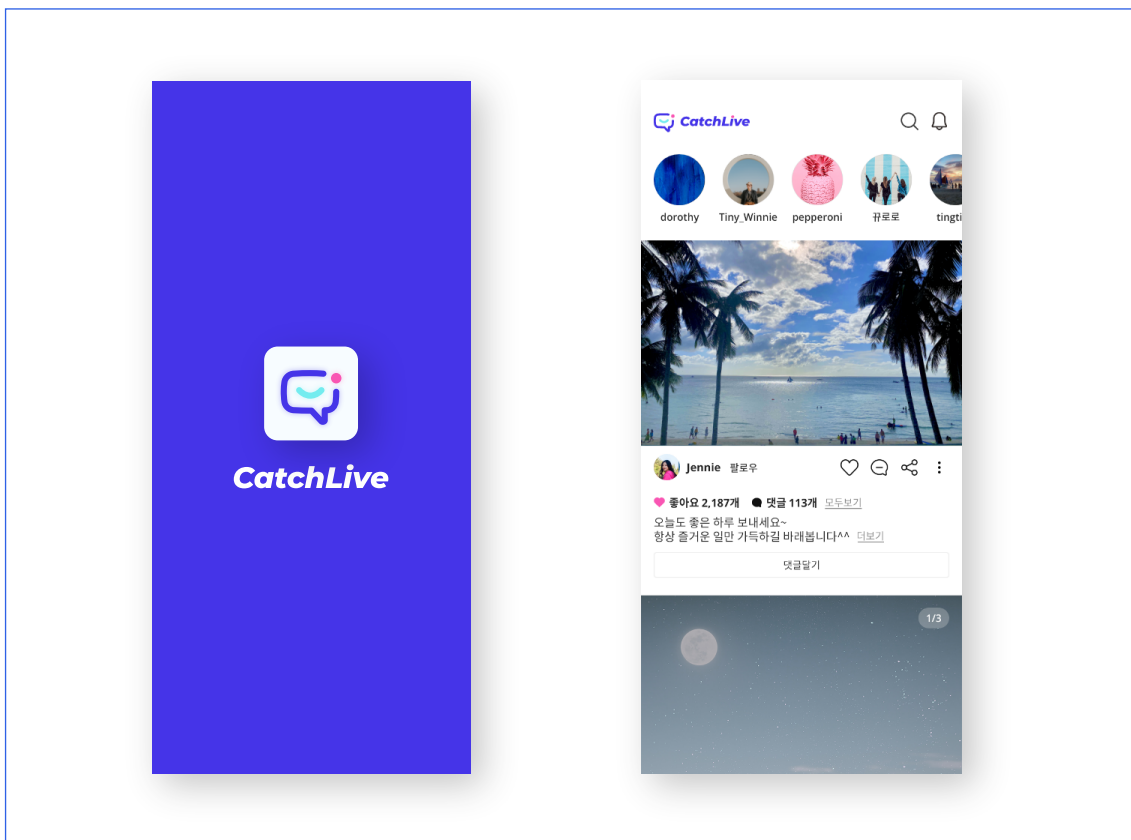


프로토콜 경제 기반의 플랫폼은 플랫폼 확장에 기여한 모두에게 함께 만들어낸 가치를 보상 받아가는 형태로 구축된다. 즉, 생태계 참여자 모두에게 충분한 이익 공유를 한다는 뜻이며, 이는 사회적으로도 큰 의미가 있는 방안으로 해석될 수 있다.

캐치라이브(CatchLive) 개요

캐치라이브는 블록체인 기술을 접목시킨 사용자 보상형 SNS 플랫폼이다. 캐치라이브 사용자는 기존의 페이스북, 인스타그램, 틱톡 등 다양한 SNS에서 체험할 수 있는 소셜 네트워크에서 활용되는 기본적인 기능과 더불어 자신의 활동에 기반한 추가적인 보상을 받을 수 있다. 특히 프로토콜 경제 도입의 일환으로 캐치라이브에서는 사용자가 플랫폼에 공헌하는 모든수단에 대해서 보상이 분배될 수 있도록 설계될 예정이며, 이외에도 1) 직관적 디자인의 선택 가능한 UI/UX, 2) 필터와 자동 삭제 기능, 3) 빅데이터 기반의 타겟 광고, 4) 사용자 관계 형성, 5) 아동 보호 장치 등 다양한 기능을 사용자에게 제공할 것이다.

추후 개발 고도화 단계에서는 라이브 쇼핑 기능을 탑재하여 in-app 결제가 이루어질 수 있도록 마일스톤을 설정하였다. 해당 단계에서는 PG 결제와 더불어 생태계 확장의 일환으로 토큰으로도 마켓 플레이스에서 결제가 가능하도록 생태계 연결을 준비 중이며, 향상된 호환성과 효용성을 제공하기 위해 생태계에 참여하는 사용자들에게는 리워드를 지급할 수 있도록 설계 중에 있다.

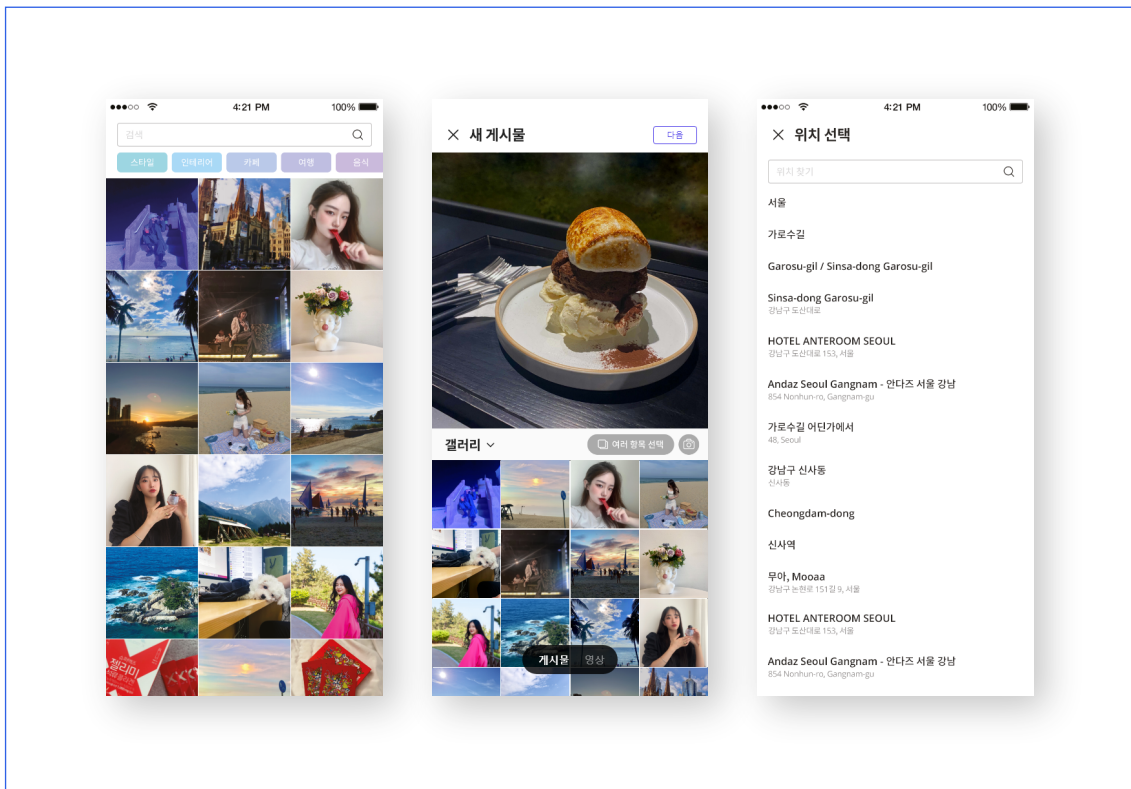


캐치라이브 핵심 기능

1. 직관적인 디자인의 선택 가능한 UI/UX

캐치라이브는 UI에 대한 여러 가지 선택적 옵션을 제공한다. 기존 SNS UI의 장점을 취합하여 사용자가 친숙한 환경을 조성하였고 더 나아가 UI 측면에서의 개선을 통해 사진 위주의 UI와 영상 위주의 UI로 선택적 옵션 기능을 제공한다. 사용자 및 이용 행태의 분석을 통해 더 직관적이고 편리하고 쉽게 변경할 수 있는 UI 설계를 구축할 예정이다.

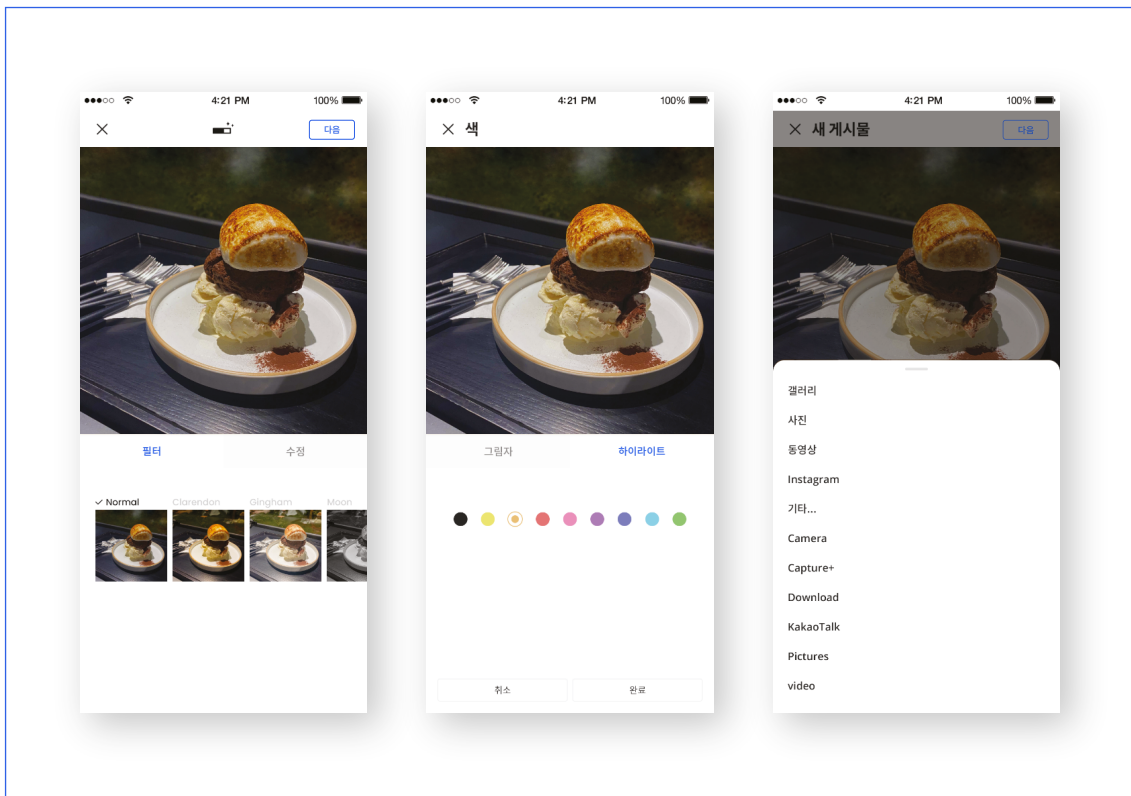
사용자 경험 개선을 위해 색상표 및 레이아웃 옵션, 그리고 참여하는 콘텐츠 유형에 따라 다양한 레이아웃 체계도 추가될 예정이다. 예를 들어, 부주의한 스크롤이나 쇼핑을 위한 레이아웃은 최소한의 텍스트로 배치된다.



캐치라이브 핵심 기능

2. 필터 및 자동 삭제 기능

캐치라이브는 사용자가 사진과 비디오 편집을 위한 타사의 앱을 활용하지 않고 자체적으로 다양한 편집을 할 수 있도록 내장된 필터 기능을 제공한다. 또한 다른 SNS 계정의 사진과 영상 콘텐츠를 별도의 과정을 거치지 않고 몇 번의 클릭만으로 캐치라이브에 업로드 할 수 있는 기능을 탑재할 예정이다. 해당 기능은 여러 SNS 플랫폼에 동일한 콘텐츠를 여러번 편집하고 업로드하는 번거로움을 줄여주어 사용자의 편의성을 극대화할 수 있는 방안이다.



또 다른 주요 기능으로는 자동 삭제 기능이 존재한다. 사용자는 업로드된 각 콘텐츠가 특정 시간, 뷰 횟수 등 설정한 값에 따라 자동으로 만료되도록 설정할 수 있다. 만료된 콘텐츠는 영구히 삭제되고 이를 다시 불러올 수 없도록 설정되어 있다. 해당 기능은 일반 피드, 개인 메시지 및 스토리 등에 적용할 수 있다.

캐치라이브 핵심 기능

3. 타겟 마케팅 및 광고

캐치라이브는 사용자로부터 활동 데이터를 수집하여 사용자에게 보다 관련 있는 콘텐츠와 광고를 제공한다. 빅데이터 및 블록체인 기술은 해당 영역에서 적용되며, 사용자의 활동 데이터는 블록체인에 안전하게 보관되어 정보의 탈취 우려를 해소할 수 있게 된다. 또한 축적된 데이터를 바탕으로 빅데이터 분석을 실시하여 사용자의 관심 영역에 알맞은 광고를 빠르고, 안전하고, 정확하게 노출하여 보다 효과적인 광고만을 전달할 것이다. 세부적으로는 타겟 광고의 기준은 사용자 검색 값, 위치, 연령 및 성별과 더불어 사용자가 콘텐츠에 할애하는 상대적 시간 등을 기준으로 선호도 인덱스 값을 포함하여 사용자의 관심사를 더욱 정밀하게 읽을 수 있는 알고리즘을 바탕으로 한 표적 광고를 수행할 예정이다. 특히 이 과정에서 광고에 대한 피드백과 통계 값을 자체적으로 분석하여 허위 및 과장 광고는 최우선적으로 퇴출할 것이며, 전례 없는 정밀도로 보다 나은 광고 환경을 조성하여 광고주에게는 소비자의 실질적인 구매로 이어지는 과정을 제공하고 소비자에게는 구매 의사가 높아질 수 있는 광고만을 노출하여 마케팅 캠페인에 대한 높은 이행률을 기대할 수 있는 서로에게 유리한 환경이 구축될 수 있도록 할 것이다.

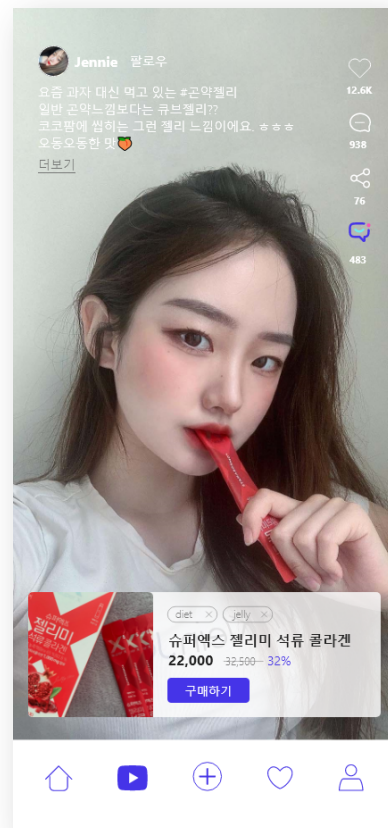
캐치라이브 핵심 기능

4. 사용자 관계 형성

캐치라이브는 서두에 언급된 프로토콜 경제를 실현하기 위해 캐치라이브 플랫폼과 사용자 간의 긴밀한 관계를 선결적으로 형성하고자 한다. 사용자는 플랫폼 내에서 행해지는 여러 활동에 기반하여 보상을 수령할 수 있으며, 플랫폼 구동 시간, 게시물 작성 및 공유, 댓글 작성 등 참여와 직결되는 의미있는 활동 등이 포함된다. 추후 플랫폼 내 라이브 쇼핑 기능이 활성화되면 상품평 작성, 상품 구매, 상품 공유와 같은 활동 또한 보상 항목에 추가될 것이다. 캐치라이브는 이러한 행위들이 플랫폼 확장에 크게 기여하는 요소로 작용될 것이라는 사실을 인지하여 사용자의 모든 행위에 대해 수익을 공유하기 위해 이와 같은 정책을 도입하게 되었다.

또한 캐치라이브는 사용자가 수취한 토큰을 안전하게 보관할 수 있는 암호화폐 지갑을 플랫폼에 탑재하여 사용자는 언제든지 수령한 토큰을 외부로 출금할 수 있고 더 나아가 토큰을 활용하여 라이브 쇼핑, 마켓 플레이스에서 상품을 구매할 수 있는 방안을 마련 중에 있다.

이는 캐치라이브의 생태계 확장에 큰 발판이 될 것으로 판단되어 정식 서비스 런칭 이후 최우선으로 달성해야 할 마일스톤으로 설정하였다.



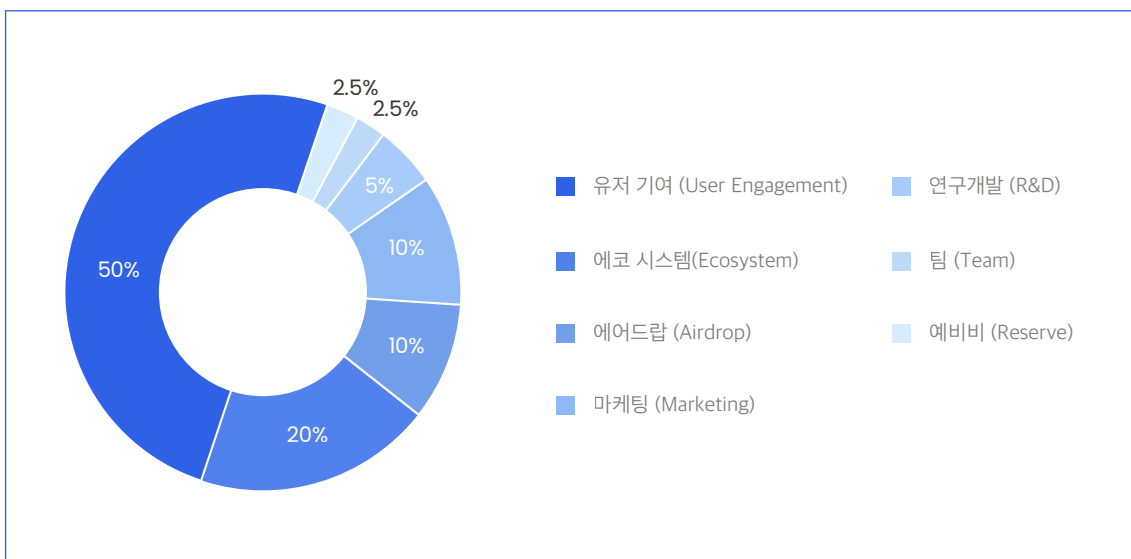
캐치라이브 핵심 기능

5. 아동 보호

플랫폼의 기능 편의성과 사용자 친화적인 기능을 제공하는 것만큼 중요하다고 간주되는 것은 바로 아동 보호와 관련된 정책이다. 캐치라이브는 이 점을 매우 심각하게 간주하여 아동에게 적합하지 않은 성적 주제, 폭력, 음란, 기타 적합하지 않은 주제로부터 아이들을 보호하기 위한 몇 가지 방안을 고안하여 플랫폼에 접목하였다. 사용자는 캐치라이브에 참여하기 위해서 필수적으로 생년월일을 기입해야 계정을 생성할 수 있게 설계되어 있으며, 13세 미만의 사용자는 부모 또는 법적보호자 계정의 승인이 이루어져야 가입이 가능하다. 생성된 계정은 부모 또는 법적 보호자에 의해 계정이 관리되며, 어린이의 안전에 만전을 기할 수 있는 모든 조치를 취할 것이다.

캐치라이브 토큰 이코노미

캐치라이브는 호환성 및 상호 연결성을 유지하기 위해 ERC-20(심볼: CLI)을 기반으로 발행되었다. CLI는 사용자 기여 증명 방식(Proof of Engagement)을 기반으로 하며, 세부적인 토큰 메트릭스는 아래와 같다.



Subject	%	CLI
User Engagement	50%	1,000,000,000
Ecosystem	20%	400,000,000
Airdrop	10%	200,000,000
Marketing	10%	200,000,000
R&D	5%	100,000,000
Team	2.5%	50,000,000
Reserve	2.5%	50,000,000
Total	100%	2,000,000,000

캐치라이브 토큰 이코노미

유저 기여분 획득 방법:

- 플랫폼 이용 (40%): 플랫폼 구동 시간, 게시물 작성 및 공유, 댓글 작성, 좋아요 클릭, 레퍼럴에 의한 이용자 가입 등
- 광고 시청 (30%): 광고의 시청, 클릭, 공유 등
- 라이브 커머스 (20%): 라이브 쇼핑 참여, 구매, 공유 등
- 생태계 참여자 (5%): 캐치라이브 생태계에 참여하는 이용자에 대한 보상
- 기타 (5%): 캐치라이브에서 제공하는 이벤트 참여 등

에어드랍에 할당된 토큰 또한 유저 기여분과 마찬가지로 사용자에게 분배될 예정이며, 마케팅 및 연구개발은 플랫폼의 홍보와 개발 고도화에만 활용될 예정이다. 팀 물량의 경우, 플랫폼에 공헌한 인원들에게 기여도에 따라 분배될 예정이며, 별도의 락업(24개월) 기간이 존재한다. 예비비의 경우, 캐치라이브의 사업 진행에 있어 특수한 경우에만 사용되며, 별도의 경우가 발생하지 않는 한 사용되지 않는다.

Indonesia MOU Influencers



JIHANE ALMIRA



@jihanealmira
2.6M followers



@jihanealmirachediid
91.8K followers



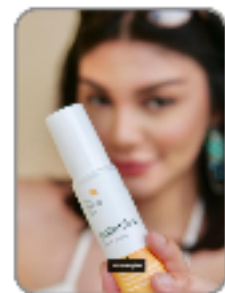
@JihaneAlmira
4.21K subscribers

Amok! Kowess!

PERSONAL BRANDING



PROMOTION



ANJI MANJI



@dunbmanji
2.6M followers



@dunbmanji
2M followers



@DunbManji
4.14M subscribers

Asmya! Motivance

PERSONAL BRANDING






PROMOTION



Indonesia MOU Influencers



INDOMUSIKGRAM

-  @indomusikgram
2.4M followers
 -  @indomusikgram
88.2K followers
 -  @indomusikgram
1.07M subscribers
- Community Music




PERSONAL BRANDING



PROMOTION



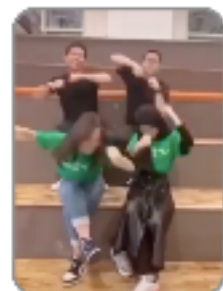
MISELLIA

-  @mislia_
2.1M followers
 -  @beatmislia
532.5K followers
 -  @Mislia
1.91M subscribers
- Music Artist

PERSONAL BRANDING



PROMOTION



Indonesia MOU Influencers



Ananta Vinnie
278,000



Ananta Vinnie
453,000



Wanda Omar
155,000



Electrooby
94,100



Teza Sumendra
160,000



Andre Dinuth
108,000



Dycal Siahaan
218,000



Zhavanya Meidi
141,000



Rheno Poetiray
184,000



Regina Poetiray
128,000



Kaleb Jonathan
96,900



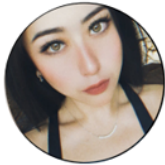
Devina Aurel
923,000



Chrisite
125,000



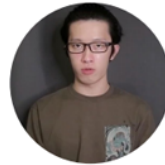
Adikara Fardy
96,200



Whitney Kho
103,000



Adrian Maulana
347,000



Filo Sebastian
165,000



Dwiki Afriliani
550,000



Geraldny Tan
471,000



Alphi Sugoi
524,000



Koharo TV
166,000



Prinsa Mandagie
147,000



Jehian Panangian
562,000



Edho Zell
1,700,000



Laurence Anzela
312,000



Kristo Immanuel
651,000



Rahmania Astrini
443,000



Caroline Sennie
154,000



Vidi Aldiano
1,900,000



Angelia Rizky
124,000



Alsa Aqilah
246,000



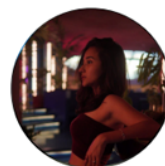
Yoigball
120,000



Stephanie Rose
296,000



Audrey Zeta
17,400



Naomi Zaskia
1,000,000



Cantika Abigail
301,000

Indonesia MOU Influencers



Tereza Fahlevi
249,000



Chintya Gabriella
1,300,000



Stevan Pasaribu
407,000



Willy Anggawinata
206,000



Riyandi Kusuma
100,000



Rendy Pandugo
166,000



Eka Gustiwana
999,000



Audrey Tapiheru
181,000



Tommy Limm
411,000



Vendryana
185,000



Kezia Amelia
247,000



Yeshua Abraham
143,000



Olivia Pardede
94,000



Andy Garcia
131,000



Bintan Radhita
153,000



Chelsia Laurent
112,000



Gustaf Sailendra
857,000



Josephine Alexandra
549,000



Raynaldo Wijaya
123,000



Reza Darmawangsa
914,000



Luthfi Aulia
479,000



Joshua Suherman
711,000



Indah Kus
549,000



Eitaro Nonaka
133,000



Clarine Christabel
1,300,000



Kunto Aji
462,000



Desmond Amos
48,100



Gamaliel
330,000



Chandra Liow
1,800,000



Langston Hues
62,000



Cindy Thyssen
115,000



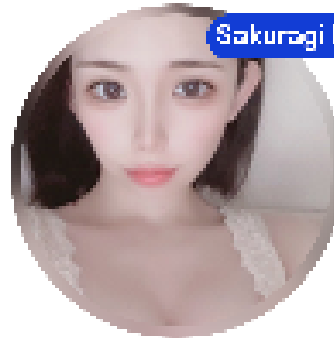
Kevin Samuel
120,000

Contracted japan AV Model



Amane Karen

T: 159cm
B: 86
W: 59
H: 88



Sakuragi Erina

T: 148cm
B: 85
W: 58
H: 80



Tamano Mashiro

T: 162cm



Henry

T: 163cm
B: 90
W: 64
H: 94



Miha

T: 153
B: 86
W: 61
H: 84

캐치라이브의 성장

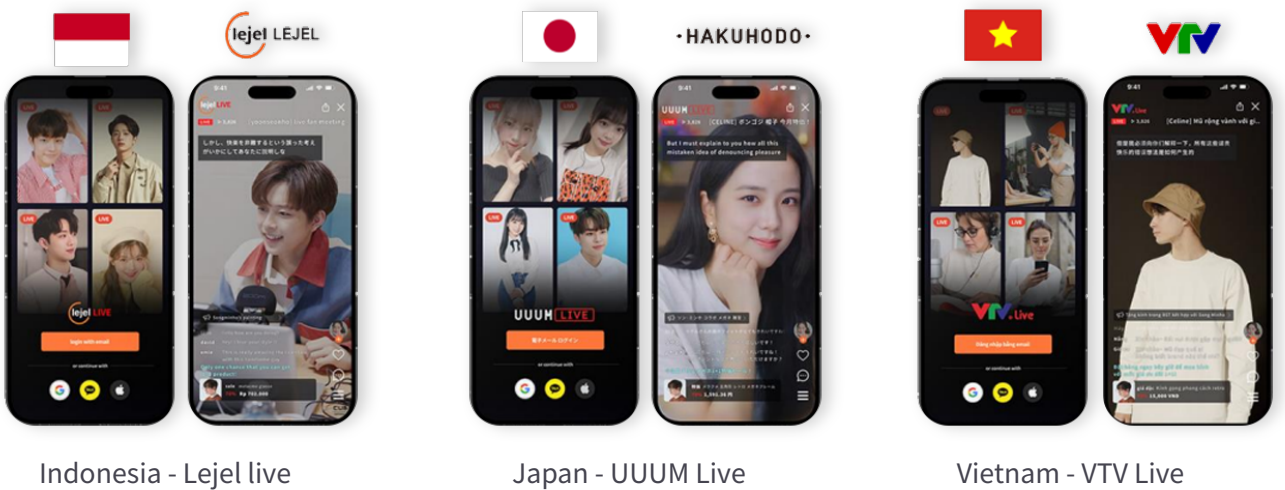
1. 제휴사 라이브커머스 산업의 전영역으로 확대



2. 하나의 방송이 실시간으로 AI 통번역되어 글로벌 동시송출



3. 파트너사 확장성 예시 및 UI, UX등 국가별 사용자중심의 글로벌 현지화 라이브플랫폼



기술 설계 단계에서 범용성, 편리성, 확장성 등을 고려

캐치라이브의 지향점

인터넷의 도입 이후, 초창기 웹 1.0 시대와 현재의 웹 2.0 시대를 거쳐오면서 상호간의 소통 채널이 대면에서 비대면으로, 오프라인 활동 역시 온라인 상에서의 활동, 그리고 소비자의 구매행태 역시 온라인 커머스로 유입되어 개인의 일상에서의 많은 영역이 온라인, 즉 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service; SNS)가 기반이 되어 새로운 시대를 맞이하고 있다. 특히 웹 2.0의 근간이라 할 수 있는 SNS 기업들은 웹 3.0 시대를 맞아 기존의 서비스에서 더 나아가 인공지능, 블록체인 기술 등을 활용하여 맞춤형 정보를 제공하는 지능화된, 개인화된 웹 기술을 선보이고 있다.

이러한 웹 3.0의 시대가 도래함에 따라 수많은 대기업과 스타트업들이 이 시대를 대비하고 있으나, 그 방식은 매우 다양하다. 여기서 핵심을 관통하는 몇 가지 핵심 영역은 바로 암호화 자산과 메타버스, 그리고 웹 3.0형 SNS이 지대한 관심을 받는 영역이다. 페이스북은 메타버스 인프라 개발을 위해 그들의 비전과 미션을 가상현실과 관련된 것으로 변경하였고 사명 또한 메타로 변경하였다. 페이스북을 필두로 많은 대기업들은 새로운 먹거리라 불리는 차원에서 다가오는 메타버스 시장에 대한 연구와 개발에 많은 자원을 집중시키고 있다. 많은 기업들과 프로젝트들이 메타버스라고 하는 공간에 우리의 현재 환경을 구축하는 것에 집중하고 있는 시점에 캐치라이브는 그 다음 단계를 내다보고 있다.

다가오는 웹 3.0 시대에 메타버스가 진정한 가치를 갖기 위해서는 두 가지 문제를 해결해야만 하는데, 그것은 바로 메타버스 내에서의 ‘웹 3.0을 기반으로 한 가치의 교환과 커뮤니케이션’이다. 즉, 향후 다양하게 존재하는 메타버스를 넘나드는 환경이 조성되게 될 것은 자명한 일인데, 이때 각각의 플랫폼을 초월하는 가치교환수단과 커뮤니케이션 수단이 필요하게 된다. 이때 가치의 교환은 가상화폐가 아니면 담당할 수 없는 환경이 될 것이며, 이 과정에서 살아남는 거래소는 은행의 역할을 하게 될 것이고, SNS를 통한 커뮤니케이션 역시 웹 3.0을 지향하지 않으면 사용자에게 외면 받게 될 것이다.

캐치라이브가 프로젝트로서 지향하는 바가 바로 이점이다.

다양한 가상화폐의 가치교환 방식과 웹 3.0 SNS를 통합하고, 지불과 결제까지 통합하는 플랫폼 앱을 만드는 것이 캐치라이브가 지향하고 있는 점이다. 즉, 사용자는 실생활과 가상공간(메타버스)를 오가며 생활을 하게 되는데, 이때 빈번하게 발생할 수밖에 없는 가치교환은 거래소와 플랫폼 앱(캐치라이브)의 연동으로 해결될 것이며, 캐치라이브의 앱을 사용하는 사용자는 본인의 사용과 기여도에 따라 공정하게 보상(리워드)을 받게 된다. 여기서 기여도는 단순히 광고를 보고 받는 리워드에 그치는 것이 아니라, 지금까지는 거래소를 이용하면 사용자는 수수료를 지불하여야 했지만, 캐치라이브의 이용자라면 거래기여도에 따라 오히려 수수료를 받게 되며, 기존 및 신생의 다양한 코인의 에어드랍은 물론 보유중인 가상화폐를 캐치라이브 카드서비스로 이용하게 되면 암호화폐 포인트로 리워드를 받게 된다.

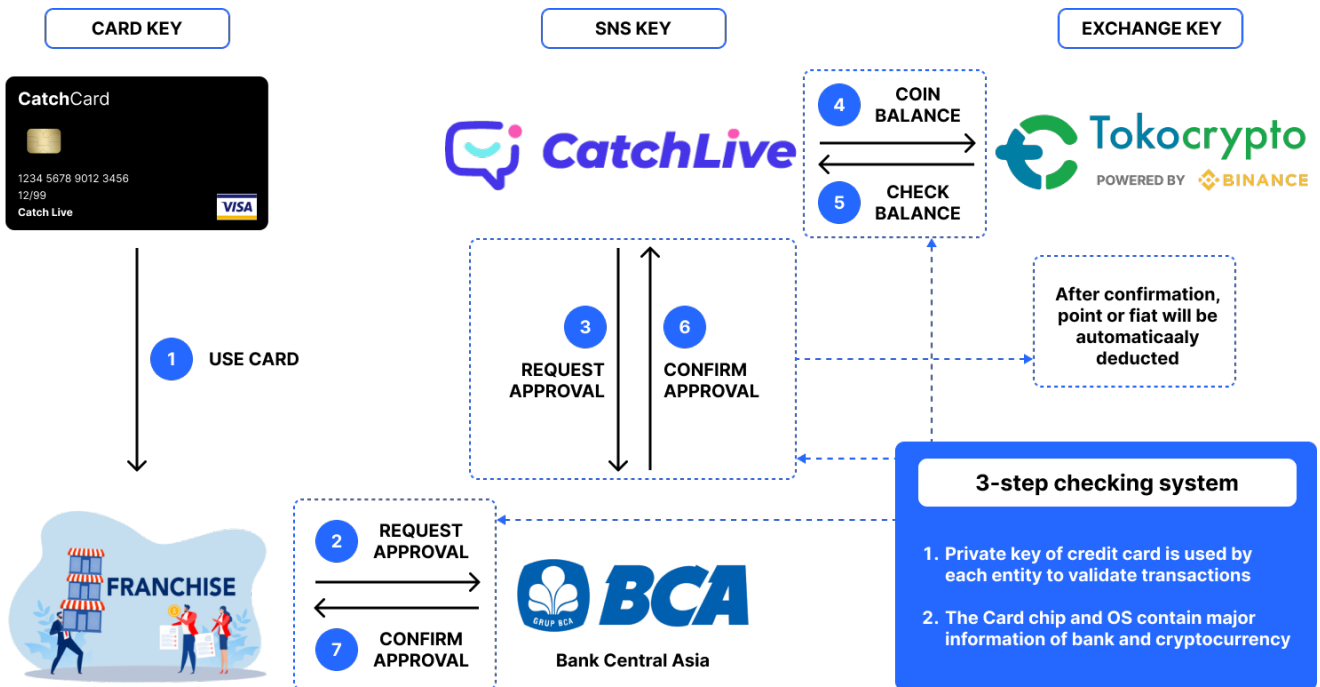
캐치라이브의 지향점

정리하면, 웹 3.0 시대에 가상화폐 보유자이며, SNS를 통한 커뮤니케이션을 하고, 온라인 쇼핑을 하는 사람이라면, 캐치라이브의 플랫폼 앱은 반드시 이용해야 할 필수적인 어플이 될 것이다.

캐치라이브의 생태계는 아래의 두 가지 핵심 플랫폼을 기반으로 이루어진다.

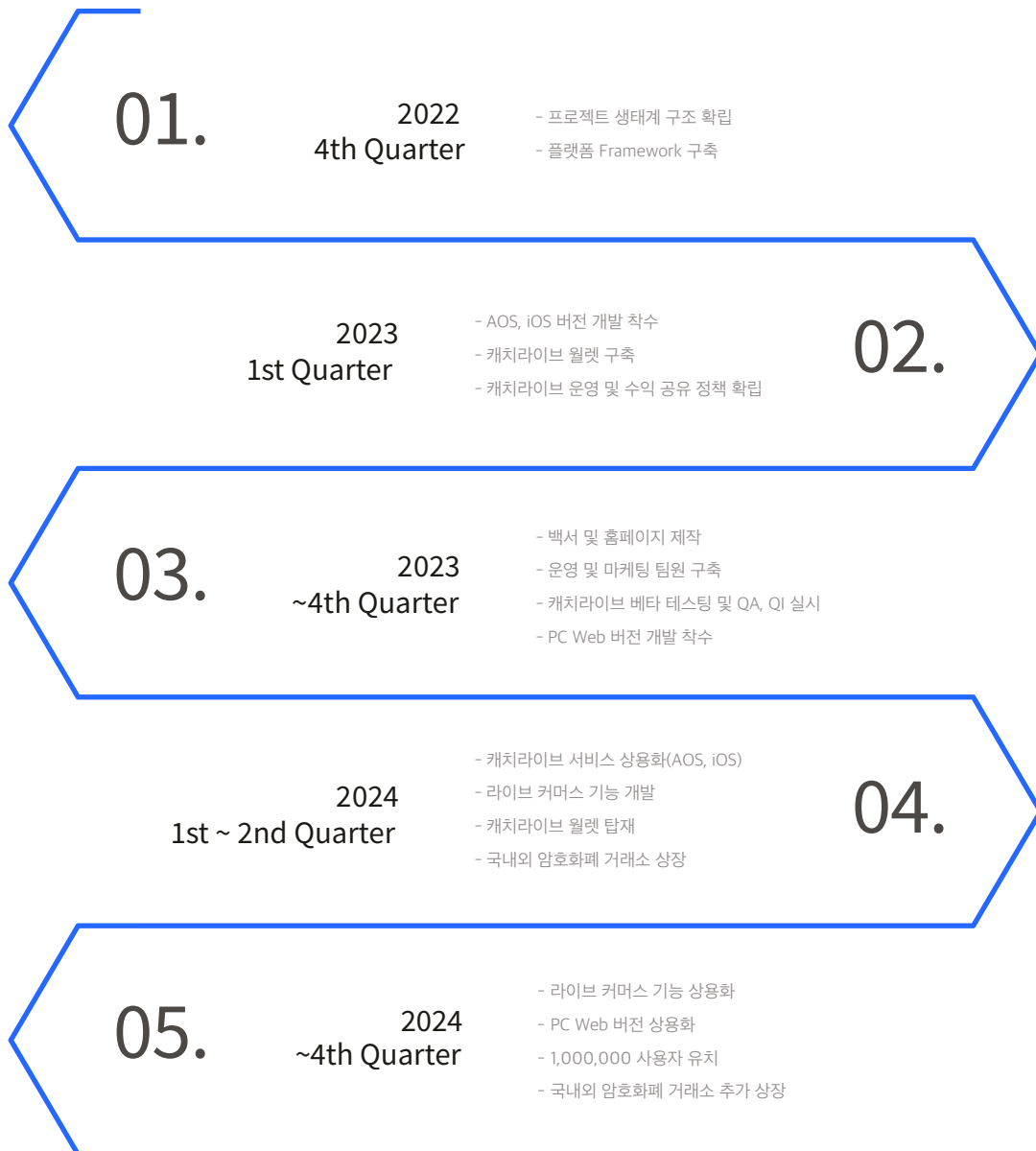
- 캐치라이브 웹 3.0형 SNS
- 캐치카드 플랫폼 : 거래소와 실시간으로 연동된 카드(마스터, 비자)서비스로서 사용자가 카드로 결제하면 지갑에 보유한 암호화폐가 거래소 실시간 시세에 맞추어 차감되는 플랫폼(이 플랫폼은 어떤 거래소와도 연동이 가능하며 도입을 희망하는 모든 거래소에 제공이 가능함)

위 두 가지 플랫폼은 하나의 플랫폼 앱으로 통합되며, 거래리워드, 채팅리워드, 쇼핑리워드, 에어드랍 등의 사용자 중심의 서비스 개발이 이루어질 것이다.



[캐치카드 플랫폼 구조도]

캐치라이브 로드맵



일정은 별도의 고지 없이 연기되거나 변경될 수 있습니다. (2023.09.21)

법률 고지 (Disclaimer)

1. 법적고지

- A. 본 백서는 작성 당시를 기준으로 캐치라이브 프로젝트와 관련 일반 참고 목적으로만 배포되었으며 검토 및 수정될 수 있습니다. 본 백서는 표지의 날짜를 기준으로 최신 정보를 반영하고 있으며 최종본이 아님을 유의하시기 바랍니다. 해당 날짜 이후 캐치라이브의 사업 운영, 재정 상태 등 본 문서에 기재된 정보가 변경될 수 있습니다. 본 백서는 비정기적으로 업데이트될 수 있습니다.
- B. CLI 토큰의 매매와 관련 계약 또는 법적 구속력 있는 서약을 체결할 의무는 그 누구에게도 없으며 본 백서를 근거로 자금을 수수해서는 안됩니다. CLI 토큰의 매매는 법적 구속력 있는 계약서를 통해 이루어지며, 관련 세부사항은 본 백서와 별도로 제공됩니다. 계약서와 본 백서의 내용 간 불일치가 발생하는 경우 계약서가 우선 적용됩니다.
- C. 본 백서는 그 어떤 경우에도 CLI 토큰 발행인/배포자/업체의 토큰 판매 또는 구매 제안으로 해석되지 않아야 하며, 이 문서의 제시 또는 문서 자체가 계약 및 투자 결정에 근거가 되거나 의존되어서는 안됩니다.
- D. CLI 토큰은 증권, 사업신탁의 단위, 또는 집단투자 계획의 단위를 구성하기 위한 것이 아니며, 이에 대한 각 정의는 홍콩 증권선물법 또는 기타 관할 구역의 동등한 규정에 명시된 정의를 따릅니다. 따라서 본 백서는 사업계획서, 사업설명서, 제안서 등으로 제공된 것이 아니며, 그 어떤 관할권에서도 증권, 사업신탁의 단위, 집단 투자 계획의 단위 등 투자 제안이나 모집으로 해석되어서는 안됩니다.
- E. CLI 토큰이 구매자들에게 캐치라이브 제품과 관련하여 참여하거나 투자수익/수입/지급/이익 또는 그 금액의 일부를 수령할 수 있는 기회로 이해, 해석, 분류, 취급되어서는 안됩니다.

법률 고지 (Disclaimer)

- F. 본 백서에 명시된 코인/토큰 발행 방식이 규제 또는 금지된 관할권에서 이 문서의 전체 또는 일부를 복제, 배포 등 전파할 수 없습니다.

- G. 본 백서에 기재된 정보는 규제당국의 검토, 검사, 승인을 거치지 않았습니다. 이러한 조치는 그 어떤 관할권에서도 취해지지 않았으며 앞으로도 없을 것입니다.

- H. CLI 토큰의 취득을 희망하는 경우 CLI 토큰을 다음과 같이 이해, 해석, 분류, 취급해서는 안됩니다.
 - i. 암호화폐가 아닌 다른 화폐
 - ii. 그 어떤 기관에서 발행한 채권 및 주식
 - iii. 이러한 채권 및 주식에 대한 권한, 옵션, 파생상품
 - iv. 투자수익 보장 또는 손실 회피가 목적이거나 이를 목적으로 사칭하는 차액계약 및 기타 계약 하의 권리
 - v. 집단 투자 계획, 사업신탁 등 증권의 단위 또는 파생상품

법률 고지 (Disclaimer)

2. 배포 및 전파의 제한

- A. 본 백서의 전체 또는 일부를 배포 또는 전파하는 것은 그 어떤 관할권의 법률 또는 규제 요구사항에 의해 금지 및 제한될 수 있습니다. 제한이 적용되는 경우, 귀하는 본 백서의 소지에 의해 적용될 수 있는 제한사항을 스스로 숙지하고 법률 등 자문을 구하고 이를 준수해야 하며, 캐치라이브와 캐치라이브 직원, 대리인, 관계사 등(이하 '캐치라이브 및 관계사')은 이에 대한 책임을 지지 않습니다.
- B. 배포 및 전파로 인해 본 백서를 열람 또는 소지하게 된 경우 그 어떤 목적으로든 본 백서 또는 그 내용을 배포, 복제 등 기타 방식으로 다른 사람에게 공유하거나 이러한 상황이 벌어 지도록 허용 및 원인제공을 해서는 안됩니다.

3. 책임 배제

- A. CLI 토큰과 캐치라이브 및 관계사들이 제공하는 관련 서비스는 '있는 그대로', '가능한 대로' 제공됩니다. 캐치라이브 및 관계사들은 CLI 토큰 및 관련 서비스의 접근성, 품질, 적합성, 정확성, 적정성, 완전성 등에 대해 명시적/묵시적 보장 또는 묘사를 하지 않으며, 이와 관련하여 오류, 지연, 누락, 또는 이에 의존하여 취해진 행동에 대해 그 어떤 책임도 지지 않음을 명시합니다.
- B. 캐치라이브 및 관계사는 본 백서에 기재된 정보를 포함하여 그 어떤 형태로든 진위, 정확성, 완전성을 그 어떤 주체나 개인에게 묘사, 보장, 약속하거나 이를 주장하지 않습니다.
- C. 캐치라이브는 원금을 보장하지 않으며, 투자 시 손실이 발생할 수 있습니다. 캐치라이브 및 관계사는 귀하가 본 백서의 전체 또는 일부를 수용하거나 이에 의존함으로써 이와 관련 발생하는 그 어떤 간접적, 특수적, 부수적, 결과적 손실(투자수익/수입/이익의 손실, 활용 및 데이터의 손실 등을 포함하지만 이에 국한되지 않음)에 대해 계약상 또는 불법 행위상 법적 책임을 지지 않으며 이는 관련 법률 규제가 허용하는 최대 한도 내에서 적용됩니다.

법률 고지 (Disclaimer)

4. 미래 예측 진술에 대한

- A. 본 백서에 명시된 특정 표현들은 프로젝트의 미래, 미래 사건, 전망 등에 대한 예측성 진술을 담고 있습니다. 이러한 내용은 역사적 사실에 기반한 진술이 아니며 ‘예정’, ‘추정’, ‘믿음’, ‘기대’, ‘전망’, ‘예상’ 등의 단어와 유사한 표현들로 식별됩니다. 본 백서 외 발표 자료, 인터뷰, 동영상 등 기타 공개자료에도 이러한 미래 예측 진술이 포함될 수 있습니다. 본 백서에 포함된 미래 예측 진술은 캐치라이브 및 관계사의 향후 결과, 실적, 업적 등을 포함하지만 이에 국한되지 않습니다.
- B. 미래 예측 진술은 다양한 리스크 및 불확실성을 포함하고 있습니다. 이러한 진술은 미래 성과를 보장하지 않으며 따라서 지나치게 의존해서는 안됩니다. 리스크 및 불확실성이 현실로 구체화되는 경우 캐치라이브 및 관계사의 실제 성과와 발전은 미래 예측 진술에 의해 설정된 기대와 다를 수 있습니다. 향후 이러한 상황에 변화가 있어도 캐치라이브 및 관계사는 미래 예측 진술에 대한 업데이트를 제공할 의무가 없습니다. 본 백서, 캐치라이브 및 관계사의 홈페이지와 기타 자료 등에 포함된 미래 예측 진술을 바탕으로 행동을 하는 경우 미래 예측 진술의 내용이 실현되지 않는 것에 대한 책임은 오로지 귀하에게 있습니다.
- C. 본 백서가 작성된 날짜를 기준으로 캐치라이브는 완성되었거나 완전히 운영 중인 상태가 아닙니다. 향후 캐치라이브가 완성되고 완전히 운영될 것이라는 전제 하에 설명이 작성되었지만, 이는 플랫폼의 완성 및 완전한 운영에 대한 보장 또는 약속으로 해석되어서는 안됩니다.

법률 고지 (Disclaimer)

5. 잠재적 리스크

- A. CLI 토큰 구매 및 참여를 결정하기 전 아래 내용을 주의 깊게 읽고 관련 요소와 리스크를 충분히 분석 및 이해할 것을 권장합니다. 리스크는 다음을 포함하지만 이에 국한되지 않습니다.
- i. 식별 정보분실로 인한 CLI 토큰 접근 제한, CLI 토큰을 보관한 디지털 월렛 관련 필수 개인 키 분실 등 보관 관련 구매자 과실 리스크
 - ii. 글로벌 시장 및 경제 상황으로 인한 CLI 토큰 발행 후 가치 변동 리스크. 캐치라이브는 이러한 CLI 토큰 가치의 불확실성으로 인해 캐치라이브 생태계 개발에 필요한 자금을 지원하지 못하거나 의도한 방향으로 캐치라이브 생태계를 유지하지 못할 수 있습니다.
 - iii. 정치, 사회, 경제 환경의 변화, 주식 또는 암호화폐 시장 환경의 변화, 캐치라이브 및 관계사가 사업을 운영하는 국가의 규제 환경의 변화, 그리고 이러한 환경에서 캐치라이브 및 관계사가 생존 또는 경쟁할 수 있는 능력의 변화 관련 리스크. 특정 관할권에서 캐치라이브 토큰에 불리한 블록체인 기술 관련 기존/신규 규제를 적용할 수 있으며 이에 따라 캐치라이브 토큰 폐지/손실 등 캐치라이브 생태계와 프로젝트에 상당한 변화가 발생할 수 있습니다.
 - iv. 캐치라이브 및 관계사의 미래 자본 필요성의 변화, 이를 충족하기 위한 자본 및 자금 조달 가능성의 변화 관련 리스크. 자금 부족은 캐치라이브의 개발과 CLI 토큰의 사용 및 잠재적 가치에 영향을 끼칠 수 있습니다.
 - v. CLI 토큰 가치의 불리한 변동, 사업관계 실패, 개발/운영 중 경쟁사의 지적재산권 주장 등 다양한 사유로 캐치라이브 활동 중단, 해체 또는 론칭 계획 중단에 이를 수 있으며 이로 인해 캐치라이브 생태계, CLI 토큰, 그리고 CLI 토큰의 잠재적 활용에 부정적인 영향을 끼칠 수 있습니다.

법률 고지 (Disclaimer)

- vi. 캐치라이브 및 서비스에 대한 기업, 개인 등 기타 조직의 관심 부재, 배포된 응용프로그램의 생성 및 개발에 대한 대중들의 제한적 관심 관련 리스크. 이러한 관심의 부재로 자금조달의 제한을 받거나 캐치라이브 개발과 CLI 토큰의 활용 및 잠재적 가치에 영향을 끼칠 수 있습니다.
- vii. 캐치라이브 프로젝트 및 캐치라이브 생태계를 런칭하거나 구현하기 전 CLI 토큰 또는 캐치라이브의 주요 기능 및 규격에 큰 변화를 적용하는 리스크. 캐치라이브는 CLI 토큰 및 캐치라이브의 기능이 백서의 내용과 일치할 것을 의도하고 있지만 그럼에도 불구하고 이러한 변경사항을 적용할 수 있습니다.
- viii. CLI 토큰과 캐치라이브에 잠재적으로 악영향을 미칠 수 있는 다른 플랫폼과의 경쟁 리스크.
- ix. 제3자나 다른 개인이 의도적으로 또는 의도하지 않게 캐치라이브에 유해 및 악성코드를 심어 캐치라이브 인프라와 CLI 토큰 활용에 간섭하는 리스크. 플랫폼에 사용되는 블록체인 또한 이러한 공격에 취약하기 때문에 플랫폼, 그리고 관련 서비스운영에 리스크로 작용합니다.
- x. 불가항력 천재지변 등 재앙적 사건의 발생으로 캐치라이브 및 관계사의 사업 운영과 기타 통제 불가능한 다른 요인들이 영향을 받을 수 있습니다. 채굴 공격, 해커 또는 기타 개인들의 공격 등의 사건으로 CLI 토큰 판매 수익금의 도난 및 손실, CLI 토큰의 도난 및 손실, 캐치라이브 생태계 개발 역량 저해 등이 발생할 수 있습니다.
- xi. CLI 토큰과 기타 암호화폐들은 아직 검증되지 않은 새로운 기술이며 지속적으로 발전하고 있습니다. CLI 토큰의 완전한 기능은 아직 완성되지 않았으며 완성에 대한 보장은 없습니다. 기술이 발전함에 따라 암호화 기술 및 방식의 발전, 합의 및 알고리즘의 변화 등이 CLI 토큰, CLI 토큰의 판매, 캐치라이브 프로젝트, 캐치라이브 생태계, 그리고 CLI 토큰의 활용에 리스크로 작용할 수 있습니다.

법률 고지 (Disclaimer)

xii. CLI 토큰의 세금 및 회계 처리 방식은 불확실하며 관할권마다 다를 수 있습니다. CLI 토큰 구매로 세금 처리에 부정적인 영향을 받을 수 있으며 이와 관련 독립적인 세무 자문을 구할 것을 권장합니다. 위 명시된 리스크 외에도 캐치라이브 및 관계사가 예측하지 못하는 다른 리스크도 존재합니다. 또한 예기치 못한 조합 및 변형의 리스크도 등장할 수 있습니다.

B. 위 리스크 및 불확실성이 실제 상황으로 전개되는 경우 캐치라이브 및 관계사의 사업, 재정 상태, 운영 결과, 전망 등이 실질적이고 부정적인 영향을 받을 수 있습니다. 이러한 경우 귀하는 CLI 토큰 가치의 일부 또는 전부를 상실할 수 있습니다.

6. 추가정보 및 업데이트 없음

CLI 토큰, 캐치라이브 및 관계사, 그리고 관련 사업 및 운영에 대해서는 본 백서에 포함된 내용 외 그 누구도 정보/설명을 제공할 권한이 없으며, 이러한 정보/설명이 제공된다 하더라도 캐치라이브 또는 그 관계사의 권한을 부여 받았거나 이들을 대표하는 것으로 여겨서는 안됩니다.

7. 자문 없음

본 백서의 그 어떤 정보도 CLI 토큰, 캐치라이브, 또는 그 관계사에 대한 사업, 법률, 재무, 세무 조언으로 간주되지 않습니다. CLI 토큰, 캐치라이브 및 관계사, 그리고 관련 사업 및 운영에 대해서는 법률, 재무, 세무 등 기타 전문가의 자문을 구할 것을 권장합니다. CLI 토큰 구입에 대한 재정적 리스크는 무기한 적용될 수 있습니다.