



QUIZ MINING PLATFORM

Quiztok is Blockchain Based Quiz Reward Platform
where everyone can create and play the quiz.

Table of Contents

1. Abstract

- 1.1. 퀴즈 콘텐츠 기반의 지식 공유 플랫폼
- 1.2. 블록체인 기반의 탈중앙화 지식 공유 플랫폼

2. 배경 (Background)

- 2.1. 퀴즈톡 출발의 배경
- 2.2. 퀴즈 콘텐츠의 가치
- 2.3. 생산적 모바일 환경으로 개선 필요
- 2.4. 광고, 미디어 시장의 현황과 과제
- 2.5. '퀴즈'+ '소통'+ '광고'+ '보상'이 결합된 플랫폼의 필요성

3. Quiztok! Quiz Mining Platform.

- 3.1. 생태계 (Ecosystem)
 - 3.1.1. 생태계 구성도
- 3.2. 생태계 참여자들
 - 3.2.1. 퀴즈 창작자
 - 3.2.2. 퀴즈 풀이자
 - 3.2.3. 퀴즈 큐레이터
 - 3.2.4. 광고주
 - 3.2.5. 후원자, 기부자
- 3.3. 보상
 - 3.3.1. 큐티콘(QTCON) 보상 체계
 - 3.3.2. 퀴즈보상
 - 3.3.3. 큐레이션보상
 - 3.3.4. 광고보상
 - 3.3.5. 후원 및 기부보상
 - 3.3.6. 보상 알고리즘
- 3.4. 타겟 광고
 - 3.4.1. 사용자 성향 분석 및 타겟 광고에 활용
 - 3.4.2. 타겟광고에 활용
- 3.5. 기술 (Technologies)
 - 3.5.1. 퀴즈 마이닝
 - 3.5.2. 아키텍처
 - 3.5.4. 보상 POOL

3.6. Use Case

- 3.6.1. 광고와 퀴즈가 결합된 퀴즈 콘텐츠 플랫폼 서비스 시나리오
- 3.6.2. 유저가 퀴즈를 만들고 소비하는 퀴즈 서비스 시나리오
- 3.6.3. 기부 시나리오
- 3.6.4. 사용자와 후원업체 연계

4. 마케팅 분석

- 4.1. 퀴즈
- 4.2. 광고
- 4.3. 후원, 기부
- 4.4. 경쟁 분석
- 4.5. 전략적 제휴

5. Why blockchain? (블록체인 도입 이유)

- 5.1. 블록체인 사상과 QTCON
- 5.2. 블록체인을 사용하는 이유
 - 5.2.1. 보상 Transaction의 투명화
 - 5.2.2. 창작물 보호 및 검증
 - 5.2.3. 광고효과 분석 투명화
 - 5.2.4. 보상 알고리즘에 대한 스마트 계약
- 5.3. QTCON의 가치
 - 5.3.1. 글로벌 공용 가치 부여
 - 5.3.2. 탈중앙화 거래

6. 일정계획

7. 토큰판매계획

- 7.1. 큐티콘(QTCON) 발행 계획
- 7.2. 펀드 운영계획

8. 팀

9. 위험공지 및 투자자 보호장치

10. 면책사항

1.1. 퀴즈 콘텐츠 기반의 지식공유 플랫폼

‘퀴즈톡에서 우리는 묻고 대답합니다!’ (Question and Answer!)

‘퀴즈톡에서 우리는 세상에 알고 싶은 것을 질문합니다.’

‘퀴즈톡에서 우리는 서로 알고 있는 것을 공유 합니다.’

퀴즈톡은 ‘퀴즈’ 라는 콘텐츠 형식을 통하여 산재해 있는 지식과 정보를 걸러내고, 정제하고 압축하여 모두가 공유할 수 있도록 하는 지식 공유 플랫폼입니다.

또한 퀴즈톡은 다양한 형태의 퀴즈를 통해 사람들이 알고 싶고, 알리고 싶은 것을 서로 묻고 대답하면서 스스로 배우는 지식공유 플랫폼입니다.

‘퀴즈’ 는 퀴즈 창작자에게는 지식을 압축적으로 재미있게 전달하는 수단이 되며, 퀴즈를 푸는 사람은 퀴즈를 풀면서 퀴즈 창작자의 정제된 지식을 공유할 수 있습니다.

퀴즈톡 플랫폼은 퀴즈 창작자, 퀴즈 풀이자, 퀴즈 큐레이터 모두에게 퀴즈톡 토큰(QTCON)으로 보상을 해 줌으로써, 지식 공유에 대한 실질적인 가치를 제공합니다.

1.2. 블록체인 기반의 탈중앙화 지식 공유 플랫폼

퀴즈톡은 블록체인 기반 하에서 유저가 직접 퀴즈 콘텐츠를 창작하여 공급하고, 유저가 퀴즈 및 광고 콘텐츠의 소비자가 되는 탈중앙화 지식 공유 플랫폼입니다.

또한, 퀴즈톡 플랫폼의 참여자가 직접 광고를 생성하여 퀴즈톡 토큰(QTCON)으로 광고비를 결제하는 탈중앙화된 광고 시스템을 제공합니다.

결국 참여자가 콘텐츠의 창작과 소비, 광고의 생성과 소비의 주체가 되며 이에 따른 보상을 나누어 갖게 됩니다.

2.1. 퀴즈톡 출발의 배경

- 즐겁게 지식을 전달하고 모두가 즐겁게 공유할 수 있는 방법은 없을까?
- 정제되지 않은 장황한 지식과 정보를 간결하고 직관적으로 전달하고 공유할 수 있는 방법은 없을까?
- 모바일 기기 등 인터넷 기반 디바이스를 생산적인 수단으로 사용할 수는 없을까?
- 모두를 이롭게 하는 지식 공유 방법은 없을까?
- 각자가 가진 지식과 정보, 궁금증을 공유할 수 있는 간단하고 편리한 방법은 없을까?
- 자신의 지식과 정보가 생산적 수단이 되어 삶에 도움이 된다면?
- 사용자 모두에게 보상이 이루어 지는 방법은 없을까?
- 사용자가 받은 보상이 실질적인 가치를 갖도록 하는 방법은 무엇일까?
- 거대한 통신망을 통해 집단 지성의 사회가 된다면?

퀴즈톡은 이러한 생각을 바탕으로 출발하였습니다.

2.2. 퀴즈 콘텐츠의 가치

퀴즈 콘텐츠는 성별, 연령, 지역, 시대를 막론하고 지적 호기심을 가지고 있는 누구나 즐길 수 있는 스테디셀러 콘텐츠입니다. 또한 게임적 요소를 가지고 있어 성취동기와 도적의식을 유발하는 중독성 있는 콘텐츠입니다.

‘퀴즈’ 라는 형식은 지식을 정제하여 함축적으로 전달하는 좋은 수단이 되며, 퀴즈를 푸는 사람에게 창작자의 이러한 정제된 지식이 공유 됩니다.

‘퀴즈’의 형식은 지식을 공유하고 학습하는 수단으로 사용할 수 있을 뿐만 아니라 궁금한 점을 정리하여 의견을 구하는 용도로 사용하거나 자신의 일상사를 퀴즈 형식으로 표현하고 공유할 수 있어서 새로운 형태의 SNS 플랫폼으로 진화 가능한 콘텐츠입니다.

2.3. 생산적인 모바일 환경으로 개선 필요

스마트폰으로 대표되는 모바일 기기가 하루가 다르게 진화를 거듭하는 가운데 모바일 게임을 즐기는 사용자가 크게 늘고 있습니다. 그러나 이러한 게임들은 소모적인 사용자 환경을 만들고 게임 중독에 빠진 청소년들을 양산하는 부작용을 낳고 있습니다.

특히 부모와 아이들은 이러한 스마트폰 중독으로 인하여 갈등이 심화되고 있어 사회적 문제가 되고 있습니다.

모바일 사용시간이 늘어나고 있는데 모바일을 오락 도구로 뿐만 아니라 유익한 학습 도구로 사용할 수 있는 방법은 무엇일까?

이에 대한 해결책으로 퀴즈를 통하여 게임처럼 재미있게 학습 할 수 있다면, 또 퀴즈를 풀면서 이에 따른 보상도 받을 수 있다면, 생산적인 모바일 환경으로 개선될 것입니다.

2.4. 광고, 미디어 시장의 현황과 과제

기존 광고 시장의 생태계는

광고주 → 광고대행사 → 미디어 매체 → 사용자로 연결되는 수직적 전달 과정으로 이루어 집니다.

광고주로부터 소비자까지 광고를 전달하는 과정에서 다수의 중개자가 관여함에 따라 광고 가치에 비해 광고 비용이 과다하게 지출되는 구조적인 문제점을 안고 있습니다.

또한 일부 광고대행사에 의해 광고 집행이 독점적으로 이루어지면서 광고 대행사가 미디어에 대한 영향력을 행사하는 광고 독점의 폐해가 발생하고 있습니다.

사용자는 미디어가 송출하는 광고를 일방적으로 소비해야 하며 광고에 대한 선택권은 주어지지 않으며, 광고를 보는 사용자에게 광고 소비에 대한 보상이 없는 반면, 광고대행사와 미디어 매체가 모든 수익을 나누어 가져가는 구조입니다.

이러한 광고, 미디어 시장도 광고대행사와 매체가 수익과 영향력을 독점하는 중앙집중형 생태계에서 탈피하여 광고 소비자가 그 혜택을 누릴 수 있도록 변해야 합니다.

2.5. ‘퀴즈’ + ‘소통’ + ‘광고’ + ‘보상’ 이 결합된 플랫폼이 필요

퀴즈톡 플랫폼에서는 메신저 상에서 퀴즈와 광고가 결합된 형태로 콘텐츠가 제공되는데, 이러한 서비스를 통해 퀴즈를 푸는 것과 동시에 광고를 소비하게 되며 이에 대한 보상으로 포인트를 제공합니다.

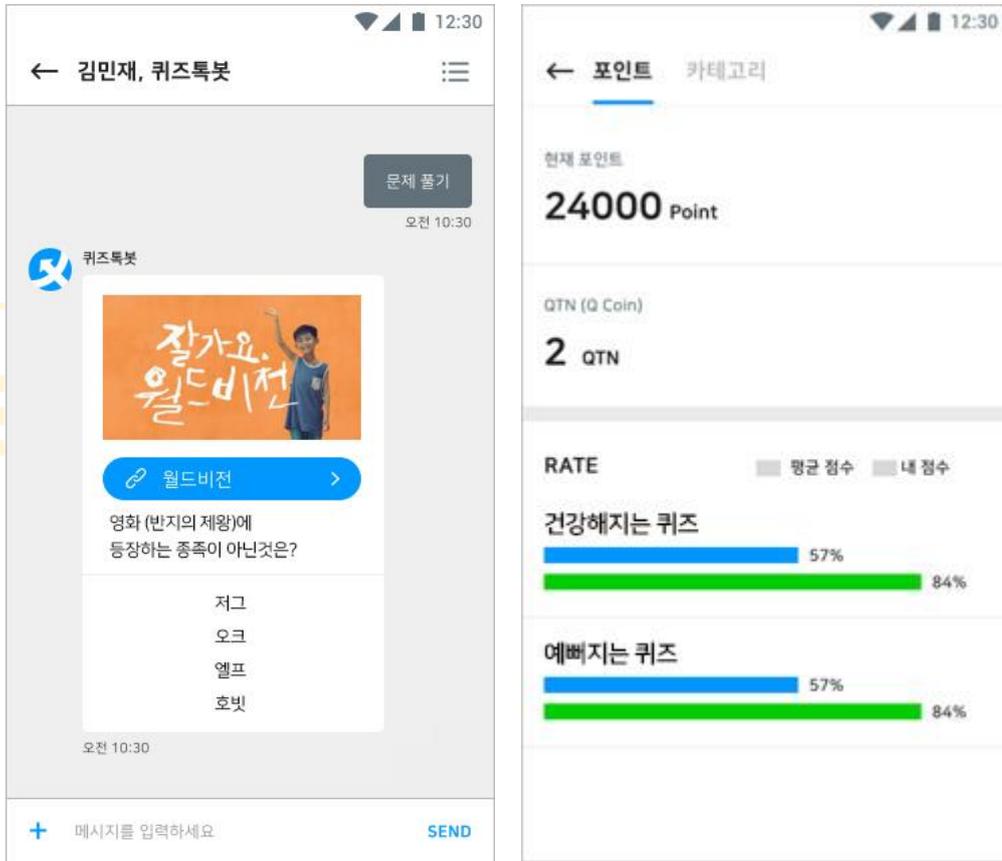
블록체인 기반 보상 방식의 퀴즈톡에서 퀴즈를 풀어 획득하게 되는 포인트는 토큰으로 전환하여 다양하게 사용할 수 있습니다.

예를 들어 퀴즈톡 회원이 직접 광고주가 되어 토큰으로 광고 비용을 결제할 수 있고, 기부 단체에 자신의 이름으로 기부할 수 있으며, 토큰 거래소를 통하여 현금화 할 수도 있습니다.

이렇게 실세계에서 사용된 퀴즈톡 토큰(QTCON)은 다시 광고주들이 매입하여 퀴즈톡 플랫폼을 이용하여 광고를 의뢰할 때 사용할 수 있습니다.

퀴즈톡이 사용하는 블록체인 기술은 광고주의 광고 의뢰와 광고노출 결과 등에 대한 신뢰 기반을 제공하여 광고 집행에 대한 투명성과 신뢰도를 높일 수 있습니다.

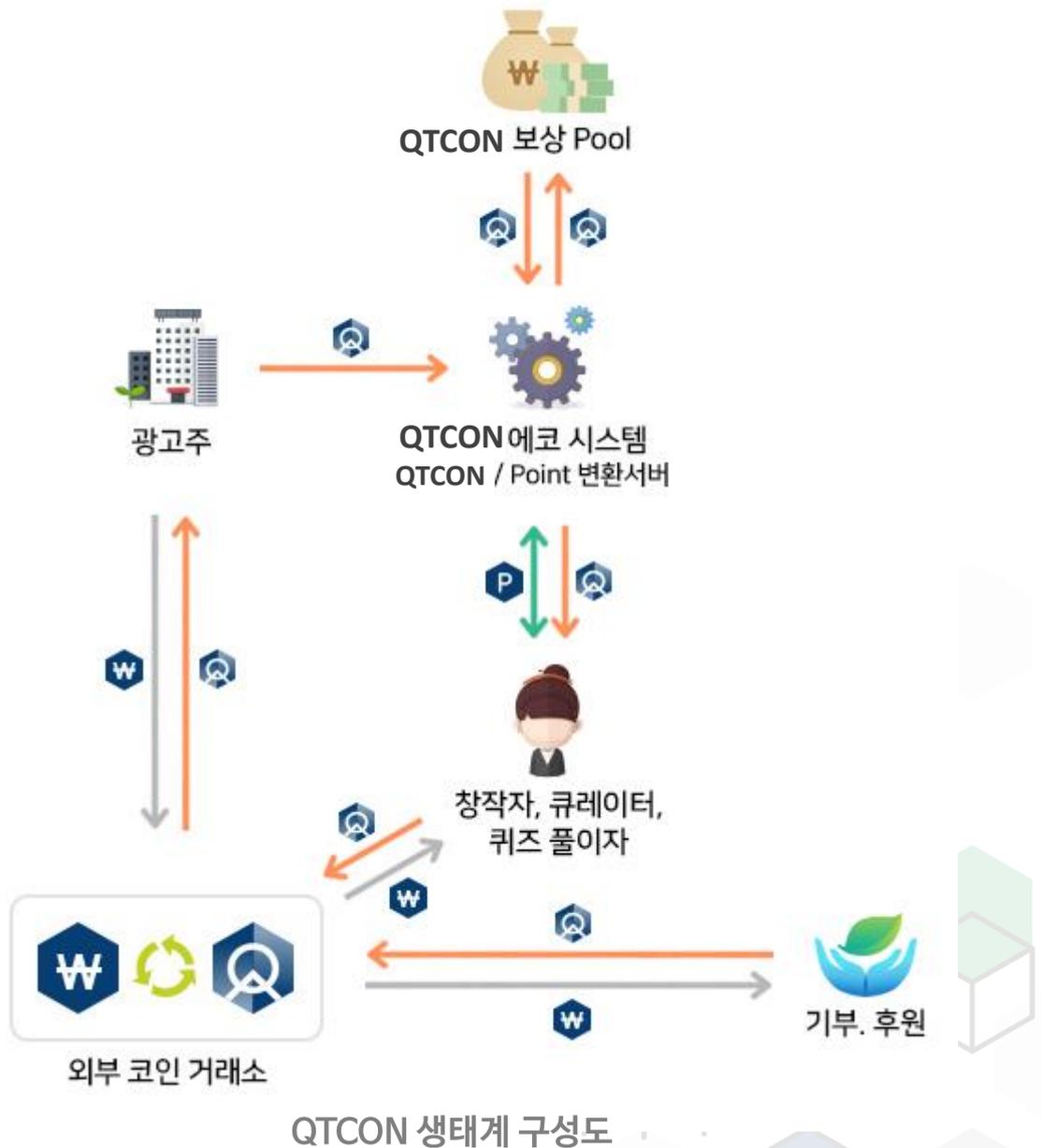
유저가 퀴즈를 많이 풀수록 광고 소비도 증가하고, 이에 따라 광고 효과가 올라가면 퀴즈톡 플랫폼의 가치가 상승하여 더 많은 유저가 확보되는 선순환을 기대할 수 있습니다.



퀴즈 풀기와 토큰보상

3.1. 생태계 (ECOSYSTEM)

- 퀴즈톡은 창작자와 퀴즈를 푸는 퀴즈 풀이자, 그리고 광고주와 후원사, 미디어 등 다양한 유저 사이에 시간과 장소에 구애 받지 않는 블록체인 기반의 광고 보상 생태계를 제공합니다.
- 퀴즈톡 생태계에서는 각 유저들의 직접적인 소통과 투명한 거래를 통해 새로운 가치를 창출합니다.
- 퀴즈톡 플랫폼은 창작자와 퀴즈풀이자, 광고주를 비롯한 다양한 참여자들이 신뢰 네트워크를 기반으로 중개자 없이 손쉽게 참여할 수 있습니다.
- 퀴즈 창작자, 퀴즈 큐레이터, 퀴즈 풀이자가 각 역할별로 할당된 보상 포인트를 받게 되는데, 이러한 보상 체계를 통하여 퀴즈의 생산과 소비가 활성화 될 수 있습니다.



3.2. 생태계 참여자들



3.2.1. 퀴즈 창작자

퀴즈톡 플랫폼을 통해 퀴즈 콘텐츠를 창작할 수 있는 개인이나 단체, 기관입니다. 퀴즈 창작자의 콘텐츠는 퀴즈톡 플랫폼을 통해 퀴즈톡 사용자에게 직접 제공되거나, 큐레이터에 의해 배포 될 수도 있습니다.

퀴즈톡 회원으로 가입 후 퀴즈톡 플랫폼에서 누구나 퀴즈를 출제하여 특정 퀴즈톡 유저에게 제공할 수 있습니다. 예를 들어 선생님이 학습과 관련한 퀴즈를 출제하여 학생들을 지정하여 퀴즈를 제공하면, 학생들은 퀴즈톡 앱을 사용하여 선생님이 출제한 퀴즈방에 접속하여 퀴즈를 풀 수 있습니다.

퀴즈 출제자는 퀴즈 풀이자가 퀴즈를 풀면 해당하는 포인트를 보상으로 받게 되며, 퀴즈 풀이자로부터 ‘좋아요’ 를 받으면 이에 대해서도 보상을 받을 수 있습니다.

퀴즈 창작자는 출제한 퀴즈를 원하는 타겟 사용자 그룹을 지정하여 퀴즈를 제공할 수도 있고, 오픈 퀴즈로 설정하여 누구나 퀴즈를 풀 수 있도록 할 수도 있습니다.

3.2.2. 퀴즈 풀이자

퀴즈톡 회원으로 가입 후 원하는 카테고리의 퀴즈방을 선택하거나 친구로 허용된 퀴즈 창작자 혹은 퀴즈 큐레이터로부터 전달 받은 퀴즈방을 선택하여 퀴즈풀이를 할 수 있습니다. 퀴즈와 광고가 결합된 형태의 퀴즈를 풀어 정답을 맞추게 되면 퀴즈에 할당된 포인트를 보상으로 받게 됩니다.

정답이 없는 질문 퀴즈의 경우는 광고 소비에 따른 일정 포인트를 보상 받을 수 있습니다. 이 때 여러 개의 보기 중 최다수의 응답자가 선택한 보기를 선택한 경우 더 많은 포인트를 보상으로 받을 수 있습니다.

퀴즈톡 유저는 퀴즈톡 플랫폼을 통해 누구나 언제든지, 국경에 제한 없이 퀴즈풀이에 참여할 수 있으며, 퀴즈풀이 참여도에 따라 적절한 추가 보상이 주어집니다. 예를 들어 취득한 총 토큰 수 혹은 총 취득 포인트에 따라 퀴즈 풀이에 따른 추가 보상을 받을 수 있습니다.

3.2.3. 퀴즈 큐레이터

퀴즈톡 회원은 누구나 퀴즈 창작자가 출제한 퀴즈를 선택하고 분류하여 자신의 팔로워에게 퀴즈를 전달할 수 있습니다. 퀴즈 큐레이터가 전달한 퀴즈를 퀴즈 풀이자가 풀게 되면 큐레이션 보상 포인트를 받게 됩니다.

기존 창작된 퀴즈 및 광고 콘텐츠를 잘 발굴하고 이를 퀴즈톡 유저에게 많이 노출할 수록 큐레이터는 큰 보상을 취득할 수 있습니다.

향후 퀴즈톡 회원이 아닌 외부 제휴 업체의 경우에는 퀴즈톡 플랫폼의 API 또는 SDK를 통해 자사의 채널에 손쉽게 퀴즈톡의 콘텐츠를 연계할 수 있습니다.

3.2.4. 광고주

퀴즈톡 회원으로 가입하면 누구나 퀴즈톡 플랫폼에 광고를 게재할 수 있습니다.

광고주는 퀴즈톡 플랫폼 광고 등록 시스템에 접속하여 광고 타겟, 비용, 시간, 콘텐츠를 직접 설정, 등록할 수 있습니다.

광고주는 광고를 게재하려 할 경우 퀴즈톡 토큰(QTCON)을 확보하여 사용할 수 있습니다. 광고주가 획득한 토큰을 퀴즈톡 플랫폼의 광고시스템에서 광고 비용으로 사용함으로써 퀴즈톡 플랫폼에서 선순환되는 에코 시스템이 완성됩니다.

퀴즈톡 플랫폼에서는 광고주가 결제한 퀴즈톡 토큰(QTCON)을 보상에 축적해 놓고 퀴즈 창작자, 퀴즈 큐레이터, 퀴즈 풀이자에게 퀴즈톡 토큰(QTCON)을 보상으로 지급할 수 있습니다.

3.2.5. 후원자, 기부자

퀴زت록 회원은 누구나 보유한 포인트 혹은 퀴زت록 토큰(QTCON)을 대상을 지정하여 기부 및 후원할 수 있습니다.

기부 대상을 선택하여 자신이 받은 포인트 혹은 토큰을 기부할 수 있고, 기부를 목적으로 하는 퀴즈방을 선택하여 퀴즈를 풀고 여기서 받은 퀴즈 보상을 기부 할 수 있습니다.

후원은 후원목적으로 만든 퀴즈방을 선택하여 퀴즈 풀이를 하면, 여기서 얻어진 모든 포인트 혹은 토큰은 후원 단체에게 지급 됩니다.

3.3. 보상

3.3.1. 큐티콘(QTCON) 보상체계

퀴زت록 유저는 크게 ①퀴즈 창작자 ②퀴즈 큐레이터 ③ 퀴즈 풀이자 등 세가지로 구분할 수 있습니다.

퀴زت록 플랫폼 상에서 유저의 활동 (퀴즈 창작, 퀴즈 큐레이션, 퀴즈 풀이) 으로 획득한 보상은 우선 포인트로 지급되며, 일정 포인트 (예를 들어 10,000 포인트)를 획득한 경우 획득한 포인트를 퀴زت록 토큰(QTCON)으로 교환할 수 있습니다.

이는 블록체인 상의 스마트계약 (Smart Contract) 에 의해 퀴زت록 플랫폼을 이용하는 모든 유저에게 동일하게 적용되며 퀴زت록 유저는 포인트를 토큰으로 변환할 지를 설정할 수 있습니다.

유저는 각 역할을 모두 수행할 수 있으며 퀴즈를 풀고 광고 노출이 되면 각 퀴즈에 할당된 총 보상 포인트를 역할 별로 일정 비율로 나누어 지급됩니다.



3.3.2. 퀴즈 보상

① 퀴즈 창작자 보상

퀴즈톡 플랫폼에서 퀴즈 창작자가 등록한 퀴즈를 다른 유저가 풀었을 때 일정한 보상을 받게 됩니다. 퀴즈 풀이자가 많아 지면 그 수에 비례하여 더 많은 보상을 받을 수 있습니다.

또한 창작한 퀴즈가 퀴즈 풀이자들로부터 ‘좋아요’ 를 많이 받을수록 추가적 보상을 받을 수 있습니다.

② 퀴즈 풀이자 보상

퀴즈 풀이자는 퀴즈를 풀 경우 이에 해당하는 포인트를 보상으로 받게 됩니다. 각 퀴즈에 할당된 포인트는 퀴즈의 종류, 풀이 시점, 광고의 종류에 따라 달라질 수 있으며, 퀴즈톡 플랫폼에서 유저가 퀴즈 풀이를 할 때 해당 퀴즈가 몇 포인트인지를 알 수 있도록 공지됩니다.

3.3.3. 큐레이션 보상

큐레이션 보상은 퀴즈 창작자가 출제한 퀴즈를 선택, 분류하여 다른 유저에게 중개하는 유저에게 지급되는 보상입니다.

유익한 퀴즈 콘텐츠를 많은 사람들이 공유하기 위하여 퀴즈 콘텐츠를 중개하는 유저의 역할이 매우 크지만, 기존의 일반적인 소셜네트워크 서비스에서는 콘텐츠 큐레이터에 대해 보상이 거의 이루어 지지 않고 있습니다. 퀴즈톡 플랫폼 서비스는 이러한 큐레이터의 역할에 대해 일정수준의 보상을 해줌으로써 퀴즈 콘텐츠의 소비를 빠르게 확대할 수 있습니다.

퀴즈 창작자와 마찬가지로 중개한 퀴즈를 유저가 퀴즈 풀이 하였을 때 정해진 비율에 따른 일정 보상을 받게 됩니다. 퀴즈 풀이자가 많아 지면 그 수에 비례하여 보상을 더 많이 받을 수 있으며, 중개한 퀴즈가 퀴즈 풀이자들로부터 ‘좋아요’ 를 많이 받을수록 더 많은 보상을 추가로 받을 수 있습니다.

3.3.4. 광고 보상

퀴즈 창작자 및 퀴즈 풀이자를 포함하는 퀴즈톡 유저는 광고주와의 상호 작용에 의해 추가적인 광고 보상을 더 받을 수 있습니다. 예를 들어 특정 광고주가 선호하는 내용의 퀴즈인 경우 광고주가 더 많은 포인트를 할당하여 퀴즈 창작자 및 퀴즈 풀이자에게 보상을 제공할 수 있습니다.

광고주가 광고성 퀴즈를 직접 제작하는 경우, 해당 퀴즈 풀이자는 광고주가 설정한 특별 포인트를 보상으로 지급받을 수 있게 됩니다.

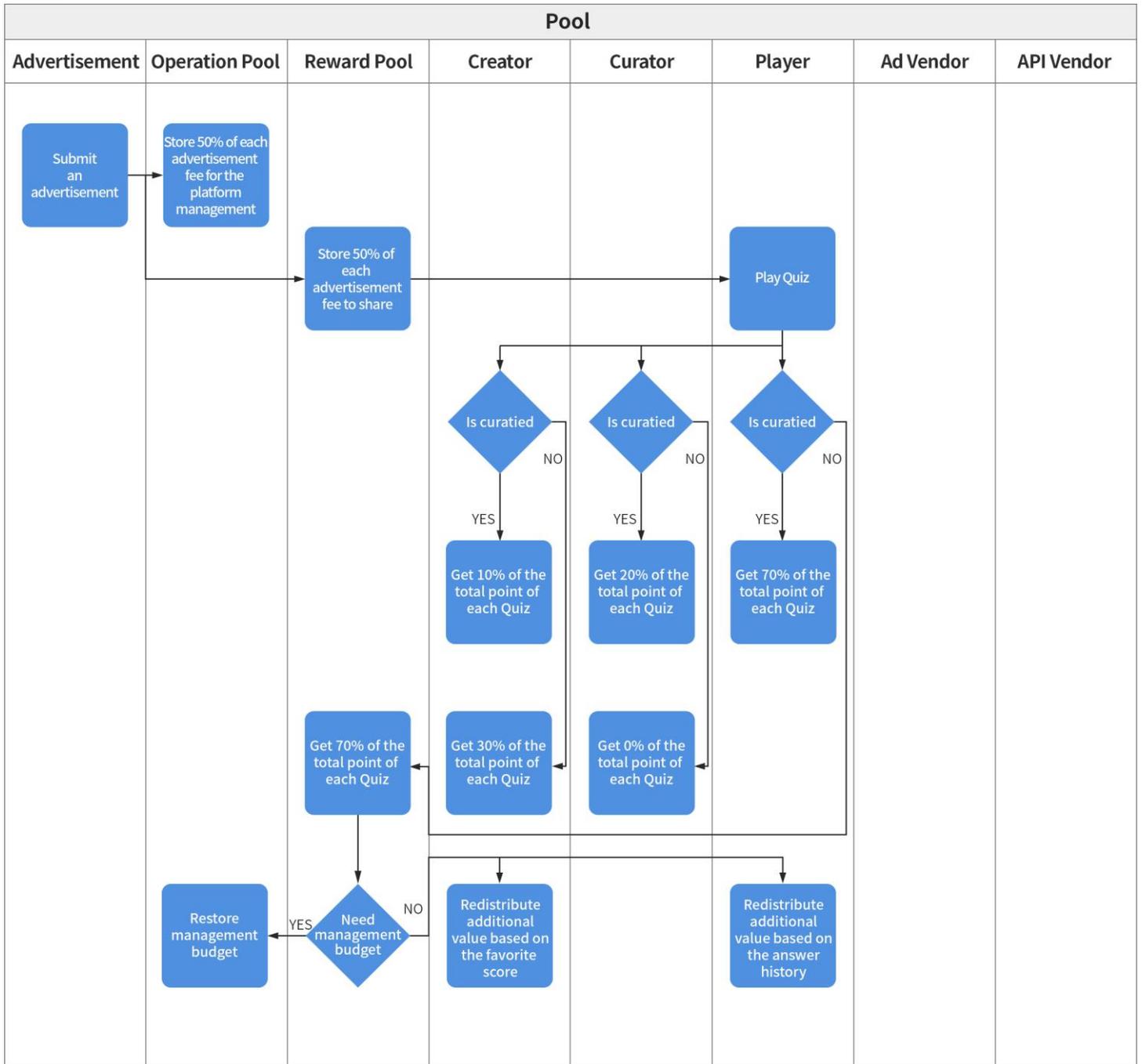
3.3.5. 기부, 후원

퀴즈톡 참여자는 대상을 선정하여 본인이 받은 포인트 및 토큰을 후원하거나 기부할 수 있습니다. 퀴즈톡 플랫폼에서 기부할 대상을 지정하면 이후 사용자가 획득한 보상 포인트는 해당 대상자에게 지급됩니다.

퀴즈톡 플랫폼에 등록된 기부 대상자에게는 유저가 기부한 포인트에 대해 퀴즈톡 플랫폼에서 일정 비율의 포인트를 추가 지급 할 수 있습니다.

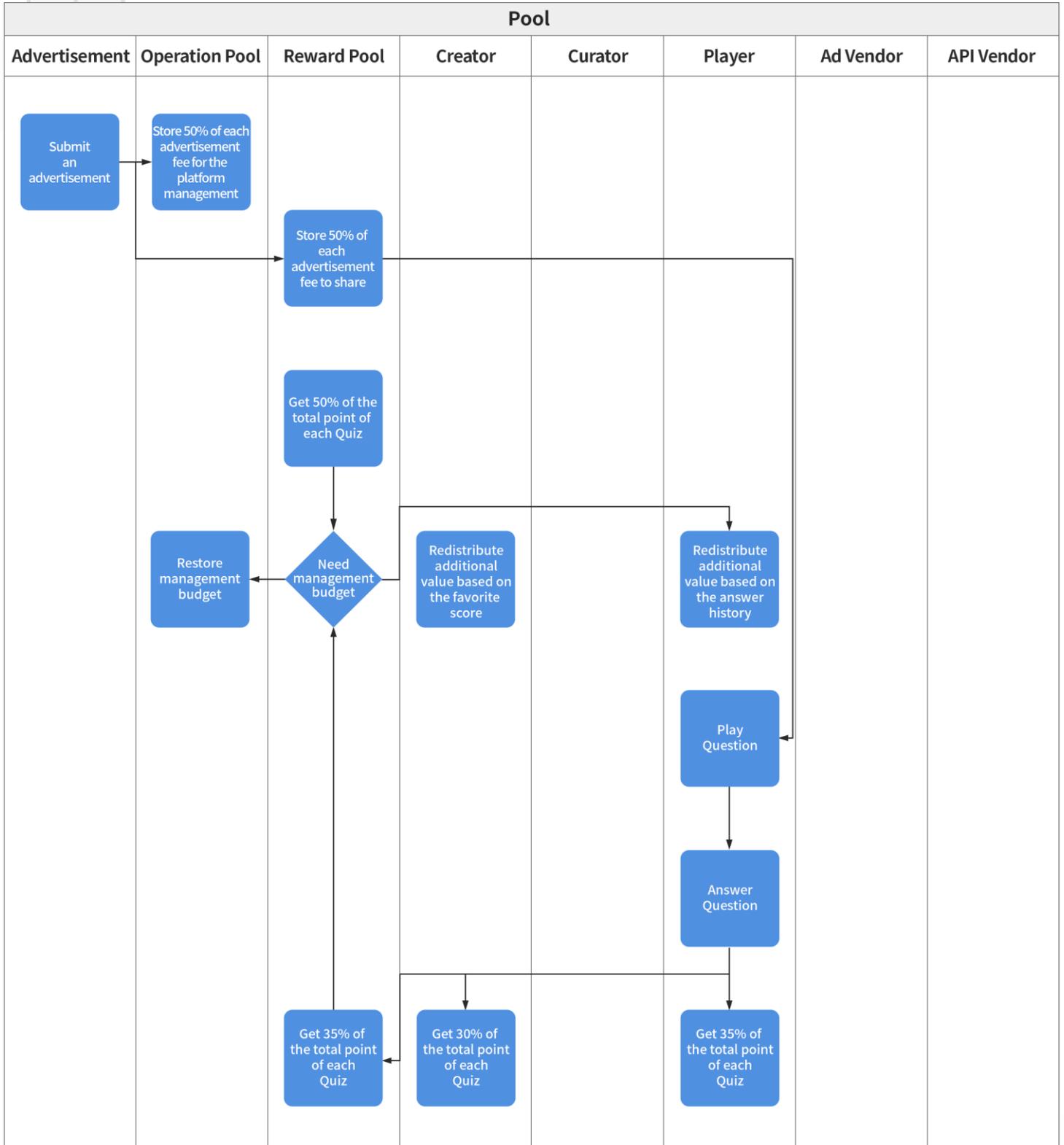
3.3.6. 보상 알고리즘

[Quiz 보상 프로세스]



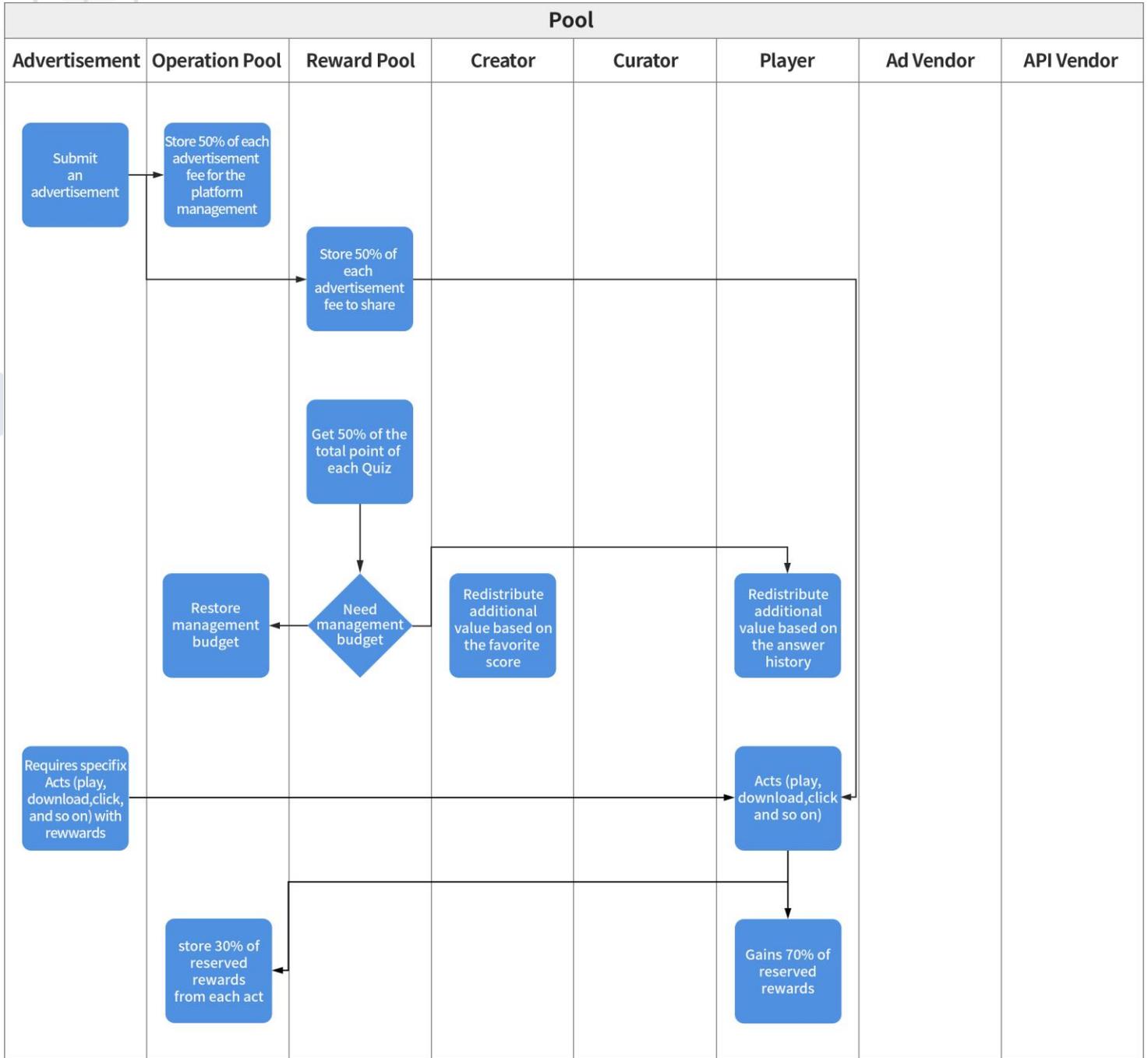
각 부분의 %값은 변경될 수 있습니다.

[Question 보상 프로세스]



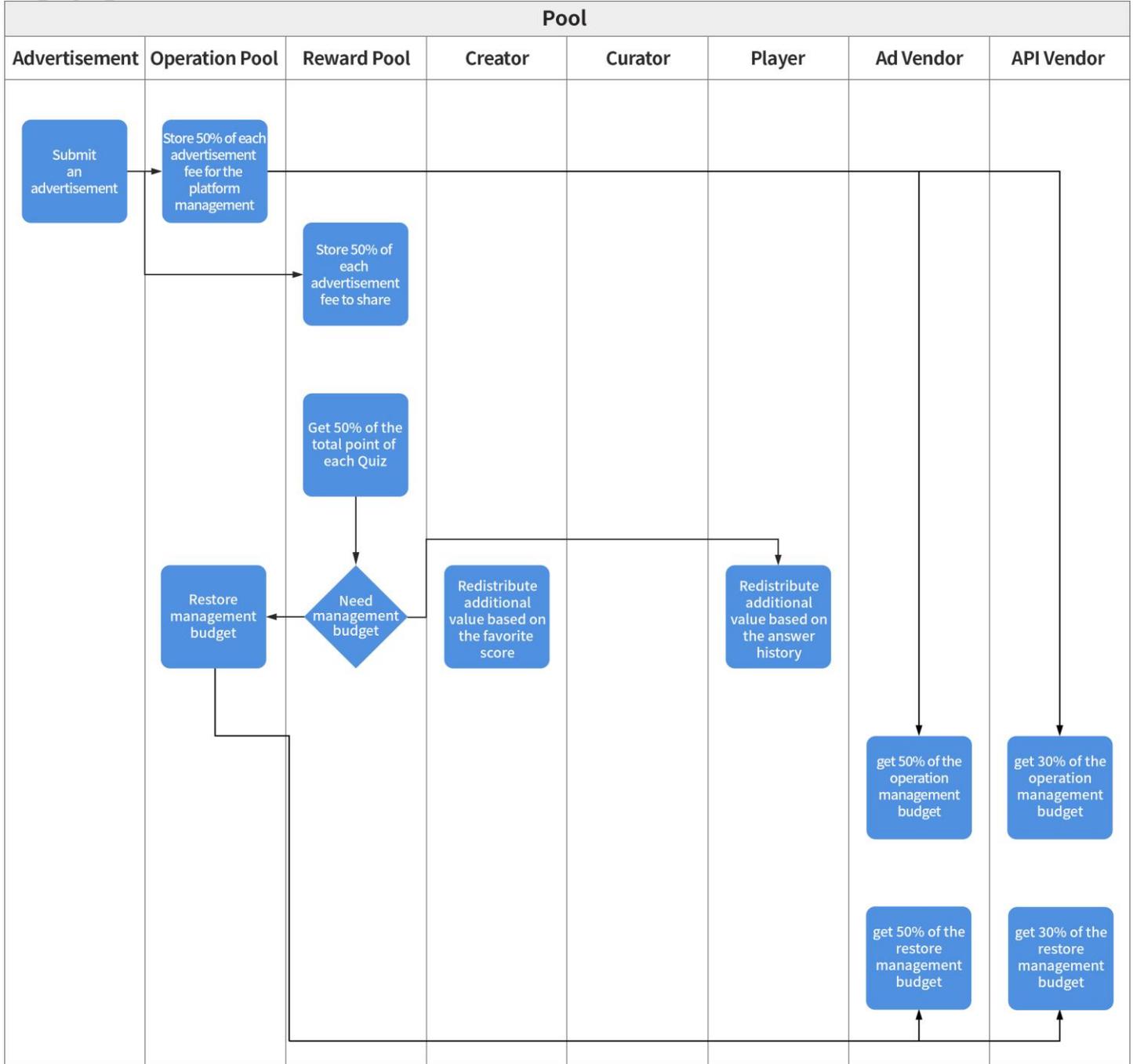
각 부분의 %값은 변경될 수 있습니다.

[광고 보상 프로세스]



각 부분의 %값은 변경될 수 있습니다.

[Vendor 보상 프로세스]



각 부분의 %값은 변경될 수 있습니다.

3.4. 타겟 광고

3.4.1. 사용자 성향 분석

퀴즈톡 플랫폼에서는 퀴즈톡 회원으로 가입 시 어떠한 개인 정보도 등록하지 않으므로 회원의 익명성을 보장함을 원칙으로 합니다.

이러한 익명성 보장을 원칙으로 익명의 퀴즈톡 사용자에게 대한 퀴즈 풀이 결과, 선호하는 퀴즈 카테고리, 접속 시간대, 접속 위치, 정답률 등의 데이터를 축적하여 사용자의 성향을 분석하고, 분석된 데이터를 기반으로 광고주에게 정밀한 광고 타겟팅을 할 수 있도록 정보를 제공할 수 있게 됩니다.

3.4.2. 타겟 광고에 활용

퀴즈톡 플랫폼에서는 사용자 성향 분석 데이터를 기반으로 광고주에게 정확한 타겟광고를 할 수 있는 도구를 제공합니다.

가령 여행에 관심이 많은 사용자의 경우 ‘여행’ 과 관련성이 높은 퀴즈를 선호할 것이고, 이러한 사용자에게는 여행관련 상품, 숙박정보 등을 제공하는 광고를 노출하게 되면 광고 효과가 높아질 것입니다.

퀴즈는 각각의 콘텐츠가 가진 특성이 매우 명확하기 때문에 사용자 성향을 분석하고 이를 광고주에게 제공하여 타겟광고에 활용하기에 매우 용이합니다.

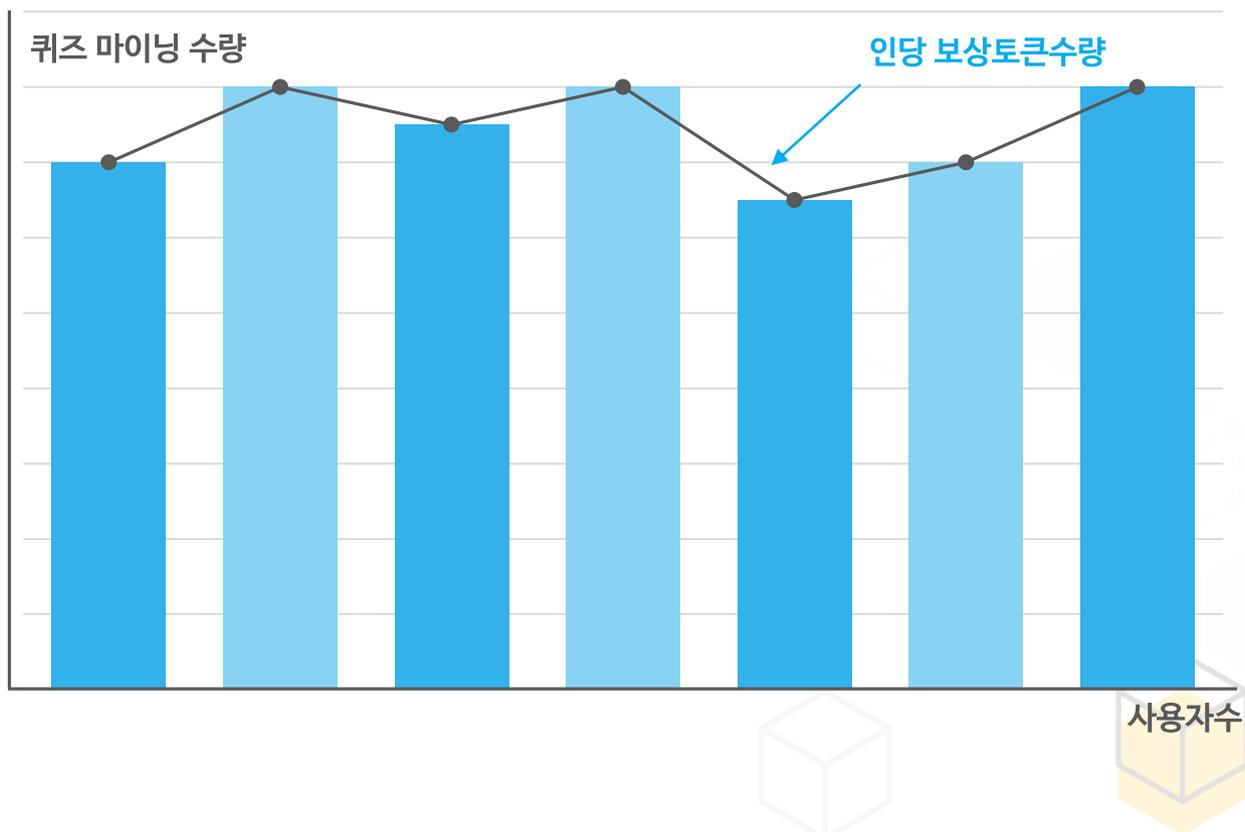
3.5. 기술 (Technologies)

3.5.1. 퀴즈 마이닝

퀴즈톡 생태계를 통하여 퀴즈를 풀어 취득하게 되는 토큰은 개인에게 보상으로 주어집니다. 이는 기존 PoW방식에서 해시값을 찾을 때 블록에 대한 보상으로 주어지는 마이닝 방식과 유사합니다.

퀴즈를 풀면서 마이닝을 하는 방식은 최근 문제가 되고 있는 PoW 방식의 비효율적인 채굴 방식에 대한 새로운 접근 방식이며, 퀴즈톡 블록체인 생태계를 더욱 효율적이고 생산적인 방향으로 전환할 수 있게 해 줍니다.

큐티콘(QTCON) 전체 토큰발행 수량 중에서 일정비율은 개인이 퀴즈를 풀었을 때 보상으로 주어지며, 퀴즈톡팀은 퀴즈마이닝을 위해 일정기간동안 매일 정기적으로 배당할 수 있는 수량을 보상풀에 예치해 두고 있습니다.

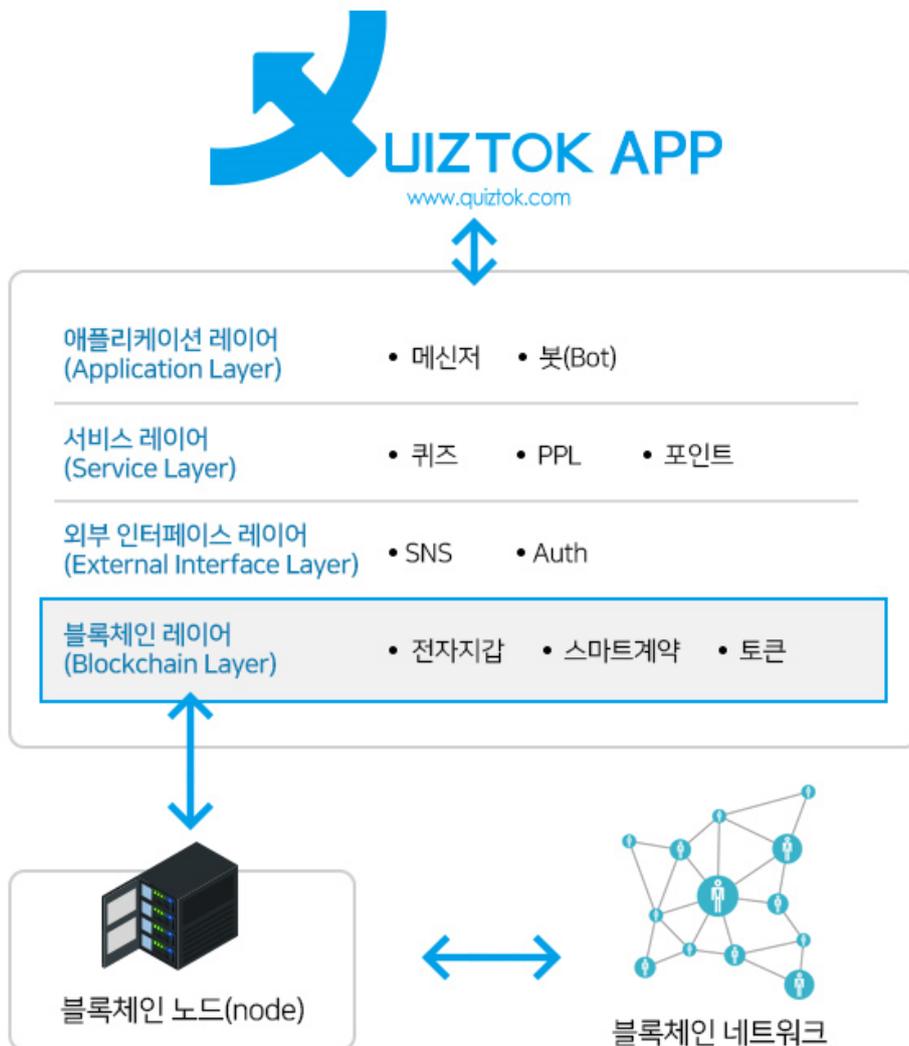


사용자에게 보상으로 제공되는 토큰의 수량은 포인트의 교환가치가 달라짐에 따라 변동될 수 있습니다. 토큰의 교환 비율은 퀴즈톡 플랫폼에서 제공하는 포인트를 이용하여 산정됩니다. 동일한 포인트를 확보하고 있더라도 토큰의 교환 비율은 사용자 수에 따라 유동적입니다.

3.5.2. 아키텍처

퀴즈톡 플랫폼은 크게 네 개의 계층으로 구성되어 있습니다.

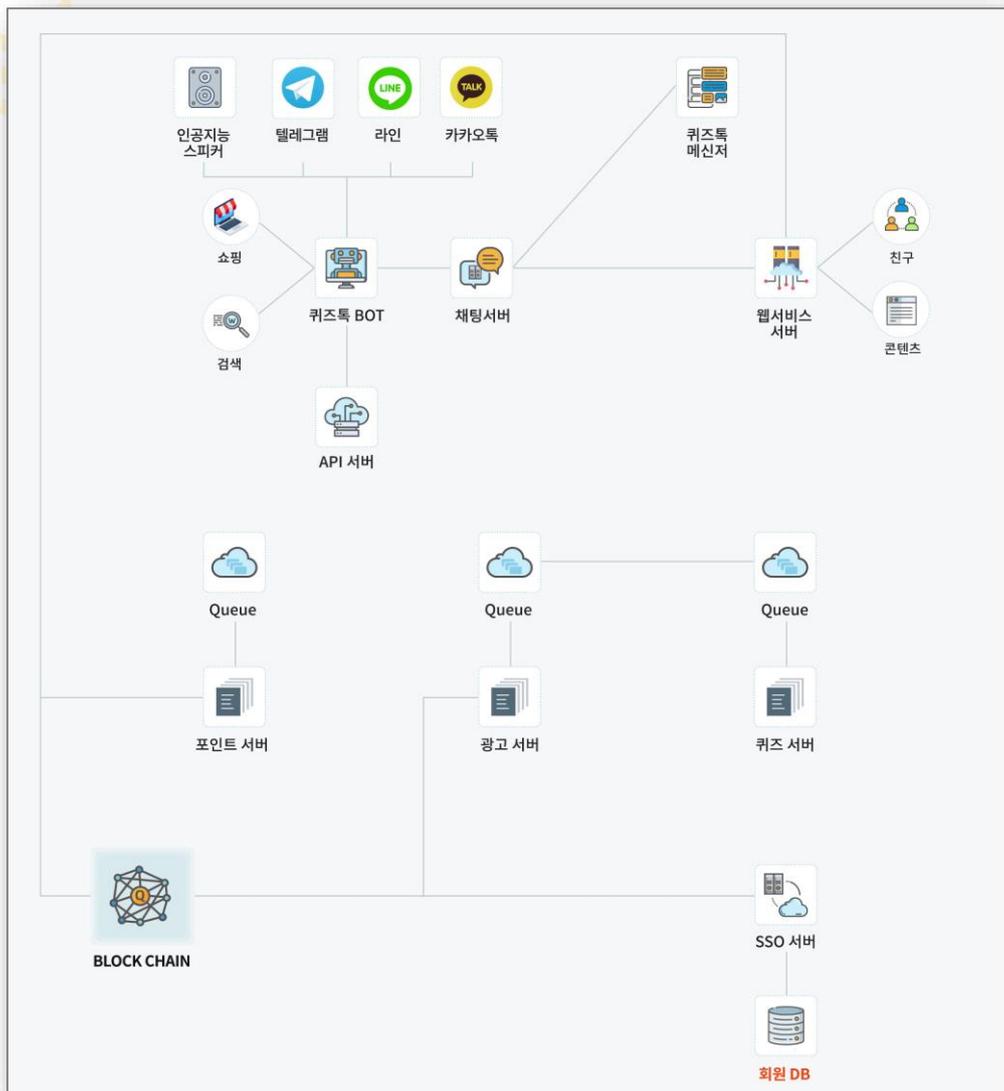
- Blockchain Layer : Smart Contract, Token, Wallet
- Service Layer : Quiz, PPL, Point
- Application Layer : Messenger, Chat-BOT
- External Interface Layer : SNS, Authentication



3.5.3. 시스템 구성도

퀴즈톡 플랫폼은 다음과 같이 구성되어 있습니다.

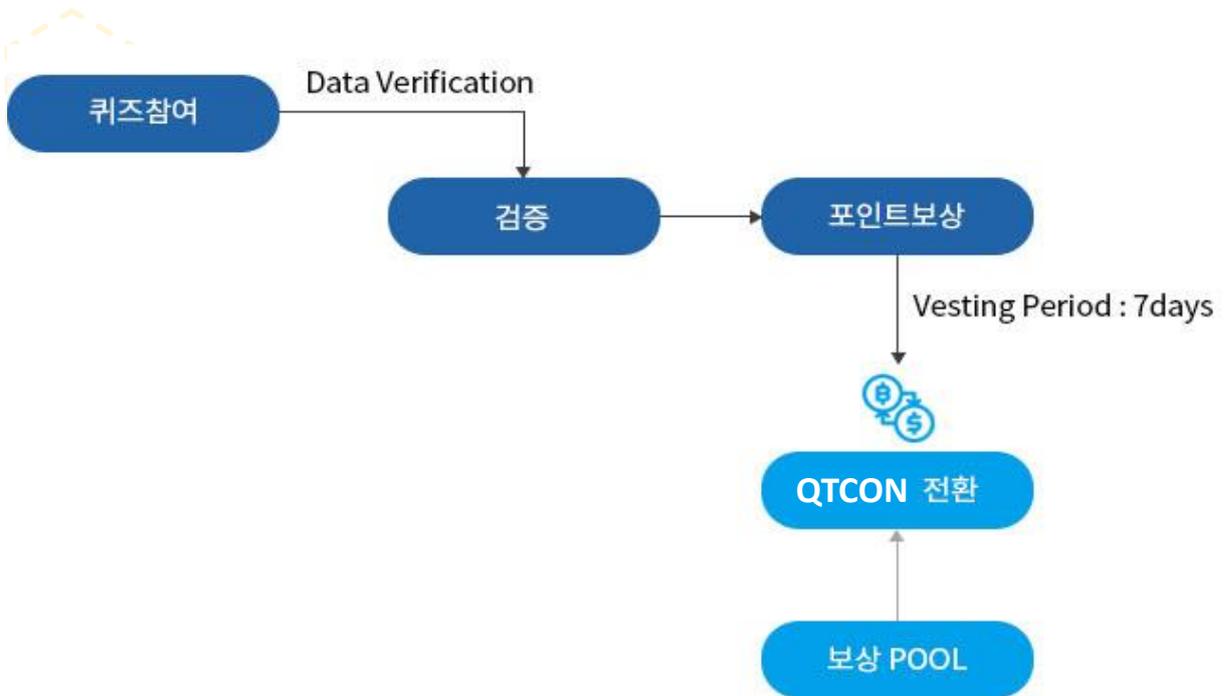
- 서버 : 퀴즈서버, 광고서버, 포인트서버, 채팅서버, API 서버, 챗봇서버, SSO 서버 등
- 사용자 서비스 : 텔레그램, 라인, 카카오톡, 위챗, 페이스북 메신저, 인공지능 스피커, 쇼핑, 검색 등



3.5.4. 보상 POOL

퀴زت록 플랫폼은 생태계 참여자들에 대한 보상을 위해 POOL이 제공 됩니다. 퀴زت록 보상 풀은 Token 발행 시 일정비율 만큼 예치되어 있으며 일정한 주기에 따라 보상에 필요한 수량만큼 다시 충전되는 방식으로 운영됩니다.

사용자가 퀴즈풀이에 참여하면, 참여 결과에 대한 데이터 검증 후 포인트가 보상으로 제공됩니다. 보유한 포인트를 큐티콘(QTCON)으로 전환 시에는 일정기간 vesting 기간을 거쳐 전환됩니다.



3.6. USE CASE

3.6.1. 광고와 퀴즈가 결합된 퀴즈 콘텐츠 플랫폼 서비스 시나리오

각 유저에게 최적화된 타겟 광고와 함께 퀴즈가 제공됩니다.
퀴즈를 풀 시에 포인트를 획득 할 수 있으며 정답과 오답의 해설도 함께 제공됩니다.



광고 영역

비디오, 이미지, 오디오
사용자 맞춤형 광고

퀴즈

해설과 탐색 기능
카테고리 선택

정답

- 정답 시 포인트 획득
- 정답과 오답의 해설

3.6.2. 유저가 퀴즈를 만들고 소비하는 퀴즈 서비스 시나리오

유저가 직접 퀴즈를 만들고, 퀴즈를 소비할 수 있는 서비스를 제공합니다.
퀴즈톡은 퀴즈 생산자가 퀴즈 소비자가 됩니다.

① 퀴즈 출제 및 퀴즈 풀기 (퀴즈톡 메신저 앱)



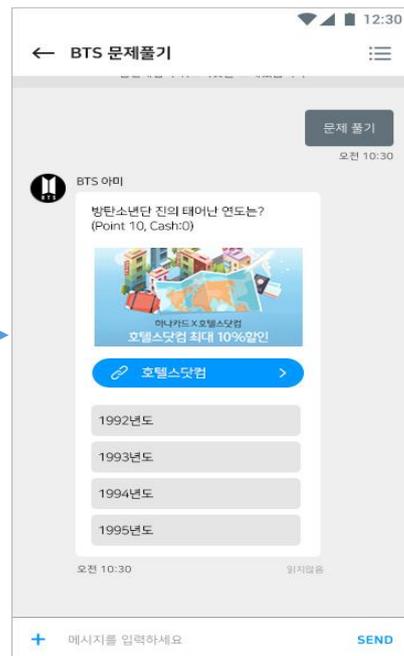
퀴즈 출제



출제 퀴즈 목록

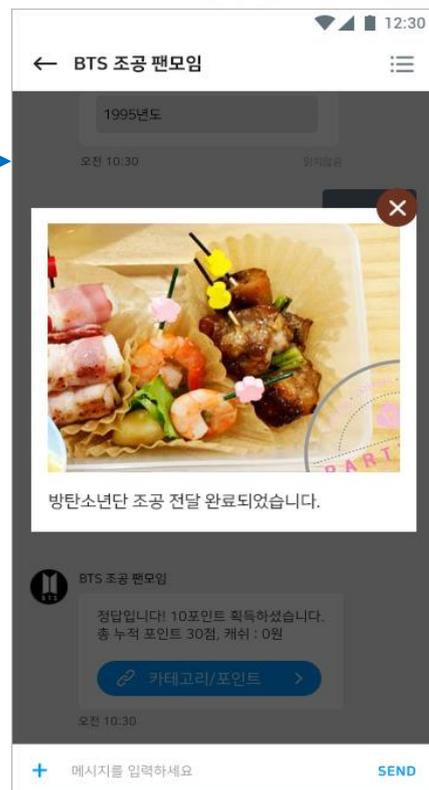
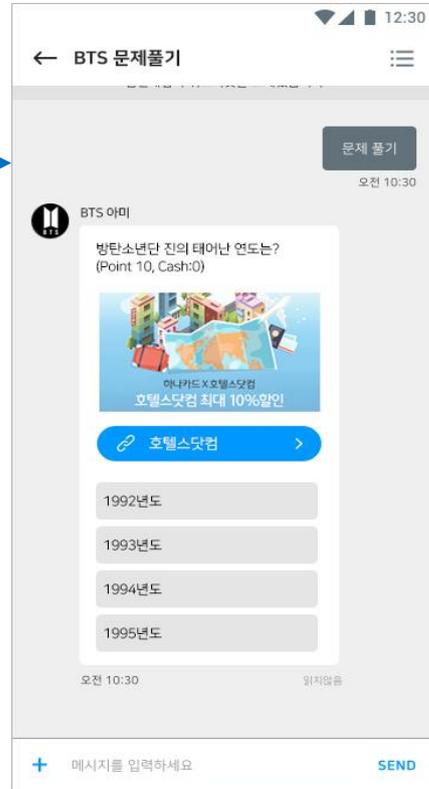
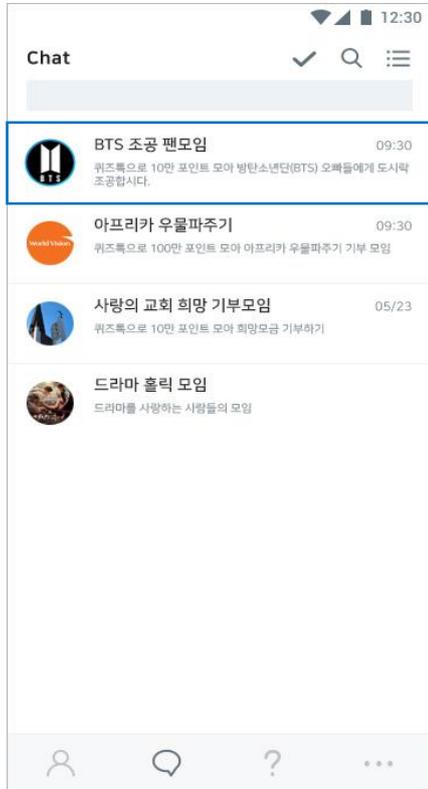


받은 퀴즈 목록

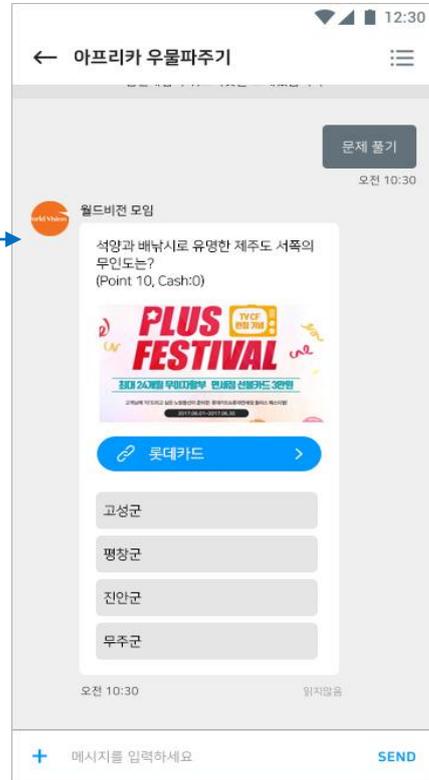
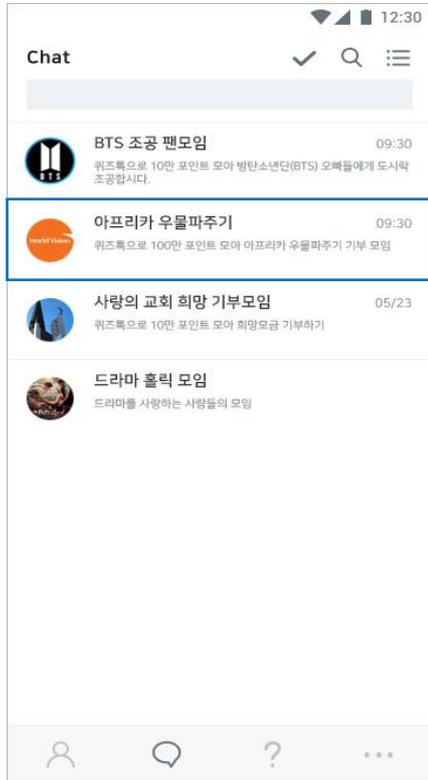


퀴즈 풀기

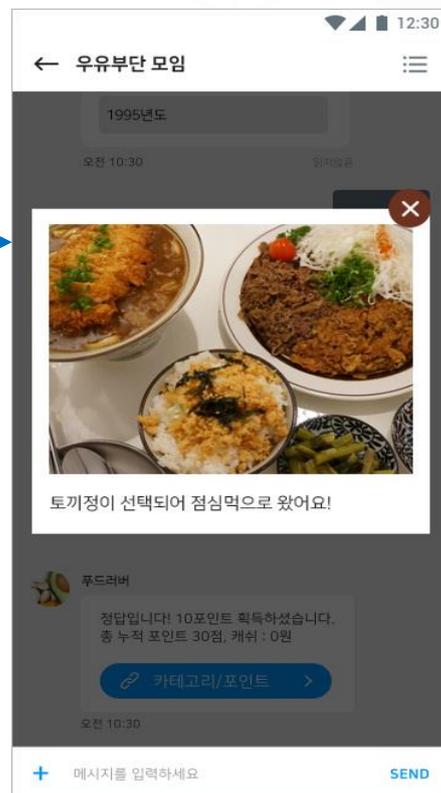
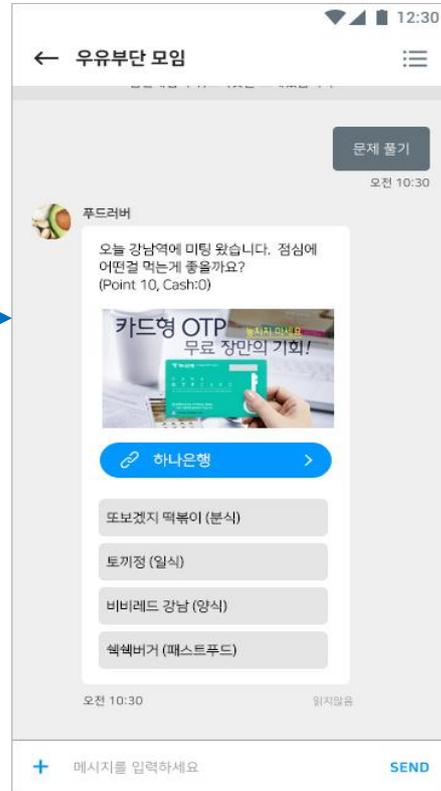
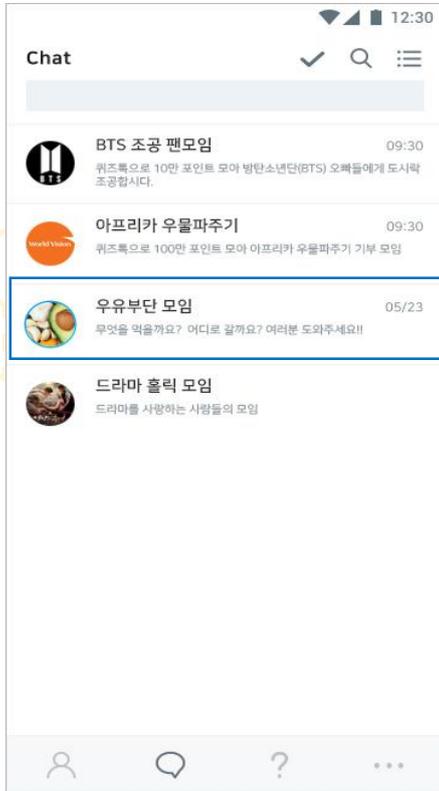
② 후원 퀴즈 (예) : 방탄소년단 조공 모임



③ 기부 퀴즈 (예) : 아프리카 우물 파주기

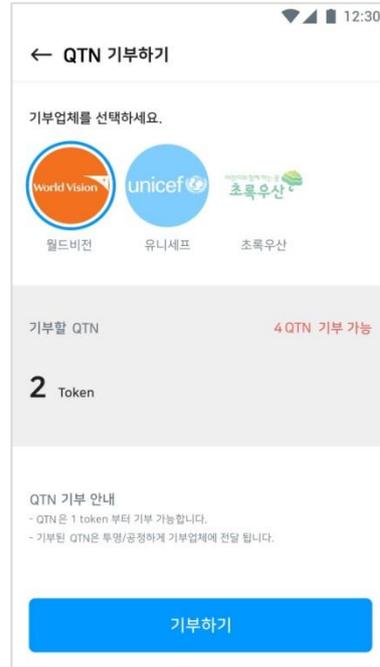


④ 질문 퀴즈 (예) : 우유부단 모임



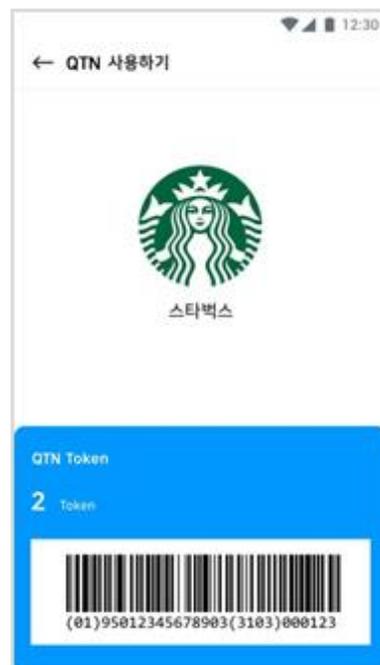
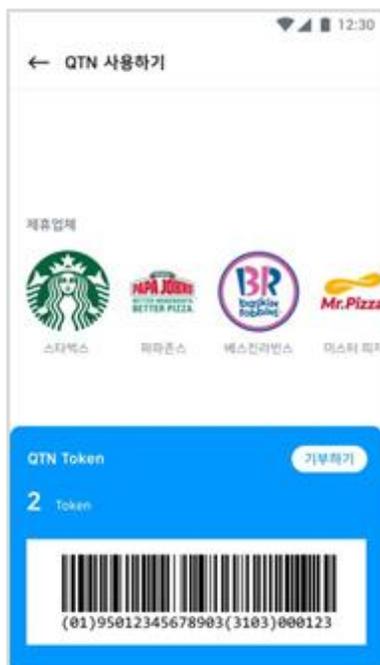
3.6.3. 기부 시나리오

퀴즈톡 토큰(QTCON)을 사용하여 기부할 수 있습니다. 원하는 기부 받을 대상을 선택 후 원하는 수량만큼의 토큰을 결정하여 기부 가능합니다.



3.6.4. 사용자와 후원업체 연계

퀴즈톡 토큰(QTCON)은 다양한 후원 업체와 연계하여 사용 가능합니다.



4.1. 퀴즈

미국에서 시작된 모바일 실시간 퀴즈쇼 열풍이 중국을 거쳐 한국에도 상륙했습니다. 모바일 실시간 퀴즈쇼는 매일 정해진 시간에 10~12개의 퀴즈를 풀고 우승자들끼리 상금을 나눠 갖는 서비스로 원조는 2017년 8월 미국에서 출시된 'HQ Trivia'입니다. 'HQ Trivia' 퀴즈쇼는 미국 내에서 동시 접속자 200만명을 기록하며 인기몰이를 했고 같은 해 12월 중국에서 출시된 '백만의 워너' 역시 400만명이 동시에 접속한 모바일 퀴즈쇼 서비스로 빠르게 성장 중입니다. '퀴즈'를 활용한 퀴즈쇼, 퀴즈 어플리케이션은 글로벌 시장에서 세대를 구분 짓지 않고 꾸준한 인기를 끌고 있습니다.

4.2. 광고

구분	매체	광고비(억)			성장률(%)		구성비(%)	
		2016년	2017년	2018년(F)	2017년	2018년(F)	2017년	2018년(F)
방송	지상파 TV	17,312	15,223	15,965	-12.1	4.9	13.7	13.8
	라디오	3,040	2,785	2,850	-8.4	2.3	2.5	2.5
	케이블/중편	17,474	18,376	18,956	5.2	3.2	16.5	16.3
	IPTV	846	915	1,029	8.2	12.5	0.8	0.9
	기타(위성, DMB 등)	1,814	2,004	2,062	10.5	2.9	1.8	1.8
	방송 계	40,485	39,303	40,862	-2.9	4.0	35.3	35.2
인쇄	신문	14,712	14,056	13,850	-4.5	-1.5	12.6	11.9
	잡지	3,780	3,438	3,400	-9.1	-1.1	3.1	2.9
	인쇄 계	18,492	17,494	17,250	-5.4	-1.4	15.7	14.9
디지털	PC	16,372	16,245	16,600	-0.8	2.2	14.6	14.3
	모바일	17,453	22,157	24,710	27.0	11.5	19.9	21.3
	디지털 계	33,825	38,402	41,310	13.5	7.6	34.5	35.6
OOH	옥외	3,512	3,392	3,400	-3.4	0.2	3.0	2.9
	극장	2,251	2,280	2,400	1.3	5.3	2.0	2.1
	교통	4,328	4,352	4,700	0.5	8.0	3.9	4.1
	OOH 계	10,091	10,024	10,500	-0.7	4.8	9.0	9.1
	제작	6,425	6,072	6,080	-5.5	0.1	5.5	5.2
	총계	109,318	111,295	116,002	1.8	4.2	100.0	100.0

Cheil

단위 | 억 원, %

한국인터넷진흥원(KISA)에서 발표한 조사결과에 따르면 2017년도 온라인 광고 시장규모는 약 4조 4,285억원으로 타 광고매체를 제치고 광고시장 점유율 1위를 기록했습니다.

인터넷 이용자 대상 인식 조사 결과, 광고를 접하고 무료로 콘텐츠를 이용하겠다는 답변이 약 90%가량으로 아주 높게 조사됐습니다. 이처럼 인터랙티브 광고를 통해 콘텐츠 도달 및 인게이지먼트 기회가 확대되면서 온라인, 디지털 광고에 대한 투자가 해를 거듭하면서 집중되고 있습니다.

4.3. 후원, 기부

매년 현대차의 영업이익에 육박하는 예산이 개인과 기업들의 기부금으로 모이고 있습니다. 특히나 K팝, K드라마 등 K컬처 유행이 팬덤을 중심으로 하나의 문화 형태가 되고 있습니다. 연예인을 시작으로 앨범 또는 화보 등의 수익금을 기부하고 인기가 많은 특정 연예인의 팬클럽도 멤버의 이름으로 선행을 펼치면서 눈길을 모았습니다. 이뿐 아니라 배우와 스포츠 스타의 기념일 등에 모이는 쌀 화환 기부나 헌혈증, 물품 등 일회성 기부를 넘어서는 형태로 연예인들과 팬덤은 대중들에게 선한 영향력으로 다가가고 있습니다.



유노윤호

쪽방촌 주민 라면 100개 부탄가스 1820개 기부

“팬들의 선행은 모아 더욱 많은 이웃을 도울 수 있도록
앞으로도 기부를 계속할 계획이다”

유노윤호의 팬클럽 '유노윤호 갤러리'는 생일을 기념해 남대문상담센터를 통해 쪽방촌 주민에게 라면과 부탄가스를 지원했다. 이들은 매년 생필품을 기부해 어려운 이들을 돕고 있다.

사진 : sm엔터테인먼트



지드래곤

6년 연속 어린이재활병원 기부

“어려운 가정형편으로 마음의 그늘을 갖고 살아가는
어린이들이 있다는 현실이 안타까웠다”

지드래곤의 팬클럽 'Always-GD'는 6년째 따뜻한 기부활동을 이어가고 있다. 지드래곤의 생일이 되면 어린이재활병원에 기부는 물론 장애 아동들의 재활과 치료를 위해 응원하고 있다.

사진 : YG엔터테인먼트

4.4. 경쟁 분석

국내 네이버 자회사 스노우의 '잼라이브'와 스타트업 NBT의 '더 퀴즈 라이브' 등이 이와 같은 형태를 가지고 있습니다. '더 퀴즈 라이브'는 빠른 실행력과 아이디어로 승부수를 띄우고 있습니다. 기존 퀴즈쇼 포맷에만 한정하지 않고 다양한 시도를 통해 차별화 된 '한국형 모바일 퀴즈쇼'를 만들겠다는 전략입니다. 네이버의 자회사 스노우가 운영하는 모바일 퀴즈쇼 '잼라이브'는 '올리브영', '코카콜라' 등 국내외 유명기업과 콜라보 방송을 진행하고 유명기업의 페이스북에 퀴즈의 힌트를 제공하거나 퀴즈 자체에 상품 정보를 넣는 등 홍보 효과를 극대화 하며 퀴즈쇼에 참여하는 동시접속자 대폭 증가시키며 큰 성공을 거뒀습니다.

4.5. 전략적 제휴

각각의 독립적인 생태계를 가진 토큰 비즈니스 플랫폼과의 전략적 제휴를 통하여 큐티콘(QTCON)과의 가치 공유, 스왑, DEX 를 통한 토큰 간 거래 등을 활성화 하여 큐티콘(QTCON) 생태계를 더욱 확장시킬 수 있습니다.

가령 블록체인 기반의 여행 플랫폼에서 발행한 토큰과 큐티콘(QTCON)의 제휴를 통하여 큐티콘(QTCON)을 여행 플랫폼에서의 숙소의 결제 수단으로 사용할 수도 있고, 블록체인 기반의 차량 플랫폼과 제휴하여 렌터카를 이용할 수도 있습니다.

DEX를 통하여 각각의 플랫폼에서 발행한 토큰을 자유롭게 교환할 수 있으며 이를 통하여 퀴즈톡 플랫폼의 생태계 참여자들은 자신이 보유한 토큰을 더욱 자유롭고 가치 있게 활용할 수 있습니다. 이러한 가치 공유를 통하여 퀴즈톡 생태계는 더욱 확장되고 활성화됩니다.

5.1. 블록체인 사상과 QTCON

블록체인은 우리가 익숙해져 있는 중앙집권적인 방식, 즉 누군가가 모든 것을 관리하는 것과는 전혀 다른 방식입니다. 이는 달리 말하면 '민주주의' 를 시스템으로 구현한 것'이라고도 말할 수 있는데 누구에게나 개방되고, 새로운 생태계에 참여하는 이들 전체가 관리하는 방식입니다.

지금도 이미 토큰(Token)과 유사한 전자화폐가 존재합니다. 전자화폐는 발행 주체인 기업이 관리하고 상품권 같은 형태로 운영하지만, 토큰과의 결정적인 차이는 그 가격이 시장에 의해 변동되지 않는다는 점입니다.

토큰의 경우 발행 주체가 있어도 거대 경제권 내 하나의 플레이어(Player)로만 존재해야 하기 때문에 토큰을 통제할 권한을 가지는 것은 바람직하지 않다고 여겨집니다. 만약 토큰을 발행하고 사용자로부터 토큰을 수취해 상품으로 교환해준다면, 이것은 토큰을 전자화폐로 사용하는 것에 지나지 않기 때문입니다. 토큰 설계의 핵심사항은 크게 세 가지 인데,

- 첫째, 블록체인의 기본적 특성을 이해한 시스템이 설계되어야 하고,
- 둘째, 토큰 가치는 시장에 의해 변동되며,
- 셋째, 토큰 발행자는 새로운 경제권에 참여하는 하나의 플레이어(Player)로 존재하는 것이 바람직하다는 것 입니다.

퀴즈톡이 발행하는 토큰은 이와 같은 토큰 설계 사상을 충실하게 따르고 있습니다.



5.2. 블록체인을 사용하는 이유

5.2.1. 보상 TRANSACTION 의 투명화

리워드에 대한 트랜잭션이 블록체인에 기록되고 보존 되어 참여자 누구나 자신이 받은 보상에 대해 투명하고 안전하게 보호 받을 수 있다. 또한 기부, 후원의 경우 토큰의 전달과 사용에 대한 기록이 투명하게 블록체인에 기록되고 이를 누구나 언제든지 조회해 볼 수 있기 때문에 투명한 거래가 보장될 수 있습니다.

5.2.2. 창작물 보호 및 검증

퀴즈 창작자가 등록한 퀴즈 콘텐츠의 내용은 블록체인 상의 저장소에 기록되어 창작물의 위, 변조를 검증할 수 있기 때문에 창작물의 보호가 가능하며, 창작자의 창작활동에 대한 투명한 이력 관리가 가능합니다.

퀴즈 창작자의 창작물에 대한 저작권 보호가 가능하므로, 퀴즈톡 플랫폼에서의 창작 활동이 활성화 될 수 있으며, 플랫폼 사용자 간 신뢰가 유지 됩니다.

5.2.3. 광고효과 분석 투명화

광고가 노출에 대한 기록이 블록체인상에 기록되어 광고주는 언제든지 광고 집행 기록을 조회하고 그 효과를 분석하는 자료로 사용할 수 있습니다.

기존 광고 시장에서는 광고 집행 내역이 투명하게 공개되지 않아 광고주에게 불신을 주는 경우가 많았으나, 블록체인 기반의 퀴즈톡 플랫폼의 광고 시스템에서는 투명한 광고 거래를 보장함으로써 신뢰 기반의 광고 생태계가 유지될 수 있습니다.

5.2.4. 보상 알고리즘에 대한 디지털 컨트랙트

보상 알고리즘은 블록체인의 탈중앙화 사상에 기초하여 설계되고 집행될 수 있도록 디지털 컨트랙트에 기록되어 자율적으로 실행됩니다.

디지털 컨트랙트에 기록된 알고리즘에 의해 퀴즈톡 플랫폼의 생태계가 운영되며, 향후 생태계의 발전을 위해 기존의 디지털 컨트랙트의 수정이 필요할 경우 퀴즈톡 생태계 참여자의 합의에 의해 기존의 디지털 컨트랙트는 수정될 수 있습니다.

5.3. QTCON의 가치

5.3.1. 글로벌 공용 가치 부여

퀴즈톡 플랫폼은 글로벌 서비스 기반이므로 퀴즈톡 플랫폼 사용자는 특정 국가 혹은 특정 지역에 국한되지 않습니다. 그렇기 때문에 퀴즈톡 플랫폼에서 보상으로 받은 토큰은 퀴즈톡 플랫폼이 운영되는 모든 곳에서 통용되고 동일한 가치로 사용할 수 있어야 합니다.

퀴즈톡 생태계에서 큐티콘(QTCON)은 지역과 국가에 상관없이 사용 가능한 글로벌 공용 가치를 가지고 있습니다.

5.3.2. 탈중앙화 거래

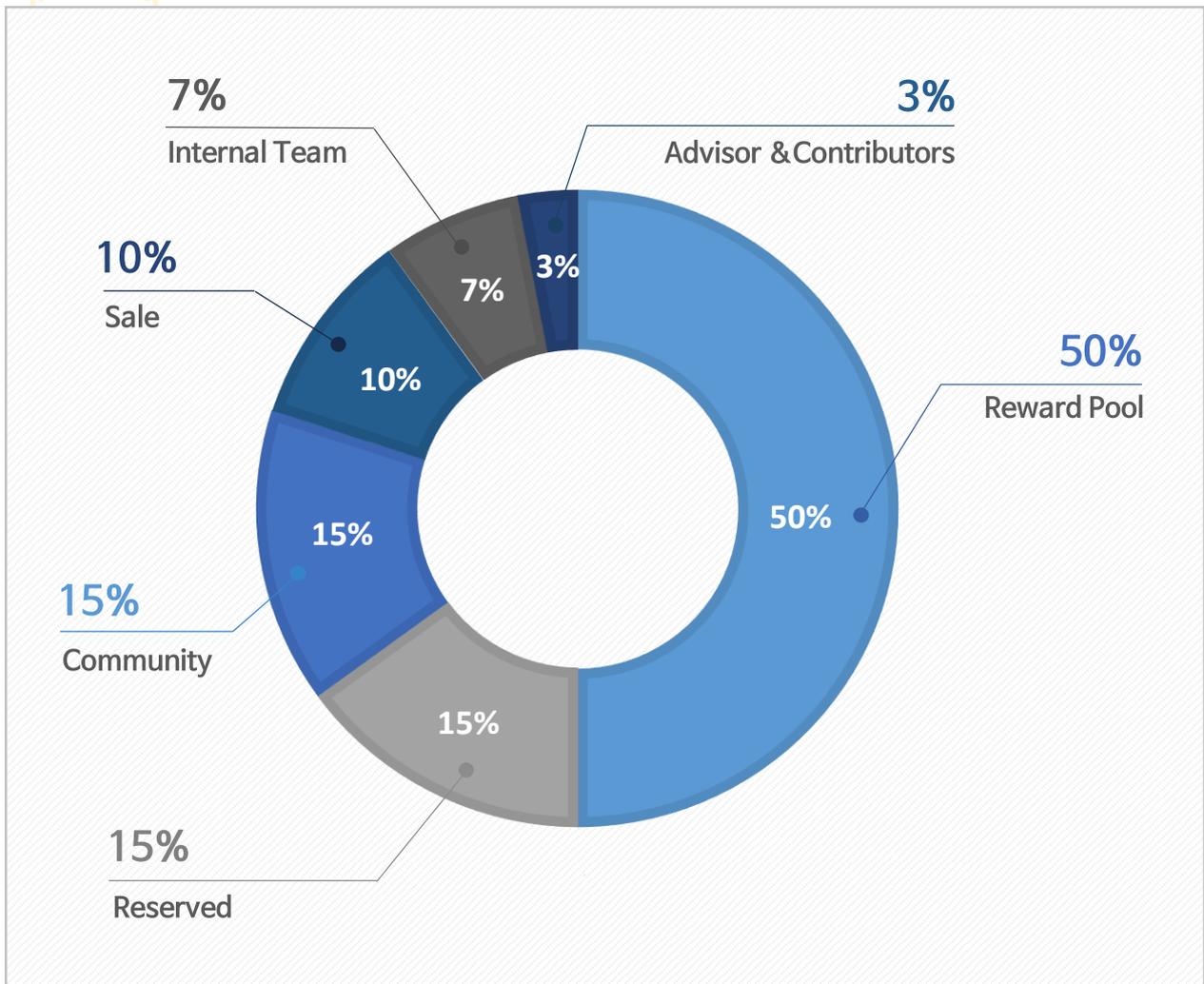
큐티콘은(QTCON) DEX와 같은 탈중앙화된 코인 거래 시스템에서 유통될 수 있으므로, 생태계의 참여자가 퀴즈톡 생태계 외부에서도 큐티콘(QTCON)을 자유롭게 활용할 수 있습니다.

탈중앙화 된 거래소를 이용하면 국가나 지역의 제약 없이 자신이 보유한 큐티콘(QTCON)자산을 자유롭게 사용할 수 있습니다.



7.1. 큐티콘 (QTCON) 발행 계획

- ① 큐티콘(QTCON)은 총 600억개를 발행합니다.
- ② 중앙발행형 토큰입니다.
- ③ 퀴즈 마이닝 보상을 위해 일정 수량을 보상Pool에 예치 합니다.
- ④ 큐티콘(QTCON)은 토큰 세일을 통하여 퀴즈톡플랫폼의 개발비용 및 마케팅비용을 조달합니다. 마케팅 비용은 일본, 필리핀 등 해외법인 설립과 서비스 마케팅 및 퀴즈톡 운영비로 사용됩니다.
- ⑤ 토큰 세일 규모는 전체 발행량의 10%인 약 60억개이며 Private Sale 형태로 판매 합니다



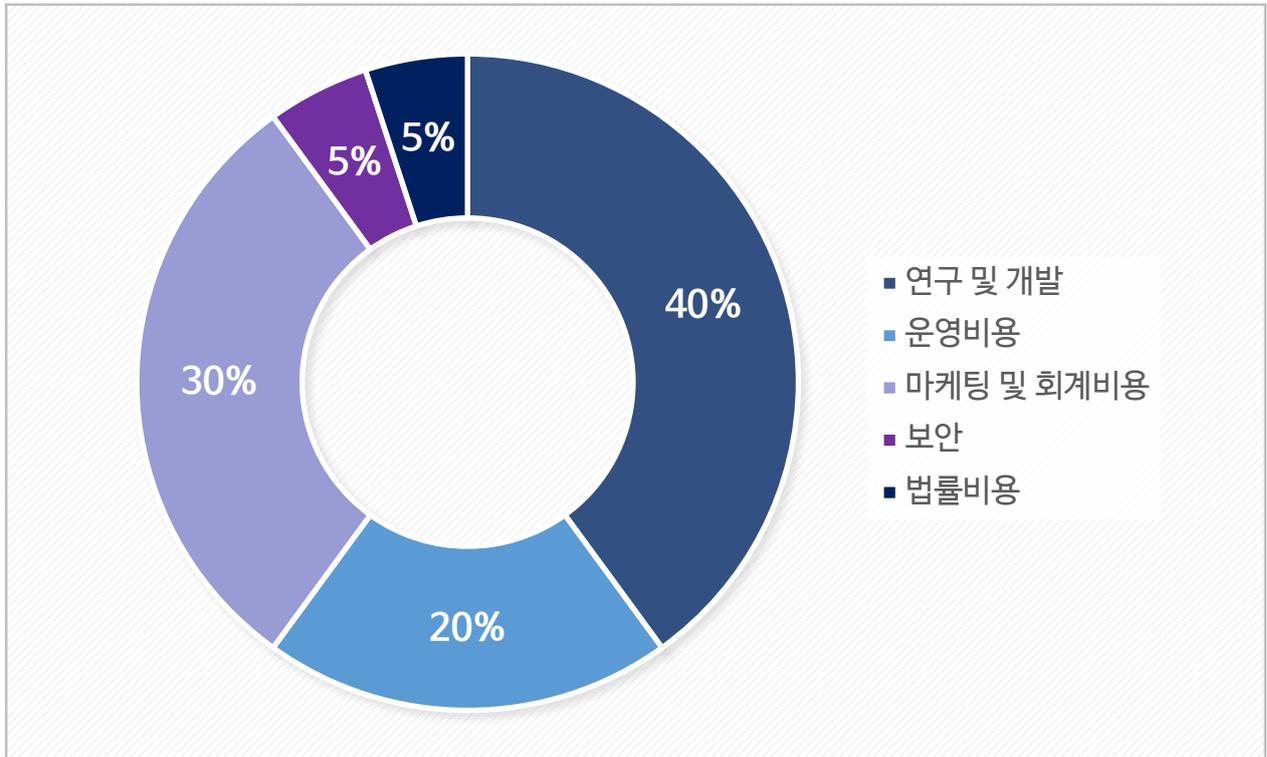
※ 2019년 4월 25일 큐티콘(QTCON) 총 600억 개 중 80%에 해당하는 480억 개를 소각하여 2019년 4월 25일 기준 큐티콘(QTCON) 발행 총량은 120억 개 임.

Token Burn Transaction Hash :

```
0x56b64890f52da76b2eaca0d493a63748d50f65ba4662edb859d27f6034ab87fe
0x2f757cfeba20ad8b0f2b98fe041aab666443a4f832ee6e67ab72b7e504376522
0x49b883a6abc6211c8c92d352e2cab850d5ba584eacdaba4be44d3c377d49ba98
0x234e79c39b4a7b92a64490d207c834beff9df9593a2122d455665710e851f26f
0x27f31c1ecbbd1c3021e724fc180c92d5f7feccb19395430502633d8934317992
```

7.2. 펀드 운영계획

토큰 세일을 통해 모금된 펀드는 퀴즈톡 플랫폼 개발 및 생태계 구축에 사용됩니다.
펀드 배분 계획은 다음과 같습니다.



① 연구 및 개발

개발에 할당된 비용은 백서상 기술된 퀴즈톡 플랫폼 개발비용에 사용 됩니다. 퀴즈톡 플랫폼 서버 구축, 플랫폼 컴포넌트 구현, 퀴즈톡 메신저 앱 개발, 블록체인 연동, 테스트 등에 소요되는 비용을 포함합니다.

② 운영비용

펀드의 20%는 회사 운영에 사용 됩니다. 서버 비용, 인프라 구축, 인건비, 관리비, 임대료 등 회사 유지에 필요한 모든 비용이 포함됩니다.

③ 마케팅 및 회계비용

파트너십 구축과 고객 유치에 필요한 마케팅 비용에 펀드의 30%가 사용 됩니다. 퀴즈톡 플랫폼의 생태계 확장을 위해 마케팅이 필수적 입니다.

④ 보안

퀴즈톡 플랫폼의 보안을 강화하기 위해 펀드의 10%가 사용됩니다.

⑤ 법률비용

사업을 진행하는데 필요한 법적 자문비용으로 펀드의 5%가 사용됩니다.

8.1. Founder



전 창 섭
현) (주)퀴즈톡 대표이사
현) (사)한국블록체인스타트업협회
부회장
현) (주)지퓨텍 대표이사
아주대학교 경영대학원 MBA
전략경영 전공



이근우
현) (주)퀴즈톡 부대표
현) 대림대학교, 중원대학교
겸임교수
전) 엑스백시스템즈 대표이사
전) 이케이아이디 대표이사
전) 삼성항공 주식회사
정보전략기획부서 근무
CAD/CAM 실 근무

8.2. Global Business



황 세 훈
현) 퀴즈톡 일본 법인장
전) (주) PHA 코리아 대표이사
전) (주) 세인 대표이사
니혼대학교 경제학전공 졸업

8.3. Development



양종일



장원준



김동우



김선웅



한경현

8.4. Marketing



심은애



이은영



박혜인



정세진



장안나

8.5. Advisor



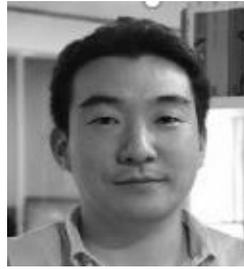
이성민 박사
사이버 안보전략 전문가
국방대학교
경기대학교 대학원 졸업



임명수
현) 한국P2P금융투자자협회 회장
현) 블록체인스타트업 협회 부회장
현) 금융ICT 융합학회 회원
현) 아시아 미래 핀테크포럼 회원



황세원
(주)이니스트 대표이사
행안부 전자정부민관협력포럼 위원
한국소프트웨어세계화연구원 이사
서울대학교 공업화학학과전공 졸업



조한열
(주)북잼대표이사,
블록체인협회 산업발전위원
서울대학교 컴퓨터공학전공 졸업



심봉기 작가
KBS - 코미디작가 공채5기
한국방송작가협회 정회원
세세원의 화요스페셜 집필 외 다수
개그콘서트 - 달인 작가
SBS - 기쁜우리토요일 외 다수
MBC - 오늘은 좋은날 외 다수



최항서 작가
SBS 공채 작가 1기
SBS - 좋은친구들, 깜짝비디오, 코미디 전망대
일용일이 좋다, 개그투나잇, 웃찾사 외 다수
MBC - 일요일 일요일 밤에, 토요일대행진,
웃는날 좋은날 외 다수
KBS - 토요일대행진, 웃는날 좋은날, 쇼행운열차,
수퍼선데이, 해피투게더 시즌3 외 다수



구태연 변호사
법무법인 린 - 테크엔로 부문장
블록체인 법학회 부회장
과학기술정보통신부 규제샌드박스 심의 전문위원
한국공유경제 협회 부회장
코리아 스타트업포럼 이사

Quiztok Corp. 은 대한민국 서울특별시에 본점을 등록한 주식회사이며, 큐티콘(QTCON) 토큰의 발급, 배포, 관리, 처리 및 기타 사업활동에 대한 책임이 있습니다.

퀴즈톡 플랫폼 및 큐티콘(QTCON) 이용에 대한 특허기술과 등록, 퀴즈톡 플랫폼에서의 인지 광고 및 상품구매 방법에 대한 특허 기술과 등록 등에 대한 소유권과 권리를 가지고 있으며, 이를 제3자에게 사용, 타인에게 배포 및 기타 관련 권리의 사용을 허가할 수 있습니다.

관할위험(Jurisdiction Risks)

대한민국 : 큐티콘(QTCON) 가상화폐와 퀴즈톡 플랫폼은 대한민국에서 기타 매체를 통해 배포 및 홍보 됩니다. 또한, 퀴즈를 풀거나 광고콘텐츠와 결합하는 형태 등의 방법으로 큐티콘(QTCON) 가상화폐를 이용할 수 있습니다. 또한, 가상화폐거래소를 통해 큐티콘(QTCON)을 거래하거나, 취득 및 전송할 수 있습니다. 다만, 대한민국의 관련법에서 허용하는 범위 내에서 이를 준수할 것입니다. 저희는 대한민국의 방송통신위원회, 금융감독원, 공정거래위원회등에 적극적인 조언을 구하고 있으며, 사용자들의 유희가상자산을 실질적인 경제활동에 이용할 수 있도록 노력할 것입니다.

저희는 2019년 상반기, 큐티콘(QTCON) 암호화폐의 상장과 퀴즈톡 플랫폼의 현지 적용을 위해 노력할 것입니다.

일본 : 일본은 암호화폐 거래가 허용되며, 저희는 2019년 상반기, 큐티콘(QTCON) 암호화폐의 상장과 퀴즈톡 플랫폼의 현지 적용을 위해 노력할것입니다

미국은 암호화폐 거래가 허용되며, 저희는 2019년 하반기, 큐티콘(QTCON) 암호화폐의 상장과 퀴즈톡 플랫폼의 현지 적용을 위해 노력할 것입니다. 다만, ICO를 금지하는 법령에 따라, ICO 관련된 사항은 제외됩니다.

상기 외의 기타 국가에서의 큐티콘(QTCON) 암호화폐의 상장과 퀴즈톡 플랫폼의 현지 적용은 현지 해당 국가의 법령 및 규제를 준수하는 범위 내에서 실현될 것이며, 저희는 이를 위해 노력할 것입니다. 다만, ICO를 금지하는 법령이 있는 국가의 경우, ICO 관련된 사항은 제외 됩니다.

이 문서는 큐티콘(QTCON)에 관심을 갖고 있는 불특정의 사람들에게, Quiztok Ecosystem의 사상과 기술적 세부 내용을 포함한 정보를 제공하고자 하는 목적으로 만들어졌습니다.

Quiztok Team은 이 문서에 기재된 정보를 작성하기 위해, 해당 내용에 대해 신중히 검토하고 기술적인 내용을 상세히 서술하고, 업데이트를 통해 항상 최신의 정보를 전달하고자 하는 합리적인 노력을 기울이고 있습니다. 하지만 이는, Quiztok Team이 문서의 내용과 관련한 어떠한 사항에 대해서도 정확 하거나 완전함을 보장하는 것은 아닙니다.

본 문서에 기재된 내용은, 작성 당시를 기준으로 제공된 내용으로, 그 내용의 전부 혹은 일부가 어떤 구속력을 지니거나, 의무를 띠고 있는 것은 아닙니다. 따라서 본 문서에 기재된 정보의 이용 혹은 비이용, 미사용으로 인한 피해, 혹은 부정확하거나 불완전한 내용으로 인한 피해에 대해 Quiztok Team은 어떤 법적 책임도 지지 않습니다. 또한, 본 문서의 목적인 정보 제공 이외의 다른 목적으로 이용된 어떠한 행위에 대해서도 Quiztok Team은 책임을 지지 않습니다.

만약, 한국어 외의 여러 다른 언어로 작성된 본 문서의 다른 버전의 해석 상 갈등이 존재한다면, 그 해석은 최신 버전의 한국어 버전의 해석에 우선권이 있습니다. 하지만 이 또한 한국어 버전의 내용에 대한 책임을 보증하는 것으로 해석되어서는 안됩니다. 본 문서에 포함된 Quiztok Ecosystem과 관련된 어떠한 내용도, Quiztok Team의 사전 동의없이 무단으로 복사, 수정, 유포, 제 3자에게 제공될 수 없습니다.

본 문서에 근거한 법적 책임의 면제에 대한 본 면책 조항의 용어나 표현이 현행 법령에 반하는 경우에, 해당 용어나 표현은 개정 전까지 효력을 상실하지만, 면책 조항의 나머지 부분에 대해서는 여전히 그 유효성을 갖습니다.