



What is NFT?





Welcome

**'암호화폐', '메타버스'에 이은 미래 경제 키워드이자
블록체인 세계가 만들어낸 또다른 개념 NFT(대체 불가능 토큰)!**

**예술, 스포츠, 게임, 금융, 부동산에 이르기까지
NFT의 개념과 역사에서부터 다양한 NFT 사례가 담겨있다.**



Contents

Chapter 1. NFT의 기본 개념

NFT란 무엇인가? / 토큰이란 무엇인가? /
코인과 토큰의 차이 / NFT는 스토리가 중요하다?

Chapter 2. NFT의 역사

NFT의 탄생배경 / NFT의 선구자 'CryptoPunks' / 고양이와 NFT의 만남

Chapter 3. NFT는 가치가 있을까?

가치를 정하는 두 가지 속성 / NFT의 가치를 움직이는 외부 요인 / NFT의 장점 / NFT의 단점

Chapter 4. NFT를 활용한 사례

수집용 + NFT / 예술 + NFT / 엔터테인먼트&스포츠 + NFT / 브랜드 + NFT

Chapter 5. NFT 마켓플레이스

오픈씨(OpenSea) / 슈퍼레이어(SuperRare)

Chapter 6. NFT의 법적 관계

저작권이란? / NFT를 구입할 때 / NFT를 만들 때

CHAPTER 1. NFT의 기본 개념

NFT란 무엇인가?

NFT(Non Fungible Token, 대체불가토큰)는 암호화폐에 사용되는 기술인 블록체인을 통해 거래내역이 검증된 고유한 아이템을 뜻한다. 즉, 디지털 상에서 '유일'하다는 인증서를 받은 토큰이라는 의미이다. 여기서 '대체 불가능(Non Fungible)'이라는 부분은 교환 불가능이라는 의미이고 '토큰(Token)'은 블록체인 기술을 이용한 어떠한 경제적 가치를 부여한 것을 의미한다.

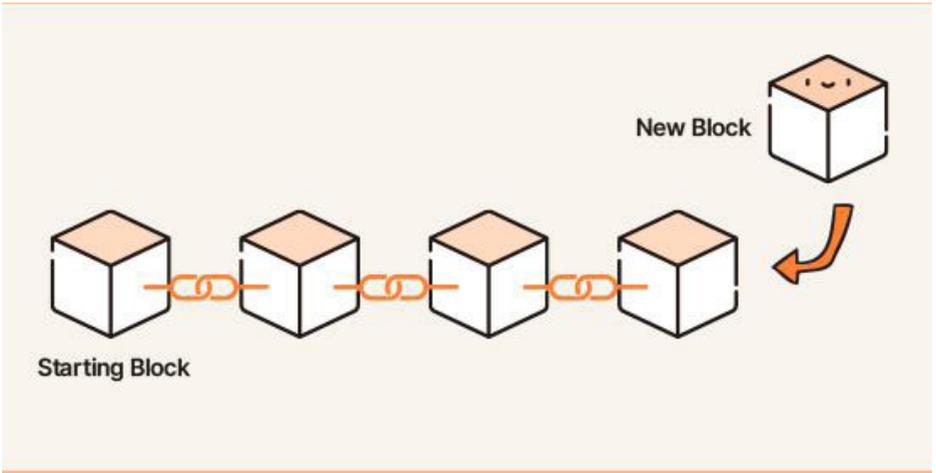
예를 들어, 똑같은 제품의 마이클 조던 운동화 2개가 있다고 하자. 그중 한개는 마이클 조던이 직접 사인을 해준 신발이고 다른 한개는 마이클 조던의 사인이 적혀있지 않는데 이때, 두 신발의 가치는 달라지고 사인이 적힌 운동화는 다른 똑같은 제품의 신발과는 다른 고유한 가치를 지니게 된다. 그래서 NFT는 상호교환이 불가능하면서 블록체인을 이용해 경제적 가치를 부여한 것이라고 할 수 있다.

토큰이란 무엇인가?

NFT의 '토큰'은 블록체인이라는 곳에서 왔다. 우리가 NFT를 완전하게 이해하기 위해서는 블록체인에 대해서도 약간의 이해하고 넘어갈 필요가 있다.

인베스토피디아(Investopedia)에는 암호화폐를 '암호기술을 활용한 디지털 또는 가상의 화폐'라고 정의한다. 암호화폐는 투자 목적으로 거래할 수 있고, 물건을 구입할 수 있으며, 이자 수익을 얻기 위한 목적으로 활용할 수 있다. 그런데 이러한 암호화폐로 일어나는 모든 거래는 검증을 필요로 한다.

비트코인을 예로 들어보자. 암호화폐 거래를 검증할 때는 단일 거래가 아닌 복수의 거래에 대한 검증을 함께 묶어 진행한다. 이렇게 묶인 복수의 거래내역이 '블록'에 저장된다. 이러한 블록들이 늘어나면서 블록 사슬이 만들어지면서 서로 묶이게 되어 다른 사람이 손댈 수 없도록 되는데 이것이 바로 블록체인이다. 즉, 블록체인이란 암호화폐로 성사된 모든 거래내역을 담고 있는 결제 목록이라고 보면 된다.



코인과 토큰의 차이

사람들은 '코인'이라는 용어와 '토큰'이라는 용어를 같은 의미로 사용하곤 한다.

하지만 이 둘은 중요한 차이가 있다.

비트코인, 도지코인, 이더리움과 같이 코인 형태의 암호화폐는 자체 블록체인을 갖고 있다. 그에 반해 토큰은 자체 블록체인을 갖고 있지 않고 다른 코인의 블록체인을 활용한다.

NFT는 스토리가 중요하다?

NFT마다의 사연이 있다. 사연이 무엇인지 드러나는 경우도 있고 아닌 경우도 있다. 지금 이 책을 읽는 이유는 NFT에 대해 이해하고 배우려고 하기 때문일 것이다.

NFT를 만들고자 결심했다면 그 이유가 무엇인지 고민해야 된다. 답에 옳고 그름은 없다. 다만 깊이 생각해서 대중들로 하여금 NFT를 왜 만들려고 하는지? 동기는 무엇인지? 무언가를 계기로 시작하게 된 것인지? 그 이유를 NFT에 어떻게 표현할 것인지? 그 이유를 잘 이용해서 자신만의 고유한 스토리를 만들고 존재감을 높여야한다.

CHAPTER 2. NFT의 역사

NFT의 탄생배경

NFT가 탄생하게 된 배경은 블록체인과 비트코인이 생겨나게 된 이유부터 시작된다.

2008년 9월, 미국을 시작으로 전 세계의 금융 산업이 붕괴된 사건(미국 대공황)이 있었는데, 이 사건으로 길거리에는 수많은 실업자들이 쏟아져 나왔고, 시민들은 국가와 은행을 불신하게 되었다. 그리고 마치 기다렸다는 듯 그 혼란의 중심에서 '사토시 나카모토' 라는 닉네임을 한 익명의 누군가가 '개인 간 전자 화폐 시스템' 이라는 논문을 발표하게 된다. 그 논문에는 국가가 발행하거나 통제하지 않으며, 제 3자의 보증 따위는 없는 완전히 탈중앙적인 새로운 화폐에 대한 이론이 담겨있었고 이것이 바로 비트코인이었고 그 논문속에는 이 비트코인을 작동시킬 블록체인이라는 것도 담겨 있었다.

논문에서 사토시 나카모토는 현존하는 중앙에서 통화의 가치를 관리하는 시스템은 통화가치를 불안하게 만든다며 비판하였다. 그러면서 이는 화폐의 본질인 신뢰성을 떨어뜨린다는 지적을 하게 되었고, 기존 화폐와는 달리 정부와 중앙 은행, 금융기관의 개입 없이, 개인과 개인간의 빠르고 안전한 거래가 가능한 이상적인 화폐를 만들어내고자 했다.

탈중앙화 및 신뢰성 강화라는 블록체인의 기술을 사람들에게 쉽게 전달하고자 '화폐'라는 익숙한 형태로 이를 구현했고 이를 통해 암호화폐라는 명칭이 탄생하였다. 암호화폐 그중 비트코인이 세상에 나오게 되면서 블록체인 기술이 상용화 되었고, 이후 이 기술을 기반으로 다양한 가상 화폐들이 등장하게 되었는데 NFT는 이러한 가상화폐들이 현존한 이후에 탄생을 하게 된다.

NFT의 선구자 'CryptoPunks'

NFT가 블록체인에 소유권을 기록하는 이론으로 나온 것은 2010년이다. 이러한 NFT를 돈을 벌기 위해 사업을 처음 시작한 사람이 매트 홀&존 왓킨스이다. 이 둘은 2017년 CryptoPunks를 만들면서 NFT 아트의 아이디어가 새로운 생명을 불어넣었다. 그들은 핑크 록 모양의 픽셀화된 아바타 10,000개 만들고 각 캐릭터마다 NFT를 발행하고 웹사이트에 9,000개의 CryptoPunks를 나머지 1,000개는 자기들 몫으로 남겨두었는데 이러한 CryptoPunks는 NFT계의 모나리자 취급을 받는 작품으로 NFT의 선구자 역할을 하였다.

CryptoPunks 인기를 얻게 되어 선구자 역할을 하게 된 계기가 있었다. 당연히 CryptoPunks도 출시 초기에는 가치를 인정받지 못했지만 미국 테니스 스타 '세레나 윌리엄스'의 남편이 그녀와 닮은 작품을 생일선물로 주고 그것을 SNS에 올리면서 셀럽을 중심으로 CryptoPunks의 인기가 상승되었다.

고양이와 NFT의 만남

블록체인 전문기업 대퍼랩스(Dapper Labs)가 2017년 11월에 런칭한 'CryptoKitties'는 사용자들이 가상의 고양이를 사고, 모으고, 기르고 팔 수 있는 이더리움 블록체인 기반의 게임이다. CryptoKitties는 출시와 동시에 총 100마리의 '원조 고양이'가 공개되고 런칭한 후 며칠 지나지 않아 CryptoKitties는 큰 인기를 끌었다.

CryptoKitties는 일반적인 수집품에는 없는 요소를 갖고 있었는데 바로 독특한 교배 기능이었다. 교배는 고양이의 소유주가 일정 금액의 이더리움에 교배 신청을 받는 형태로 이루어진다. 다른 누군가가 해당 이더리움 금액을 승락하면 두 마리의 고양이가 교배해 새끼를 낳게 된다. 그러면 교배 신청을 받은 소유주는 이더리움을, 교배 신청을 한 소유주는 새로운 CryptoKitties를 얻게 된다. 그리고 교배해서 얻은 CryptoKitties는 다양한 종들이 나오게 된다.

이러한 독특한 교배 기능으로 CryptoKitties는 디지털 자산을 소유에 대한 대중의 인식을 넓히는데 큰 역할을 세웠다는 점에 의심의 여지는 없다. 만약에 CryptoKitties가 없었다면 과연 지금처럼 NFT가 대중들에게 알려지고 NFT 시장이 넓어질 수 있었을까?



CHAPTER 3. NFT는 가치가 있을까?

가치를 정하는 두가지 속성

명품 브랜드의 신발, 옷 등은 다른 이들에게 과시라도 할 수 있는데 가상의 공간에서만 존재하는 NFT에 왜 그렇게 비싼 돈을 사용하는지 의문이 들 수 있다.

우리가 어떠한 것에 가치를 부여하는데는 두 가지 속성이 존재한다. 첫번째는 유용성, 두번째는 희소성이다. 우리가 일상생활에서 유용하게 사용하고 있는 가전제품, 차, 생활용품 등에는 가치가 생긴다. 반면에, 금 같은 경우에는 유용성은 존재하지 않는다. 금은 그저 빛나는 무거운 광물일 뿐이다. 하지만 희소성의 측면으로 보면 금은 정말 '희소성' 하나만으로 가치가 생기는 것이다. 희소성과 유용성의 균형이 잘 이루어져야 가치가 생겨난다.

그렇다면 NFT는 유용성이 전혀 없는데 왜 돈이 될까? 그렇다면 금은 존재하는가?

우리 일상에 보면 희소성이라는 요소 하나로 값어치가 생기는 것들이 많다. 디지털 가상자산은 디지털에 가치가 부여되는데 디지털 세상, 즉, 메타버스가 아직 포변화되고 세상에 접해지는 과정이기에 우리들이 아직 이 NFT의 가치를 못 느끼고 있는 것이다.

앞으로 메타버스 시대가 찾아올수록 NFT의 유용성이 증가하게 될 것이다.

NFT의 가치를 움직이는 외부 요인

많은 창작자가 자신의 NFT의 가치를 높이기 위해서 실물 상품을 이용하고 있다.

대부분의 NFT 마켓플레이스는 잠금 해제 콘텐츠나 특전을 통해 NFT 판매에 실물 상품을 포함하는 것을 허용하고 있다. 이러한 기능을 이용하면 이미 일정 가치가 있는 것을 NFT에 더함으로써 NFT의 가치를 높일 수 있다. NFT의 가치는 변동이 크다. NFT에 사용된 기술은 사기나 위조, 공급량 조작을 방지할 수 있다. 하지만 개별 NFT에 대한 수요는 언제든지 변할 수 있다. 그리고 잠금 해제 콘텐츠나 특전을 통해 제공된 실물 상품이 다 사용되고 나면 NFT의 디지털 부분의 가격은 실물 상품의 가치만큼 떨어지게 된다.

NFT의 장점

1. 아마추어 예술인과 비대면으로 활동이 중지된 예술에게 열린 기회의 장

기존 예술품들을 판매하려면 아마추어들은 방법도 잘 모르고 작품이 좋지 못하거나 유명하지 않으며 상대도 안해주었는데 이 NFT는 누구나 쉽게 인터넷으로 접할 수 있는 '투명성'을 지녔고 작품을 보다 많은 이들에게 보여주고 가치를 매길 수 있게 되어 시장이 확장되었다. 그리고 NFT는 단순히 직접 그린 작품만이 아니라 사진, 영상, 시, 게임 아이템, 부동산 등 다양한 매체를 작품으로 거래가 가능하다.

2. 진품 여부 및 영원성

NFT는 블록체인의 기술이 적용되어 전통 미술계와 수집품 업계를 괴롭히는 핵심 문제인 작품

의 진품 여부 이슈를 해결할 수 있으며 블록체인이라는 것에 의해 NFT에 영원성을 부여할 수 있다. 실제 수집품과는 달리 시간이 지나도 노화가 일어나지 않으며, 누군가가 훔치거나 불의의 사고로 손상을 막을 수 있다.

3. 희소성

비트코인이나 다른 암호화폐를 복사할 수 없듯이 NFT도 복사할 수 없다.

NFT의 공급량이 1인 암호화폐이기 때문이다. 따라서 작가들은 NFT의 희소성과 진품 여부 증명 기능을 활용하여 불법 복제 우려 없이 디지털 작품을 판매할 수 있다.

4. 창작자를 위한 로열티

화가가 그림을 팔 때 얻을 수 있는 수익은 그림이 팔린 금액이 전부이다. 그 그림이 이후에 몇 배 이상으로 팔리거나 2차 판매나 그 이후의 판매에서 발생하는 수익은 화가에게 한 푼도 돌아가지 않는다. 하지만 NFT는 지속적 로열티 기능을 통해 작가나 창작자들이 그들의 작품이 미래에 거래될 때에도 추가 이익을 얻을 수 있는 방법을 제공한다. 심지어 작가들은 청구서를 발송할 필요도 없고, 새로운 구매자를 일일이 확인할 필요없이 자동으로 작가의 암호화폐에 돈이 입금되기 때문이다.

NFT의 단점

1. 환경에 미치는 영향

NFT의 거래내역과 블록을 형성하는데 있어서 대량의 컴퓨터 파워를 필요로 하고 그 과정에서 막대양 양의 에너지를 소모해 환경에 안좋은 영향을 준다.

2. 웹사이트 사칭

원본 웹사이트와 동일한 사칭 웹사이트를 만들어 사기를 치는 경우가 있다. 그래서 우리들은 첫 번째로 사이트가 안전한지 확인해야 된다. 주소가 http로 시작하며 주소창에 자물쇠 아이콘이 보여야 한다. 두번째로 도메인 이름에 오차가 없는지 확인해야 된다.

3. 운영자 사칭

사기꾼들은 특정 운영자와 동일한 프로필 사진을 쓰고 사용자 이름을 살짝만 바꾸는 형태로 운영자를 사칭하기도 한다. 정상적인 운영자라면 암호화폐나 NFT를 보내달라거나 지갑의 프라이빗 키를 알려달라고 요청하지 않으니 주의를 기울여야 한다.

4. 해킹 위험

다른 시스템과 마찬가지로 블록체인에 관계된 프로젝트나 토큰이 직접 해킹을 당할 수 있다. 2020년에는 세 가지 영역에서 다수의 해킹 사건이 발생했다.

- 이더리움 네트워크의 탈중앙화 앱(dApps)이 총 47회 공격을 받아 4억 300만 달러의 손실
- 암호화폐 거래소가 총 28회의 공격을 받아 3억 달러의 손실
- 블록체인 지갑이 공격을 받아 30억 달러의 손실

CHAPTER 4. NFT를 활용한 사례

수집용 + NFT

1. BORED APE YACHT CLUB(BAYC)

소유자가 이미지를 상업적으로 활용이 가능해서 모델로도 활용가능하다. 실제로 농구선수의 스테판 커리, 래퍼 에미넴이 사용중이고 BAYC내에서 커뮤니티 형성해 하나의 공동체를 형성하고 있다. 그래서 NFT를 가지고 있는 이들끼리 유대감을 형성하게 되는데 BAYC 같은 경우는 제작 초기부터 제작사에서 커뮤니티를 형성하도록 의도하였다. 이 커뮤니티를 이용해 요트를 즐기거나 파티를 열거나 서로에게 필요한 정보를 알려주고 실제로 도와주는 등의 협력관계로까지 발전시키고 있다. 즉, NFT 작품이 일종의 커뮤니티 회원권의 역할을 하게 된다.



2. 사이버콩즈(Cyberkongz)

Genesis: 가장 처음으로 나온 것으로, 1000개로만 판매되고 제네시스는 소유자에게 하루 10개의 바나나 코인이라고 하는 암호화폐를 지급하여서 지속적인 수익을 얻을 수 있다. 현재 암호화폐의 가격이 상승해 제네시스 콩즈를 갖고만 있어도 한달 수익으로 몇 백만을 얻을 수 있다.

Baby/Incubator: 제네시스 콩즈를 교배시켜서 탄생한 이들로 크립토키티와 같은 방식으로 교배할 때, 일정량의 비용을 지불해야 된다.

VX: 게임에 활용하기 위해 3D로 제작된 것이다.

Types of CyberKongz

Genesis:



The OG Kongz, these were the first 1000 to drop, 10 of which are Legendary. Not only are these the sweetest profile pics around but they are also the only CyberKongz to yield \$BANANA daily. Each Genesis Kong produces 10 \$BANANA every day for the next 10 years.

Baby/Incubator:



In order to expand the CyberKongz Universe the mad scientist Myoo created a cybernetic breeding process allowing 'cute as a button' Baby Kongz to be produced by breeding two Genesis Kongz, unfortunately the process requires a ton of energy, so 600 \$BANANA are required to fuel the breeding frenzy.

VX:



Not content with taking over the 2d NFT space, the continued evolution thrusts CyberKongz into the metaverse in the form of voxel-based avatars built to be used in online metaverse environments such as The Sandbox.

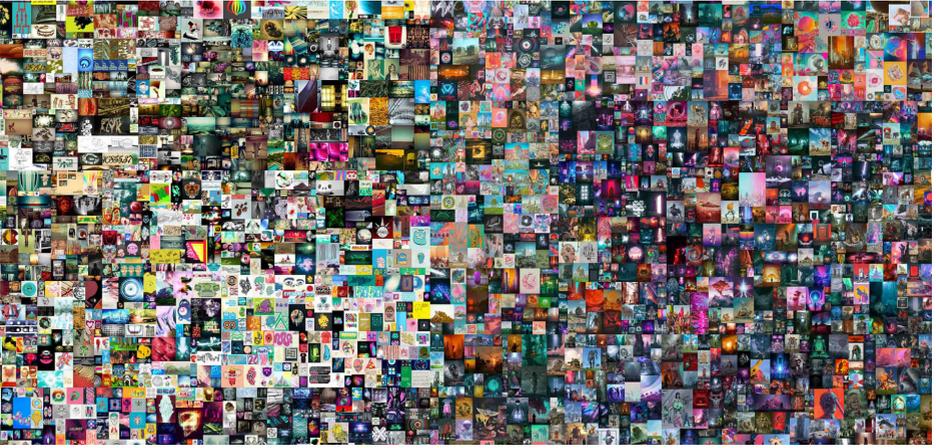
수집용 NFT 정리 내용

- 가상의 희소성을 통한 수집 욕구 자극
- 유명인, 유명기업의 참여로 높아지는 가치
- 부를 과시할 수 있는 새로운 수단
- 블록체인 기반의 새로운 시대를 열고 있다는 자부심
- 작품 소유자들끼리의 강한 유대감으로 형성된 커뮤니티
- 콜라보를 통한 활용도 확대와 그에 따른 가치 상승

예술 + NFT

1. 비플의 날마다 5,000일

비플의 본명은 마이크 윈켈만(40)입니다. 그는 14년 전 매일 새로운 디지털 그림을 하나씩 그리기로 마음 먹었습니다. 컴퓨터 공학도 출신 웹디자이너로, 미술에 관한 정규교육을 받지 않은 그는 그저 그림을 배우겠다는 일념으로 무모한 도전에 나섰고, 5000점이 넘는 그림을 완성했습니다. 비플은 '사이버펑크(첨단 기술시대 저항 문화)'를 테마로 시네마 4D와 같은 모델링, 비주얼(시각효과) 소프트웨어를 사용해 가상세계의 이미지를 주로 작업했습니다. NFT로 작품을 팔기 전 비플은 작품을 인쇄해 개당 100달러 이하에 팔기도 했습니다. 꾸준한 노력과 소통으로 비플은 유명해졌습니다. 그런 그가 14년동안 그림을 모두 담은 NFT 작품을 경매에 올리게 되었는데 그 작품이 우리나라 돈 약 780억원에 낙찰되었습니다.



2. 비플의 휴먼 원

디지털 조각으로 제작된 작품(높이가 2M)으로 집에 보관을 하면서 볼 수 있다.

비플의 실물 작품과 NFT는 모두 이더리움 블록체인을 통해 접근되는 비플의 작업 데이터 풀에서 이미지들이 무작위로 선택되어 역동적으로 변화하는 이미지를 보여준다. 각기 다른 1분짜리 비디오 클립으로 24시간이 넘는 시간 동안 작동된다. 스크린에는 헬멧을 쓴 <휴먼 원>이라는 익명의 우주 비행사가 리드미컬하게 걷고 인물 뒤로는 끊임없이 변화하는 디스토피아적인 풍경을 보여준다. 디지털 풍경은 계속 돌지만 제자리에서 영원히 걷는 것처럼 보인다 이 작품은 우리나라 돈 약 345억원에 낙찰되었다.



3. 카카오

카카오의 계열사 그라운드X는 카카오톡 안에서 이용할 수 있는 NFT 플랫폼 ‘클립드롭스’를 운영하고 있다. 카카오엔터테인먼트의 웹툰·웹소설 IP를 NFT로 발행하는 협업도 하고 있다. 카카오 관계자는 “NFT 발행은 영화, 드라마, 게임, 애니메이션 등 기존 2차 창작을 넘어 IP의 새로운 확장에 도전하는 의미가 있다”라며 “IP와 신기술의 융합을 통해 IP 산업 규모를 늘리겠다”라고 했다.



예술 NFT 정리 내용

- 디지털 아티스트들에게 보다 안정적인 수익을 보장한다.
- NFT가 거래될 때마다 약 10%의 로열티 지급된다.
- 미술품 수집, 경매 참여의 문턱이 낮아졌다.
- 실물 작품과 함께 제공되거나 소유권만 제공된다.
(관리가 힘들어서 가치만 보장되고 실제 작품을 안받고 소유권만 주장하는 이들이 있다.)
- NFT 작품으로 온오프라인의 나의 공간을 꾸밀 수 있다.
(삼성전자, LG전자에서도 NFT 거래 가능-바탕화면을 NFT로 할 수 있다.)
- NFT 작품 구매에 저작권이 포함되지 않은 경우도 있다.
(저작권보다는 소유권의 성격이 강하기 때문이다. 예를 들면, 자신의 친구의 작품을 내가 NFT로 발행하면 시장에 바로 거래가 가능하지만, 정작 그 작품을 만든 이에게 수익이 가지 않고 올린 당사자만이 수익을 받는 구조가 발생한다.)

엔터테인먼트&스포츠 + NFT

1.엔터테인먼트

연예인의 짧은 영상을 NFT에 올려 판매한다. 한가지 사례를 들면 MBC 무한도전 “무야호~”의 영상이 NFT로 950만원에 판매되었다.

2.스포츠

스포츠에서는 NBA의 TOP SHOT이 유명하다.

경기 중에 유명한 장면들을 NFT로 제작하여 판매하는데 이에 더해서 손으로 잡을 수 있게 유리 판 액자를 판매하고 있다.

축구분야에서는 “소레어”가 유명하다.

이 플랫폼의 서비스는 단순히 사용자가 NFT 축구 선수 카드를 수집하고 거래하는 것에서 끝나지 않는다. 사용자가 보유한 NFT 선수 카드로 팀을 만들고, 소레어가 진행하는 가상의 리그에 참가해 다른 사용자와 경쟁하며 게임을 즐길 수 있다. 현실 세계에서 실제로 활약하고 있는 선수들의 퍼포먼스에 따라 점수를 내는 방식이라 ‘현실 게임 속 가상 게임’ 또는 ‘판타지 스포츠 게임’으로 불린다. (피파의 NFT 버전)

엔터테인먼트&스포츠 NFT 정리 내용

- 팬들의 소유 욕구 자극한다.
- 카드 수집의 디지털 버전이다.
- 팔 수 있는 굿즈의 증가되었다.
- 좋아하는 연예인, 팀의 인기에 따라 NFT 상품의 가격에 영향이 간다.



브랜드 + NFT

1. 아디다스

프로젝트명은 'Into The Metaverse'으로 GMONEY, PUNKS COMIC, BORED APE YACHT CLUB(BAYC)와 협업을 하면서 2021년 12월에 발행을 시작하게 되었다. 이 프로젝트는 다양한 디지털 및 실물 제품을 가질 수 있는 권리를 포함하고 있다. 최초 현물 제품을 교환할 수 있는 시기는 3월로, NFT 보유자는 http://adidas.com/into_the_metaverse에서 월렛을 연동해 제품을 무료 주문할 수 있게 된다. 아디다스 메타버스 공간이 생기게 되면은 NFT를 산 사람에게 권한을 부여해 한정판을 먼저 선정하거나 파티를 초대해 커뮤니케이션을 형성하도록 기획 중이다.

2. 나이키

나이키는 NFT 패션계의 대세 스타트업 RTFKT('아티팩트'로 발음)를 인수하면서 NFT 시장에 발을 들였다. 대표 상품으로는 가상 스니커즈 NFT 컬렉션으로 디지털 아티스트 푸오셔스(FEWOCIOUS)와 협업하여 제작하였다.



브랜드 NFT 정리 내용

- 브랜드 기업의 새로운 수익 수단이 생겨났다.
- 새로운 시대를 받아들이고 있다는 기업의 이미지 형성을 형성할 수 있다.
- 메타버스, 게임 등을 위한 가상 아이템 판매가 가능해졌다.
- 다양한 콜라보를 통한 새로운 시도 가능해져서 여러가지로 활용이 가능하다.

CHAPTER 5. NFT 마켓플레이스



오픈씨(OpenSea)

오픈씨는 전 세계적으로 가장 유명한 NFT 마켓플레이스이다. 2021년 기준으로 오픈씨에서는 1,550만개의 NFT가 거래되고 있으며, NFT의 누적 거래액만도 3억 5,400만 달러에 이른다. 오픈씨는 디지털아트, 수집품, 음악, 도메인 이름, 가상 부동산, 디지털 사진, 인게임 아이템 등을 찾을 수 있다.

오픈씨 장점

- 누구나가 이용이 가능하고 작품을 올릴 수 있는 곳으로 자유도가 높다.
- NFT의 제작과 거래가 매우 간편하다.
- NFT 민팅 비용이 들지 않는다. (민팅(Minting)이란 NFT를 발행하는 것으로 그림, 영상 등의 디지털 자산의 NFT를 생성하는 것이다.)
- 판매할 때, 판매수수료가 2.5%로 저렴한 편이다.

오픈씨 단점

- 암호화폐로만 NFT를 거래할 수 있다.
- 이더리움 블록체인을 이용하여 거래에 소요되는 가스피가 비싼 편이다.

슈퍼레어(SuperRare)

슈퍼레어는 NFT 예술작품을 위한 탈중앙화 마켓플레이스이자 소셜네트워크 장소이다. 슈퍼레어는 오로지 싱글 에디션 NFT만 취급하고 다른 마켓플레이스에서 판매되지 않는 독점 디지털아트 NFT만을 판매한다. 슈퍼레어에는 활성화된 커뮤니티가 있으며 유명 수집가나 현재 뜨고 있는 예술가에 대한 정보를 다루기도 한다.



슈퍼레어 장점

- 희귀한 싱글 에디션 NFT가 판매되고 있다
- 사용 방법이 쉽고 직관적이다.
- 커뮤니티가 매우 활성화되어 있다.

슈퍼레어 단점

- 판매수수료가 15%로 높은 편이다.
- NFT를 판매하기 위해서 마켓플레이스의 자체 심사를 거쳐야 한다.
- 이더리움 블록체인을 이용하여 거래에 소요되는 가스피가 비싼 편이다.

CHAPTER 6. NFT의 법적 관계

저작권이란?

‘창작자 또는 양수인이 문학, 예술, 또는 음악 자료를 인쇄, 출판, 공연, 촬영, 또는 녹음하거나 이를 다른 사람이 수행하게 할 수 있는 독점적인 법적 권리’이다.

NFT를 구입할 때

NFT나 다른 예술 작품을 사는 것은 그 NFT의 저작권을 산다는 것을 의미하지는 않는다. 저작권은 창작자나 예술가에게 있으며 구매자는 구매자가 보유한 예술 작품의 NFT를 상업적 용도가 아닌 개인적인 용도로 사용하거나 전시할 권리만을 갖는다. 저작권과 소유권을 구분할 필요가 있다. 일반적인 경우 NFT 구매자는 저작권이 아닌 소유권을 갖는다. 즉, 저작권이 없기에 구매자는 NFT의 콘텐츠의 사본을 유통하거나 판매할 권리를 갖지 않으며, 2차 저작물(NFT의 콘텐츠에 기반한 다른 작품)을 만들 권리도 없다. 물론 구매자에게는 원하는 때에 NFT를 처분할 수 있는 권리가 있다. 창작자(혹은 현재 저작권 소유자)가 구매자에게 저작권을 양도한다는 명시적인 서면 동의서가 있다면 작품의 저작권을 구매하는 것도 가능하다. 구매하거나 NFT의 콘텐츠를 다룰 때 창작자의 저작권을 침해하지 않도록 주의해야 한다는 점을 명심해야 된다.

NFT를 만들 때

NFT를 만들 때는 나만의 독창적인 예술 작품이나 디자인을 만드는 것이 가장 좋다. 인터넷에서 찾을 수 있는 오래된 이미지, 동영상, 오디오 파일을 사용해서는 안 된다. 인터넷상의 모든 사진, 예술 작품, 그리고 이미지, 동영상, 오디오 파일은 저작권의 보호를 받는다. 직접 만들지 않는 작품을 NFT 제작에 사용하게 되면 해당 작품 창작자의 저작권을 침해할 가능성이 크다. 이 경우 창작자가 입을 금전적인 손해를 보상해야 할 수 있으며 저작권을 침해한 NFT를 마켓플레이스에서 내려야 할 것이다.

만약 NFT에 제작에 사용하고 싶은 기성 작품이 있다면 저작권자로부터 허가(라이선스)를 받는 방법이 있다. 라이선스는 NFT 제작에 대한 해당 저작권을 사용할 수 있는 일부 권리를 부여한다. 그에 대한 보상으로 당신은 저작권자(라이선서)에게 매출의 일정 비율로 로열티를 지급하게 된다. 라이선서가 선금 지급을 요구하는 경우도 있다. 라이선스는 일반적으로 정명시된 기간 동안 정해진 지역 내에서만 유효하다. NFT 제작을 위해서는 전 세계에서 영속적으로 유효한 라이선스를 구할 필요가 있다.

일부 웹사이트에서는 로열티가 없는 이미지와 동영상의 라이선스를 제공하기도 하는데, 이 경우에는 무료로 자료를 이용할 수 있다. 하지만 특정한 제약이나 별도의 조건이 있을 수 있으므로 라이선스 조건을 잘 읽어봐야 한다. 상업적인 용도로는 해당 이미지와 동영상을 사용할 수 없거나, 출처를 표기해야 하는 경우가 있을 수 있다. 이럴 경우, NFT 내에 해당 이미지나 동영상의 출처를 기록하면 된다.

