coupang newsroom

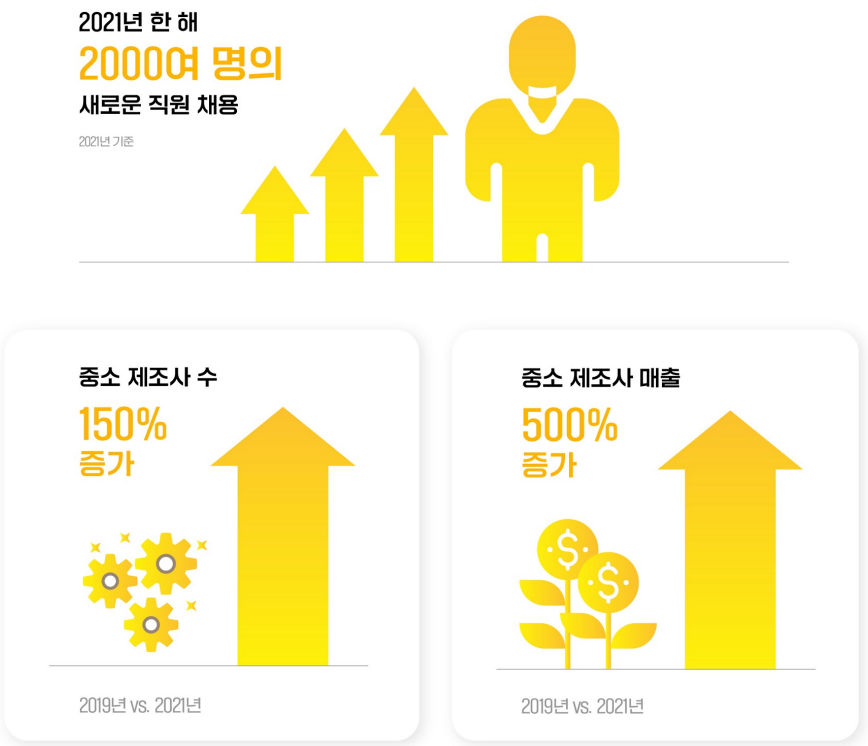
CPLB·소상공인·고객이 연주하는 상생의 하모니

2022. 6. 20.

CPLB는 2017년 1호 브랜드 탐사(Tamsaa)를 런칭한 이후 지속적으로 고객의 일상을 탐구하며 합리적인 가격의 프리미엄 Private Label(PL)을 고객에게 제공해 왔습니다. 이 과정에서 쿠팡은 중소상공인들과의 협력을 통해 고객과 중소상공인, 쿠팡이 모두 윈윈하는 생태계를 구축할 수 있었습니다. 쿠팡의 전국 유통망을 통해 중소상공인들의 매출은 매년 성장하고 있으며, 식품부터 생활용품, 의류에 이르기까지 다양한 제품 카테고리에서 더 많은 고객들을 만나고 사랑받고 있습니다.

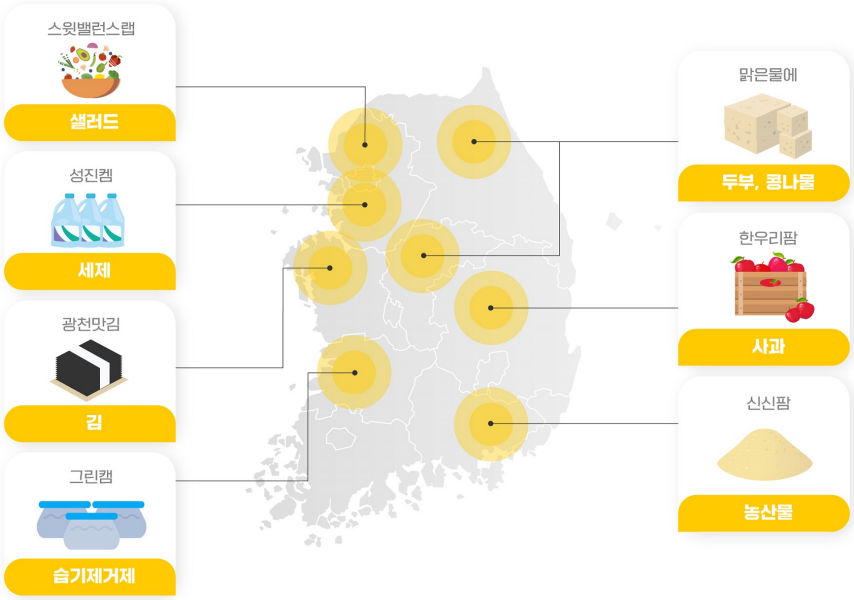
쿠팡 국내 CPLB 제품 10개 중 9개가 소상공인의 제품입니다

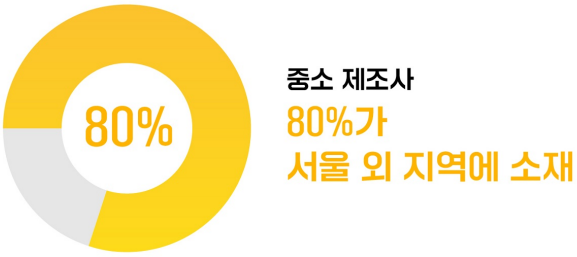
쿠팡의 성장은 곧 소상공인의 성장입니다. 쿠팡의 국내 CPLB 제품 10개 중 9개는 소상공인 제품입니다. 쿠팡과 함께하는 중소상공인은 지난 2년간 150% 증가했으며, 쿠팡의 파트너사들은 작년 한 해만 2000여 명의 신규 직원을 채용하는 등 고용 발전에 기여하고 있습니다. 쿠팡 CPLB 중소상공인들의 매출은 지난 2년간 500%가 증가하며 가파른 성장세를 보이고 있습니다.



쿠팡 CPLB가 지역경제 활성화에 앞장섭니다

쿠팡의 CPLB 파트너사의 80%는 서울 외 지역에 소재하고 있습니다. 전국에서 나는 우리 쌀, 경북 사과, 광천 김 등 각종 특산물을 비롯해 지역 기반 파트너사들의 품질 좋은 제품을 소개하고, 쿠팡의 유통망을 통해 1800만 명의 고객들에게 전달합니다.





취재 문의 media@coupang.com