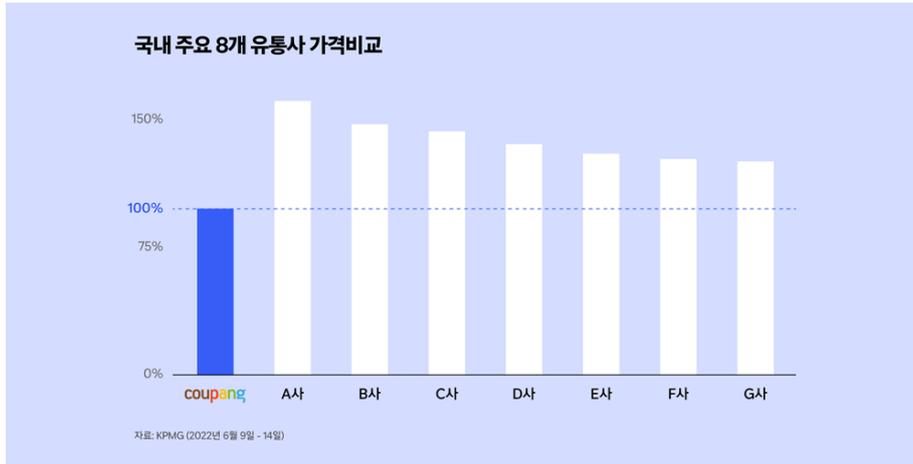


[보도자료] KPMG 조사 결과, 주요 유통사 중 쿠팡이 가장 저렴

2022. 7. 13.



- 4개 소비자 카테고리에서 쿠팡 대비 주요 온·오프라인 유통사 가격이 전반적으로 25%에서 60% 높아
- 와우회원은 비회원 대비 모든 카테고리에 걸쳐 낮은 가격으로 구매해

2022. 7. 13. - 쿠팡이 국내 8대 주요 온·오프라인 유통사에서 판매되는 750개 베스트셀러 상품의 가격을 분석한 삼정KPMG의 최신 조사 결과를 발표했다. 삼정KPMG 조사 결과, 쿠팡을 제외한 다른 유통사 제품 가격이 주요 4개 소비자 카테고리 (컴퓨터·전자·정보통신기기 및 가전제품, 일용소비재, 신선식품, 비신선식품) 전반에서 쿠팡 가격보다 약 25%에서 60% 높은 것으로 나타났다.

특히 신선식품 카테고리에서 가격 차이가 큰 것으로 드러났다. 신선식품의 경우 다른 유통사들이 쿠팡 대비 최대 73% 더 높은 가격에 제품을 판매하는 것으로 나타났다. 또 삼정KPMG의 분석에 따르면, 신선식품 혹은 밀키트를 빈번하게 구매하는 가구와 1인 가구의 소비자들은 비회원보다 더욱 저렴한 가격에 상품을 구매하고 무료로 빠르게 배송 받기 위해 ‘쿠팡 와우 멤버십’을 이용하는 것으로 나타났다. 삼정KPMG는 멤버십별로 가격을 분석해본 결과 모든 카테고리에 걸쳐 쿠팡 와우 회원이 비회원보다 낮은 비용을 지불하고 있다고 밝혔다.

삼정KPMG는 “소비자의 구매 결정에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 ‘가격’이며, 이번 조사 결과 쿠팡이 주요 유통업체의 최저가 경쟁을 주도하고 있는 것으로 보인다”고 전했다. 이어 “향후 온·오프라인 리테일 기업들의 가격 경쟁은 더욱 가속화될 것으로 전망되며, 가격 경쟁을 통해 유입된 고객을 어떻게 충성 고객으로 확보할 것이냐가 관건이 될 것”이라고 덧붙였다.

김광석 한국경제산업연구원 경제연구실장(한양대학교 겸임교수)은 “인플레이션 압력이 지속되는 상황에서 쿠팡이 업계를 대표해 물가안정을 선도하는 긍정적인 역할을 보여주고 있다”며, “가격 경쟁력을 통한 고객 확보 노력을 넘어, 소비자와 상생하며 물가안정에 동참하는 노력이 유통업계를 중심으로 더욱 확산될 것으로 기대한다”고 말했다.

쿠팡은 “KPMG 조사 결과는 쿠팡이 지난 수 년간 가장 폭넓은 제품 셀렉션을 합리적인 가격으로 고객에게 제공하기 위해 기울여 온 노력과 투자를 증명한다”라고 말했다. 이어 “팬데믹과 전 세계적 인플레이션 압력이 증대한 과제가 되고 있지만 고객과 소상공인 모두에게 힘이 될 수 있는 우리의 상생 비즈니스 모델에 전념할 것”이라고 말했다.

분석 방법

삼정KPMG는 2022년 6월 초 기준 국내 주요 온라인, 오프라인 유통사 8곳의 가격 데이터를 이용해 분석을 진행했다. 750개 베스

트셀러 제품은 컴퓨터•전자•정보통신기기 및 가전제품, FMCG(일용소비재), 신선식품, 비신선식품 등 네 개의 주요 카테고리에서 선정됐다. 삼성KPMG는 가격을 확인하면서 회원 전용 할인 및 배송비도 함께 고려했다.

삼성KPMG 기업소개

KPMG는 감사, 세무자문, 재무자문, 컨설팅 서비스를 제공하는 종합 회계•컨설팅 자문사로 전세계 155개국 1,200여 개 지사 내 23만 명의 전문가들로 구성돼 있다. 한국에서는 삼성KPMG가 KPMG의 멤버펌으로 전문 서비스를 제공하고 있다.

쿠팡 기업소개

쿠팡은 아시아 최대 이커머스 기업 중 하나로 고객의 일상생활을 혁신적으로 변화시키고 사람들이 “우리가 쿠팡 없이 어떻게 살았을까?”를 궁금해하는 세상을 만드는 것을 목표로 삼고 있다. 쿠팡은 식료품과 일반 상품의 당일 배송 및 익일 새벽배송, 쿠팡페이로 통한 간편 결제, 쿠팡이츠를 통한 음식배달, 쿠팡플레이를 통한 비디오 스트리밍 등 다양한 서비스를 제공하고 있다. 2010년 설립된 쿠팡은 서울, 상하이, 베이징, 홍콩, 마운틴 뷰, 시애틀, 리버사이드, 도쿄, 대만, 싱가포르에 오피스를 두고 있다.

취재 문의 media@coupang.com