

한겨레 연속 보도와 이와 관련된 참여연대의 주장은 사실이 아닙니다.

2022. 8. 25.

(8월 16일, 17일, 22일) 한겨레 연속 보도와 이와 관련된 참여연대의 주장은 사실이 아닙니다.

1. 쿠팡은 구두계약을 허용하지 않으며, 내부정책에 따라 모든 계약은 당사자들 간의 공정한 협의를 거쳐 서면계약으로 체결하고 있습니다.

2. 국내 유통시장은 대형 오프라인 유통업체들이 여전히 장악하고 있으며, 쿠팡은 전체 유통시장에서 매우 작은 비중을 차지하고 있습니다. 따라서 쿠팡은 판매자들에게 불리한 조건을 일방적으로 강제할 위치에 있지 않습니다. 쿠팡은 판매자들이 선택하여 상품을 제공할 수 있는 많은 온라인 및 오프라인 채널 중 하나일 뿐입니다.

3. 고객에게 합리적인 가격으로 제품을 제공하기 위해 공급 가격을 협상하는 것은, 모든 온라인과 오프라인 유통업자들에 공통된 정상적인 기업활동의 일환입니다.

기존 오프라인 중심의 유통구조 하에서 중소기업들은 과도한 마진 부담으로 성장이 제한되어 왔습니다. 그러나 쿠팡에서 상품을 판매하는 중소기업들은 지난 2년간 매출이 97% 성장하였고, 쿠팡에서 판매하지 않은 중소기업들은 같은 기간 동안 매출이 감소했습니다. 또한 최근 3년간 소상공인 파트너 중 5,292명이 쿠팡과 함께한 후 소상공인을 졸업하는 큰 성장을 이루었습니다. (매출 30억원 초과, KCD 기준)

4. 쿠팡은 납품업체들에 대해 공정거래법에서 금지하는 보복조치를 한 사실이 없습니다.

코카콜라 등 LG생활건강과 크린랩 상품들은 현재 쿠팡에서 판매되고 있습니다.

한겨레 기사에서 언급된 LG생활건강과 크린랩이야말로 해당 상품군에서 압도적인 브랜드 파워를 가진 사업자로, 쿠팡 이외 다수의 온,오프라인 유통채널에 대해 막대한 영향력을 행사하고 있습니다.

이러한 대기업 제조업체들은 신유통채널이 등장할 때마다 기득권을 지키기 위해 견제와 갈등을 반복해 왔습니다. LG생활건강은 시장 판매가격 보다 높은 가격으로 쿠팡에 상품을 공급하려 하였고, 이러한 부당한 요구가 관철되지 않자 2019년 쿠팡을 공정위에 신고하였습니다. 이러한 행위는 새로운 유통채널의 시장진입을 부당하게 방해하는 것입니다. 아울러 법원은 크린랩이 쿠팡을 상대로 제기한 위와 같은 주장을 모두 인정하지 않고 기각하였습니다.

현재 두 회사와는 관련된 소송이 진행 중으로 아직 이슈가 해소되지 않아 정상적인 직매입 거래가 가능하지 않은 상황일 뿐입니다.

5. 한겨레의 보도를 인용한 참여연대 측의 주장은 악의적으로 회사의 명예를 훼손하고 기업의 경영활동을 방해하는 행위입니다. 당사에 대한 참여연대의 이러한 행위는 그간 지속적으로 반복되어 왔습니다. (참여연대의 기존 주장에 대한 쿠팡의 입장에 관해서는 [2022. 3. 15.자 뉴스를 자료](#)를 참고해 주십시오.)

쿠팡은 그간 수십만 중소기업의 성장에 큰 역할을 해왔으며, 소비자들에게도 많은 혜택을 제공해 왔습니다. 이러한 사실을 왜곡하고, 오히려 중소기업과 소비자의 이익에는 배치되는 허위사실의 주장을 중단해 주시기 바랍니다.

취재 문의 media@coupang.com