

[보도자료] 쿠팡, 작은 기업들이 성장하도록 돕는 디딤돌 되다

2019. 6. 24.



- 쿠팡과 거래하는 파트너사 세 곳 중 두 곳은 연 매출 30억 원 이하 중소기업과 소상공인
- 로켓배송 거래 중소기업 1분기 81% 폭풍성장
- “실력으로 승부할 수 있는 곳” 소문나면서 인지도 낮은 중소기업 대거 몰려
- 쿠팡의 두터운 충성고객과 압도적 트래픽 등으로 성장 선순환

2019. 6. 24. 서울 – # “손에서 돌도 안 지난 조카 냄새가 나서 깜짝 놀랐어요!”(장*윤 고객) 주방세제와 고무장갑 등 다양한 생활용품을 판매하는 중소기업 생활공작소의 고객 리뷰에는 고객들의 꼼꼼한 사용후기가 남는다. 2014년 창업한 이 업체는 인터넷으로 입소문이 나면서 성장한 젊은 기업이다. 2016년 쿠팡의 로켓배송으로 상품을 판매하기 시작한 뒤에는 지난해에만 쿠팡을 통한 매출이 100% 성장할 정도로 급성장을 거듭해 왔다. 쿠팡에 달린 고객들의 상품평은 베이비 파우더 냄새가 나는 ‘핸드워시 파우더향’ 제품 등 다양한 신제품 개발에 반영됐다. 직원 다섯명으로 창업했던 회사는 이제 직원 서른 명 규모의 건실한 중소기업으로 성장했다.

27년간 화일, 노트, 펜 등 문구류를 생산해 온 중소 제조업체 (주)청운은 2015년 온라인 판매에 도전했다. 쿠팡의 로켓배송은 이 회사의 첫 온라인 채널이었고, 동시에 고객들의 최신 구매 동향 및 문구 시장 트렌드를 스터디하는 시장조사 창구 역할도 맡았다. 즉각적인 고객 반응을 제품 개발 및 개선에 활용할 수 있게 되자 매출도 빠르게 성장했다. (주)청운의 지난해 로켓배송 매출은 전년 대비 200%가량 성장했고, 올해 상반기 매출은 전년동기 대비 무려 380% 증가했다.

쿠팡이 빠르게 성장하면서 쿠팡을 통해 제품을 판매하는 중소기업의 매출도 눈에 띄게 급증하고 있다. 쿠팡의 로켓배송으로 물건을 판매하는 연 매출 30억 원 이하 기업의 매출은 지난해 1분기와 비교해 무려 81% 성장했다. 쿠팡의 지난해 성장률은 약 65%였는데, 쿠팡을 이용하는 작은 기업들의 매출 성장률은 이를 훨씬 웃도는 것이다. 특히 중소기업의 성장은 유명 대기업 브랜드와 함께 경쟁해야 하는 상황에서 거둔 성과라 더욱 돋보인다.

로켓배송 외에도 마켓플레이스 셀러 가운데 연 매출 30억 원 이하 중소셀러의 비중 또한 높다. 쿠팡의 셀러 10곳 가운데 7곳 이상이 중소셀러다. 이들이 쿠팡 전체 마켓플레이스 거래액의 절반 이상을 만들어 낸다. 쿠팡을 성장시키는 힘이 이들로부터 나온다고 해도 과언이 아니다.

대기업과 비교해 고객 인지도가 낮은 중소기업이 쿠팡에서 성공할 수 있던 데에는 실력으로 공정하게 경쟁할 수 있는 쿠팡의 시스템이 큰 역할을 했다. 특히 제품을 납품하면 고객의 주문부터 배송, 반품, CS까지 모든 것을 해결해 주는 쿠팡의 로켓배송 직매입 시스템은 상대적으로 직원수가 적은 중소기업도 전국 각지에 거주하는 고객들에게 주문 후 다음날 제품을 전달할 수 있도록 했다. 무엇보다 쿠팡을 사랑하는 고객들이 만들어내는 국내 최대 규모의 압도적인 트래픽은 신규 업체에게도 성장의 기회를 제공한다. 또 고객 반응을 빠르고 정확하게 살펴볼 수 있는 상품평, 오픈마켓 기준으로 업계 최저 수준의 판매수수료 등 쿠팡에서만 경험할 수 있는 강력한 온라인 인프라는 중소기업과 중소셀러들에게 부담없이 비즈니스를 펼칠 수 있는 다양한 기회를 제공하고 있다.

특히 올해는 로켓와우클럽 멤버십 서비스, 로켓프레시 등 신규 서비스가 고객들의 사랑을 받으면서 쿠팡의 성장속도와 고객 규모도 계속 늘어나고 있다. 이에 따라 파트너사들의 성장 속도도 더욱 빨라질 것으로 예상된다.

쿠팡 이병희 시니어 디렉터는 “쿠팡에서는 소규모 제조사도 제품력과 가격, 서비스만으로 공정하게 경쟁하고 성공할 수 있다”며, “쿠팡은 앞으로도 차별화된 기술과 서비스를 통해 기업들이 규모와 소재 지역에 구애받지 않고 공평하게 도전할 수 있도록 파트너사의 성공을 적극적으로 지원할 것”이라고 말했다.

취재 문의 media@coupang.com