

## [보도자료] 쿠팡 PB 중소 제조사, 대기업 인기 뛰어 넘어 “맨땅 성공사례 줄이어”

2023. 7. 7.



- 높은 제품력 및 가성비 지닌 쿠팡 PB 상품 제조사 ‘맨땅 성공’ 이뤄내고 있는 사례 증가
- 4가지 원칙 바탕 노력 ▲핵심 집중 ▲쿠팡 통해 최초 시도 ▲상식 타파 ▲친환경 건강 트렌드 중시
- 수도권 외 지역 중소 제조사가 대다수 지방 고용창출에도 큰 역할

2022. 7. 7. 서울 - 글로벌 인플레이션과 경기 침체 속에서 쿠팡 자체 브랜드(PB) 상품을 만들어 일명 ‘맨땅 성공’을 이뤄내고 있는 중소 제조사들의 사례가 늘어나고 있다. 이들 중소 제조사들은 쿠팡과 협력해 제품력에 집중하고 고품질의 가성비 넘치는 제품을 바탕으로 눈부신 성장을 이뤄내고 있다.

지난 4월 시장조사기관 리서치앤리서치는 전국 20~59세 성인 남녀 1000명을 대상으로 온라인 쇼핑몰 PB 상품 관련 소비자 이용 행태 조사를 진행했다. 조사 결과에 따르면 PB 상품 구매 요인으로 ‘가격 대비 우수한 품질’이라 답한 응답자가 75.7%에 달했다. 또 소비자들은 다양한 상품 정보를 바탕으로 ‘가성비’와 ‘품질’을 모두 꼼꼼히 따져보고 구매 결정을 내리고 있는 것으로 나타났다.

쿠팡 PB가 저렴하지만 좋은 제품을 만들 수 있는 특별한 이유는 우선 쿠팡과 중소 제조사가 제품을 공동기획한 뒤 대규모 직매입해 원가를 절감하고 있기 때문이다. 그리고 쿠팡만의 효율적인 물류시스템으로 유통 비용을 크게 줄여 소비자 물가를 낮추면서도 중소 제조사는 성장할 수 있는 윈-윈 구조를 만들어내고 있다.

쿠팡 입점 중소 제조사들 또한 까다로운 소비자들로부터 가격 및 품질 경쟁력을 인정받으며 지속 성장하고 있다. 이들은 제품력 및 가격이라는 ▲핵심에 집중하고, 이전에 없던 사례를 ▲쿠팡을 통해 최초 시도했다. 또 ▲상식타파와 ▲친환경 및 건강 트렌드를 중시한 제품 개발까지 4가지 원칙에 입각해 노력해왔다.

오프라인과 달리 물류 비용 없이, 마케팅, CS까지 관리해주는 쿠팡에 올인하여 성장을 경험하고 있는 PB파트너사들은 쿠팡의 시스템에 만족감을 드러내고 있다. 줌 세재를 판매하고 있는 HB글로벌의 양대열 대표는 “쿠팡과 함께하고 있다고 하니 여기저기서 신뢰를 갖고 연락이 왔다”며 “대기업 사이에서 저희 같은 작은 기업이 함께 경쟁하고 있다는 건 말도 안되는 일이다”라고 말했다.

단백질바로 쿠팡에서 판매량 1위를 찍은 쿠팡 PB 제조사 에스애프푸드(주)는 2019년 입점 당시 2억원이었던 매출이 지난해 30여억 원으로 15배가량 상승했다. 국내 대형 인기 브랜드 단백질바 제품을 제치고 쿠팡 내에서 판매량 1위를 차지하기도 했다.

에스애프푸드(주)는 공장을 짓고 시제품도 안나온 상황에서 쿠팡에 입점했다. 쿠팡은 사업 비전과 아이디어만 보고 파트너를 맺은 셈이다. 에스애프푸드의 '맨땅 성공' 요인은 '가성비'라는 핵심에 집중한 것으로 볼 수 있다. 수개월 간 연구개발을 통해 만든 '곰곰' 단백질바는 타 브랜드 제품보다 가성비 좋은 가격에 판매되고 있다.

경기도 용인의 동양냉동도 쿠팡을 통해 최초로 식용 얼음 새벽 배송 사례를 선보이며 성공 가도를 달리고 있다. 그간 편의점에 컵 얼음을 주로 납품해오던 동양냉동은 컵얼음 생산을 과감히 중단하고 쿠팡과 함께 가정용 식용 얼음을 대용량으로 제작, 새벽 배송을 시작했다. 동양냉동 이주환 부장은 "얼음을 아침에 바로 새벽배송으로 받아먹는 것은 이 시장에 혁명과 같은 일이었다"며 "쿠팡이 과감한 투자와 IPO를 통해 우리 같은 업체에도 처음으로 식용 얼음 새벽배송이라는 시장을 열어줬다"며 감사함을 전했다.

현재 처음 4명이었던 동양냉동 직원 수는 10명까지 늘어났으며, 한때 100%인 오프라인 매출 비중은 현재 40%대로 줄었다. 올해엔 쿠팡 성장세에 힘입어 온라인 비중이 80%에 이를 것으로 보고 있다. 매출 또한 쿠팡 입점후 2020년 9,000만원에서 지난해에는 5억원을 달성하며 5배 이상 늘었다.

쿠팡의 자체 브랜드 자회사 '씨피엘비'(CPLB)와 협력하는 중소 제조사수는 올해 3월 기준으로 작년 동기간과 비교했을 때 20% 가량 증가했다 고용 인원 역시 2만명을 돌파하며 지난 1년 만에 3600여명(22%) 늘어났다. 이 업체의 약 80% 이상은 충청, 경상, 전라도 등 수도권 외 지역에 위치해 있어 지방 고용창출에도 큰 힘이 되고 있다.

한편, 지난달 진행된 2023 디지털 유통대전에서 쿠팡은 PB를 통한 소상공인과의 상생을 주제로 유통혁신 사례를 소개했다. 현장에는 곰곰 광천 도시락김, 탐사 고양이 사료, 줌 베이직 베이킹소다 세제 등 쿠팡에서 인기를 끌고 있는 PB 제품을 전시하고, 고물가시대에 PB를 애용하며 생활비를 줄인 사례 등을 선보이기도 했다.

쿠팡 관계자는 "쿠팡의 중소 제조사들이 만드는 PB제품은 높은 품질을 자랑하면서도 합리적인 가격으로대기업의 제품과 비교해도 경쟁력이 높다"며 "계속해서 중소 제조사들의 매출 증진을 이뤄낼 수 있으면서도 소비자들을 만족시킬 수 있는 PB 상품을 선보일 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

관련 영상 - [CPLB 인포그래픽](#)

관련 뉴스룸 소식 - [중소기업발 스낵바계 지각변동, 곰곰 단백질바](#)

취재 문의 [media@coupang.com](mailto:media@coupang.com)