coupang newsroom

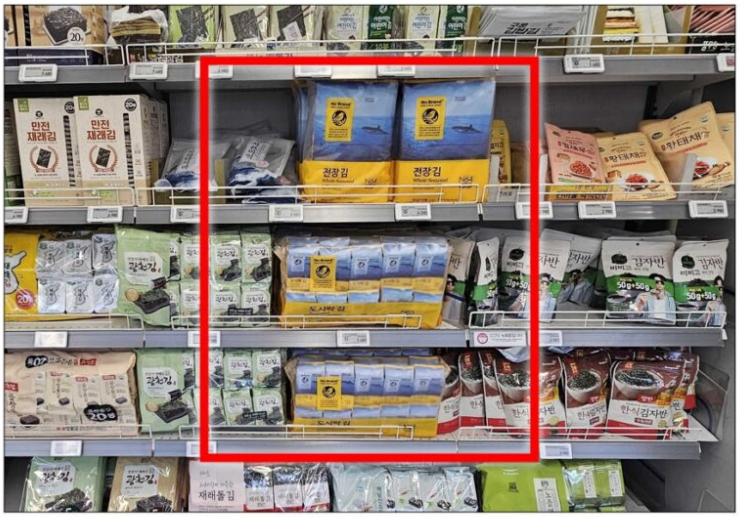
고물가시대에 PB상품은 유통업체의 중요한 차별화 전략이며, 모든 유통업체는 각자의 PB상품을 우선적으로 추천 진열하고 있습니다

2024. 6. 17.

- 우리나라 모든 온오프라인 유통업체는 더 가성비 높은 PB상품을 만들기 위해 치열하게 경쟁하고 있으며, 이는 고물가시대 유통업체의 가장 중요한 차별화 전략입니다. 소비자들이 '커클랜드 없는 코스트코'나 '노브랜드 없는 이마트'를 상상할 수 없는 이유입니다.
- **모든 유통업체들은 이런 차별화 전략에 따라 각자의 PB상품을 우선적으로 추천 진열하고 있습니다.**
- 오프라인 유통업체는 PB 상품을 고객들 눈에 가장 잘보이는 골든존에 우선 진열하고, 온라인 유통업체도 PB상품을 우선적으로 추천하고 있습니다. 이것을 소비자들은 너무나 당연하게 인식하고 있습니다.

오프라인 PB 진열

대형마트A



PB상품 골든존 배치

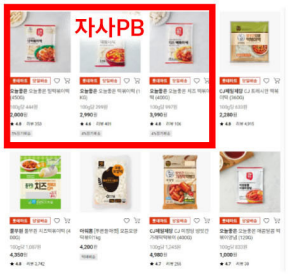
대형마트B

PB상품 휴지 매대 80% 이상 차지

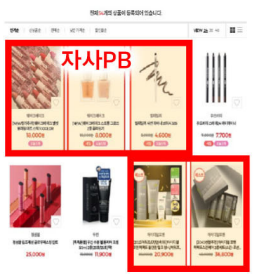
편의점C

PB상품 매대 상당부분 골든존 배치

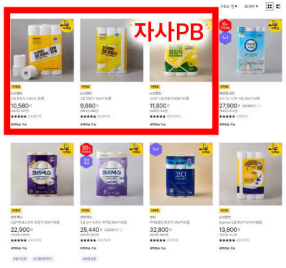
온라인 PB 노출



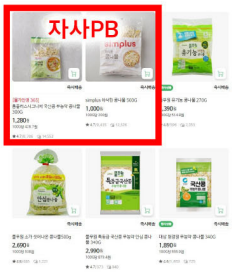
대형마트 A사



온라인 B사



대형마트 C사



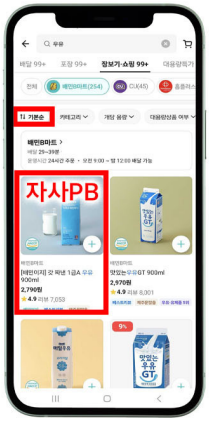
대형마트 D사

온라인 E사

대형마트 F사

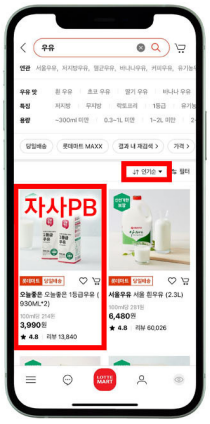
*대형마트가 운영하는 온라인몰 및 이커머스업체

'우유' 검색시 온라인 PB 노출



온라인 A사

온라인 B사

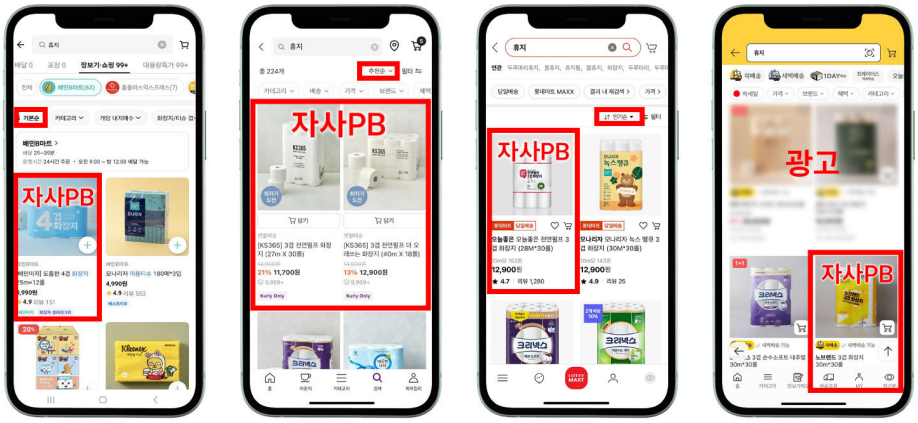


대형마트 C사

대형마트 D사

*대형마트가 운영하는 온라인몰 및 이커머스업체

‘휴지’ 검색시 온라인 PB 노출



온라인 A사 온라인 B사 대형마트 C사 대형마트 D사

*대형마트가 운영하는 온라인몰 및 이커머스업체

- 하지만 소비자들은 PB상품이 우선 노출됐다고 무조건적으로 구매하지 않고 같은 온라인 쇼핑몰 내 다른 상품과의 비교는 물론 다른 온라인몰과 가격비교 사이트까지 검색하는 등 꼼꼼하고 합리적인 선택을 하고 있습니다. **쿠팡의 경우 PB상품의 매출 비중이 5%에 불과하다는 것은 이를 입증합니다.**

- 유통업체는 고유의 차별화된 상품을 선보여야 경쟁할 수 있는데 이러한 **디스플레이 전략까지 일률적 기준을 따르라고 강제한다면 기업 간 경쟁은 위축되고 소비자 편익은 줄어들 것**입니다.

취재 문의 media@coupang.com