

6월 18일, 대만 쇼핑 대목을 맞이한 한국 중소기업인들

2024. 7. 17.



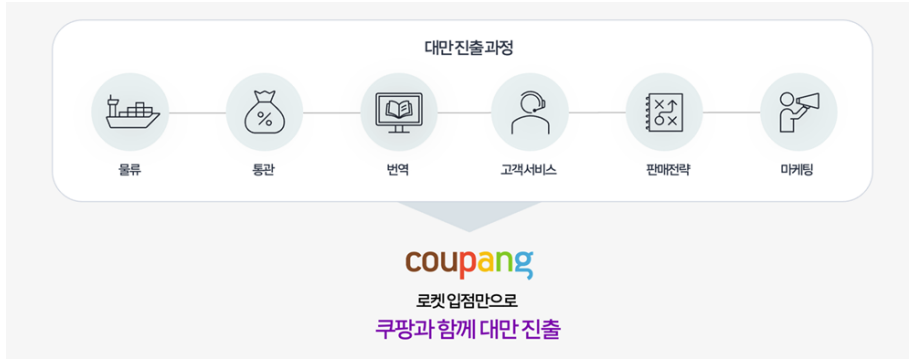
매년 6월, 대만 전역에서는 광군제 () 다음가는 규모의 대형 프로모션이 진행됩니다. 쉽게 말해, 대목입니다. 쿠팡 대만에서도 지난 5월 31일부터 6월 20일까지 '618 슈퍼 썸머 세일'(이하 618 행사)을 진행했습니다. 이번 프로모션 기간 쿠팡 대만에서 상품을 구매한 고객 수는 전년 동기간 대비 400% 증가했고, 한국의 중소기업인 판매자들도 매출과 브랜드 인지도가 올라가는 성과를 얻었습니다.

사실, 해외에서 진행되는 행사에서 한국 중소 브랜드들이 성과를 얻는 일은 흔하지 않습니다. 통계개발원에 따르면 2022년 기준, 우리나라 전체 소상공인 중 수출 전선에 뛰어드는 비율은 1%가 채 되지 않기 때문입니다. 그러나 최근 많은 중소기업인 판매자들이 쿠팡을 통해 대만 시장에 상품을 수출하고 있습니다. 쿠팡이 중소기업인의 해외 진출을 지원하는 방법을 이번 글에 담았습니다.

셋 중 하나는 실패? 소상공인 수출길이 좁았던 이유

지난 3월 26일 통계개발원이 발간한 「KOSTAT 통계플러스」 2024년 봄호 내 '기업 특성별로 본 소상공인 수출기업 현황'에 따르면, 2022년 기준 수출 전선에 뛰어든 소상공인은 전체 소상공인 중 오직 0.8%에 불과합니다. 현지 시장 조사, 통번역, 통관 등 모든 과정을 직접 처리해야 해 소상공인 입장에서는 큰 투자가 필요하기 때문입니다. 힘들게 진입해도 해외 시장 정착은 또다른 문제입니다. 통계개발원에 따르면, 2022년 해외 시장에 진출했던 전체 중소기업과 소상공인의 각각 약 25%, 29%는 시장에서 퇴장했습니다.

하지만 중소기업인들이 판매하는 상품 자체의 매력도가 크게 떨어진다고 보긴 어렵습니다. K-콘텐츠의 흥행으로 한국 제품에 대한 해외 소비자들의 관심이 커지고 있고요.



그래서 쿠팡은 수출에 어려움을 겪는 중소기업인 판매자와 더 다양한 상품을 원하는 해외 고객 모두를 위해 원스톱 수출 지원모형을 운영 중입니다. 주문 다음 날 상품을 받아보는 로켓배송이나 항공기 운송을 통해 빠르게 해외에서 배송되는 로켓직구 형태에 다범 적용되는 지원모델입니다.

원스톱 수출 지원모델은 중소기업인들이 해외에서도 성장할 수 있게 지원하는 프로그램으로, 쿠팡이 물류, 통관, 번역, 마케팅 등의 복잡한 수출 절차를 대신 처리합니다. 판매자들은 상품 개발에만 집중할 수 있어 고객들은 더 나은 퀄리티의 상품을 쇼핑할 수 있습니다. 대만 고객들이 로켓배송과 로켓직구 어느 형태로든 한국의 다양한 상품을 손쉽게 현지에서 만나볼 수 있다는 것도 이 지원 모델의 장점입니다.

놓칠 수 없는 쇼핑 대목, 쿠팡 대만 ‘618 슈퍼 썸머 세일’



중소상공인들이 쿠팡과 함께 국제 무대에서 성장 중인 데에는 원스톱 수출 지원모델 외에도 여러 지원이 있습니다. 판매자들이 말하는 쿠팡의 장점 중 하나는 대형 프로모션 진행 시 밀착 커뮤니케이션이 된다는 점입니다. 판매자에게 프로모션은 단순 할인 이벤트를 넘어, 브랜드 인지도 증대, 고객 유치, 장기적인 판매 증대를 위해 중요한 전략적 장치입니다.

지난 6월에도 쿠팡 대만에서 큰 프로모션이 있어 많은 국내외 판매자들이 참여했습니다. 지난 5월 31일부터 6월 20일까지 진행된 ‘618 슈퍼 썸머 세일’(이하 618 행사)입니다.

매년 6월 18일 전후는 대만 내 대부분의 커머스사에서 프로모션을 진행하는 쇼핑 축제 기간입니다. 이 세일 전통은 2010년 중국 한 회사의 설립기념일 축하 행사에서 시작했으며, 현재는 광군제와 함께 대규모 쇼핑 기간으로 꼽히며 곳곳에서 행사가 진행됩니다. 판매자들에게는 11월 광군제에 활용할 사업 전략을 미리 점검하는 중요한 시기이기도 합니다.



쿠팡 대만 618 행사에는 '씨밀렉스', '실리만', '코맥스산업', '씨엔티코리아'와 같은 국내 주방용품 브랜드를 포함해 '티젠', '애경산업', '방앗간코스메틱', '지피클럽', '미팩토리', '미미박스', '더스킨팩토리' 등 여러 브랜드들이 참여했습니다.

프로모션 기간 쿠팡 대만에서 상품을 구매한 고객 수는 전년 동기간 대비 400%, 비세일 기간 대비 미국과 한국 상품 매출액은 40% 이상 증가해 성공적인 성과를 거뒀습니다. (쿠팡 대만의 로켓배송도 한국에서처럼 쿠팡이 상품을 직매입해 빠르게 고객들에게 배송합니다.) 한편, 618 행사 기간 중 5일간의 특별 세일도 진행돼, 대만의 식음료 카테고리의 매출은 비세일 기간 대비 50% 이상 증가했습니다.

한국 판매자가 바라본 쿠팡 대만과 현지 프로모션



프로모션에 참여한 국내 중소기업의 진솔한 이야기를 듣기 위해 '지유디비' 김도영 부장님을 만났습니다.

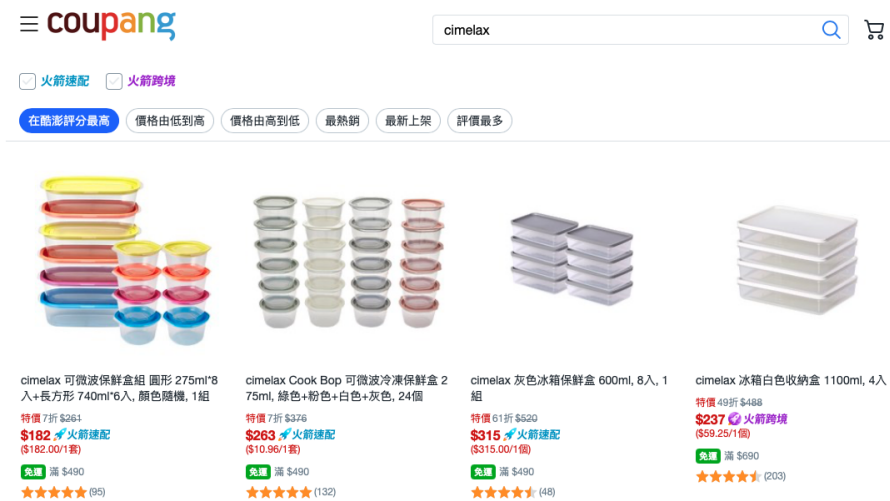
지유디비는 한국 주방용품 브랜드 '씨밀렉스'의 온라인 판매를 담당하는 회사입니다. 2020년 후반 해외 진출을 시도했으나 물류 문제와 높아지는 물가에 어려움을 겪고 해외 시장에서 철수한 경험이 있습니다. 지유디비 김도영 부장님은 "쿠팡은 간단한 서류 작성으로 대부분의 물류 업무를 처리할 수 있어 부담을 덜고 다시 글로벌 시장에 도전할 수 있었다"고 말합니다.



지유디비는 쿠팡 대만으로 해외 진출 후, 이번 618 행사에도 참여했습니다.

“원래 커머스 사에 진행되는 큰 프로모션 배너에 저희같이 작은 브랜드가 걸리는 기회를 잡기는 어렵습니다. 그런데 이번 프로모션에서는 그게 가능했어요. 먼저 브랜드 인지도가 생겨야 고객이 마음의 문을 열고 상품을 받아들이고 그게 매출로 연결되는데, 해외에서는 보통 브랜드 인지도를 높이기부터 어렵습니다. 이번 프로모션이 브랜드 이름을 알리는 데 도움이 됐습니다.

또, 쿠팡 담당자분이 프로모션을 진행하며 계속 전담 마크해 줘서 사전, 사후 작업도 원활했습니다. 사실 해외 진출하면 정말 어려운 점 중 하나가 고객 반응을 직접 체감하는 부분입니다. 그런데 쿠팡은 담당자분이 고객들 반응을 잘 알려주셔서 제품에 피드백 반영하기가 좋더라고요.”



쿠팡 대만에서 판매 중인 씨밀렉스 상품들의 모습

김 부장님은 “대만 시장에서 잘 팔리는 상품은 한국에서도 인기상품인 것들”이라며, 한국과 대만 시장의 유사성도 쿠팡 대만을 통한 해외 진출의 장점이라고 밝혔습니다.



이처럼 쿠팡에 입점한 많은 판매자들이 글로벌 시장에서 성장하고 있습니다. 쿠팡은 소상공인 지원을 위해 그동안 6,800억 원 이상을 투자해 왔습니다(2022년 기준). 그 결과, 2023년 상반기 기준 쿠팡과 함께한 중소기업인 파트너 수는 약 21만 명. 이 중 쿠팡을 통해 대만 시장에 상품을 수출한 중소기업인은 1만 2천 명입니다. 또한, 이들이 대만 로켓배송으로 판매한 항목 수는 18만 개 이상입니다. 앞으로도 쿠팡은 판매자들이 더 큰 세계로 나아갈 수 있도록 지원을 아끼지 않겠습니다.

취재 문의 media@coupang.com