

## 더 넓은 세계로의 도약, 쿠팡이 중소기업인의 수출을 돕는 방법

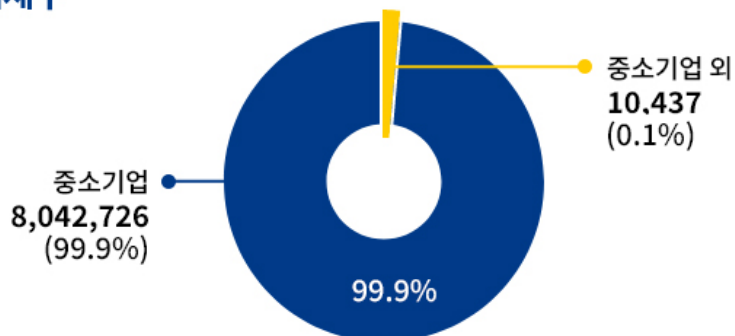
2024. 11. 19.

“큰물에서 놀아라!” 흔히 넓은 세계를 경험하라는 뜻으로 건네는 말입니다. 지난 9월, 쿠팡은 한국 중소기업인을 위해 ‘큰물’로의 길을 열었습니다. ‘대중소기업 동반진출 지원사업’은 중소벤처기업부에서 지원하며, 그 지원금과 쿠팡의 물류 인프라를 활용해 대만 쿠팡을 통한 수출을 돕습니다. 쿠팡 뉴스룸 팀이 사업에 참여한 두 판매자 이야기를 들어봤습니다. 화장품 브랜드 ‘브이티코스메틱’을 운영하는 ‘(주)브이티’와 식품 브랜드 ‘아올다’를 운영하는 ‘좋은영농조합법인’입니다.



### 쿠팡 x 중소벤처기업부: ‘대중소기업 동반진출 지원사업’

#### 기업체수



출처: 중소벤처기업부 중소기업기본통계(2022년 기준)

이제껏 한국 중소기업에게 수출은 꿈같은 일이었습니다. 중소벤처기업부 중소기업기본통계에 따르면 2022년 기준, 전체 기업체(805만여 곳) 중 **중소기업은 99.9%, 소상공인은 95% 이상**입니다. 하지만 수출에 성공한 중소기업은 2024년 상반기 기준 **약 7.7만 곳 남짓, 1%가 채 되지 않습니다**. 제품력 외에도 신경 써야 할 사항이 많기 때문입니다.



그래서 지난 9월, 쿠팡은 **‘대중소기업 동반진출 지원사업’**을 시작했습니다. 이 사업은 중소벤처기업부가 지원하고 대·중소기업·농어업협력재단이 관리하는 사업으로, 중소기업이 쉽게 해외로 진출할 수 있게 돕습니다. 쿠팡은 이번 기회를 통해 한국과 대만에서 구축해 온 물류 인프라를 중소상공인들과 나눌 예정입니다.

지원사업 참여 기업들은 이전보다 더 수월하게 현지 고객들과 만나게 됩니다. 대만 쿠팡에 상품이 등록되고, 대만 쿠팡 앱 내 광고, 인플루언서 마케팅, 현지 트렌드 기반 컨설팅도 진행됩니다. 해외로 상품을 운송하며 발생하는 비용도 쿠팡이 지원합니다.



가천대학교 전성민 경영학부 교수

“쿠팡 인프라를 활용해서 소상공인들은 큰 고정 비용 투자 없이 쉽고 빠르게 성장 기회를 얻는 셈이죠. 쿠팡이 앞으로 대만뿐만 아니라 글로벌 로켓 혁신을 위한 노력을 해준다면, 한국 중소기업의 수출 엔진 역할을 확실히 해줄 것으로 기대합니다.” - 가천대학교 전성민 경영학부 교수

## 지원사업으로 새로운 꿈을 그는 중소기업인들

쿠팡 뉴스룸 팀은 판매자 관점에서 수출 이야기를 듣기 위해 참여기업 두 곳을 찾아갔습니다. 화장품 브랜드 '브이티코스메틱'을 운영하는 '(주)브이티'와 식품 브랜드 '아올다'를 운영하는 '좋은영농조합법인'입니다.

### · 화장품 브랜드 '브이티코스메틱'



쿠팡에서 [브이티코스메틱](#) 검색하기

브이티코스메틱은 지난 2020년 쿠팡에 입점했습니다. 브이티코스메틱은 쿠팡을 '배송이 빠르고 편리해 마스크팩, 클렌징 제품 등 사용 빈도가 잦은 제품을 재구매하는 고객 비율이 성별, 연령에 상관없이 높은 채널'이라고 말합니다. 그래서 브이티코스메틱은 쿠팡을 고객 접점을 넓히는 판매채널로 활용 중입니다.



브이티코스메틱 김규봉 마케팅센터장

브이티코스메틱 김규봉 마케팅센터장님은 “중소기업 입장에서 수출은 그림의 떡”이라며, 수출에 성공하기 어려운 이유로 현지화를 꼽았습니다. 브랜드와 핏이 맞는 나라를 선택하는 것부터가 큰 의사결정이고, 나라마다 언어, 시장 상황, 물류 등 다 각기 달라 수출 준비부터 투입되는 비용을 생각하지 않을 수 없기 때문입니다. 하지만 쿠팡 지원사업 덕에 브이티코스메틱은 한결 마음 편하게 해외 진출이 가능해졌습니다.

“요즘 대만에서 K뷰티가 인기인데, 막상 대만 현지에 진출하려고 보니 엄두가 안 나더라고요. 중소기업들은 해외수출이 꿈이잖아



요. 그런데 쿠팡에서 이렇게 지원을 해준다고 하니 결정적인 기회가 되는 것 같아요.” - 브이티코스메틱 김규봉 마케팅센터장



브이티코스메틱의 연구실과 생산라인 모습. 이번 지원사업으로 브이티코스메틱은 제품 개발과 생산에만 집중할 수 있는 여력이 생겼다.

특히, 브이티코스메틱은 일본 시장에서 자리 잡은 경험이 있어 쿠팡을 통한 대만 진출에 더 큰 기대를 하고 있습니다. 김 센터장님은 “일본문화에 친숙한 대만 사람들이 많아, 일본에서 인기가 높은 CICA라인이 대만에서도 잘 팔리지 않을까 하는 기대감이 있다”며 “이번 지원사업을 계기로 대만 고객만을 위한 전략을 짜는 중이고, 대만에서도 사랑받는 브랜드로 키워보고 싶다”고 포부를 밝혔습니다.

· 식품 브랜드 ‘아올다’



쿠팡에서 [아올다](#) 검색하기

‘아올다’는 좋은영농조합법인이 ‘좋은 재료들을 잘 아울러 건강한 맛을 내자’는 의미를 담아 만든 식품 브랜드입니다. 지역의 농산물을 활용해 착즙 주스부터 홍삼 스틱까지 다양한 식음료를 만들어 판매하고 있습니다. 쿠팡 입점 이후, 아이들을 위한 상품군이 맘카페 등 육아 커뮤니티에서 입소문을 타면서 빠르게 성장한 브랜드입니다.



좋은영농조합법인 이기선 대표

좋은영농조합법인 이기선 대표는 “우리 같은 중소기업들은 아무리 좋은 제품을 만들어도 글로벌 고객들을 만날 방법이 없다”며 해외 시장 진출이 어려웠던 이유를 설명했습니다.

“요즘 해외에서 K푸드가 인기라고 하는데, 저희 같은 작은 기업들은 브랜드 인지도가 없으니까 수출하려면 엄청난 마케팅 비용을 쏟아야 해요. 대만을 몇 년 전부터 계속 노크했었거든요. 근데 절대 뚫리지 않았어요. 마침, 쿠팡이 대만에 진출했다 보니까 저희도 이번 기회에 같이 가면 상당히 좋을 것 같아서 기대가 큼니다.” - 좋은영농조합법인 이기선 대표

판매자들에게 진짜 도움이 되는 지원책을 제공하기 위해 쿠팡은 이런 목소리에 귀 기울였습니다. 그리고 지원사업에 브랜드 노출을 위한 내용도 포함시켰죠. 지원사업 참여기업의 상품은 대만 쿠팡 앱, SNS 등 여러 경로를 통해 소개되며 브랜드 인지도를 높일 수 있습니다. 장기적인 관점에서 꼭 필요한 토대를 다지는 것입니다.





줄은영농조합법인은 전라남도 나주시의 기업으로, 지역 농산물을 활용해 상품을 만든다  
 이 대표님은 “쿠팡 덕분에 대만에 우리 브랜드가 해외로 진출할 수 있고, 사랑받을 기회가 생겨서 참 좋다”며 이번 지원사업 덕분에  
 “사업도 확장하고 우리 지역 농가도 살려 매일 행복하다”고 밝혔습니다.



판매자들의 해외 진출을 돕는 쿠팡 SME 정책팀과 수출팀의 모습

지난해, [쿠팡을 통해 대만에 수출한 소상공인들의 연간 거래액은 전년 대비 2600% 이상, 수출에 나선 소상공인 수도 전년 대비 140% 늘었습니다. 또한 대만 쿠팡의 중소기업인 상품 비중은 약 70%입니다.](#) 그런 만큼 쿠팡은 중소기업인 판매자들을 중요한 파트너로 여기고 있습니다.

쿠팡과 함께 더 드넓은 세상에서 살아가는 중소기업인 판매자 이야기가 궁금하다면, 쿠팡 뉴스룸에서 ['대만'](#)을 검색해 보세요. 한정된 자원으로 큰 도약을 만들어내는 이들의 이야기가 응원을 기다리고 있습니다.

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