coupang newsroom

임팩트 리포트로 살펴보는 2024년 쿠팡 ‘와우(WOW)’ 모먼트: 소상공인 편

2025. 1. 21.

임팩트 리포트는 쿠팡이 소상공인 파트너, 고객, 직원들과 함께 이룬 동반 성장의 발자취와 그 결과를 데이터로 정리한 리포트입니다. 그렇다면 지난 한 해 쿠팡은 소상공인 파트너들과 어떤 놀라운 성장을 만들어냈을까요? 임팩트 리포트를 따라 지난 1년간 쿠팡과 소상공인이 함께 이뤄낸 ‘와우'(WOW) 모먼트를 살펴보겠습니다.

1. 우수 중소 제조사와 고품질 PB 상품 선보이는 CPLB

‘곰곰’, ‘탐사’, ‘코멧’, 모두 합리적인 가격과 고품질 상품으로 많은 고객에게 사랑받는 쿠팡의 자체브랜드, CPLB(Coupang Private Label Brands)입니다. 이러한 PB 상품들은 우수한 중소 제조사 및 지역 농가와의 협력으로 만들어집니다. 2023년 기준, 쿠팡의 PB 파트너 중 중소 제조사 비율은 약 90%에 달하며, 이들이 제조한 약 30,000개의 상품이 판매되고 있습니다.

특히 CPLB는 전국 지역 농가와 꾸준히 협력해 왔습니다. 2023년 7월 금산군과 함께 선보인 ‘곰곰 금산 인삼’, ‘곰곰 갈아먹는 금산 인삼’이 대표적인 사례입니다.

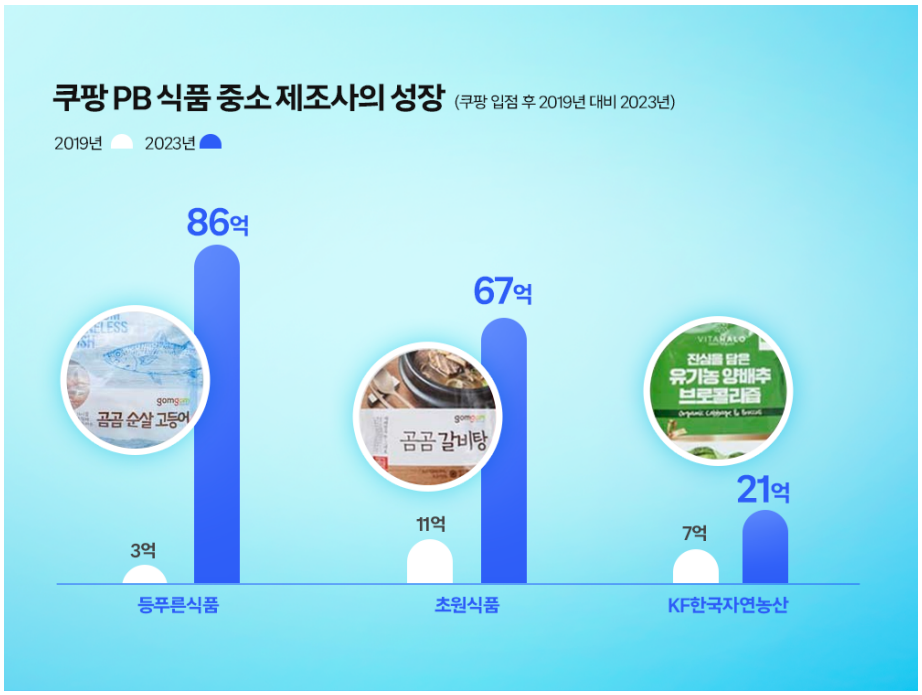
금산 인삼 농가 농부들

이홍철 금산인삼연구회장

1,500년 역사의 인삼 재배지인 금산에서 인삼은 지역 경제의 큰 부분을 차지합니다. 하지만 2022년 찾아온 기록적인 폭염과 폭우로 인삼 가격이 폭락하면서 금산 인삼 농가는 큰 어려움을 겪었는데요. 그 무렵 금산 인삼은 CPLB 곰곰과 손잡으면서 안정적인 판로를 확보할 수 있었습니다. 결과적으로 상품 출시 10개월 만에 월 매출 490% 상승이라는 성과도 거두었죠.

이홍철 금산인삼연구회장은 "쿠팡을 통한 안정적인 판로 확보뿐 아니라 쿠팡의 마케팅 노하우와 세심한 컨설팅이 농가 성장에 큰 도움이 되었다"고 말합니다. 금산군의 품질 좋은 인삼과, 고객의 취향을 세밀하게 파악하여 상품 기획 및 상생 기획전 등을 적극적으로 추진한 CPLB 담당자들의 노력이 시너지를 낸 결과입니다.

심봤다! 월 매출 490% 상승효과, 쿠팡 CPLB와 금산 인삼의 만남



곰곰 '순살 고등어'로 2023년 연 매출 86억 원을 기록한 '등푸른식품' 역시 쿠팡 CPLB와의 협력으로 크게 성장한 사례입니다.

등푸른식품의 고등어는 부산시 명품 수산물로 지정될 정도로 품질이 우수했지만, 사업 확장 과정에서 재고 관리 실패로 인해 파산 위기에 놓였었습니다. 하지만 등푸른식품의 상품성을 믿어 준 쿠팡 CPLB와의 협력을 통해 위기를 극복하고 재도약에 성공한 것이죠. 등푸른식품 이종수 부사장은 "대량 납품으로 인한 원가 절감, 로켓배송, 고객 서비스, 마케팅을 책임지는 쿠팡 CPLB 시스템이

위기 극복의 결정적인 이유였다"고 밝혔습니다.

파산 위기?! 곰곰 고등어로 3년만에 이겨냈습니다

이처럼 쿠팡 CPLB는 지역 농가와 중소 제조사에는 판로 확대와 소득 증대의 기회를, 소비자에게는 고품질 상품을 합리적인 가격에 구매할 기회를 제공합니다. 상품이 고객에게 더 많이 사랑받을수록 파트너사의 매출과 경영 안정성 또한 높아집니다.

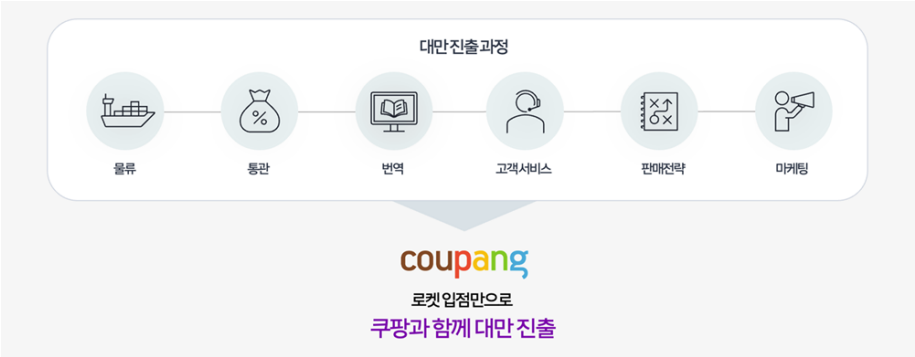
금산 인삼 농가와 등푸른식품 외에도 CPLB와 함께 성장한 다양한 파트너사들의 사례에 힘입어, 2023년 말 기준 쿠팡 PB 상품을 제조하는 파트너사의 CPLB를 통한 매출액은 1조 원을 넘어섰습니다.

이뿐만 아니라, CPLB 파트너사 가운데 중소제조사들의 고용 인원도 꾸준히 증가해 2024년 1월 기준 23,000명을 돌파했습니다. 특히 CPLB 파트너사의 84%가 서울 외 지역에 위치한다는 점을 고려하면, 이들의 고용 증가는 지역 경제 활성화에도 크게 기여한다는 점에서 의미가 큽니다.

2. 소상공인에 새로운 수출길 연 쿠팡 대만 원스톱 수출 서비스

쿠팡은 2022년 대만에서 로켓직구와 로켓배송을 시작하며 국내 소상공인의 수출 기회를 확대했습니다. 또한, 대만 시장 진출 1년 만에 인공지능 및 스마트 물류 시스템을 갖춘 대형 풀필먼트센터 두 곳을 열어 대만 시장에 성공적으로 안착했습니다. 이러한 안정적인 기반을 바탕으로 쿠팡과 함께 대만에 진출하는 국내 업체가 크게 늘어, 2023년 기준 쿠팡 대만에서 판매되는 제품의 70%가 국내 중소상공인 상품입니다.

여기에는 쿠팡의 '원스톱 수출 서비스'가 큰 역할을 했습니다. '원스톱 수출 서비스'는 통번역, 통관, 현지 유통 등의 복잡한 수출 과정을 쿠팡이 대신 처리하는 시스템입니다. 판매자는 쿠팡에 상품을 납품하기만 하면 이후 과정은 쿠팡이 맡아 진행하는 서비스입니다.



2020년 '풍년보감'이라는 홍삼 브랜드로 쿠팡과 인연을 맺은 '우주창고'는 이 원스톱 수출 서비스의 도움을 받아 대만 진출에 도전했습니다. 우주창고의 상품은 꾸준히 대만 고객의 관심을 받았고, 2023년 9월 기준 전년 동기 대비 대만 직구 연 매출이 무려 17배 증가하는 놀라운 성과를 얻었습니다. 우주창고 방현준 대표는 "쿠팡 덕분에 온전히 상품에만 집중적으로 투자할 수 있었고, 손쉽게 해외 진출을 이뤘다"고 말합니다.

케이에프한국자연농산 김용학 대표님

쿠팡 대만은 PB 파트너사에도 해외 판로를 열어주었습니다.

일례로, 쿠팡 자체 브랜드 '비타할로'의 건강즙을 생산하는 '케이에프한국자연농산'은 2023년 대만 진출 후 매출이 꾸준히 성장해

1분기 대비 4분기 매출이 660% 이상 늘었습니다. 케이에프한국자연농산 김용학 대표는 “수출은 현지 고객의 니즈 분석과 이를 반영한 상품 개발이 핵심인데, 쿠팡이 이러한 부분을 체계적으로 분석하여 정보를 제공해 준 것이 성공의 원동력이었다”고 언급했습니다. 쿠팡 대만의 원스톱 수출 시스템에 CPLB의 섬세한 컨설팅 만나 더 큰 빛을 발한 것입니다.

현재 ‘비타할로’ 외에도 ‘코멧’, ‘탐사’ 등 여러 PB 상품 제조사들이 대만 시장에 진출하고 있습니다. 2023년 수출에 나선 소상공인 수는 2022년 대비 140% 늘었으며, 이들의 대만 수출 거래액은 약 2,600% 증가했습니다.

3. 소상공인의 온라인 진출 장벽을 낮추다, 로켓그로스

쿠팡의 로켓그로스는 쿠팡의 전국 물류 인프라를 활용해 소상공인의 온라인 진출을 적극적으로 지원합니다. 판매자가 상품을 입고하면 포장, 배송, 고객 응대, 반품 등 모든 과정을 쿠팡이 책임집니다. 2023년 기준, 로켓그로스를 통해 판매되는 소상공인 상품은 약 100만 개, 총 거래 금액은 수조 원에 달합니다.

천연 벌꿀 제품으로 쿠팡에서 꾸준히 인기를 얻고 있는 ‘오월애봄’ 역시 로켓그로스를 통해 온라인 진출에 성공했습니다. 오월애봄은 “기존에는 판매의 99%가 농업협동조합을 통해 이루어졌지만, 이제는 쿠팡이 매출의 90%를 차지한다”고 밝히며 만족감을 드러냈습니다.

지난해 7월, 쿠팡은 '로켓그로스 판매자 공식 홈페이지'를 새롭게 개설했습니다. 온라인 사용에 익숙하지 않은 사용자도 쉽게 이용할 수 있도록 화면을 구성한 것이 특징입니다.

판매자들은 홈페이지를 통해 로켓그로스 시스템과 상품 등록 방법을 쉽게 확인할 수 있습니다. 단계별 가이드, 전문가 팁, 교육 자료, 비디오 강좌 등을 제공하는 '판매자 교육센터'와 판매 수수료를 비롯해 입출고, 배송, 물류센터 요금 등을 상세히 안내하는 '비용 안내' 페이지도 마련되어 있죠.

고도도예 최용석 장인

단계별 컨설팅을 제공하는 쿠팡 로켓그로스 담당자(좌)와 고도도예 최용석 장인(우)

체계적인 로켓그로스 시스템은 60대 도자기 장인에게도 온라인 진출의 용기를 불어넣어 주었습니다. 1989년도부터 도자기 공방 '고도도예'를 운영해 온 최용석 장인은 "로켓그로스 홈페이지에 관련 매뉴얼이 잘 정리되어 있어, 60대인 나도 쉽게 이해하고 시도할 수 있었다"고 말합니다.

고도도예는 지난해 8월 로켓그로스 입점 한 달 만에 161%의 매출 성장을 기록했습니다. 쿠팡을 통해 도자기 판매가 늘어남에 따라 '한국 도자기의 세계화'라는 최용석 장인의 꿈은 현실에 한 걸음 더 가까워졌고, 그는 쿠팡과의 동행에 더 큰 기대를 걸고 있습니다.

로켓그로스 홈페이지에서는 더 많은 중소상공인의 성공 사례를 확인할 수 있습니다.

로켓그로스 홈페이지 바로가기

중소상공인과 함께 성장하는 쿠팡

한국신용데이터에 따르면 2023년 전국 소상공인 매출은 7.4% 성장했습니다. 반면, 쿠팡의 소상공인 파트너들은 이보다 3배에 달하는 20%의 성장률을 기록했습니다.

같은 해 쿠팡의 소상공인 파트너 수는 약 23만 명, 이들의 거래 금액은 약 12조 원에 달합니다. 특히 지난 4년간 약 9,000개의 기업이 쿠팡을 통해 연 매출 30억 원을 돌파하며 소상공인의 범위를 넘어 더 큰 기업으로 성장했습니다.

이러한 성장의 배경에는 CPLB, 원스톱 수출 서비스, 로켓그로스와 같은 시스템 외에도 '쿠팡 광고주 설명회'와 같은 지원 프로그램이 있었습니다. '쿠팡 광고주 설명회'는 온라인 환경에 익숙하지 않은 중소상공인을 위해 시장 트렌드, 품목별 인사이트, 성공 사례, 온라인 판매 노하우 등을 공유하는 자리입니다. 1 대 1 컨설팅을 통해 판매자별 맞춤 전략도 제공합니다. 이러한 다각적인 지원 활동이 자연스레 소상공인이 성장하는 발판이 되어준 것이죠.

소상공인은 한국 시장경제와 지역사회의 발전에 없어서는 안 될 중요한 존재입니다. 쿠팡은 앞으로도 소상공인에 대한 지원을 아끼지 않고, 이들이 온라인 시장과 트렌드 변화 속에서도 꾸준히 성장할 수 있는 환경을 만들어 가겠습니다. 쿠팡과 함께 더 높이 성장할 많은 중소상공인의 밝은 미래를 기대해 주세요.

취재 문의 media@coupang.com