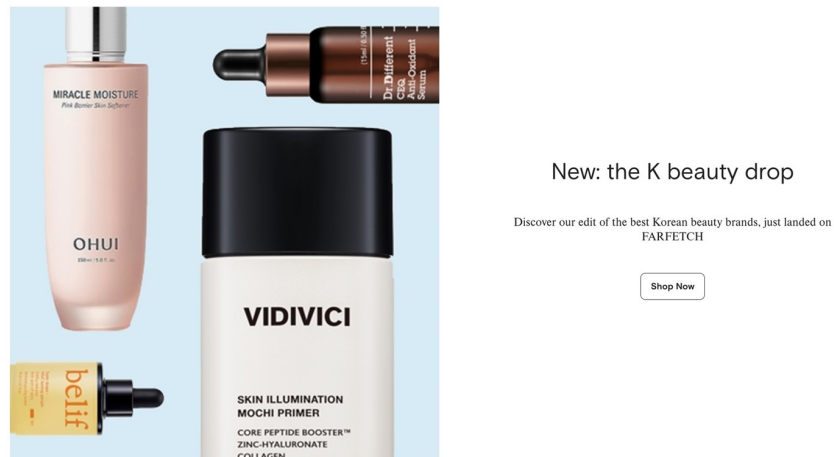


[보도자료] 쿠팡, 파페치 통해 ‘K-뷰티 브랜드’ 글로벌 수출길 연다 K-뷰티 세계화 앞장

2025. 11. 27.



파페치의 K-뷰티 카테고리 배너 이미지

- 쿠팡 직매입 K-뷰티 상품, 파페치 통해 해외 고객에게 직접 판매
- 미국·영국 시작으로 190개국 진출 중소·중견 등 100여 개 브랜드 수출 목표
- 물류·통관·고객응대까지 통합 지원으로 중소기업 수출 부담 완화

2025. 11. 27 서울 - 쿠팡이 파페치(Farfetch)를 통해 한국 중소 뷰티 브랜드의 해외 진출을 지원한다고 27일 밝혔다.

파페치는 전 세계 1400여 개 럭셔리 브랜드와 부티크를 연결하는 글로벌 명품 마켓플레이스다. 파페치는 주요 럭셔리 하우스와 전략적 파트너십을 구축하고, 엄격한 검증 절차를 통해 신뢰할 수 있는 정품만을 제공하는 것으로 알려져 있다.

이번 협업은 빠르게 성장하는 글로벌 K-뷰티 수요에 대응하고, 국내 중소 브랜드의 수출 장벽을 낮추기 위한 전략적 파트너십이다. 쿠팡은 직매입한 국내 뷰티 제품을 파페치 플랫폼에서 해외 고객에게 직접 판매하며, 국내 브랜드는 복잡한 수출 절차 없이 글로벌 시장에 진출할 수 있는 새로운 상생 모델을 갖추게 됐다.



파페치 입점 브랜드 아리얼(Ariul)의 관계자가 대표 제품을 소개하고 있는 모습

◆K-중기, 쿠팡 통해 글로벌 뷰티 시장 공략

쿠팡은 한국의 K-뷰티 브랜드 상품을 중장기적으로 190여 개국 고객에게 선보일 계획이다. 이를 통해 K-뷰티가 가장 많은 국가에 진출한 단일 유통 채널로 자리매김할 것으로 기대된다.

26일부터 국내 주요 10개 K-뷰티 브랜드 제품이 파페치를 통해 해외 판매된다. 전 세계적으로 잘 알려진 △더후 △오희 △빌리프 △숨37 △비디비치를 선보인다. 이번 협업에는 중소·중견기업 JM솔루션·Dr.Different·아리얼·듀이트리·VT코스메틱이 함께해 의미를 더했다. 대기업 브랜드와 나란히 참여한 이들 중소·중견기업은 쿠팡의 유통·물류 인프라를 통해 기존에 진입이 어려웠던 글로벌 시장에 직접 진출할 수 있는 기회를 얻었다.

쿠팡은 내년까지 중소·중견기업 브랜드를 포함해 참여 브랜드를 100여 개로 늘리고, 진출 지역을 유럽과 영어권 국가 등 중장기적으로 190개국으로 확대해 더 많은 중소 뷰티 브랜드가 글로벌 시장에 안착할 수 있도록 지원할 계획이다.

첫 해외 진출 지역은 미국과 영국이다. 글로벌 컨설팅기업 맥킨지(McKinsey)에 따르면 2023년 글로벌 뷰티 시장 규모는 약 4460억 달러로 북미(미국 포함)가 전체 시장의 약 20%를 차지한다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 영국 뷰티 시장은 같은 해 약 187억 달러의 매출을 기록하며 전년 대비 약 7% 성장했다. 두 시장은 파페치 고객의 방문과 구매가 집중된 지역으로, 패션과 뷰티 트렌드를 주도하는 대표 시장으로 꼽힌다.

아리얼 관계자는 “미국과 영국은 K-뷰티 성장에 있어 전략적으로 매우 중요한 시장”이라며 “이번 협업을 통해 현지 고객에게 제품을 소개하게 되어 뜻깊다”고 말했다.



파페치 입점 브랜드 듀이트리(Dewytree)의 관계자가 대표 제품을 선보이고 있는 모습

◆‘K-뷰티’ 전용 코너 개설 물류·통관·CS까지 통합 지원

파페치는 앱 내에 ‘K-뷰티’ 코너를 신설해 한국 브랜드 상품을 소개한다. 현지 고객이 주문하면 쿠팡 물류센터에서 상품을 포장해 파페치의 글로벌 배송망을 통해 평균 3~4일 내 전달한다.

그동안 K-뷰티 수출은 꾸준히 늘었지만, 중소기업들은 해외 진출 과정에서 여러 어려움을 겪어왔다. 국가별 상이한 인증 및 통관 규제, 관세·서류 절차 등 복잡한 수출입 과정, 국제 배송비와 현지 창고 확보 등 물류 비용 부담, 유통망 확보 및 마케팅 파트너 부재, 언어·시차로 인한 고객 서비스(CS) 한계 등이 대표적이다.

쿠팡은 이번 프로젝트를 통해 상품 매입부터 수출입 통관, 해외 배송, CS까지 파페치와 함께 직접 관리한다. 브랜드는 제품 개발과 품질 경쟁력 강화에 집중할 수 있고, 고객은 관세·부가세 포함 결제와 무료 반품 등 간편한 구매 경험을 통해 한국 뷰티 브랜드 제품을 쉽게 만날 수 있다.

듀이트리 관계자는 “쿠팡을 통해 복잡한 절차를 간편하게 처리할 수 있게 되어 해외 진출 부담이 크게 줄었다”며 “이런 지원이 K-뷰티 중소 브랜드의 성장에 큰 도움이 될 것”이라고 말했다.

파페치 관계자는 “파페치는 세계 각지의 고객에게 새로운 브랜드와 카테고리를 소개하는데 강점을 가지고 있다”며 “이번 파트너십은 K-뷰티가 글로벌 시장에서 영향력을 확대하는 계기가 될 것”이라고 말했다.

◆ 글로벌 시너지 본격화 K-뷰티 수출의 새 전환점

전 세계 190여 개국에 고객 기반을 둔 파페치는 발렌시아가, 돌체앤가바나, 페라가모 등 글로벌 럭셔리 브랜드를 판매하는 대표 서비스다. 패션 제품을 구매하는 고객층이 화장품·향수에도 높은 관심을 보이는 만큼, K-뷰티 브랜드에 대한 구매 확산이 이어질 것으로 예상된다.

이번 협업은 K-뷰티 중소 브랜드의 수출 다변화뿐 아니라, 한국 뷰티 산업의 세계화에도 중요한 전환점이 될 전망이다. 식품의약품 안전처(식약처)에 따르면, 지난해 한국 화장품 수출액은 약 102억 달러로 전년 대비 20% 이상 성장했다. 글로벌 시장조사기관들에 따르면 K-뷰티는 향후 꾸준한 성장세를 이어갈 것으로 전망된다. 정부 역시 K-뷰티를 차세대 수출 전략 품목으로 지정하며 지원을 강화하고 있다.

쿠팡은 이번 협업을 통해 이러한 산업 흐름에 발맞춰 국내 브랜드의 수출 비중을 높이고 글로벌 인지도를 강화할 계획이다. 쿠팡 관계자는 “국내 중소 뷰티 브랜드가 세계 고객과 직접 만날 수 있는 통로를 열었다”며 “이번 협업을 시작으로 K-뷰티 브랜드가 글로벌 시장에서 경쟁력을 키워가도록 지속적으로 지원하겠다”고 말했다.