

청량리시장부터 시작된 변화, 쿠팡이츠 ‘우리동네 전통시장’

2026. 3. 24.



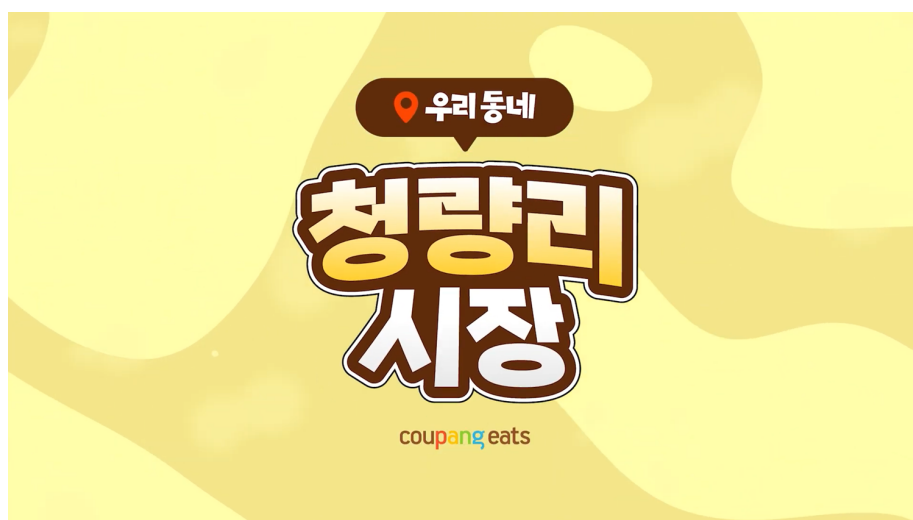
온라인 주문과 배달이 일상이 된 시대, 디지털 전환은 전통시장 상인들에게 고객 접점을 넓히고 새로운 판로를 만드는 중요한 과제이자 기회가 되고 있습니다. 이러한 변화에 발맞춰 지난 3월, 쿠팡이츠가 ‘우리동네 전통시장’ 기획전을 선보였습니다. 전통시장의 우수한 상품을 더 많은 고객에게 알리고, 지역 상권 활성화에 기여하기 위해 시작된 이번 기획전은 청량리시장을 시작으로 점차 확대될 계획입니다.

지역경제의 거점, 전통시장과 온라인을 잇다



쿠팡은 전통시장의 디지털 전환을 꾸준히 지원해 왔습니다. 지난해 쿠팡과 쿠팡이츠서비스(CES)는 전국상인연합회와 전통시장 상생협약을 체결하고, 친환경 포장용기 지원, 온라인 판매 전략 컨설팅, 전문가 사진 촬영 지원 등 실질적인 지원을 단계적으로 확대해 왔는데요. 올해 1월부터는 청량리종합시장 상인들을 대상으로 온라인 판매 역량 강화 프로그램도 시작했습니다.

이러한 지원의 연장선에서, 쿠팡이츠는 청량리시장을 '우리동네 전통시장' 기획전의 첫 대상지로 선정하고 전통시장의 우수한 상품을 더 많은 고객에게 알리며 시장 상권 활성화에 힘을 보태고 있습니다.



청량리종합시장은 1960년대 초 개장한 서울시 1호 종합시장으로, 서울 동북권을 대표하는 전통시장입니다. 다양한 먹거리 골목과 장보기 점포가 모여 있는 이곳은 오랜 시간 지역 주민의 생활과 지역경제를 지탱해 온 공간이기도 합니다. 쿠팡이츠는 오랜 역사와 상징성을 지닌 청량리시장을 '우리동네 전통시장' 기획전의 첫 대상지로 선정했습니다.

이번 기획전에서는 청량리시장의 대표 명소인 통닭 골목과 족발·보쌈 골목, 순대국·해장국 골목 등 주요 맛집뿐만 아니라 신규 입점 매장들까지 쿠팡이츠 앱에서 한눈에 살펴볼 수 있도록 구성했습니다. 또한, 반찬, 과일·채소, 제철 수산물 등 장보기 매장도 함께 소개해 시장 전체의 매력을 보다 폭넓게 조명한 점이 특징입니다. 와우회원 대상 선착순 할인 쿠폰도 제공됩니다.



쿠팡이츠는 청량리시장 홍보 영상과 대표 매장 4곳의 콘텐츠를 제작해 상인들에게 무상 제공했는데요. 쿠팡이츠는 시장 전체를 소개하는 영상부터 점포별 특색을 담은 영상까지 다채로운 관점에서 여러 영상을 제작하였고, 청량리 시장의 상인들이 그 영상들을 자유롭게 활용할 수 있도록 지원했습니다.

상인들이 체감한 변화, 온라인이 만든 새로운 기회

청량리 경동시장에서 23년째 한식집을 운영하고 있는 ‘윤가네’는 홀 중심으로 매장을 운영해온 만큼, 배달을 시작하기 전에는 주문에 빠르게 대응할 수 있을지, 또 음식이 식지 않고 제맛 그대로 전달될 수 있을지에 대한 걱정이 컸습니다. 하지만 윤가네 사장님은 “쿠팡이츠가 고객 불편에도 빠르게 대응해주고, 배달 속도도 빨라 안심이 된다”며, 배달 운영에 대한 부담을 덜 수 있었다고 전했습니다.

가마솥 국물 요리를 선보이는 ‘솔국’ 역시 배달을 통해 새로운 고객과 만나고 있습니다. 솔국 사장님은 “배달로 먼저 음식을 접한 손님이 맛있어서 직접 매장에 방문한 경우도 있었고, 반대로 매장을 찾았던 손님이 이후 배달로 다시 주문한 경우도 있었다”고 말하며, 온라인과 오프라인을 오가는 고객 접점이 자연스럽게 넓어지고 있다고 전했습니다.

청량리 전통시장 골목에서 20년간 가게를 운영한 ‘고향족발’ 역시 변화의 흐름을 체감했습니다. 고향족발 사장님은 “우리와 온라인 배달은 전혀 상관이 없다고 생각했고, 시작할 때도 잘 될지 반신반의했다”고 돌아보며, “막상 쿠팡이츠를 통해 온라인 배달 서비스를 시작해 보니 사람들의 반응이 뜨거웠고, 손님들이 남긴 리뷰에 댓글을 달아드리는 것이 하루 일과의 마무리가 될 정도였다”고 전했습니다.

청량리 전통시장은 단지하나의 상권을 넘어 지역의 역사와 사람들의 일상이 축적된 공간입니다. 쿠팡이츠는 청량리시장을 시작으로, 전통시장의 고유한 매력과 경쟁력이 온라인에서도 이어질 수 있도록, 지원을 확대해 나갈 계획입니다.

취재 문의 media@coupang.com