

[보도자료] 노점에서 쿠팡 만나 매출 100억 원대 중소기업으로 전통 수산시장 상인 '디지털 전환' 빨라진다

2026. 4. 26.



박동은 해맑은푸드 대표가 판매 상품을 들고 있는 모습

- 부산·여수·노량진 등 수산시장 상인 입점 가속화
- 쿠팡 직거래로 매출 100억원대 중소기업으로 발돋움한 시장 상인들
- 산지특성 살린 맞춤형 상품 개발 성공 대규모 공장 확대·고용 뛰어

2026. 04. 26. 서울 - 전통 수산 시장 상인들이 쿠팡을 만나 매출 100억 원대 중소기업으로 발돋움하는 사례가 늘어나면서 전국 시장 곳곳에서 작은 수산업체들의 쿠팡 입점이 잇따르고 있다. 복잡한 유통시장 구조 속 수익성 저하와 디지털 역량 부족, 전통적인 대면 영업 관행으로 어려움을 겪던 업체들이 쿠팡을 새로운 성장 엔진으로 삼아 전국으로 온라인 판로를 확대하며 새롭게 도약하고 있다.

◇ 복잡한 도매 비즈니스 딛고 쿠팡 직거래로 성장



해맑은푸드 상품 이미지

26일 쿠팡에 따르면, 전국 주요 수산시장이나 항구에서 멸치·갈치·꽃게·건어물 등을 주력으로 삼은 소상공인 가게들의 로켓프레시 입점업체 수가 10곳으로 늘었다. 부산 자갈치 시장, 여수 수산시장, 제주도·노량진·진도 등에 있는 가게들이다. 이들은 시장에서 일반 소비자 대상 대면 영업과 도매시장 중매인 유통을 병행해왔던 경우가 많다.

쿠팡 수산팀 관계자는 “경기침체와 판로 부진, 복잡한 유통구조에서 수익성 저하 등 이유로 산지직송 등 직거래를 기반으로 재도약 하려는 시장 상인들이 점차 늘고 있다”고 말했다. 생산자 몫의 소득이 줄어드는 산지 → 도매 → 중도매인 → 소매(수산시장 등)로 이어지는 기업간 거래(B2B)의 중간 유통구조 비즈니스를 탈피하고, 복잡한 유통단계를 없앤 쿠팡 직거래로 전국 소비자 판매를 크게 키우고 있다는 설명이다.

대표적으로 부산 감천항의 ‘명보씨푸드’는 직원의 30% 이상이 새벽배송 업무만 전담하는 등, 매출이 최근 수년간 수배 이상 뛰었다. 노량진 수산시장에서 20년 간 업을 이어오다가 지난해 말 쿠팡에 입점한 김명식 ‘굿모닝씨푸드’ 대표는 쿠팡 BM들의 컨설팅 덕에 초기 120팩 정도 판매되던 생선회 상품이 최근 650팩 정도로 5.4배 뛰었다고 한다. 판매량이 점점 늘어나며 추가 채용을 고려하고 있다. 이들 수산시장 소상공인 거래액이 쿠팡 전체 수산물 새벽배송에서 차지하는 비중은 최근 17% 수준으로 늘어났다.

◇대규모 공장 짓고 어엿한 기업 변신 쿠팡 “소상공인 적극 발굴 확대”



주식회사 주일 직원들이 작업장에서 일하는 모습

수산시장 가게들이 점차 입점을 늘리는 데는 디지털 전환에 성공한 수산물 가게들이 늘고 있다는 점도 크게 작용하고 있다.

2012년 가락시장의 작은 건어물가게에서 시작한 '해맑은푸드'는 로켓배송에 처음 입점한 2015년 매출 4000여 만 원에서 10년 만인 지난해 160억원을 넘어섰다. 쿠팡에서 새벽배송으로 간편하게 먹을 수 있는 '조미오징어' '마른 오징어' '오다리' 등 상품을 개발했다. 박동은 해맑은푸드 대표는 "10년간 약 400배 넘는 성장을 거두며 직원 수도 10배 늘었고, 1600평 규모의 첨단 현대식 생산 공장을 갖추게 됐다"며 "뛰어난 제품만 있으면 대기업과 경쟁하면서 성장할 수 있는 쿠팡에서 전통적인 유통 방식을 극복했다"고 말했다.

1976년 서울 중부시장에서 수산물 노점으로 시작한 '주식회사 주일'은 2018년 쿠팡에 입점했다. 원물을 대용량으로 오프라인에서 팔던 전략에서 탈피, 소포장 및 브랜드 전략을 강화했다. 부친이 운영하던 가게를 쿠팡 새벽배송으로 확대한 김대영 대표는 "'금일도' '완도' 등 산지 특성을 살린 해조류 상품 외에도 1인가구 등 젊은 고객을 끌 수 있는 각종 가공식품을 개발했다. 입점 첫 달 약 2000만 원 매출이 현재 월 9~10억 원 규모로 크게 늘었다"며 "1300평 규모의 공장으로 사업을 확장했고, 직원도 2배 이상 늘어났다"고 말했다.



주식회사 주일 상품 이미지

쿠팡은 “수산물 산지직송 매입 규모는 2024년 1500여톤에서 지난해 1870여톤으로 크게 늘었다. 경남 남해군과 제주도, 전남 신안·완도·영광, 동해안 일대 등으로 신규 산지를 확대하고 있다”고 했다.

쿠팡은 그동안 수산업종을 포함, 여러 지지자체 등과 손을 잡고 소상공인의 입점과 디지털 전환을 확대해왔다. 지난해 9월엔 전라남도상인연합회·전라남도청과 손을 잡고 해남·영광 등 4개군의 7개 시장(보성향토시장·굴비골영광시장 등)지역 전통시장 상인 판매 기획전을 열었고, 50년 전통의 마산시장과 상인들의 디지털 전환 지원, 상품 경쟁력 강화 컨설팅 등을 실시한 바 있다.

쿠팡 관계자는 “전통시장 업종에 종사하는 소상공인들을 적극 발굴해 로켓배송, 로켓프레시를 통해 판로 확대와 동반성장, 디지털 전환에 최우선 노력을 기울일 것”이라고 말했다.

취재 문의 media@coupang.com