

[보도자료] 쿠팡 마켓플레이스 입점 소상공인 2분기 판매 전년 동기 대비 87% 성장

2021. 8. 12.



2021. 8. 12 서울 — 쿠팡은 쿠팡 마켓플레이스에 입점해 쿠팡과 거래하는 소상공인들의 올해 2분기 판매가 전년 동기 대비 87% 성장했다고 발표했다. 반면 한국신용데이터(KCD)에 따르면 전국 소상공인들의 전체 오프라인 매출은 7% 하락했다.

이 같은 견실한 성장은 쿠팡 비즈니스의 필수적인 부분을 차지하는 소상공인들을 쿠팡이 적극적으로 지원한 것에서 비롯되었다. 쿠팡에서 비즈니스를 운영하는 수십만 소상공인들은 쿠팡 전체 판매자의 80%를 차지한다. 쿠팡은 소상공인들의 성공을 뒷받침하기 위해 초기 적응 지원 및 교육을 제공하고, 마케팅 및 행사 활동 등을 지원하며 이들의 비즈니스 성장을 돕고있다.

쿠팡은 정부 및 지자체와 협력하여 올해에만 약 3억5천만 달러를 국내 소상공인 지원에 투자했다. 이러한 투자는 지난 3월 미국 증시 상장을 통해 조달한 자금을 한국 경제 지원에 사용하겠다는 약속의 일환이다. 쿠팡은 2021년 상반기 미국에서 한국에 투자한 전체 직접 투자 자본의 43%를 차지했는데, 이 투자자금의 상당 부분이 소상공인과 지역 경제를 지원하는데 집중되었다.

물티슈 제조업체 순수 코리아 양철식 대표는 “쿠팡과의 협업이 일자리를 창출하는데 도움이 되었다”며 “쿠팡과 함께 일한 지난 5년 동안 회사 매출이 9배 성장했고 직원 수는 4 배로 늘었다”고 말했다. 양 대표는 특히 코로나19 팬데믹 동안 쿠팡의 지원에 감사하며, 회사가 위기에서 회복할 수 있었던 것은 바로 이런 목적을 달성하기 위해 만들어진 쿠팡의 프로그램 덕분이라고 덧붙였다.

작년 코로나19 팬데믹 여파로 소상공인은 유난히 큰 타격을 받았으며 특히 지방은 더욱 큰 어려움을 겪었다. 쿠팡은 이런 상황에 맞서 7개 지역 및 도시와 함께 침체된 지역 경제를 살리고자 ‘힘내요 대한민국’ 캠페인을 시작하는 등 소상공인 지원을 위한 노력에 집중했다. 쿠팡은 ‘힘내요 대한민국’ 캠페인에 수백만 달러를 할당해 해당 지역의 소상공인이 쿠팡에 입점하고 제품을 홍보할 수 있도록 도왔다. 그 결과, 해당 캠페인을 통해 쿠팡에 입점한 기업의 매출은 2020년 하반기에 전년 동기 대비 121% 성장했으며, 이는 쿠팡에 입점한 전체 소상공인의 성장세를 훨씬 웃도는 수준이다.

식품 제조업체 시아스의 대표 최진철 씨는 “작년은 정말 기적과도 같았다”고 말했다. 시아스의 매출은 코로나 팬데믹 이후 급감했지만, 쿠팡의 신선식품 배송 서비스인 로켓 프레시에 입점한 후 매출은 전년 동기 대비 388% 증가했다. 이 외에도 순수 코리아는 ‘힘내요 대한민국’ 캠페인에 참여한 후 전년 동기 대비 매출이 584% 증가했다.

박대준 쿠팡 신사업부문 대표는 “쿠팡의 로켓배송 서비스로 판매되는 제품의 절반 이상이 소상공인의 상품이기에 쿠팡의 생태계에서 소상공인은 필수적인 존재다”라며 “쿠팡은 거대한 엔드 투 엔드 물류 네트워크와 최첨단 기술로 소상공인이 훌륭한 상품으로 전국 수백만의 고객에게 다가갈 수 있도록 돕고, 소상공인의 성장을 지원할 뿐만 아니라 동시에 고객에게 더 나은 쇼핑 경험을 제공하며 놀라움을 선사하고 있다. 상장을 통해 조달한 자금을 계속 투자해 고객과 소상공인 모두에게 전에 없던 차별화된 경험을

안겨 줄 것 ”이라고 말했다.

쿠팡에 대하여

쿠팡은 아시아 최대 이커머스 기업 중 하나로, 고객의 삶을 혁신적으로 개선하여 사람들이 “쿠팡 없이 어떻게 살았을까”라고 생각하는 세상을 만드는 것을 미션으로 삼고 있다. 쿠팡은 식료품 및 일반 공산품에 대한 당일 및 익일 새벽 배송, 쿠팡이츠를 통한 음식 배달, 쿠팡플레이를 통한 비디오 스트리밍 등을 포함한 다양한 서비스를 제공하고 있다. 쿠팡은 베이징, 로스앤젤레스, 시애틀, 서울, 싱가포르, 상하이, 실리콘밸리, 타이베이, 도쿄에 사무실을 두고 있다.

[English Press Release Link](#)

취재 문의 media@coupang.com