

# 쿠팡, 분기 최대 매출에도 '비상'... 1년만에 영업손실 90% ↑

3분기 매출 5.4조... 전년비 48% ↑  
영업손실 3560억, 적자 폭 증가  
활성고객 감소에 시장 우려 커져



김범석 쿠팡 창업자는 12일(미국 현지시간) 컨퍼런스콜에서 "3분기 한국 내 코로나19 감염 사례가 증가하고 규제가 강화해 추가 인건비 및 운영비에 9500만달러(1121억원)을 투자했다"고 영업손실 사유를 설명했다.

쿠팡의 매출 성장세가 폭발적이지만, 이와 동시에 적자폭도 줄어들지 않고 있다. 활성 고객(구매 경험 고객) 수도 3개월 사이 20만명이 감소했다. 큰 적자폭과 활성고객 수의 첫 감소 등을 두고 쿠팡의 '규모의 경제를 통한 계획적 적자'에 대한 우려가 커지고 있다.

16일 업계에 따르면 쿠팡은 3분기 매출액 5억4471만달러(약 5조4784억원)를 기록하며 역대 최고 분기 매출을 경신했다. 전년 동기 대비 48% 늘어난 수치다.

그러나 영업손실은 전년 동기 대비 90% 증가한 3억1511만달러(약 3560억원)를 기록했다. 전분기 영업손실 규모는 5억1493만달러로 적자폭은 감소했으나 전분기 터핑 화재 사건 손실액(2억9500만달러·3425억원)이 반영된 까닭에 전분기와 비교하기는 어렵다. 오히려 실질적인 적자 폭은 늘었다는 해석이 우세하다.

## ◆쿠팡 "적자 늘었지만 미래 위한 투자"

쿠팡 측은 영업적자를 코로나19에 따른 운영 변화와 대대적인 투자에서 원인을 찾고 심각하게 보지 않는 분위기다. 실제 역량을 감안하면 매출을 더 끌어올릴 수 있다는 태도다.

김범석 쿠팡 창업자는 12일 미국 현지 컨퍼런스콜에서 고객 만족을 최대로

끌어올리기 위해 주문처리 능력(캐파)에 도달할 경우 주문을 받지 않는 방식으로 매출의 5% 가량을 일부러 포기하고 있다고 설명했다.

또 김 창업자는 "3분기 한국 내 코로나19 감염 사례가 증가하고 규제가 강화해 추가 인건비 및 운영비에 9500만달러(약 1121억원)를 투자했다"며 앞서 터핑 물류센터의 화재 소실과 코로나19로 인한 인력 고용의 어려움이 주문처리 능력 저하를 가져와 적자 폭을 키웠다고 설명했다.

쿠팡은 대대적인 물류 투자에 따른 가시적인 성과가 나타나는 시점을 내년 말로 예상하고 있다. 쿠팡은 올초부터 신선식품 사업인 로켓프레시 풀필먼트 센터 인프라 확충에 힘써 1~3분기 중 전년도 말 대비 센터수가 약 90% 증가하는 데 성공했다. 연말에는 연간 100% 확장을 목표로 하는 것으로 알려졌다.

로켓프레시 풀필먼트센터 확장을 포함해 이번 3분기 시설투자 쓴 비용은 5

억600만달러(약 5900억원)에 달한다. 이는 전년 동기 대비 60.5% 늘어난 수치다. 내년에는 그동안 쓴 총 투자비의 절반 가량을 추가로 설비투자에 쓸 예정이다. 쿠팡은 향후 부산 등 전국 10개 지역에 새 물류 센터를 내는 데에만 1조5000억원을 지출할 것으로 알려졌다.

## ◆활성고객 감소, 커지는 우려

그러나 감소한 활성고객 수는 쿠팡에서 나온 그간의 잡음이 드러난 것 아니냐는 우려가 이는 수준이다. 1인당 평균 구매액이 늘고 쿠팡플레이 등 신사업을 통해 매출액은 커졌으나 정작 활성구매 고객 수는 크게 떨어졌다. 활성고객은 쿠팡에서 1회 이상 구매한 이력이 있는 고객으로 지난 6월말 1702만명에 달하던 활성고객은 9월 말 기준 1682만명으로 20만명이 줄어들었다. 고객 데이터 공개 시작 후 처음 활성 고객 수가 줄었다.

업계 관계자들은 이 같은 활성고객 수 감소를 경쟁사 성장에서 찾고 있다. '로켓배송' 서비스가 굳건한 충성고객

층을 확보해 했지만 유사한 새벽 배송 서비스들이 계속 등장하면서 굳이 쿠팡을 쓰지 않아도 된다는 인식이 생겼다는 것이다.

신세계그룹 SSG닷컴(이마트)는 지난 15일 이베이코리아 인수를 성공적으로 마무리해 거래액 기준 시장점유율에서 쿠팡을 제치고 2위에 올라섰다. 신세계는 향후 4년간 1조원 이상을 온라인 풀필먼트 센터에 집중 투자할 방침이며 이미 확보한 오프라인 거점을 물류 전진기지도 적극 활용할 방침이다. SSG닷컴과 손을 잡은 네이버쇼핑은 초저가 수수료를 내세우며 빠른 거래액 성장을 보이고 있다. 11번가 또한 직구족이 계속해서 늘어나는 것을 감안해 글로벌 스토어 아마존을 론칭하고 타사와는 다른 전략을 취하고 있다.

익명을 요구한 업계 관계자는 "여전히 새벽배송 측면에서 본다면 쿠팡이 압도적인 위치에 놓인 게 사실이지만, 기업 호감도 측면에서 본다면 또 이야기가 달라지는 측면이 있다"고 설명했다.

빅데이터뉴스가 지난 16일 발표한 7개 오픈마켓의 빅데이터 자체 분석에 따르면 정보량 순에서는 쿠팡이 41만6202건에 달하는 포스팅 수를 기록하며 1위를 차지했다. 문제는 호감도다. 쿠팡의 순호감도는 조사대상 7개 업체(쿠팡·G마켓·위메프·티몬·인터파크·11번가·옥션 등)의 평균 순호감도 30.96%의 절반 수준인 18.42%에 불과하다. 순호감도 6위를 기록한 옥션이 28.89%를 기록한 것과 비교해도 10% 이상 차이가 난다.

실제로 쿠팡은 지난 6월 터핑물류센

터 화재사고 후 안전불감증과 책임회피, 노동권 침해 등 논란에 휩싸이며 불매운동이 일어났다. 당시 모바일 빅데이터 플랫폼 모바일인덱스의 분석에 따르면 쿠팡의 일사용자수(DAU)는 화재 사고 전 1000만명 대였으나 직후 800만명 밑으로 떨어졌다가 7월 900만명을 회복했다.

반면 계절적인 측면을 고려해야 한다는 주장도 있다. 1·2분기는 이커머스 업계에서는 성수기로 보고 3분기는 비수기로 보는 측면이 있다. 쿠팡 관계자는 "전년 동기 대비 활성고객이 20% 이상 증가했다"고 설명했다. 쿠팡에 따르면 활성 고객 수는 15개분기 연속 성장했으며 3분기 6개 카테고리에서 물건을 구매한 활성 고객 수는 2019년에 비해 2배 이상 증가했다.

또 다른 유통업계 관계자는 "업계는 쿠팡이 과점을 통한 흑자 전환을 꾀하는 것으로 추측한다"며 "풀필먼트센터 확충은 시장 장악을 위한 중요한 키 중 하나이기 때문에 물류설비 투자에 공격적인 쿠팡의 행보는 확실히 하나의 목표를 두고 질주하는 느낌을 주는 게 사실"이라고 말했다.

이어 "물류 인프라 확충은 초기 비용이 워낙 크고 장기간에 걸쳐 마련돼 당장 성공 가능성에 대해 말할 수는 없을 것 같다"면서도 "이미 오프라인 유통망에 전진기지로 활용하겠다고 선언한 유통 대기업들이 있는데 이들의 싸움에서 어떻게 승리하느냐가 성공의 열쇠가 될 것"이라고 전망했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## 대한항공, 베트남서 아시아나 기업결합 승인

### 아시아나 인수·통합 절차 탄력 "조속한 시일 내 인수절차 마무리"

대한항공이 베트남에서 아시아나항공과의 기업결합 승인을 받았다. 인수 및 통합의 필수 선행조건인 기업결합심사가 진행되고 있어서 통합절차에 탄력이 붙을 전망이다.

16일 대한항공에 따르면 최근 필수 신고국가인 베트남 경쟁당국으로부터 아시아나항공 인수와 관련한 기업결합 승인을 받았다.

베트남 산업통상부는 승인결정문을 통해 대한항공의 아시아나항공 인수·합병은 베트남 경쟁법상 금지되는 거래가 아니며, 향후 베트남 경쟁법 규정을 준수해달라고 밝혔다.

대한항공은 올해 1월14일 9개 필수 신고국가 경쟁당국에 기업결합신고를

진행한 이래 터키, 대만, 베트남 경쟁당국의 기업결합심사를 통과했다. 태국도 기업결합 사전심사 대상이 아님을 통보 받은 바 있다. 또 임의 신고·승인 국가 중에서는 필리핀과 말레이시아에서 승인을 받았고 영국·호주·싱가포르 등에서 진행 중이다.

대한항공은 ▲대한민국 ▲미국 ▲EU ▲중국 ▲일본 등 나머지 필수신고국가 경쟁당국의 추가 요청사항에 적극 협조하면서 승인을 기다리고 있으며, 조속한 시일 내에 절차를 마무리해 아시아나항공 인수 절차를 마친다는 계획이다.

하지만 여전히 넘어야 할 산은 많다. 대한항공은 필수신고국가 가운데 우리나라를 포함해 미국과 유럽연합(EU), 중국, 일본 등 주요 국가의 승인이 남았다.

현재 심사가 진행 중인 국가들에서 양사의 국제선 중복노선에 경쟁제한 소지가 있다는 부정적 시각이 존재한다. 양사의 국제선 기준 67개 노선이 중복되는데, 통합 시 점유율이 크게 높아진다는 것이다.

공정거래위원회에 따르면 미국 로스앤젤레스(LA), 뉴욕, 시카고, 바르셀로나, 시드니 등 7개 노선의 양사 점유율은 100%에 달한다.

이에 대한항공은 인천국제공항에서 아시아나항공과의 통합여객 슬롯(시간당 항공기 도착 횟수) 점유율이 38%에 불과해 독과점 우려가 없다는 입장이다.

/양성운 기자 ysw@



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

## 코트라, 日서 K-소비재 온·오프 판촉전

이달 말까지 도쿄·나고야서 판매 지원

코트라(KOTRA)가 한국 문화에 관심이 높은 일본 MZ세대 공략을 통해 K-소비재 판매에 힘을 실는다.

코트라는 대한민국 쇼핑주간 '2021 코리아세일페스타'와 연계해, 이달 말까지 일본 도쿄와 나고야에서 한국 소비재기업 80여 개사의 500여 개 제품을 알리기 위한 온·오프라인 판촉전을 개최한다고 16일 밝혔다.

코트라는 비대면 환경에서 즐길 거리를 찾는 일본 MZ세대에 주목해, 젊은 소비자들이 SNS(소셜미디어)를 통해 온라인과 오프라인을 오가는 소비 경험을 할 수 있도록 판촉전을 구성했다고 설명했다.



KOTRA가 이달 말까지 일본에서 한국 소비재를 알리기 위해 'K-Food & Beauty 판촉전'을 개최한다.

이번 판촉전은 온라인과 오프라인에서 동시에 진행되며, 온라인은 현지 유명 온라인 유통 플랫폼인 라쿠텐(Rakuten)·아마존(Amazon)·코레아주(Korea Aju)에서, 오프라인은 도쿄마루이(MARUUI) 등 MZ세대 소비자들이 즐겨찾는 대형 쇼핑몰에서 열린다.

/양성운 기자

## 티맥스소프트, 사업다각화 성과... 영업이익 ↑

3분기 매출 260억... 전년비 27% ↑

티맥스소프트가 사업 다각화 성과에 힘입어 매출과 영업이익 모두 크게 성장한 성적표를 받았다.

티맥스소프트는 2021년 3분기 공시를 통해 매출은 전년 동기 대비 26.99% 성장한 260억원, 영업이익은 90.70% 성장한 117억원의 실적을 달성했다고 16일 밝혔다.

올해 3분기까지의 누적 성과도 매출은 전년 대비 22.72% 성장한 705억원, 영업이익은 60.94% 성장한 238억원을 기록했다. 지금까지의 추세를 기반으로 4분기도 큰 폭의 성장이 예상되기에 올해 연간 실적도 회사 설립 이래 가장 큰 성과를 달성할 것으로 기대된다.

/강준혁 기자 junhyuk@

## 한국엔컴퍼니, 3분기 매출·영업익 상승

한국타이어엔테크놀로지 지주회사 한국엔컴퍼니는 연결 재무제표 기준 3분기 영업이익이 663억원으로, 전년 동기 대비 10% 증가했다고 16일 공시했다. 3분기 매출은 2439억원으로, 10.4% 증가세를 나타냈다.

지난 4월 한국아트라라스비엑스와 합병해 사업형 지주회사로 새롭게 출범한

한국엔컴퍼니는 그룹의 미래 성장 포트폴리오 'S.T.R.E.A.M'을 발표, 핵심사업 경쟁력 강화와 신성장 동력 확보를 위해 다양한 노력을 기울이고 있다.

한국엔컴퍼니는 "앞으로도 미래 경쟁력 강화를 위해 핵심사업 및 신규 사업 발굴을 위한 투자를 주도해 나갈 계획"이라고 밝혔다.

/양성운 기자