

# 쿠팡, 3분기 매출 10.7조 '분기 최대실적'... "아직 멀었다"

영업익 전년비 29% 증가 1481억 성장 핵심으로 '와우 멤버십' 꼽아 회원의 주문빈도 비회원의 9배 프로덕트 커머스 활성고객 11% ↑

쿠팡이 2024년 3분기에 약 10조6900억원의 매출을 기록하며 분기 최대 실적을 달성했다.

쿠팡의 모기업인 쿠팡Inc가 6일 미국 증권거래위원회(SEC)에 제출한 실적 보고서에 따르면 쿠팡의 올해 3분기 매출액은 10조6900억원으로 전년 동기 대비 32% 증가했다. 명품 플랫폼 '파페치'의 매출(5966억원)을 제외한 매출은 10조934억원으로 전년 대비 25% 성장했다.

특히 쿠팡은 지난 2021년 뉴욕증시 상장 이후 올 3분기까지 공시한 15번의 분기 실적 중 지난해 3분기를 제외한 모든 분기에서 20% 이상의 매출 성장률을 달성했다.

영업이익은 전년 동기 대비 29% 증가한 1481억원으로, 전분기 대비 흑자 전환에 성공했다. 당기순이익은 869억



쿠팡 건물 외경. /뉴스시

원으로 전년 대비 27% 감소했으나 전 분기 대비해서는 흑자 전환을 이뤘다.

김범석 쿠팡Inc 의장 겸 창업자는 이날 3분기 실적 컨퍼런스콜에서 유료 회원제인 '와우 멤버십'을 성장의 핵심 요인으로 꼽았다.

김 의장은 "기존 충성고객의 지출 확대와 무료 로켓배송, 새벽·당일 배송, 무료반품, 쿠팡이츠 무료배달, 쿠팡플레이 무료시청 등 와우 멤버십 혜택과 가치를 누리는 회원이 늘고 있다"며

"와우 회원의 주문 빈도가 비회원 고객의 9배에 달할 정도로 높은 참여도를 보이고 있으며 가장 오래된 와우 회원은 신규 와우 회원보다 평균 2.5배 많은 지출을 하고 있다"고 밝혔다.

그러면서 최근 출시한 럭셔리 뷰티 버티컬 서비스 'R.LUX(알렉스)'를 언급하며 더 많은 서비스를 제공할 계획이라고 덧붙였다.

로켓배송·로켓프레시·로켓크로스·마켓플레이스 등 쿠팡의 주력 사업인

'프로덕트 커머스' 부문의 활성고객(쿠팡에서 한번이라도 제품을 구매한 고객)은 2250만명으로 전년 동기(2020만명)보다 11% 증가했다.

세부적으로 살펴보면, 프로덕트 커머스 고객의 1인당 매출은 43만2160원으로 전년 대비 8%, 프로덕트 커머스 분야의 3분기 매출은 9조3650억원으로 전년 대비 20% 증가했다.

김 의장은 "프로덕트 커머스 활성고객은 기존 고객의 지출 확대에 힘입어 11% 성장했다"면서 "거대한 커머스 시장에서 우리가 차지한 부분은 여전히 일부에 불과하며, 더 많은 성장 기회와 가능성이 있다고 본다"고 덧붙였다.

한편, 대만·쿠팡이츠·파페치·쿠팡플레이 등 '성장사업' 부문의 3분기 매출은 1조3250억원으로 전년 대비 35% 성장했다. 특히 쿠팡이츠와 대만 사업에 대해서 탁월한 서비스와 가치를 경험한 이츠 고객의 열렬한 반응에 고무적이며, 대만에서는 더 많은 브랜드와 직접 파트너십을 맺어 선택의 폭을 넓히고 있다고 전했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr



## CJ제일제당 비비고 닭갈비·간장찜닭 출시

CJ제일제당은 별도의 재료 준비 없이 하나의 제품만으로 일품요리를 즐길 수 있는 '비비고 메인요리' 2종을 출시한다고 6일 밝혔다. 국물요리와 전골에 이어 볶음, 찜을 포함한 일품요리까지 선보이면서 냉동 간편식(HMR) 카테고리 성장에 더욱 주력할 방침이다.

이번에 출시한 '비비고 춘천식 철판 닭갈비'와 '비비고 안동식 간장찜닭(사진)'은 비비고만의 노하우와 기술로 전문점 수준의 차별화된 맛 품질을 구현해냈다. 엄선한 닭다리살을 특허 받은 마리네이드(고기나 생선을 조리하기 전에 맛을 들어가거나 부드럽게 하기 위해 재워두는 액체)로 저온숙성해 닭고기 특유의 잡내를 없애고 육즙과 부드러운 식감은 그대로 살렸다.

여기에 양배추, 양파, 대파 등 다양한 야채와 필수 토핑 재료인 떡사리, 당면사리 등을 한 팩에 담아내 재료 준비와 조리의 번거로움을 덜어냈다. 해동한 제품을 팬에 7분만 조리하면 집에서 즐길 수 있는 완벽한 메인 요리가 된다.

/신원선 기자 tree6834@

# 롯데마트·슈퍼, 온·오프라인 통합 리테일 청사진 소개

'2025 파트너스데이' 개최 파트너사 70여곳 CEO·임원 참여 부산 CFC 2026년 1분기 완공·가동

롯데마트와 슈퍼가 파트너사 초청 간담회 '2025 롯데마트&롯데슈퍼 파트너스데이'를 개최하고 향후 온·오프라인 통합 리테일 기업으로서의 청사진을 소개했다고 6일 밝혔다. 행사에는 총 70여 파트너사 최고경영자(CEO)와 담당 임원 등이 자리했다.

롯데마트·슈퍼에 따르면 지난 5일 서울 롯데월드타워에서 열린 '파트너스데이'는 상호 간 굳건한 협력 관계를 유지하고, 지속 가능한 동반 성장 체계를 확립하고자 마련한 파트너사 초청 행사다.

올해는 ▲신선·델리 ▲가공·일상 ▲주류 ▲PB ▲생활잡화 5개 부문으로 파트너사를 구분해 5회차에 걸쳐 진행됐다.



강성현 롯데마트·슈퍼 대표(왼쪽 세 번째)와 파트너사 대표 및 임원 관계자들이 지난 5일 서울 롯데월드 타워에서 진행된 '2025 롯데마트&롯데슈퍼 파트너스 데이'에 참여해 기념 사진을 촬영하고 있다. /롯데마트·슈퍼

행사를 주관한 강성현 롯데마트·슈퍼 대표이사는 파트너스 데이를 통해 롯데마트와 슈퍼의 내년도 새로운 성장 비전과 전략을 공유했다.

특히 롯데마트·슈퍼는 온라인 사업에 집중한다는 포부를 밝혔다. 오는 2025년부터 ▲온라인 식품점 신사업과 ▲전문 데이터 제공을 통한 파트너사

협업 강화를 통해 온-오프라인 통합 리테일 기업으로서 식료품 시장 선도에 나선다는 방침이다.

먼저, 온라인 식료품 사업의 시작을 알리는 차세대 e그로서리 앱 '롯데마트 제타'를 내년 상반기 선보인다.

또한 최첨단 자동화 물류센터인 '부산 고객 풀필먼트 센터(CFC)'를 오는

2026년 1분기에 완공하고 온라인 식품점 신사업을 본격 가동한다. 이후 2032년까지 이 같은 최첨단 자동화 물류센터를 전국에 6곳으로 확대할 계획이라는 게 롯데마트 슈퍼 측 설명이다.

롯데마트·슈퍼는 파트너사에 고객 및 판매 데이터를 입체적으로 분석할 수 있는 '닐슨 액티베이트' 경영 분석 도구도 제공한다. '닐슨 액티베이트'는 소비자 인사이트 데이터 분석 기업 닐슨아이큐(NIQ)가 운영하는 데이터 경영 분석 도구로, 다양한 성과 지표와의 사결정에 필요한 자료를 지원한다.

기존 오프라인 사업도 대폭 강화한다. 롯데마트·슈퍼는 롯데마트 구리점, 천호점을 포함, 오프라인 매장을 신규 출점한다. 이 외에도 식료품 전문매장과 소형뿐 아니라 여가와 오락, 휴식을 동시에 즐길 수 있는 몰링형 매장 점포도 확대한다는 게 롯데마트 슈퍼 측 설명이다.

/안재선 기자

## 신세계, G마켓·옥션과 '상생페스티벌'

중소기업·마을기업 판매자 지원

신세계그룹의 e커머스 플랫폼 G마켓이 옥션과 함께 '상생페스티벌 베스트상품전'을 통해 G마켓과 국가기관이 인증한 인기 상품을 할인가에 판매한다고 6일 밝혔다. 행사는 이달 10일까지 열린다.

G마켓에 따르면 '상생페스티벌'은 전국 생산자, 중소기업, 마을기업 판매자의 판로 확대와 신성장 동력 및 경쟁력 확보를 위해 G마켓이 2009년부터 주최해 온 국내 대표 온라인 박람회다.

행정안전부, 농림축산식품부, 해양수산부, 소상공인시장진흥공단, 중소기업유통센터, 경상북도경제진흥원, 충청북도기업진흥원이 후원한다.

'상생페스티벌 베스트상품전'에서는 지난 9월 제18회 상생페스티벌에서 우수한 판매 실적과 차별화된 품질 경쟁력을 보인 기업들의 상품을 엄선해 선보인다. 대표 상품으로는 유기농 레몬즙, 멀티비타민 등의 건강식품과 합리적인 가격대의 쌀, 감귤 등 산지 농산물이 포함됐다.

/안재선 기자

## '홈플러스메가푸드위크' 삼겹살 등 할인판매

오는 13일까지 2주 차 행사

홈플러스가 '홈플러스메가푸드위크' 2주 차 행사를 개최한다고 6일 밝혔다. 행사는 이달 7일부터 13일까지 진행된다.

'홈플러스메가푸드위크'는 홈플러스가 매년 11월에 진행하는 대규모 식품 할인 행사다. 홈플러스는 지난 10월 31일부터 1주 차 행사를 진행한 바 있다.

2주 차 행사에서는 '4일 특가'를 비롯해 큰 사이즈·대용량 먹거리 상품을 최대 반값에 제공하는 '메가 사이즈

페스타' 등 다양한 할인 행사를 진행한다.

먼저, 홈플러스는 이달 7일부터 10일까지 주말 고객을 위한 '4일 특가' 상품을 선보인다. 한돈 포먹돼 삼겹살·목심, 호주청정우 전 품목, 큰단감, 바나나 등을 대폭 할인해 판매한다.

마이홈플러스 멤버십 회원을 위한 특별 할인도 마련됐다. 이번 행사에서는 남해안 생굴을 40% 할인된 4980원에 판매하는 것을 비롯해 단단 파프리카, 생생 춘천식 닭갈비·안동식 순살찜닭을 파격 할인한다.

/안재선 기자

/신원선 기자