coupang newsroom

韓國中小企業產製的健康蔬果汁銷往台灣 業績穩定成長

2024. 8. 23.

慶尚北道的黑蒜頭，全羅南道海南郡的南瓜，還有濟州的甘藍菜。此蔬果汁使用來自全國各地的新鮮蔬果製成，是Coupang自有品牌Vitahalo的「用心蔬果汁」。此系列由Coupang與中小企業□KF韓國自然農業」合作推出，廣受消費者喜愛□ KF韓國自然農業執行長 Kim Yong-Hak 告訴我們□Coupang進軍台灣讓今年的農曆新年更加令人期待，因為過去一年Coupang在台灣的銷售穩定成長，第四季的銷售跟年初相比已成長超過六倍之多。這次邀請到 Kim Yong-Hak 先生接受專訪，更進一步了解健康蔬果汁產品。

健康蔬果汁，曾經僅在過年過節時販售，現在在線上購物的時代，銷售已穩定成長。

Kim Yong-Hak先生沒有給我咖啡，反而是遞給我一杯有機甘藍菜花椰菜汁，一邊說：「這是我們的招牌產品。」

Kim Yong-Hak先生做健康果汁已經30多個年頭□KF韓國自然農業成立於1997年，已是老牌公司，30多年來經歷過起起伏伏，但是2010年代線上購物世代開始，成為轉捩點。

Kim Yong-Hak先生說：「我們開始在線上販售之後，銷售很穩定。」身為小型企業老闆，穩定銷售非常重要。但是，過去這間健康蔬果汁公司的銷售其實容易起伏不定。

「這個年代，我們假期期間的商品銷售數量大概比平常還多兩到三成，但以前我們可能在假期期間賣很多，假期以外的期間賣比較少，夏天也賣比較少，但現在顧客都在線上購買，所以生意很穩定。」

2019年□KF韓國自然農業開始製造許多Coupang自有品牌的商品，此舉讓Kim Yong-Hak先生公司經營更加穩定。

目前KF韓國自然農業製造Vitahalo　□用心蔬果汁」系列，包含有機甘藍菜花椰菜汁、風鈴草梨子汁，還有南瓜汁□Vitahalo跟Gomgom□Tamsa□Comet等品牌一樣，都是Coupang的自有品牌□CPLB□□

和全韓國各地的農家合作

CEO Kim Yong-Hak先生解說工廠設備□KF韓國自然農業藉由熬煮和過濾來自全國各地的原料來製作蔬果汁。

CEOKimYong-Hak先生的商業哲學是「用最低成本做出最高品質□□KF韓國自然農業與Coupang合作是很好的機會，可以提供更多人健康的蔬果汁。

被問到製造Coupang自有品牌的優勢□Kim　Yong-Hak先生回答：「我們的銷售穩定，所以可以負擔產品開發的成本」。

「這讓我們做生意更加容易，因為Coupang理解製造跟銷售之間自然生成的關係，有這樣的公司合作，我們只要負責做出好產品□Coupang就會負責把產品賣出去。」

銷售不穩定，就很難負擔研發和設施等產品開發的相關投資。如果忽視產品開發，可能就無法吸引顧客目光，造成銷售下滑。而KF韓國自然農業因為跟Coupang合作，可以專心開發產品，進而提供高品質的產品給我們的顧客。

有機甜菜根汁經過萃取、過濾、攪拌後包裝。

KF韓國自然農業公司規模成長，對於本地農家的影響也逐漸增加。

KF韓國自然農業公司堅信沒有什麼比得上自家土地的產品，因此大部分的商品都由熬煮本地農產品製成Kim說明他們與全國農家緊密的合作關係，「我們超過九成商品都由本地原料製造。」

「我們成長對農家來說也是好事，因為他們能有穩定的客戶。比方說，我們的蒜頭汁如果賣得好，就能夠提供穩定需求，讓本地蒜農盡可能成長。」

2022年Coupang台灣推出火箭跨境服務，推動本地公司出口商品。用心蔬果汁也搭上了前往台灣的飛機。

跟Coupang合作前KF韓國自然農業公司已出口到台灣過，但當時是透過本地買家，體驗與Coupang台灣完全不同。

「要能成功出口很大一部分仰賴開發適合當地市場的商品，很幸運Coupang能替我們做相關的分析，否則我們要投入人力、時間和金錢，非常辛苦，因此很高興這時認識了Coupang□我覺得Coupang的能力比其他買家強多了□□-KF韓國自然農業公司執行長Kim Yong-hak

開發自家品牌產品的時候□Coupang會找到顧客的需求並跟製造商分享。製造商只需要根據這些需求，專注於創造高品質的產品就好。

Vitahalo的西洋梨薑汁飲就是一個成功案例，商品熱銷正是因為符合顧客對便利的需求。

多虧雙方合作，相較用心蔬果汁系列剛推出的2019年，去年的年業績成長了超過240%。台灣的業績也快速成長，去年第四季相對於第一季成長了超過660%。