每月人蔘銷量暴增490%， CPLB和錦山郡是如何辦到的？
2024. 10. 25.
Coupang自有品牌「CPLB」與韓國忠清南道的錦山郡攜手合作，用在地的代表性特產人蔘開發產品，產品銷售在上市後的短短十個月內即創造490%的成長率，這樣的成果歸功
於Coupang推動互助成長的專業知識以及錦山郡悠久的栽培技術。我們和錦山人蔘研究中心董事長李弘哲(Lee Hong-cheol)會面，詳細了解錦山蔘農
和Coupang攜手進入全新鼎盛時期的故事。
* CPLB的英文全名是Coupang Private Label Brands（Coupang自有品牌），泛指Coupang獨家販售的品牌，包
括Gomgom、Tamsa和Comet。
擁有1500年栽種人蔘歷史的忠清南道錦山郡加入CPLB陣營的經過
錦山人蔘研究中心董事長李弘哲(Lee Hong-cheol)勘察農場
人蔘是具有抗氧化、排毒及提升免疫力特性的藥材和健康食品，南韓有許多地區長久以來栽種各種類型和形式的人蔘，其中忠清南道的錦山郡擁有環保循環的行動農業系統及1500年的綠
色栽種技術，因而在韓國成為具人蔘栽種領先地位的知名地區，更被認定為全球重要農業文化遺產。
李弘哲在解釋人蔘對錦山郡經濟的重要意義時提到：「錦山郡目前約有1500到2000間人蔘家族農場，從生產、加工到零售的整個流程都在錦山郡內進行。」 不過，近期破紀錄的熱
浪和豪雨導致採收量增加，人蔘價格因而大跌，對錦山郡這個韓國人蔘主要種植區內的蔘農造成重大危機。

[illegible]

[illegible]Coupang[illegible]

[illegible]Coupang[illegible]Coupang[illegible]11[illegible]24[illegible]Coupang[illegible]

[illegible]

CPLB[illegible]——Gomgom[illegible]

[illegible]CPLB[illegible]CPLB[illegible]Gomgom[illegible]Gomgom[illegible]490%[illegible]

□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□CPLB□□□□□□

□□CPLB□□□□□□□

□□□□□□□

□□Coupang□□□□□□□□□

CPLB□□Coupang□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□300□□□□□□□□□□□

□□□□□□□□□□□Coupang□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

□CPLP□□

CPLB□□□□□□□□

錦山郡的青年農民透過Coupang慈善商店銷售人蔘
截至2023年第四季，有超過23,000人受雇於製造Coupang自有品牌的合作夥伴，這些夥伴的年營收較去年成長約29%，有九成的夥伴是中小型製造商，其中84%位在首
爾以外的地方。
換言之，Coupang和這些中小型製造商是成長中的夥伴，這些為雙贏局勢所付出的努力為地方經濟帶來正面的影響。
為了維持這樣的良性循環，Coupang持續努力改善商品品質。首先，顧客購買的商品都會經過徹底的品質檢驗，我們也分享生鮮食品品質管理的專業知識給合作的農場，包括詳細的管
理流程、品質標準、異物和害蟲控管措施、包裝防損方法。
錦山人蔘研究中心董事長李弘哲
李弘哲說：「我們光是在Coupang的銷售每月就將近兩千萬韓元，佔了目前銷售最大宗，我們一向專注在Coupang，現在我們試圖擴大銷售並進行出口，如果錦山郡的高品質人
蔘能在國內外進一步發展，我認為很值得一試。」
Coupang協助錦山蔘農等的地方農民用更簡單的方式銷售商品給海外的顧客。錦山人蔘在炎熱的夏季採收、秋季銷售，接下來很快就進入人蔘產季，中秋節將近，何不和家人一起享用
蔘根呢？我們的火箭不會在中秋之後就停止飛行。
취재 문의