2024年Coupang酷澎的「WOW」時刻 影響力報吿：小型企業版
2025. 4. 18.
影響力報吿（Impact Reports）是一份總結了Coupang酷澎與小型企業合作夥伴、客戶和員工共同成長的步伐與成果的報告。那麼，Coupang酷澎在過去一年間
與小型企業夥伴們共同創造了什麼樣顯著的成長呢？讓我們透過影響力報告來看看Coupang酷澎和小型企業在過去一年間所共同實現的「WOW」時刻。
1. CPLB：與優秀的中小企業合作高品質自有品牌產品
「Gomgom」、「Tamsaa」和「Comet」都是Coupang酷澎自己的品牌——CPLB（Coupang Private Label Brands），因其合理的
價格和高品質的產品受到許多顧客喜愛。這些自有品牌（PB）產品是與優秀的中小型製造商和當地農民合作生產。截至2023年為止，Coupang酷澎的PB合作夥伴中約90％為
中小企業。

特別是CPLB與韓國當地農民合作、在2023年7月與金山郡一起推出的「Gomgom金山人蔘」和「Gomgom可研磨金山人蔘」就是一個典型的範例。
金山人蔘農場農民
金山種植人蔘的歷史長達1500年，人蔘是當地重要的經濟作物。然而，由於2022年的熱浪和大雨，人蔘價格暴跌，金山蔘農也遭遇嚴峻的生計問題。在此期間，金山人蔘與CPLB
「Gomgom」緊密合作，確保了穩定的銷售管道。在雙方的合作下，產品推出後的10個月內，每月銷售額增加了490%。
金山人蔘研究中心董事長Lee Hongchul表示：「除了透過Coupang酷澎確保穩定的銷售管道外，Coupang酷澎的行銷專業知識和細心的諮詢也非常有助於農民成長。
」這是金山郡產出的優質人蔘以及CPLB負責人共同努力的結果，他們仔細研究顧客的口味偏好，並積極推動產品規劃和策劃展覽。
金山人蔘研究會主席 Lee Hongchul
得益於Gomgom推出的「純肉鯖魚」，在2023年創下年銷售額86億韓元的「blue Foods」，也是透過與酷澎CPLB合作而大幅成長的一個例子。
「blue Foods」的鯖魚品質優良，被釜山市指定為名牌海產品，但由於業務擴展過程中的庫存管理失誤，導致面臨破產的處境。透過與信任「blue Foods」商品品質的
酷澎CPLB合作，「blue Foods」克服了危機，成功地再次飛躍性成長。「blue Foods」副總裁Lee Jongsoo表示：「透過酷澎CPLB系統管理批次配
送、火箭速配、客戶服務和行銷所節省的成本，是克服危機的關鍵原因。」
透過這種方式，Coupang酷澎CPLB為本地農民和中小企業提供了機會，擴大銷售管道並增加收入，並為消費者提供以合理的價格購買高品質產品的機會。產品越受客戶喜愛，合作
夥伴的銷售和管理穩定性就越高。

截至2023年底，生產酷澎PB產品的合作公司銷售額超過1兆韓元，這歸功於金山人蔘農舍和「blue Foods」等多家合作夥伴公司努力。
除此之外，CPLB合作夥伴中的中小企業僱用人數也穩定增加，截至2024年1月已經超過23,000人。考慮到84%的CPLB合作夥伴公司位於首爾以外的地區，當地的就業增
加顯著，也對活化區域經濟有重大貢獻。
2.Coupang酷澎一站式出口服務為韓國小型企業開闢出口台灣之路
Coupang酷澎於2022年在台灣推出火箭跨境和火箭速配服務，擴大了韓國小型企業的出口機會。此外，進入台灣市場僅一年，Coupang酷澎就開設了兩個配備智慧物流系統
的大型物流中心，成功登陸台灣市場。基於這一穩定的基礎，與Coupang酷澎一起進軍台灣的韓國企業大幅增加。
Coupang酷澎的「一站式出口服務」在這方面發揮了重要作用。「一站式出口服務」是一個系統，由Coupang酷澎代表商家處理複雜的出口流程，例如翻譯、通關和當地零售等。
賣家只需將產品交付給Coupang酷澎，Coupang酷澎會處理其餘的所有步驟。
2020年，以紅蔘品牌「Poongnyunbogam」與Coupang酷澎建立合作關係的「Rocketpunch」為例，在這項一站式出口服務的幫助下進軍台灣。
「Rocketpunch」的產品成功吸引台灣客戶的關注，截至2023年9月，從韓國跨境銷售至台灣的業績取得了顯著的成果，與前一年同期相比，年銷售額增加了17倍。
「Rocketpunch」的代表Bang Hyunjun表示：「多虧了Coupang酷澎，我們能夠完全專注於產品，並輕鬆地將業務擴展到海外。」
Coupang酷澎也為PB合作夥伴開設海外銷售管道。

KNF153代表Kim Yonghak
例如，生產Coupang酷澎自有品牌「Vitahalo」健康果汁的「KNF153」，自2023年進入台灣市場後穩定成長，第四季銷售額與第一季相比成長超過660%。
KNF153代表Kim Yonghak表示：「出口的關鍵是對當地客戶需求的分析和並反映在產品開發上，Coupang酷澎能夠有系統地分析並提供這些資訊，是讓我們業務成功
的驅動力。」Coupang酷澎的一站式出口體系結合了CPLB的精緻顧問，創造出更大的價值
目前，除了「Vitahalo」之外，「Comet」和「Tamsaa」等各種PB產品製造商正在進入台灣市場。
3.降低小型企業主進軍線上市場的門檻，Rocket Growth
Coupang酷澎的Rocket Growth利用Coupang酷澎的全國物流基礎設施，積極支持小型企業主擴展線上業務。賣家產品入庫到Coupang物流中心
後，Coupang酷澎負責整個過程，包括包裝、運輸、客戶服務和退貨。截至2023年，透過Rocket Growth出售了大約100萬個小型企業產品，總交易金額為數兆韓
元。
「五月愛春」是一款在Coupang酷澎越來越受歡迎的天然蜂蜜產品，成功透過Rocket Growth進軍線上市場。「五月愛春」以前99%的銷售是通過農業合作社進行，但
現在Coupang酷澎佔銷售額的90%。

去年7月，酷澎推出了新的「Rocket Growth賣家官方網站」。特點是使用者操作介面友善，讓即使是不習慣線上操作的使用者也能輕鬆使用。
賣家可以在網站上輕鬆查看Rocket Growth系統和產品註冊方法。此外，還有一個「賣家培訓中心」，其中提供各個步驟的詳細指南、專家Tips、培訓素材和影片課程，以
及一個「成本資訊」頁面，詳細說明手續費、運費和物流中心費用。
正在提供詳細諮詢的酷澎Rocket Growth負責人（左）和工匠Choi Yongseok（右）
系統化的Rocket Growth系統讓60歲的陶藝工匠也有勇氣進軍線上市場。自1989年開始經營「GoDot Ceramics」的工匠Choi Yongseok表示：
「Rocket Growth網站上的相關指引手冊整理得很好，因此即使是60歲的人也能輕鬆理解並嘗試。」
GoDot Ceramics在去年8月進駐Rocket Growth後，短短一個月內銷售成長161%。隨著Coupang酷澎陶瓷的銷售量增加，工匠Choi
Yongseok的「韓國陶瓷全球化」夢想更向前邁進一步，他非常期待繼續與Coupang酷澎合作。
GoDot Ceramics工匠Choi Yongseok
酷澎與中小企業一起成長
根據韓國信用數據，2023年全國小型企業的銷售成長了7.4％。相比之下，Coupang酷澎的小型企業合作夥伴的成長率高出三倍，為20%。
同年，Coupang酷澎的小型企業合作夥伴人數約為230萬人，交易金額達到約12兆韓元。尤其是在過去四年間，約9,000家公司透過Coupang酷澎的年銷售額超
過300億韓元，已超越小型企業的範圍，成長為更大的公司。

除了CPLB、一站式出口服務和Rocket Growth等系統之外，這些成長的背後還有「Coupang酷澎廣告商簡報會」等支持計劃。「Coupang酷澎廣告商簡報會」
是一個向不熟悉網路環境的中小企業分享市場趨勢、商品分析、成功案例以及線上銷售知識的介紹會。我們還透過一對一諮詢為每個賣家提供量身打造的策略。當然，這些多方面的支持活動
已成為小型企業發展的加速器。
小型企業是韓國市場經濟和地方社會發展不可或缺的重要存在。Coupang酷澎將繼續不遺餘力地支援小型企業，並為他們創造一個即使在線上市場和趨勢變化中也能持續成長的環境。
請期待眾多中小企業與Coupang酷澎一起打造更美好的未來。
취재 문의