

유통업 아침 브리핑

2026-08-06 · 유통채널 동향

오늘의 핵심

- 쿠팡, 개인정보보호위 6200억 과징금 반영으로 2분기 8350억 영업적자·상반기 1.2조 손실
- CJ올리브영, 미국 세포라 580여 매장·온라인몰에 '올리브영 K뷰티에딧' 론칭...글로벌 오프라인 유통망 확대
- 컬리, 서울 강남역 인근에 첫 상설 오프라인 매장 준비...식품·뷰티 체험형 공간으로 온라인 재구매 연결
- 그립컴퍼니, 중국 하이닝시와 크로스보더 라이브커머스 협력...패션 의류 직소싱·현지 방송 센터 구축
- 올리브영, 주요 오프라인 매장에 AI 통번역 솔루션 도입해 외국인 고객 응대 강화

[유통채널 동향]

[중요] 쿠팡, 개인정보보호위 6200억 과징금 반영으로 2분기 8350억 영업적자·상반기 1.2조 손실

관련 회사: 쿠팡

쿠팡 모회사 쿠팡Inc는 2분기 매출 88억5600만달러(약 13조3007억원)를 기록해 전년 동기 대비 4%(고정환율 기준 10%) 성장했으나, 한국 개인정보보호위원회 과징금 약 4억1000만달러(6158억~6246억원) 반영으로 5억5600만달러(약 8350억원) 영업손실과 5억7000만달러(약 8560억원) 순손실을 내며 적자로 전환했다.[20][18] 1분기 영업손실 2억4200만달러(약 3545억원)를 더한 상반기 누적 영업손실은 7억9800만달러(약 1조1895억원)로, 뉴욕증시 상장 이후 처음으로 1조원을 넘었고 분기 기준 역대 최대 적자를 기록했으며, 국세청 약 3000억원 과세 예고와 인천 물류센터 화재 손실 등 추가 비용이 예정돼 있어 규제·일회성 비용 부담이 크게 부각된 상황이다.[20][18][16][17][19]

https://www.newsis.com/view/NISX20260805_0003736560 (동일 뉴스 총 5건)

[중요] CJ올리브영, 미국 세포라 580여 매장·온라인몰에 '올리브영 K뷰티에딧' 론칭...글로벌 오프라인 유통망 확대

관련 회사: 올리브영

CJ올리브영은 8월 20일(현지시간) 미국 세포라 오프라인 매장 580여곳과 온라인몰에 K뷰티 큐레이션 매대인 '올리브영 K뷰티에딧'을 론칭하고, 세럼·크림·선케어·토너패드·클렌저·마스크팩 등 19개 브랜드 약 150종 스킨케어 제품을 선별해 선보인다고 밝혔다.[6][7][8] 올리브영은 5~6월 미국 패서디나·LA 단독 매장 개설에 이어 세포라 전국 유통망을 통해 북미 소비자 접점을 대폭 확대하며, 파트너십 기반으로 싱가포르·말레이시아·태국·홍콩 내 세포라 매장과 2027년 캐나다·호주·영국·중동까지 'K뷰티에딧' 도입을 확대할 계획이다.[6][8]

https://www.newsis.com/view/NISX20260805_0003736923 (동일 뉴스 총 4건)

[중요] 컬리, 서울 강남역 인근에 첫 상설 오프라인 매장 준비...식품·뷰티 체험형 공간으로 온라인 재구매 연결

관련 회사: 마켓컬리

온라인 장보기 플랫폼 컬리는 서울 강남역 인근 건물에 2015년 설립 이후 첫 상시 운영 오프라인 매장을 열기 위한 준비 작업을 진행 중이며, 기존 임차인 퇴점 후 내부 공사과 상품 구성을 거쳐 이르면 올해 하반기 오픈을 목표로 하고 있다.[3] 새 매장은 슈퍼마켓식 재고 판매가 아닌 컬리가 선별한 식품·뷰티 상품을 체험한 뒤 앱 가입과 온라인 재구매로 연결하는 체험형 매장으로, 온라인 충성 고객을 오프라인으로 불러들이고 신규 고객 접점을 확대하는 구성으로 준비되고 있다.[3]

<https://www.hankyung.com/article/202608043314i>

[중요] 그립컴퍼니, 중국 하이닝시와 크로스보더 라이브커머스 협력...패션 의류 직소싱·현지 방송 센터 구축

관련 회사: 그립컴퍼니

라이브커머스 플랫폼 '그립' 운영사 그립컴퍼니는 중국 최대 피혁·패션·텍스타일 산업 도시 하이닝시와 크로스보더 라이브커머스 사업 협력을 추진하기로 하고, 하이닝시 패션의류 상품의 그립 라이브커머스 입점·판매, 하이닝시 내 그립 라이브커머스 센터 구축, 하이닝시 현지 그립 라이브커머스 방송 운영 등에 상호 협력하기로 했다.[26][27][28][29][30] 하이닝시는 중국 정부가 지정한 패션 라이브커머스 기지로 디지털 전환·공장과 라이브 스트리머 연계를 통한 판매 확대를 추진 중이며, 그립컴퍼니는 하이닝시 주요 생산 상품을 국내에 직거래해 가격 경쟁력을 확보하고 한·중 크로스보더 라이브커머스 역량을 강화한다는 방침이다.[27][28][29][30]

<https://view.asiae.co.kr/article/2026071609133637179> (동일 뉴스 총 5건)

[참고] 올리브영, 주요 오프라인 매장에 AI 통번역 솔루션 도입해 외국인 고객 응대 강화

관련 회사: 올리브영

폴리토는 올리브영 주요 오프라인 매장에 AI 기반 통번역 솔루션 '챗 트랜스레이션'을 공급해 서울·부산·제주 등 외국인 관광객 유입이 많은 핵심 상권 매장에서 외국인 고객 응대에 활용되고 있다고 밝혔다.[10] 솔루션은 K-뷰티 체험형 매장에는 뷰티 컨설팅 특화형으로, 전체 매장 직원용으로는 PDA 앱 탑재형으로 약 2100개 계정이 배포됐으며, 화장품 성분·제품명 등 뷰티 도메인 특화 학습으로 전문 용어 번역 품질을 높이고 매장별 하루 평균 15~20건 사용되고 있다.[10]

<https://zdnet.co.kr/view/?no=20260805113540>

[참고] 마켓컬리, 건강기능식품·HMR 등 상품군 확대...두드림·BBQ 등 브랜드 입점

관련 회사: 마켓컬리

건강기능식품 전문기업 두드림은 어린이 키 성장 제품 '아이클타임 키성장 FGO'와 성인 장 건강 제품 '슬림웨이 패변직빵' 2종을 마켓컬리에 입점해 마켓컬리 앱·웹에서 판매를 시작했으며, 이로써 쿠팡·네이버·카카오·현대H몰에 이어 마켓컬리로 온라인 판매 채널을 확대했다.[5] 제너시스BBQ는 HMR 제품 'BBQ 오븐구이 닭다리살'을 마켓컬리 온라인 채널에 이어 롯데마트에도 입점시키며 유통 채널을 넓혔고, 소비자에게 온라인 주문과 오프라인 매장 구매를 병행할 수 있는 선택지를 제공한다고 밝혔다.[4]

<http://www.thevaluenews.co.kr/news/view.php?idx=200554> (동일 뉴스 총 2건)

[참고] 닥터나우, 마켓컬리 출신 전지웅 CMO 선임...3조 매출 성장 B2C 마케팅 경험 활용

관련 회사: 마켓컬리

비대면진료 플랫폼 닥터나우는 마켓컬리 운영사 컬리에서 사업 초기부터 11년간 B2C 마케팅을 맡았던 전지웅을 최고마케팅책임자(CMO)로 선임했으며, 그는 고객 세분화 기반 쿠폰 할인 프로모션으로 이용자 모객과 리텐션을 높여 컬리의 연매출 3조원 규모 성장과 비용 효율화에 기여한 인물로 소개됐다.[1][2] 닥터나우는 이번 영입을 통해 비대면 진료 인지도와 이용자 수 확대, 데이터 기반 질환별·고객별 세분화 마케팅으로 신규 이용자 확대와 기존 이용자 활성화를 동시에 추진할 계획이라고 밝혔다.[1][2]

<https://biz.heraldcorp.com/article/10832391?ref=naver> (동일 뉴스 총 2건)

[참고] 무신사, 신발 특화 '무신사 킥스'에서 SS 시즌 '킥스워크' 기획전...최대 70% 할인

관련 회사: 무신사

무신사는 신발 전문 온·오프라인 플랫폼 '무신사 킥스(KICKS)'에서 올해 봄·여름(SS) 시즌 슈즈 트렌드를 총결산하는 '킥스워크' 기획전을 8월 13일 오전 11시까지 진행하며 운동화·스니커즈·로퍼·구두·샌들 등 전 슈즈 카테고리를 최대 70% 할인 판매한다.[11][12][14][15] 아디다스·나이키·뉴발런스·살로몬·푸마·우포스·아식스 등 스니커즈 브랜드와 킨치·로맨틱무브·블런드스톤·닥터마틴·팀버랜드 등 제화 브랜드가 참여하고, 레트로 나일론 슈즈 등 여름 패션 포인트 아이템을 집중 조명하며 최대 20% 할인 쿠폰, 중복 적용 가능한 10% 장바구니 쿠폰, 주요 브랜드 첫 구매 최대 25% 할인·1만원 즉시 할인 등 혜택을 제공한다.[12][14][15]

http://www.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=226726 (동일 뉴스 총 5건)

[참고] 미미박스 K뷰티 메이크업 브랜드 '카자', 영국 틱톡샵 론칭...유럽 콘텐츠 커머스·오프라인 확장

관련 회사: 틱톡샵

글로벌 K뷰티 기업 미미박스의 메이크업 브랜드 카자는 7월 영국 TikTok Shop UK 판매를 시작해 유럽 시장 공략에 나섰다, 미국 아마존·미국 틱톡샵 등 주요 이커머스 채널과 오타 뷰티 등 오프라인 유통망에서 축적한 운영 경험을 바탕으로 영국을 유럽 사업 확대 거점으로 육성할 계획이다.[21] 카자는 영국에서 콘텐츠 커머스를 중심으로 판매 기반을 넓힌 뒤, 영국 프리미엄 백화점 셀프리지 입점도 추진해 온라인에서 확보한 소비자 반응·판매 데이터를 기반으로 오프라인 유통을 확대하고자 하며, 대표 제품 '뷰티 벤토'는 누적 판매 148만개 이상·미국 틱톡샵 아이샤도 카테고리 판매 1위 기록 등 성과를 보유하고 있다.[21]

http://www.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=226724

[참고] 에이피알, 북미·유럽 중심 해외 매출 급증으로 2분기 매출 7675억·영업익 1906억...틱톡샵·아마존 등 K뷰티 글로벌 채널 확대

관련 회사: 틱톡샵

에이피알은 2분기 연결 기준 매출 7675억원, 영업이익 1906억원을 기록해 전년 동기 대비 각각 134.2%, 134.5% 증가하며 창사 이래 최대 분기 실적과 영업이익률 24.8%를 달성했고, 상반기 누적 매출 1조3609억원·영업이익 3428억원으로 지난해 연간 실적에 근접했다.[22][23] 해외 사업 비중이 크게 늘어 2분기 해외 매출이 7042억~7675억원 수준으로 전체의 약 92%를 차지했고, 미국·유럽 주요 5개국에서 아마존과 틱톡샵을 중심으로 온라인 채널과 타깃·월마트 등 오프라인 유통망을 확대했으며, 신제품 '부스터 프로 X2'를 미국·영국 틱톡샵 및 아마존 등에서 출시했다.[22][23][25]

<https://sports.hankooki.com/news/articleView.html?idxno=6937551> (동일 뉴스 총 3건)

[참고] 앳홈 뷰티 디바이스 브랜드 '툼', 미국 틱톡샵에서 카테고리 1위...7월 매출 8127% 급증

관련 회사: 틱톡샵

앳홈은 뷰티 디바이스 브랜드 '툼(THOME)'의 제품 '더 글로우 시그니처'가 미국 틱톡샵 뷰티 디바이스 카테고리 1위를 기록했으며, 7월 미국 틱톡샵 매출이 전년 동기 대비 8127% 증가했다고 밝혔다.[24] 톼은 미국 틱톡샵을 통해 K-뷰티 뷰티 디바이스 판매를 확대하고 있으며, 홍콩·중화권 공략, 지그재그·롯데면세점 등 국내외 온라인·면세 채널과 라이프스타일 협업을 통해 유통 채널을 넓혀가고 있다는 내용이 함께 소개됐다.[24]

<https://www.news1.kr/industry/general-industry/6247061>

[정보] 네이버 쇼핑라이브, 육아·건강식품·펫푸드·가구 등 카테고리별 브랜드 라이브 강화

관련 회사: 네이버쇼핑라이브

독일 육아용품 브랜드 싸이벡스는 휴대용 유모차 '리베르'를 국내 공식 출시하며 8월 13일 네이버 쇼핑라이브에서 한정 수량 판매를 진행해 휴대용 유모차 제품군을 확대하고, 방송 중 최대 10% 혜택과 사은품을 제공할 계획이다.[31] 고려은단은 8월 6일 오후 8시 네이버 브랜드스토어에서 트로트 가수 신성과 함께 여름 관절·기초 영양 관리 건강기능식품을 소개하는 쇼핑라이브를 진행하고, 우리와주식회사는 8월 6일 오전 11시 의사와 함께하는 네이버 쇼핑라이브로 고양이 연령별 맞춤 사료 'ANF 캣' 신제품을 단독 론칭하며 추가 쿠폰·적립·사은품 이벤트를 운영하는 등 카테고리별 브랜드 라이브 방송이 이어지고 있다.[32][34][33]

<https://www.segye.com/newsView/20260804516829?OutUrl=naver> (동일 뉴스 총 4건)

[정보] 퍼시스 슬로우베드, 모션 매트리스 신제품 '이브닝 모션' 출시...네이버 쇼핑라이브로 소개

관련 회사: 네이버쇼핑라이브

퍼시스그룹 침대 매트리스 브랜드 슬로우베드는 모션 구동부와 매트리스를 일체형으로 결합한 '이브닝 모션 매트리스'를 출시하고, SS 사이즈 기준 54kg으로 별도 모션 프레임 없이 기존 침대 프레임 위 설치가 가능하며 상체 각도 최대 66도 또는 89도까지 조절되는 일반형·헤드틸형 두 타입을 선보였다.[35] 슬로우베드는 신제품 출시를 기념해 8월 9일까지 네이버 '신상위크' 기획전을 진행하고, 8월 5일 오후 8시 네이버 쇼핑라이브를 통해 이브닝 모션 매트리스를 직접 소개하는 라이브 방송을 운영했다.[35]

<http://www.bizwnews.com/news/articleView.html?idxno=142551>