

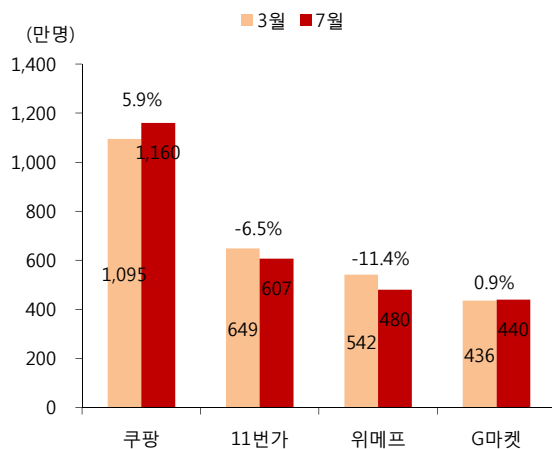
# Issue Comment

- ✓ 쿠팡의 7월 쇼핑앱 사용자 수는 3월 대비 5.9% 증가함
- ✓ 쿠팡의 상반기 결재금액 추정치도 YoY 64% 증가함
- ✓ 물류 내재화로 인한 로켓배송 마케팅 효과가 나타나는 것

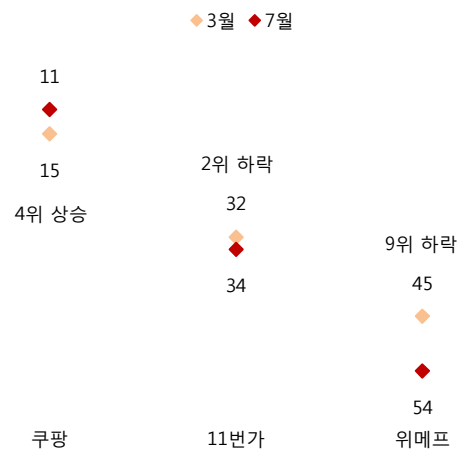
## 질주하는 쿠팡

와이즈앱에 따르면 지난 7월 한달 간 쇼핑앱을 이용한 사용자는 총 1,871 만명으로 집계되었고, 이는 지난 3월의 1,866 만명에 비해 0.2% 늘어남. 11 번가는 7월 앱 사용자가 607 만명으로 3월 대비 6.5% 감소했고 위메프는 11.4% 감소한 480 만명을 기록함. G마켓은 0.9% 증가에 불과해 440 만명을 기록함. 반면 쿠팡은 3월 대비 5.9% 증가한 1,160 만명을 기록하며 견조한 성장세를 보였음. 7월 앱 순위도 쿠팡은 3월 대비 4계단 상승한 11위를 기록했지만 11 번가는 34위로 2계단 떨어졌고 위메프는 9계단이나 떨어졌음. 쿠팡은 여전히 공격적인 마케팅 활동을 하고 있다 보니 다른 이커머스 업체들 대비 성장세가 두드러짐. 최근 비전펀드 2 호와 관련해 쿠팡이 추가 투자를 받을 수 있을지에 대해 의구심이 팽배한 가운데 쿠팡은 한국판 아마존으로서의 기능을 어느 정도 잘 수행해 나가고 있다는 것을 꾸준히 보여주고 있음. 와이즈앱이 지난 7월 23일 발표한 2019년 상반기 결재 금액 추정치도 옥션/ G마켓 YoY -0.7%, 쿠팡 YoY 64%, 11 번가 YoY -9%, 위메프 YoY 18%, 티몬 YoY 11.6%로 발표되며 사실상 질주에 가까운 쿠팡의 성장을 보여줌. 아마존과 달리 사업 초기부터 물류를 내재화 했기 때문에 로켓배송을 필두로 한 마케팅 효과가 빛을 발하는 것으로 판단됨

쇼핑앱 사용자 추이



앱 순위 변동



자료 : 와이즈앱 SK 증권

자료 : 와이즈앱 SK 증권

- 작성자는 본 조사분석자료에 게재된 내용들이 본인의 의견을 정확히 반영하고 있으며 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 신의성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 보고서에 언급된 종목의 경우 당사 조사분석담당자는 본인의 담당종목을 보유하고 있지 않습니다.
- 본 보고서는 기관투자자 또는 제 3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다.
- 투자판단 3단계 (6개월 기준) 15%이상 → 매수 / -15%~15% → 중립 / -15%미만 → 매도