

# 컬리 회사소개 자료

2025년 12월

# Kurly



Investor Relations

# Legal disclaimer

## Disclaimer

본 자료는 주식회사 쉐리(이하 “회사”)가 오직 정보 제공 목적으로 작성한 것으로, 본 자료의 내용 중에는 다양한 외부 출처에서 수집된 정보가 포함되며, 회사는 이러한 정보에 대해서 별도의 독립적인 확인 과정을 거치지 않았습니다. 회사는 본 자료에 포함된 정보의 정확성 또는 완결성과 관련하여 어떠한 진술 및/또는 보장도 제공하지 않고, 이러한 정보는 여러가지 요소로 인하여 불확실, 부정확하거나 변경될 가능성이 있습니다. 본 자료에 포함된 정보는, 본 자료 제공 당시의 상황에 따라 해석되어야 하고 제반 사정에 따라 상당히 변경될 가능성도 있으며, 회사는 본 자료의 제공 이후 발생할 수 있는 변화를 반영하여 자료를 업데이트해야 할 의무를 부담하지 않습니다. 회사 및 그 계열회사, 대표자, 임직원 및 자문사들은 과실 여부를 불문하고, 본 자료의 사용이나 내용을 비롯하여 본 자료와 관련하여 발생하는 손해에 대한 어떠한 책임도 부담하지 않습니다.

본 자료는 장래에 관한 회사의 예측 및 기대가 반영된 정보를 포함할 수 있으며, 이러한 장래에 관한 정보는 회사가 통제할 수 없는 미래에 관한 다수의 가정들에 근거한 것입니다. 따라서 실제 결과는 이와 상당히 달라질 수 있는 위험이 있으며, 회사는 본 자료의 제공 이후 발생하는 사건이나 상황을 반영하여 이를 업데이트할 의무를 부담하지 않습니다.

본 자료는 엄격한 비밀자료로, 본 자료가 제공된 수신인에 한하여 이용할 수 있습니다. 본 자료는 의도된 목적만을 위하여 이용되어야 하며, 다른 목적으로의 어떠한 이용도 엄격히 금지됩니다. 회사의 사전 서면 동의가 없는 한, 어떠한 방식으로든 본 자료의 전부 또는 일부를 발췌, 재생산, 재분배, 재전송하거나 제3자에게 공개하여서는 아니됩니다. 이에 위반할 경우, 관련 법령에 위반될 수 있습니다.

본 자료를 제공받음으로써 또는 본 자료의 내용을 읽음으로써, 귀하는 전술한 제한사항에 구속됨에 동의하는 것으로 간주됩니다.

# I. 회사 소개

## II. 컬리의 혁신과 성과

## III. 성장 전략

## IV. 지속가능경영

*Kurly*



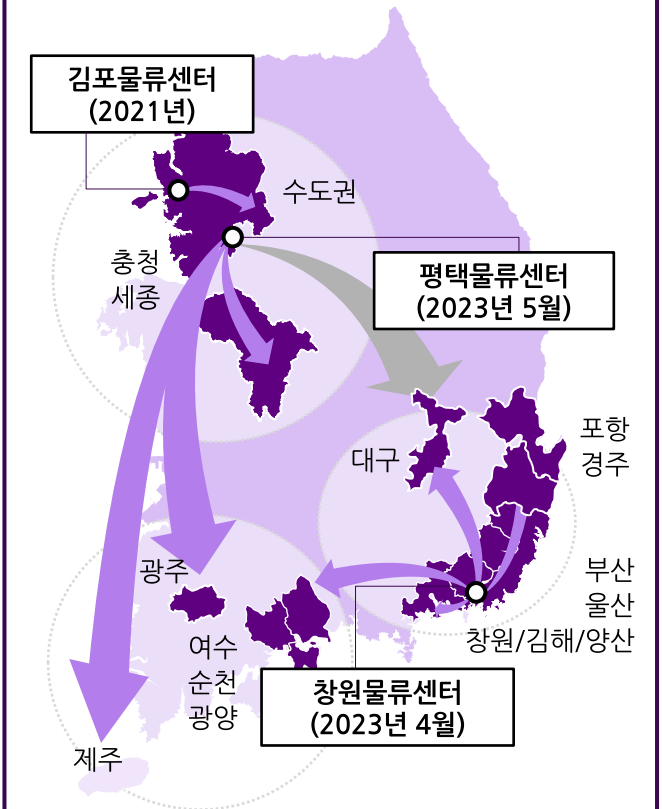
## 한 눈에 보는 컬리

## Kurly key facts

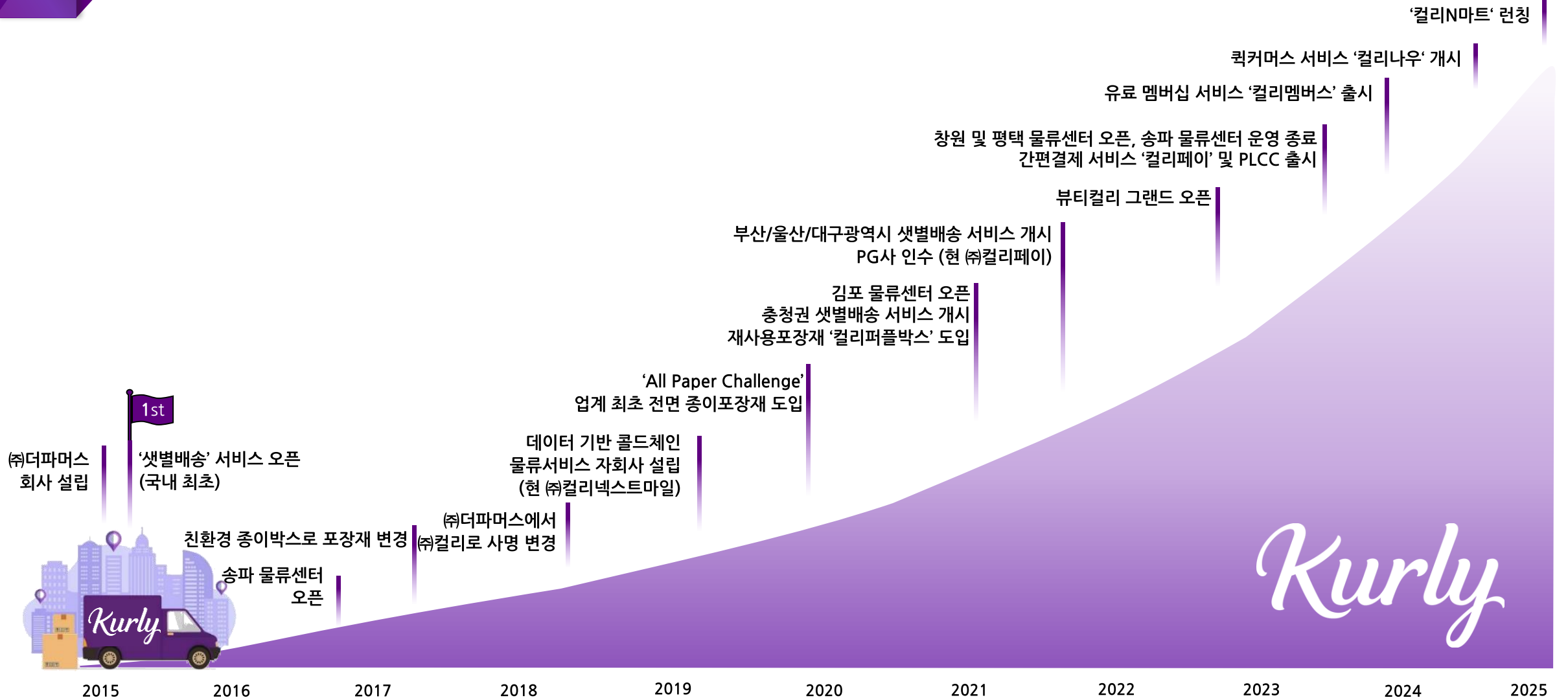
- 1 2015년, 국내 최초 새벽배송 기반의 온라인 장보기 서비스 '마켓컬리' 런칭
- 2 국내 No.1 식품 중심 온라인 플랫폼으로 국내 식품 시장의 온라인 전환을 선도
- 3 수도권 외 충청, 대구, 부산, 울산, 광주 등 주요 지역 새벽배송 및 제주 포함 전국 배송
- 4 2022년 11월, 뷰티 전문 버티컬 플랫폼 '뷰티컬리' 런칭
- 5 물류 흐름 전 과정에서 100% 풀 콜드체인으로 상품 Quality Control 중시
- 6 데이터 기술 바탕 수요 예측 고도화로 효율적 비즈니스 운영 (폐기율 GMV 대비 0.5%내외)

## 컬리 배송서비스별 커버리지

- 새벽배송 (밤 11시 이전 주문시, 오전 7시까지 배송)
- 일반택배배송 (24시간 이내)



# Key milestones



자료: 컬리

I. 회사 소개

II. 컬리의 혁신과 성과

III. 성장 전략

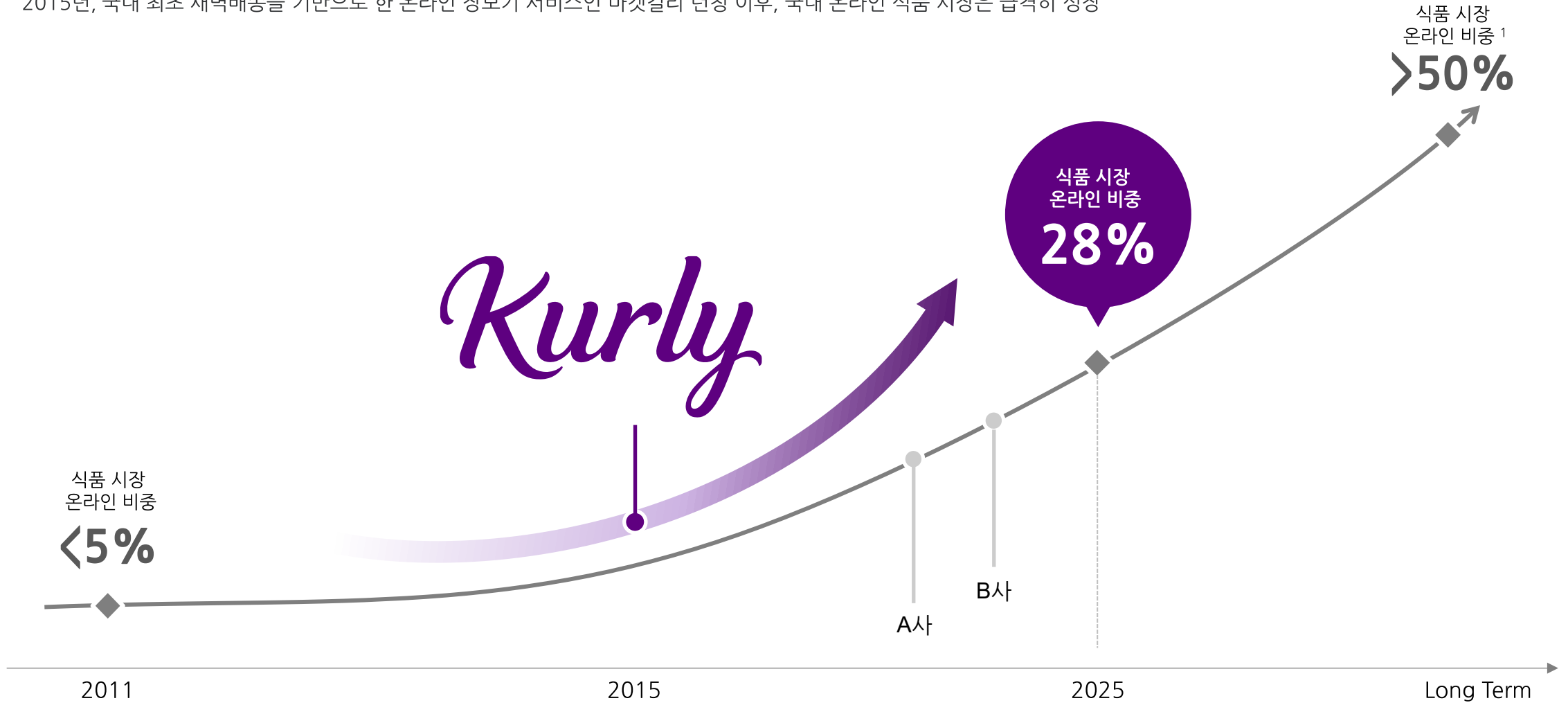
IV. 지속가능경영

*Kurly*



# 온라인 식품 시장의 First mover로 국내 식품 시장의 온라인 전환을 선도

2015년, 국내 최초 새벽배송을 기반으로 한 온라인 장보기 서비스인 마켓컬리 런칭 이후, 국내 온라인 식품 시장은 급격히 성장



식품 시장  
온라인 비중  
<5%

식품 시장  
온라인 비중  
28%

식품 시장  
온라인 비중<sup>1</sup>  
>50%

2011

2015

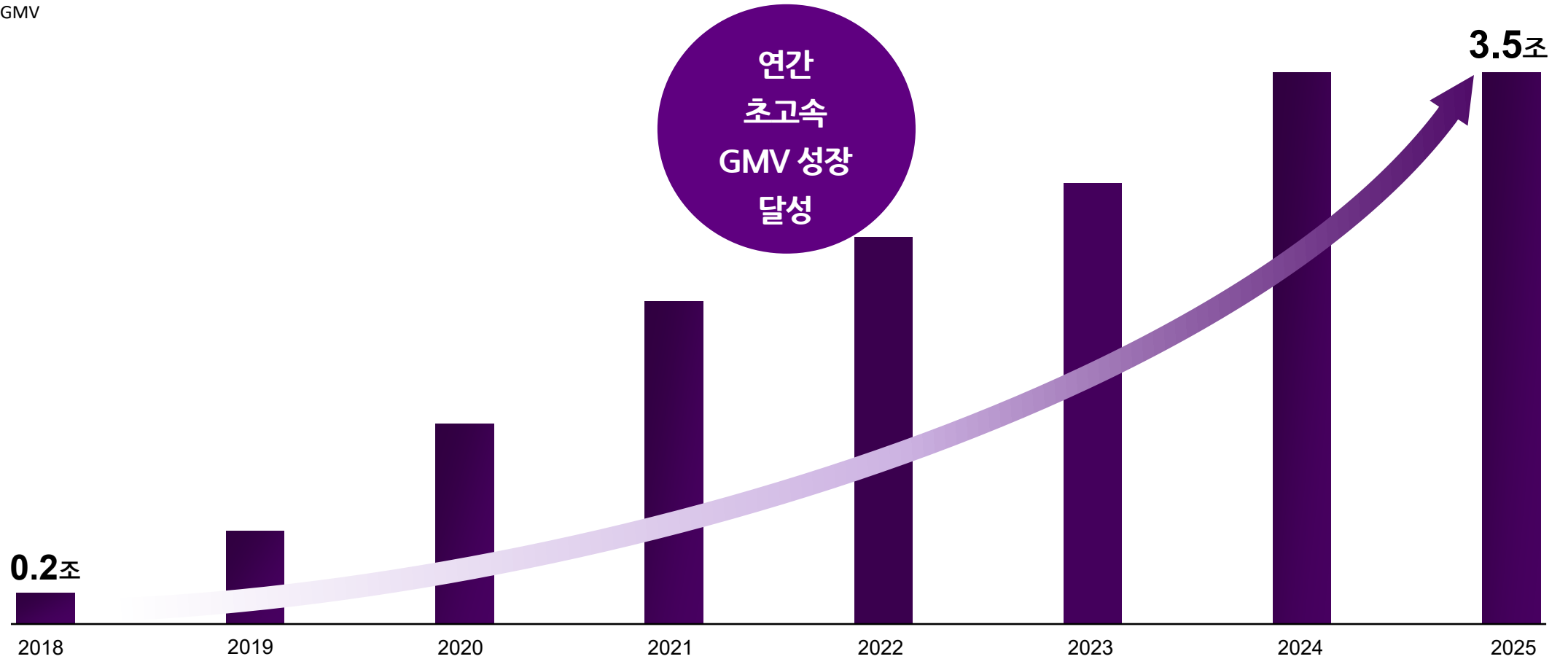
2025

Long Term

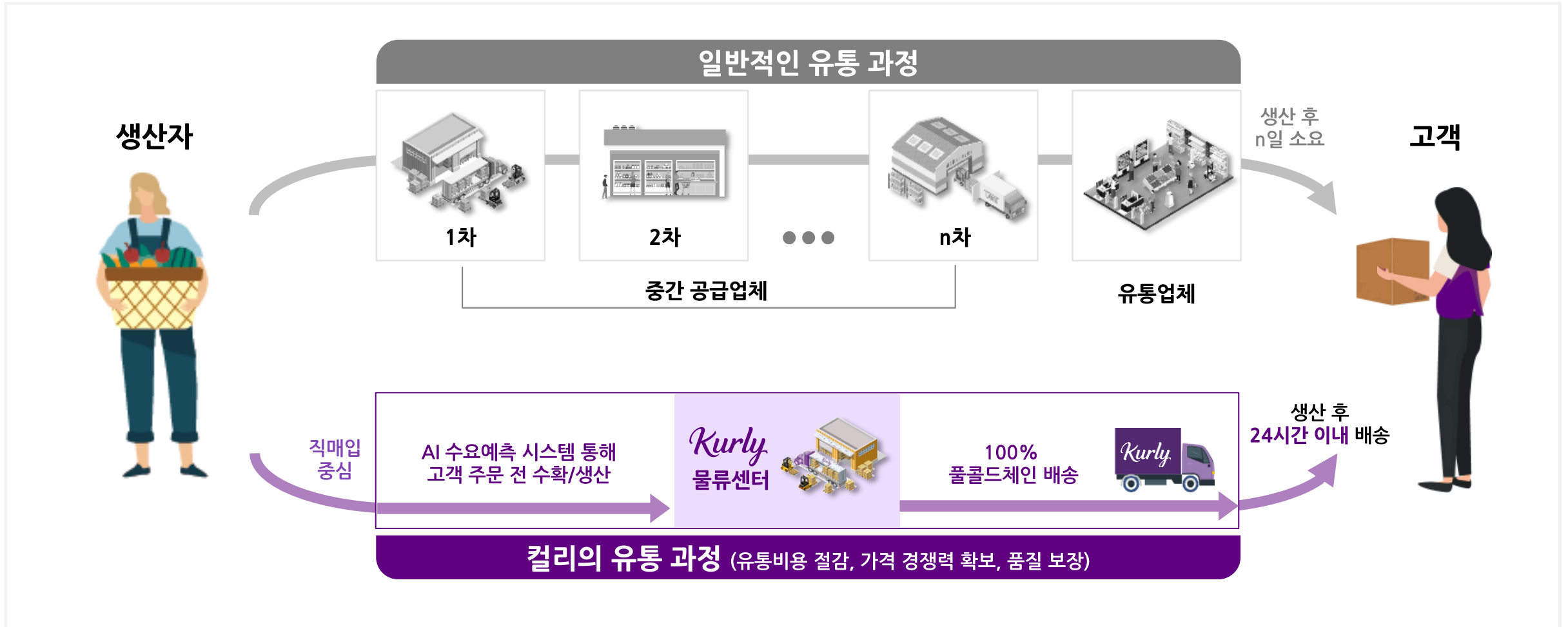
## 초고속 성장 달성

연간 GMV 추이

■ GMV



## 차별화되는 컬리의 유통 과정



## 컬리의 경쟁력

## 컬리 이전 온라인 장보기의 문제점

생산자



- 검증되지 않은 상품
- 지나치게 많은 구색

- 테마별/상품별 마케팅 전략
- 수요 예측 및 재고 관리에 따른 폐기율 리스크 존재

- 배송 일정 예측 불가
- 품질 컨트롤 리스크 (적정 온도 컨트롤/유지 불가)

- 품질에 대한 낮은 신뢰도
- 복잡한 구매 경험

고객



1 엄선된 상품

- 체계적인 상품관리 프로세스 (품질이 검증된 상품만 제공)
- One-stop 장보기에 최적화된 상품 구색 (SKU)
- 오직 컬리에서만 구입 가능한 "Kurly-Exclusive" 독점 상품

2 데이터 기술

- 실시간 데이터분석으로 고객 맞춤형 추천/마케팅
- AI 수요예측 기반의 정확한 생산 및 수확, 고도화된 마케팅 통해 폐기율 최소화 (GMV 대비 0.5% 내외)

3 물류 최적화

- 예측 가능성을 보장하는 선주문 발주 시스템
- 24시간 Farm-to-table
- 신선식품 전문 물류센터 운영
- 국내 유일 100% 풀콜드체인 (상품 신선도 보장)

고객 경험

- 컬리만의 차별화된 고객 경험 극대화
- 엄격한 Quality control 과 적극적인 VOC 관리를 통해 고객 신뢰도 강화

Kurly 품질 보장

# 컬리의 경쟁력 - (1) 엄선된 상품

## A 체계적인 상품관리 프로세스

엄격한 선별과정 (재료/성분, 고객 인지도, 마케팅, 맛, 유통 등)



1차 스크리닝 (MD 선별)

2차 스크리닝 (팀 논의)

3차 스크리닝 (주간 상품위원회)

CEO, MD, 공급망관리자, 마케터, 콘텐츠에디터 등이 모두 참여하여 전체 밸류체인 관점에서 개별 상품 평가

4차 스크리닝 (은퇴위원회)

기존 상품의 존속 여부를 정기적으로 점검

상품위원회와 별개로 Risk Management팀의 등록심사 및 상시점검 진행

(유기농/친환경사육, 위생기준, 건강기능, 특수인증 등)

## B One-stop 장보기에 최적화된 상품 구색 (SKU)

1P 총 36,000 SKUs<sup>1</sup> 운영

식품 18,000 SKUs<sup>1</sup>

비식품 18,000 SKUs<sup>1</sup>

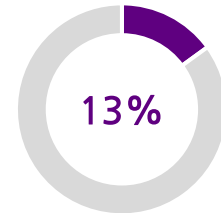


## C 경쟁력 있는 “Kurly Exclusive” 독점 상품

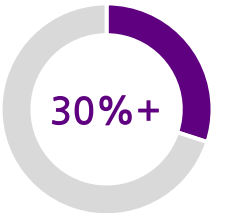
오직 컬리에서만 구입 가능한 독점 상품

Kurly Exclusive 상품

일반 상품



2.7x



1P SKU 비중<sup>2</sup>

1P GMV 기여도<sup>2</sup>

국내 유명 셰프/맛집부터 프랑스의 국민 식품 브랜드까지



이연복의 목란



최현석의 초이닷



전주 베테랑 칼국수



프랑스 국민 식품 브랜드 ‘피카드’



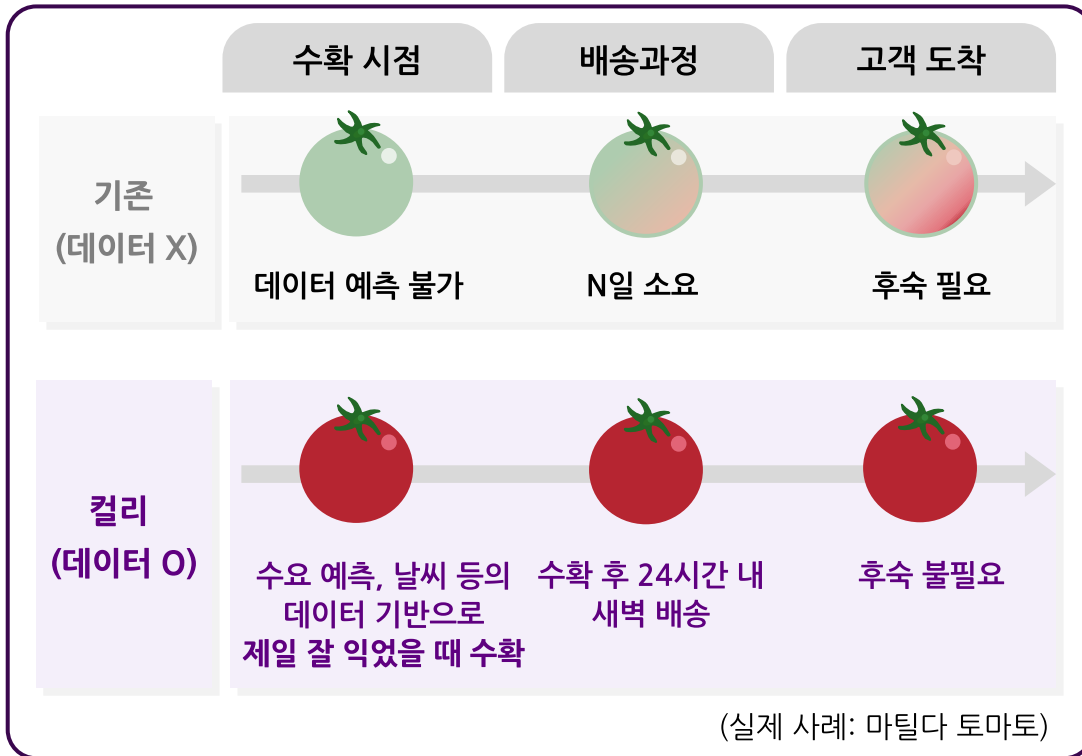
자료: 컬리

주: <sup>1</sup> 2025년 12월 31일 기준, 3P 포함시 총 9만+ SKUs 운영; <sup>2</sup> 2025년 12월 31일 누계 기준

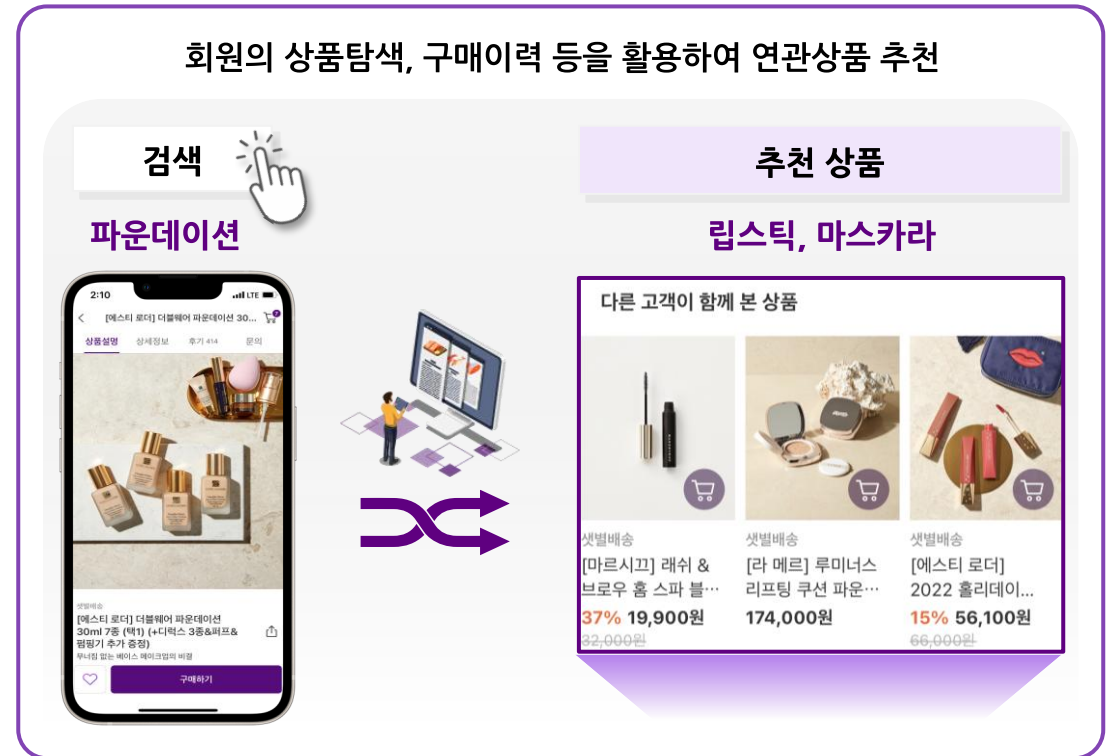
## 컬리의 경쟁력 - (2) 데이터 기술

수요예측 기반의 선발주, 고객 맞춤형 마케팅 등 데이터 기술을 활용하여 폐기율을 GMV 대비 0.5% 내외로 관리

## A 수요예측 기반의 정확한 생산 및 수확



## B 고객 맞춤형 추천 마케팅



## 커피의 경쟁력 - (3) 물류 최적화

국내 최초 셋별배송 : 생산 후 24시간 이내 배송을 보장하는 국내 유일의 100% 풀콜드체인



## 커리의 경쟁력 - (3) 물류 최적화

### 커리의 신선식품 전문 물류센터



- A** 상품의 최적온도에 따라 상온, 냉장, 냉동센터가 구축되어 있으며, 물류 흐름 전 과정에서 100% 풀 콜드체인으로 Quality Control 중시
- B** 2015년 수도권에 셋별배송 서비스 개시 후, 2021년부터 충청, 대구, 부산, 울산, 광주 등 셋별배송 서비스 지역 확대 및 전국 하루배송
- C** 현재 3개 물류센터를 운영중 (김포, 평택, 창원)<sup>1</sup>



I. 회사 소개

II. 컬리의 혁신과 성과

III. 성장 전략

IV. 지속가능경영

*Kurly*



# 트래픽 확보 및 유저 Lock-in을 통한 지속적인 성장 확보

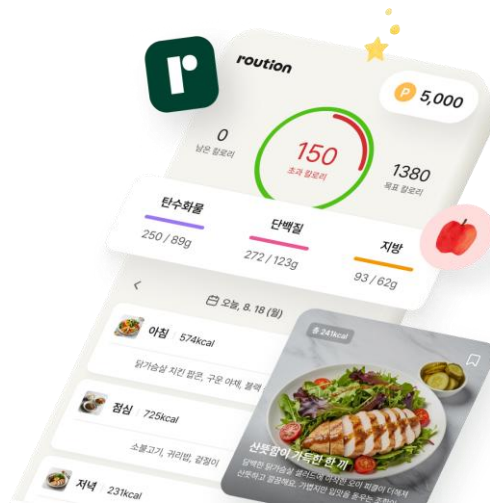
고객 제도 개편 및 콘텐츠 중심의 커뮤니티 오픈을 통해 '트래픽 확보 및 유저 Lock-in'으로 지속적인 Topline 성장 기대

## A 구독형 멤버십 '컬리멤버스' 개편 ('24.7월)

무배형 코어	OR	할인형 플러스
<ul style="list-style-type: none"> <li>무료배송 쿠폰 31장</li> <li>3천원 할인 쿠폰</li> <li>5천원 할인 쿠폰</li> <li>뷰티 20% 할인 쿠폰</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>3만원 할인 쿠폰</li> <li>9천원 할인 쿠폰</li> <li>7천원 할인 쿠폰</li> <li>3천원 할인 쿠폰</li> <li>뷰티 20% 할인 쿠폰</li> </ul>

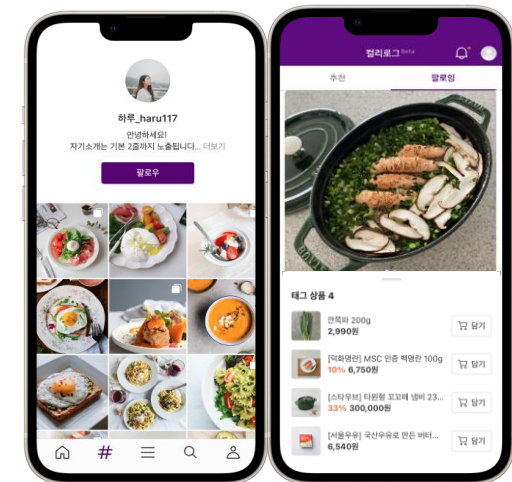
- 월 이용료 1,900원으로 업계 최저 구독료
- 할인쿠폰, 제휴 혜택을 통한 10배+ 혜택 제공
- 무배형/할인형 2type 중 선택 가능

## B AI 식단관리 앱 '루션' 출시 ('25.9월)



- 개인 식습관 기반 맞춤형 영양 콘텐츠 제공
- 컬리 APP 내 식단 관리 & 추천 상품 큐레이션 연계
- 콘텐츠 경험에서 구매로의 전환 구조 구축

## C 콘텐츠 중심 커뮤니티 '라운지' 운영



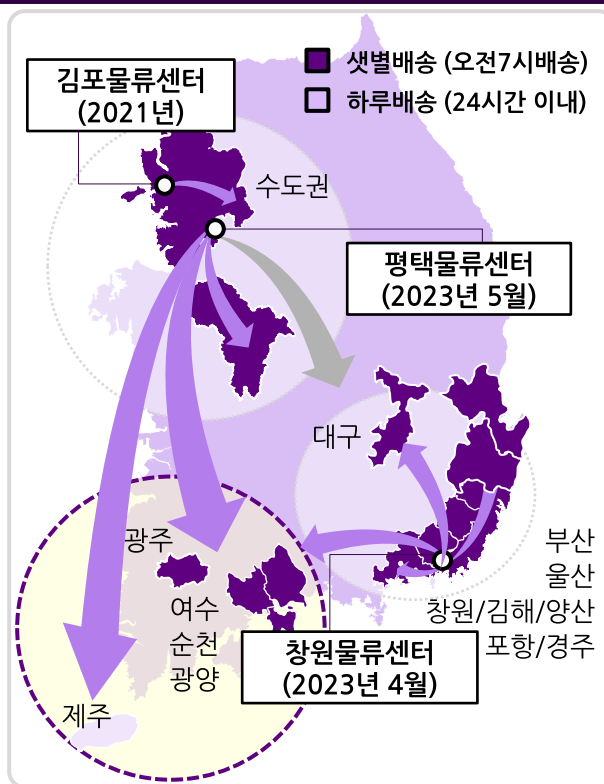
- 컬리APP 내 콘텐츠 중심 커뮤니티 강화
- 추천 상품 & 레시피 등 정보 공유 및 소통 유도
- 트래픽 확보 및 콘텐츠 통한 구매 전환 가능

## 지역 네트워크 확대 및 퀵커머스 개시

제주 하루배송 및 호남 섯별배송 확대로 전국구 배송 플랫폼으로 도약 & 퀵커머스 서비스를 통한 배송서비스 다각화

### A 제주 및 호남지역 배송 서비스 확대 ('24.7월)

지역	서비스	배송시간
수도권	섯별	익일 오전 7시 전
충청	섯별	익일 오전 7시 전
대구	섯별	익일 오전 8시 전
부산/울산	섯별	익일 오전 8시 전
김해/창원/양산/ 포항/경주	섯별	익일 오전 8시 전
여수/순천/광양	섯별	익일 오전 8시 전
광주	섯별	익일 오전 8시 전
제주 및 그 외 지역	하루	익일중 (24시간 내)



### B 퀵커머스 서비스 '컬리나우' 개시 ('24.6월)

구분	내용
배송시간	컬리 APP 내 주문 후 1시간 내 배송
배송거점	컬리나우 DMC점, 도곡점 (현재 2개점 운영중)
배송가능지역	서울 서대문구/마포구/은평구 강남구/서초구 인근 지역 등
SKUs	HMR, 신선식품, 화장품, 생활필수품 등 6,500+SKU
운영시간	매일 오전 9시~밤 10시
이용방법	컬리 APP 내 '컬리나우' 이용

**컬리나우 Beta**  
지금 주문하면 1시간 뒤에 도착해요.

🔍 검색어를 입력해주세요.

한식

분식·튀김

중식·아시안

치킨·피자·양식

야식·안주·델리

베이커리

간식·디저트

커피·차·음료

정육·수산·계란

신선·과일·채소

전통주

릭서리 뷰티

기초 뷰티

색조 뷰티

생활필수품

매일 11시!  
100원 나우할딜 OPEN

컬리 나우는 특가 중 전체보기 >  
망설이면 품질! 특가 상품을 놓치지 마세요!

# 뷰티 전문 버티컬 플랫폼 '뷰티컬리' ('22.11월 Grand Open)

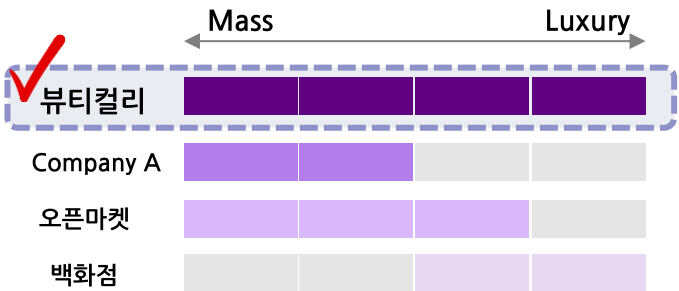
뷰티는 높은 카테고리 성장률을 보이고 있으며, 주요 고객층 및 미래 잠재 고객 확보를 위한 주요 핵심 동력

## A 글로벌 럭셔리 포함 One-stop 쇼핑

글로벌 럭셔리 파트너사 - 공식 파트너십 체결



Mass 부터 Lux 까지 One-stop 쇼핑 편의 제고

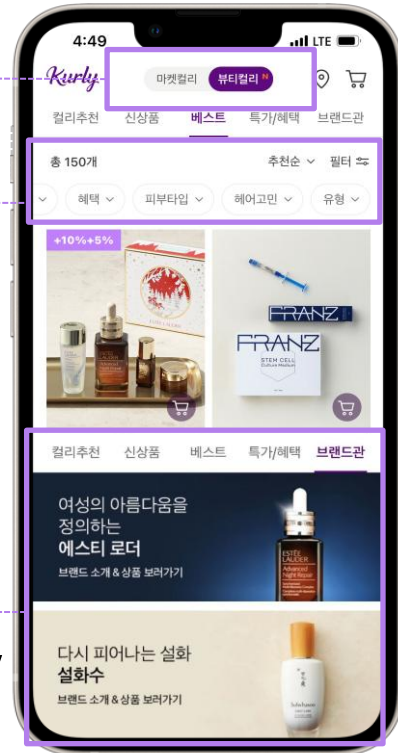


## B 뷰티 카테고리 최적화 UX/UI 제공

1 컬리 App 상단 Swipe '마켓컬리 ↔ 뷰티컬리' 이동

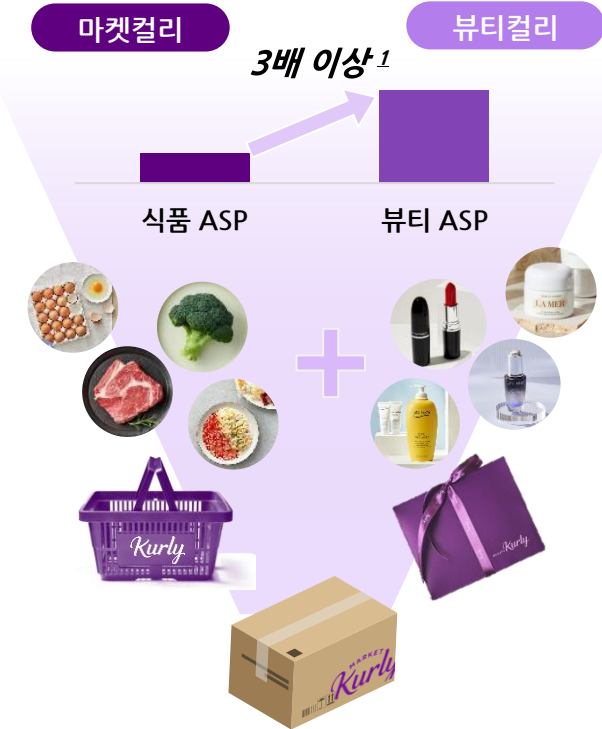
2 뷰티 카테고리 특화 개인 맞춤형 필터 추가

3 브랜드 파워 중요한 카테고리 브랜드관 운영 및 브랜드 콘텐츠 제공



## C 기존 Infra 활용한 Vertical 확장

고 ASP 뷰티 합배송으로 주문건당 수익 개선 기대



자료: 컬리  
주: <sup>1</sup> 마켓ASP vs 뷰티 ASP (2025년 12월 기준)

I. 회사 소개

II. 커리의 혁신과 성과

III. 미래 성장 동력

IV. 지속가능경영

*Kurly*



# 1 지속가능한 유통 생태계 조성을 통한 지속가능경영

## 지속가능한 유통 생태계를 위한 컬리의 노력

- A** 지속가능한 상품 소싱  
(인증 제품 구매 확대, 친환경 포장 제품 소싱)
- B** 친환경 배송 포장재 및 재사용보냉백 '퍼플 박스' 통한 일회용 포장재 감소
- C** 샛별숲 키우기 프로젝트  
(2021년 마포구 문화비축기지, 2022년 서울숲)
- D** 일자리 창출  
(장애인 고용 프로그램, 물류센터 지역인재 채용)
- E** 직매입 모델 구축을 통해 파트너사와 동반 성장  
(지속적인 매출 성장, 우량 소비자 대상 온라인 판로 확보, 생산량 최적화 및 폐기/반품 최소화)



*Kurly*

---

**Investor Relations**

[ir@kurlycorp.com](mailto:ir@kurlycorp.com)