



어도비 디지털 물가 지수: 12 월 온라인 인플레이션 또다시 최고치 경신

- 온라인 물가 전년 대비 3.1% 증가
- 지난 달까지 19 개월 연속 온라인 인플레이션 기록
- 2021 년 소비자의 온라인 총 지출액 8,550 억 달러 집계, 디지털 경제의 강력한 성장세 반영

2022 년 1 월 13 일, 서울 - 어도비가 발표한 최신 어도비 디지털 물가 지수(DPI: Digital Price Index)의 온라인 인플레이션 데이터에 따르면 2021 년 12 월 온라인 물가는 전년 동기 대비 3.1%, 전월 대비 0.8% 상승했다. 또한 2021 년 소비자들의 온라인 총 지출액은 전년 대비 9% 증가한 8,550 억 달러로 집계돼 디지털 경제의 강력한 성장세를 입증했다.

2021 년 11 월(전년 대비 3.5% 상승)과 마찬가지로 12 월에도 19 개월 연속 전년 대비 온라인 인플레이션을 이어갔다. 두드러진 온라인 물가 상승을 보인 품목은 식료품과 의류였다. 식료품의 12 월 온라인 물가는 전년 대비 4.9%, 전월 대비 0.7% 상승하며 가장 큰 폭의 연간 증가폭을 보였으며, 의류 물가는 전년 대비 16.6%, 전월 대비 0.6% 상승한 것으로 나타났다.

소비자가 온라인에서 제품 구매 시 지출하는 금액에 대한 포괄적인 분석을 제공하는 어도비 디지털 물가 지수(DPI)는 1 조건 이상의 소매 웹사이트 방문 데이터와 18 가지 품목에 걸쳐 1 억 개 이상의 재고관리코드(SKU)를 분석한다. 품목은 전자제품, 의류, 가전제품, 책, 완구, 컴퓨터, 식료품, 가구/침구, 도구/인테리어 자재, 홈/가드닝, 반려동물 제품, 보석류, 의료 장비/용품, 스포츠 용품, 개인 위생 용품, 각종 선물류, 비처방약, 사무용품 등을 포함한다.

패트릭 브라운(Patrick Brown) 어도비 성장 마케팅 및 인사이트 부문 부사장은 “지속적인 소비자 수요와 연말시즌 온라인 상에서 60 억여 개의 품절 메시지를 발생시킨 공급난이 이어지며 온라인 인플레이션이 누그러질 기미를 보이지 않고 있다”며 “이는 연료비, 임대료 등 오프라인 상에서 가격 상승을 체감한 가운데, 소비자들이 장난감, 전자제품, 보석류 등의 제품은 온라인에서 더욱 합리적인 가격으로 구매할 수 있다는 것을 인지한 것”이라고 설명했다.

지난 해 12 월 어도비 디지털 물가 지수가 분석한 18 개 품목 중 12 개 품목의 가격이 전년 대비 상승했다. 특히 의류 가격은 다른 품목 대비 빠르게 상승한 것으로 나타났다. 반면 전자제품, 사무용품, 보석류, 책, 완구, 컴퓨터 등 6 가지 품목의 가격은 하락했다.

전월 대비 물가 변화를 살펴보면 18 개 품목 중 13 개 품목의 가격이 인상됐고, 완구, 반려동물 제품, 도구/인테리어 자재, 컴퓨터, 각종 선물류를 포함, 5 개 품목의 가격은 감소한 것으로 나타났다.

어도비 디지털 물가 지수에서 주목할 만한 품목 (2021 년 12 월 기준)

- 식료품 가격은 전년 동기 대비 4.9%, 전월 대비 0.7% 상승했다. 이는 전년 대비 5.2% 물가 상승률을 기록한 2020 년 10 월 이후 가장 높은 상승이다. 아울러 식료품은 오프라인 매장에서의 물가를 반영한 소비자 물가 지수(Consumer Price Index)와 같은 추세를 보이는 유일한 품목이다.
- 의류 가격은 전년 대비 16.6%, 전월 대비 0.6% 상승했다. 의류는 최근 9 개월 연속 온라인 물가 상승세를 보인 품목으로, 보통 디플레이션이 발생하는 시즌 오픈 할인 기간에도 상승세를 유지했다.
- 가전제품 가격은 전년 동기 대비 4.1%, 전월 대비 3.0% 상승했다. 집에서 보내는 시간이 증가함에 따라 집 꾸미기에 대한 지출이 늘어난 상황과 맞물려 해당 품목은 19 개월 연속 온라인 인플레이션을 기록했다. 가전제품의 연말 시즌(11 월 1 일~12 월 31 일) 온라인 매출은 시즌 전(2021 년 9 월)보다 2 배 증가한 것으로 나타났다. 한편 가구와 침구류도 2021 년 12 월 기준 전년 대비 3.3%, 전월 대비 0.8% 오르며 20 개월 연속 상승세를 보였다.
- 최근 13 개월 연속 상승세를 보인 도구/인테리어 자재는 전년 대비 7.1%(역대 최고), 전월 대비 1.0% 상승했다. 또한 해당 품목의 연말 시즌(11 월 1 일~12 월 31 일) 온라인 판매량은 시즌 전(2021 년 9 월) 대비 1.7 배 증가한 것으로 나타났다.
- 전자제품 가격은 전년 대비 2.6% 하락(전월 대비 0.4% 상승)하며, 전년 대비 0.4% 떨어진 2021 년 11 월과 비교해 더 큰 하락세를 보였다.

디지털 물가 지수(DPI)에 대하여

디지털 물가 지수는 미국 노동통계국이 발표하는 소비자물가지수(Consumer Price Index, CPI)를 모델로 하며, 피셔가격지수(Fisher Price Index)를 활용해 온라인 물가를 추적한다. 피셔물가지수는 당월과 전월에 구매한 동일한 제품의 수량을 파악해 각 품목 별 가격 변동을 계산한다. 어도비의 분석은 인접한 두 달 동안 구매한 제품의 실제 수량에 따라 가중치를 부여한다. 어도비는 어도비의 AI 및 머신러닝 프레임워크인 어도비 센세이(Adobe Sensei)와 소비자물가지수 매뉴얼에 정의된

품목으로 제품을 분류하는 수작업을 모두 활용하고 있다. 해당 방법론은 저명한 경제학자인 오스틴 굴스비(Austan Goolsbee)와 피트 클레노 (Pete Klenow)에 의해 처음 개발됐다.

어도비에 대해

어도비는 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 [어도비 홈페이지](#)에서 찾을 수 있다. 어도비코리아에 대한 정보 및 뉴스는 어도비코리아의 [공식 페이스북](#)과 [뉴스룸](#)에서 확인 가능하다.

###

© 2022 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.