



## 어도비 디지털 물가 지수: 11 월 온라인 인플레이션 사상 최고치 기록

- 온라인 물가, 전년 대비 3.5% 증가
- 2021년 11월까지 18개월 연속 온라인 인플레이션 지속
- 미국 내 지출액 4달러 중 1달러가 온라인에서 발생

2021년 12월 10일, 서울 - 어도비가 2021년 11월 최신 온라인 인플레이션 데이터를 발표했다. 데이터에 따르면 이 기간 온라인 물가는 전년 동기 대비 3.5% 증가해 사상 최고치를 경신했으나, 연말 쇼핑 시즌 할인으로 인해 전월 대비 물가는 2% 하락했다. 이는 어도비가 디지털 경제 추이를 집계하기 시작한 2014년 이래 가장 높은 연간 증가율로, 온라인 물가는 18개월 연속 전년 대비 상승세를 보였다. 특히 의류의 인플레이션이 가장 높게 나타나, 의류 가격은 전년 동기 대비 17.3% 상승하고 전월 대비 0.4% 하락한 것으로 나타났다. 이 밖에도 미국 내 지출액 4달러 중 1달러가 온라인에서 발생해, 디지털 경제가 전체 경제의 중요한 요소가 되었음을 시사했다.

소비자가 온라인에서 제품 구매 시 지출하는 금액에 대한 포괄적인 분석을 제공하는 어도비 디지털 물가 지수(DPI, Adobe Digital Price Index)는 미국 내 1억 개 이상의 품목을 분석하고, 미국 노동통계국(U.S. Bureau of Labor Statistics)이 발표한 소비자물가지수(Consumer Price Index)를 모델로 한다. DPI는 매월 업데이트되며, 전자제품, 의류, 가전제품, 책, 완구, 컴퓨터, 식료품, 가구/침구, 도구/인테리어 자재, 홈/가드닝, 반려동물 제품, 주얼리, 의료 장비/용품, 스포츠 용품, 개인 위생 용품, 각종 선물류, 비처방약, 사무용품 등 18가지 상품군을 아우른다.

IMF 선임 경제학자를 역임한 마셜 라인스도르프(Marshall Reinsdorf)는 "미국 인구조사국(Census Bureau) 데이터에 따르면 식료품 및 인테리어 자재와 같은 품목에 대한 지출이 온라인으로 이동하는 등, 지난 10년 동안 비연료 유통 지출의 전자상거래 비중이 3배 증가했다"며, "디지털 경제 물가 측정은 인플레이션을 이해하는 데 있어 점점 더 중요한 역할을 하고 있다. 어도비 디지털 물가 지수는 소비자물가지수와 같은 기존 지표를 보완하는, 생활비에 대한 시기적절한 통찰을 제공한다"고 말했다.

---

<sup>1</sup> 어도비는 2021년 연말쇼핑 시즌(11월 1일~12월 31일) 지출 금액의 4달러 중 1달러가 온라인에서 소비될 것으로 예상한다. 이 지수는 오프라인 매장 판매를 포함한 미국소매협회(National Retail Federation)의 총 소매 예측에 반영된다.

패트릭 브라운(Patrick Brown) 어도비 성장 마케팅 및 인사이트 부문 부사장은 "지속되는 공급망 제약과 꾸준한 소비자 수요는 전자상거래의 기록적인 인플레이션의 근거로, 특히 의류는 다른 품목에 비해 온라인 품질이 높게 나타나고 있다"며, "그럼에도 불구하고 소비자물가지수에서 오프라인 제품 가격도 급등하고 있어 완구, 컴퓨터, 스포츠 용품 등의 품목은 여전히 온라인에서 구매하는 것이 더 저렴하다"고 덧붙였다.

### 어도비 디지털 물가 지수에서 주목할 만한 품목 (2021년 11월 기준)

2021년 11월 어도비 디지털 물가 지수에서 분석한 18개 품목 중 11개 품목의 가격이 전년 대비 인상됐다. 의류 가격이 다른 품목보다 빠르게 상승한 반면 전자제품, 개인 위생 용품, 사무용품, 주얼리, 책, 완구, 컴퓨터 등 7개 품목의 가격은 하락한 것으로 관찰됐다. 전 월 기준으로 보면 연말 할인이 시작되면서 식료품, 반려동물 제품, 도구/인테리어 자재, 의료 장비/용품 등 4개 품목을 제외한 모든 제품군에서 가격이 하락했다.

- 의류 물가는 전년 대비 17.3% 상승했고, 전월 대비 0.4% 하락했다. 2014년 이후 의류의 온라인 가격이 전년 대비 9% 이상 오를 때는 2016년 8월, 2020년 1월, 2020년 2월 등 단 3개월뿐이었으나, 최근 8개월 동안 해당 품목의 온라인 가격은 전년 대비 9% 이상 상승세를 보이고 있다.
- 식료품 가격은 전년 동기 대비 3.9%, 전월 대비 0.6% 상승했다. 온라인 물가는 소비자가 실제 상점에서 식료품 구매 시 지불하는 가격을 집계하는 소비자물가지수의 흐름과 동일하게 22개월 연속 전년 대비 상승하고 있다.
- 전자제품 가격은 전년 동기 대비 0.4%, 전월 대비 4.0% 하락했다. 과거(2015년~2019년)의 흐름을 보면 콘솔 게임, 모바일 기기, 텔레비전 및 웨어러블 등을 포함한 해당 품목의 가격은 전년 대비 평균 9.06% 낮아지고 있다. 2021년 사이버 먼데이에 전자제품은 27%대의 할인 폭을 보인 전년 대비 올해는 12%대 할인에 그쳤다.
- 가전제품 가격은 전년 대비 4% 상승했고, 전월 대비로는 2.7% 하락했다. 해당 품목은 연간 기준으로 19개월 연속 온라인 인플레이션을 보이고 있다. 2019년 12월 최저점(전년 대비 4.6% 하락)을 기록한 가전제품 물가는 2020년 5월(전년 대비 0.2% 상승)까지 가격이 오르기 시작했고, 2020년 12월(전년 대비 7.1% 상승)에 정점을 찍었다.
- 완구류 가격은 전년 대비 2.9%, 전월 대비 3.6% 하락했다. 완구는 책, 컴퓨터와 함께 지속적으로 강력한 디플레이션 흐름을 보이는 몇 안 되는 품목이다. 2021년 사이버 먼데이에 해당 품목은 19%대의 하락폭을 보인 지난 시즌보다 더 큰 22%대의 하락폭을 보이며, 가격 하락폭이 더 커진 유일한 카테고리로 꼽혔다.

## 방법론

디지털 물가 지수(DPI)는 미국 노동통계국이 발표하는 소비자물가지수를 모델로 하며, 피셔가격지수(Fisher Price Index)를 활용해 온라인 물가를 추적한다. 피셔물가지수(Fisher Ideal Price Index)는 당월과 전월에 구매한 동일한 제품의 수량을 파악해 각 품목 별 가격 변동을 계산하고 있다. 어도비의 분석은 인접한 두 달 동안 구매한 제품의 실제 수량에 따라 가중치를 부여한다. DPI는 [어도비 애널리틱스\(Adobe Analytics\)](#)로 18개 상품군에서 1조 건 이상의 리테일 사이트 방문 데이터와 1억 개 이상의 품목(SKU)을 분석한다. 어도비는 이를 위해 어도비의 AI 및 머신 러닝 프레임워크인 어도비 센세이(Adobe Sensei)와 제품을 소비자물가지수 매뉴얼에 정의된 품목으로 세분화하는 수작업을 모두 활용하고 있다. 해당 방법론은 저명한 경제학자 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.

###