



어도비 디지털 물가 지수: 10 월 온라인 물가 전년 동기 대비 0.7% 하락

- 10월 온라인 물가, 연간 기준 0.7% 하락 반면 전월 대비 0.3% 상승
- 연말 시즌 조기 할인으로 전자제품 가격의 하락폭 사상 최대치 기록
- 식료품의 경우 지속적인 가격 상승에도 10월 물가 상승은 둔화한 것으로 확인

서울, 2022년 11월 11일 — 어도비가 [어도비 애널리틱스\(Adobe Analytics\)](#)를 기반으로 한 [어도비 디지털 물가 지수\(Adobe Digital Price index, DPI\)](#)의 최신 온라인 인플레이션 데이터를 발표했다. DPI 최신 데이터에 따르면 올해 10월 온라인 물가는 전년 동월비 0.7% 하락한 반면 전월 대비 0.3% 상승했다. 현재 온라인 물가는 전년 동기 대비 2개월 연속 하락하는 추세로, 2022년 9월 온라인 물가는 전년 동기 대비 0.2% 떨어졌다.

10월 물가 하락은 전자제품, 컴퓨터, 완구 및 스포츠 용품 등의 품목의 영향을 받은 것으로 나타났다. 전자상거래에서 지출 비중이 가장 큰 품목으로 꼽히는 전자제품의 경우 연말 시즌 조기 할인이 본격화되면서 온라인 물가도 큰 폭으로 하락해, 전년 동월비 12.9%, 전월 대비 2.4% 감소한 것으로 나타났다. 이는 어도비가 2014년 온라인 물가를 추적한 이래 해당 품목의 전년 동월비 최대 하락폭이다. 또한 연말 전 거래의 영향으로 완구류 물가도 전년 동월비 7.1%, 전월비 3.5% 하락했다. 반면 식료품 물가는 전년 동월 및 전월 대비 각각 14.0% 및 0.7% 상승해 여전히 높은 수준을 보였다. 해당 품목의 10월 물가는 사상 최고치를 기록한 지난 9월(전년 동월비 14.3% 상승)의 뒤를 잇는 수준이지만, 올해 처음으로 가파르던 상승세가 둔화된 것이기도 하다.

전자상거래가 새로운 범주로 확장되고 브랜드가 디지털 경제의 개인화에 주력하는 상황에서 어도비 DPI는 소비자가 온라인에서 제품 구매 시 지출하는 금액에 대한 포괄적인 분석을 제공하고 있다. DPI는 어도비 애널리틱스가 1 조건 이상의 소매 웹사이트 방문 데이터와 18 가지 품목에 걸쳐 1억 개 이상의 재고관리코드(SKU)를 분석한 내용을 기초로 하며, 전자제품, 의류, 가전제품, 서적, 완구류, 컴퓨터, 식료품, 가구/침구, 도구/인테리어 자재, 홈/가드닝, 반려동물 제품, 보석류, 의료 장비/용품, 스포츠 용품, 개인 위생 용품, 꽃/관련 선물, 비처방약, 사무용품 등의 품목을 포함한다.

10월 한 달간 어도비 DPI가 추적한 18개 품목 중 식료품을 필두로 한 10개 품목에서 전년 대비 물가 인상이 나타났고, 7개 품목의 가격은 지난 달보다 인상됐다. 반면 전자제품, 보석류, 서적, 완구류, 가전제품, 꽃/관련 선물, 컴퓨터, 스포츠 용품 등

8 개 품목의 물가는 전년 보다 하락했으며, 전자제품, 사무용품, 보석류, 서적, 가구/침구, 완구류, 홈/가드닝, 비처방약, 가전제품, 각종 선물류, 컴퓨터 등 11 개 품목은 최근 한달 동안 하락세를 띠었다.

어도비 디지털 물가 지수에서 주목할 만한 품목 (2022 년 10 월 기준)

- 전자제품 가격은 전년 동기 대비 12.9% 하락(전월 대비 2.4% 하락)해 해당 품목의 전년 대비 최고 하락폭을 기록했다. 특히 전자제품 물가는 10 월까지 4 개월 연속 하락하는 추세로, 이는 팬데믹 이전인 2015 년부터 2019 년의 평균 하락세(전년 동월비 9.1% 하락)보다도 가파르게 나타난다. 해당 품목의 물가는 2021 년 12 월(전년 동월비 2.6% 하락)부터 지속적으로 하락세를 보였으며, 8 월과 9 월 각각 전년 동기 대비 10% 및 11.3% 감소하며 최근 몇 달 새 가속화됐다.
- 식료품 가격은 전년 동기 대비 14%, 전월 대비 0.7% 상승하는 등 상승세를 유지하고 있지만, 다소 주춤한 모습을 보이고 있다. 10 월을 제외한 식료품의 전년 대비 물가 상승률은 올해 1 월(전년 동월비 5.8% 증가)부터 9 월(전년 동월비 14.3%)까지 매월 최고를 기록했다. 현재까지 33 개월 연속 오름세에 있는 식료품 물가는 장기적으로 소비자물가지수와 보조를 맞추고 있는 유일한 품목이기도 하다.
- 컴퓨터 가격은 전년 동기 대비 16.4%, 전월 대비 2.6% 하락하며 2020 년 3 월 코로나 19 팬데믹 시작 이후 가장 큰 하락폭을 그렸다. 해당 품목 물가는 10 월까지 최근 4 개월 연속 하락했으며, 팬데믹 이전(2015 년~2019 년)의 연 평균 하락 폭인 9.2%보다도 높은 가파른 하락세를 보이고 있다.
- 완구류 가격은 전년 동기 대비 7.1%, 전월 대비 3.5% 하락하며 전년 동기 기준 19 개월 연속 하락세를 기록했다. 특히 10 월 물가는 연말 시즌 조기 할인 영향으로 전월(전년 동기 대비 9 월 5.3%, 8 월 4.5% 각각 하락)보다 큰 폭으로 떨어졌다.
- 스포츠 용품 가격은 전년 동기 대비 4% 하락(전월 대비 0.3% 상승)하며, 올 한 해 중 전년 동기 대비 하락세가 가장 컸다. 코로나 19 팬데믹 초기에 큰 폭의 물가 상승을 보이며 2020 년 9 월 전년비 15.8% 증가라는 사상 최고치를 기록한 바 있는 스포츠 용품의 물가는 올해 10 월 6 개월 연속으로 전년 동월비 기준 내리막을 걷고 있다.

디지털 물가 지수(DPI)에 대해

어도비 DPI는 미국 노동통계국이 발표하는 소비자물가지수(Consumer Price Index, CPI)를 모델로 하며, 피셔가격지수(Fisher Price Index)를 활용해 온라인 물가를 추적한다. 피셔가격지수는 당월과 전월에 구매한 동일 제품의 수량을 파악해 각 품목 별 가격 변동을 계산한다. 어도비의 분석은 인접한 두 달 동안 구매한 제품의 실제 수량에 따라 가중치를 부여한다. 어도비 애널리틱스를 기반으로, 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. 어도비 애널리틱스는 온라인 쇼핑 경험 제공, 측정 및 개인화를 위해 미국¹의 상위 100 대 인터넷 소매업체 중 85% 이상이 활용하고 있는 [어도비 익스피리언스 클라우드\(Adobe Experience Cloud\)](#)의 일부이다.

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.

¹ 디지털 커머스 360 Top 500 보고서 (2021 년) 기준