

紅木-KY

業績說明會

2024年11月13日

紅木-KY
bringing your design alive

免責聲明

- 本簡報及同時發佈之相關訊息及引用外部機構之預測性資訊，包括營運展望、財務狀況及業務預測等相關內容，係本公司基於內部資料及外部整體經濟發展現況所得之資訊。
- 本公司未來實際產生的營運結果、財務狀況與業務可能與預測性資訊有所差異，其原因可能來自各種因素，包括但不限於市場需求、各種政策法令與經濟現況之改變，以及其他本公司無法掌控之風險等因素。
- 本簡報中所提供之資訊係反應本公司截至目前為止的看法，並未明示或暗示地表達或保證其具有正確性、完整性或可靠性。對於簡報內容，未來若有任何變更或調整，本公司不負責更新或修正。

C CONTENTS

1 產業概況

2 公司概況

3 營運概況

產業概況

全球奢侈品市場概況

至2030年前市場預計將以年複合增長

5%-7%

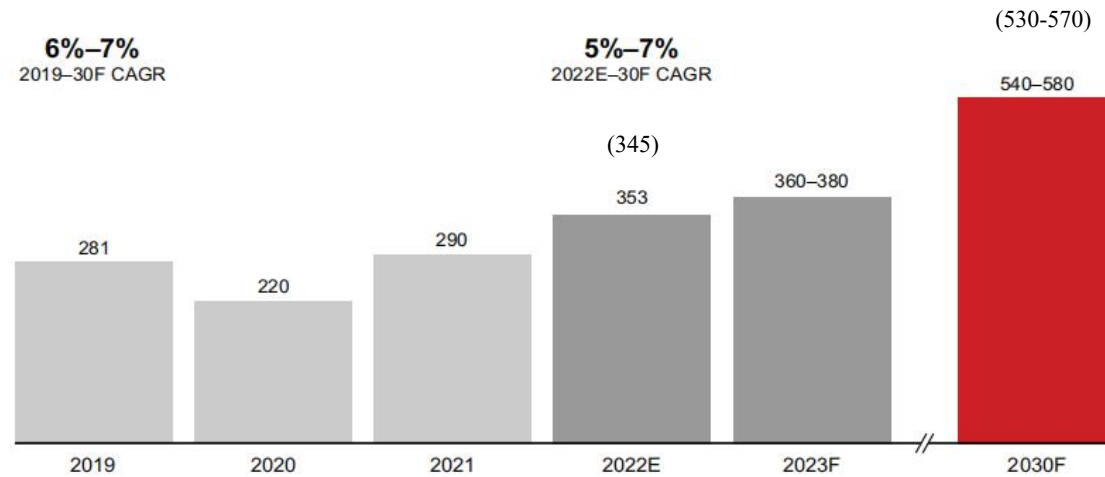


Key Drivers ESG Products

日益增長的高資產族群對永續產品的偏好是主要的市場驅動力

Figure 18: Solid market fundamentals should lead to a positive medium-term trajectory for personal luxury goods (with potential bumps along the way)

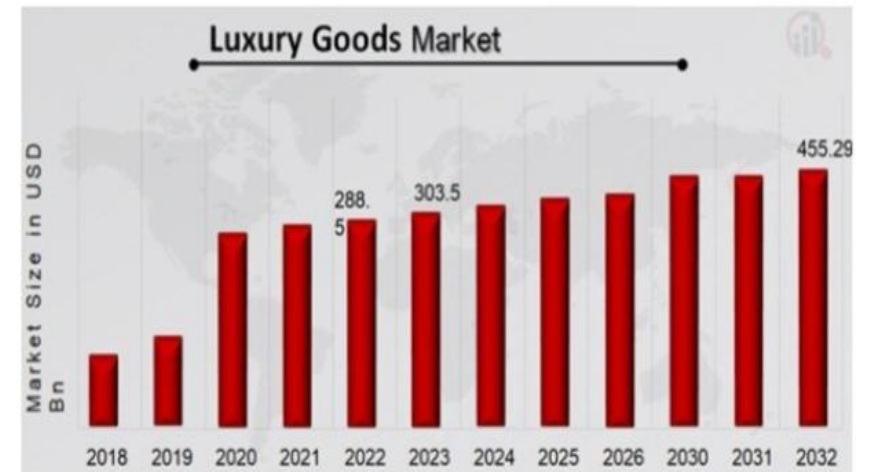
Global personal luxury goods market (€ billions)



Note: F indicates forecasted growth
Source: Bain & Company

Global Luxury Goods Market Overview

Luxury Goods Market Size was valued at USD 288.5 Billion in 2022. The Luxury Goods market industry is projected to grow from USD 303.5 Billion in 2023 to USD 455.29 Billion by 2032, exhibiting a compound annual growth rate (CAGR) of 5.20 % during the forecast period (2023 - 2032). Growing affluent population and Propensity for Sustainable Products are the key market drivers encouraging the market's growth.





市場調查報告書

全球奢侈品零售市場：2018-2028

Global Luxury Retailing Market 2018-2028

商品編號 145854

出版日期 2024年02月29日

出版商 GlobalData

英文 98 Pages

訂購完成後即時交付

樣本要求

商品詢問

* 本網頁內容可能與最新版本有所差異，詳細情況請與我們聯繫。

簡介

目錄

隨著旅遊業水準恢復到疫情前的水平，到2028年，全球奢侈品市場規模將達到6,239億美元，使旅遊零售商的奢侈品銷售強勁成長。在全球新興經濟體收入水準上升的推動下，預計該市場將在2024年出現成長，未來五年，亞太地區預計將引領全球奢侈品市場，而美洲地區將表現疲軟。受益於旅遊業水準的提高以及年輕富裕消費者的增加，亞太地區預計到2023年將出現8.2%的強勁成長。中國經濟的重新開放推動了這一成長，而中國旅遊購物者對奢侈品的需求增加也推動了奢侈品銷售。LVMH廣泛的品牌組合將佔2023年全球奢侈品支出的近四分之一，並且LVMH集團在過去五年中不斷提高其市場佔有率，從2018年的18.3%上升到2023年的24.1%。

最新消息 | 發布日期 2024.07.12

2024 – 2028 全球奢侈品市場動態預測

據義大利媒體 **Webranking** 年度報告指出，2024 年奢侈品產業將面臨轉型。該行業須應對全球經濟不確定性和消費者行為的變化，但技術創新和線上購物體驗的提升 **預估可推動在 2024 年至 2028 年的複合年增長率將達 8%**。

在地區方面，中國大陸市場經歷經濟放緩，奢侈品集團如開雲集團 (**Kering**) 和路威酩軒 (**LVMH**) 的亞洲銷售額在 **2024 年第一季度分別下降 19% 和 10%**。這一趨勢促使品牌重新評估其策略，減少對中國大陸市場的依賴。

與此相反，中東地區展示強勁的增長潛力，沙烏地阿拉伯和阿拉伯聯合大公國的奢侈品市場預計在 2024 年至 2028 年間將分別實現 3.1% 和 2.51% 的複合年增長率。品牌如 **Dolce & Gabbana** 和 **Damiani** 正利用該地區日益增長的富裕程度和旅遊業擴展業務。

此外，**印度奢侈品市場也呈現增長趨勢**，50% 的消費者更喜歡在國內購買。各品牌正著重於本土文化傳統和重要節日，以吸引追求獨特體驗的年輕、富裕消費者。

Report on the economic benefits on the Luxury Sector in the Global Economy

(Lxuonomy 2024.09.01)

8. 到 2030 年的展望

奢侈品行業的未來前景廣闊，幾個關鍵趨勢和發展可能會塑造該行業到 2030 年的發展。

8.1. 新興市場的增長

預計中國、印度和其他東南亞國家等新興市場將繼續成為奢侈品增長的主要驅動力，預計奢侈品需求每年增長 **8-10%**。這一增長將受到不斷擴大的中產階級和通過數字平臺更多地獲得奢侈品的機會的推動。

下一個高潛力目標

東南亞

高淨值客戶增加

奢華旅遊熱潮

奢侈品牌全球在地化



Demand: High growth potential is foreseen in major SEA countries

HNWIs Increase

High-income groups are increasing fast, especially in Singapore, Malaysia, Thailand and Vietnam

By 2030...

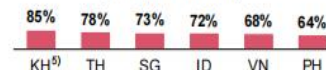
- Singapore: The highest % of millionaires²⁾ in Asia Pacific
- Vietnam: >2 million adults will hold >\$500,000 wealth, even more than that of Singapore



Luxurious Tourism Boom

Travel recovery & luxury hotels open stimulate travel economy and luxury consumption

% of Travel Recovery, Jan. - Nov., 2023⁴⁾ (Compared to 2019)



Rich luxury hotel portfolio with new luxury hotels entering

- Vietnam: Accor and Inter-Continental will be doubled before 2027; Wynnham will be tripled (reach 20) by 2024
- Singapore: Mandarin oriental (upgraded in 2023), Edition (opened in 2023), etc.
- Thailand: Andaz (opened in 2023), Six Senses Samui (upgraded in 2023), Four Seasons Tented Camp Golden Triangle (~20K RMB/day) etc.

Supply: Luxury groups are actively deploying and expanding in SEA regions

Luxury Groups' Globalisation

Mainly target HNWIs/UHNWIs and tourists with clearly defined and differentiated strategy

Multiple Brands Entered

- Van Cleef & Arpels 1st store in Vietnam 2023
- Loewe 1st store in Vietnam 2023
- Acne Studios 1st store in SEA 2023

Louis Vuitton 2023

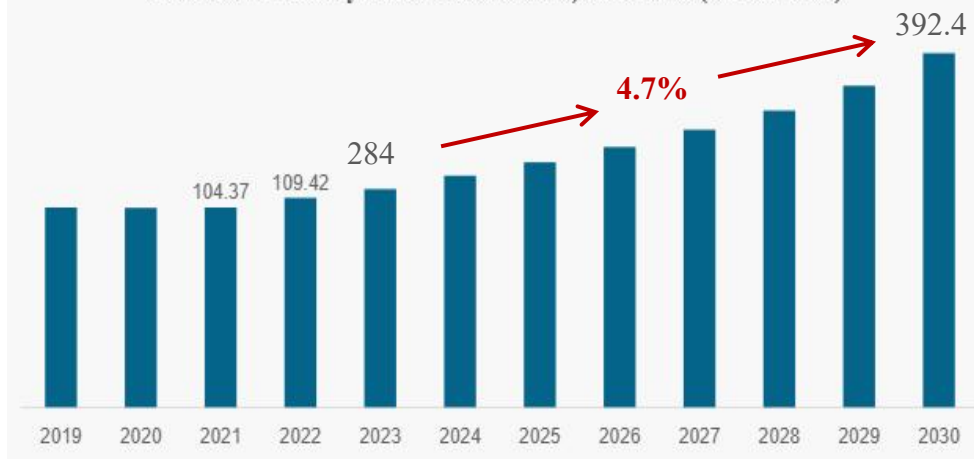
Yayoi Kusama's Dancing Pumpkins exhibited in Siam Paragon, Thailand

Bulgari 2022-23

High jewellery trunk show in Singapore, Thailand and Malaysia

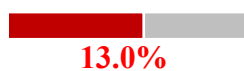
Notes: 1) Including Europe, the US, China, etc.; 2) & 3) Holding wealth > 1 million USD, HSBC; 4) According to arrivals of January-November in 2023, which was updated recently on 13th Jan., 2024, Outbox; 5) KH: Cambodia, TH: Thailand, SG: Singapore, ID: Indonesia, VN: Vietnam, PH: Philippines

Asia Pacific Luxury Goods Market Size, 2019-2030 (USD Billion)

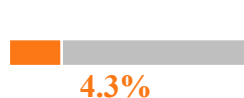


HNWIS Increase

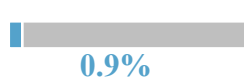
Singapore ●



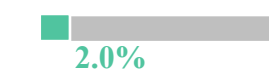
Malaysia ●



Indonesia ●



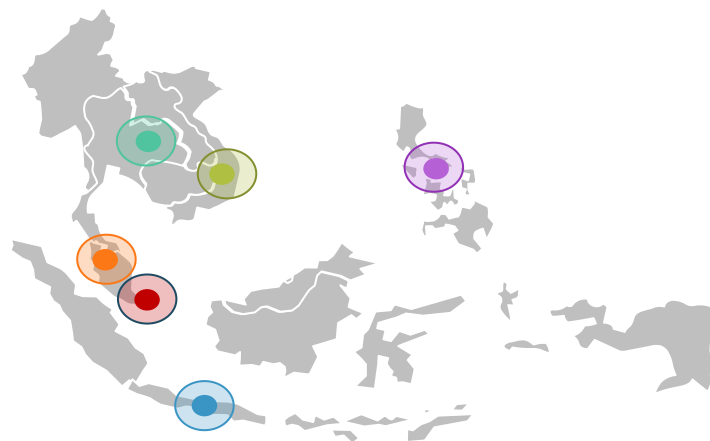
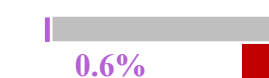
Thailand ●



Vietnam ●



Philippines ●



2024-2029

CAGR **4.06%**

亞太地區

中東地區

Top consumers of Luxury Goods

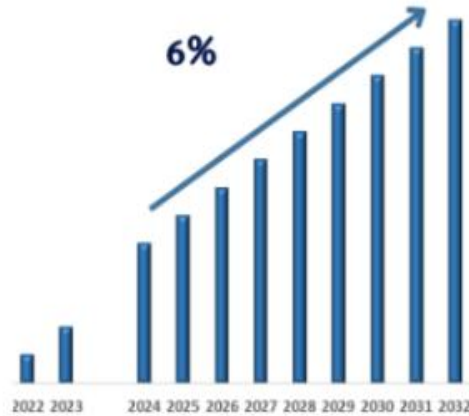
Japan



China



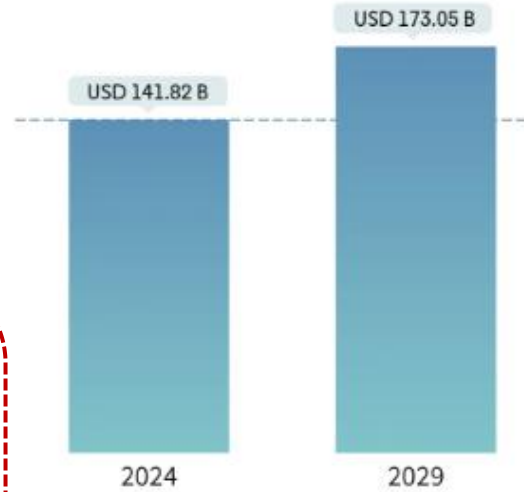
MARKET SIZE & FORECAST



Market Size, 2023:
USD 13.5 Billion

APAC Luxury Goods Market

Market Size in USD Billion
CAGR 4.06%



Source : Mordor Intelligence

Study Period	2019 - 2029
Base Year For Estimation	2023
Market Size (2024)	USD 141.82 Billion
Market Size (2029)	USD 173.05 Billion
CAGR (2024 - 2029)	4.06 %
Market Concentration	Low

Major Players



*Disclaimer: Major Players sorted in no particular order

Asia Pacific Luxury Goods Market Analysis

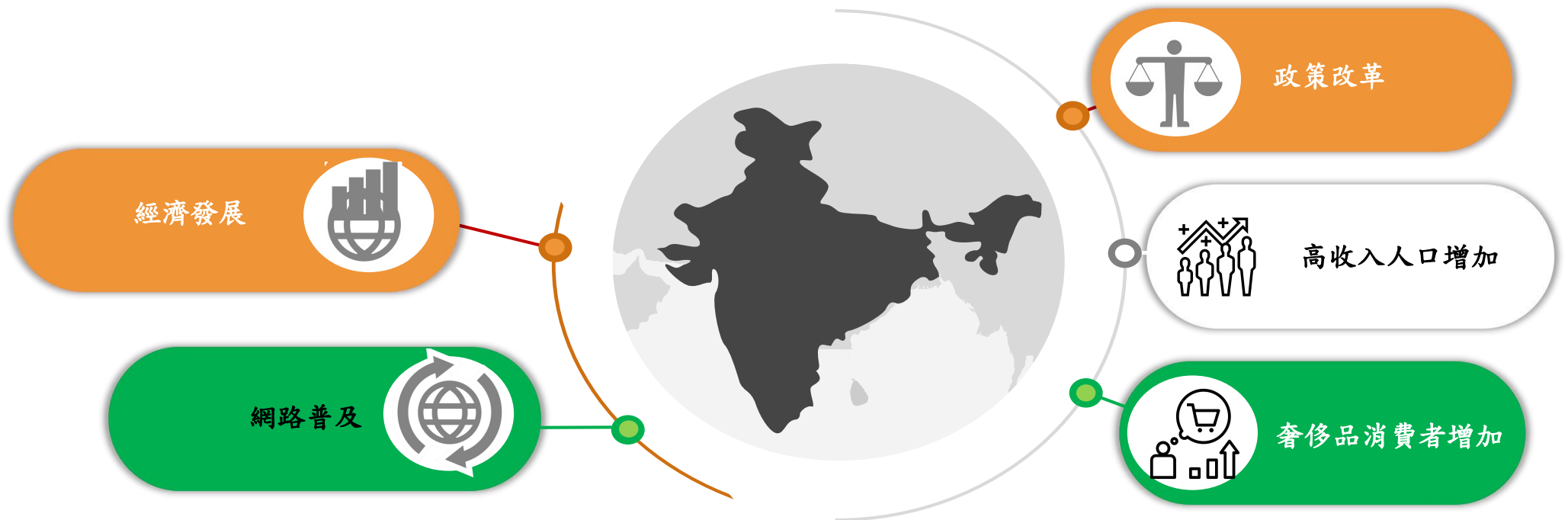
The APAC Luxury Goods Market size is estimated at USD 141.82 billion in 2024, and is expected to reach USD 173.05 billion by 2029, growing at a CAGR of 4.06% during the forecast period (2024-2029).

The Asia-Pacific region is the world's largest consumer of luxury products and has grown to be a significant market for international luxury brands. In the Asia-Pacific region, China and Japan rank among the top consumers of luxury goods and have the highest average per capita incomes. According to Alibaba, the sales of luxury goods in China increased from 11% to 20% in 2020 as compared to the overall share of the global industry.

The Asian luxury market is in flux, with consumers demanding luxury goods from different backgrounds and starting points. A steady economy, rapidly changing consumer trends, the growth of boutique luxury brands, and the massive shift from physical to digital channels are creating a new competitive landscape for the luxury goods market. Younger consumers are helping to drive changes in luxury consumption and attitudes. They are heavily fixated on sustainability, and most luxury consumers say they prefer brands that are socially responsible.

MARKET DRIVERS

- The Indian luxury goods market is growing due to multiple factors, including economic development, internet penetration, policy reforms, a growing high-income population, and increased consumer spending on luxury products.
- In India, watches are considered part of fashion accessories, and thus, consumers are shifting from classical watches to luxury brands with innovation and unique designs. Furthermore, India is a lucrative market for various luxury brands due to the presence of royal heritage and the availability of technological assets.
- Moreover, the demand for luxury accessories like bags, watches, and footwear has been rising among millennials, characterized by enhanced qualities, such as material, durability, uniqueness, and comfort, all prominent factors driving the market. Brand demand is being driven by customers' growing desire for attractive luxury goods as a status symbol, as well as their proclivity to flaunt numerous foreign brands, such as Louis Vuitton, Gucci, Chanel, Burberry, and Prada.



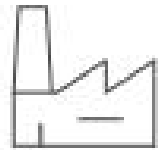
2024-2025 奢侈品市場

2024年及後奢侈品產業的下一步發展

- › 根據當前情景，2024年個人奢侈品表現將相對疲軟
- › 至2030年，堅實的基本面將繼續推動市場成長
- › 品牌必須注重創新及創造力，以增強與消費者的相關性

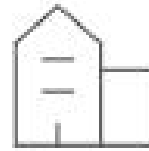
LVMH 前三季財報

Hermes 前三季財報



中國

日經中文網：中國需求放緩
銷售低迷

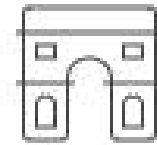


TOP 1

日本

日經中文網：中國人趁日圓
貶值去日本大買奢侈品

貝恩《2024全球奢侈品市場
研究年中更新》：
全球各地表現不一，日本市
場一支獨秀



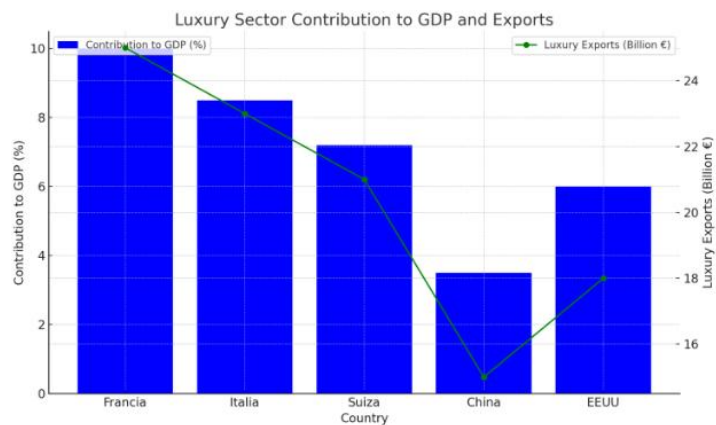
歐洲

香港經濟日報：LVM集團產品
銷售出現疫情以來首次下來，
受累內地消費需求疲弱

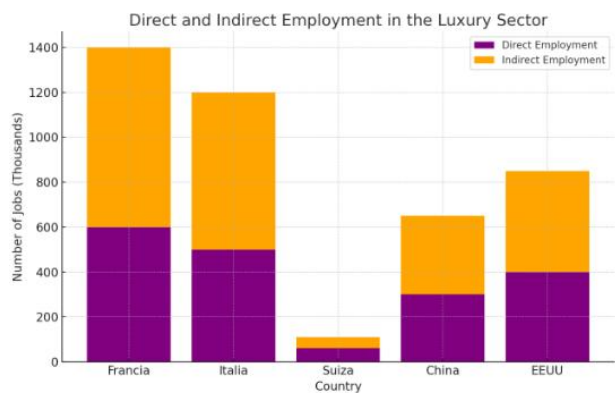
奢侈品行業如何促進一個國家的經濟和就業



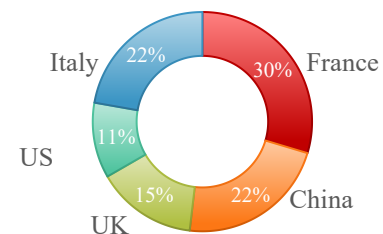
➤ GDP和經濟成長的貢獻



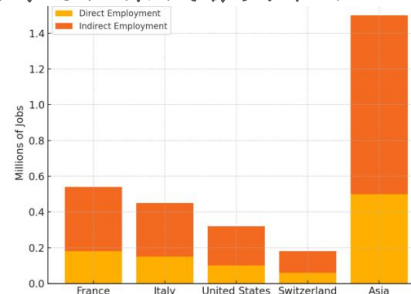
➤ 創造就業機會的影響



➤ 對國內生產毛額(GDP)的直接和間接影響



➤ 創造就業機會與乘數效應



➤ 財政收入和對公共財政的貢獻

➤ 2030年展望

8%-10% 每年增長
中國、印度和其他東南亞國家

50% 考慮永續性
消費者在購買中考慮永續性產品

6%-7% 每年增長
豪華旅遊



關於奢侈品行業在全球經濟中的經濟效益報告

公司概況

Redwood Group Ltd

專精於全球性奢侈品門店之整體工程施
作及優質服務

魯班

- 室內裝修：精品的空間美學

- 一般工程：空間的結構創意

- 室外幕牆：外觀的藝術工程



5.02億



集團超過1,000人

新加坡 營運總部



- 專案能力：合約、專案、製圖、採購、物流等
- 專業的後勤支援/保障部門
- 技術發展及QA/QC等專業團隊確保達到客戶高品質的工藝技術

馬來西亞 生產基地



- 位於馬來新亞新山，距新加坡總部約一小時車程距離
- 先進的數控化生產設備
- 生產能力： Millwork & Carpentry, Acrylic, Sofa & Upholstery, Electrical & LED Development, Glass, Solid Surface & Stone, Metal & PVD, Painting, Veneer & Packing.

集團服務據點

亞洲地區

- 新加坡 (HQ)
- 馬來西亞 (新山)
- 中國 (上海)
- 日本 (東京)
- 越南 (胡志明)
- 菲律賓 (馬尼拉)
- 印度 (新德里)
- 泰國 (曼谷)
- 印尼 (雅加達)

其他地區

- 美國 (紐約)
- 法國 (巴黎)
- 澳洲 (雪梨)



市場應用

基礎市場

各式展示櫥櫃生產製造

- 木材原料製品
- 金屬原料製品
- 玻璃原料製品
- 各式家俱



紅木
bringing your design alive

- 星級觀光飯店
- 高級住宅
- 百貨商場/展場
- 商辦總部

跨足建物的精裝造型



發展市場



核心市場

- 皮革/皮件
- 服飾
- 珠寶/手錶
- 化妝品/香水

奢侈品展演空間的裝修

競爭利基

- 業務發展
- 除服務原有品牌客戶外，可跨足新市場/新客戶

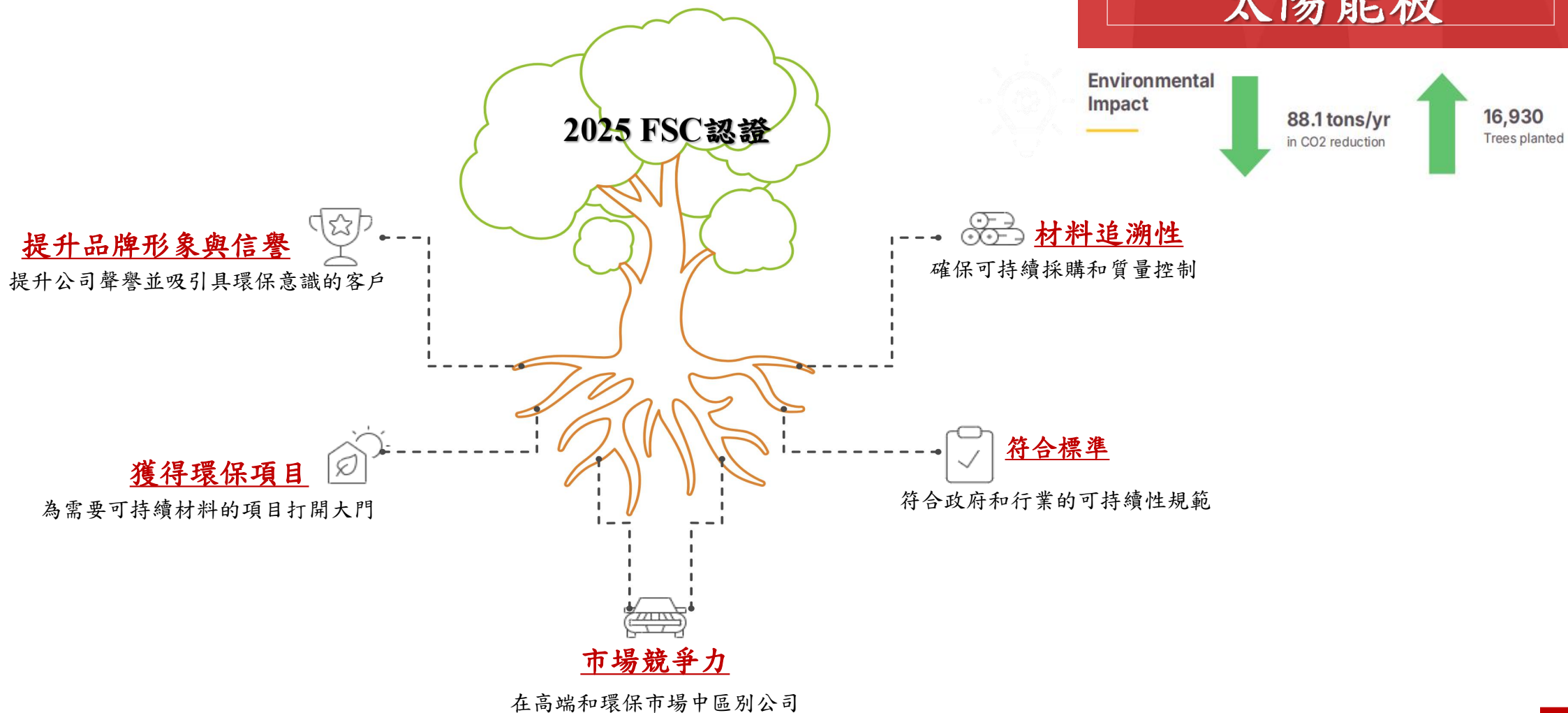


- 自動化製程，改善生產效率
- 開發新工法及應用技術
- 提升專案項目的管理及流程
- 整合客戶設計，提升專案的效能及附加價值

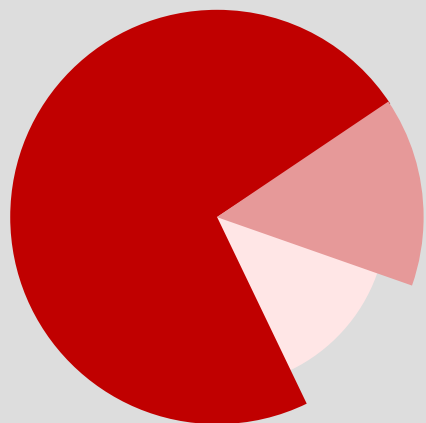
- ISO14001環境管理標準認證
- 透過綠色工程降低生產作業對環境的影響(採購、生產、組裝、出貨)
- 新加坡Bizsafe(職業安全與衛生)認證
- 新加坡2021年最佳僱主得獎企業之一
- 內部風險管理並完善公司治理

競爭利基

FSC 認證 太陽能板



業務及營收地區



2024Q3

73%

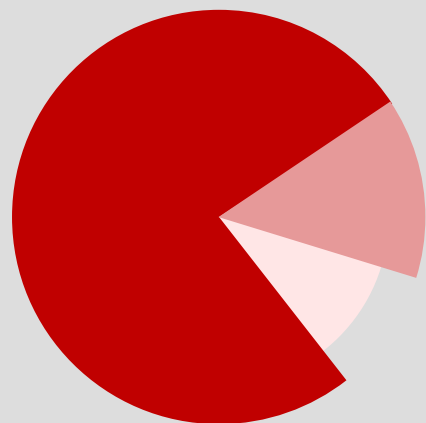
室內裝修

15%

一般工程

12%

門面裝修



2023Q3

76%

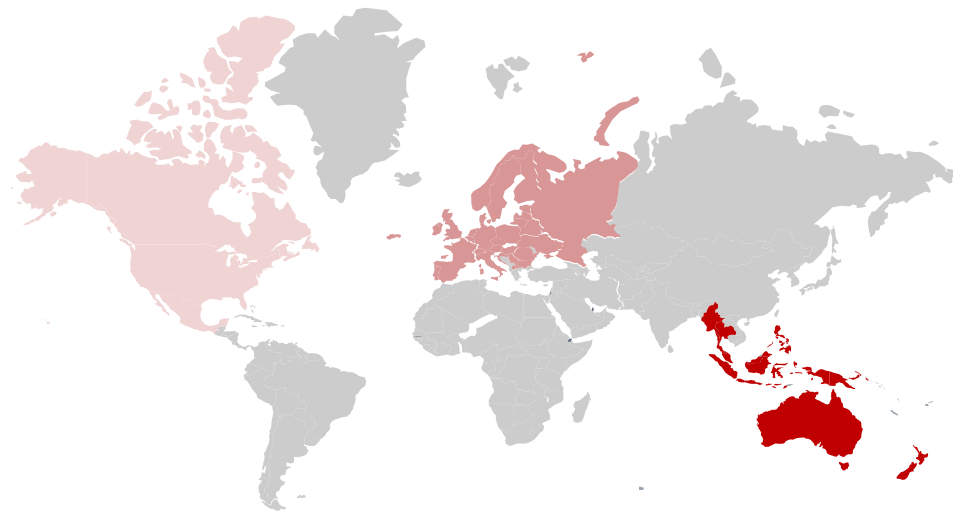
室內裝修

15%

一般工程

9%

門面裝修



亞洲

62%

70%



歐洲

10%

10%



美洲

28%

20%

0%

20%

40%

60%

80%

2024Q3

2023Q3

近二年度(前三季)主要客戶

2024Q3

LOUIS VUITTON

HERMES

TIFFANY & CO.

MALABAR

Dior

1

2

3

4

5

2023Q3

LOUIS VUITTON

MALABAR

Dior

TIFFANY & CO.

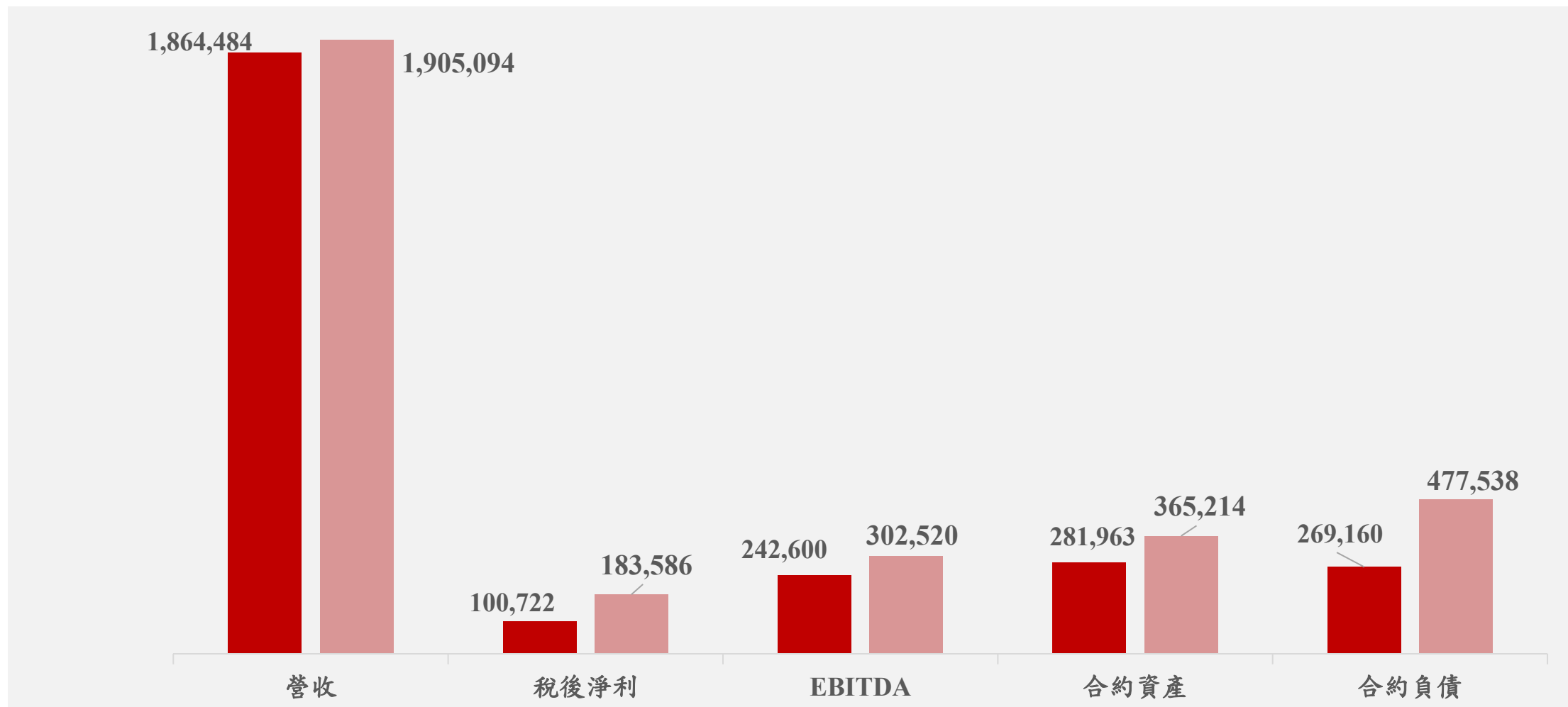
HERMES

主要財務績效指標(一)

2024Q3

2023Q3

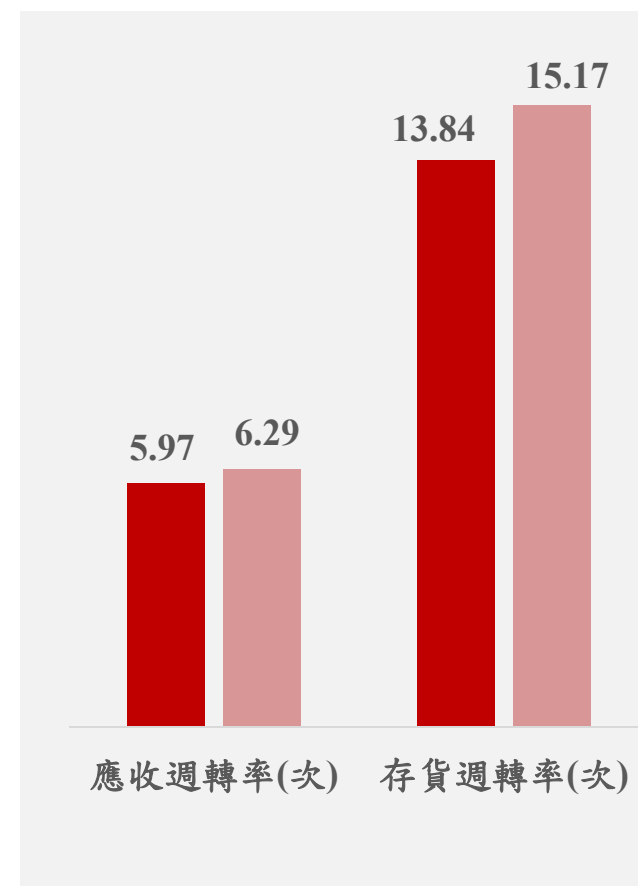
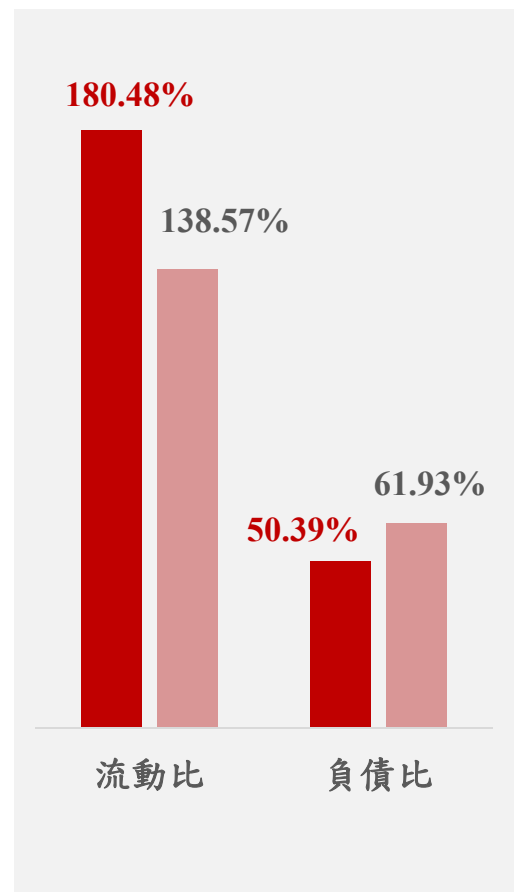
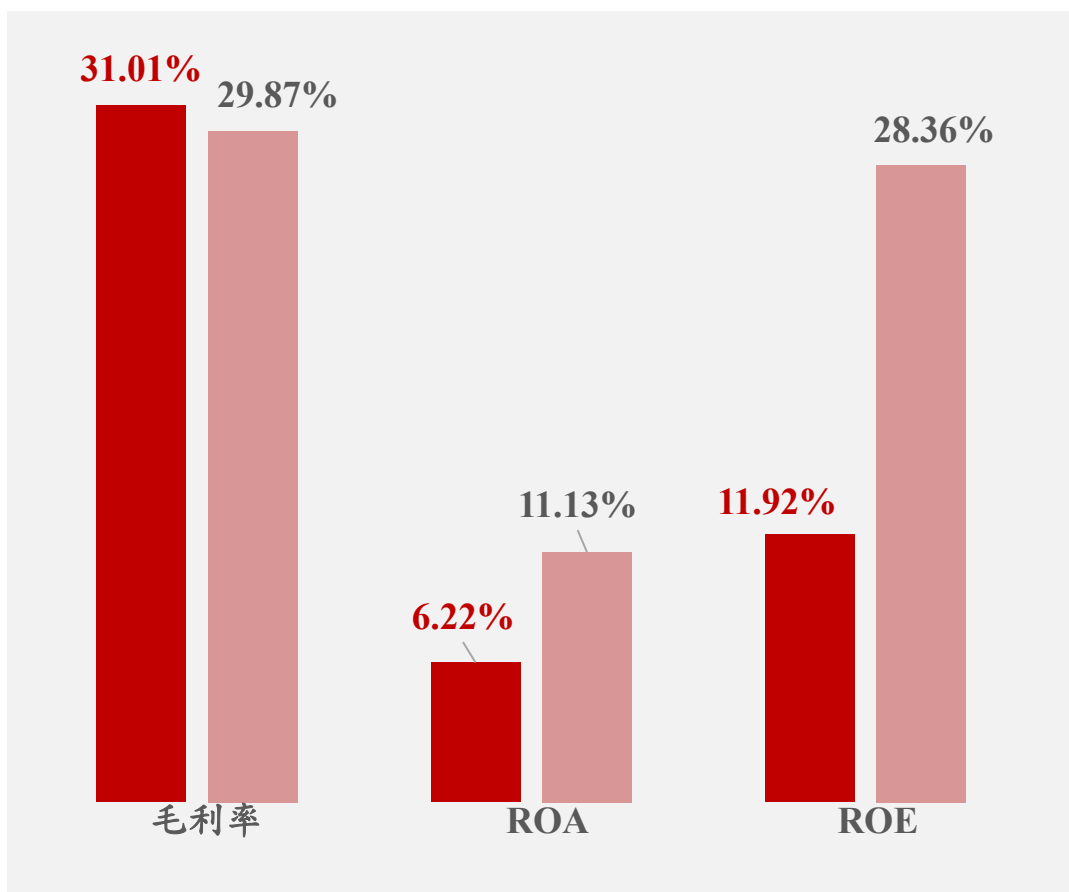
(單位：NTD仟元)



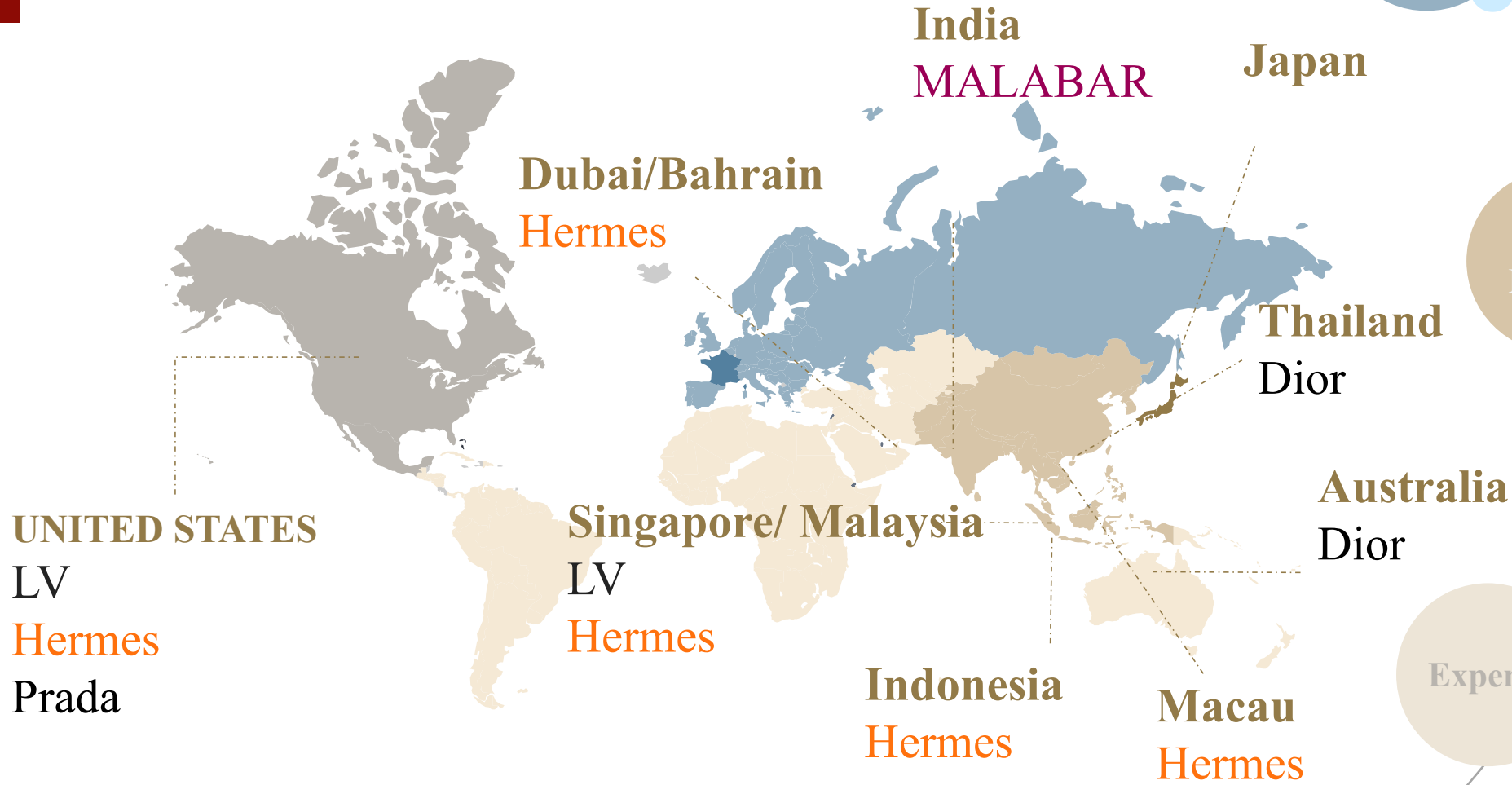
主要財務績效指標(二)

2024Q3

2023Q3



2025Q1
Region & Customer



Sales Revenue

Gross Margin

Expense

Thank
YOU!

Contact Information

Ben Su / TEL : +886-2-2778-9121 / Mobile : +886-929-805-568 / E-Mail : bensu@redwoodgroup.co