

紅木-KY

業績說明會

2026 年 8 月 26 日

REDWOOD
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 公司概况

3 營運概況

產業概況

2026

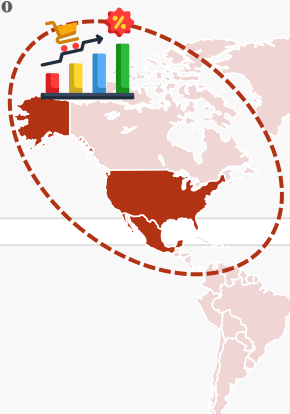
全球奢侈品產業已由疫情後的高速成長階段，至2025年逐步回歸正常化發展，並進入結構性調整。品牌投資已由過去積極擴張轉向重視投資效率、門店品質與消費體驗，整體展店及改裝計畫也趨於審慎。《Bain&Company、Altagamma》



全球奢侈品

逐步回歸正常化

■ 貝恩2026年市場基本預測，年增率約0%~2%



宏觀經濟衝擊動盪

H1 ■ 預計全球GDP成長率低於2025年。

■ 中國消費者信心跌落 ■ 美國通膨率上升

■ 中東危機推高油價 ■ 歐洲觀光旅遊成長率減20%

H2 ■ 下半年儘管基本面顯示市場正逐步趨於穩定，全球奢侈品產業面臨經濟波動、地緣政治動盪和深刻文化變革等因素影響。

不同區域不同成長速度

▢ 美洲市場蓬勃發展

▢ 日本市場面臨觀光放緩，尤其是中國的遊客

▢ 中國市場正在復甦中

▢ 歐洲、中東拖累整體成長



珠寶手錶類領先

珠寶手錶領先

服飾保持良好動能

化妝品表現落後

皮革及鞋類面臨壓力



區域成長



品類表現

2026年

產業概況

整體市場

價值成長時代

高速成長結束，進入價值成長時代

重視獲利能力

品牌重視獲利能力而非單純營收成長

過去

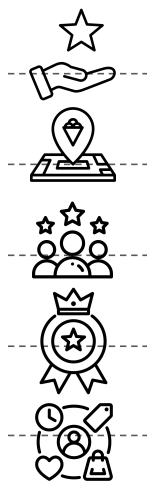
追求銷售量

大量展店

商品導向

價格帶動成長

疫後報復性消費



2026

追求價值

精選旗艦店

體驗導向

品牌價值帶動成長

理性消費 精準消費

2026 趨勢

過去

品牌吸引力

顧客體驗

消費情境

--

--

整體品牌體驗

品牌已從「產品競爭」轉向「整體品牌體驗」

2026

品牌價值認同

客製化/專屬品牌體驗

持續維持銷售定價力

AI個人化服務

永續與循環經濟



品牌策略

產業概況

消費者改變

BEFORE

代表身分

NOW

代表對品牌的價值認同

現在消費者對品牌整體的體驗已超越商品
消費者更在意：
品牌故事、品牌歷史、工藝品質、獨特體驗

奢侈品產業
未來競爭力



新材料



可追溯的
供應鏈



ESG 創新



永續設計

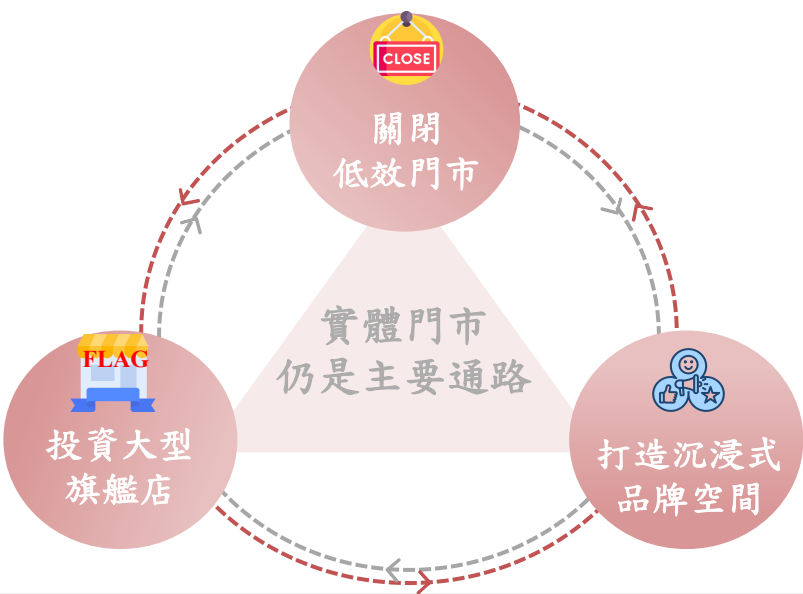


AI與數位化

成長市場
未來更分散

US	CN	JP	ME	IN
高端客群 支撐市場	仍重要 但增速放緩	受惠觀光與 精品消費	高資產人口 快速增加	最具潛力的 新興市場

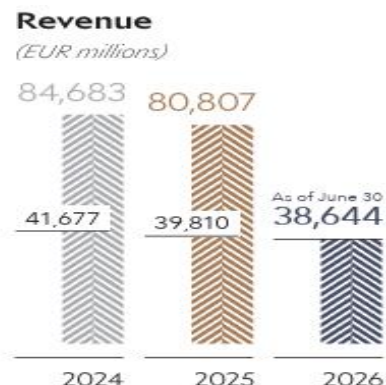
旗艦店比展店更重要



產業概況

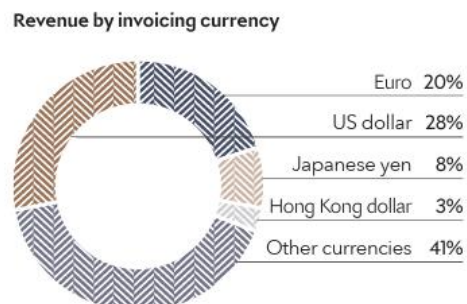
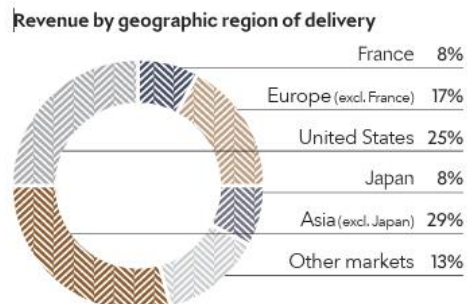
LVMH

FINANCIAL HIGHLIGHTS



Change in revenue by business group (EUR millions and percentage)	June 30, 2026	June 30, 2025	Change	
			Published	Organic ^(a)
Wines and Spirits	2,598	2,588	0%	5%
Fashion and Leather Goods	18,146	19,115	-5%	-1%
Perfumes and Cosmetics	3,914	4,082	-4%	0%
Watches and Jewelry	5,225	5,090	3%	9%
Selective Retailing	8,406	8,620	-2%	5%
Other activities and eliminations	356	315	-	-
Total	38,644	39,810	-3%	2%

(a) On a constant consolidation scope and currency basis. The impact of exchange rate fluctuations on Group revenue was -5% and the impact of changes in the scope of consolidation was -1%. The principles used to determine the net impact of exchange rate fluctuations on the revenue of entities reporting in foreign currencies and the net impact of changes in the scope of consolidation are described on page 9.



HERMES

KEY CONSOLIDATED DATA IN THE FIRST HALF OF 2026

In millions of euros	H1 2026	H1 2025	2025 financial year
Revenue	8,163	8,034	16,002
Growth at current exchange rates vs. n-1	1.6%	7.1%	5.5%
Growth at constant exchange rates vs. n-1 ¹	6.1%	8.1%	8.9%
Recurring operating income ²	3,351	3,327	6,569
in % of revenue	41.0%	41.4%	41.0%
Operating income	3,351	3,327	6,569
in % of revenue	41.0%	41.4%	41.0%
Net income attributable to owners of the parent	2,238	2,246	4,524
in % of revenue [*]	27.4%	28.0%	28.3%
Operating cash flows	2,694	2,733	5,607
Operating investments	344	316	1,161
Adjusted free cash flows ³	2,182	1,847	3,880
Equity attributable to owners of the parent	19,023	16,602	18,840
Net cash position ⁴	12,310	10,319	12,239
Restated net cash position ⁵	12,926	10,723	12,773
Headcount (in number of people) ⁶	27,107	25,697	26,494

2.2 FIRST-HALF REVENUE AND ACTIVITY

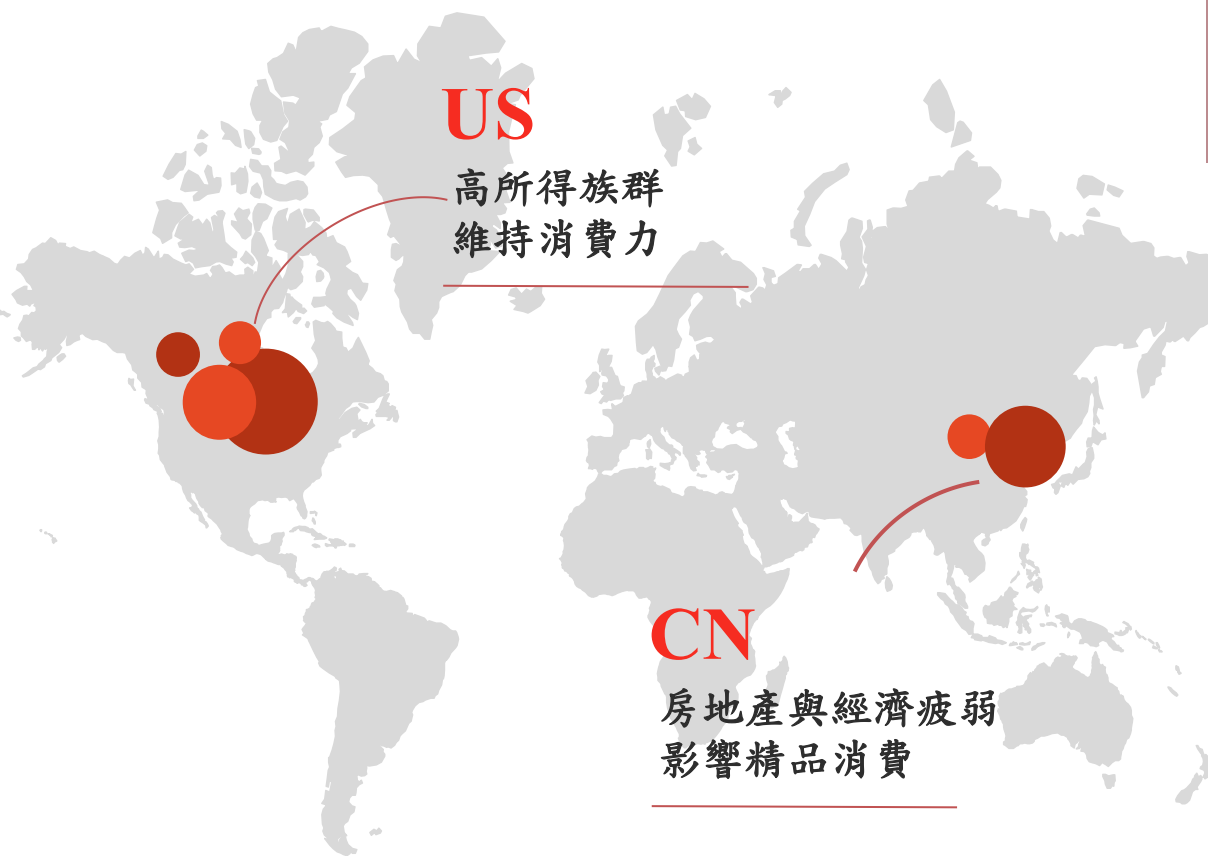
2.2.1 SALES BY GEOGRAPHICAL AREA AT THE END OF JUNE

(At constant exchange rates, unless otherwise indicated)

In millions of euros	H1 2026	H1 2025	Change vs. 2025	
			published	at constant exchange rates
France	753	740	2%	2%
Europe (excluding France)	1,165	1,088	7%	9%
Japan	798	815	(2)%	11%
Asia-Pacific (excluding Japan)	3,533	3,574	(1)%	2%
Americas	1,585	1,455	9%	15%
Other (Middle East)	330	362	(9)%	(4)%
CONSOLIDATED REVENUE	8,163	8,034	1.6%	6.1%

產業概況

2025-2026 產業重要發展情形



客戶集中

少數高淨值客戶貢獻大部分成長

品項

珠寶及腕表類表現最佳

銷售策略

漲價失效，品牌重新重視產品價值與體驗

AI與數位化

AI、CRM與個人化服務成為品牌競爭重點

永續發展

循環經濟、ESG、供應鏈管理受到重視

產業概況

【產業概況參考資料：】

【Luxury Goods Worldwide Market Study (Spring Update 2026 / Fall 2025)】

https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/2026/global-luxury-stabilizes-amid-compounding-disruptions-as-brands-race-to-amplify-meaning-and-rebuild-relevance/?utm_source=chatgpt.com

【The State of Luxury 2025】

https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20luxury/2025/the-state-of-fashion-luxury-vf.pdf?utm_source=chatgpt.com

【Global Powers of Luxury 2026-Deloitte】

<https://www.deloitte.com/global/en/industries/consumer/perspectives/global-powers-of-luxury.html>

【The State of Luxury: What US and Chinese clients reveal about the sector's future】

https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-luxury?utm_source=chatgpt.com

【LVMH H1 F/S】

【HERMES H1 F/S】

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



競爭利基

01 提升品牌形象與信譽



提升公司聲譽並吸引具環保意識客戶

02 獲得環保項目



為需要可持續性及ESG認證之專案打開大門

03 市場競爭力



在高端和環保市場中區別公司



競爭利基

2025 FSC認證

FSC認證 太陽能板

Environmental Impact



88.1 tons/yr
in CO2 reduction



16,930
Trees planted



材料追溯性

04

確保可持續採購和質量控制



符合標準

05

符合政府和行業的可持續性規範



成長動能

- ① 業務發展
- ② 除服務原有品牌客戶外，可跨足新市場/新客戶



研發與創新

- ① 自動化製 改善生產效率 / 開發新工法及應用技術
- ② 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



ESG落實

- ① ISO14001 環境管理 / SG BizSafe(職業與安全衛生)標準認證
- ② 透過綠色工程降低生產作業對環境的影響 / 內部風險管理並完善公司治理

奢侈品產業未來發展對紅木集團的影響

全球精品趨勢

2026
→

對紅木影響

旗艦店

精品品牌持續投資旗艦店

需求持續

高端裝修、展示櫃及客製化工程需求持續存在

體驗式零售

精品品牌精心打造沉浸式品牌空間
體驗引領潮流，有形商品重新調整

店面設計

店面設計須結合品牌故事、VIP接待及沉浸式體驗。

AI與數位化

人工智慧正在深刻重塑奢侈品消費體驗

空間整合

零售空間須整合智慧展示、互動科技與數據應用

ESG與供應鏈

精品品牌透過永續與創新維持長期競爭優勢

ESG競爭利基

紅木低碳材料、可追溯施工及永續工法提升競爭力

中東印度市場

中東、印度等新興市場成長

空間整合

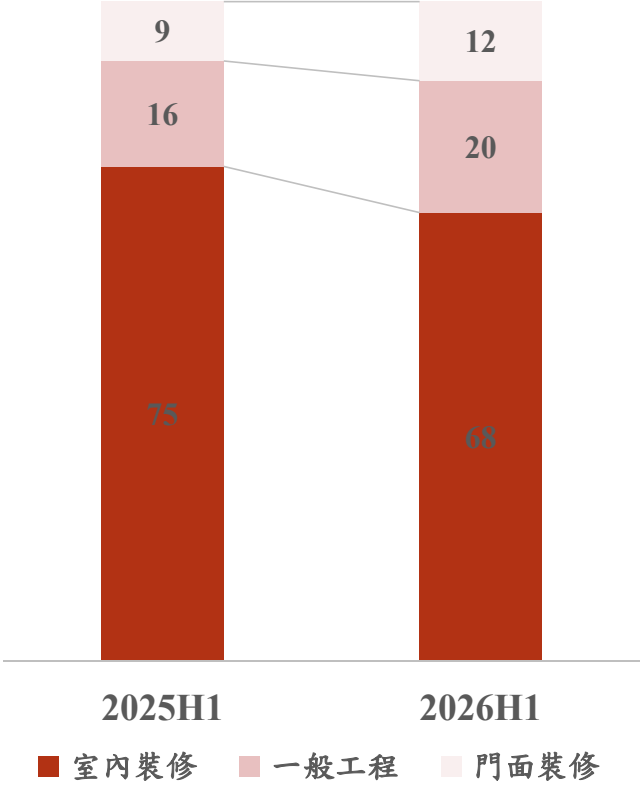
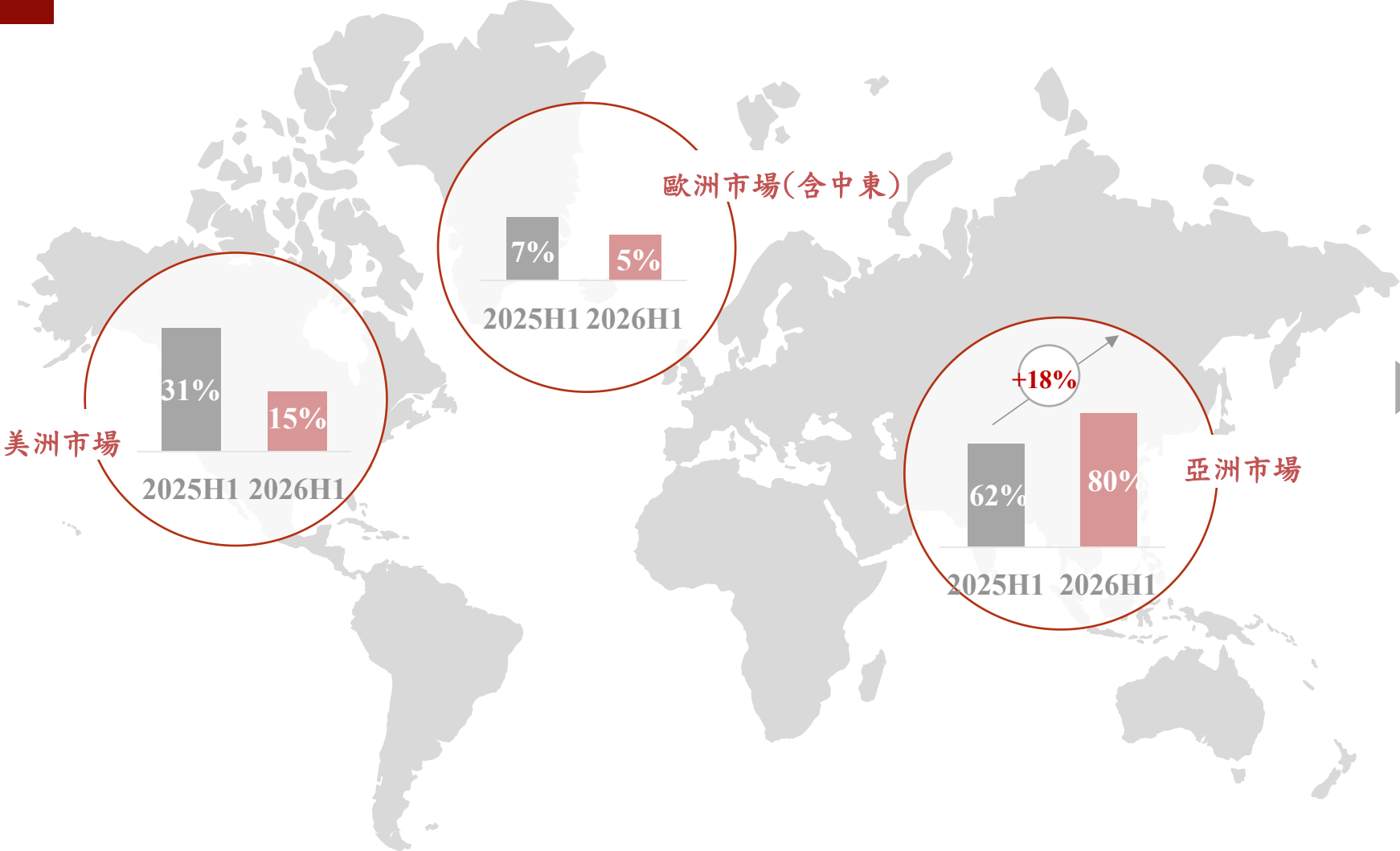
有利具跨國專案管理能力的供應商拓展國際業務

營運概況



公司營收地區

業務占比



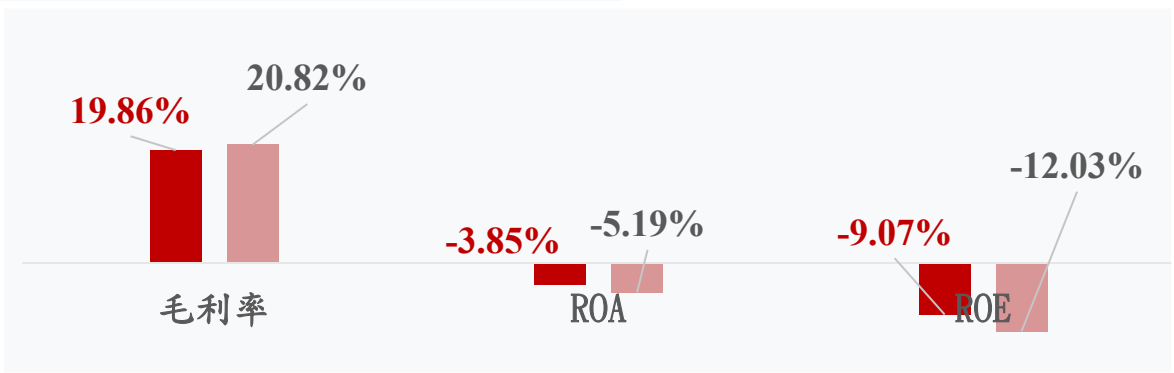
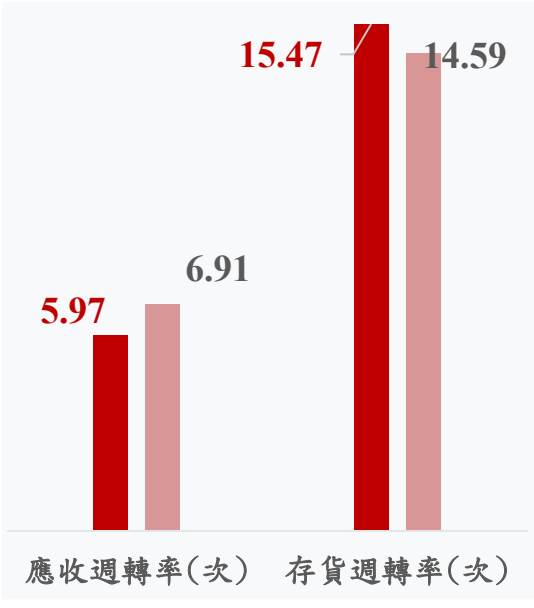
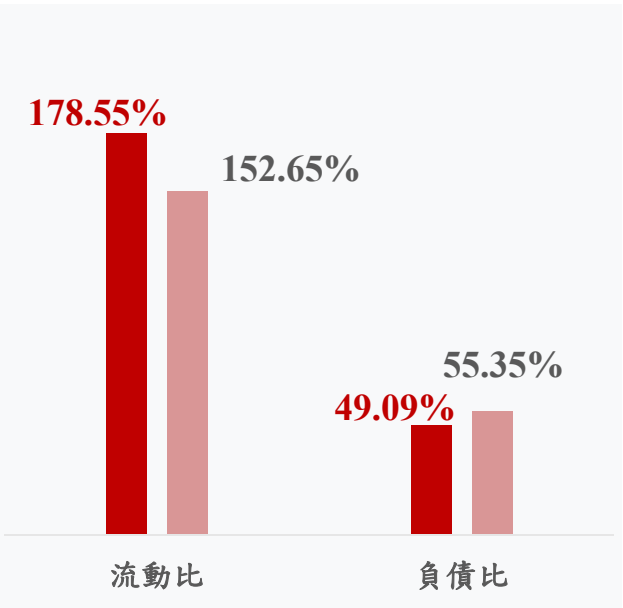
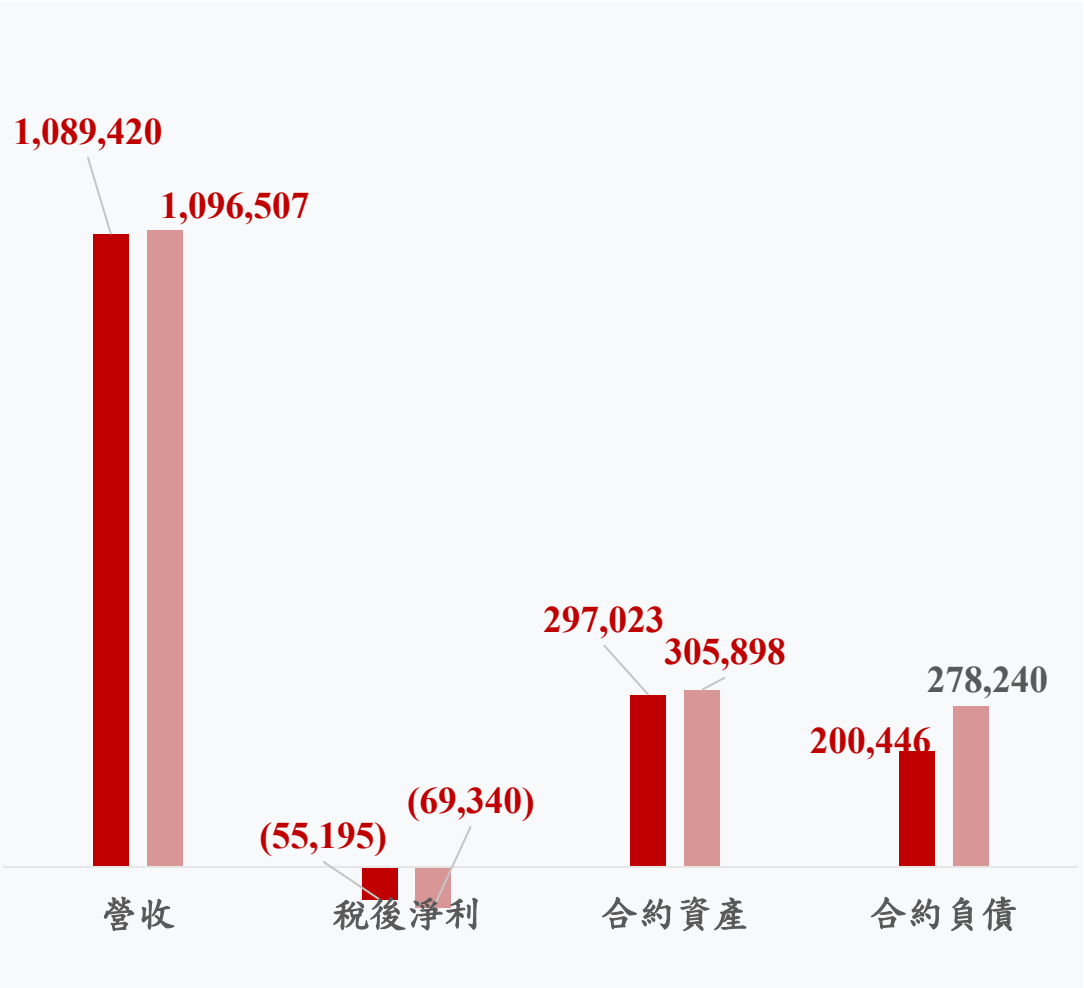
近二年度(上半年)主要客戶

2026H1		2025H1
HERMES	1	Louis Vuitton
TIFFANY & Co.	2	HERMES
PRADA	3	Dior
Louis Vuitton	4	MALABAR
MALABAR	5	PRADA

主要財務績效指標(一)

2026H1 2025H1

(單位：NTD千元)



大型專案市場

 紐西蘭

核心成熟市場

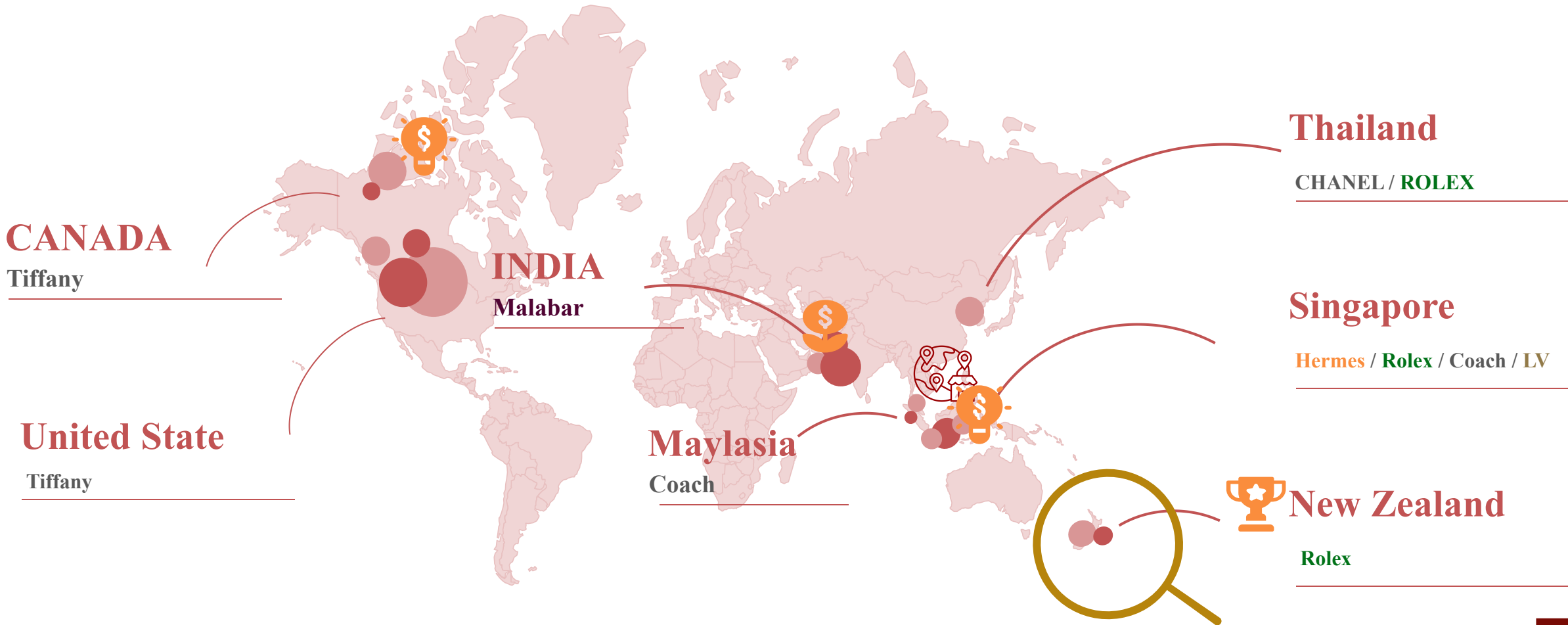
 新加坡、北美

新興市場

 印度

品牌多元化市場

 東南亞



Thank
You!

Contact Information

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