

전략 인사이트/글로벌 전략

AI 테크 외 2026년 주목할 업종 시리즈 II. 사치재

2026년 미국 주식시장을 주도할 AI, 테크 외에 포트폴리오에 담아야 할 업종을 선정. 사치재는 1) HNW이 증가, 2) 경기 개선 및 자산 규모 증가, 3) 고소득층 소비 확대 등에 기반한 성장이 나타날 업종인 바 이와 관련한 투자 아이디어 제시

Ph.D. 백찬규(글로벌)

02)768-7610, peter.ck@nhsec.com

조연주 (미국전략)

02)768-7598, julie.cho@nhsec.com

미국이 선도하는 HNW이 수와 자산 규모의 동반 성장으로 사치재 수요 증가

글로벌 HNW이(금융자산 100만달러 이상 보유한 고액자산가)는 2,341만명에 달하며 이중 미국 HNW이 증가율은 글로벌 평균의 약 3배. 2025년 글로벌 주식, 부동산, 금 등 다양한 자산 가격이 모두 상승했기에 HNW이의 자산 규모 증가세는 양호했을 것. 코로나19 이후 미국인이 글로벌 개인 명품 소비의 33%를 차지한 바 미국 경제 성장률 및 소비 지표를 글로벌 명품 산업의 방향성을 가늠하는 지표로 볼 수 있음

2026년 미국 소비 회복 본격화에 힘입어 럭셔리 산업 성장할 전망

2025년 연말 소비 시즌 소비 규모는 1조달러를 상회할 전망. 미국 소비는 견조한 흐름 지속 중이며 미국 주택 가격 상승은 뉴욕 및 마이애미 등 고소득자 비율이 높은 도시가 주도. 자산가격 상승에 따른 부의 효과는 빈익빈 부익부 현상, 즉 양극화를 심화시킴. 고소득층(소득 상위 10%) 유동자산 보유 확대 및 안정적 차입비율 유지 흐름이 확인됨

고소득층은 미국 소비의 절반을 차지하고 있으며 이들의 지출액 증가율은 가파르게 상승 중. 고소득층, HNW이 및 UHNW이(금융자산 3,000만달러 이상 보유한 초고액자산가)의 자산 증가, 매크로 환경 개선, 소비 증가에 따른 글로벌 럭셔리 산업의 성장 기대됨

럭셔리 산업에 속한 기업들은 이러한 새로운 국면에 대비하고자 자체 생산체계 및 공급망 구축, 주요 명품 브랜드의 신규 크리에이터 영입, 신규 제품라인 출시 등을 준비 중. 프리미엄 여행 수요 확대에 따른 손해가 예상되는 호텔/카지노 산업 긍정적

럭셔리 산업 내 선도 기업 주가와 실적 동반 상승 전망

에르메스(RMS)는 브랜드 인지도 최상위 기업으로 향후 미국 경기 개선 및 HNW이/UHNW이 소비 확대에 따른 수혜 기대. LVMH는 루이비통, 디올, 티파니 그리고 모엣샹동, 헤네시 등을 보유한 종합 명품 그룹으로 전체적인 매출 볼륨 증가 전망. 케링(KER)은 구찌, 보테가베네타를, 리치몬트(CFRUY)는 까르띠에, 반클리프 아펠 등의 브랜드를 보유. 글로벌 특급호텔 체인 기업인 힐튼(HLT)은 글로벌 여행 재개에 따른 수혜, 카지노와 리조트를 운영하는 MGM은 미국 자산 증가 및 소비 개선에 따른 수익 회복 전망

I. 글로벌 HNWI 수와 자산의 동반 성장으로 사치재 수요 증가

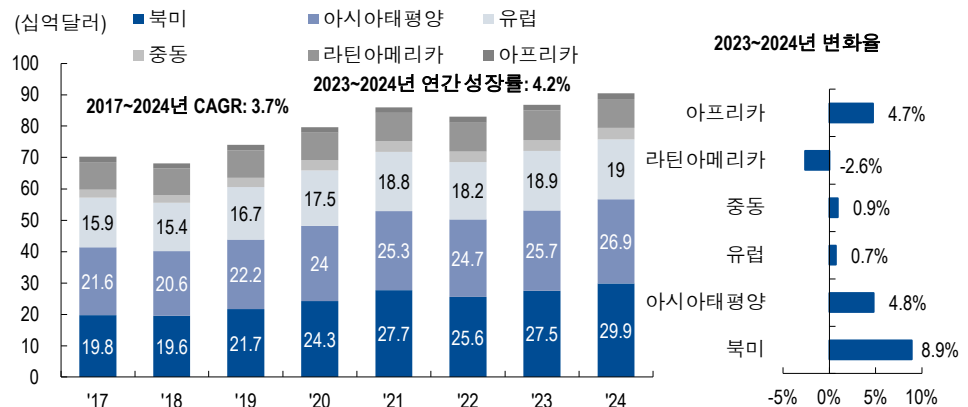
미국이 선도하는 HNWI 증가, 그들의 소비는 명품으로 직행

글로벌 HNWI 증가
지속, 미국 상승폭
두드러져

HNWI(High Net Worth Individual)는 금융자산이 최소 100만달러(약 14.5억원)이상인 개인을 지칭하는 용어다. 2024년 말 기준 글로벌 HNWI 수는 약 2,341만명 수준으로 추산된다. 최근 미국 거액 자산가 수와 자산 규모가 빠르게 증가했다(그림1,2 참고). 글로벌 증가율 대비 수는 약 3배, 자산은 약 2배에 달하는 규모로 성장했다.

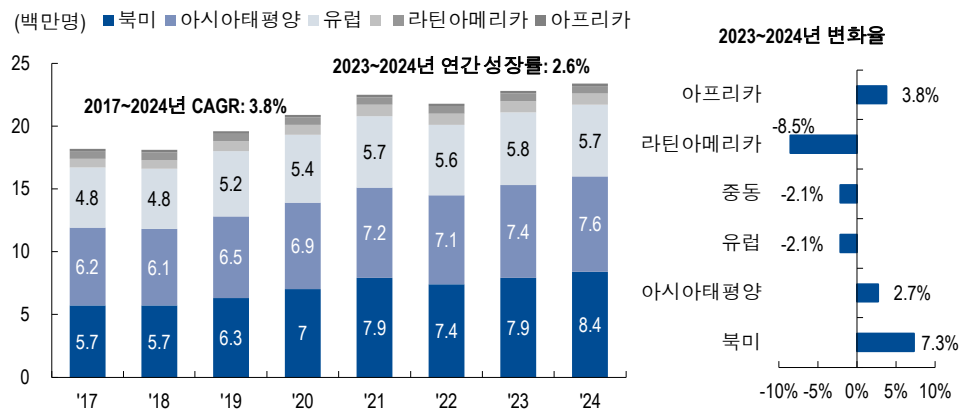
글로벌 주식시장 상승, 부동산, 금 등 다양한 자산 가격의 상승과 궤를 같이하며 HNWI 숫자와 자산 규모는 2025년 역시 양호한 성장을 보였을 것으로 추정한다. 2026년 미국 경기 개선, 견조한 소비시장 성장 등을 전망하는 바, 2020년 이후 글로벌 명품 시장을 주도한 미국 소비자들의 선택은 다시금 명품 사치재로 연결될 것이다. 이와 관련한 럭셔리 소비재 투자 아이디어를 살펴보고자 한다.

그림1. 2024년 북미 지역 HNWI 금융자산 증가폭이 가장 컸음



자료: Capgemini Research Institute, NH투자증권 리서치본부

그림2. 2024년 북미 지역 HNWI 인구 수 증가폭도 가장 컸음



자료: Capgemini Research Institute, NH투자증권 리서치본부

HNWI 특징은 미국 주도, 초고액자산가 가파른 성장

초고액자산가 (UHNWI) 확대 및 럭셔리 산업 동반 상승 기대

부의 효과로 Ultra HNWI(초고액자산가)의 수는 더욱 확대될 것으로 전망된다. UHNWI 수와 자산의 증가는 거액자산가 내에서도 상대적으로 빠른 성장률을 보이고 있다(표1 참조). 2026년 Luxury Travel & Hospitality 트렌드 전망 보고서에 따르면 2028년 전 세계에서 자산가치 3천만달러 이상을 보유한 초고액자산가의 수는 80만명을 상회할 것이라고 전망했다(그림3 참조).

또한, 전 세계 백만장자 수 역시 계속 확대될 것으로 전망된다. 2024년 기준 전세계 백만장자수는 5,800만명을 상회하였으며 미국이 2,500백만명 수준으로 거의 절반을 차지하고 있다(그림4 참조). 미국 및 글로벌 소비 지출이 고소득자 및 고액자산가들을 중심으로 트렌드화될 가능성이 높다. 이에 따라 향후 럭셔리 시장에 관심을 가져야 할 시점이 도래할 것이라고 판단한다.

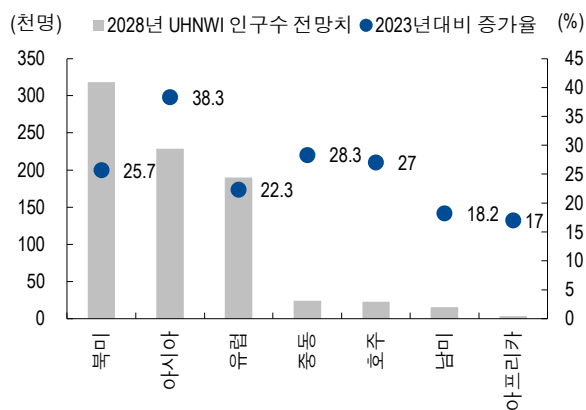
표1. HNWI 구분과 초고액자산가의 가파른 성장

구분	인구수 (전체 대비 비중 %)	HNWI 자산의 비중	HNWI 인구 증가율 (2023~2024)	HNWI 자산 증가율 (2023~2024)
초고액자산가 (3,000만달러 이상)	234,000 (1.0%)	34%	6.2%	6.3%
중견부자 (500~3,000만달러)	2,162,000 (9.2%)	23%	4.2%	4.3%
신흥백만장자 (100~500만달러)	21,017,000 (89.8%)	43%	2.4%	2.6%

주: 2024년 말 기준

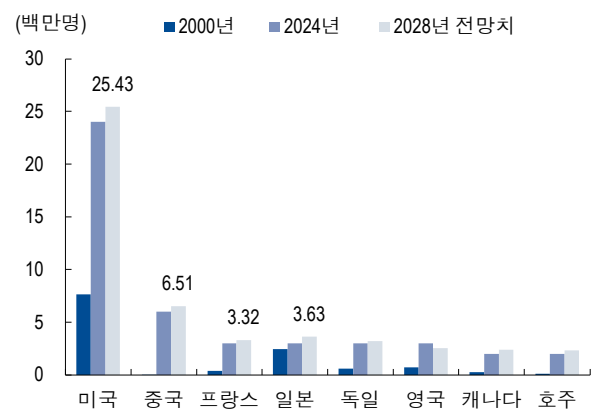
자료: Capgemini Research Institute, NH투자증권 리서치본부

그림3. 글로벌 UHNWI 북미와 아시아가 견인



주: 초고액자산가 기준은 3천만달러 이상의 자산 규모를 보유
자료: Arthur D Little, Knight Frank, NH투자증권 리서치본부

그림4. 백만장자수는 지속 확대 전망, 미국이 압도적



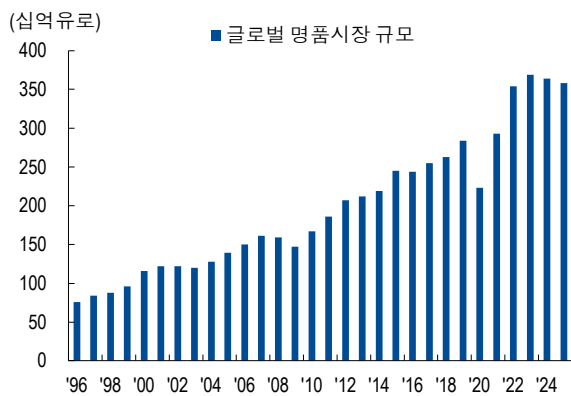
자료: Statista, UBS, World Bank, NH투자증권 리서치본부

럭셔리 소비재 매출과 실적을 결정하는 미국

글로벌 명품 1위 시장은 미국으로 해당 산업의 방향성 결정

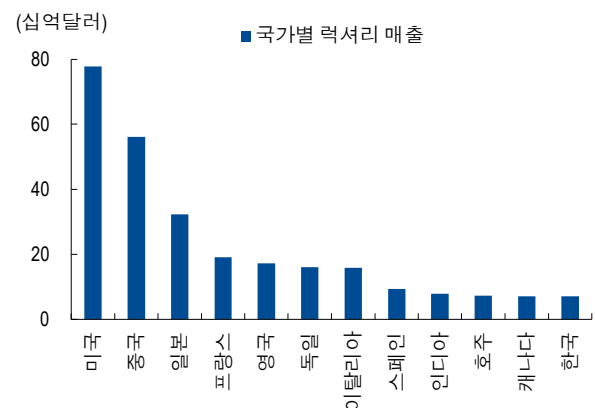
코로나19 이전 글로벌 명품 기업들의 매출과 주가 방향성은 중국 소비자들이 결정했다. 그러나 중국 경기 침체, 미국 유동성 공급 등과 맞물리며 2022년부터 미국 소비자가 명품 산업의 가장 중요한 성장 드라이버로 등장했다. 이는 2022년 글로벌 개인 명품 소비의 33%를 미국 소비자가 지출하면서 변화가 시작됐다. 개인 명품 판매에서 미국이 1위로 올라오면서 미국의 경제 및 소비 지표가 글로벌 명품 산업의 방향성을 가늠할 수 있는 지표로 작용하고 있다.

그림5. 글로벌 명품시장 규모의 지속 성장



자료: Bain&Company, NH투자증권 리서치본부

그림6. 명품 산업의 지역별 비중: 핵심 시장은 미국



자료: Market.us, NH투자증권 리서치본부

II. 2026 미국 소비회복, 자산 증가, HNWI 증가에 따른 럭셔리 산업 성장 전망

미국 소비는 양호, 고소득층이 주도

연말소비 예상치
상회하며 견조,
젊은층보다 노년층
지출 확대

미국소매협회(NRF)에 따르면 2025년 미국 연말 소비시즌 소비 규모는 1조달러를 처음으로 상회할 것으로 발표했다(그림7 참조).

실제로 2025년 11월 27일 추수감사절 연휴부터 12월 1일 사이버먼데이 5일간 온라인 소비는 442억달러로 집계되었으며 이는 전년도 411억달러 대비 7.7% 증가, 예상치 437억달러를 상회한 수치이다. 미국 소매협회에 따르면 1.3억명이 오프라인 매장에서 소비를 한 것으로 집계되었고 이는 전년대비 3% 증가한 수치이다.

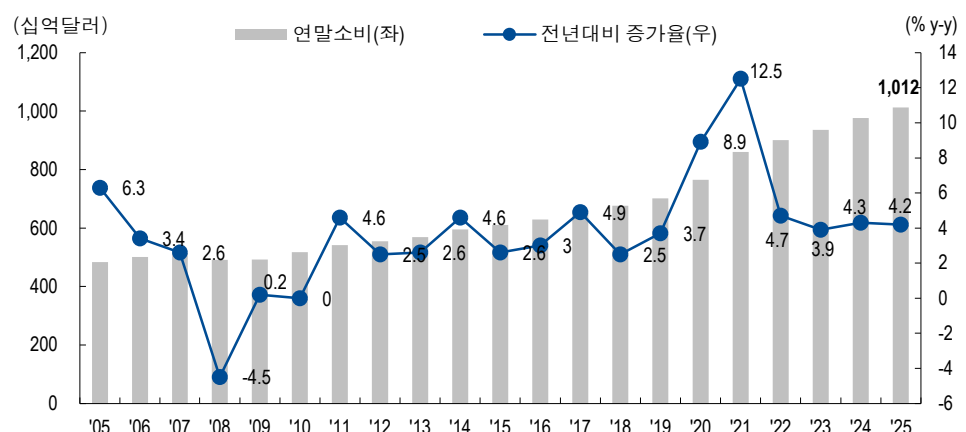
미국 소매판매 전년 대비 증가율은 여전히 양호한 수준을 유지하면서 높아진 물가 및 금리 상황에도 견조한 소비가 이어지고 있다(다음페이지8 그림 참조).

이번 연말 소비시즌 평균적으로 아이템당 가격이 338달러로 집계되면서 전년 평균 315달러 대비 7% 올랐다. 이에 가격 민감도가 높은 Gen Z들의 2025년 연말 소비는 전년 대비 23% 감소할 것으로 전망되고 오히려 베이비부머들의 소비가 증가할 것으로 예상된다(다음페이지9 그림 참조).

한편, 미국 미시건대 소비자심리지수는 여전히 부진한 흐름을 이어가고 있다. 다만, 소득 기준으로 심리지수를 나눠보면 상위 33% 고소득자들의 심리가 개선되고 있는 반면 하위 33% 저소득자들의 소비심리는 여전히 부진하다(다음페이지 그림10,11 참조).

미국 소비는 양호한 수준을 유지하고 있으며 고소득자들의 소비가 이를 주도하고 있다.

그림7. 2025년 미국 연말 소비 1조달러 상회할 것으로 전망



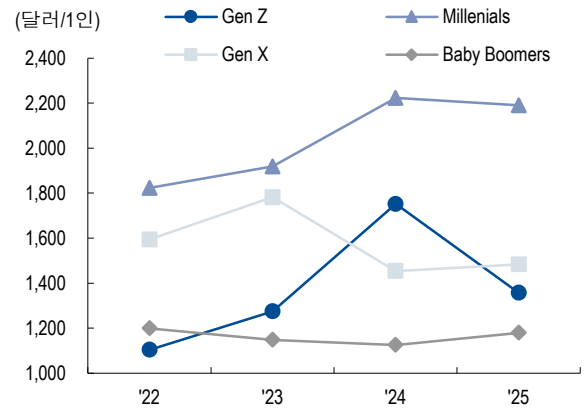
자료: NRF, NH투자증권 리서치본부

그림8. 미국 소매판매는 양호, 코로나19 이전 수준 회복



자료: Bloomberg, NH투자증권 리서치본부

그림9. 2025년 연말소비 밀레니얼 세대가 주도



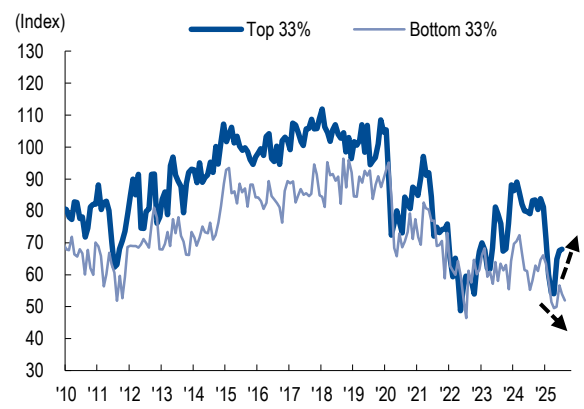
자료: PwC Holiday, NH투자증권 리서치본부

그림10. 미국 소비심리는 여전히 부진하나...



자료: Bloomberg, NH투자증권 리서치본부

그림11. 상위 33% vs. 하위 33% 소비심리 차별화



자료: Bloomberg, NH투자증권 리서치본부

자산 가격 상승에 따른 HNWI 주도의 소비시장 계층화

빈익빈 부익부, 고소득자들의 부는 지속 축적 중

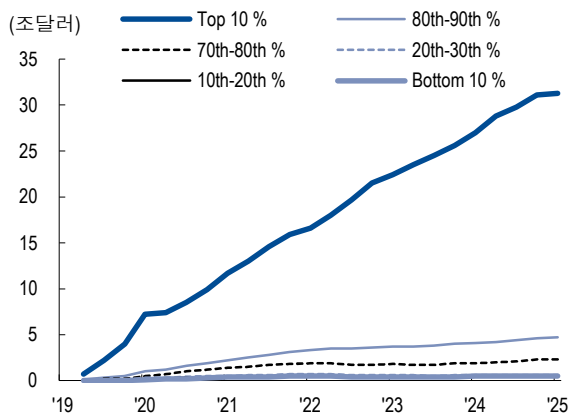
이렇듯 미국 주택 가격 및 주식시장 상승에 따른 미국인들의 자산 증가는 미국 내 소비를 개선시킬 수 있다. 다만 양극화로 인해 고소득층 및 자산가격 상승의 수혜를 받을 수 있는 사람들을 중심으로 소비시장이 계층화될 수밖에 없다.

소득 상위 10% 고소득자들의 유동자산 보유 규모는 지속적으로 확대되고 있다. 오히려 부의 효과가 나올수록 양극화는 심화되는 구조이다. 실제로 유동자산 흐름 대비 차입 비율을 살펴보면 상위 20% 고소득자들만이 안정적 차입 비율을 보유하고 있다(그림 12, 13 참조).

미국 주택 시장은 여전히 견조하다. 미국 S&P 케이스 쉐러 미국 주택가격지수의 전년 대비 가격 상승률은 다소 둔화되었으나 여전히 가격지수의 상승 추세가 이어지면서 부의 확대도 이어지고 있는 것이다. 특히 20개 핵심 도시 가운데 마이애미와 뉴욕의 주택 가격이 가파르게 상승하면서 고소득자들이 많은 지역 중심의 주택 가격 상승세가 돋보인다(다음페이지 그림 14, 15 참조).

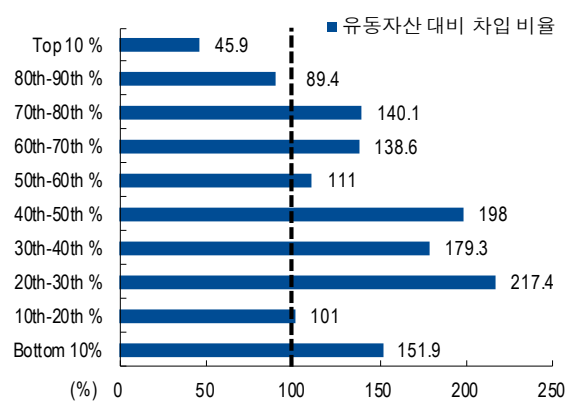
실제로 미국 주택 가격 대비 소득 비율(PIR)은 100개 도시 가운데 대부분이 4.0 이상을 기록하고 있다. 미국 전체 PIR 평균은 6에 근접하다. 소득만으로 주택을 구입하기가 갈수록 어려워지면서 자산가와 비자산가 간 격차는 더욱 벌어지고 있다. 결국 주택 가격 상승의 수혜를 받는 자산가들의 소비시장은 더욱 견조해질 전망이다(다음페이지 그림 16 참조).

그림 12. 상위 10% 고소득자들의 유동자산 보유 확대



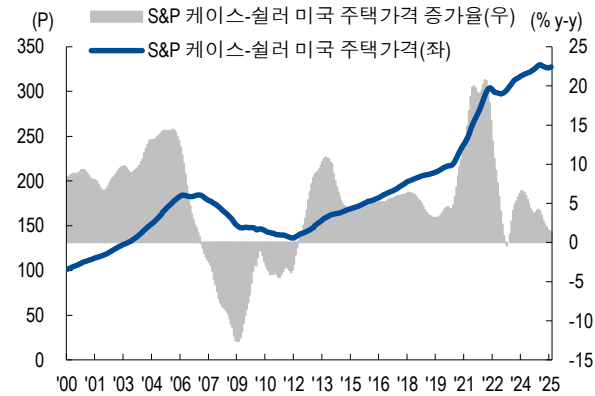
자료: Federal Reserve Financial Account, NH투자증권 리서치본부

그림 13. 소득 상위 20%만 차입 비율 안정적



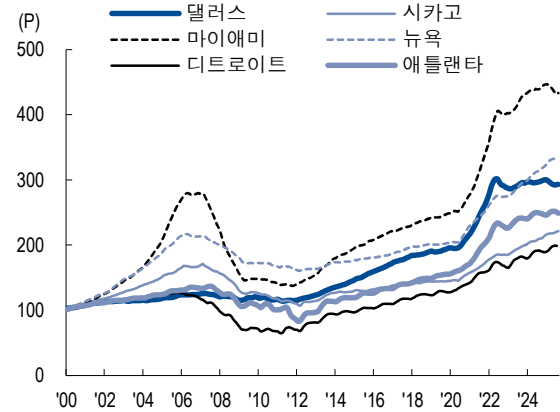
자료: Federal Reserve Financial Account, NH투자증권 리서치본부

그림14. 미국 주택가격 상승 추세 지속 중



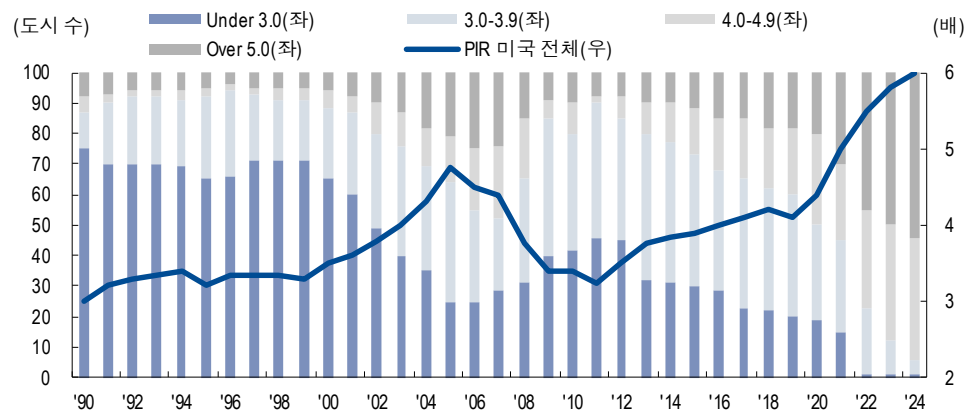
자료: Bloomberg, NH투자증권 리서치본부

그림15. 마이애미, 뉴욕 주택가격 가파르게 상승



자료: Bloomberg, NH투자증권 리서치본부

그림16. 미국 도시 가운데 PIR 4.0 이상이 대부분, 미국 주택 구입 어려움 확대



자료: JCHS, NH투자증권 리서치본부

고소득층이 주도하는 럭셔리 시장의 성장세

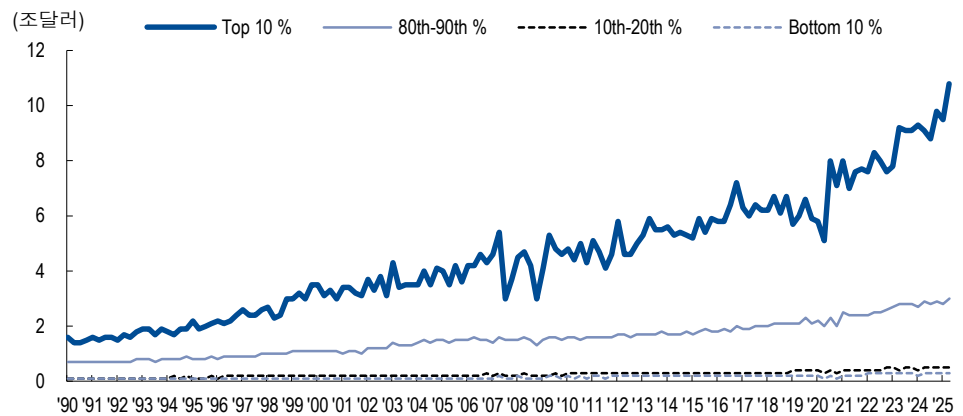
고액자산가 및 고소득자들을 겨냥한 럭셔리 시장에 주목

미국 개인 지출을 살펴보면 상위 10% 고소득 계층 지출은 가파르게 증가하는 추세인 반면에 하위 10% 저소득 계층의 지출은 지속적으로 부진하다. 양극화의 갭이 갈수록 빠르게 확대되고 있는 모습이다(그림17 참조).

미국 소비 비중의 절반이 소득 상위 10% 소득자들이 차지하고 있으며 이는 부의 효과에 따른 양극화로 더욱 확대될 전망이다(그림18 참조).

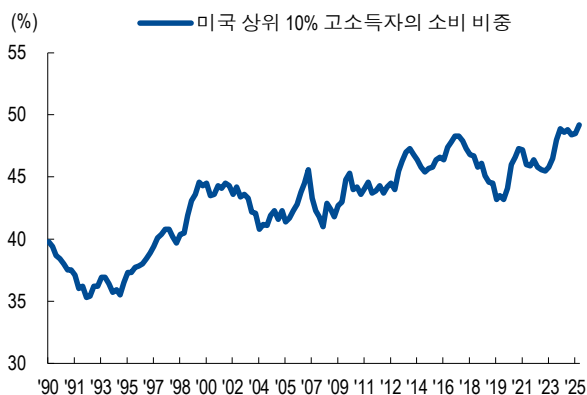
미국 소비재 기업들 역시 Zip Code에 따라 매출이 차별화되고 있다. 미국 소비재 기업들의 평균 동일점포 매출 성장률을 매장 위치(Zip Code)에 따라 살펴보면 고소득 거주지(Mid to High Income Zip Code)의 매출 성장률은 확대되는 반면 저소득 거주지(Lower Income Zip Code)는 축소되는 모습이다(그림19 참조).

그림17. 미국 개인 지출은 소득 상위 10% 압도적



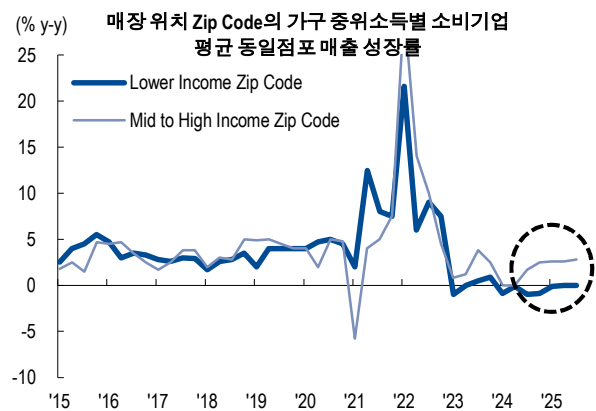
자료: Federal Reserve Financial Account, NH투자증권 리서치본부

그림18. 미국 소비 비중 절반이 소득 상위 10% 고소득자 차지



자료: Bloomberg, NH투자증권 리서치본부

그림19. 고소득자 주거지역 매출 성장률 확대



주: JWN, URBN, LULU, SFM, GAP, COST, TGT 기준

자료: Goldman Sachs, NH투자증권 리서치본부

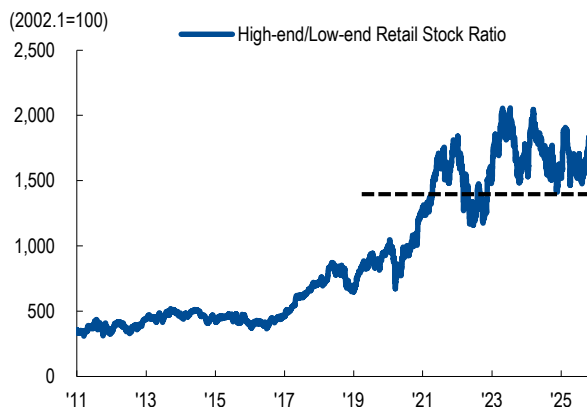
럭셔리: Preparing for Next Wave

지난 2년간 럭셔리 제품군들의 주가지수 바닥은 확인했다. 2026년 럭셔리 제품군들의 매출 증가율 전망치는 재차 개선될 것으로 예상되고 있으며 미국 내 고소득 계층의 지출 역시 금리 인하 기조와 맞물리면서 확대될 것으로 예상된다(그림20,21 참조).

많은 럭셔리 브랜드들이 자체 생산 체계 구축 및 신선한 디자인을 통해 새로운 국면을 맞이할 것으로 전망된다. 샤넬, 구찌, 발렌시아가, 베르사체는 2026년 새로운 크리에이티브 리더 영입을 통한 신상품 컬렉션이 예정되어 있다. 또한, 주요 브랜드들은 공급망을 흡수하여 더 투명하고 공정한 가격을 제시하려는 움직임을 보이고 있다. 터무니없는 가격 인상과 도덕성 논란이 되는 생산 시스템을 전면 수정하여 신규 제품 출시를 통한 매출 증대가 가능할 것으로 판단된다.

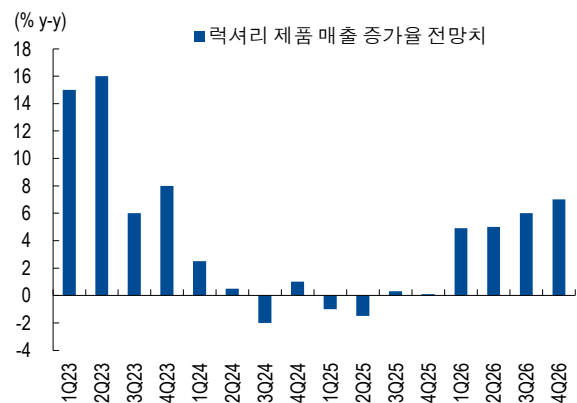
한편, 중국 소비 개선에서도 럭셔리 시장은 힘을 받을 수 있다. 이구환신 등 소비 진작 정책 효과가 점차 나타날 것으로 전망된다. 2026년 중국 소비자심리지수가 바닥에서 턴어라운드 중이라는 점에서 럭셔리 제품군들에 추가 모멘텀이 남아 있다(그림22,23 참조).

그림20. 럭셔리 제품군의 주가지수 바닥은 잡음



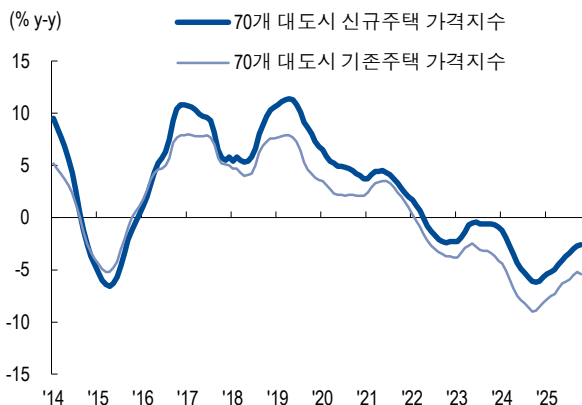
주: 하이엔드 - LVMH, Kering, Hermes, Moncler, Ferrari, Porsche 로우엔드 - Walmart, Target, Dollar Tree; 자료: Bloomberg, NH투자증권 리서치본부

그림21. 2026년 매출 증가율 High Single Digit 개선 전망



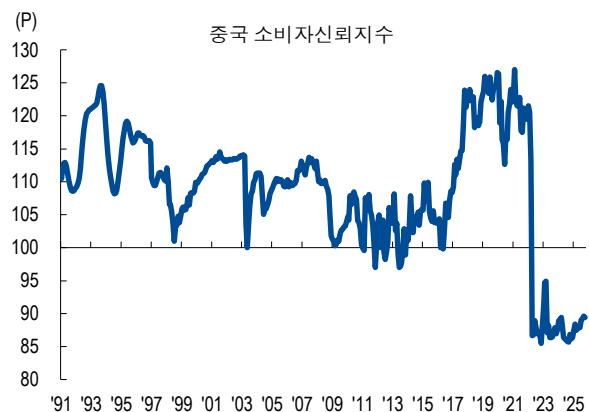
주: 고정 환율(Constant FX) 기준의 업종 가중 평균
자료: Deutsche Bank, NH투자증권 리서치본부

그림22. 2026년 중국 주택 가격 저점에서 회복할 가능성



자료: Wind, NH투자증권 리서치본부

그림23. 중국 소비자심리지수 바닥에서 상승 중



자료: Wind, NH투자증권 리서치본부

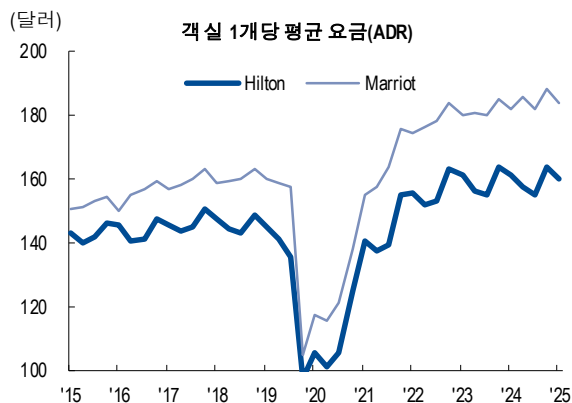
호텔/카지노: New Trend, More Spending

2026년 럭셔리 호텔 및 카지노 운영업체들의 주가 전망은 전반적으로 긍정적인 것으로 예상된다. 고소득층과 초고액자산가(UHNWIs)의 견조한 소비가 성장 기대를 뒷받침하고 있기 때문이다. 해당 업종은 글로벌 럭셔리 시장의 성장세 회복과 프리미엄·경험 기반 여행 수요의 지속적인 강세로 인해 수혜를 받을 것으로 예상된다.

미국 여행 수요는 지속적으로 확대 중이다. 전 세계 1위 호텔 기업 메리어트와 힐튼의 ADR(Average Daily Rate)은 코로나19 이전 수준을 상회하고 확대 중이다. 2026년 Luxury Travel & Hospitality 트렌드 전망 보고서에 따르면 2026년 여행 트렌드는 Longer Stay, 웰니스 프로그램, 감각적 다이닝이 핵심이다. 한번 여행을 할 때 더 오래 머무르면서 호텔 내 피트니스 및 스파 프로그램을 이용하고 파인 다이닝을 즐기는 트렌드이다. 이는 호텔 내 더 많은 지출과 매출처를 확보할 수 있는 기회가 될 것이다.

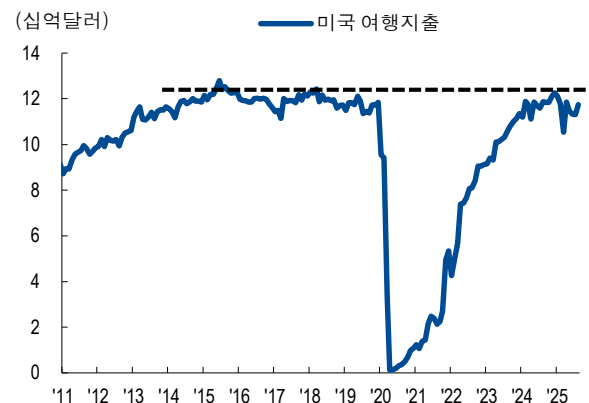
카지노 산업 역시 미국 가처분소득 증가와 기술 발전에 힘입어 2029년까지 연평균 4.2% 성장할 것으로 전망된다. 특히 기술 발달에 따른 온라인 카지노 사업에 대한 성장 모멘텀이 주목할 만하다. 예컨대 MGM은 온라인 갬블링 슬롯 MGM Riches 출시를 통해 온라인과 전통적 슬롯 경험을 모두 제공하는 형태로 매출 다변화를 모색하고 있다.

그림24. 여행 수요는 여전히 높아, 호텔 기업 회복 중



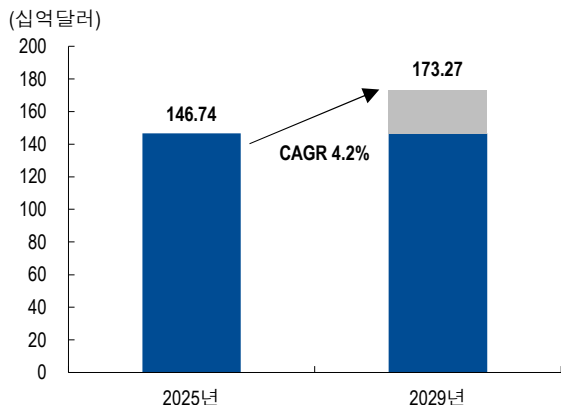
자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

그림25. 미국 여행지출, 새로운 국면 진입 전망



자료: CEIC, NH투자증권 리서치본부

그림26. 카지노 산업 2029년까지 연평균 성장 4.2% 전망



자료: Research and Markets, NH투자증권 리서치본부

그림27. 카지노 산업 온라인 제품 다변화로 새로운 매출처 확보



자료: MGM, NH투자증권 리서치본부

III. 소비재 업종 내 선도 기업 주가와 실적 동반 상승 전망

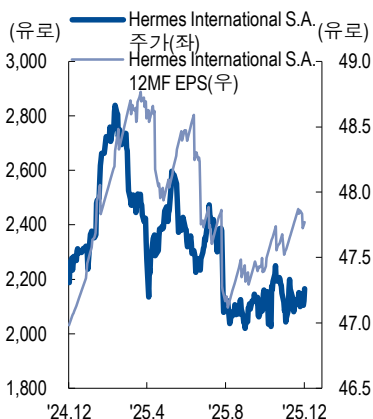
향후 수요 증가를 선반영 중인 럭셔리 소비재 선도 기업군

럭셔리 산업 선도 기업들의 주가 및 실적 반등 포착

글로벌 HNWI 증가, 미국이 주도하는 글로벌 명품 산업, 2026년 미국 경기 개선 및 자산 증가에 따른 소비 산업 동반 성장 등을 기대하고 있다. 다만 소비재 업종 내 모든 기업들의 주가 상승이 나타날 가능성은 제한적이다. 양극화 심화에 따라 상위 10% 시장이 소비재 업종을 주도할 것으로 판단한다. 이에 선별적 접근이 필요하다.

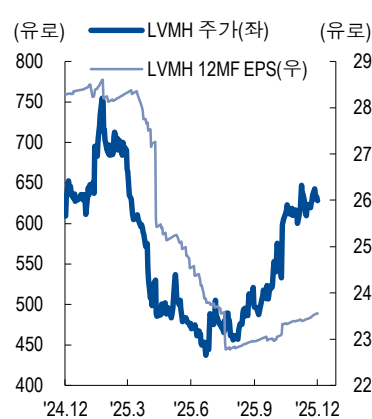
에르메스(RMS)는 브랜드 인지도 최상위 기업으로 향후 미국 경기 개선 및 HNWI 소비 확대에 따른 수혜를 기대할 수 있다. LVMH는 루이비통, 디올, 티파니 그리고 샴페인 및 와인 등의 브랜드를 보유한 종합 명품 그룹으로 전체적인 볼륨 증가를 기대한다. 케링(KER)은 구찌, 보테가베네타를 보유하고 있으며 리치몬트는 까르띠에, 반클리프 아펠 등의 브랜드를 보유하고 있다. 힐튼(HLT)은 글로벌 특급 호텔 체인을 보유하고 있어 글로벌 여행 재개에 따른 수혜를 받고 있다. MGM은 카지노와 리조트를 운영하며 미국 자산 증가 및 소비 개선에 따른 수익 회복을 기대하고 있다.

그림28. 에르메스 - 최고 명품 브랜드



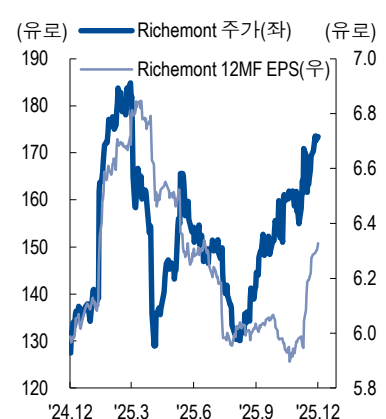
자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

그림29. LVMH - 종합 명품 그룹



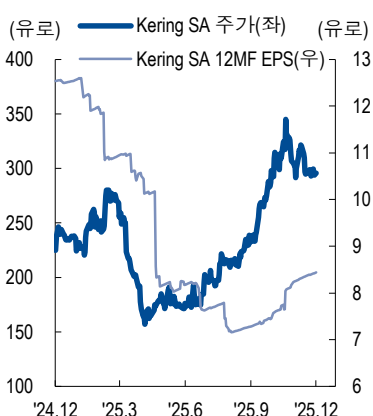
자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

그림30. 리치몬트 - 명품 보석, 시계



자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

그림31. 케링 - 종합 명품 그룹



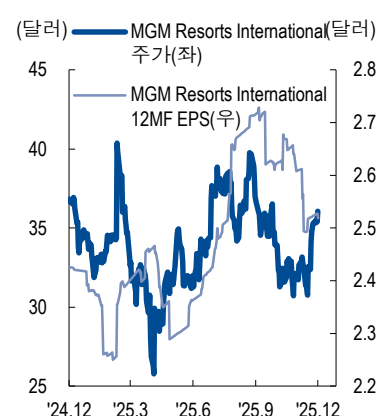
자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

그림32. 힐튼 - 특급 호텔 체인



자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

그림33. MGM - 카지노 및 리조트

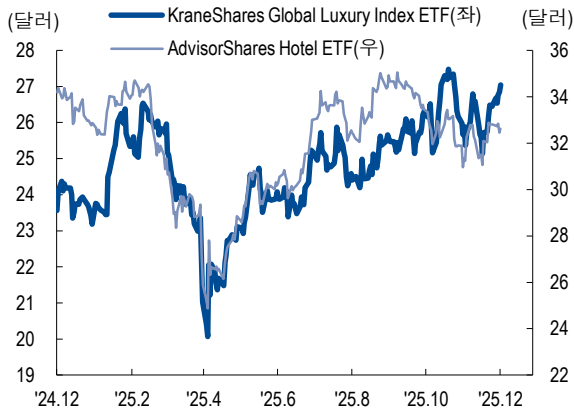


자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

ETF를 통한 럭셔리 및 여행 산업에 투자

ETF를 통한 럭셔리 및 여행 산업에 대한 투자도 가능하다. 소비자 업종 내 상장 기업들은 다양한데 개별 기업 투자의 리스크는 줄이고 분산 효과를 얻을 수 있다. 2026년은 글로벌 럭셔리 및 여행 산업에서 전반적인 매출과 수익 개선이 나타나는 한 해가 될 것으로 전망한다. 이에 해당 업종 ETF에 대한 관심이 필요하며 미국 및 국내 상장 ETF를 활용한 포트폴리오 구성도 고려해야 한다.

그림34. 글로벌 럭셔리(KLXY) 및 호텔 산업(BEDZ) ETF



자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

그림35. 국내 상장 글로벌 럭셔리 산업 ETF



자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

표2. 산업재 업종 내 대표 기업 주요 6선

기업명	티커	구분	시가총액 (십억달러)	매출액(% y-y)		EPS(% y-y)		주가 등락률(%)		
				'25E	'26F	'25E	'26F	1M	6M	12M
Hermes International S.A.	RMS	단독 브랜드	266.2	5.6	8.2	-3.2	13.4	3.2	-7.5	-1.1
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE	MC	종합 명품 그룹	364.1	-5.0	2.7	-14.4	10.3	2.5	33.6	3.1
Compagnie Financière Richemont SA	CFRUY	보석, 시계	115.9	3.4	7.1	-3.3	13.8	9.4	14.9	36.0
Kering SA	KER	종합 명품 그룹	42.5	-13.3	2.8	-43.3	42.4	-2.4	68.6	31.5
Hilton Worldwide Holdings Inc.	HLT	특급 호텔 체인	63.3	6.9	7.7	13.5	12.8	2.9	9.6	6.6
MGM Resorts International	MGM	카지노, 리조트	9.9	0.6	1.2	-11.8	11.1	12.7	15.3	-2.1

주: 2025년 12월 5일 종가 기준

자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

표3. 미국 및 국내 상장 산업재 관련 ETF

ETF명	티커	구분	상장국가	AUM (백만달러/억원)	총보수(%)	주가 등락률(%)		
						1M	6M	12M
KraneShares Global Luxury Index ETF	KLXY	럭셔리 산업	미국	2.0	0.69	4.5	13.3	14.8
AdvisorShares Hotel ETF	BEDZ	여행, 호텔	미국	1.8	0.99	4.0	7.7	-4.6
HANARO 글로벌럭셔리S&P(합성)	354350	글로벌 럭셔리	한국	174.4	0.50	7.0	20.0	17.1
KODEX 유럽명품TOP10 STOXX	456250	유럽 럭셔리	한국	145.8	0.45	5.7	20.0	29.3

주: 2025년 12월 5일 종가 기준

자료: FactSet, NH투자증권 리서치본부

Compliance Notice

- 당사는 동 자료를 기관투자자 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료에 게시된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다.

고지 사항

본 조사분석자료에 수록된 내용은 당사 리서치본부의 금융투자분석사가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 최선을 다해 분석한 결과이나 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 투자자의 투자판단을 위해 작성된 것이며 어떠한 경우에도 주식 등 금융투자상품 투자의 결과에 대한 법적 책임소재를 판단하기 위한 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사의 저작물로서 모든 지적 재산권은 당사에 귀속되며 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형, 대여할 수 없습니다.