

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，應與本文件全文一併閱讀。由於僅屬概要，因此未必載列所有對閣下而言可能屬重要的資料，並須與本文件全文一併閱讀，以確保其完整性。閣下在決定投資[編纂]前，應閱讀整份文件，包括構成本文件組成部分的附錄。

任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定投資[編纂]前，務請細閱該節。

概覽

本集團總部設於新加坡，為美國歷史悠久第三方電子商務平台傢俬賣家，以及新加坡中高端傢俬零售商及新加坡主要綜合家居設計解決方案供應商。我們於1981年創立，以室內設計解決方案供應商開始營運，主要為示範單位及住宅單位提供室內設計服務。我們自2005年開始涉足美國傢俬網上銷售業。專注致力為業主提供家居裝飾創意靈感、別具匠心的設計解決方案及優質傢俬，於1995年擴展業務足跡至傢俬零售業，目前於新加坡經營七個銷售點。憑藉我們於傢俬零售業豐富的經驗及廣泛的網絡及從事採購逾20年，本集團目前透過美國電子商務銷售平台及新加坡銷售點供應多個傢俬品牌，迎合不同市場分部。

競爭優勢

我們相信，我們擁有多項可使我們的業務從競爭對手中脫穎而出的主要優勢，包括：(1)我們在美國擁有廣泛的銷售網絡，並與國際電子商務銷售平台建立長期穩定的合作關係；(2)我們憑藉明確的品牌組合策略以及各業務分部的有效營銷活動，打造穩固的品牌認知度；(3)我們致力為不同市場分部的業主提供創新的設計解決方案及家居裝飾創意靈感；(4)我們已與供應商及分包商建立長期穩定的合作關係；及(5)我們擁有經驗豐富的管理團隊及強大的設計及質量控制團隊。

業務策略

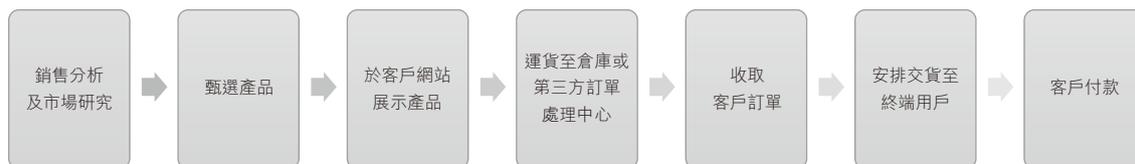
我們擬繼續鞏固我們於美國及新加坡傢俬銷售市場的地位，並加強我們的市場滲透度至不同客戶分部。為達致業務增長及改善我們的財務表現，我們擬採取以下策略：(1)進一步拓展產品組合及品牌組合；(2)進一步擴展銷售及營銷網絡；(3)強化我們的品牌認知度；及(4)持續挽留及聘用人才以支持未來發展。

概 要

業務模式

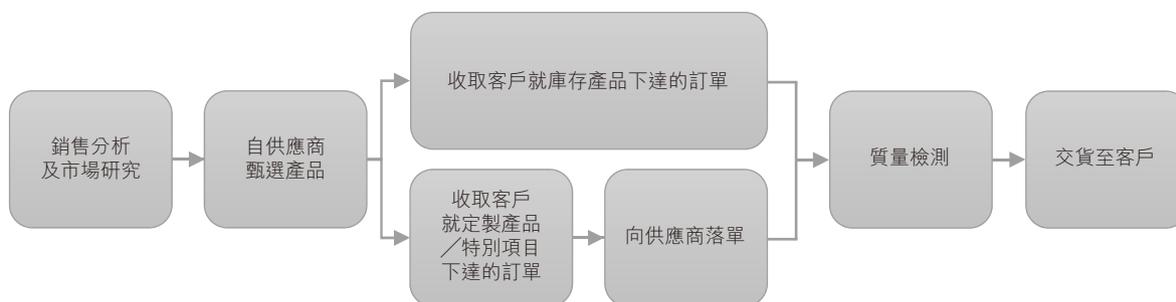
下圖概述我們各業務分部的主要業務模式：

美國傢俬銷售分部



就美國傢俬銷售分部而言，我們自主要位於中國及馬來西亞的傢俬供應商採購產品以供品牌「Target Marketing Systems」、「TMS」、「Simple Living」及「Lifestorey」銷售，有關產品的產品資料會上傳至客戶(全部均為第三方電子商務平台)的網站。終端消費者於該等網站落單，而我們安排將產品交付予消費者並由客戶結清款項。

傢俬銷售分部



就傢俬銷售分部而言，我們於新加坡以品牌「Marquis」、「Lifestorey」及「OM」營運銷售點，迎合不同客戶群。我們自國際傢俬賣家採購傢俬產品，並向客戶提供庫存產品及定製產品。我們亦就特別項目提供傢俬採購服務。

概 要

室內設計分部



就室內設計分部而言，我們向新加坡、馬來西亞及汶萊的住宅物業發展項目及個人住宅單位的示範單位提供以項目為基礎的室內設計、裝修及設計顧問服務。我們為客戶制定及修改設計方案，訂購傢俬及家居配飾，並外判裝修工程予認可分包商。

客戶

客戶主要包括美國電子商務銷售平台、於新加坡傢俬銷售分部的銷售點購買產品的零售客戶以及委聘我們提供室內設計服務的物業發展商及業主。我們不會與客戶訂立長期合約。就美國電子商務銷售平台客戶而言，主要銷售條款載於該等客戶準備的標準協議。就室內設計分部而言，服務條款及條件載於報價單。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年5月31日止五個月，我們向最大客戶作出的銷售分別約17.0百萬新加坡元、19.7百萬新加坡元、25.0百萬新加坡元及11.8百萬新加坡元，分別佔收益總額約20.6%、21.8%、24.8%及27.3%。同期，我們向五大客戶作出的銷售分別約45.8百萬新加坡元、53.8百萬新加坡元、65.1百萬新加坡元及29.6百萬新加坡元，分別佔收益總額約55.7%、59.3%、64.5%及68.4%。

概 要

供應商

於往績記錄期間，就美國傢俬銷售及新加坡傢俬銷售分部而言，主要供應商包括主要從事傢俬製造及批發的公司。就室內設計分部而言，主要供應商為提供裝修服務的分包商以及材料供應商。一般而言，我們不會與供應商訂立長期協議。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年5月31日止五個月，我們向最大供應商作出的採購額分別約4.1百萬新加坡元、4.4百萬新加坡元、6.0百萬新加坡元及2.4百萬新加坡元，分別佔採購總額約9.6%、8.8%、11.0%及11.6%。同期，我們向五大供應商作出的採購額分別約14.0百萬新加坡元、15.6百萬新加坡元、17.2百萬新加坡元及7.0百萬新加坡元，分別佔採購總額約32.5%、31.7%、31.3%及33.4%。

行業格局

根據灼識諮詢報告：(i)美國傢俬網上銷售業高度分散，於2017年，銷售總額約189億美元，當中本公司佔約0.3%；(ii)向新加坡個別及企業客戶作出的中高端傢俬銷售既蓬勃且分散，收益總額約1,215.8百萬新加坡元，當中本公司佔約1.9%；及(iii)新加坡室內設計及裝修業高度分散，於2017年，市場規模為845.9百萬新加坡元，五大領先參與者佔約6.0%。有關傢俬網上銷售、傢俬銷售及室內設計行業競爭格局的進一步詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節。

概 要

主要經營數據

下表載列於往績記錄期間按業務分部劃分的收益詳情：

	截至12月31日止年度						截至5月31日止五個月									
	2015年			2016年			2017年			2018年						
	千新加坡元	佔收益總額百分比(%)	銷量 (件)	平均售價 ⁽¹⁾ (新加坡元)	價格範圍/合約金額範圍 (新加坡元)	價格範圍/合約金額範圍 (新加坡元)	千新加坡元	佔收益總額百分比(%)	銷量 (件)	平均售價 ⁽¹⁾ (新加坡元)	價格範圍/合約金額範圍 (新加坡元)	千新加坡元	佔收益總額百分比(%)	銷量 (件)	平均售價 ⁽¹⁾ (新加坡元)	價格範圍/合約金額範圍 (新加坡元)
美國傢俬品牌.....	47,880	58.1	461,667	103.6	65.6-736.8	65.6-736.8	67,288	66.7	591,176	113.8	65.6-736.8	30,725	71.0	407,469	75.4	65.6-736.8
					120-											
傢俬品牌.....	22,649	27.5	22,566	776.8	30,000	120-30,000	22,674	22.5	20,424	790.2	120-30,000	8,643	20.0	6,450	904.3	120-30,000
					5,000-											
室內設計.....	11,829	14.4	不適用	不適用	551,000	991,000	10,967	10.8	不適用	不適用	500,000	3,900	9.0	不適用	不適用	5,000-
總計	82,328	100.0	不適用	不適用	90,535	不適用	100,929	100.0	不適用	不適用	不適用	43,268	100.0	不適用	不適用	不適用

附註：

- (1) 就計算銷量、平均售價及價格範圍而言，我們並無計入特別項目。
- (2) 平均售價由相應分部的收益除以銷量計算得出。就傢俬銷售分部(不包括特別項目)而言，以截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年5月31日止五個月的收益分別約17.5百萬新加坡元、16.0百萬新加坡元、16.1百萬新加坡元及5.8百萬新加坡元計算平均售價。

概 要

於往績記錄期間，收益由截至2015年12月31日止年度82.3百萬新加坡元增加約10.0%至截至2016年12月31日止年度90.5百萬新加坡元，並進一步增加約11.5%至截至2017年12月31日止年度100.9百萬新加坡元。收益由截至2017年5月31日止五個月37.1百萬新加坡元增加約16.5%至截至2018年5月31日止五個月43.3百萬新加坡元。於往績記錄期間，因美國傢俬銷售業務快速增長，故收益總額增長穩定。有關詳情，請參閱本文件「財務資料」一節。

下表載列於往績記錄期間按地理區域劃分的收益詳情：

	截至12月31日止年度						截至5月31日止五個月			
	2015年		2016年		2017年		2017年		2018年	
	千新加坡元	佔收益總額 百分比(%)	千新加坡元	佔收益總額 百分比(%)	千新加坡元	佔收益總額 百分比(%)	千新加坡元	佔收益總額 百分比(%)	千新加坡元	佔收益總額 百分比(%)
美國.....	47,850	58.1	56,333	62.2	67,288	66.7	25,167	67.8	30,725	71.0
新加坡.....	31,910	38.8	32,832	36.3	32,303	32.0	11,918	32.1	12,105	28.0
馬來西亞及汶萊.....	2,568	3.1	1,370	1.5	1,338	1.3	43	0.1	438	1.0
總計.....	<u>82,328</u>	<u>100.0</u>	<u>90,535</u>	<u>100.0</u>	<u>100,929</u>	<u>100.0</u>	<u>37,128</u>	<u>100.0</u>	<u>43,268</u>	<u>100.0</u>

概 要

主要財務數據

下表載列本集團於往績記錄期間的主要財務業績概要：

綜合損益及其他全面收益表概要

	截至12月31日止年度			截至5月31日止五個月	
	2015年	2016年	2017年	2017年	2018年
	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元
收益	82,328	90,535	100,929	37,128	43,268
銷售成本.....	(53,549)	(60,063)	(68,732)	(25,477)	(29,885)
毛利	28,779	30,472	32,197	11,651	13,383
其他收入及收益淨額 ⁽¹⁾	509	514	637	241	179
開支					
— 銷售及分銷	(14,217)	(13,371)	(13,203)	(5,739)	(5,424)
— 行政	(8,938)	(10,114)	(9,378)	(3,041)	(5,660)
— 融資成本	(69)	(29)	(38)	(9)	(1)
除稅前溢利.....	6,064	7,472	10,215	3,103	2,477
所得稅	(266)	(1,442)	(1,671)	(600)	(924)
年內溢利.....	5,798	6,030	8,544	2,503	1,553
以下人士應佔年內溢利 ⁽²⁾ ：					
本公司股東.....	4,305	4,208	7,057	2,104	1,090
非控股權益.....	1,493	1,822	1,487	399	463
	<u>5,798</u>	<u>6,030</u>	<u>8,544</u>	<u>2,503</u>	<u>1,553</u>

附註：

- (1) 其他收入及收益淨額包括雜項收入、利息收入、出售物業、廠房及設備項目收益淨額及佣金收入。
- (2) 阮先生及王女士獲Nobel Design Singapore委任，其酬金根據其於往績記錄期間就其向本集團作出的服務計算，由Nobel Design Singapore悉數支付承擔，且不作分配。倘阮先生及王女士於往績記錄期間已訂立服務協議，則截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年5月31日止五個月的薪金及表現花紅的假設總金額分別約0.7百萬新加坡元、0.9百萬新加坡元、1.2百萬新加坡元及0.7百萬新加坡元。

年內溢利由截至2015年12月31日止年度5.8百萬新加坡元增加約4.0%至截至2016年12月31日止年度6.0百萬新加坡元，主要由於於2016年，可動用稅務虧損減少，導致所得稅增加，繼而抵銷部分收益增幅。年內溢利進一步增加約41.7%至截至2017年

概 要

12月31日止年度8.5百萬新加坡元，主要由於收益增加及開支減少。年內溢利由截至2017年5月31日止五個月2.5百萬新加坡元減少約38.0%至截至2018年5月31日止五個月約1.6百萬新加坡元，主要由於產生非經常性[編纂]約1.9百萬新加坡元。有關詳情，請參閱本文件「財務資料」一節。

下表載列於往績記錄期間按性質劃分的銷售成本詳情：

	截至12月31日止年度						截至5月31日止五個月			
	2015年		2016年		2017年		2017年		2018年	
	佔銷售 成本總額		佔銷售 成本總額		佔銷售 成本總額		佔銷售 成本總額		佔銷售 成本總額	
	千新加坡元	百分比(%)								
已售存貨成本	42,860	80.0	48,361	80.5	55,417	80.6	20,574	80.8	23,970	80.2
交付開支	3,937	7.4	4,589	7.6	5,651	8.2	2,285	9.0	3,085	10.3
分包成本	3,534	6.6	3,636	6.1	3,552	5.2	1,270	5.0	1,261	4.2
室內設計項目的材料及 其他成本	2,123	4.0	2,072	3.5	2,037	3.0	708	2.8	731	2.4
耗材	258	0.5	377	0.6	541	0.8	203	0.8	220	0.7
其他 ^(附註)	837	1.5	1,028	1.7	1,534	2.2	437	1.6	618	2.2
總計	53,549	100.0	60,063	100.0	68,732	100.0	25,477	100.0	29,885	100.0

附註：其他銷售成本主要包括撇銷存貨、包裝成本及貨物保險。

概 要

下表載列於往績記錄期間按業務分部劃分的毛利及毛利率詳情：

	截至12月31日止年度						截至5月31日止五個月			
	2015年		2016年		2017年		2017年		2018年	
	毛利	毛利率								
	千新加坡元	%								
美國傢俬銷售	10,440	21.8	13,318	23.6	15,869	23.6	5,908	23.5	7,226	23.5
傢俬銷售	12,167	53.7	11,436	50.2	10,950	48.3	3,965	48.3	4,249	49.2
室內設計	6,172	52.2	5,718	50.0	5,378	49.0	1,778	47.3	1,908	48.9
整體	28,779	35.0	30,472	33.7	32,197	31.9	11,651	31.4	13,383	30.9

毛利率由截至2015年12月31日止年度約35.0%減至截至2016年12月31日止年度約33.7%，主要由於來自美國傢俬銷售的收益比例增加，導致佔整體銷售百分比的毛利率減少。毛利率進一步減至截至2017年12月31日止年度約31.9%，主要由於傢俬銷售分部毛利率減少，且來自美國傢俬銷售分部的收益佔整體收益的比例增加。毛利率由截至2017年5月31日止五個月約31.4%減至截至2018年5月31日止五個月約30.9%，主要由於美國傢俬銷售分部收益佔整體收益比例增加。有關詳情，請參閱本文件「財務資料」一節。

綜合財務狀況表概要

下表載列於往績記錄期間的財務狀況：

	於12月31日			於5月31日
	2015年	2016年	2017年	2018年
	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元
非流動資產總值	1,776	1,386	907	1,724
流動資產總值	41,399	48,546	53,210	53,386
非流動負債總額	336	363	285	302
流動負債總額	20,180	21,832	29,478	28,804
流動資產淨值	21,219	26,714	23,732	24,582
權益總額	22,659	27,737	24,354	26,004

概 要

綜合現金流量表概要

下表載列於往績記錄期間的現金流量表：

	截至12月31日止年度			截至5月31日止五個月	
	2015年	2016年	2017年	2017年	2018年
	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元 (未經審核)	千新加坡元
經營活動所得現金流量淨額	2,143	7,187	7,626	2,784	3,664
投資活動所得/(所用)現金流量 淨額	1,691	(3,558)	(2,588)	(4,634)	(561)
融資活動所用現金流量淨額	(5,387)	(1,016)	(2,842)	(150)	(1,727)
現金及現金等價物增加/ (減少)淨額	(1,553)	2,613	2,196	(2,000)	1,376
年初現金及現金等價物	7,096	5,618	8,550	8,550	10,049
外匯變動影響淨額	75	319	(697)	(351)	75
年末現金及現金等價物	<u>5,618</u>	<u>8,550</u>	<u>10,049</u>	<u>6,199</u>	<u>11,500</u>

主要財務比率概要

下表載列於各所示日期的主要財務比率：

	截至12月31日止年度			截至5月31日 止五個月
	2015年	2016年	2017年	2018年
純利率(%)	7.0	6.7	8.5	3.6
權益回報率(%)	23.4	18.6	31.2	不適用 ⁽¹⁾
總資產回報率(%)	13.4	12.1	15.8	不適用 ⁽¹⁾
利息覆蓋率(倍)	88.9	258.7	269.8	2,478
	於12月31日			於5月31日
	2015年	2016年	2017年	2018年
流動比率(倍)	2.1	2.2	1.8	1.9
速動比率(倍)	1.1	1.3	1.1	1.2
資產負債比率(%) ⁽²⁾	1.3	1.6	0.2	0.3
淨債務權益比率(%)	不適用	不適用	不適用	不適用

附註：

- (1) 截至2018年5月31日止五個月，權益回報率及總資產回報率並不適用於本集團，原因為錄得的股東應佔溢利及純利僅指截至2018年5月31日止五個月的金額。
- (2) 於2015年、2016年及2017年12月31日以及2018年5月31日，資產負債比率乃以各年度/期間末債務總額(即銀行借貸加融資租賃承擔的總數)除以權益總額再乘以100%計算。

有關詳細計算及波動分析，請參閱本文件「財務資料」一節。

概 要

風險因素概要

我們的營運所涉及的若干風險載於本文件「風險因素」一節。潛在投資者投資[編纂]前應細閱「風險因素」一節。若干主要風險因素包括：(1)我們大部分收益總額來自少數主要客戶及我們並無獲取客戶的任何長期採購承諾；(2)我們依賴第三方物流服務供應商交付貨品至海外倉庫及終端消費者，以及依賴第三方倉存服務供應商貯存商品；(3)我們或未能挽留及招聘合適的室內設計專才；(4)我們並無與供應商訂立長期合約或獨家經銷；及(5)我們面臨過時及滯銷存貨的風險，可能對我們的現金流量及流動資金造成不利影響。

股東資料

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(惟並無計及因[編纂]及根據[編纂]可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)，Nobel Design (BVI)將於我們已發行股份總數中擁有約[編纂]的權益。Nobel Design (BVI)由阮先生(我們的執行董事、董事會主席及行政總裁)及Wee女士(我們的執行董事及營運總監)分別實益擁有67%及33%的權益。Nobel Design (BVI)將繼續控制我們已發行股本逾30%，因此，阮先生及Wee女士通過彼等於Nobel Design (BVI)的權益，對本公司擁有控制權。Nobel Design (BVI)、阮先生及Wee女士將根據上市規則被視為本公司的一組控股股東。

阮先生及Wee女士亦擁有Nobel Design Singapore 60%間接權益，其若干附屬公司及／或聯屬公司從事除外業務。鑑於本集團業務與除外業務性質不同，及營運獨立及與除外業務分離，我們的董事認為，除外業務與我們的業務之間有明確界定。因此，我們的股東並無預期除外業務與本集團將出現任何直接或間接重疊或競爭。為簡化我們的業務及企業架構，除外業務並未注入本集團，原因是我們的董事認為，該等業務既不構成我們業務的一部分，亦不符合我們加強於傢俬銷售和室內設計行業的策略。有關詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

股息

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年5月31日止五個月，本集團分別宣派股息約1.6百萬新加坡元、1.7百萬新加坡元、10.4百萬新加坡元及零。除上述所披露者外，我們並無計劃於[編纂]前派付或宣派任何股息。我們現時並無任何固定股息政策，[編纂]後亦無任何預先設定的股息派付比率。我們過往的股息分派記錄不可視為釐定未來我們可能宣派或派付的股息水平的參考或基準。有關進一步資料，請參閱本文件「財務資料—股息」一段。

概 要

[編纂]

根據指示性[編纂]範圍中位數，估計[編纂]總額為[編纂]港元(相當於約[編纂]新加坡元)。於往績記錄期間，我們產生[編纂]約[編纂]新加坡元，已於截至2018年5月31日止五個月財務報表的綜合損益及全面收益表中確認為開支。將產生的餘下款項[編纂]新加坡元中：(i)約[編纂]新加坡元預期在[編纂]後入賬為自權益扣除；及(ii)約[編纂]新加坡元預期將於截至2018年12月31日止年度的財務報表中在綜合損益及全面收益表中確認為行政開支。[編纂]金額為當前所作估計，僅供參考，而將於本集團截至2018年12月31日止年度的綜合財務報表中確認的最終金額將根據審核及屆時變量及假設的變動予以調整。謹請有意投資者注意，本集團於截至2018年12月31日止年度的財務表現預期將因上述[編纂]而受到不利影響，惟[編纂]的性質為非經常性開支。

近期發展及展望

於往績記錄期間後及直至最後實際可行日期，董事確認，我們的業務模式、收益架構及成本架構並無重大變動。我們的主要業務仍包括向美國第三方傢俬電子商務銷售平台銷售傢俬產品、主要於新加坡進行的傢俬銷售業務及室內設計業務。

於2018年4月16日，Buylateral Singapore通過一項股東決議案，透過削減資本按比例向其於2018年4月16日的股東分派4,200,000新加坡元。削減資本已於2018年6月6日生效。削減資本後，Buylateral Singapore的資本為3,403,435.88新加坡元。有關詳情，請參閱本文件「歷史、發展及重組—重組」。

於2018年8月，為使新加坡傢俬銷售分部銷售點組合更平衡，我們將315 Outram Road的銷售點重新從品牌「The Design Studio by Lifestorey」分類為品牌「OM Galleria」。

謹請潛在投資者注意，我們預期自截至2018年12月31日止年度的綜合損益表中以行政開支扣除一次性[編纂]約1.7百萬新加坡元。

董事已確認，除上述所披露者外及直至最後實際可行日期，我們的財務或貿易狀況或前景自2018年5月31日(即最新經審核財務資料編製日期)起並無重大不利變動，且自2018年5月31日起並無發生嚴重影響本文件附錄一會計師報告所載資料的事件。

概 要

過往於新交所上市

Nobel Design Singapore於1996年11月25日於新交所SESDAQ(現稱凱利板)上市。其上市於2008年8月8日轉至新交所主板及於新交所維持上市逾20年直至除牌(定義見下文)。於2017年5月2日，Grand Slam以每股股份0.510新加坡元收購由前股東持有的所有股份，佔Nobel Design Singapore已發行股份總數約23.0%。收購事項後，Grand Slam根據證券及期貨法(新加坡法例第289章)及新加坡收購及合併守則作出強制性收購，以及於行使其強制收購權後收購全部餘下的已發行及繳足普通股。強制收購於2017年8月25日完成及Grand Slam成為Nobel Design Singapore的唯一股東。Nobel Design Singapore的股份隨後於2017年8月29日在新交所主板除牌。有關詳情，請參閱本文件「歷史、發展及重組」一節。

[編纂]理由

董事相信[編纂]將符合本集團業務發展策略的利益及對本集團及股東整體而言有利，原因包括(i) Nobel Design Singapore(包括除外業務)過往估值並無完全反映本集團就[編纂]的現有估值；(ii)[編纂]將提升本集團的業務知名度及於國際層面上的品牌知名度或宣傳；及(iii)擴大股東基礎及促進未來集資活動。有關詳情，請參閱本文件「歷史、發展及重組」一節。

[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的[編纂]，且並無計及[編纂])，經扣除本公司就[編纂]已付或應付的[編纂]費用及估計開支後，估計[編纂][編纂]總額將約[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬新加坡元)，並估計[編纂][編纂]淨額將約[編纂]百萬港元(相當於約[編纂]百萬新加坡元)。我們目前擬按以下方式動用[編纂]淨額：

金額 (百萬港元)	估估計 [編纂]淨額 總額百分比 (%)	擬定用途
[編纂].....	[編纂]	就美國傢俬銷售分部而言：
[編纂].....	[編纂]	• 採購存貨
[編纂].....	[編纂]	• 加大銷售及營銷力度，以進一步提升品 牌忠誠度、聲譽及品牌認知度
[編纂].....	[編纂]	• 儲存將要採購的新產品
		就傢俬銷售分部而言：

概 要

金額 (百萬港元)	佔估計 [編纂]淨額 總額百分比 (%)	擬定用途
[編纂]	[編纂]	• 支付分別將於2020年及2021年於新加坡以品牌「OM」及「Lifestorey」新開設的銷售點的租賃開支、經常性開支及資本開支
[編纂]	[編纂]	• 為我們新開設的銷售點採購存貨
[編纂]	[編纂]	• 提高我們品牌的知名度，其中包括品牌打造活動
[編纂]	[編纂]	• 擴建我們於新加坡的倉庫
[編纂]	[編纂]	本集團的一般營運資金

有關詳情，請參閱本文件「業務－業務策略」及「未來計劃及[編纂]」各節。

[編纂]統計數據

下表顯示[編纂]的[編纂]統計數據(假設[編纂]及[編纂]已完成，並已發行[編纂]，且並無計及因[編纂]及根據[編纂]可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份)。

	按每股[編纂] [編纂][編纂]港元	按每股[編纂] [編纂][編纂]港元
股份市值 ^(附註)	[編纂]港元	[編纂]港元
每股未經審核備考經調整 綜合有形資產淨值 ^(附註)	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

用於計算市值的股份數目及本公司股東應佔每股本集團未經審核備考經調整綜合有形資產淨值乃按[編纂]完成後的[編纂]已發行[編纂]，其中包括於本文件日期現有的[編纂]已發行[編纂]、根據[編纂]將予發行的[編纂]及根據[編纂]將予發行的[編纂](惟並無計及因[編纂]獲行使、根據[編纂]可能授出的任何購股權獲行使或本公司根據股份[編纂]及發行或[編纂]的[編纂]可能配發及發行或[編纂]任何股份而可能發行的任何股份)。

概 要

概未就本公司股東應佔本集團未經審核備考經調整綜合有形資產淨值進行任何調整以反映(i) **Buylateral Singapore** 按比例基準向股東分派資本**4,200,000**新加坡元且於**2018**年**4**月**16**日獲股東批准，並於**2018**年**6**月**6**日生效，進一步詳情載於本文件「歷史、發展及重組－重組」一節；及(ii) 本集團於**2018**年**5**月**31**日後訂立的任何交易結果或其他交易。

經計及上述**Buylateral Singapore**分派資本**4,200,000**新加坡元，以上披露的本公司股東應佔本集團每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值金額會各自減少**0.004**新加坡元(相等於**0.025**港元)。