

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，為美國歷史悠久的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主要在新加坡營運的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。我們專注致力為業主提供家居裝飾靈感以及設計解決方案及傢俬，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，並計劃分別於2019年第四季及2020年第四季主要使用[編纂][編纂]開設兩個新銷售點。我們於2005年涉足美國傢俬網上銷售業。憑藉我們於傢俬零售業豐富的經驗及廣泛的網絡並從事採購逾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設計解決方案及家居裝飾靈感；(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

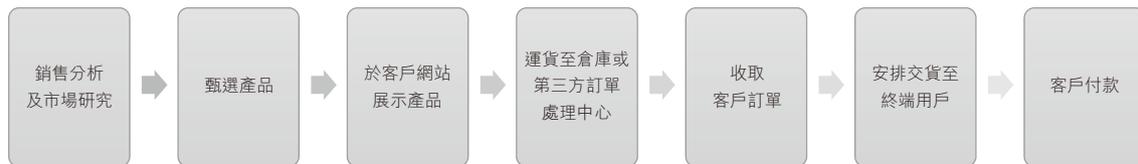
我們擬繼續鞏固我們於美國及新加坡傢俬銷售市場的地位，並加強我們的市場滲透度至不同客戶分部。為達致業務增長及改善我們的財務表現，我們擬採取以下策略：(1)進一步拓展產品組合及品牌組合；(2)進一步擴展銷售及營銷網絡；(3)強化我們的品牌認知度；及(4)持續挽留及聘用人才以支持未來發展。

概 要

業務模式

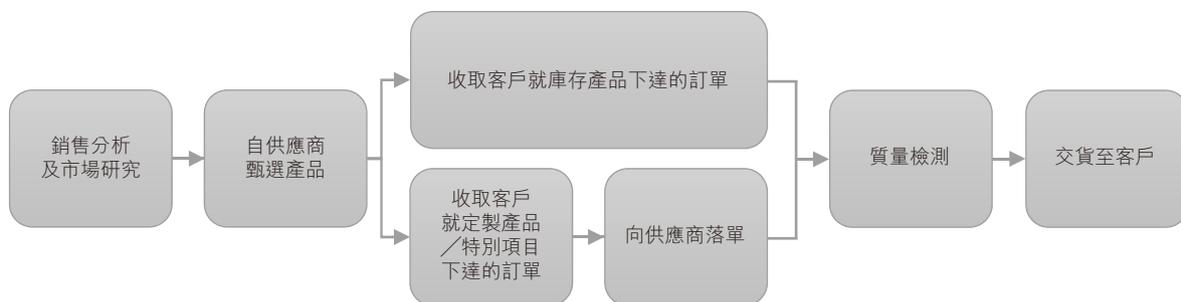
下圖概述我們各業務分部的主要業務模式：

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銷售平台)的網站。我們並不直接向終端消費者出售產品。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。

室內設計分部



概 要

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。就美國傢俬銷售分部而言，我們並不直接向美國終端消費者出售產品，故其並不被視為我們的客戶。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編製的標準協議。就室內設計分部而言，服務條款及條件載於報價單。截至2016年、2017年及2018年12月31日止年度，我們向最大客戶作出的銷售分別約19.7百萬新加坡元、25.0百萬新加坡元及29.6百萬新加坡元，分別佔收益總額約21.8%、24.8%及27.0%。同期，我們向五大客戶作出的銷售分別約53.8百萬新加坡元、65.1百萬新加坡元及73.9百萬新加坡元，分別佔收益總額約59.3%、64.5%及67.3%。

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2016年、2017年及2018年12月31日止年度，我們向最大供應商作出的採購額分別約4.4百萬新加坡元、6.0百萬新加坡元及8.0百萬新加坡元，分別佔採購總額約8.8%、11.0%及12.1%。同期，我們向五大供應商作出的採購額分別約15.6百萬新加坡元、17.2百萬新加坡元及21.8百萬新加坡元，分別佔採購總額約31.7%、31.3%及33.1%。

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												
	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 ⁽²⁾ (新加坡元)	價格範圍/ 合約金額 範圍 (新加坡元)	佔收益總額 百分比(%)	銷量 (件)	平均 售價 ⁽²⁾ (新加坡元)	價格範圍/ 合約金額 範圍 (新加坡元)	佔收益總額 百分比(%)	銷量 (件)	平均 售價 ⁽²⁾ (新加坡元)	價格範圍/ 合約金額 範圍 (新加坡元)
美國傢俬銷售.....	56,333	62.2	529,760	106.3	65.8-736.8	67,288	591,176	113.8	65.8-736.8	76,495	786,875	97.2	65.8-736.8
傢俬銷售 ⁽¹⁾	22,776	25.2	23,283	666.2	120-30,000	22,674	20,424	790.2	120-30,000	22,340	16,597	967.8	120-30,000
空杯設計.....	11,426	12.6	不適用	不適用	5,000-991,000	10,967	不適用	不適用	8,000-500,000	10,909	不適用	不適用	5,000-510,000
總計.....	90,535	100.0	不適用	不適用	不適用	100,929	不適用	不適用	不適用	108,744	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2016年、2017年及2018年12月31日止年度的收益分別約16.0百萬新加坡元、16.1百萬新加坡元及16.1百萬新加坡元計算平均售價。

概 要

於往績記錄期間，收益由截至2016年12月31日止年度約90.5百萬新加坡元增加約11.5%至截至2017年12月31日止年度約100.9百萬新加坡元。收益由截至2017年12月31日止年度約100.9百萬新加坡元進一步增加約8.7%至截至2018年12月31日止年度約109.7百萬新加坡元。於往績記錄期間，因美國傢俬銷售業務快速增長，故收益總額穩定增長。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					
	2016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(%)
美國.....	56,333	62.2	67,288	66.7	76,495	69.7
新加坡.....	32,832	36.3	32,303	32.0	32,361	29.5
馬來西亞及汶萊.....	1,370	1.5	1,338	1.3	888	0.8
總計.....	<u>90,535</u>	<u>100.0</u>	<u>100,929</u>	<u>100.0</u>	<u>109,744</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		
	2016年 千新加坡元	2017年 千新加坡元	2018年 千新加坡元
收益	90,535	100,929	109,744
銷售成本.....	(60,063)	(68,732)	(75,863)
毛利	30,472	32,197	33,881
其他收入及收益淨額 ⁽¹⁾	514	637	553
開支			
— 銷售及分銷.....	(13,371)	(13,203)	(13,139)
— 行政	(10,114)	(9,378)	(11,787)
— 融資成本.....	(29)	(38)	(4)
除稅前溢利.....	7,472	10,215	9,504
所得稅	(1,442)	(1,671)	(2,586)
年內溢利.....	6,030	8,544	6,918
非國際財務報告準則計量			
年內溢利.....	6,030	8,544	6,918
就以下項目調整：			
[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]
經調整年內溢利 (不包括[編纂]開支) ⁽²⁾	6,030	8,544	9,799
以下人士應佔年內溢利 ⁽³⁾ ：			
本公司股東.....	4,208	7,057	5,656
非控股權益.....	1,822	1,487	1,262
	6,030	8,544	6,918

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。

概 要

- (2) 經調整年內溢利(不包括[編纂]開支)乃按年內純利/(虧損)淨額計算，惟不包括相關年度產生的[編纂]開支。經調整年內溢利(不包括[編纂]開支)並未於國際財務報告準則界定。我們認為，此非國際財務報告準則計量為投資者提供實用資料，以與我們的管理層相同的方式了解及評估綜合經營業績，並比較會計期間我們與同業公司的經營財務業績。有關詳情，請參閱本文件「財務資料—非國際財務報告準則計量」一段。
- (3) 阮先生及王女士由Nobel Design Singapore委任，彼等的酬金由Nobel Design Singapore支付及悉數吸納，且於往績記錄期間，概無就彼等向本集團提供服務而向本集團分配彼等的酬金。[編纂]後，阮先生及王女士的酬金由本集團承擔。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2016年、2017年及2018年12月31日止年度的薪金及表現花紅的假設總金額分別約0.9百萬新加坡元、1.2百萬新加坡元及1.2百萬新加坡元。

年內溢利由截至2016年12月31日止年度約6.0百萬新加坡元增加約41.7%至截至2017年12月31日止年度約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12月31日止年度約8.5百萬新加坡元減少約19.0%至截至2018年12月31日止年度約6.9百萬新加坡元，主要由於產生非經常性[編纂]開支約2.9百萬新加坡元。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					
	2016年		2017年		2018年	
	千新加坡元	佔銷售 成本總額 百分比(%)	千新加坡元	佔銷售 成本總額 百分比(%)	千新加坡元	佔銷售 成本總額 百分比(%)
已售存貨成本	48,361	80.5	55,417	80.6	61,296	80.8
交付開支	4,589	7.6	5,651	8.2	6,439	8.5
分包成本	3,636	6.1	3,552	5.2	4,235	5.6
室內設計項目的材料及 其他成本	2,072	3.5	2,037	3.0	1,367	1.8
耗材	377	0.6	541	0.8	568	0.7
其他 ^(附註)	1,028	1.7	1,534	2.2	1,958	2.6
總計	60,063	100.0	68,732	100.0	75,863	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					
	2016年		2017年		2018年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千新加坡元	%	千新加坡元	%	千新加坡元	%
美國傢俬銷售	13,318	23.6	15,869	23.6	17,578	23.0
傢俬銷售	11,436	50.2	10,950	48.3	10,997	49.2
室內設計	5,718	50.0	5,378	49.0	5,306	48.6
整體	30,472	33.7	32,197	31.9	33,881	30.9

毛利率由截至2016年12月31日止年度約33.7%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，且美國傢俬銷售分部(其毛利率較低)的收益佔整體收益的比例增加。毛利率由截至2017年12月31日止年度約31.9%減至截至2018年12月31日止年度約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		
	2016年	2017年	2018年
	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元
非流動資產總值	1,386	907	2,315
流動資產總值	48,546	53,210	63,436
非流動負債總額	363	285	379
流動負債總額	21,832	29,478	37,588
流動資產淨值	26,714	23,732	25,848
權益總額	27,737	24,354	27,784

概 要

本集團流動資產淨值由2016年12月31日約26.7百萬新加坡元減至2017年12月31日約23.7百萬新加坡元。減少約3.0百萬新加坡元主要歸因於(i)其他應付款項及應計費用增加約7.4百萬新加坡元，主要因為若干附屬公司年內宣派股息，導致應付款項增加；及(ii)應付所得稅增加約0.9百萬新加坡元，原因為本集團旗下相關實體一般應課稅收入的所得稅開支增加，部分被(i)現金及現金等價物增加約4.1百萬新加坡元；及(ii)存貨增加約1.5百萬新加坡元，主要因為美國傢俬銷售分部的存貨增加約2.4百萬新加坡元，以滿足美國市場不斷增長的產品需求(被傢俬銷售分部減少約0.9百萬新加坡元(與2017年傢俬銷售產品需求減少相符)所抵銷)所抵銷。

本集團流動資產淨值由2017年12月31日約23.7百萬新加坡元增至2018年12月31日約25.8百萬新加坡元。增加約2.1百萬新加坡元主要歸因於(i)存貨增加約9.6百萬新加坡元，主要因為我們決定於臨近2018年年底採購更多存貨，以應付日後訂單，旨在將因中美貿易戰出現不明朗因素對本集團造成的成本影響降至最低；及(ii)貿易應收款項增加約5.9百萬新加坡元，主要因為臨近2018年年底，向美國傢俬分部若干主要客戶作出的銷售增加，導致應收該等客戶的貿易應收款項增加，惟相關銷售款項於該年度末後才結算，部分被(i)現金及現金等價物減少約5.4百萬新加坡元；及(ii)其他應付款項及應計費用主要因Buylateral Singapore削減資本4.2百萬新加坡元(於2018年6月6日生效)導致應付股東款項增加而增加約4.8百萬新加坡元所抵銷。

本集團資產淨值由2016年12月31日約27.7百萬新加坡元減至2017年12月31日約24.4百萬新加坡元。減少約3.3百萬新加坡元主要歸因於本集團權益總額(即資產淨值)由2016年12月31日約27.7百萬新加坡元減至2017年12月31日約24.4百萬新加坡元，主要由於本集團附屬公司(即Numero Uno Creative Group、Marquis Furniture Gallery、Momentum Creations、Marquis HQO及Buylateral Singapore)向其當時股東宣派股息約10.4百萬新加坡元，部分被截至2017年12月31日止年度確認純利約8.5百萬新加坡元所抵銷。

本集團資產淨值由2017年12月31日約24.4百萬新加坡元增至2018年12月31日約27.8百萬新加坡元。增加約3.4百萬新加坡元主要歸因於本集團權益總額(即資產淨值)由2017年12月31日約24.4百萬新加坡元增至2018年12月31日約27.8百萬新加坡元，主要由於截至2018年12月31日止年度確認純利約6.9百萬新加坡元，部分被Buylateral Singapore應付其股東資本分派(於2018年6月6日生效)4.2百萬新加坡元所抵銷。

詳情請參閱本文件「財務資料」一節。

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		
	2016年	2017年	2018年
	千新加坡元	千新加坡元	千新加坡元
營運資金變動前經營活動所得現金流量.....	8,667	11,110	9,762
經營活動所得／(所用)現金流量淨額.....	7,187	7,626	(735)
投資活動所得／(所用)現金流量淨額.....	(3,558)	(2,588)	2,367
融資活動所用現金流量淨額.....	(1,016)	(2,842)	(4,094)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額.....	2,613	2,196	(2,462)
年初現金及現金等價物.....	5,618	8,550	10,049
外匯匯率變動影響淨額.....	319	(697)	222
年末現金及現金等價物.....	<u>8,550</u>	<u>10,049</u>	<u>7,809</u>

截至2018年12月31日止年度，經營活動所用現金淨額約0.7百萬新加坡元，因以下各項綜合影響所致：營運資金變動前經營所得約9.8百萬新加坡元、已付所得稅約3.1百萬新加坡元及營運資金負面變動約7.4百萬新加坡元。營運資金變動主要反映(i)存貨增加約8.7百萬新加坡元，主要原因為我們決定於臨近2018年年底採購更多存貨，以應付日後訂單，旨在將因中美貿易戰出現不明朗因素對本集團造成的成本影響降至最低；(ii)貿易應收款項增加約5.7百萬新加坡元，主要原因為臨近2018年年底，向美國傢俬分部若干主要客戶作出的銷售增加，導致應收該等客戶的貿易應收款項增加，惟相關銷售款項於該年度末後才結算；(iii)其他應付款項及應計費用主要因Buylateral Singapore削減資本4.2百萬新加坡元(於2018年6月6日生效)導致應付股東款項增加而增加約4.1百萬新加坡元；及(iv)貿易應付款項增加約2.9百萬新加坡元，主要原因為如上文所述，臨近2018年年底為美國傢俬分部採購更多存貨。

概 要

經考慮上述相關理由，由於截至2018年12月31日止年度的負經營現金流量主要因為美國傢俬分部採購更多存貨，旨在將中美貿易戰造成的成本影響降至最低所致，董事認為，有關負經營現金流量狀況屬一次性性質。由於我們持續發展，我們將進一步加強對採購、收款及付款周期的管理，以維持穩健的經營現金流量。我們的議價能力隨著業務(尤其是美國傢俬銷售分部)發展而增強，我們將致力磋商以自客戶取得更有利的期限，同時尋求多元化供應商基礎以吸納更長付款期的供應商，並密切監察下達訂單採購前的現金水平，以致我們能將現金流入的時間及金額與付款責任及其他現金流出的時間及金額互相配合。

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		
	2016年	2017年	2018年
純利率(%)	6.7	8.5	6.3
權益回報率(%)	18.6	31.2	22.7
總資產回報率(%)	12.1	15.8	10.5
利息覆蓋率(倍)	258.7	269.8	2,377

	於12月31日		
	2016年	2017年	2018年
流動比率(倍)	2.2	1.8	1.7
速動比率(倍)	1.3	1.1	0.9
資產負債比率(%) ^(附註)	1.6	0.2	0.7
淨債務權益比率(%)	不適用	不適用	不適用

附註：

於2016年、2017年及2018年12月31日，資產負債比率乃以各年度末債務總額(即銀行借款加融資租賃承擔的總額)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。潛在投資者於決定投資[編纂]前，應細閱「風險因素」一節全文。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；(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；及(6)我們的海外銷售可能受限於國際貿易政策及貿易壁壘，例如美國政府對中國進口貿易貨品(包括若干傢俬產品)加徵關稅，且我們或未能向客戶轉嫁有關額外成本。

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、董事會主席兼行政總裁)及Wee女士(我們的執行董事兼營運總監)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/或聯營公司從事除外業務。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，我們的董事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。

於2018年4月16日，Buylateral Singapore通過一項股東決議案，於2018年4月16日透過削減資本按比例向其股東分派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的最終資本為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」一段。

概 要

股息

截至2016年、2017年及2018年12月31日止年度，本集團分別宣派股息約1.7百萬新加坡元、10.4百萬新加坡元及零。除上文所披露者外，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，亦無任何預先設定[編纂]後的股息派付比率。我們過往的股息分派記錄不可視為釐定我們日後可能宣派或派付的股息水平的參考或基準。詳情請參閱本文件「財務資料—股息」一段。

[編纂]

根據指示性[編纂]範圍中位數，估計[編纂]開支總額為[編纂][編纂]港元(相當於約[編纂][編纂]新加坡元)。於往績記錄期間，我們產生[編纂]約[編纂][編纂]新加坡元，已於截至2018年12月31日止年度的財務報表的綜合損益及全面收益表中確認為開支。將產生的餘下費用[編纂][編纂]新加坡元中：(i)約[編纂][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][編纂]新加坡元預期將於截至2019年12月31日止年度的財務報表的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2019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，本集團截至2019年12月31日止年度的財務表現預期將因上述[編纂]開支而受到影響，惟[編纂]開支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本文件日期，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，以及主要於新加坡進行的傢俬銷售業務及室內設計業務。

於2019年1月，我們於新加坡中心商業區328 North Bridge Road (Raffles Hotel Arcade)以品牌「Marquis」開設新銷售點。

於2018年9月17日，美國貿易代表署公佈對價值約2,000億美元中國進口產品徵收額外關稅的清單。額外關稅由2018年9月24日起生效，稅率最初為10%。納入最終關稅清單的產品包括若干中國傢俬產品。於2018年12月2日，據報美國及中國達成臨時協議，據此，美國將推遲向價值約2,000億美元的中國進口產品加徵關稅至25%，以待雙方於未來90日進行談判。於最後實際可行日期，談判並無新進展。目前，基於目前加徵10%關稅的情況，董事相信往後徵收額外關稅將不會對本集團業務產生重大不利影響，原因為：(i)本集團除了為美國傢俬銷售分部從中國採購傢俬(分別佔截至2016年、2017年及2018年12月31日止年度美國傢俬銷售分部的採購總額約50.0%、52.3%及52.2%)外，我們亦自馬來西亞採購傢俬，分別佔截至2016年、2017年及2018年12月31

概 要

日止年度美國傢俬銷售分部的採購總額約**46.8%**、**45.5%**及**46.5%**；(ii)由於我們於中國並無擁有廠房，且亦無與中國供應商訂立任何長期協議，因此，我們將考慮自中國以外的地方採購更多產品，以避免進一步加徵關稅時出現溢利大幅下跌；及(iii)中國供應商因加徵關稅向我們提供約**3%**至**5%**折扣，且我們能夠透過輕微增加產品售價，從而轉嫁採購價格加幅予客戶。為進一步將關稅可能增加至**25%**對本集團造成的成本影響降至最低，我們已於臨近**2018**年年底採購更多存貨。董事認為，貿易戰將不會對本集團造成重大影響。

據灼識諮詢告知，美國大眾市場的傢俬賣家的競爭力將不會特別受額外關稅影響，原因為於**2017**年，美國大眾市場約**70%**傢俬自中國進口，故該市場大部分傢俬賣家將面對相同的額外關稅，並採取相同的做法以處理關稅，將不會對單一賣家的競爭力造成重大影響。據灼識諮詢進一步告知，預期加徵**10%**關稅對中國傢俬出口至美國的影響有限，且將不會對美國傢俬賣家的採購成本造成重大影響，原因為中國供應商將自行承擔大部分成本加幅，並預期美國傢俬賣家將輕微增加產品售價，以保障若干盈利能力。由於傢俬產品性質上被視為生活必需品，傢俬市場，尤其是大眾傢俬市場，乃由消費者驅動的市場。由於大部分自中國進口的傢俬產品均以大眾市場為目標，預期輕微加價將不會影響上述產品的銷售。灼識諮詢進一步告知，關稅可能由**2019**年起進一步提高至**25%**，將不會對自中國採購產品且並無與中國供應商訂立長期協議的傢俬賣家造成重大影響，原因為其可自其他亞洲國家採購更多產品，以避免價格大幅增加或溢利大幅下跌。有關詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節。

截至**2019**年**2**月**28**日止兩個月份，收益較去年同期增加，主要由於美國傢俬銷售分部的收益穩定增加，其持續增長與過往增長一致。

概 要

謹請潛在投資者注意，我們預期自截至2019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[編纂][編纂]新加坡元。

董事已確認，直至本文件日期，我們的財務或貿易狀況或前景自2018年12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12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。

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。Nobel Design Singapore於2008年8月8日轉至新交所主板上市，並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%。收購後，Grand Slam根據新加坡法例第289章證券及期貨法及新加坡收購及合併守則作出強制性收購，並行使其強制收購權收購全部餘下Nobel Design Singapore已發行及繳足普通股。強制收購於2017年8月25日完成，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。

概 要

[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數，且並無計及[編纂])，估計[編纂][編纂]總額將約[編纂][編纂]港元(相當於約[編纂][編纂]新加坡元)，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]淨額將約[編纂][編纂]港元(相當於約[編纂][編纂]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
		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：
[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」開設兩個新銷售點的租賃開支、經常性開支及資本支出
[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」一段及「未來計劃及[編纂]」一節。

概 要

[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]股股份，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)。

	行使[編纂]下調機制 下調10%後按 [編纂][編纂]港元 計算	按[編纂]每股 [編纂][編纂] 港元 計算	按[編纂]每股 [編纂][編纂] 港元 計算
股份市值 ^(附註)	[編纂]港元	[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	[編纂]港元

附註：

用於計算市值及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的股份數目乃按[編纂]完成後已發行的[編纂]股股份計算，其中包括於本文件日期現有的[編纂]股已發行股份、根據[編纂]將予發行的[編纂]股股份及根據[編纂]將予發行的[編纂]股股份(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而可能發行的任何股份或本公司根據股份[編纂]及發行或[編纂]的[編纂]可能配發及發行或[編纂]的任何股份)。

概無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本集團於2018年12月31日後訂立的任何交易結果或其他交易。