



地產猛人飯局

撰文 | 歐陽淑君 攝影 | 林嘉傑 《新報》、部分圖片由被訪者提供

■藍嘉兒與張錦成雖來自不同的背景，但飯局當日言談甚歡，盡情分享日常所見所聞。



一直以來，香港買地困難，市區靚地買少見少，若具重建價值的全幢舊樓物業，更是千金難求。一向善於為旗下物業增值的藍馬集團，新近有意進軍服務式住宅市場，剛斥資約2.28億元購入尖沙咀加連威老道全幢物業，並考慮與另一旗下物業「藍馬商業大廈」一同發展，打造銀座式廣場連服務式住宅。今期請來藍馬集團行政總裁藍嘉兒，暢談後市形勢及尖沙咀區項目的發展大計。

PRIME
094

藍馬集團藍嘉兒： 「把日本銀座搬到尖沙咀。」

主持人
張錦成

張錦成，叱吒地產界廿五年，堪稱地產代理界「老行尊」，人稱Victor的他最近再開設新品牌「盈富物業」。憑藉過去與各地產界及商界的密切關係，本刊特別誠邀他親自主持「地產猛人飯局」，每期邀約一位具代表性的地產界知名人士，在美酒佳餚下分享樓市地產心得，細說人生樂事。

成 立於2004年的藍馬集團核心業務乃物業發展，並為旗下物業提供租務及管理服務。過往曾購入分別位於尖沙咀、佐敦及太子的全幢商廈，經過包裝及翻新後，提升租戶組合，成功為商廈增值。年紀輕輕的藍嘉兒涉獵地產商界雖然只有幾年時間，但言談大方，對現時地產的發展見解獨特，實在後生可畏。



(張：張錦成 藍：藍嘉兒)

建造服務式住宅 作長遠目標

張：真是長江後浪推前浪，藍小姐這麼年輕就當上集團的行政總裁，會不會感到很大壓力？

藍：我認為不只是我，任何人、從事甚麼行業都會有壓力，但我平日盡量提醒自己不要太過緊張。

張：我突然想起了一點，在商場上，很多老將縱橫天下，年輕人在經營上可能略為「輪蝕」，何況是女性，在地產行業不屬主流，你自己有甚麼特別看法？

藍：我的看法剛好相反，這行也有很多事業出色的女將。從我過往的經驗來說，在生意上，我遇到的男士都很有風度，他們大多經驗豐富，教懂我很多寶貴的東西，好像張先生一樣。

張：過獎。但我也認同你的說法。有時，可能像我們老資格的人才令人充滿戒心，與別人洽談生意時，他們會特別小心應對。以我所知，藍馬集團成立於2004年，是以物業發展為核心業務。你們集團有甚麼長遠方針？

PRIME
095

■藍馬創業3周年，遂進軍飲食業，位於太子的Blue Cafe乃是其頭炮項目。



藍：藍馬集團會積極入市商廈，2005年中，我們已制定了長線投資計劃，董事會斥資購入全幢連有租約的商廈，並投放資源、金錢和良好的管理在物業上，賦予商廈主題，使商廈能成功轉型，但長遠來說，我們仍專注於地產發展。

張：藍馬剛斥資約2.28億元購入尖沙咀加連威老道全幢物業，是否有意進軍服務式住宅市場？

藍：長線目標是建造服務式住宅，但重建舊樓牽涉的時間達2至3年以上，加上本身仍有租約在手，未必會立即進行。短期內，集團會先把大廈粉飾，然後參考專業人士意見，待市況好一點，就會實行我們的長線目標，令業務更多元化。

張：尖沙咀加連威老道屬本港一線購物街，人流絡繹不絕，其發展潛力一向被市場全面看好。華人置業早前斥資10億元拆卸東英大廈，東英效應帶旺全區，加上區內服務式住宅需求強勁，藍馬若在加連威老道推出精品服務式住宅，一定渴市。

藍：對，除了服務式住宅，我們早在2005年中，已在尖沙咀厚福街買入一幢舊式大廈，經過包裝及翻新後，招攬美容行業和酒吧的目標租客來租用物業，並改名為「藍馬商業大廈」。

張：近年藍馬積極在尖沙咀擴張版圖，你對尖沙咀區前景有甚麼看法？

藍：尖沙咀是香港著名的旅遊景點，我很看好尖沙咀的發展，因為遊客很多，業務可以穩定增長。其實，當初集團選擇厚福街的其中一個原因，是因為看到政府的大方向政策，是有意把尖沙咀打造成「九龍蘭桂芳」，我們也考慮過把厚福街和加連威老道兩旁的物業打通，將加連威老道24A及B全幢物業和厚福街藍馬商業大廈一併發展，到時涉及的總地皮面積約4,200平方呎，以地積比率約12倍發展，可建樓面面積約5萬平方呎。

張：物業若重新發展，你們大可考慮把地下閣作獨立商舖出租，而1至5樓就可作銀座式商場以零售用途，6樓以上，另作服務式住宅發展，可以多元化地滿足不同人士需要。

打造主題式商廈 回報豐厚

張：以我所知另一幢藍馬曾購入的藍馬商業中心，亦以教育為主題，當中大部分租客皆來自教育界，對嗎？

藍：對。

張：那你對打造主題式商廈有甚麼意見或心得？

藍：這是集團的長線投資，目的讓租客多一個選擇，亦有增加集團回報。2006年時藍馬以2億元購入彌敦道的「太子~藍馬之城」，經1年多的時間包裝和翻新後，已全數出租，物業呎租已由10多元提升至22元。「太子~藍馬之城」的租戶來自不同行業，例如美容及教育團體。現

在，1樓是我們經營的Blue Cafe，除了2樓留待日後作擴充cafe之用，其餘寫字樓均全數租出，每層面積達2,184平方呎，成績令人滿意。

張：我覺得包裝舊樓有很多竅門，發展商要把樓宇包裝得有說服力，才可讓租金、回報顯著提升。在這方面，藍馬是高手，可否與讀者分享你們的成功心得？

藍：先謝謝張生的稱讚。我認為只是做好我們的本份，多與租客溝通會面，了解他們的需要。老實說，租戶走在前線，他們對外面的潮流走勢或做舖面生意的要求一定比你清楚，例如做美容跟做教育所要求的已經不同，做美容講求門面裝潢、整體的感覺；教育因為以小朋友為主，保安相對重要，基本上兩者對舖面呎數和配套需求已經有所不同。所以，早在我們部署收購物業時，已經參考他們的意見，從而達至互惠互利的效果。

推出豪宅 切合用家需要

張：除了尖沙咀，藍馬還有推出豪宅，就是位於九龍塘的藍馬豪庭，可以略為介紹嗎？

藍：當然可以。藍馬豪庭位於太子道西302號，屬單幢式住宅，最高樓層為35樓，全幢共有40個豪宅單位，每伙均設露台。全幢售餘2個高層單位，待價高才沽。

張：說起來，我們還有一點緣份，我們盈富物業在2004年創辦，第一次物業成交就是藍馬豪庭，我還記得是8樓B座。單位環境開揚，樓下雖是旺區，有不少商店24小時營業，但環境卻很清幽，令我印象特別深刻。

藍：世事真巧！環境清幽是因為我們考慮到用家的需要，單位特別選用特厚隔聲玻璃，加上藍馬豪庭不是建在馬路旁邊，而是稍入的轉角，收購時雖然是舊樓，但感覺很「企理」。翻新改建後，高層住宅有360度全景，室內最少也有11呎樓底，所以很受用家歡迎。

張：太子區還有你們開的Blue Cafe，是嗎？除了地產行業，藍馬還打算進軍飲食界？

藍：適逢藍馬創業3周年，我們遂嘗試進軍飲食業。Cafe有特色自助餐、海鮮、西餐供應，團體可包場。大廚曾在洲際酒店工作逾20年經驗，所以水準還不錯，主打該區的上班族及商廈租戶。

張：首次進軍飲食業有甚麼難度？

藍：基本上集團是投放一個數額的金錢，交由專業部門負責營運，因為始終藍馬本身專注地產物業發展。Blue Cafe

在2007年12月中開張，剛好遇上幾個重要節日，加上租客捧場，現在已錄得正數。坦白說，我們是初哥，仍在累積經驗的階段，但對市場前景感到樂觀。

張：在這麼短時間已經錄得正數，那真的很不錯啊！如果有租客投訴生意難做，藉故要求減租，你可以回應說：不是嘛，我們也有做飲食，Blue cafe的生意明明很好。（一笑）依我看，藍馬在4年間所行的路，已相等於別人的10年，可以跟讀者分享你們的成功秘訣嗎？

藍：不敢當，張生太客氣了。我認為只是天時、地利、人和剛好配合，集團成立時屬市場低潮期，買入「太子~藍馬豪庭」的價位較低，所以回報較佳。公司成立4年，與租戶一同成長，他們在開分店的時候也首選藍馬，我在此也要衷心多謝他們的支持。

張：藍馬全數物業都集中在九龍，是否特別鍾情尖沙咀、佐敦及太子這幾個區？

藍：這是為了便於安排集團的物業管理，因為我們辦公室在「太子~藍馬之城」22樓，為方便人手和管理安排，購入的物業暫時集中於九龍區，若有機會都想向香港區發展。

張：最後，可否說說後市的看法？

藍：香港始終是一個金融社會，無論對辦公室和商廈，皆有穩定的需求增長，加上特區政府一向支持香港地產發展。集團會在九龍區物業商廈作長線發展，所以不排除日後會繼續購入舊樓，發展「太子~藍馬之城」2期。



■尖沙咀加連威老道屬本港一線購物街，人流絡繹不絕，其發展潛力一向被市場全面看好。