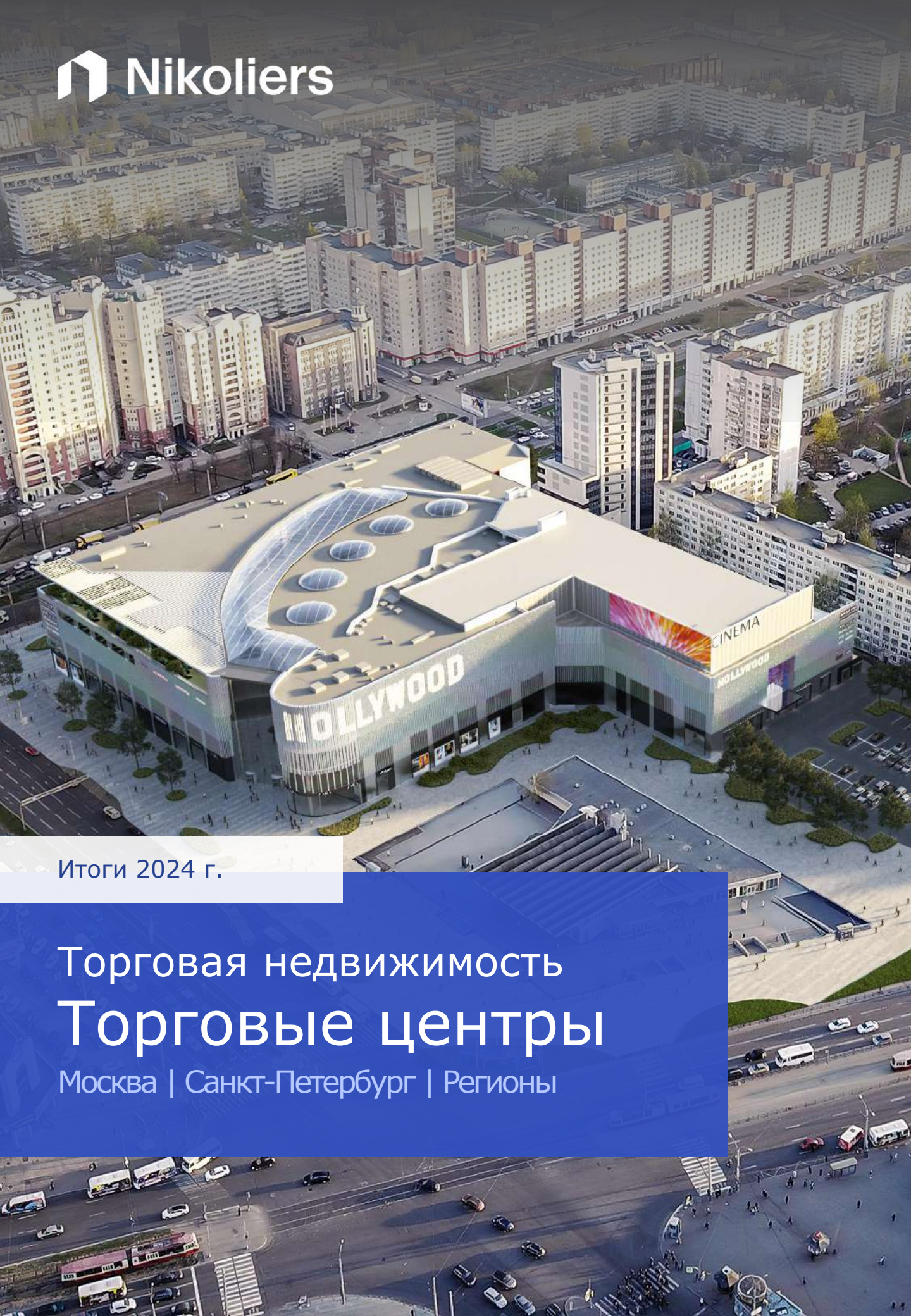




Итоги 2024 г.

Торговая недвижимость Торговые центры

Москва | Санкт-Петербург | Регионы

Основные тренды и индикаторы рынка за 2024 г.



Стабилизация
уровня
вакантности



Замедление
активности
ритейлеров



Рост открытий
торговых
центров



Дефицит
качественных
помещений



Трансформация
торговых
центров



Рост числа
новых брендов
из
дружественных
стран

Индикаторы рынка

	2022	2023	2024	2025П*
Общее предложение торговых площадей в России, млн кв. м	30	30	31	32
из них в региональных городах	19	19	19	20
в Московском регионе	8	8	9	9
в Санкт-Петербургской агломерации**	3	3	3	3
Объем введенных торговых площадей в России, тыс. кв. м	268	289	383	815
из них в региональных городах	146	202	210	315
в Московском регионе	106	51	173	361
в Санкт-Петербургской агломерации	16	36	0	139
Количество открытых ТЦ в России, штук	21	21	28	49
из них в региональных городах	10	15	15	20
в Московском регионе	10	4	13	24
в Санкт-Петербургской агломерации*	1	2	0	5
Обеспеченность площадями по России в целом, кв. м на 1 000 человек	201	201	214	220
в Москве	494	505	482	536
в Санкт-Петербурге**	597	577	560	584
в городах-миллионниках	491	495	502	515
в городах с населением 0,5–1 млн чел.	323	326	327	336
в городах с населением 300–500 тыс. чел.	331	338	340	346
в городах с населением 100–300 тыс. чел.	349	350	351	352
в населенных пунктах менее 100 тыс. чел.	438	432	434	413

*По оценке Nikoliers.
В Московский регион входят Москва и Московская область в пределах ЦКАД. В Санкт-Петербургскую агломерацию входят Санкт-Петербург, Мурино и Кудрово.
** Методология расчета обеспеченности площадями в Санкт-Петербурге была изменена в 2024 г.: включены данные по Мурино и Кудрово.

Предложение: Московский регион

173,5
тыс. кв. м

Объем ввода торговых площадей за 2024 г.
в Московском регионе

По итогам 2024 г. объем нового строительства в Московском регионе составил 173,5 тыс. кв. м, или 13 объектов. Новое предложение было представлено только малоформатными торговыми центрами. В 2025 г. ожидается появление объектов «регионального» формата, например ТЦ в составе ТПУ «Селигерская» (GLA 58 тыс. кв. м).

По заявлениям девелоперов, в 2025 г. объем нового предложения может достигнуть отметки в 620 тыс. кв. м. Однако, по нашим оценкам, ввод не превысит 361 тыс. кв. м арендопригодной площади и в основном будет состоять из объектов, которые несколько раз переносили сроки открытия с более ранних периодов. Средняя площадь вводимых объектов в следующем году может вырасти на 13%, до отметки в 15 031 кв. м.

Только треть нового предложения будет относиться к классическим торговым центрам (например, ТЦ «Среда Царицыно»), 24% новых торговых площадей откроются в составе МФК (например, МФК в составе ЖК «Остафьево» в Новой Москве), 31% — в ТПУ (например, ТЦ Portal в составе ТПУ «Нижегородская») и 11% — в стилобате ЖК (например, ТЦ «Мегалит» в стилобате ЖК «Олимп» в г. Королев).

Крупнейшие объекты, заявленные к открытию в Московском регионе, 2025 г.



Динамика ввода торговых площадей в Московском регионе

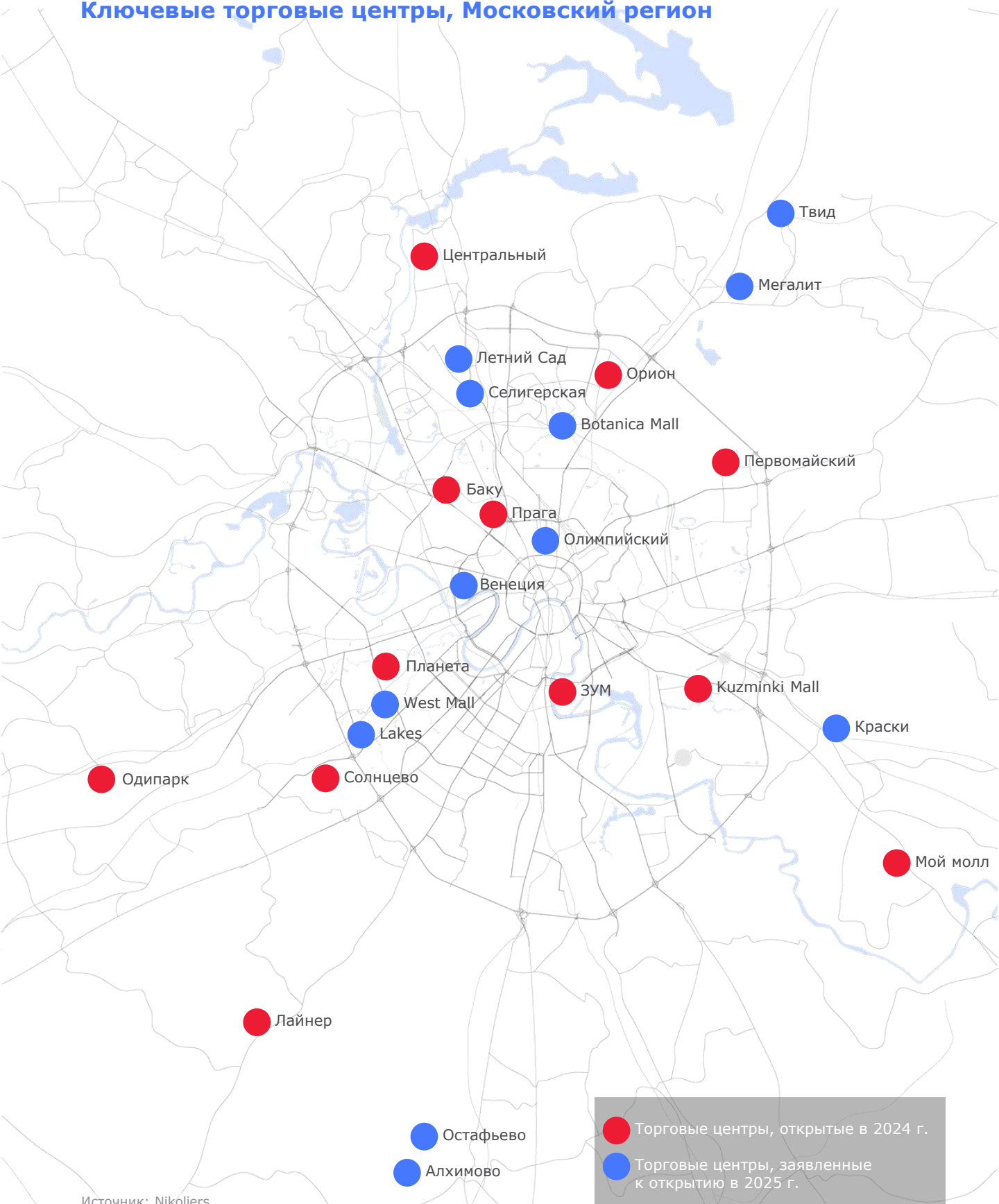


*Оценка Nikoliers.

**Часть нового «Олимпийского» откроется в 2025 г., а в полноценном формате комплекс заработает в 2026 г.

Источник: Nikoliers

Ключевые торговые центры, Московский регион



Предложение: Санкт-Петербург

 Нулевой прирост торговых площадей	 Открытие гастропространств	 Новые концепции в существующих ТЦ
--	---	---

В 2024 г. рынок Санкт-Петербурга не пополнился новыми торговыми площадями. Ранее ожидалось открытие четырех новых ТЦ (ТРК «Парк Молл», ТРК «Небо» в Мурино, ТЦ «Лунапарк» в Новогорелово, ТЦ в Колпино) и второй очереди открывшегося в конце 2023 г. ТРЦ «Экопарк» в Мурино, однако сроки сдачи по всем объектам были скорректированы и перенесены на 2025 г. Таким образом, в Петербурге был установлен новый антирекорд по вводу площадей впервые с 2000 г.

С учетом переноса сроков сдачи объектов ввод новых торговых площадей может составить более 139 тыс. кв. м., став рекордно высоким за последние 10 лет. Самым масштабным среди запланированных к открытию проектов станет МФТРК HOLLYWOOD. Его общая площадь составит 115 тыс. кв. м, арендопригодная — 60 тыс. кв. м.



HOLLYWOOD
GLA 60 тыс. кв. м



«Парк Молл»
GLA 35 тыс. кв. м



«Небо»
GLA 26 тыс. кв. м

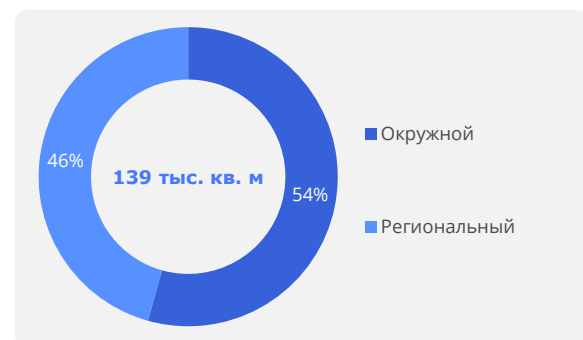


«Лунапарк»
GLA 11 тыс. кв. м



«Экопарк»
GLA 8 тыс. кв. м

Торговые центры к вводу в 2025 г. по формату



Единственным объектом регионального масштаба в 2025 г. станет МФТРК HOLLYWOOD. Его площадь составит 46% от всего объема ожидаемых к вводу площадей. На данный момент региональные ТЦ занимают 15% всех торговых площадей Петербургской агломерации. Последний раз классический торговый центр с GLA, превышающим 50 тыс. кв. м, открывался в Петербурге в 2016 г.

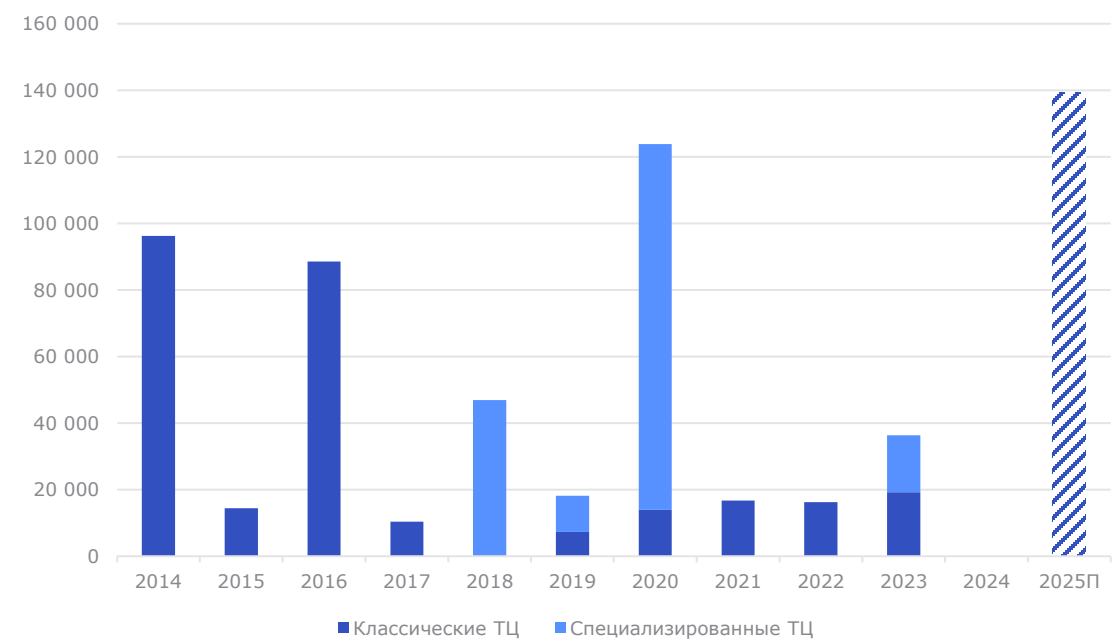
Новые концепции в торговых центрах

Несмотря на нулевой ввод торговых площадей, в существующих ТЦ продолжают появляться новые концепции. Например, в ТРЦ «Охта Молл» открылся первый магазин бренда Sela с собственным кафе внутри магазина, а в ТРЦ «Галерея» магазин косметики «Золотое Яблоко» запустил предпраздничный рор-ур-стенд.

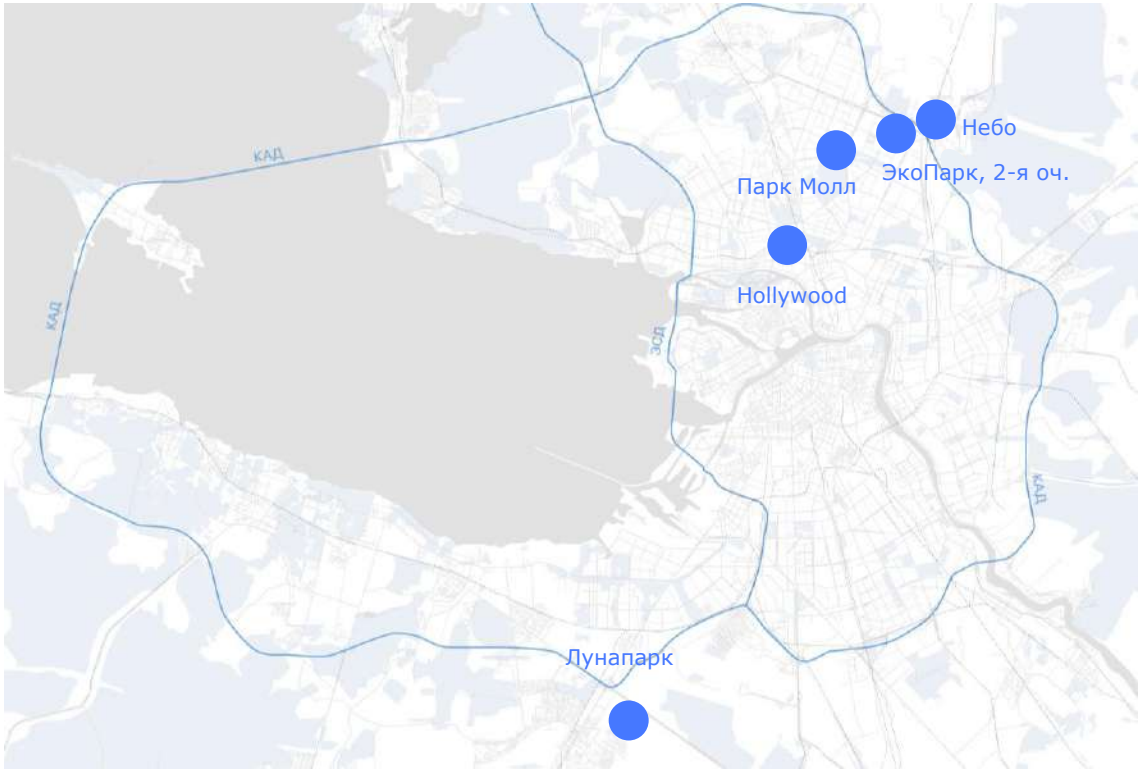
Продолжается развитие гастропространств в ТЦ. В сентябре 2024 г. в ТРЦ «ЭкоПарк» открылся первый в Мурино фуд-холл «ГастроПарк», а в октябре гастропространство появилось в ТЦ «Румба». В 2025 г. в Петербурге запланировано открытие еще нескольких гастропроектов. Среди них обновленная зона бывшего фуд-корта в ТРК «Пик» в рамках реконцепции объекта, а также фуд-холл и ресторанный зона с открытыми террасами и общим лаундж-пространством в МФТРК HOLLYWOOD.

ТРК «Парк Молл» заявил о запуске собственного онлайн-маркетплейса на сайте комплекса. Открытие проекта ожидается в марте 2025 г.

Динамика ввода торговых площадей в классических и специализированных торговых центрах Санкт-Петербургской агломерации*, кв. м



Объекты, заявленные к открытию в Санкт-Петербургской агломерации* в 2025 г.



*В Санкт-Петербургскую агломерацию входят Санкт-Петербург, Мурино и Кудрово.

Предложение: Регионы

По итогам 2024 г. объем нового предложения в России, за исключением Московского региона и Санкт-Петербургской агломерации, составил 210 тыс. кв. м, что оказалось выше результата 2022 г. на 44%, но на уровне результата 2023 г. Среди крупнейших открытий можно выделить ТРЦ «Пазл» в Пятигорске (GLA 30 тыс. кв. м), ТРЦ «Любимово Молл» в Краснодаре (GLA 27,8 тыс. кв. м), ТРЦ «Лев» в Пензе (GLA 22,5 тыс. кв. м).

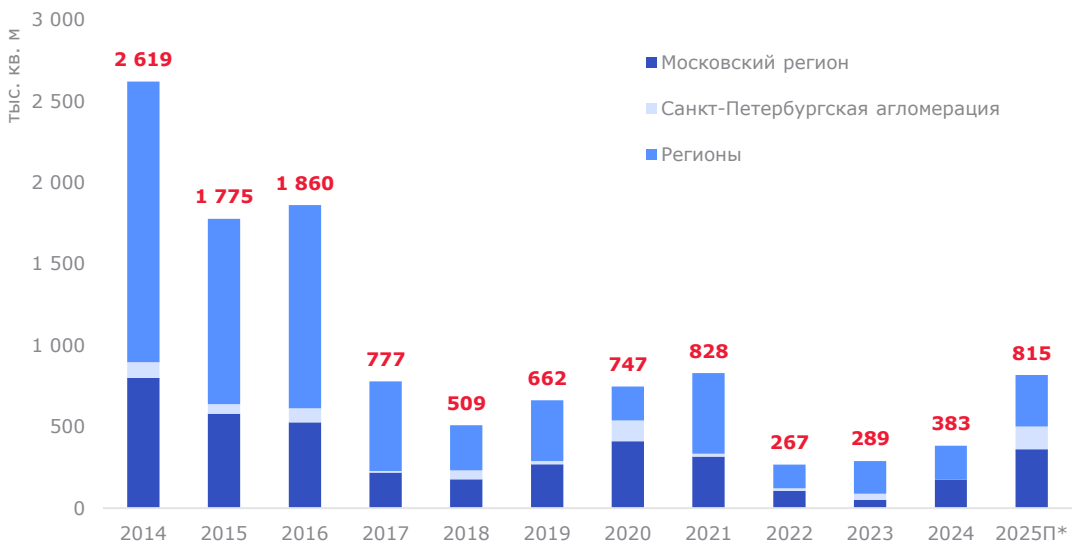
По нашим оценкам, в следующем году ожидается рост объемов ввода в полтора раза, до отметки в 315 тыс. кв. м. При этом 60% открытий придутся на крупные города (население более 500 тыс. человек), 11% — на города с населением 300–500 тыс. человек, 14% — на города с населением 100–300 тыс. человек и 15% — на населенные пункты менее 100 тыс. человек.

В следующем году наибольший прирост коэффициента обеспеченности торговыми площадями среди городов-миллионников продемонстрируют Екатеринбург (+90 кв. м на 1 000 чел.), Краснодар (+29 кв. м

на 1 000 чел.), Ростов-на-Дону (+22 кв. м на 1 000 чел.) и Пермь (+21 кв. м на 1 000 чел.). Тройка наименее обеспеченных торговыми площадями городов-миллионников останется прежней, в сравнении с концом 2023 г. изменится лишь последовательность: Пермь, Омск и Волгоград.



Объем ввода торговых площадей в России



*Оценка Nikoliers.
Источник: Nikoliers

Новые торговые центры по
формату (по GLA), регионы РФ,
2025П



Новые торговые центры по типу
объекта (по GLA), регионы РФ,
2025П



В 2025 г. новое предложение в регионах РФ будет состоять из малоформатных ТЦ. Региональные и суперрегиональные объекты начнут появляться в структуре нового строительства не раньше 2026 г. Новое строительство по типу объекта более консервативное, чем в Москве, на классический формат приходится 93% предложения.

По итогам 2025 г. объем нового качественного торгового предложения в России может составить 815 тыс. кв. м. При этом порядка 44% ввода придется на Московский регион, 39% — на региональные города России и 17% — на Санкт-Петербургскую агломерацию.

Крупнейшие объекты, заявленные к открытию в регионах РФ, 2025 г.

Город	Название объекта	GBA	GLA
Барнаул	Шоколад	63 950	35 000
Ставрополь	Москва, 2-я очередь	51 000	27 000
Ростов-на-Дону	Золотой	51 000	25 000
Челябинск	Мегапарк	48 000	20 000*
Краснодар	Мир	39 000	25 560
Нижний Тагил	Парк	37000	29 600
Махачкала	Первый	37 000	25 000
Ростов-на-Дону	М4 Молл	28 900	21 675*
Кисловодск	Кислород	24 000	21 000*
Михайловск	Айсберг Молл	21 500	17 000

*Оценка Nikoliers.

Источник: Nikoliers

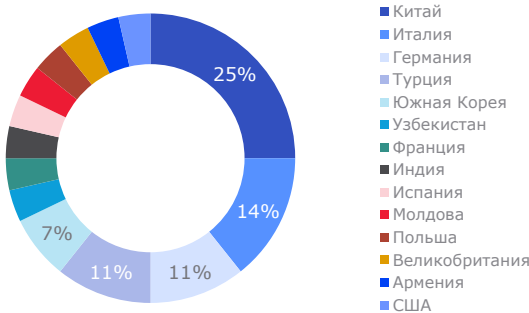
Спрос

Выход новых брендов

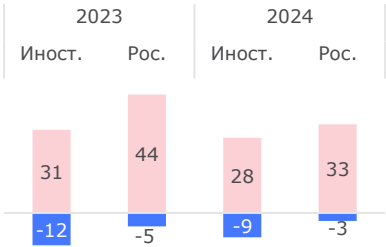


За 2024 г. на рынок вышло **61** новый* бренд, из них 33 отечественных и 28 иностранных.

Структура иностранных брендов по стране происхождения, 2024 г.



Динамика выхода на рынок и ухода с рынка российских брендов, шт.



Ключевые иностранные бренды, вышедшие на рынок России, 2024 г.

Категория	Название бренда	Страна происхождения
Бытовая техника и электроника	Candy	Италия
	Casarte	Китай
	Dreame	Китай
	TECNO	Китай
Одежда и обувь	BAASPLOA	Китай
	Casa moda	Германия
	Daniel's Paris	Турция
	Eleventy	Италия
	Ellassay	Китай
	Hazzys	Южная Корея
	JOSINY	Южная Корея
	Kardo	Индия
	Laurel	Германия
	Mai Collection	Турция
	Rinascimento	Италия
	БИМБА & Co**	Испания
	HEA (Happy Easy Anyway)	Китай
	JoyStreet	Польша
	ICEBERG	Италия
	Kennel&Schmenger	Германия
	Lee Cooper	Великобритания
Парфюмерия и косметика	22/11 cosmetics	Армения
	Panier des Sens	Франция
Продукты	Евразия	Молдова
Товары для детей	Balabala	Китай
Товары для дома	Chakra	Турция
Товары для спорта	7SABER	Узбекистан
Ювелирные изделия	Panacea Jewelry Lab	США

*Бренд считается новым:
1. Если он открыл свой первый магазин в ТЦ или в составе стрит-ритейла, даже если это не первый выход бренда на российский рынок.
2. Если был представлен ранее онлайн или в виде корнера в составе универмага, а затем впервые открылся в качестве монобрендового бутика.

**Уже закрыт.



Арендаторы торговых центров



Продуктовый ритейл

Размер продуктовых магазинов в торговых центрах уменьшается, доля занимаемых площадей данной категории операторов снижается. Стремительно растет сегмент E-Grocery, продуктовые ритейлеры увеличивают зону покрытия, сокращают время доставки и развивают омниканальность.



Общественное питание

Продолжают открываться фуд-холлы на базе торговых центров, данная концепция позволяет вдохнуть новую жизнь в ТЦ и привлечь дополнительный трафик. Арендаторы категории «Общественное питание» активно и довольно успешно коллаборируют с фитнесом и fashion.



Товары для спорта и wellness

Рынок «Товары для спорта» потерял много крупных иностранных брендов за последние несколько лет, что открывает возможности для новых игроков занимать данную нишу. В 2025 г. ожидается выход итальянского бренда спортивной одежды Карра. Совместные коллаборации операторов «Фитнес» и «Товары для спорта» стимулируют развитие сектора.



Одежда и обувь

Экспансия российских и иностранных брендов замедляется. Fashion-операторы будут улучшать дизайн точек продаж, а также экспериментировать с кооперацией с брендами других профилей. Неэффективные площади высвобождаются, что может сказаться незначительным повышением вакансии в ТЦ.



Развлечения

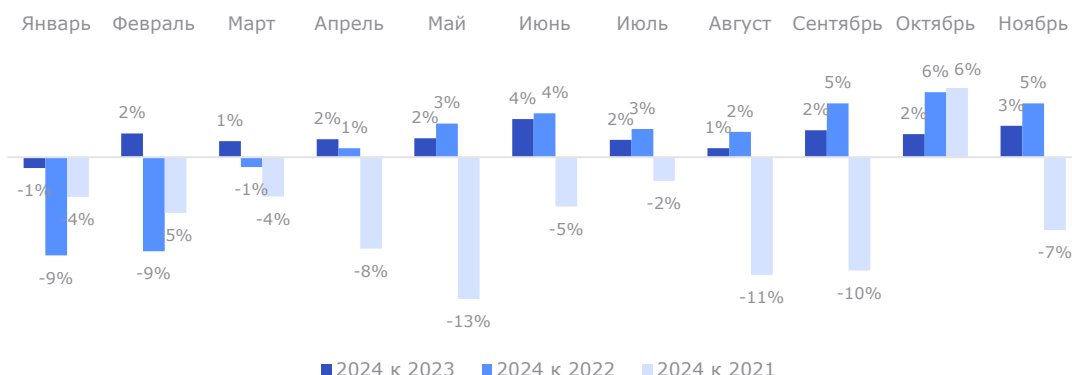
Киноиндустрия не восстановилась до конца. Она продолжает адаптацию к низким контентным потокам, фокусируется на маленьких форматах залов и развивает VIP-услуги.

Многие собственники и УК смещают фокус на развлечения для подростков и более взрослой аудитории. Набирают популярность боулинг, VR-пространства, киберспортивные сети.

Посещаемость: Москва

На 1,8% выросла посещаемость торговых центров Москвы, если сравнивать 11 месяцев 2024 г. и 11 месяцев 2023 г. Показатель посещаемости ТЦ за январь — ноябрь 2024 г. превысил результат аналогичного периода 2022 г. на 0,7%. Тем не менее индикатор все еще отстает от значения 2021 г. на 5,9%. Прогнозируется, что в 2025 г. посещаемость московских ТЦ будет соответствовать уровню 2024 г.

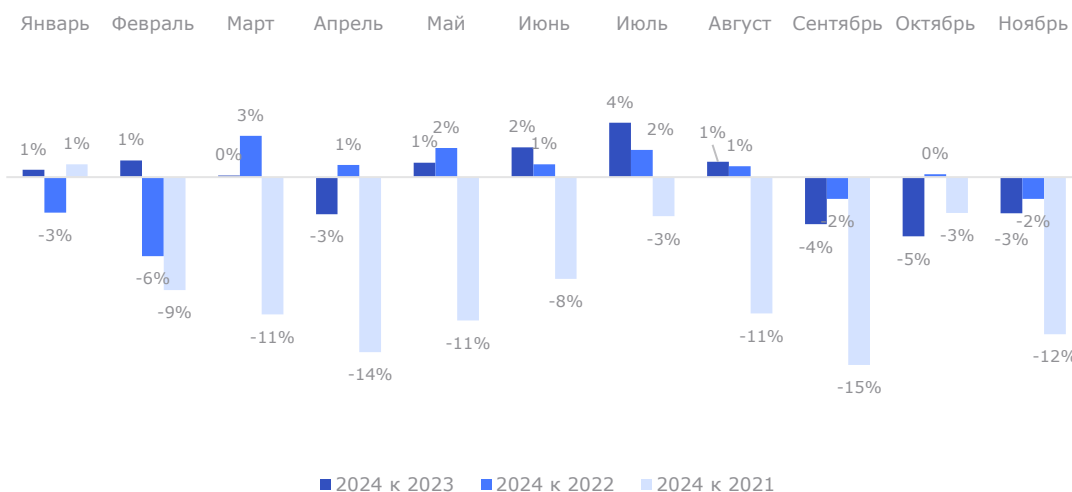
Динамика индекса посещаемости торговых центров Москвы Mall Index (1–48 неделя)



Посещаемость: Санкт-Петербург

Посещаемость торговых центров Петербурга за 11 месяцев 2024 г. снизилась на 0,3% относительно аналогичного периода прошлого года. Посещаемость торговых центров Санкт-Петербурга в IV кв. 2024 г. оказалась ниже уровня 2023 г. за аналогичный период – в среднем на 4%. Учитывая колебания в динамике индекса, показатель по итогам 11 месяцев сократился на 0,3% относительно прошлого года и на 0,4% относительно 2022 г. По нашим оценкам, посещаемость ТЦ в 2025 г. будет восстанавливаться.

Динамика индекса посещаемости торговых центров Петербурга Mall Index (1–48 неделя)



Вакантность: Москва и Санкт-Петербург

6,4%

Вакансия в торговых центрах Москвы: IV кв. 2024 г.

По итогам 2024 г. уровень вакантности снизился на 0,5 п.п. относительно III квартала 2024 г. и на 3,6 п.п. относительно результата 2023 г. Наибольшую вакантность демонстрируют торговые центры районного формата — 15,5%; в столичных торговых центрах окружного формата отмечается вакантность на уровне 8,3%, в региональных — 4%, в суперрегиональных — 3,8%. По нашим оценкам, в ближайшие три года средний уровень вакантности зафиксирован на уровне 6-7%, что будет связано с вводом новых малоформатных объектов и замедлением темпов развития российских и иностранных ритейлеров, что в целом сохранит баланс на рынке.

3,1%

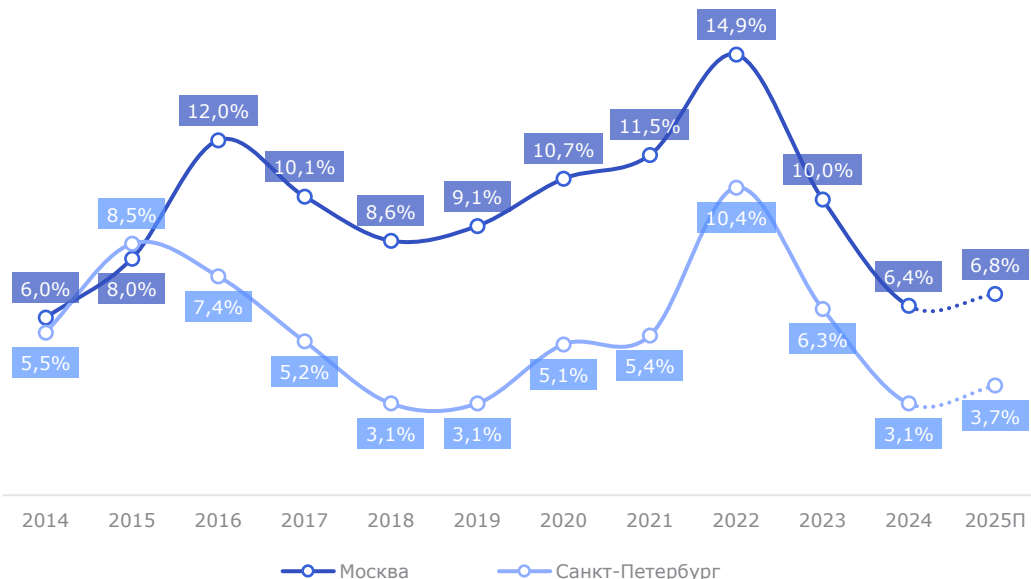
Вакансия в торговых центрах Петербурга: IV кв. 2024 г.

Уровень вакантности в Петербургских ТЦ в IV квартале 2024 г. продолжил снижение, уменьшившись на 0,3 п.п. относительно прошлого квартала. Такая динамика обусловлена высокой активностью ритейлеров и дефицитом новых торговых помещений.

Показатель вакантности на конец текущего года уменьшился более чем в два раза по сравнению с аналогичным периодом 2023 г., что стало возможным благодаря аренде пустующих площадей магазинов IKEA маркетплейсом «Мегамаркет» (более 55 000 кв. м) во II квартале 2024 г.

Несмотря на то что в 2025 г. к вводу ожидается пять новых торговых объектов, уровень вакантности увеличится незначительно. По нашим прогнозам, показатель может достичь 3,7% в среднем по городу.

Динамика уровня вакантности торговых площадей в торговых центрах Москвы и Петербурга





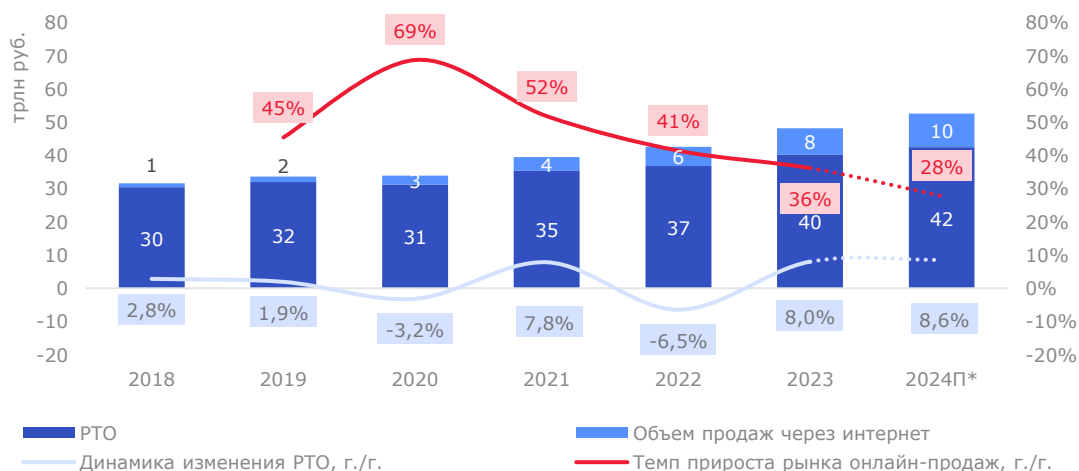
Интернет-торговля

По данным Data Insight, объем продаж через интернет по итогам 2024 г. составит 10,1 трлн руб., или 21% от общего объема розничного товарооборота России. Увеличение объема рынка за текущий год составило 28%. Ожидается, что в перспективе трех лет темп роста онлайн-продаж будет сокращаться ввиду эффекта масштаба и к 2027 г. снизится до 9%.

Рынок E-Grocery стремительно развивается — за год он вырос в 1,5 раза, до 1,1 трлн руб. Ритейлерам важно развивать онлайн-продажи в дополнение к офлайн-каналам. Современные потребители комбинируют традиционные походы в магазин с покупками через мобильные приложения и сайты.

Также сейчас активно прорабатываются вопросы регулирования деятельности маркетплейсов, их доля в обороте E-Commerce уже превысила 80%. Законопроект будет внесен на рассмотрение Госдумы РФ уже в начале следующего года. Документ направлен на создание более прозрачных и справедливых условий для участников рынка, что может способствовать росту конкуренции.

Структура оборота розничной торговли в России



*Оценка Nikoliers.

Источник: Росстат, Data Insight, Nikoliers

Тенденции и прогнозы

Вакантность выходит на плато

Снижение девелоперской активности и преобладание малоформатных объектов в объеме нового строительства привели к тому, что вакантность в торговых центрах достигла рекордно низкого значения за последние 10 лет. По нашим прогнозам, в ближайшие три года этот показатель останется стабильно низким, демонстрируя лишь незначительные колебания в пределах 0,5 п.п. Эти изменения будут связаны с выходом на рынок отдельных торговых центров регионального и суперрегионального форматов, с экспансией российских и иностранных брендов, а также с оптимизацией их уже открытых площадей.

Торговые центры как новые пространства для отдыха и общения

Современные торговые центры трансформируются в lifestyle-хабы, предлагая посетителям не только шопинг, но и разнообразные возможности. Такие пространства становятся местом, где гармонично сочетаются развлечения, культура и комфортный досуг. Например, в «Охта Молл» (г. Санкт-Петербург) посетители теперь могут приходить с питомцами благодаря политике pet-friendly, а в «МОБЕЛЬБУРГ» открыты коворкинг и лекторий для представителей творческих профессий. Эти инициативы делают торговые центры ближе к потребностям аудитории, предлагая уникальные впечатления и расширяя границы их использования.

Эмоции вместо скидок: тренд событийного маркетинга в ТЦ

Торговые центры стремятся создавать уникальные впечатления, которые невозможно повторить в онлайн-пространстве. Например, в ТРЦ «Гринвич» прошла выставка «Вселенная Гарри Поттера», погружающая гостей в магический мир через интерактивные комнаты и мастер-классы, а в ТРЦ VEER Mall установили стеклянный корт для чемпионата России по сквошу, что позволило зрителям стать частью спортивного события. Такой подход включает не только культурные и спортивные мероприятия, но и нестандартные акции, например организация открытой тренировки футбольного клуба «Ахмат» в ТРЦ «Грозный Молл». Такие инициативы помогают ТЦ выделяться на фоне конкурентов и увеличивать трафик.



Современные торговые центры и магазины все больше становятся мультиформатными объектами, объединяя различные функции в одном пространстве. Это отвечает меняющимся потребностям и создает уникальный опыт для посетителей. Примером этого тренда является рост доли торговых галерей в составе многофункциональных комплексов (МФК), транспортно-пересадочных узлов (ТПУ) и стилобатов жилых комплексов. В 2025 г. фокус девелоперов будет смещен именно на такие проекты, что позволяет привлекать более широкую аудиторию и создавать дополнительные общественные пространства для отдыха, работы и шопинга.

Однако реализация мультиформатных решений требует значительных усилий и выходит за рамки традиционного ритейл-формата. Низкая девелоперская активность и дефицит качественных площадей ограничивают развитие ритейлеров, а растущая ключевая ставка в среднесрочной перспективе будет сдерживать более глубокую реконцепцию существующих ТЦ. В этих условиях усилия профессиональных УК позволят девелоперам максимизировать прибыль от своих проектов и эффективно адаптировать пространство под меняющиеся потребности рынка.

Анна Никандрова

Партнер | Региональный директор
Департамент торговой недвижимости
и управления недвижимостью



Специализированные отчеты 2024

Дайджест по ключевым трендам
и стоимости отделки

[Посмотреть](#)

Льготная ипотека 2020/24.
Хронология программы с господдержкой
и ее влияние на рынок жилья в Москве

[Посмотреть](#)

Рынок инвестиций.
Влияние поправок в налоговом кодексе
на рынок инвестиций

[Посмотреть](#)

Гастропространства
большого города

[Посмотреть](#)

Логистические компании
на рынке складской недвижимости России

[Посмотреть](#)

Гид по ритейлерам

[Посмотреть](#)

Производственные компании
на рынке складской недвижимости России

[Посмотреть](#)

Реконцепция моллов.
ОАЭ | Дубай

[Посмотреть](#)

Рынок гибких офисных пространств
в Санкт-Петербурге

[Посмотреть](#)



Услуги Nikoliers



Офисная
недвижимость



Складская
недвижимость



Торговая
недвижимость



Жилая
недвижимость



Гостиничная
недвижимость



Земельные
участки



Управление
недвижимостью



Управление
строительными
проектами



Стратегический
консалтинг



Оценка
недвижимости
и бизнеса



Инвестиции



Агентские
услуги



Представление
интересов
арендаторов



Аналитика



Маркетинг

Команда Nikoliers

Николай Казанский FRICS, CCIM
Управляющий партнер
nikolay.kazanskiy@nikoliers.ru

Владимир Сергунин к.э.н., PhD, MSF
Партнер
vladimir.sergunin@nikoliers.ru

Анна Никandroва
Партнер
anna.nikandrova@nikoliers.ru

Игорь Темнышев
Партнер
igor.temnyshev@nikoliers.ru

Дмитрий Романов
Партнер | Руководитель блока профессиональных
услуг
dmitry.romanov@nikoliers.ru

Андрей Косарев
Партнер, ОАЭ
andrey.kosarev@nikoliers.com

Ольга Бакулина MCIM
Руководитель блока поддержки бизнеса
Департамент маркетинга, PR и аналитики
olga.bakulina@nikoliers.ru

Виктор Афанасенко
Региональный директор
Департамент складской и индустриальной
недвижимости, земли
victor.afanassenko@nikoliers.ru

Кирилл Голышев
Региональный директор
Департамент жилой недвижимости
и девелопмента земли
kirill.golyshev@nikoliers.ru

Татьяна Дивина
Региональный директор
Департамент исследований
tatiana.divina@nikoliers.ru

Денис Платов
Директор департамента рынков капитала
denis.platov@nikoliers.ru

Ирина Царькова
Директор департамента торговой недвижимости
irina.tsarkova@nikoliers.ru

Людмила Герлиц
Директор департамента исследований
ludmila.gerlits@nikoliers.ru

Виктория Горячева
Заместитель руководителя
Департамент офисной недвижимости
victoriya.goryacheva@nikoliers.ru

Контакты

Торговая недвижимость

Анна Никандрова

Партнер

+7 495 258 5151

Anna.Nikandrova@nikoliers.ru

Ирина Царькова

Директор

+7 495 258 5151

Irina.Tsarkova@nikoliers.ru

Исследования

Татьяна Дивина

Региональный директор

+7 495 258 5151

Tatiana.Divina@nikoliers.ru

Евгения Мауль

Аналитик

+7 495 258 5151

Evgeniya.Maul@nikoliers.ru

Анита Коломбинцева

Специалист

+7 495 258 5151

Anita.Kolombintseva@nikoliers.ru

Блок поддержки бизнеса

Ольга Бакулина, MCIM

Руководитель блока поддержки

бизнеса

+7 495 258 5151

Olga.Bakulina@nikoliers.ru

Copyright © 2024 Nikoliers

Данный отчет является общим исследованием рынка недвижимости и основан на собственных или предоставленных нам материалах, которые мы принимаем как достоверные. Мы полагаемся на их точность, полноту и согласованность, и не проводим дополнительных исследований для подтверждения указанных данных, а также не принимаем на себя ответственность за любые неточности или ошибки. Мы будем признательны, если Вы сообщите нам о таких ошибках для оперативного редактирования информации. Nikoliers не несет никакой ответственности за ущерб или убытки, возникшие по причине неточностей или некорректности информации, содержащейся в данном отчете.



 **Nikoliers**

123112 Москва
Пресненская набережная, д. 10
БЦ «Башня на Набережной», блок С,
52 этаж
Тел. +7 495 258 51 51
www.nikoliers.ru