



ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Россия
IV квартал 2025



Внешний контекст



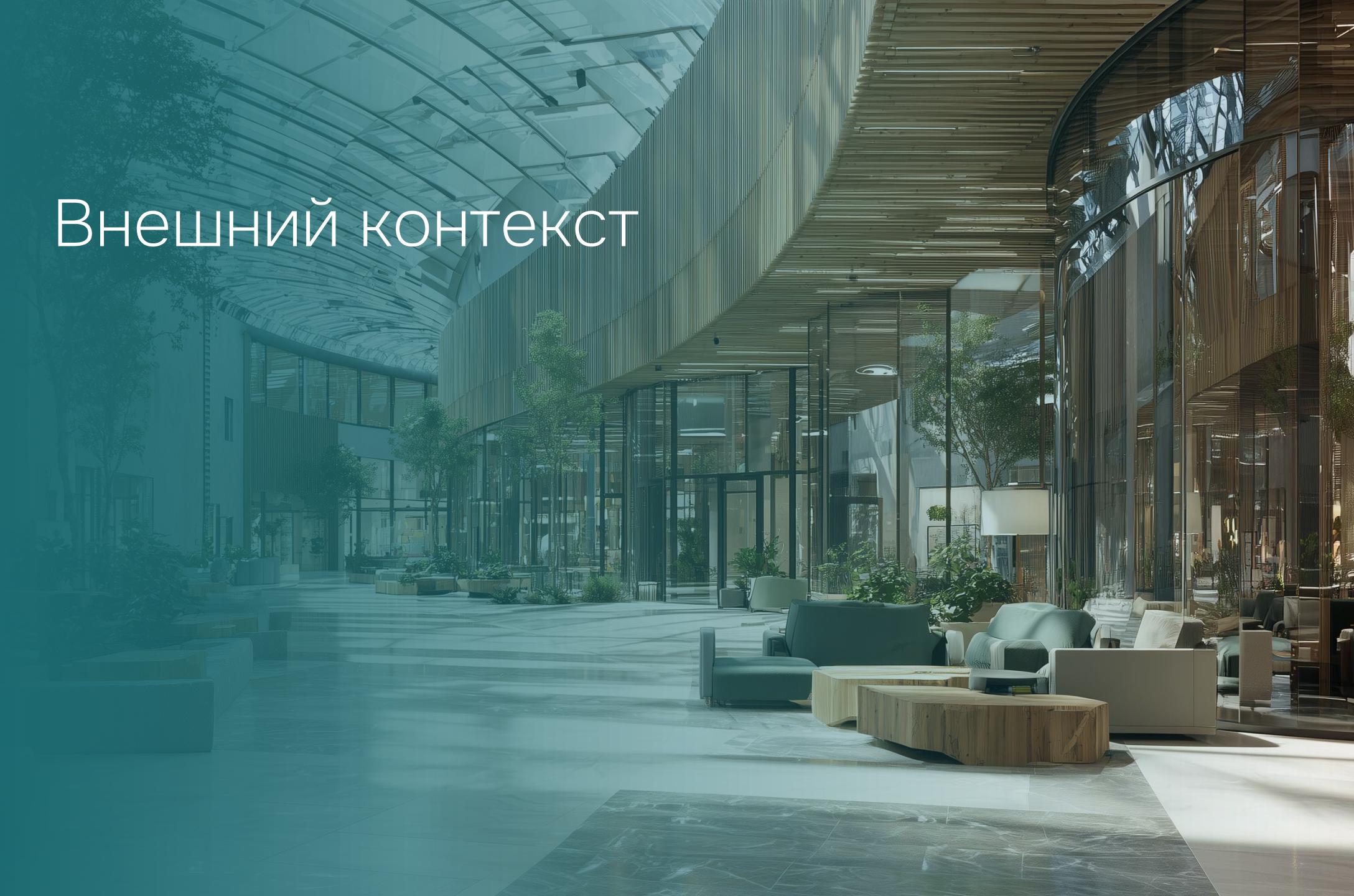
Внешний контекст

Торговая
недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

Приложения



РЫНОК КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ПОД ДАВЛЕНИЕМ

Внешние факторы, оказывающие влияние на развитие сегментов:

1 Минимальные темпы роста экономики – прогнозы ВВП в 2026 году – на уровне 1,3% г/г*. Автомобильная отрасль, производство минеральной продукции, деревообрабатывающий комплекс и ряд других крупных отраслей демонстрировали отрицательную динамику на протяжении 2025 года и сохранят ограниченный выпуск в 2026.

2 Конкуренция за работников на рынке труда ослабевает, что отражается в замедление роста заработных плат. Несмотря на сохранение рекордно низкого уровня безработицы (2,1%), индекс hh.ru вырос в 2 раза г/г, что говорит о трансформации рынка в пользу работодателя.

3 Потребители переходят к экономии на фоне сохраняющегося роста цен, замедления темпов роста доходов и общем ухудшении социальных настроений и ожиданий.

4 Рост налоговой нагрузки будет ограничивать возможности бизнеса для инвестиций, а также поддержит дальнейший рост цен на товары и услуги. Как результат, цикл снижения ключевой ставки замедлится и высокая стоимость заемного финансирования сохранится на протяжении года.

5 Пересмотр кадастровой стоимости и увеличение количества проектов, для которых налоговая база на имущество определяется от кадастровой стоимости ведут к росту операционных расходов.

6 Рост стоимости строительных материалов стабилизировался на фоне охлаждения экономики, однако дефицит рабочих и линейных специалистов сохраняется.

*По прогнозу Минэкономразвития.

Внешний контекст >

Торговая недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

Приложения

→ Способствуют
снижению
спроса во всех
сегментах
в 2026 году

→ Ведут к **росту**
издержек
собственников
и девелоперов

Стабилизация во всех сегментах

В 2026 году рынок коммерческой недвижимости будет находиться в условиях поиска путей оптимизации на фоне сдержанного спроса во всех сегментах. В подобной конъюнктуре рынка особенно возрастает важность различных мер государственной поддержки, доступа к оперативной аналитике, а также стоимости управления и эксплуатации объектов, возможности ее оптимизации.

Гибкость, готовность собственников и девелоперов быстро принимать решения и реагировать на представляющиеся возможности – ключевой фактор успеха в 2026 году.

	Россия Существующие площади	Москва Существующие площади	Цикл рынка 2025 → 2026 Изменение цикла рынка IV кв. 2025 / IV кв. 2026 – прогноз
Склады ¹	75 060 тыс. кв. м	37 099 тыс. кв. м	 → 
Офисы ²	31 095 тыс. кв. м	21 167 тыс. кв. м	 → 
Торговые центры ³	26 982 тыс. кв. м	6 817 тыс. кв. м	 → 
Гостиницы ⁴	183 тыс. номеров	34 тыс. номеров	 → 

1. В расчет входят объекты классов А и В. В индикатор по Москве также включены цифры Московской области.

2. В расчет входят объекты классов Prime, А, В+ и В-.

3. Учитываются качественные торговые площади.

4. Учитываются сетевые и несетевые классифицированные объекты 3-5*, номерной фонд которых составляет более 100 номеров.

Часы рынка коммерческой недвижимости

Инструмент, позволяющий оценивать состояние рынка недвижимости

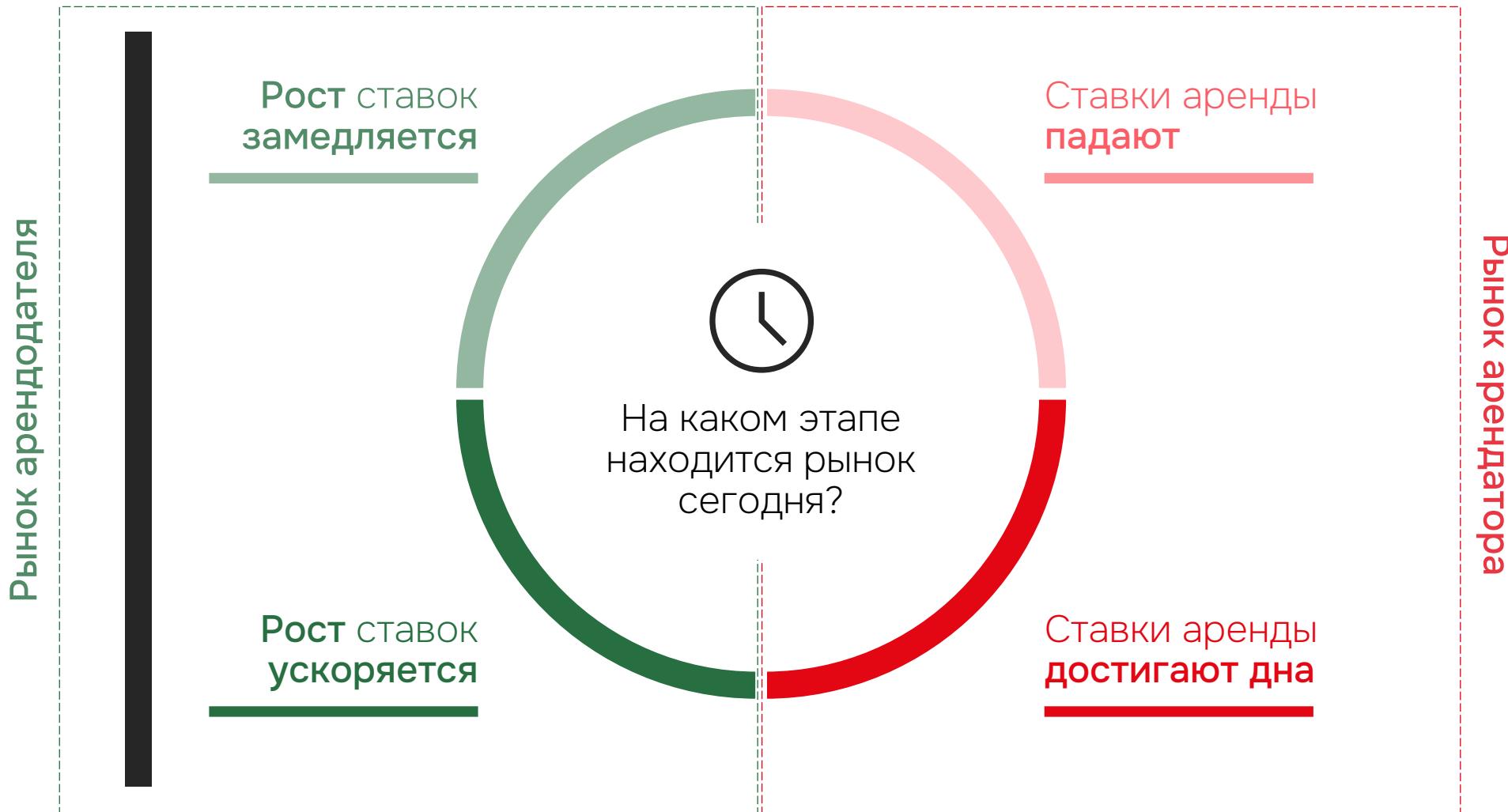
Внешний контекст

Торговая
недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

Приложения



Розничная торговля

На карте отражено распределение регионов России с точки зрения динамики оборота розничной торговли* за январь-ноябрь 2025 года.
Выделено 5 регионов с наиболее высокой и 5 регионов с наиболее низкой динамикой показателя.

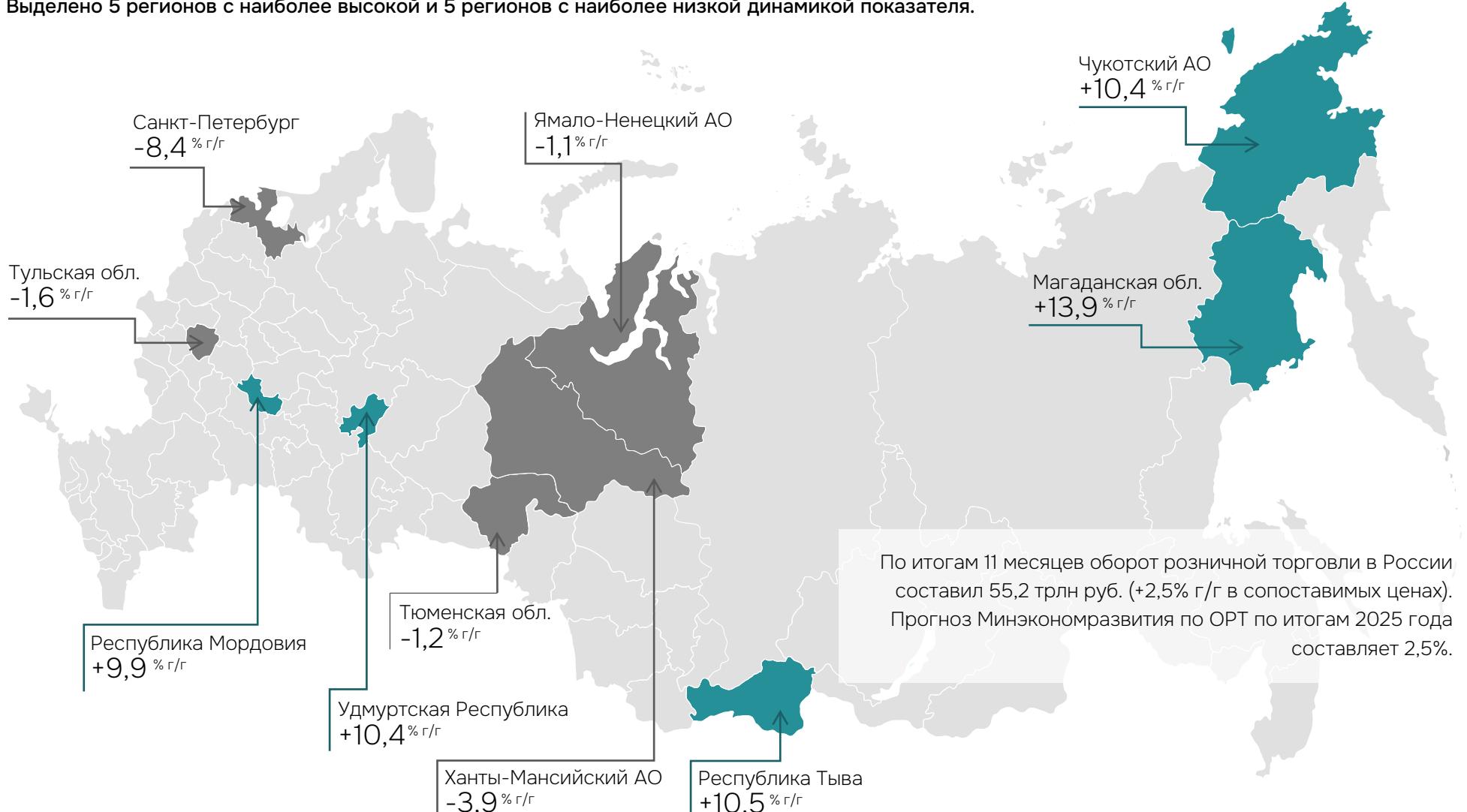
Внешний контекст

Торговая недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

Приложения



*Показано изменение оборота розничной торговли за январь-ноябрь 2025 года по сравнению с аналогичным периодом 2024 года.
Источники: Росстат, Минэкономразвития.

Внешний контекст

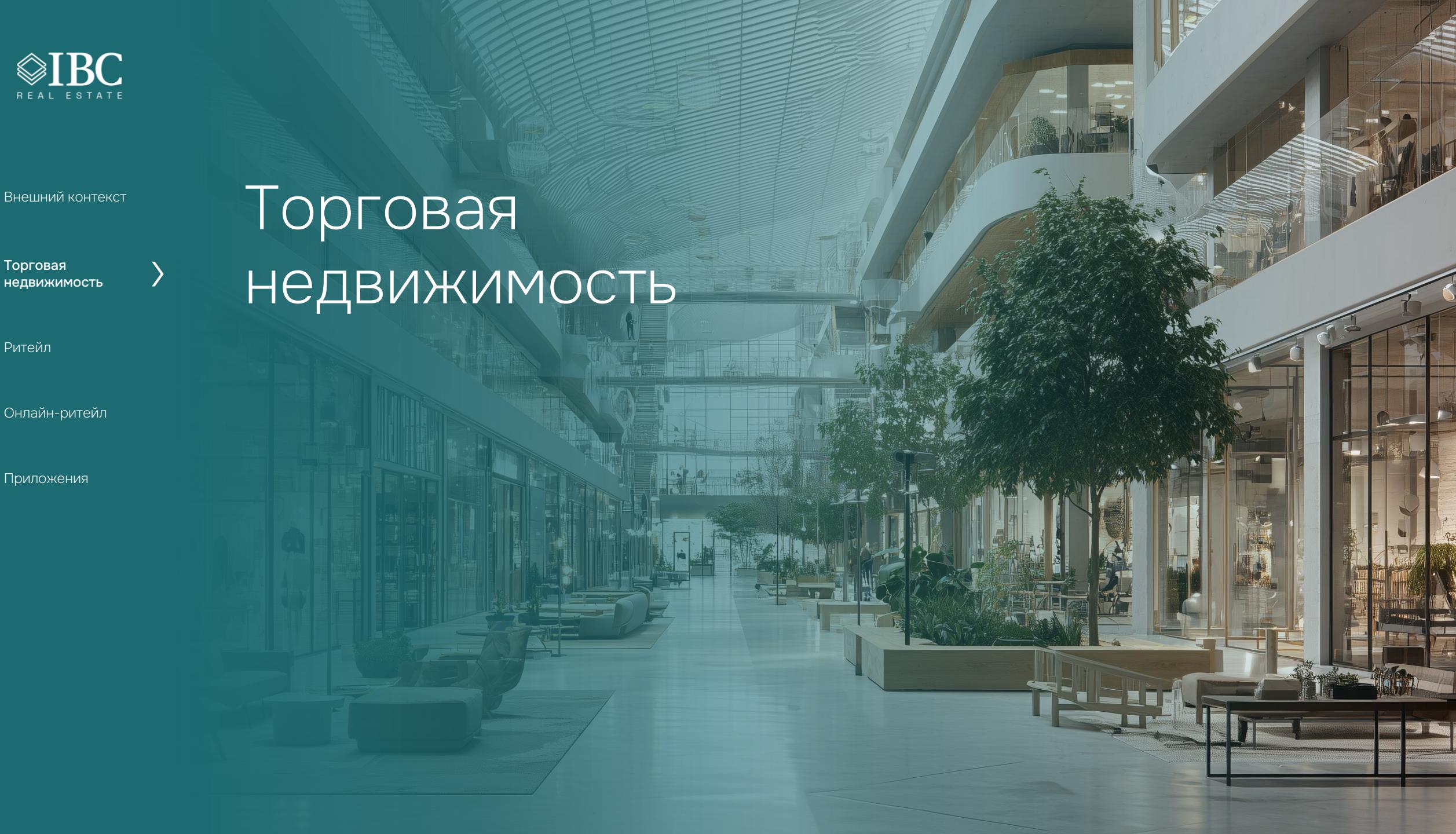
Торговая
недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

Приложения

Торговая недвижимость

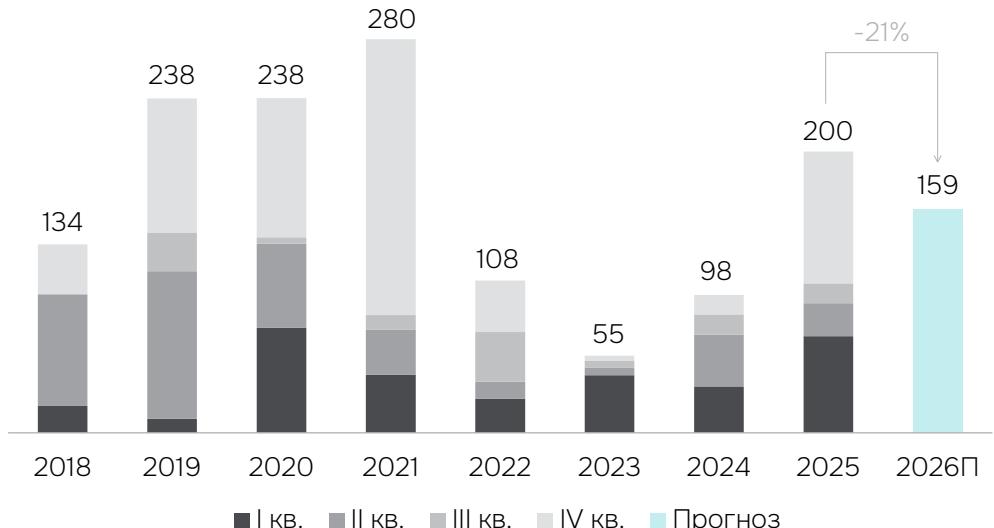


Новые торговые центры: Москва

По итогам 2025 года ввод новых объектов составил 200,0 тыс. кв. м. В IV квартале в Москве было открыто 5 ТЦ общей арендопригодной площадью 93,6 тыс. кв. м: Avenue Sever (GLA: 62,0 тыс. кв. м), Место встречи Патриот (GLA: 11,8 тыс. кв. м), OMA (GLA: 8,9 тыс. кв. м), Арфа (GLA: 7,0 тыс. кв. м), Место встречи Родина (GLA: 3,9 тыс. кв. м).

Рекордный показатель ввода обусловлен запуском крупного проекта, открытие которого неоднократно переносилось: почти треть объема нового строительства обеспечил Avenue Sever, анонсированный еще в 2016 году. В дальнейшем темпы нового строительства будут снижаться. Исключением может стать год ввода МФК Олимпийский (GLA: 120,0 тыс. кв. м), завершение реконструкции которого запланировано на 2027 год.

Динамика нового строительства в Москве, тыс. кв. м



Ключевые цифры

Общее предложение, тыс. кв. м	6 817,3
Объем ввода в IV кв. 2025, тыс. кв. м	93,6
Доля вакантных площадей, %	10,0
Обеспеченность жителей качественными торговыми площадями, GLA кв. м / 1 тыс. жителей	513,0

Примеры ТЦ, открывшихся в IV квартале 2025

Avenue Sever



GLA: 62,0 тыс. кв. м

OMA



GLA: 8,9 тыс. кв. м

Патриот



GLA: 11,8 тыс. кв. м

Арфа



GLA: 7,0 тыс. кв. м

Внешний контекст

Торговая
недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

Приложения

Ставки аренды в торговых центрах Москвы

Внешний контекст

Торговая
недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

Приложения

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб. / кв. м / мес.	% от товарооборота	Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб. / кв. м / мес.	% от товарооборота
Супермаркет					
Якорь (более 1 тыс. кв. м)	8 400 – 50 000	4-7%	Якорь (более 1 тыс. кв. м)	7 200 – 24 000	7-10%
Торговая галерея / мини-якорь (от 400 кв. м)	12 000 – 62 000	4-8%	Торговая галерея	14 400 – 36 000	7-15%
Товары для дома					
Якорь (более 1 тыс. кв. м)	9 600 – 18 000	5-8%	Якорь (более 1 тыс. кв. м)	4 800 – 14 400	10-25%
Торговая галерея	12 000 – 30 000	5-9%	Торговая галерея	7 200 – 18 000	10-30%
БТиЭ					
Якорь (более 1 тыс. кв. м)	9 600 – 18 000	4-5%	Якорь (более 1 тыс. кв. м)	4 800 – 12 000	8-15%
Торговая галерея	24 000 – 39 600	4-8%	Торговая галерея	4 800 – 18 000	8-15%
Спортивные товары					
Якорь (более 1 тыс. кв. м)	9 600 – 18 000	6-8%	Якорь (более 1 тыс. кв. м)	15 600 – 36 000	8-12%
Торговая галерея	14 400 – 50 400	6-10%	Торговая галерея	12 000 – 69 600	8-15%
Развлекательные центры					
Якорь (более 1 тыс. кв. м)	9 600 – 18 000	4-5%	Фуд-корт / фуд-холл	35 000 – 120 000	8-20%
Кинотеатры					
Якорь (более 1 тыс. кв. м)	9 600 – 18 000	4-5%	Фуд-корт / фуд-холл	35 000 – 120 000	8-20%
Общественное питание					
Якорь (более 1 тыс. кв. м)	9 600 – 18 000	4-5%	Фуд-корт / фуд-холл	35 000 – 120 000	8-20%
Торговая галерея	12 000 – 69 600	8-15%	Фуд-корт / фуд-холл	35 000 – 120 000	8-20%

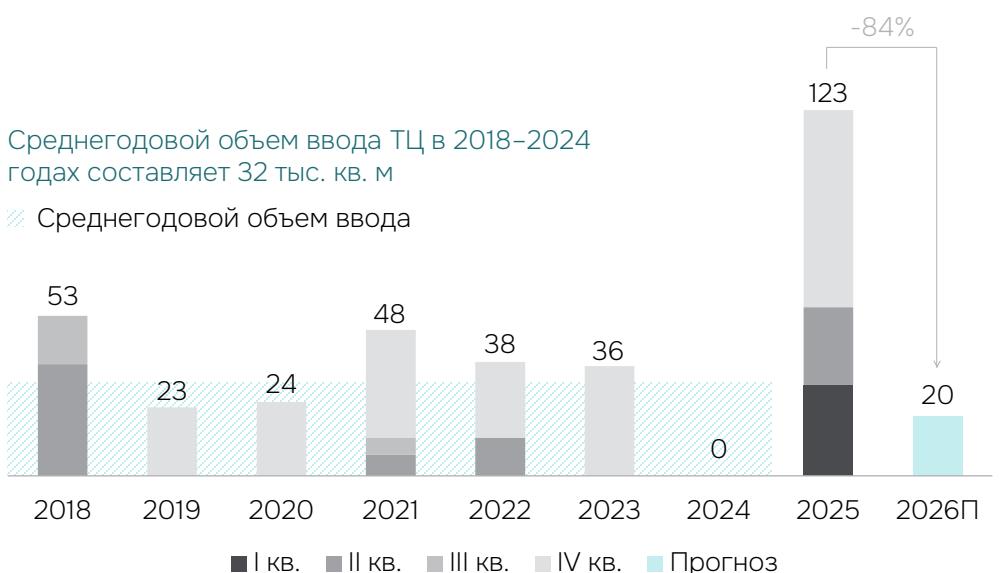
В таблице представлены данные по качественным торговым центрам Москвы, не включая Прайм ТЦ, где верхняя граница диапазона базовой ставки аренды выше. Нижняя граница диапазона может составлять только % от ТО (без фиксированной арендной ставки) + коммунальные и эксплуатационные платежи. Ставки аренды различаются в зависимости от размера и типа ТЦ, транспортной доступности, состава арендаторов.

Новые торговые центры: Санкт-Петербург

В 2025 году объем ввода в Санкт-Петербурге стал рекордным, достигнув 122,7 тыс. кв. м. В IV квартале 2025 года начали работать сразу 2 объекта: Голливуд (GLA: 60,0 тыс. кв. м) и Астрамолл (GLA: 5,0 тыс. кв. м).

Ключевым событием в 2025 году стало открытие ТЦ Голливуд, который входит в топ-10 крупнейших торговых центров Санкт-Петербурга. Ранее объект такого масштаба был открыт в 2016 году – Охта Молл (GLA: 78,0 тыс. кв. м). Учитывая количество анонсированных девелоперами проектов, в перспективе ближайших пяти лет объемы нового строительства будут соответствовать среднегодовому значению 2018–2024 годов, не превышая 30–40 тыс. кв. м.

Динамика нового строительства в Санкт-Петербурге, тыс. кв. м



Ключевые цифры

Общее предложение, тыс. кв. м	2 539,7
Объем ввода в IV кв. 2025, тыс. кв. м	65,0
Прогнозируемый объем ввода в 2026, тыс. кв. м	19,8
Обеспеченность жителей качественными торговыми площадями, GLA кв. м / 1 тыс. жителей	446,9

ТЦ открывшиеся в IV квартале 2025 года

Голливуд



GLA: 60,0 тыс. кв. м

Kronung Новогорелово



GLA: 11,8 тыс. кв. м

Астрамолл



GLA: 5,0 тыс. кв. м

Ожидается открытие в 2026 году

Kronung Солнечный



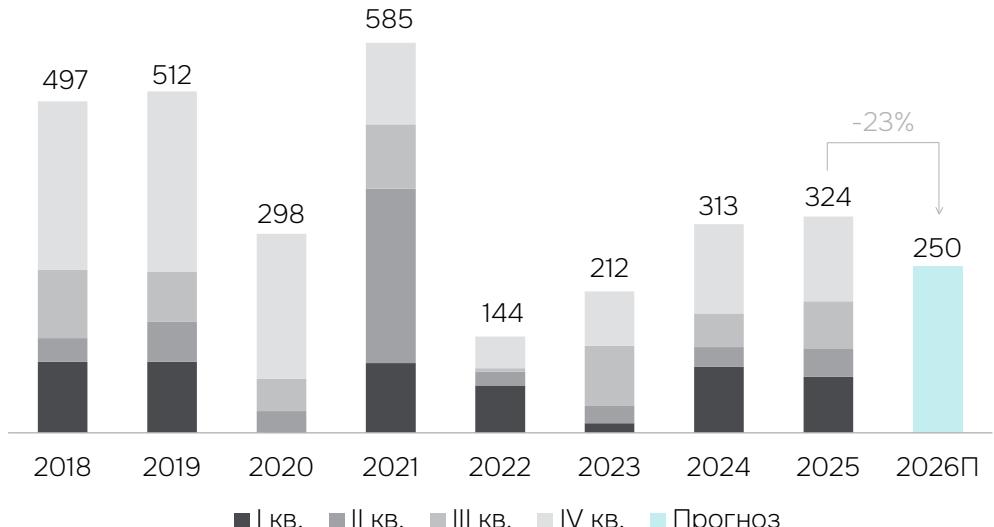
GLA: 3,8 тыс. кв. м

Новые торговые центры: регионы

Объем нового строительства в регионах в 2025 году составил 324,1 тыс. кв. м., что сопоставимо с показателем 2024 года. При этом за год открылось на 12 ТЦ больше (42), благодаря чему продолжает снижаться средняя площадь новых объектов. В 2025 году показатель находится на уровне 7,7 тыс. кв. м (-26% г/г).

Динамика ввода новых ТЦ в регионах России с 2026 года будет демонстрировать снижение. Преимущественно будут открываться ТЦ районного формата (GLA до 20 тыс. кв. м). Однако рост показателя может быть вызван запуском единичных крупномасштабных проектов, строительство которых началось более 5 лет назад, таких как Золотой (GLA: 137,9 тыс. кв. м) в Екатеринбурге, GRINN (GLA: 90,5 тыс. кв. м) в Брянске.

Динамика нового строительства в регионах, тыс. кв. м



Без учета Москвы и Санкт-Петербурга.

Ключевые цифры

Общее предложение, тыс. кв. м	17 608,1
Объем ввода в IV кв. 2025, тыс. кв. м	126,7
Прогнозируемый объем ввода в 2026, тыс. кв. м	250,0
Обеспеченность жителей регионов качественными торговыми площадями, GLA кв. м / 1 тыс. жителей	138,0

Примеры ТЦ, открывшихся в IV квартале 2025

Твид, Ивантеевка



GLA: 22,2 тыс. кв. м

Футура, Балашиха



GLA: 16,0 тыс. кв. м

Джаз, Ярославль



GLA: 16,0 тыс. кв. м

Айсберг Молл, Михайловск



GLA: 14,3 тыс. кв. м

Инвестиции в торговую недвижимость

Инвестиции в девелопмент

По итогам 2025 года объем качественной торговой недвижимости России увеличился с 2021 года на рекордные 647 тыс. кв. м ввиду запуска крупных проектов, открытие которых неоднократно переносилось. В перспективе пяти лет темпы нового строительства будут снижаться. Объем проектов, находящихся на стадии строительства со сроком ввода до 2028 года, остается ограниченным и составляет порядка 1,8 млн кв. м. Однако мы ожидаем, что фактический ввод будет ниже заявленного из-за пересмотра планов девелоперов и переноса сроков.

Покупка готовых объектов

Активность в сегменте остается низкой и формируется в основном за счет единичных сделок. Половина реализованных объектов за 2025 год приходится на сделки, связанные с выходом иностранных компаний из российских активов и продажей ТЦ через торги.

Розничные инвестиции

Инвестиционный интерес к покупке помещений формата стрит-ритейла остается на высоком уровне, однако усиливается конкуренция со стороны офисных блоков. Наиболее распространенной стратегией является приобретение помещений площадью 50–600 кв. м, обеспечивающих гибкость использования и стабильность арендного дохода.

Крупнейшие сделки 2025 года



Портфель ТЦ Malltech Holding
874 тыс. кв. м



Outlet Village Белая Дача
и Outlet Village Пулково
77 тыс. кв. м



Времена года
67 тыс. кв. м

10 %

Доля инвестиций в торговую недвижимость в общем объеме сделок, 2025 год

2025 год

99 млрд
руб.

Объем
инвестиций

21

Количество
транзакций

2024 год

65 млрд
руб.

Объем
инвестиций

24

Количество
транзакций

Внешний контекст

Торговая
недвижимость

Ритейл



Онлайн-ритейл

Приложения

Ритейл



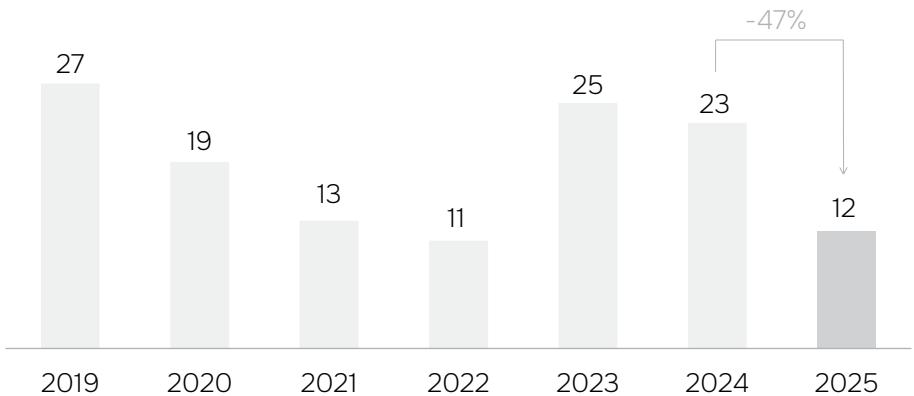
Новые международные ритейлеры

Замедление темпов выхода новых международных игроков

В 2025 году на российский рынок вышло 12 международных брендов. Преимущественно открывались ритейлеры из Италии (De'Longi, Doucal's, Kappa) и Китая (Beau Today, Luisa Wang, Semir). Также появилось по одному одному одному бренду из Австрии (Northland), Белоруссии (MUA), Испании (PDPaola), Казахстана (Gaissina), США (Guess Jeans) и Турции (Les Benjamins). 10 из 12 игроков специализируются на одежде и обуви, и еще по одному – на ювелирных украшениях и на технике и электронике.

Совокупно в Москве и Санкт-Петербурге новые ритейлеры заняли 4,5 тыс. кв. м (-35% г/г). Также зафиксировано снижение региональной экспансии: в 2025 году магазины новых игроков открылись в 12 городах России, в то время как в 2024 году – в 18.

Динамика выхода новых международных брендов



Новые международные бренды отказываются от площадей

Новые международные бренды, выходившие на российский рынок с 2023 года, начали сокращать торговые пространства. За 3 года игроки отказались от 19,4 тыс. кв. м, большая часть закрытий (17,6 тыс. кв. м или 91%) пришлась на 2025 год. Более того, в 2025 году объем закрывшихся торговых пространств почти в 2 раза превысил объем площадей открывшихся магазинов.

17,6 тыс.
кв. м

Объем освободившихся площадей в 2025 **Москва и Санкт-Петербург**

9,6 тыс.
кв. м

Объем занятых площадей в 2025 **Москва и Санкт-Петербург**

Отказываясь от площадей, международные ритейлеры выбирают одну из трех стратегий:

Полное закрытие сетей: AC&Co, Mudo

Закрытие офлайна → присутствие онлайн: 22|11 cosmetics, TECNO

Частичное сокращение занятых площадей: Club, DUB, Ecru, Maag, OVS, Replay, Vilet и др.

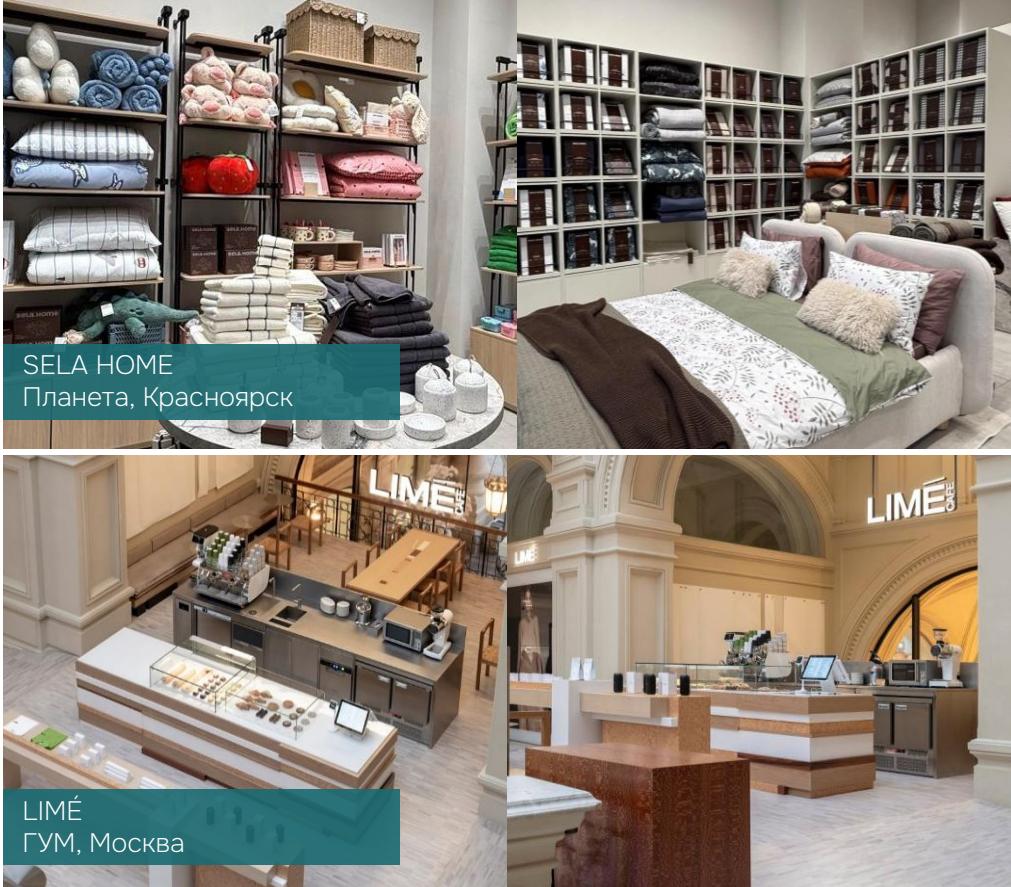
Узнать больше о новых международных брендах в России в 2025 году в исследовании



Стратегии развития игроков

Флагманские пространства

Как российские, так и международные бренды продолжают закрывать неприбыльные магазины и **фокусируются на развитии флагманов для привлечения новой аудитории и повышения лояльности покупателей.** Huawei открыл магазин (0,6 тыс. кв. м) в ГУМе, Befree занял 2,7 тыс. кв. м в Метрополисе. ЕКОНИКА готовится к запуску трехэтажного флагмана в особняке на Патриарших прудах.



Расширение ассортимента товаров и услуг

Ритейлеры расширяют ассортимент, выходя в новые сегменты: в 2025 году начали открываться магазины товаров для дома Sela HOME, которые располагаются вместе с магазинами классического формата. **Другая стратегия – акцент на создании впечатлений:** рядом с флагманом LIMÉ в ГУМе открылось второе брендированное кафе ритейлера. Позиции в меню кафе будут обновляться каждый сезон, повторяя главные цвета коллекций бренда.

Внешний контекст

Торговая недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

Приложения

Внешний контекст

Торговая
недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл



Приложения

Онлайн-ритейл



Онлайн-ритейл: итоги 2025

В 2025 году рынок увеличился на 22% в сопоставимых ценах

По итогам 2025 года рынок электронной коммерции России увеличился до 14,2 трлн руб. и 10,8 млрд заказов.

Рынок продолжает свое развитие в условиях высокой степени консолидации. По итогам года на универсальные маркетплейсы и магазины приходится 68% общего объема онлайн-продаж и 83% общего количества заказов. **Крупнейшие игроки трансформируются в комплексные сервисные платформы, расширяя ассортимент не только товаров, но и услуг.** Так, уже в феврале 2026 года в Египте откроется первый отель, созданный WB Travel в партнерстве с FUN&SUN – WB Travel Dreams Vacation.

Государственное регулирование отрасли

На будущее отрасли влияет процесс формирования законодательной базы. Летом 2025 года был принят Федеральный закон №289 «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации», который вступит в силу 1 октября 2026 года.

Однако еще в ноябре 2025 года **Авито, OZON и Wildberries подписали меморандум, закрепляющий досрочное исполнение отдельных требований закона**, среди которых поддержка российских производителей, внедрение механизмов борьбы с мошенничеством и контрафактной продукцией, защита персональных данных и др.

*В сопоставимых ценах.

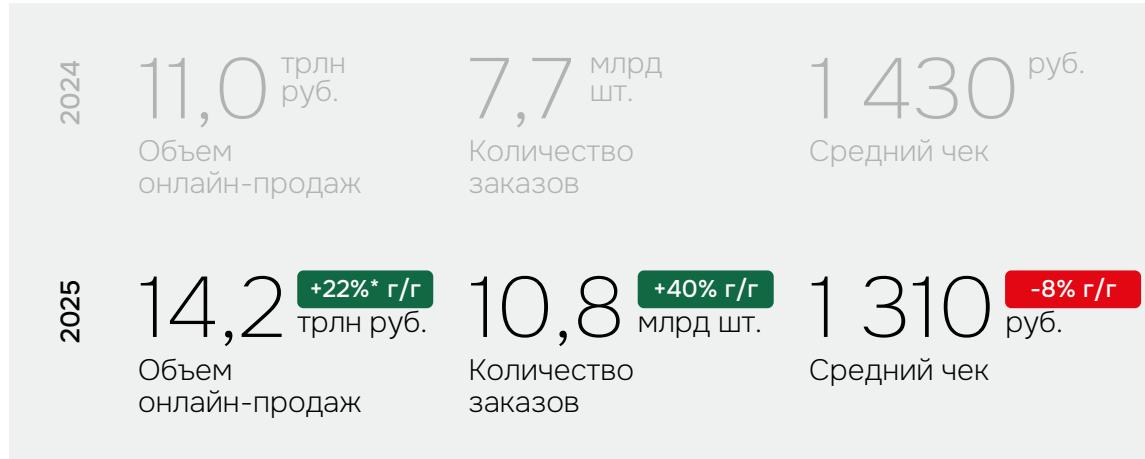
Внешний контекст

Торговая недвижимость

Ритейл

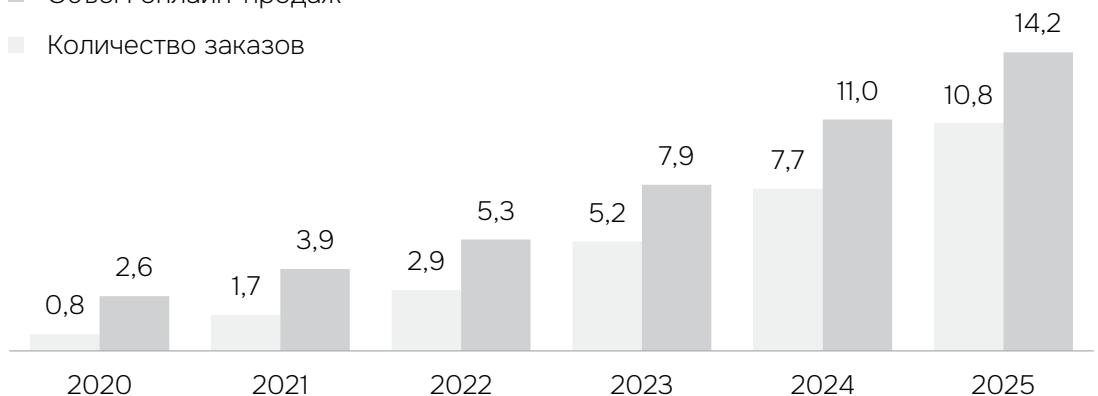
Онлайн-ритейл

Приложения



Динамика онлайн-продаж и количества заказов, трлн руб. | млрд шт.

- Объем онлайн-продаж
- Количество заказов



Сегменты онлайн-ритейла: итоги 2025

Рынок электронной коммерции по итогам 2025 года составил 14,2 трлн руб., 94% приходится на 6 ключевых сегментов

Внешний контекст

Торговая недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

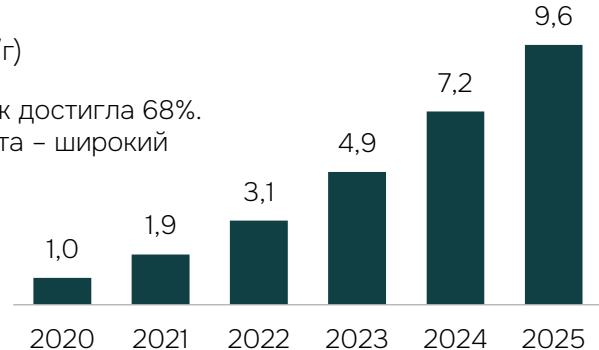
Приложения



Универсальные маркетплейсы и магазины

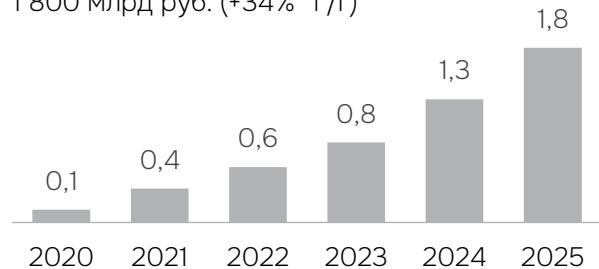
Объем онлайн-продаж: 9 622 млрд руб. (+27%* г/г)

Доля сегмента от общего объема онлайн-продаж достигла 68%. Одно из ключевых преимуществ игроков сегмента – широкий ассортимент. Несмотря на высокую степень развитости, игроки продолжают выходить в новые ниши: вслед за Яндекс Маркетом OZON и Wildberries запустили продажи премиальных и люксовых fashion-брендов.



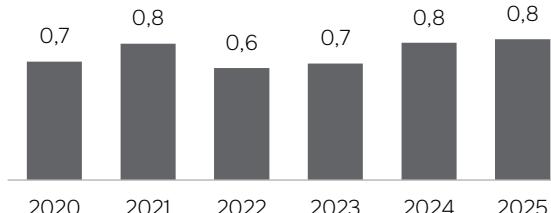
Продукты питания

Объем онлайн-продаж: 1 800 млрд руб. (+34%* г/г)



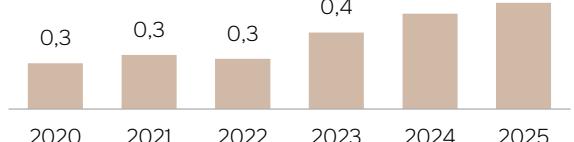
Бытовая техника и электроника

Объем онлайн-продаж: 809 млрд руб. (-3%* г/г)



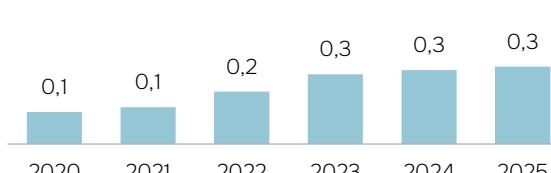
Товары для дома и ремонта

Объем онлайн-продаж: 611 млрд руб. (+6%* г/г)



Здоровье

Объем онлайн-продаж: 312 млрд руб. (-1%* г/г)



Одежда и обувь

Объем онлайн-продаж: 235 млрд руб. (+2%* г/г)



Приведен объем собственных онлайн-продаж (без учета продаж на универсальных маркетплейсах) и динамика показателя (*в сопоставимых ценах) по итогам 2025 года. Представлены 6 крупнейших сегментов рынка онлайн-торговли. На другие товарные категории (детская одежда и обувь, книги и канцелярия, косметика и парфюмерия, товары для спорта, цветы и подарки и т. д.) приходится еще 811 млрд руб.

Продуктовый онлайн-ритейл

Покупка продуктов онлайн – новая норма

Продукты питания сохраняют позицию **наиболее быстрорастущего сегмента** на рынке. Один из ключевых факторов – **устойчивые темпы потребления и рост заинтересованности в продуктовом онлайне со стороны потребителей.**

По данным социологического исследования IBC Real Estate, при том, что приобретение продуктов онлайн остается доминирующей стратегией (47% населения покупает чаще или только онлайн), потребительские практики постепенно трансформируются. Так, 36% населения покупает продукты в равном объеме онлайн и офлайн. Еще **17% чаще пользуется онлайном, что является высоким показателем для развивающегося рынка.**

В то же время продукты питания в целом по-прежнему характеризуются наиболее высокими темпами роста цен (среди всех товарных категорий). Кроме того, ввиду специфики товарной категории, требующей особых условий хранения и транспортировки, сегмент **обладает большей автономией и менее подвержен общей для рынка тенденции на поглощение со стороны универсальных игроков.**

*В сопоставимых ценах.

Компания IBC Real Estate провела социологическое исследование о том, как россияне покупают продукты. В исследовании приняло участие 400 человек в возрасте от 18 до 60 лет, география проживания – города с населением от 100 тыс. человек. Метод исследования – анонимный онлайн-опрос. Выборказвешена по социально-демографическим параметрам. Период проведения опроса – сентябрь 2025 года.

Внешний контекст

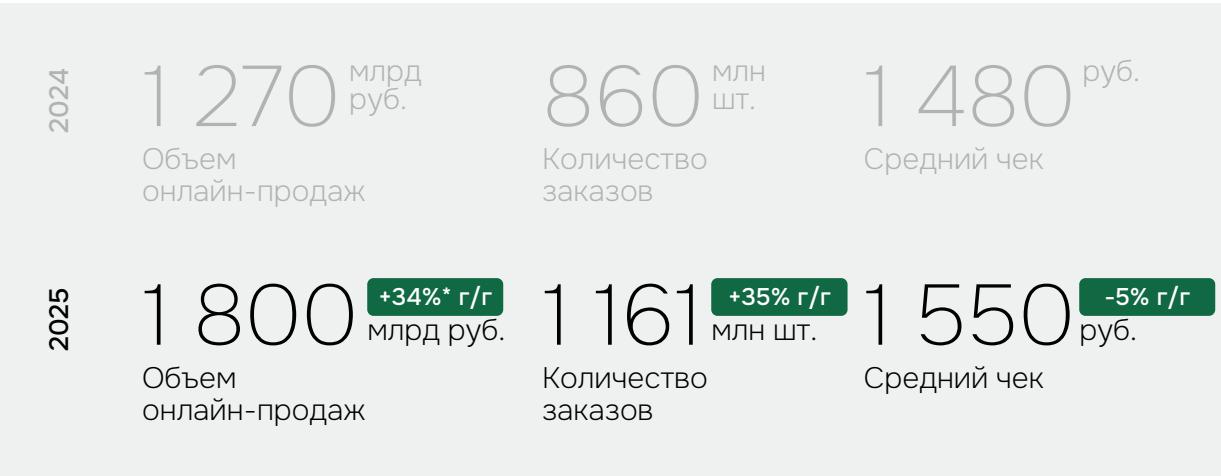
Торговая недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

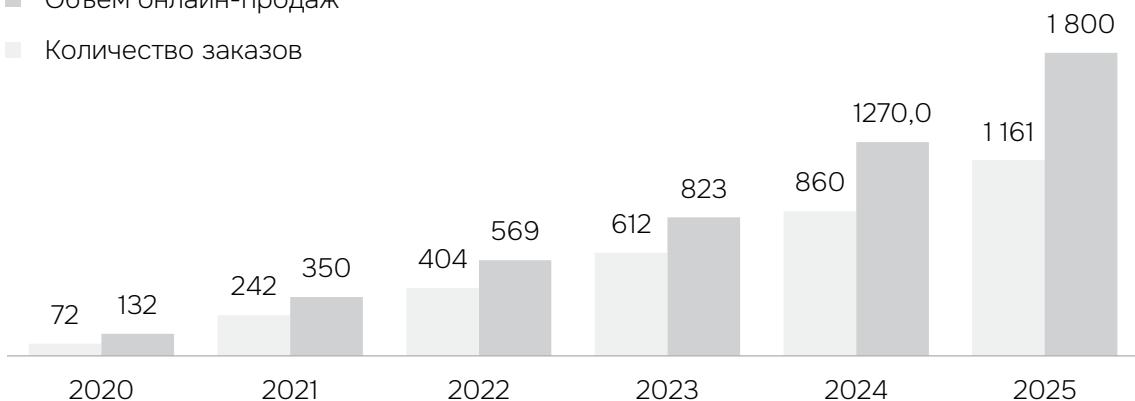


Приложения



Динамика онлайн-продаж и количества заказов, млрд руб. | млн шт.

- Объем онлайн-продаж
- Количество заказов



Как россияне покупают продукты онлайн?

Для покупателей витрина становится точкой входа в продуктовый онлайн

Выбор онлайн-канала продаж зависит от того, насколько часто покупатели заказывают продукты на дом. Особое место занимают витрины – сервисы, которые выполняют функцию точки входа в продуктовый онлайн (например, Деливери, Купер, Яндекс Еда).

49 %

Потребителей, которые пользуются витринами, чаще **покупают продукты онлайн**

Кто пользуется витринами?



Покупатели, которые **чаще всего приобретают продукты в онлайн-магазинах.**



Жители небольших и / или удаленных от центра регионов, где самостоятельное развитие онлайн-продуктовыми ритейлерами ограничено.



Представители старшего поколения, которые не являются постоянными пользователями онлайн.

Почему витринам сложно сохранять лояльность потребителей?

Витрины обладают такими преимуществами как выгодные цены и предложения (акции, скидки и промокоды), большой выбор множества ритейлеров в одном месте и возможность сравнения цен. Несмотря на это, **витринам тяжело сохранять потребительскую лояльность в долгосрочной перспективе**. По мере проникновения онлайн в потребительские практики интерес к витринам снижается, а лояльность интернет-магазинам отдельных ритейлеров возрастает.

Среди тех, кто чаще покупает продукты **оффлайн**

16% выбирают витрины

Среди тех, кто покупает продукты **поровну оффлайн и онлайн**

13% выбирают витрины

Среди тех, кто чаще покупает продукты **онлайн**

5% выбирают витрины

Собственные приложения ритейлеров конкурируют с витринами, делая акцент на персонализированном подходе, системах скидок и акций. В этих условиях **витринам необходимо предоставлять наиболее выгодные предложения и новые возможности, чтобы усиливать лояльность потребителей.**

Внешний контекст

Торговая
недвижимость

Ритейл

Онлайн-ритейл

Приложения



Приложения

Обеспеченность торговыми площадями: Россия

Топ-10 городов-миллионников по обеспеченности качественными торговыми площадями

	№	Город	Обеспеченность, кв. м / 1 тыс. жителей	Объем существующих площадей, тыс. кв. м
Внешний контекст	1	Самара	738	852,4
Торговая недвижимость	2	Краснодар	709	818,5
	3	Екатеринбург	563	871,7
Ритейл	4	Нижний Новгород	537	645,0
	5	Москва	513	6 817,3
Онлайн-ритейл	6	Воронеж	458	477,3
	7	Санкт-Петербург	447	2 539,7
	8	Ростов-на-Дону	405	462,9
Приложения	9	Казань	379	504,0
	10	Уфа	362	422,1

Обеспеченность торговыми площадями: Москва

Административные округа по обеспеченности качественными торговыми площадями

	№	Административный округ	Обеспеченность, кв. м / 1 тыс. жителей	Количество ТЦ
Внешний контекст	1	Новомосковский	1 386	16
Торговая недвижимость	2	Южный	1 055	39
	3	Центральный	993	30
Ритейл	4	Северный	918	27
	5	Западный	896	32
Онлайн-ритейл	6	Северо-Западный	519	16
	7	Северо-Восточный	466	24
Приложения	8	Юго-Восточный	424	17
	9	Восточный	371	14
	10	Юго-Западный	307	20
	11	Зеленоградский	84	2
	12	Троицкий	43	1

Обеспеченность торговыми площадями: Санкт-Петербург

Районы по обеспеченности качественными торговыми площадями

	№	Административный округ	Обеспеченность, кв. м / 1 тыс. жителей	Количество ТЦ
Внешний контекст	1	Центральный	1101	7
Торговая недвижимость	2	Фрунзенский	962	9
Ритейл	3	Приморский	808	19
Онлайн-ритейл	4	Московский	799	8
Приложения	5	Адмиралтейский	642	5
	6	Выборгский	547	7
	7	Красногвардейский	428	5
	8	Калининский	271	7
	9	Василеостровский	266	1
	10	Кировский	212	4
	11	Невский	212	5
	12	Красносельский	190	4
	13	Пушкинский	160	4
	14	Петроградский	132	4
	15	Петродворцовый	74	1
	16	Колпинский	0	0
	17	Кронштадтский	0	0
	18	Курортный	0	0

Показатель обеспеченности качественными торговыми площадями рассчитан, исходя из численности населения городов на 01.01.2025. Источник: Росстат.

Изданные ранее отчеты

Внешний контекст

Торговая
недвижимость

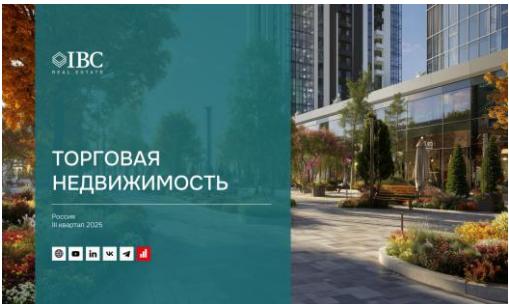
Ритейл

Онлайн-ритейл

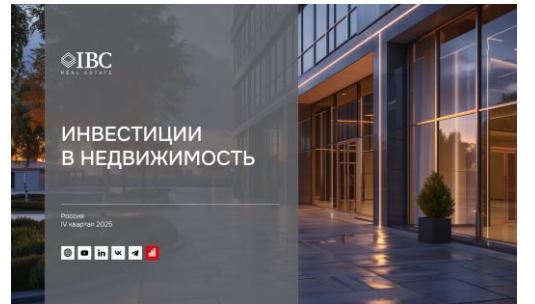
Приложения



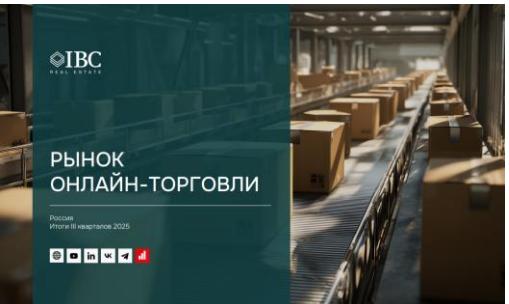
Новые международные бренды
Декабрь 2025



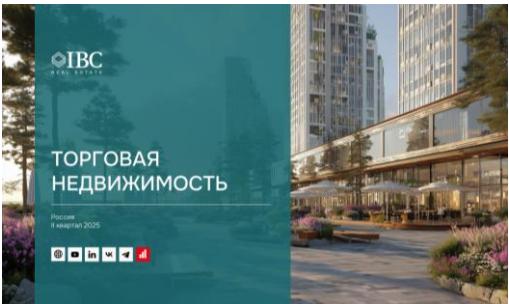
Торговая недвижимость России
III квартал 2025



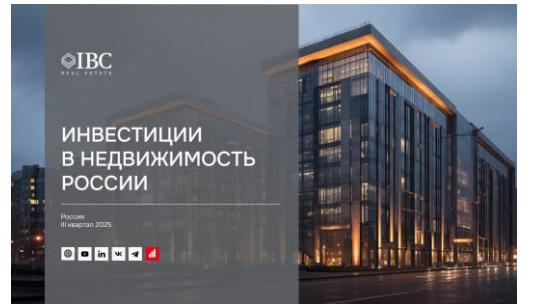
Инвестиции в недвижимость России
IV квартал 2025



Рынок онлайн-торговли
III квартал 2025



Торговая недвижимость России
II квартал 2025



Инвестиции в недвижимость России
III квартал 2025



Совершенство
в деталях



Микаэл Казарян

Член совета директоров,
руководитель департамента
рынков капитала и инвестиций



Екатерина Ногай

Руководитель департамента
исследований и аналитики



Сергей Владимиров

Руководитель филиала
в Санкт-Петербурге



Валерия Шураева

Руководитель направления
торговой и гостиничной аналитики



Владимир Чернусь

Руководитель направления
торговой недвижимости



Ксения Каменская

Аналитик департамента
исследований и аналитики

Спасибо

Россия

Москва, БЦ Lighthouse
ул. Валовая, д. 26
moscow.russia@ibcrealestate.ru

Санкт-Петербург, БЦ Пассаж
ул. Итальянская, д. 17
st.petersburg.russia@ibcrealestate.ru

Казахстан

Алматы, SmArt.Point
ул. Байзакова, д. 280
almaty.kazakhstan@ibcrealestate.kz