

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

2024 г.



ТЦ «Портал»

Ключевые события

- > Ужесточение денежно-кредитных условий: повышение ключевой ставки до 21%. Таким образом, складываются условия, при которых неизбежны замедления девелоперских процессов на рынке торговой недвижимости.
- > В сентябре состоялось торжественное открытие ТРЦ Kuzminki Mall. По итогам 2024 г. Kuzminki Mall стал наиболее крупным новым объектом на столичном рынке торговой недвижимости.
- > На масштабный реновацию закрылся ТЦ «Тройка», работающий на рынке с 2008 г. Общее предложение действующих объектов сократилось на 45,7 тыс. м2 (GLA).
- > Аренда торговых площадей, прежде занятых шведским ритейлером IKEA, в торговых центрах «Мега» маркетплейсом «Мегамаркет».
- > В сентябре 2024 г. произошло масштабное переоткрытие магазинов одежды и аксессуаров бренда Hugo Boss после их приобретения компанией «Стокманн», где продается оригинальная продукция бренда.
- > Рост популярности торговых центров микрорайонного формата и тренд на превалирование их объема по вводу на московском рынке.



Евгения Хакбердиева

Региональный директор
департамента торговой
недвижимости NF Group

«Несмотря на осторожность девелоперов, переносящих открытия новых торговых центров, и ужесточение денежно-кредитных условий, рынок торговой недвижимости Москвы в 2024 г. демонстрировал признаки адаптации и устойчивости. Сокращение вакантных площадей благодаря активному расширению российских ритейлеров, развитию микрорайонных торговых центров и интеграции социальных услуг отражают тренд на трансформацию ТЦ в многофункциональные пространства, ориентированные на локальные потребности и повышение привлекательности для посетителей. По итогам 2024 г., торговые центры находятся на этапе создания новых форматов, которые могут повысить качество клиентского опыта, превосходящего возможности e-commerce».

Основные показатели*

Общее предложение действующих торговых центров (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	14,8/7,6
Открыто в 2024 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	181,0/101,4
Планируется к открытию в 2025 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	815,7/377,5
Доля вакантных площадей, %	6,4% (-2,0 п. п.) **
Условия аренды в торговых центрах Москвы***:	
торговая галерея, руб./м ² /год	0–180 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	0–50 000
Операционные расходы:	
торговая галерея, руб./м ² /год	9 000–25 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	1 500–4 000
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	594

* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, объединенных общей концепцией и единым управлением

** Изменение по сравнению с показателем за IV квартал 2023 г.

*** Верхние границы арендных ставок относятся к наиболее успешным и востребованным торговым центрам Москвы

Источник: NF GROUP Research, 2025

Предложение

Новое предложение

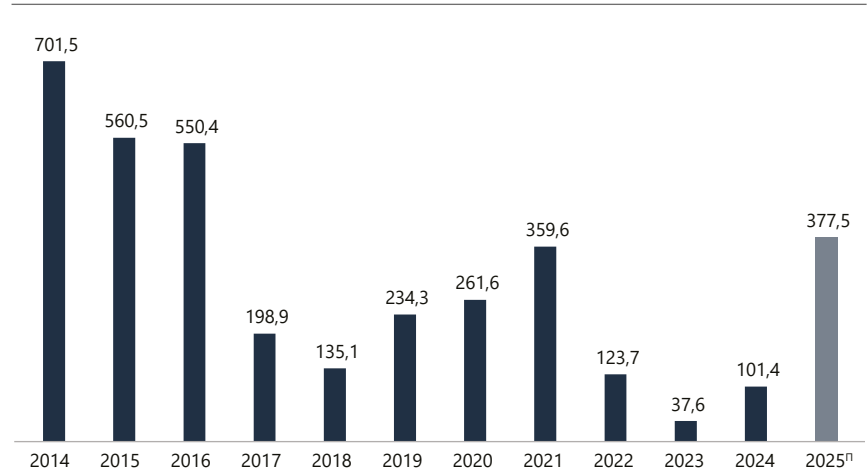
В 2024 году в Москве открылось девять торговых центров арендопригодной площадью 101,5 тыс. м², что на 62% выше показателя предыдущего года, но 2023 г. показал антирекорд за весь десятилетний период строительства торговых центров в Москве (37,6 тыс. м²).

В Москве стали функционировать два торговых центра окружного формата ТРЦ «Kuzminki Mall», ставший самым крупным открытием в текущем году, а также Место встречи «Орион», остальные ТЦ были открыты в микро-районном формате – основной объем новых ТЦ представлен проектами компании ADG Group. Сеть московских районных центров «Место встречи» реализуется на месте старых советских кинотеатров, формируя районную точку притяжения для населения и предлагая различные досуговые услуги (например, якорным арендатором часто становятся фитнес-залы DDX Fitness, а также в «Местах встречи» реализуются московские социальные программы – центры московского долголетия).

В 2024 г. должно было открыться 18 торговых центров, из которых открытие 9 ТЦ (преимущественно объектов районного и окружного форматов) перенесено на 2025 г. Ввод в эксплуатацию задерживается у таких крупных проектов как МФК «Botanica Mall» от ГК Пионер, ТРЦ «AFI Галерея» от AFI Development.

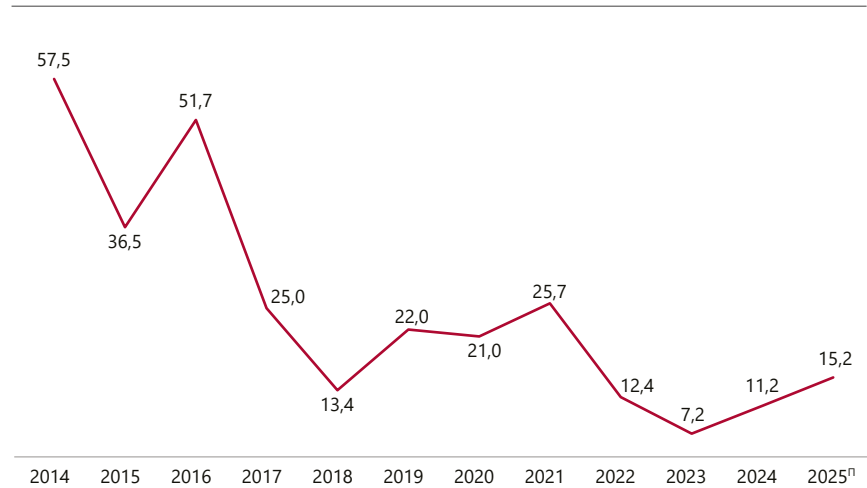
В 2024 г. получил дальнейшее развитие тренд на обновление старого фонда торговых центров. В Москве закрылся на реконструкцию ТЦ «Тройка» (GLA – 45,7 тыс. м²), таких крупных проектов тотального обновления на рынке не было с 2019 г., после открытия ТРЦ «Каширская Плаза» на месте бывшего ТЦ Капитолий на Каширской. Несмотря на закрытие крупного торгового объекта в столице растет обеспеченность качественными торговыми площадями – 594 м² на 1 000 чел. (+1,3% относительно 2023 г.).

Динамика открытий новых торговых центров в Москве, тыс. м²



Источник: NF GROUP Research, 2025

Средняя площадь новых торговых центров в Москве, тыс. м²



Источник: NF GROUP Research, 2025



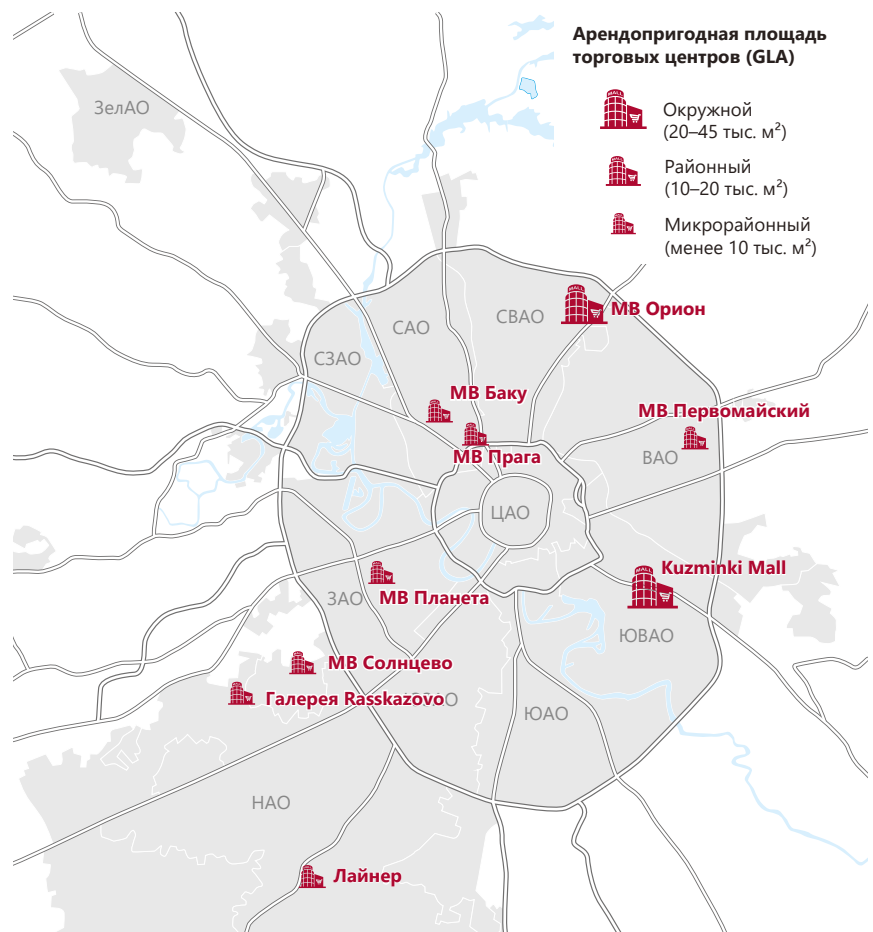
Средняя площадь торгового объекта по итогам года составила 11,2 тыс. м², что на 35% выше показателя прошлого года. Увеличение средней площади связано с увеличением числа введенных торговых объектов относительно предыдущего года. Потенциальный рост средней площади будет связан со значительным повышением вводимых торговых объектов в 2025 г.

Что касается географии открытий, девелоперы в 2024 г. реализовывали объекты, расположенные на периферии «старой Москвы», внутри жилых массивов. Во многом это связано со спецификой торговых центров малого формата, которые ориентированы на первичную зону обслуживания и располагаются в спальных районах города.

Обеспеченность

По итогам 2024 г. общий объем рынка торговых центров Москвы составил 7,6 млн м², а обеспеченность торговыми площадями на 1 000 жителей – 594 м². Столица продолжает входить в топ-пять городов по обеспеченности населения торговыми площадями среди городов-миллионников.

Торговые центры, открытые в Москве в 2024 г.



*MB – сокращение «Место встречи»
Источник: NF GROUP Research, 2025

Торговые центры Москвы, открытые в 2024 г.

Название	Округ	Район	Общая площадь, м ²	Арендопригодная площадь, м ²	Формат	Девелопер
Kuzminki Mall	ЮВАО	Кузьминки	70 058	33 000	Окружной (20–45 тыс. м ²)	Mall Management
Место встречи Орион	СВАО	Лосино-островский	37 731	20 967	Окружной (20–45 тыс. м ²)	ADG Group
Лайнер	НАО	поселение Десеновское	15 000	9 685	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ООО «Солнечное 14»
Место встречи Первомайский	ВАО	Восточное Измайлово	16 227	9 662	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
Место встречи Баку	САО	Аэропорт	13 200	9 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
Место встречи Прага	САО	Савеловский	9 548	6 359	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
Место встречи Планета	ЗАО	Очаково-Матвеевское	7 692	4 698	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
Место встречи Солнцево	ЗАО	Солнцево	7 252	4 684	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
Галерея Rasskazovo	НАО	Внуково	4 250	3 400	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	Райдекс Девеломпент
Итого			180 958	101 455		

Источник: NF GROUP Research, 2025

Следует отметить неравномерную обеспеченность жителей Москвы торговыми площадями. Максимальный показатель обеспеченности наблюдается в ЦАО – 722 м² на 1 000 чел. Это связано с преобладанием общественно-деловой функции в центре и низкой численности населения. Относительно 2023 г. показатель обеспеченности снизился на 75 м² на 1 000 чел., в связи с закрытием на реконструкцию ТЦ «Тройка». Также наблюдается повышение обеспеченности в САО – 720 м² на 1 000 чел., что связано с незначительным повышением численности населения округа относительно других административных округов Москвы, а также наличием двух введенных торговых объектов арендопригодной площадью 15,4 тыс. м².

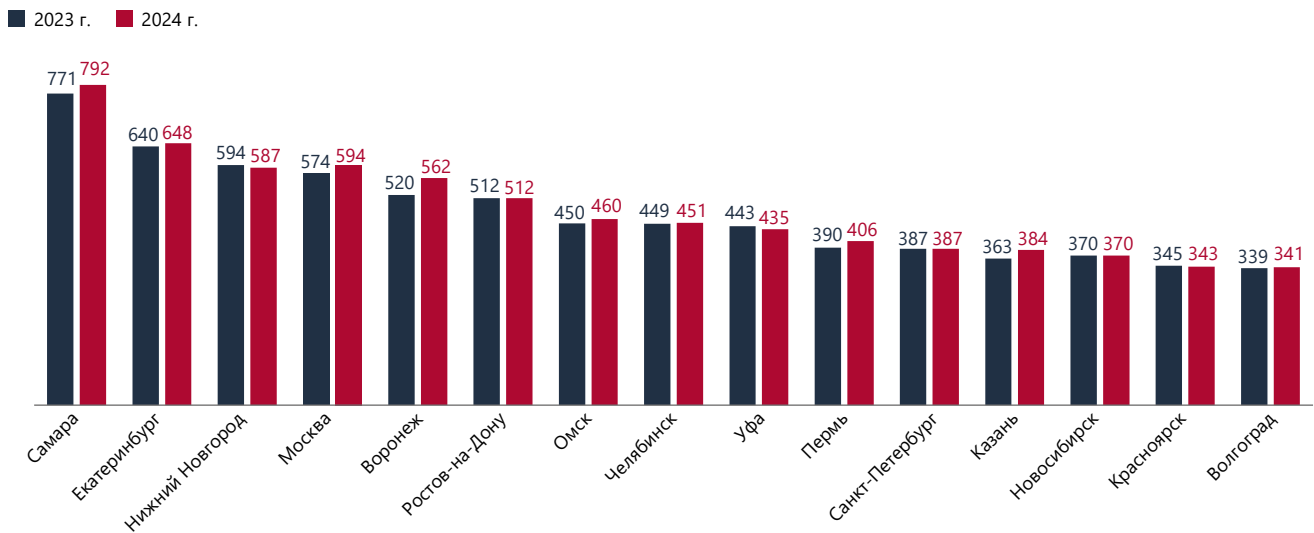
Самый низкий показатель обеспеченности в ВАО – 380 м² на 1 000 чел., на данный округ приходится 572,7 тыс. м² качественных торговых площадей (что на 2,3% выше, чем в ЦАО), численность населения округа больше в два раза. Дефицит сформирован тем, что территории ВАО занимали промышленные объекты в период наибольшей индустриальной активности XX-го века. В самом округе было минимальное количество жилых кварталов. Сейчас происходит обновление территорий закрытых промышленных объектов в рамках проектов КРТ. В будущем в ВАО постепенно будет формироваться малоформатный ретейл, в том числе торговые центры. В 2025 г. в округе планируется открытие еще одного торгового центра «Место

Встречи Родина» (GLA – 4,5 тыс. м). В перспективе после реализации наиболее крупных жилых проектов объем торговых площадей возрастет.

Вакантность

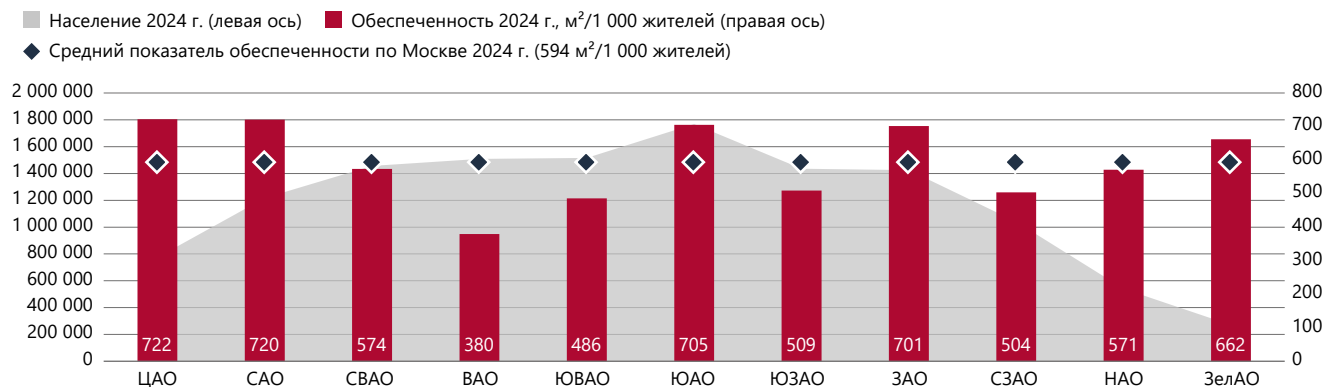
К концу 2024 г. доля вакантных арендных площадей в торговых центрах Москвы снизилась на 2,0 п.п. и достигла уровня 6,4%. В 2025 г. ожидаемая вакантность торговых помещений будет составлять приблизительно 6%. За период прошедших двух лет наблюдается тенденция на формирование стабильно невысокого показателя вакантности. Это связано с усилением локальных брендов и выводом на рынок новых брендов крупными сетевыми игроками.

Обеспеченность городов торговыми центрами, м²/1000 жителей



Источник: NF GROUP Research, 2025

Обеспеченность торговыми площадями жителей Москвы, м²/1 000 жителей



Источник: NF GROUP Research, 2025

А также в связи с усилением интеграции оффлайн и онлайн-торговли, которое позволяет формировать пункты выдачи заказов из онлайн-ритейла в торговых помещениях.

В первой половине 2024 г. вакансия значительно снизилась в связи с закрытием сделки аренды Мегамаркетом всех помещений ушедшей ИКЕА в ТРЦ «Мега» в 11 регионах России.

Снижение доли свободных площадей произошло по всем форматам торговых центров. К концу 2024 года в окружных торговых центрах вакантными оставались 8,1% площадей, в региональных и суперрегиональных – 2,9%, что связано с замещением иностранных якорных арендаторов крупными российскими арендаторами. Наибольшая вакантность наблюдается в торговых центрах малого формата по итогу года она составила 9,8%.

Спрос

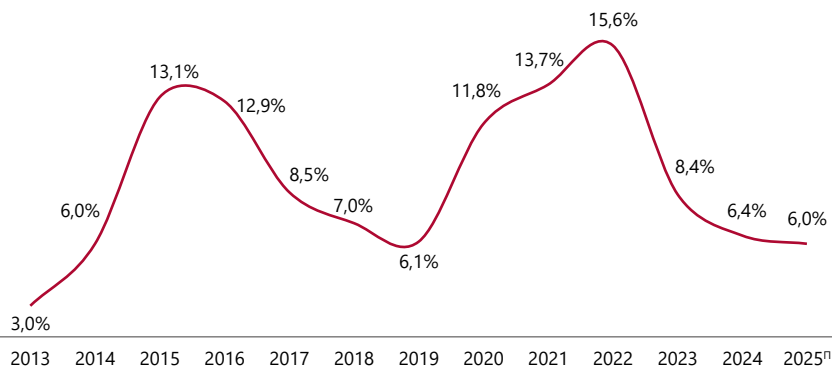
В течение года российские ритейлеры не только арендовали новые площади, но и выводили на рынок новые бренды и расширяли охват целевой аудитории за счет увеличения разнообразия предлагаемого ассортимента и формирования новых возможностей проведения досуга.

В 2024 году российский рынок моды продолжает развиваться, демонстрируя рост и диверсификацию. Появление новых брендов и расширение существующих сетей стали ключевыми тенденциями года.

В течение 2024 г. рынок активно пополнялся новыми российскими и иностранными брендами. Среди них такие как Rely (одежда и обувь), Nikasport (товары для спорта) и Pulka (товары для детей). В сегменте fashion также появилось множество новых марок, таких как Freedomtag; One Two; P.P.S.; Beautiful Criminals; ANITCHA; SORRY, I'M NOT.

В 2024 г. наблюдался акцент на устойчивое потребление одежды. Бренды типа ANITCHA фокусируются на экологичности и долговечности своих изделий. Также популярны тренды нормкора – простоты образа – представленные такими марками как Ymkashix.

Динамика вакантности в торговых центрах Москвы



Источник: NF GROUP Research, 2025

Российские ритейлеры и методы освоения рынка

Расширение ассортимента	
Salamander	Косметические средства
MFG	Универмаги «fashion-family»
Natura Siberica	Косметические средства
LG	Косметические средства и парфюмерия
Самокат	Косметические средства
ReStore:	ReStore Mix:
Развитие новых брендов	
O'Stin	Face Code
Gloria Jeans	Ready! Steady! Go!; Black
Яндекс Маркет	Muted, Tame, Pragma
Lamoda	Mademan, Nume
Gulliver Group	Jumkey
LG	Ohui

Источник: NF GROUP Research, 2025

Крупные сделки аренды в торговых центрах Москвы в 2024 г.

Ритейлер	Торговый центр	Площадь, м ²
Мегамаркет	14 ТЦ «Мега»	400,7 тыс.
OBI	«Три Кита»	8 500
OBI	«Филион»	6 700
Loft Hall	«Roomer»	3 200
DDX Fitness	«Аventura»	2 600
Slava Concept	«Июнь Мытищи»	2 500
DDX	ЖК Нахимов	2 335
Мисти Парк	«Одипарк»	2 200
DDX	«Люблю Молл»	2 000
Spirit Fitness	«Мегаполис»	2 000
Brooklyn Kitchen	«Красный кит»	1 990
Spirit Fitness	«Сиеста»	1 900
Trend Island	«Европейский»	1 800

Сделка NF GROUP

Источник: NF GROUP Research, 2025

Многие известные ретейлеры активно расширяют свою розничную сеть. Например, LC Waikiki, Colin's, DeFacto и Koton продолжают открывать новые магазины по всей России.

В условиях изменений в розничной торговле российские fashion-ритейлеры также адаптируются к новой рыночной реальности, включая сезонное снижение трафика, вызванное ростом электронной коммерции. Увеличение популярности онлайн-шопинга побуждает компании активнее инвестировать в цифровые каналы, оптимизировать логистику и ускорять процесс доставки, чтобы соответствовать ожиданиям современных потребителей.

Повышение привлекательности офлайн-точек

Одновременно бренды пересматривают стратегии работы с офлайн-форматом. Например, Waon проводит ребрендинг и модернизирует интерьер своих магазинов, стремясь не только привлечь покупателей, но и укрепить позиции в традиционной рознице. Кроме того, ритейлеры внедряют дополнительные сервисы и досуговые элементы, повышая ценность физических торговых точек. Так, Lime и Sela открывают кафе внутри магазинов, создавая уникальный клиентский опыт и увеличивая время пребывания посетителей.

Торговые центры, в свою очередь, продолжают трансформировать концепции, расширяя досуговую составляющую и превращаясь в многофункциональные пространства. Это ведет к усилению конкуренции между ТЦ и городскими общественными пространствами, которые предлагают бесплатные активности и становятся альтернативными точками притяжения для покупателей.

Социальная функция ТЦ

> В некоторых торговых центрах наблюдается тенденция к интеграции социальных услуг. Например, в Москве некоторые ТЦ дополнились государственными операторами «Центрами московского долголетия», преимущественно открывающимися в ТЦ «Место Встречи»

> Клубы от DDX Fitness открылись в трёх торговых центрах от ADG Group («Место встречи Орион», «Место встречи Первомайский» и «Место встречи Планета»). Суммарная площадь четырех новых фитнес-центров составила 5 тыс. м².

Расширение гастрорынка

На рынке гастрономических услуг наблюдается тренд на изменение формата деятельности крупных торговых операторов:

- > Яндекс.Лавка вышла в офлайн, открыв свой первый продуктовый магазин рядом с элитными ЖК «Резиденция Монэ» и «Квартал Луску», площадь магазина составила 230 м²;
- > Lime открыл первое кафе в ТЦ «Павелецкая Плаза» в партнер-

стве с ресторанной группой GT, которая разработала для ритейлера авторские напитки и десерты, связанные с повторением основных цветов коллекций Lime.

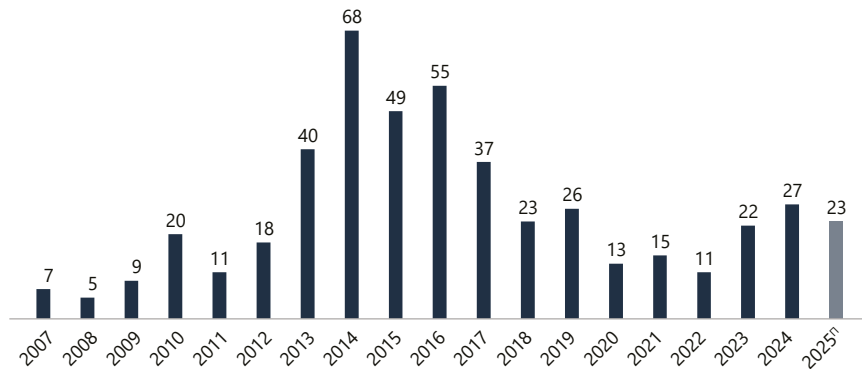
- > Бренд Sela открыл кафе в своем флагманском магазине в «Метрополисе». Vigge cafe представляет food-пространство с напитками и едой формата to go для взрослых и детей.

Новые бренды

По итогам 2024 г. на российский рынок вышло 27 новых иностранных брендов, ранее не представленных в стране, что на 20% больше по сравнению с 2023 г.

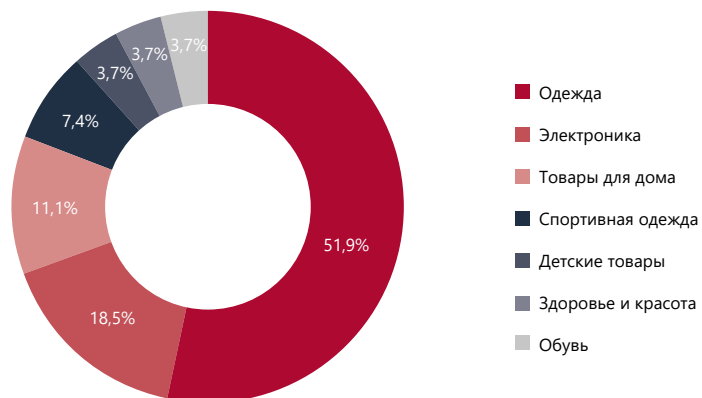
Большая часть новых брендов представлена в сегменте fashion (51,9%) и относится к ценовому сегменту премиальный/выше среднего (67%).

Динамика выхода международных брендов на российский рынок, шт.



Источник: NF GROUP Research, 2025

Профили международных брендов, вышедших на российский рынок в 2024 г.



Источник: NF GROUP Research, 2025

Наибольшая доля новых открытий в 2024 году пришлось на китайские компании (48%). Среди них – BAASPLOA, Casarte и Ellassay. В целом китайские ритейлеры активно расширяли присутствие на российском рынке, открывая магазины не только в крупных городах, но и в регионах, таких как Московская область, Калининград и Пермь. Например, бренды Dreame, TECNO и Harry Easy Aлуway расширили свою сеть в этих локациях.

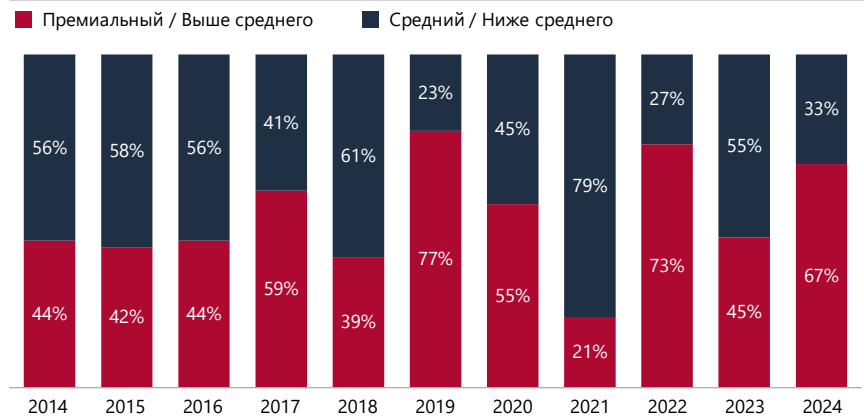
В 2025 году в российских ТЦ могут открыться еще 23 иностранных ритейлера, значительная часть которых может быть представлена азиатскими брендами. Ожидается, что турецкие и южнокорейские компании будут ориентироваться преимущественно на премиальный сегмент, в то же время китайские, вероятно, сосредоточатся на среднем ценовом сегменте, делая ставку на доступность и широкий выбор продукции.

За период 2022-2023 гг. абсолютным лидером по выходу иностранных ритейлеров на российский рынок была Турция в премиум-сегменте. Однако 6 из 11 марок столкнулись с трудностями в поиске целевой аудитории. В результате некоторые бренды, включая Ipekyol, Twist и Club, покинули рынок. Несмотря на это, Турция продолжает лидировать по количеству брендов, заявивших о намерении развиваться в России и в 2025 г.

Среди иностранных ритейлеров ожидаются возвращения трех крупных брендов:

- > В сентябре 2024 г. итальянский бренд премиум-сегмента Trussardi, занимающийся одеждой и парфюмерией, объявил о возвращении в Россию в 2025 г., ожидается открытие магазина в ТРЦ «Авиапарк»;
- > В 2025 г. ожидается возвращение бренда Dior, подавшего в Роспатент регистрацию своих товарных знаков Dior, Dioramour и Gem Dior;
- > По планам компании «Спортмастер», первые магазины итальянского бренда Карра планируется открыть в России весной 2025 года. Средняя площадь новых магазинов составит примерно 300 кв. м².

Структура международных брендов, вышедших на российский рынок, по ценовому сегменту



Источник: NF GROUP Research, 2025

Международные бренды, вышедшие на российский рынок в 2024 г.

Название бренда	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
TECNO	Китай	Электроника	Выше среднего
Chakra	Турция	Товары для дома и мебель	Выше среднего
Josiny	Южная Корея	Одежда и аксессуары	Выше среднего
BAASPLOA	Китай	Спортивная одежда и спортивные товары	Средний
RinaScimento	Италия	Одежда и аксессуары	Выше среднего
Ellassay	Китай	Одежда и аксессуары	Выше среднего
Balabala	Китай	Детские товары и одежда	Средний
Lifework	Южная Корея	Одежда и аксессуары	Выше среднего
Eleventy	Италия	Одежда и аксессуары	Выше среднего
Laurel	Германия	Одежда и аксессуары	Выше среднего
Bimba Y Lola (Бимба & Co)	Испания	Одежда и аксессуары	Выше среднего
Casarte	Китай	Электроника	Выше среднего
7SABER	Узбекистан	Спортивная одежда и спортивные товары	Выше среднего
Scalpers	Испания	Одежда и аксессуары	Выше среднего
Kardo	Индия	Одежда и аксессуары	Выше среднего
Casa moda	Германия	Одежда и аксессуары	Средний
Mai collection	Турция	Одежда и аксессуары	Средний
HEA	Китай	Одежда и аксессуары	Средний
Candy	Китай	Электроника	Средний
juun.j	Корея	Одежда и аксессуары	Выше среднего
Baseus	Китай	Электроника	Средний
Dreame	Китай	Электроника	Средний
Hazy's	Корея	Одежда и аксессуары	Выше среднего
Parpa	Италия	Товары для дома	Выше среднего
Panier des Sense	Франция	Здоровье и красота	Средний
Kennel&Schmenger	Германия	Обувь	Выше среднего
Redecoro	Турция	Товары для дома	Выше среднего

Источник: NF GROUP Research, 2025

Коммерческие условия

В течение 2024 г. в коммерческих условиях в торговых центрах произошли незначительные изменения. Относительно 2023 г. была увеличена нижняя граница базовой арендной ставки для якорных арендаторов разного размера в малых торговых центрах: якоря более 1 000 м² – 6 000 руб., мини-якоря 700–1 000 м² – 10 000 руб., мини-якоря 500–700 м² – 12 000 руб., мини-якоря 300–500 м² – 14 000 руб.

Посещаемость

В 2024 г. наблюдалось постепенное увеличение трафика в ТЦ в течение года. Общим трендом посещаемости по неделям в течение 2024 г. является рост на 5,3% относительно каждой предыдущей недели. Стоит отметить, что происходящие изменения в разрезе каждой недели являются характерными, отражающими общие тенденции, которые происходят на рынке торговой недвижимости.

Наиболее крупными отрицательными и положительными точками в трафике традиционно являются недели перед крупными всероссийскими праздниками, такими как Новый год (-16% на первой неделе января после массовых закупок в конце 2023 г., а также последняя неделя 2024 г. с ростом на 10%), 8 марта (рост 10% перед праздником), начало летнего сезона (+7%), начало учебного года (+7%). Террористические события, произошедшие в середине марта 2024 г. повлияли на непродолжительное снижение посещаемости торговых центров (-7% и -6% в первые 2 недели после траурного события), но в начале апреля посещаемость ТЦ вновь возросла (+5%).

В сравнении посещаемости торговых центров разных форматов с аналогичными неделями 2023 г. отмечается стабильный тренд на постоянный рост посещаемости ТЦ малого формата. А также снижения посещаемости ТЦ регионального формата.

Условия аренды в торговых центрах Москвы*

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м ² /год**		% от товарооборота	
	Крупные торговые центры	Малые торговые центры (до 10 лет)		
Супермаркет (1 000–2 000 м ²)	8 000–24 000	15 000–26 000	4–7	
Супермаркет (450–900 м ²)	18 000–35 000	18 000–35 000	4–7	
Товары для дома (<1 500 м ²)	0–10 000	8 000–12 000	6–8	
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м ²)	6 000–15 000	6 000–15 000	2,5–5	
Спортивные товары (1 200–1 800 м ²)	6 000–12 000	6 000–12 000	5–6	
Детские товары (1 200–2 000 м ²)	6 000–12 000	6 000–12 000	4–7	
Операторы торговой галереи***:				
Якоря	более 1 000 м ²	10 000–20 000	6 000–12 000	4–12
Мини-якоря	700–1 000 м ²	15 000–30 000	10 000–18 000	6–10
Мини-якоря	500–700 м ²	20 000–50 000	12 000–20 000	6–10
	300–500 м ²	20 000–60 000	14 000–25 000	5–12
	150–300 м ²	40 000–100 000	8 000–25 000	6–14
	100–150 м ²	50 000–120 000	15 000–40 000	10–14
	50–100 м ²	50 000–130 000	15 000–50 000	12–14
	0–50 м ²	50 000–180 000	20 000–100 000	10–14
Досуговые концепции:				
	Развлекательные центры (2 000–4 000 м ²)	4 000–8 000	4 000–6 000	10–15
	Кинотеатры (2 500–5 000 м ²)	0–6 000	0–4 000	8–10
Общественное питание:				
	Food-court	120 000–150 000	50 000–100 000	10–15
	Кафе	50 000–90 000	20 000–80 000	12–14
	Рестораны	20 000–50 000	0–25 000	10–12

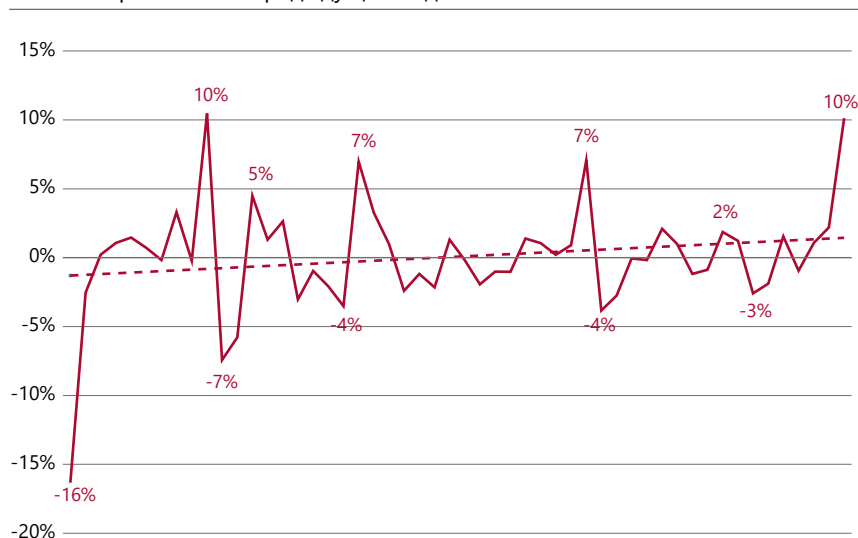
* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, объединенных общей концепцией и единым управлением

** Изменение по сравнению с показателем за IV квартал 2023 г.

*** Верхние границы арендных ставок относятся к наиболее успешным и востребованным торговым центрам Москвы

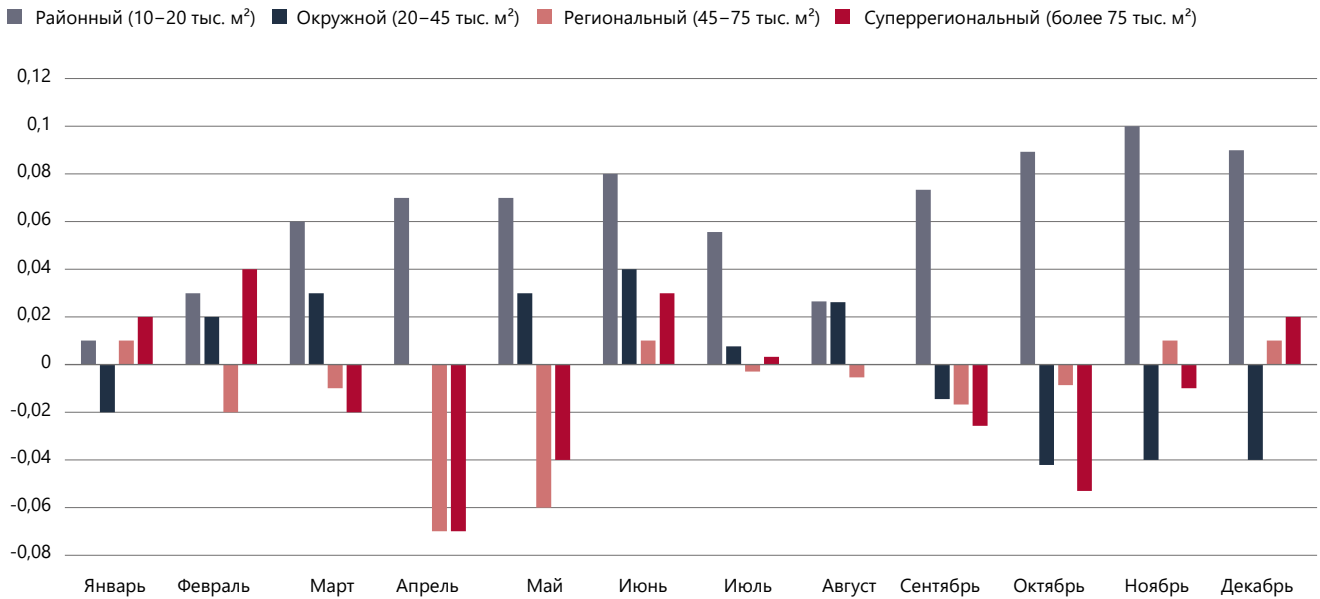
Источник: NF GROUP Research, 2025

Уровень посещаемости торговых центров Москвы по неделям в течение 2024 г. в сравнении с предыдущей неделей



Источник: NF GROUP Research, Mall Index от Focus Group, 2025

Уровень посещаемости торговых центров Москвы разных форматов в течение 2024 г. в сравнении с 2023 г.



Источник: Focus Technologies, 2025

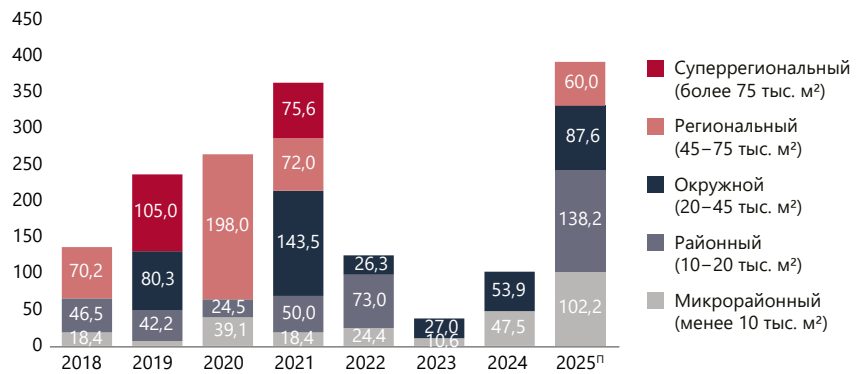
Высокая посещаемость малых торговых объектов связана с удобством их повседневного использования: расположенные в густонаселенных жилых массивах и/или вблизи объектов повышенного трафика (транспортно-пересадочные узлы), районные торговые центры предлагают посетителям оптимальный состав арендаторов для ежедневных покупок.

С лета 2024 г. наблюдается снижение трафика по сравнению с 2023 г. во всех форматах торговых центров Москвы за исключением малоформатных. Снижение числа посетителей связано с погодными условиями в столице, несмотря на период «высокого» сезона покупок, который традиционно выпадает на начало осени (покупки к началу школьного года, подготовка к зиме), из-за необычайно теплой погоды жители и гости столицы предпочитали проводить время на улице, и откладывали свои планы по обновлению зимнего гардероба.

Прогнозы

К открытию в 2025 г. девелоперами анонсировано открытие 31 торгового центра суммарной арендопригодной площадью 377,5 тыс. м², что больше на 79%, чем было открыто в 2024 г. Такой значительный рост торговых площадей обусловлен переносами открытия

Структура новых торговых центров в Москве, тыс. м²



Источник: NF GROUP Research, Mall Index от Focus Group, 2025

9 торговых центров, ранее планируемые к открытию в 2024 г., их арендопригодная площадь составляет 135,1 тыс. м². Средняя арендопригодная площадь строящихся торговых центров составляет 12,5 тыс. м² (на 11% выше значения 2024 г.). 15% будущих площадей относится к одному региональному центру ТПУ Селигерская, далее наибольшую долю площадей будут составлять центры районного (29%) и микрорайонного форматов (21%).

География анонсированных торговых центров охватывает как центральные, так и периферийные районы «старой» Москвы, а также локации

Новомосковского административного округа. В 2025 г. наибольшее количество объектов ожидает ввода эксплуатацию на юго-западных территориях Москвы, что связано с активным освоением жилыми девелоперами территорий района Очаково-Матвеевское, где раньше располагались озелененные или промышленные территории. Также ожидается «парад» открытий торговых центров «Место встречи», которые будут открываться на территориях «старых» районов Москвы, формируя предложение среди местного населения на товары повседневного использования, спорт, услуги и досуг.

Торговые центры, планируемые к открытию в 2025 г.

Название	Округ	Район	Общая площадь, м ²	Арендо-пригодная площадь, м ²	Формат	Девелопер
ТПУ Селигерская	САО	Бескудниковский	160 000	60 000	Региональный (45-75 тыс. м ²)	ГК Ташир
Краски (ТПУ Некрасовка)	ЮВАО	Некрасовка	58 000	35 000	Окружной (20-45 тыс. м ²)	ООО Три эс ритейл
Botanica Mall (ТПУ Ботанический сад)*	СВАО	Ростокино	52 900	28 500	Окружной (20-45 тыс. м ²)	Пионер
МФК Lakes	ЗАО	Очаково-Матвеевское	54 430	24 136	Окружной (20-45 тыс. м ²)	ПИК
ЗУМ	ЮАО	Даниловский	30 000	19 500	Районный (10-20 тыс. м ²)	ЛСР
ТЦ Гагаринский, II оч.*	ЮАО	Донской	36 000	16 800	Районный (10-20 тыс. м ²)	
West Mall*	ЗАО	Очаково-Матвеевское	18 500	15 830	Районный (10-20 тыс. м ²)	Гарант-Инвест
Portal	ЮВАО	Нижегородский	125 000	15 000	Районный (10-20 тыс. м ²)	MR Group
АФИ Галерея*	ЦАО	Тверской	21 900	14 700	Районный (10-20 тыс. м ²)	AFI Development
Чкалов*	ЦАО	Басманный	24 763	12 350	Районный (10-20 тыс. м ²)	IKON Development
Место встречи Аврора	ЮЗАО	Теплый Стан	18 900	11 190	Районный (10-20 тыс. м ²)	ADG Group
Место встречи Патриот*	СЗАО	Хорошево-Мневники	21 500	11 000	Районный (10-20 тыс. м ²)	ADG Group
Место встречи Витязь*	ЮЗАО	Коньково	17 600	10 900	Районный (10-20 тыс. м ²)	ADG Group
КДЦ Северный / Грис молл	СВАО	Северный	15 740	9 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	Gris Group
МФЦ Остафьево	НАО	поселение Рязановское	16 800	9 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	Самолет
Место встречи Керчь	ЮАО	Бирюлёво Восточное	13 763	8 522	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
ОМА	ЗАО	Очаково-Матвеевское	17 930	8 380	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ПИК
Прокшино*	НАО	поселение Сосенское	9 000	8 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	A101
ТЦ в ЖК Летний сад*	САО	Дмитровский	30 000	7 700	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	Эталон
Место встречи Мечта	ЮАО	Москворечье-Сабурово	8 522	7 516	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
МФК Алхимово	НАО	Щербинка	12 700	7 200	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	Самолет
ТЦ в составе ЖК Level Причальный	СЗАО	Хорошёво-Мнёвники	9 172	7 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	Level Group
Место встречи Ладога*	СВАО	Северное Медведково	6 865	6 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
Среда Царицыно	ЮАО	Бирюлево Восточное	8 600	5 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	Страна Девелопмент
ТЦ на пересечении Мичуринского пр. и ул. Лобачевского	ЗАО	Раменки	14 500	5 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ООО Нахичевань Инвест
Зёрнышко	ЮВАО	Люблино	6 700	4 600	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	Зёрнышко
Место встречи Родина	ВАО	Соколиная гора	5 601	4 508	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
Небо, II оч.	ЗАО	Солнцево	6 019	4 450	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	УК СТОЛИЦА МЕНЕДЖМЕНТ
ТЦ ШОК	СВАО	Южное Медведково	4 500	3 500	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ГалтСтрой
Место встречи Алмаз*	ЮАО	Донской	5 600	3 400	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)	ADG Group
Итого			815 765	377 582		

* Торговые центры, открытие которых ожидалось в 2024 г.

Источник: NF GROUP Research, 2025

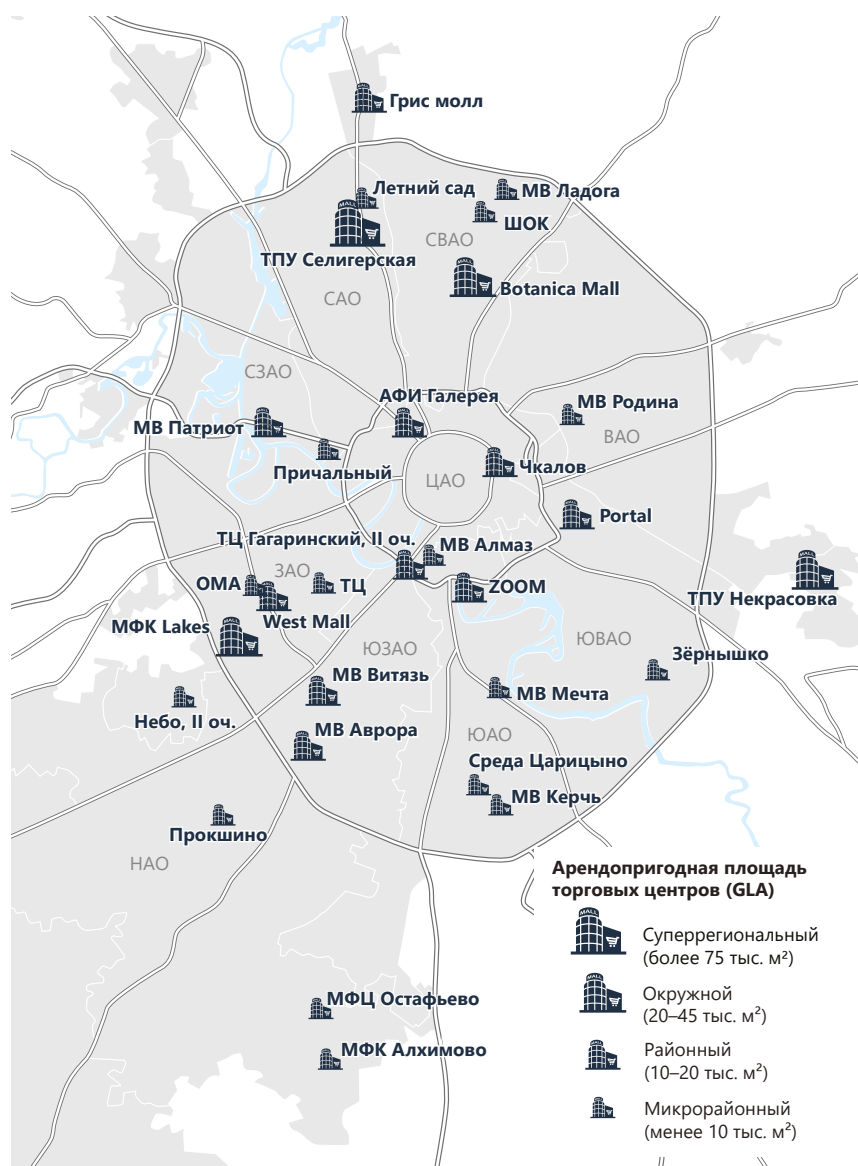
Рынок торговой недвижимости Москвы демонстрирует устойчивый рост за счет диверсификации форматов использования площадей — от традиционной розницы до социальных услуг и досуговых пространств. 2025 г. предполагает значительное расширение объема торговых площадей на московском рынке и активном проведении модернизации объектов и диджитализации, создании новой технологичной инфраструктуры.

В 2025 году ожидается рекордный ввод новых торговых площадей — 377,5 тыс. м², что станет самым высоким показателем за последние 10 лет. Также ожидается стабилизация уровня вакантности в Москве на уровне 6-7% в связи с высоким спросом на качественные торговые площади.

В ближайшие годы российский рынок будет пополняться как новыми брендами от сетевых игроков, так и появятся новые международные бренды, которые позволят формировать новое предложение для потребителя в существующих проектах. В 2025 году о намерении выйти на российский рынок заявили 23 бренда, однако их фактическое открытие будет зависеть от ряда факторов, включая геополитическую ситуацию, доступность торговых площадей и доступность заемного финансирования.

Мультиформатные ТЦ продолжают развиваться как ключевые «точки притяжения» для потребителей, объединяя шопинг, развлечения и общественные пространства под одной крышей. А малоформатные ТЦ будут наиболее привлекательны для инвесторов из-за их устойчивости к кризисным ситуациям и наличию постоянного спроса на размещенные в них товары.

Торговые центры, запланированные к открытию в 2025 г.



*МВ – сокращение «Место встречи»
Источник: NF GROUP Research, 2025

Тренды:

- > **Многофункциональность торговых центров и формирование новых точек притяжения в досугово-развлекательном формате.**
- > **Постепенное обновление устаревшего фонда торговых площадей.**
- > **Диджитализация и повышение технологичности торговых объектов в процессе редевелопмента.**
- > **Открытие малоформатных торговых центров в районах Москвы и распространение географического охвата объектов «Место Встречи» от ADG Group.**
- > **Конкуренция торговых центров с электронной коммерцией и онлайн развлечениями.**
- > **Расширение клиентского опыта в магазинах известных брендов.**

ДЕПАРТАМЕНТ КОНСАЛТИНГА И АНАЛИТИКИ

Компания NF Group, обладая локальной экспертизой и глобальным опытом работы на международном рынке недвижимости и инвестиционных продаж, успешно реализовывает проекты любой сложности.

РАБОТАЕМ ПО ВСЕМ РЕГИОНАМ И ПО ВСЕМ СЕГМЕНТАМ



Другие обзоры рынка на нашем сайте в разделе «Аналитика»

УСЛУГИ

КОНСАЛТИНГ

- > Анализ наилучшего использования участка/объекта
- > Концепция/реконцепция проекта
- > Аудит, оптимизация существующего проекта
- > Маркетинговое заключение / исследование рынка
- > Бизнес-план проекта
- > Анализ экономической целесообразности проекта (финансовый анализ)
- > Сопровождение разработки архитектурной концепции/ рабочей документации
- > Подбор операторов (гостиницы, спа, общественные пространства)
- > Проведение опросов потенциальных арендаторов

ОЦЕНКА НЕДВИЖИМОСТИ

- > Коммерческая и жилая недвижимость
- > Федеральные и международные стандарты оценки
- > Оценка для принятия управленческого решения
- > Оценка для привлечения заемного финансирования
- > Оценка для сделки купли-продажи
- > Оценка для составления финансовой отчетности

Чтобы узнать подробнее о наших услугах или задать имеющиеся вопросы, свяжитесь с нами:

+7 (495) 023-08-12

Nf@nfgroup.ru

Или оставьте заявку на нашем [сайте](#).

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ. КОНСАЛТИНГ И АНАЛИТИКА

Евгения Хакбердиева

Региональный директор

EK@nfgroup.ru

ОЦЕНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Ольга Решетнякова

Директор

OR@nfgroup.ru



© NF GROUP 2025 – Этот отчет является публикацией обобщенного характера. Материал подготовлен с применением высоких профессиональных стандартов, однако информация, аналитика и прогнозы, приведенные в данном отчете, не являются основанием для привлечения к юридической ответственности компаний NF GROUP в отношении убытков третьих лиц вследствие использования результатов отчета.

Публикация данных из отчета целиком или частично возможна только с упоминанием NF GROUP как источника данных.