

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РЕГИОНОВ РОССИИ

2024 г.





Евгения Хакбердиева
Региональный директор
департамента торговой
недвижимости NF GROUP

«Рынок торговой недвижимости в регионах России в течение 2024 года показывал более стабильные показатели по трафику и оборотам арендаторов, что обусловлено укреплением позиции торговых центров как площадки не только для шоппинга, но и для проведения досуга. Мы фиксируем рост запроса со стороны операторов развлечений и общественного питания именно к региональным городам, где у людей меньше выбора по культурно-досуговым местам, и они с завидной регулярностью посещают торговые центры и досуговые составляющие внутри них. С учетом снижения ввода новых торговых центров мы ожидаем в 2025 году рост запросов на комплексные или частичные реконцепции существующих региональных объектов, чтобы обеспечить подходящее предложение под меняющиеся запросы арендаторов и потребителей.»

МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Основные показатели Московской области

Общее предложение действующих объектов, млн м ² (GBA/GLA)	3,188/1,959
Открыто в 2024 г. (GBA/GLA), тыс. м ²	88,5/58,9
Запланировано к открытию в 2025 г. (площадь общая/арендуемая), тыс. м ²	105,1/60,6
Обеспеченность качественными торговыми площадями, м ² /1 000 чел.	226
Справочно: г. Москва: Обеспеченность качественными торговыми площадями, м ² /1000 чел.	580

Источник: NF GROUP Research, 2025

Предложение

По итогам 2024 г. в Московской области были открыты шесть торговых центров – «Мой Молл» в Раменском г. о., «Одипарк» в Одинцовском г. о., «Центральный (Новый)» в Долгопрудном, ТЦ в составе ЖК «Датский квартал» в Мытищах, «София» в Солнечногорском г. о., «Атриум» в Раменском и суммарной арендопригодной площадью 58,9 тыс. м², что на 77% выше по сравнению с 2023 г.

80% открытых торговых объектов относятся к микрорайонному (менее 10 тыс. м²) или районному

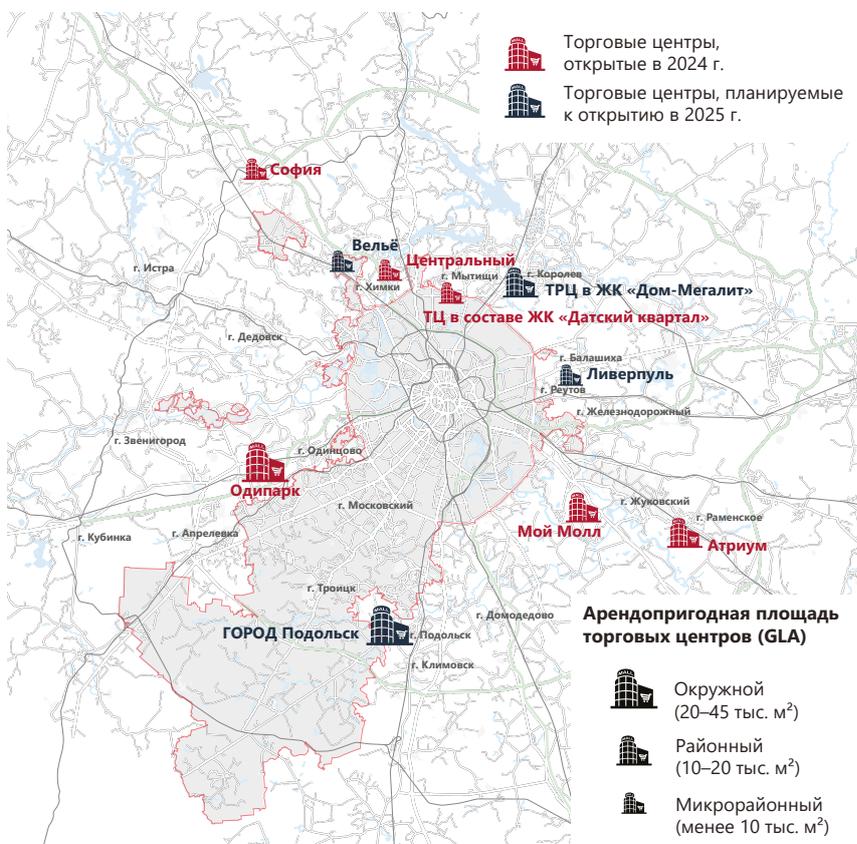
(10-20 тыс. м²) формату. Центральный, Атриум и ТЦ в ЖК «Датский квартал», расположенные в центральных районах городов, имеют микрорайонный / районный формат, в связи с трендом 2024 г. на реализацию ТЦ микрорайонного формата, которые обеспечивают потребителей услугами повседневного спроса, а также ограничений малых и средних городов доступных земельных участках под застройку малых площадей и потребностью населения в городах на увеличение предложения ритейла.



Самым крупным открытым объектом в Московской области стал Одипарк на окраине города Одинцово. Открытие данного ТРЦ является логичным завершением развития площадки на пересечении крупных транспортных магистралей – Можайского шоссе и платного отрезка трассы М-1 «Беларусь». На площадке на данный момент уже представлено три крупных якорных арендатора числе «Globus», «Desport», «Лемана Про». Одипарк стал завершающим объектом, который дополнил существующие якорные функции fashion-галерей и товаров повседневного спроса, что позволит сформировать новую точку притяжения для жителей Одинцова и соседних поселений.

По итогам 2024 г. общий объем рынка торговых центров Московской области составил 1,959 млн м², а обеспеченность торговыми площадями на 1 000 жителей – 226 м², что выше на 1,8 % относительно 2023 г. Повышение показателя в первую очередь связано со значительным увеличением арендопригодных площадей на рынке торговой недвижимости Московской области, который параллельно происходил с незначительным ростом населения Московской области на 0,7 % относительно 2023 г.

Торговые центры, открытые в Московской области в 2024 г. и запланированные к открытию в 2025 г.



Источник: NF GROUP Research, 2025

Торговые центры, открытые в Московской области в 2024 г.

Название	Город	Общая площадь, м ²	Арендопригодная площадь, м ²	Формат
Одипарк	с. Юдино, Одинцовский г. о.	32 000	22 500	Окружной (20-45 тыс. м ²)
Мой Молл	д. Островцы, Люберецкий г. о.	23 000	12 000	Районный (10-20 тыс. м ²)
Атриум	Раменское	13 600	10 600	Районный (10-20 тыс. м ²)
Центральный (Новый)	Долгопрудный	15 432	9 228	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
ТЦ в ЖК «Датский квартал»	Мытищи	7 950	5 900	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
София	д. Радумля, Солнечногорский г. о.	3 000	2 550*	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Итого		88 479	58 978	

* Оценка аналитиков NF Group.

Источник: NF GROUP Research, 2025

РЕГИОНЫ

Новое предложение в региональных городах*

В 2024 г. в региональных городах России были открыты 28 торговых центров суммарной арендопригодной площадью 324,6 тыс. м², что на 32% выше по сравнению с 2023 г. Рост нового предложения сформирован на фоне повышенного спроса на современные качественные торговые объекты преимущественного малого формата в региональных городах и реализации перенесенных открытий с 2023-2024 годов.

Объем открытий торговых центров в регионах РФ, начиная с 2017 года не превышает 500 тыс. м² в год, в то время как в период бурного роста с 2007 по 2016 год рынок торговых центров пополнялся не менее чем на 1 млн м² в год. На период 2023-2025 годов в России продолжается тренд на аккуратный ввод небольшого числа торговых центров, общая площадь которых не превышает 250-350 тысяч м².

В регионах меняется структура нового предложения, в 2024 году мы впервые отметили более высокую долю микрорайонных торговых центров (53%), в то время как доля районных и окружных форматов сократилась до 29%.

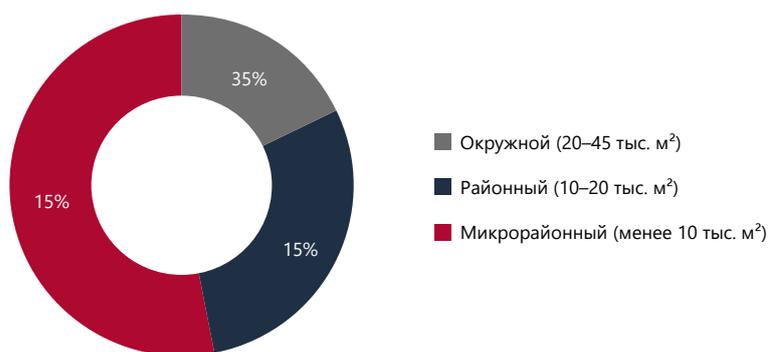
Основные показатели

Общее предложение действующих объектов в России (площадь общая/арендуемая), млн м ²	55,1/33,0
Общее предложение действующих объектов в региональных городах* (площадь общая/арендуемая), млн м ²	33,1/20,9
Открыто в 2024 г. в региональных городах* (площадь общая/арендуемая), тыс. м ²	495,0/324,6
Запланировано к открытию в региональных городах* в 2025 г. (площадь общая/арендуемая), тыс. м ²	438,8/254,3

* Без учета объектов Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга

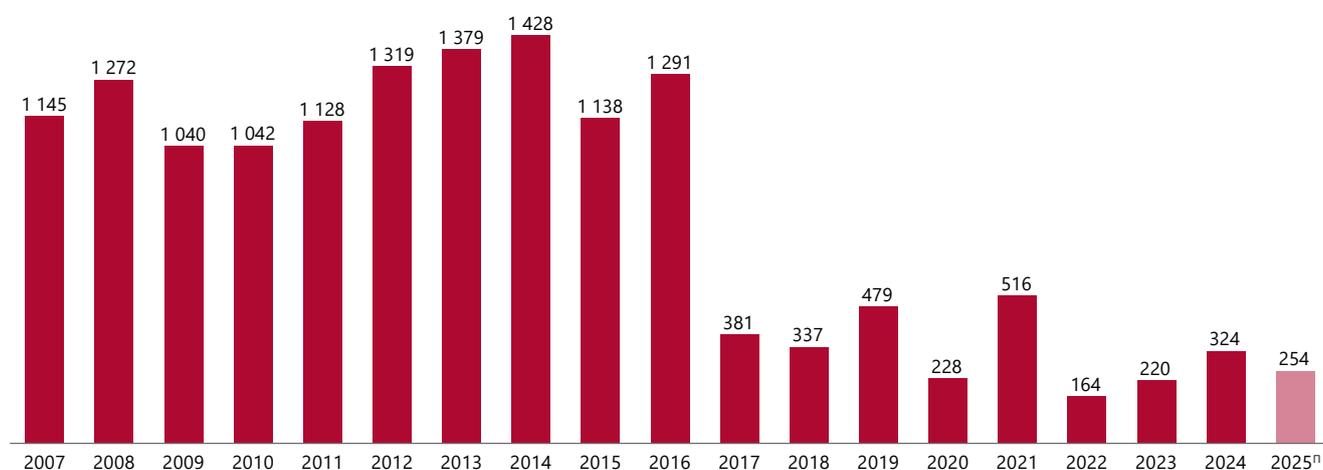
Источник: NF GROUP Research, 2025

Структура нового предложения в региональных городах России



Источник: NF GROUP Research, 2025

Динамика открытий новых торговых центров в региональных городах России, тыс. м²



Источник: NF GROUP Research, 2025

* Без учета торговых центров Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

Торговые центры, открытые в региональных городах* в 2024 г.

Название	Город	Общая площадь, м ²	Арендопригодная площадь, м ²	Формат
Brosco Молл / Brosco Волна	Хабаровск	59 000	33 500	Окружной (20-45 тыс. м ²)
Пазл	Пятигорск	40 000	30 000	Окружной (20-45 тыс. м ²)
Любимово	Краснодар	41 000	28 200	Окружной (20-45 тыс. м ²)
АРТ центр	Казань	40 000	23 000	Окружной (20-45 тыс. м ²)
Точка Сити	Самара	50 000	21 000	Окружной (20-45 тыс. м ²)
Боровое	Воронеж	25 000	16 500	Районный (10-20 тыс. м ²)
Лето	Северск	20 000	15 000	Районный (10-20 тыс. м ²)
Лев	Пенза	23 800	14 800	Районный (10-20 тыс. м ²)
Деро	Воронеж	18 500	12 500	Районный (10-20 тыс. м ²)
Ласточкино	Воронеж	20 395	12 000	Районный (10-20 тыс. м ²)
Сыр	Краснодар	15 400	12 000	Районный (10-20 тыс. м ²)
Депо	Уфа	13 000	10 400	Районный (10-20 тыс. м ²)
Уют Холл (реконструкция)	Екатеринбург	14 813**	10 369***	Районный (10-20 тыс. м ²)
Лайнер	Пермь	11 600	9 600	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Триумф, III оч.	Омск	10 795	8 700	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Клевер	Рязань	11 390	8 500	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Небо	Камышин	11 701	7 606	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Искра	Пермь	10 000	6 925	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Soloway	Киров	8 900	6 100	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Ритм	Бийск	7 000	5 250***	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Застава	Пенза	6 300	5 139	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Трилогия	Краснодар	6 000	5 000	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Локо в ЖК «Локомотив»	Барнаул	6 000**	4 800***	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Атлант	Лакинск	5 400	4 300	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Фестиваль, II оч.	Тайшет	5 700	3 990	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
ТЦ	Мурманск	5 613	3 649	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Строй Молл	Тула	4 395	3 516***	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Катальпа	Ростов-на-Дону	3 300	2 300	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Итого		495 003	324 643	

* Без учета объектов Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга, Ленинградской области.

** Источник данных: ПКК.

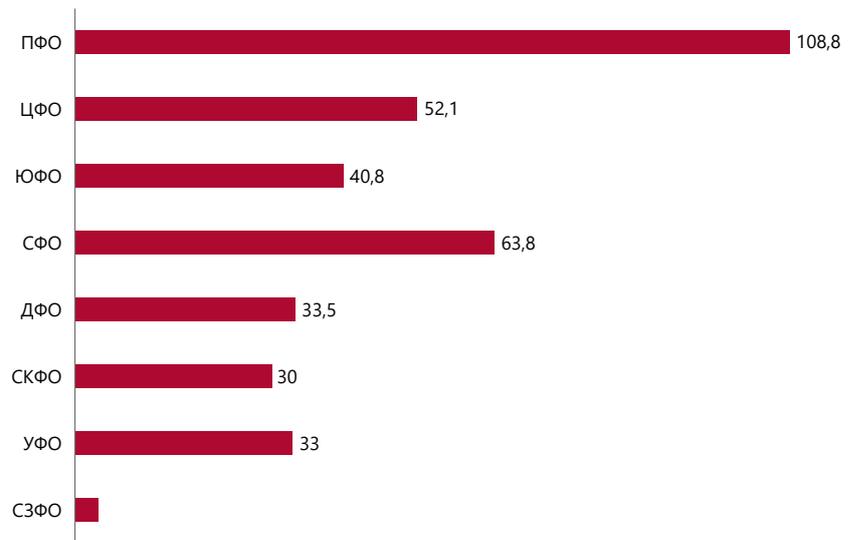
*** Оценка аналитиков NF Group.

Источник: NF GROUP Research, 2025

Для сравнения – в 2023 г. основной объем нового предложения был представлен в равной пропорции между районным (35%) и микрорайонным (32%) форматами. Снижение площади вводимых объектов обусловлено не столько трансформацией потребительских привычек, сколько сложностями в реализации более крупных торговых объектов, вызванных стоимостью строительства, ростом ключевой ставки, на фоне отсутствия роста арендной ставки. В ситуации неопределенности строительство малоформатных торговых центров менее рискованно для инвесторов, поэтому их стройки не замораживаются.

Самым крупным из открытых в 2024 году торговых объектов в региональных городах является II очередь строительства ТРК «Brosco Mall» — «Brosco Волна» (г. Хабаровск) арендопригодной площадью 33,5 тыс. м². Вторая очередь данного проекта преимущественно заключается в строительстве в водно-оздоровительного комплекса, площадью 12,1 тыс. м², представляющий новый формат городского досуга, который может быть представлен в торговой недвижимости. Этот крупный объект окружного формата расположен в центральной части Хабаровска в 1,5 километровой доступности от основной улицы центральной части города – улицы Муравьева-Амурского, а также двух основных пешеходно-транзитных бульваров – Уссурийского и Амурского, что делает его привлекательным для большей части населения города за счет удобной транспортной доступности, близости к центру города и высокому транзитному потоку. Якорными арендаторами торгового центра являются продуктовый гипермаркет Brosco Market / САМБЕРИ, единственный в Хабаровском крае магазин парфюмерии и косметики «Золотое яблоко» и товары для детей «Бубль Гум». Также основные профили арендаторов Brosco сосредоточены в сегментах fashion-ритейла (Lime, MAAG, New Yorker, Terranova) и БТиЭ (DNS, Bork, Xiaomi, re:Store), товары этих операторов, как правило, востребованы среди эпизодических посетителей, посещающих центральную часть города.

Распределение нового предложения по федеральным округам России, тыс. м²



Источник: NF GROUP Research, 2025

Средняя площадь торговых центров, открытых в 2024 г. составила 11,6 тыс. м², что на 42% выше показателя прошлого года. Данный показатель стал значительно выше за счет больших площадей нескольких ТЦ окружного формата (средняя площадь составила 27,1 тыс. м²) и большого количества торговых объектов микрорайонного формата, имеющих средний показатель площади в 5,6 тыс. м². Несмотря на значительно выросшую среднюю площадь, в регионах России, также, как и в Москве, укрепляется тренд на строительство малоформатных торговых объектов. В региональном контексте тенденция, продолжающаяся с прошлого года, связана с развитием отдаленных от центра микрорайонов в крупных городах и городах-миллионниках.

Новые торговые центры открываются во всех федеральных округах России. Минимальный показатель в списке новых объектов показал Северо-Западный Федеральный округ, где в течение 2024 г. был открыт один малоформатный торговый центр в спальном районе Мурманска, не получивший официального брендированного названия. Максимальный объем открытий пришелся на Приволжский Федеральный округ, в котором объем предложения составил 108,8 тыс. м², что превзошло прошлогодний

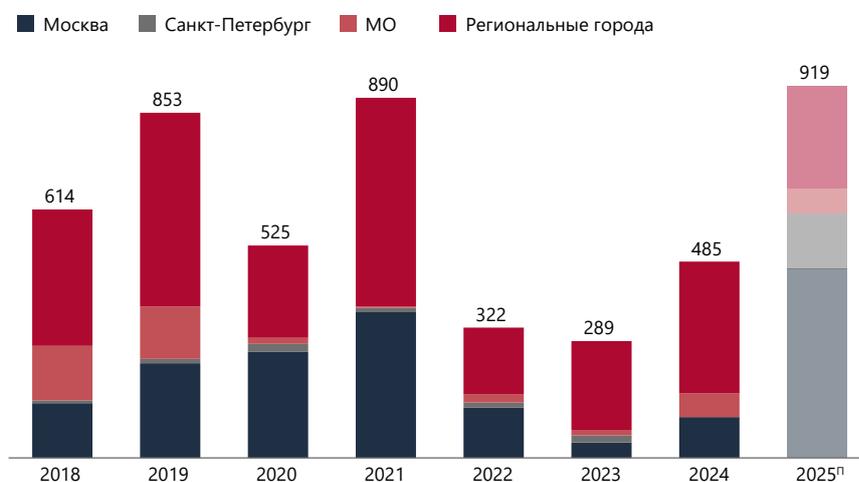
объем открытий лидера рейтинга – Центрального Федерального округа на 20% (87,1 тыс. м²). Такой высокий объем введения объектов обеспечен открытием двух ТЦ окружного формата в Казани и Самаре — «АРТ Центр» (GLA – 23 тыс. м²) и «Точка Сити» (GLA – 21 тыс. м²) соответственно. Оба торговых центра, расположены на территориях новой жилой застройки Казани и Самары, таким образом, обеспечивая жителей нового района широким ассортиментом операторов разных профилей. А также в Воронеже за 2024 г. было открыто три торговых объекта районного формата – БЦ «Деро» (GLA – 12,5 тыс. м²), расположенный на Левом берегу города, обеспечивая новые рабочие места на данной территории, а также два ТЦ в отдаленных районах Воронежа «Боровое» (GLA – 16,5 тыс. м²) и «Ласточкино» (GLA – 12 тыс. м²), обеспечивающие предложение для местного населения, формируя предложение для постоянных посетителей, проживающих в микрорайоне Боровое и жилом квартале Ласточкино с привлекающими к нему посёлками-СНТ. В 2024 г. продолжается тренд на строительство торговой недвижимости, расположенной либо в новых жилых кварталах, либо в удаленных микрорайонах городов-миллионников.

Общее предложение торговых центров в России

По итогам 2024 года общий объем рынка торговых центров в России составил 33,0 млн м², а прирост нового предложения – 500,0 тыс. м² в 25 объектах, включая Москву, Санкт-Петербург и Московскую область. В 2024 г. в России был рост относительно 2023 г., ставшего годом с минимальным объемом новых торговых площадей за последние 20 лет. Доля новых площадей выросла на 42%.

По итогам 2024 г. в среднем насыщенность торговыми площадями в городах-миллионниках составила 484 м² на 1 000 чел., что на 1,6% выше показателя прошлого года. Снижение уровня насыщенности торговыми площадями произошло в 4 из 15 городов-миллионников России. Наиболее значительный упадок обеспеченности пришелся на Нижний Новгород – 587 м² на 1 000 чел. (-1,1% относительно 2023 г.) – закрылся на реконструкцию ТЦ «Этажи» (GLA – 13,0 тыс. м²), он будет переформирован в административно-офисный центр, и Уфа – 435 м² на 1 000 чел. (-1,7% относительно 2023 г.) – был снесен ТРК «Ультра» (GLA – 16,8 тыс. м²) и Красноярск – 343 м² на 1 000 чел. (-0,7% относительно 2023 г.), что связано с повышением численности населения города на 0,7% и отсутствием новых откры-

Динамика открытий новых торговых центров в России, тыс. м²



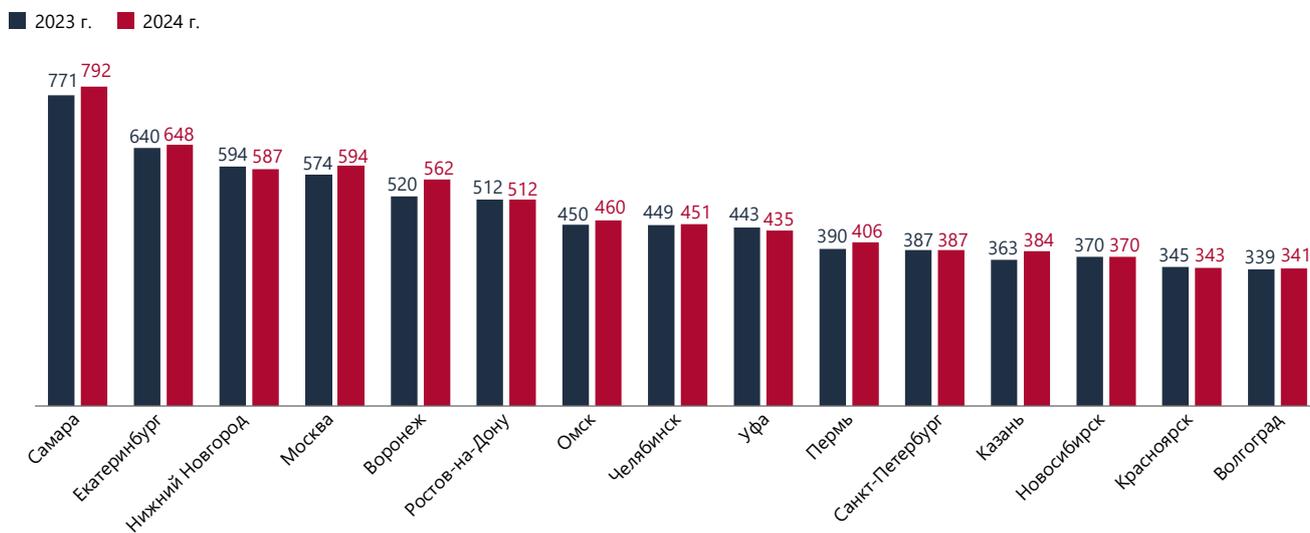
Источник: NF GROUP Research, 2025

тых торговых объектов за 2024 г. Также в Москве закрылся на реконструкцию ТЦ «Тройка» (GLA – 45,7 тыс. м²), несмотря на закрытие подобного крупного торгового объекта в столице сохраняется стабильный темп прироста обеспеченности – 581 м² на 1 000 чел. (+1,3% относительно 2023 г.).

За 2024 г. средний темп прироста обеспеченности населения торговыми площадями составил +1,6%, что явля-

ется равномерным и стабильным темпом прироста относительно 2023 г., где средний темп составил -1,2%. Рост обеспеченности пришелся на 8 из 15 городов-миллионников: Самара – 792 м² на 1 000 чел. (+2,8% относительно 2023 г.), Екатеринбург – 648 м² на 1 000 чел. (+1,3% относительно 2023 г.), Москва – 581 м² на 1 000 чел. (+1,3% относительно 2023 г.), Омск – 460 м² на 1 000 чел. (+2,3% относительно 2023 г.).

Обеспеченность городов торговыми центрами, м²/1000 жителей



Источник: NF GROUP Research, 2025

Наиболее крупные увеличения обеспеченности произошли в Воронеже — 562 м² на 1 000 чел. (+8,1% относительно 2023 г.), Казани — 384 м² на 1 000 чел. (+5,8% относительно 2023 г.) и Перми — 406 м² на 1 000 чел. (+4,1% относительно 2023 г.). Подобные изменения связаны с открытием 5 ТЦ в данных городах — три ТЦ в Воронеже «Боровое» (GLA — 16,5 тыс. м²), «Деро» (GLA — 12,5 тыс. м²), «Ласточкино» (GLA — 12 тыс. м²); «АРТ Центр» в Казани (GLA — 23 тыс. м²); «Лайнер» в Перми (GLA — 9,6 тыс. м²). Параллельно процессы открытия ТЦ были связаны с неизменной численностью населения в этих городах, колеблющейся от -0,5% в Воронеже, 0% в Перми до роста +0,3% в Казани, что позволило значительно повысить обеспеченность населения торговыми площадями. Прирост обеспеченности в Екатеринбурге (+1,3%) и Омске (+2,3%) был связан с открытием после реконструкции ТЦ «Уют Холл» (GLA — 10,4 тыс. м²) в Екатеринбурге

и ТЦ «Триумф», III очередь (GLA — 8,7 тыс. м²).

Самым обеспеченным торговыми площадями городом в России по-прежнему остается Самара — 792 м² на 1 000 жителей, что на 2,8% выше значения 2023 г.

В трех городах наблюдался рост обеспеченности произошел в результате миграции горожан в другие населенные пункты и естественной убылью населения. При отсутствии открытия новых торговых объектов в Волгограде (+0,7%), Челябинске (+0,5%), Новосибирске (+0,1%), в Челябинске (+0,5%). Несмотря на незначительный прирост, минимальный показатель обеспеченности на протяжении последних трех лет продолжает демонстрировать Волгоград.

Сокращение обеспеченности наблюдалось в Красноярске, где по итогам года показатель составил 343 м² на 1 000 чел. (-0,7% относительно 2023 г.). Снижение связано с двумя факторами — отсутствием открытий новых качественных

торговых объектов в городе и ростом численности населения. Последние открытия торговых объектов состоялись в Красноярске в 2018 г. Торговыми центрами, пополнившими сток в 2018 г., были ТРЦ «Галерея Енисей», II очередь (10,5 тыс. м²), ТЦ «Зелёный» (23,6 тыс. м²) и ТЦ Red Молл (7 тыс. м²). Второй фактор заключается в росте количества постоянного населения в городе, который связан с миграционным приростом и составляет +0,7% (1,19 млн. чел. в 2023 г. к 1,21 млн. чел. в 2024 г.).

В Санкт-Петербурге в 2024 г. обеспеченность торговыми центрами не изменилась ввиду минимальной убыли населения, составляющей в процентном соотношении всего -0,04%, а также отсутствия введенных торговых объектов в прошедшем году. В 2025 г. в городе прогнозируется открытие 7 торговых центров суммарной арендопригодной площадью 135 тыс. м².

Объем GLA в 2024 г. в крупных городах



Источник: NF GROUP Research, 2025

Спрос

Активность ретейлеров по открытию новых магазинов в торговых центрах регионов носила умеренный характер по сравнению с Москвой и Санкт-Петербургом, но по сравнению с 2023 годом на региональный рынок вышло больше иностранных брендов (3 бренда в 2023 г., 6 брендов в 2024 г.), а также их географический охват стал гораздо шире (4 города в 2023 г., 11 городов в 2024 г.). Говоря о российских брендах их стало значительно больше, чем было в 2023 г. В связи с тем, что в регионах начали освобожаться ликвидные площади, которые были освобождены после ухода иностранных брендов из России, а также в связи с популяризацией онлайн сервисов, они начали выходить на рынок региональных городов с населением меньше миллиона человек.

В 2024 г. на региональный рынок вышло шесть новых иностранных брендов. 50% новых международных операторов были представлены китайскими брендами среднего ценового сегмента, что связано с общим трендом 2024 г., связанным с выходом множества китайских операторов на рынок российского ретейла. В московском регионе китайские операторы заняли 35% рынка, а в Санкт-Петербурге 60% рынка.

Наиболее популярными городами стали Пермь, Екатеринбург и Ростов-на-Дону. ТЦ «Горизонт» в Ростове-на-Дону смог привлечь 2 зарубежных бренда Bikkembergs из Бельгии (одежда и обувь премиум сегмента), а также Panacea Jewelry Lab из США (ювелирные изделия премиум сегмента). Аналогично ТЦ «Планета» в Перми привлек 2 китайских бренда среднего ценового сегмента HEA (одежда и обувь) и TECNO (бытовые товары и электроника). Изменения в структуре торговых центров связаны с возникновением вакантных арендных площадей после ушедших в 2022 г. крупных международных брендов.

Наиболее крупным брендом по географии охвата российских городов стал фирменный «TECNO» от крупного китайского холдинга Transsion Holdings, предлагающий новый бренд смартфонов. В марте в Калининграде открылся первый магазин, а к концу 2024 г. география расширилась до 5 региональных городов – Тюмени, Барнаула, Перми, Курска и Калининграда.

2024 г. стал периодом изменения форматов репрезентации российских брендов в различных сферах, как в fashion-индустрии, так и среди e-commerce и крупных торговых сетей концепции FMCG. За год произошло расширение на рынке

косметических брендов, а также произошла реконцепция гастрорынка.

Самыми крупными ретейлерами на региональном рынке по итогам 2024 г. стали Gloria Jeans, бренды компании Melon Fashion Group, а также на рынке отдельно стала популярна e-commerce, которая позволяет осуществлять продажу и доставку российских брендов во все регионы России (Befree, Твое, Lime, Zarina, Sela, Gloria Jeans). Отдельно стали расширяться операторы, предлагающие спортивные товары, такие как Спортмастер, Desport, Lamoda Sport.

Fashion-ритейл

Ряд новых российских брендов начал акцентировать свое внимание на молодежной целевой аудитории:

– O'stin запустил новый бренд молодежной одежды Face Code в среднем ценовом сегменте. Основной аудиторией бренда является молодежь возрастом 15–25 лет, имеющая определенный стиль одежды. За 2024 г. удалось запустить шесть магазинов, из которых два магазина в Москве и Московской области (Пушкино) и четыре магазина в региональных городах – Воронеж (ТЦ «Арена»), Иркутск (ТЦ «ЯркоМолл»), Омск (ТРЦ «Мега»), Новосибирск (ТРЦ «Мега»).

Международные бренды, вышедшие на региональный рынок в 2024 г.

Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент	Название ТЦ
HEA	Китай	Одежда и обувь	Средний	«Планета» Пермь «Планета» Уфа
BAASPLOA	Китай	Спортивная одежда	Средний	«ГРИНВИЧ» Екатеринбург «Радуга Парк» Екатеринбург
TECNO	Китай	БТиЭ	Средний	«Балтия Молл» Калининград «Планета» Пермь «Европа» Барнаул «Сити Молл» Тюмень «Central Park» Курск
Bikkembergs	Бельгия	Одежда и обувь	Премиум	«Горизонт» Ростов-на-Дону
Eleventy	Италия	Одежда и обувь	Премиум	Морвокзал, Сочи
Panacea Jewelry Lab	США	Ювелирные изделия	Премиум	«Пушкино Парк» Пушкино «Горизонт» Ростов-на-Дону

Источник: NF GROUP Research, 2025

– Ready! Steady! Go! от компании Gloria Jeans, являющийся молодежным брендом одежды и обуви для целевой аудитории 10-20 лет, дебютировал в казанском ТРК «Парк Хаус», волгоградском ТРК «Парк Хаус» и сочинском ТЦ «Демократический».

– Gulliver Group открыл бренд одежды для активного образа жизни Jumkey, который специализируется на стиле спорт-casual, в основном для молодежной целевой аудитории в возрасте от 18 до 25 лет. Летом были открыты торговые точки в Москве и Санкт-Петербурге. К концу года были открыты точки в Нижнем Новгороде (ТЦ «Фантастика») и Красноярске (ТЦ «Планета»). Одежда марки также представлена на маркетплейсах Lamoda и Wildberries.

– Melon Fashion Group в 2024 г. открыла несколько универмагов в формате «fashion family» в крупных российских городах, например, в краснодарском ТРЦ «Оз Молл». В планах на 2025 г. компания планирует открыть еще 47 магазинов в Воронеже, Сыктывкаре, Калининграде, Оренбурге, Самаре, Саратове, Перми, Казани, Екатеринбурге, Челябинске, Сургуте, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Волгограде, Новосибирске и Красноярске. Площадь объектов варьируется от 350 до 2 000 м².

Также произошло расширение нового иностранного бренда Loft в регионах, преимущественно в ТРЦ «Мега» в Уфе и Ростове-на-Дону и в «Триумф Молл» в Саратове.

В сентябре 2024 г. произошло масштабное переоткрытие магазинов одежды и аксессуаров бренда Hugo Boss после их приобретения ретейлером «Стокманн», где продается оригинальная продукция бренда. Всего в России было открыто 19 магазинов площадью от 150 до 600 м².

Beauty-индустрия

В 2024 году стал популярен beauty-сегмент на российском рынке, как beauty-компании, так и бренды, ранее не специализированные на косметике, решили расширять свою товарную линейку до косметических продуктов.



– Natura Siberica анонсировала запуск 200 точек продаж в регионах России в 2025 г., а к 2026 г. она планирует нарастить число магазинов до 1000.

– В сентябре 2024 г. южнокорейская компания LG зарегистрировала в Роспатенте товарный знак Ohui, который будет продавать косметику и парфюмерию на российском рынке.

– Munz Group, в который входит бренд Salamander, будет дополнен косметикой по уходу за телом.

Интерес к рынку косметики и парфюмерии резко вырос среди непрофильных операторов: Самокат начал продавать косметику под своим брендом Active Makeup; Эконика приобрела долю в сети 2MOOD, где начались продажи косметики под торговым названием Glow Law; Melon Fashion Group объявил о запуске собственной линейки косметики под названием Love Republic Beauty. Данный тренд связан с ограничением импорта косметических продуктов международных компаний, в связи с чем на рынке идет создание нового ассортимента среди непрофильных российских брендов.

Расширение российского ретейла

Бренд женской обуви и аксессуаров Salamander запустил новый формат мультибрендовых салонов Salamander

Store в Московском регионе. Ретейлер планирует расширяться от обувных товаров к одежде, товарам для дома, уходовой косметике, акцентируя внимание на зарубежных брендах – Reebok, Thomas Munz, U.S. Polo, Briggs, LolliPolli, Lumberjack, Rieker, Bridget. К концу 2025 г. ретейлер планирует запустить не менее 50 магазинов в крупнейших ТЦ России преимущественно в региональных городах.

Спортмастер в 2024 г. объявил о развитии итальянского бренда Карра, открывая сеть магазинов для продажи продукции этого бренда. В планах компании запустить первые магазины весной 2025 г.

Совмещение e-commerce и оффлайн-магазинов fashion-ретейлеров

Российские fashion-бренды, по данным Яндекс Маркета, начали активно выходить на рынок маркетплейсов, где продажи брендов в онлайн достигли 70%, что выше показателя 2023 г. в пять раз. Продажи российских брендов в онлайн растут значительно быстрее, чем в оффлайн магазинах. Наиболее популярными операторами в e-commerce стали Befree, Твое, Gloria Jeans, Sela, Zarina.

Lamoda расширила географию охвата вплоть до Владивостока, сформировав множество ПВЗ Lamoda в российских городах.

Яндекс Маркет открыл fashion-проект Ultima, в котором осуществляет продажу люксовых брендов. Таким образом, Яндекс Маркет на данный момент является единственным в России маркетплейсом, способным удовлетворить спрос во всех ценовых категориях. Сейчас Ultima работает только в московском регионе, а в 2025 г. планируется расширение до рынка Санкт-Петербурга. Помимо этого, Яндекс Фабрика, производственный сегмент Яндекса, представил новый бренд Muted базовой одежды для мужчин и женщин, который на данный момент планирует продавать только на маркетплейсе Яндекс Маркет.

Сети магазинов Магнит и Вкусвилл планируют продавать непродовольственные товары под собственной торговой маркой через других операторов уходовой косметики, парфюмерии бытовой химии посредством онлайн-магазинов Л'Этуаль (сеть Вкусвилл) и Золотое яблоко (сеть Магнит). На данный момент ретейлеры не планируют выход на рынок офлайн-товаров.

Спорт и wellness

Внимание торговых центров во всех регионах России продолжают привлекать wellness операторы, которые занимают крупные торговые площади внутри объектов, в условиях современного тренда на сокращение строительство торговых центров крупного формата, и притягивают регулярных посетителей (например, в зоны фитнес-клубов в рамках термальных комплексов) и эпизодических посетителей (непосредственно посетителей терм и Spa-зон).

В 2024 году не открылось новых термальных комплексов в торговых центрах в региональных городах. Предпочтение отдавалось открытию таких комплексов в отдельно стоящих объектах. Самым крупным открытием года стал Termoland в отдельном комплексе в Пензе площадью 10,7 тыс. м². Termoland перенес запланированные в 2024 г. открытия термальных комплексов в ТЦ региональных городов. Termoland в январе 2025 г. открыл термальный комплекс в оренбургском ТЦ «Мармелад», а также анонсировал открытие в ярославском ТЦ «Альтаир» (I квартал 2025 г.), крас-



нодарском ТЦ OZ Mall (I-II квартал 2025 г.) и новокузнецком ТЦ «Планета» (I квартал 2025 г.). Рынок термальных комплексов также пополнился в 2024 г. в Хабаровске, крупный ТЦ Brosco открыл II очередь своего объекта – Brosco Волна (GLA – 33,5 тыс. м², из них термальный комплекс занимает 12,0 тыс. м²).

Многие операторы wellness в 2024 г. расширили свой охват в региональные города. Например, DDX Fitness открыл новые фитнес-центры в самарском ТЦ «Космопорт», сургутском ТЦ «Сити-Молл», иркутских торговых центрах «Силвер Молл» и «Модный квартал».

Среди российских ретейлеров был реализован план по масштабному расширению бренда Lamoda Sport, который открыл более чем сто магазинов в разных регионах страны. В части регионов Lamoda Sport заняла вакантные площади бывших магазинов Adidas. Самые восточные магазины ретейлера были открыты на Дальнем Востоке: в Южно-Сахалинске (ТРК «Сити Молл»), Хабаровске (ТРК «Сити Молл»). Также были открыты магазины в городах-миллионниках, таких как Воронеж, Екатеринбург, Краснодар, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Пермь.

Торговые центры формируют новое предложение в сфере развлечений

Торговые центры России продолжают развиваться в контексте шоппинга впечатлений, благодаря чему заполняются развлекательными концепциями, формируя новый спрос среди посетителей при условии снижения популярности крупных торговых центров. Например, Арт Центр в Казани объединил в одном объекте бизнес-центр, торговые пространства, места для развлечений и отдыха, фуд-холл. В региональных городах открываются развлекательные центры крупных российских сетей, например, в Улан-Удэ «Мисти Парк» площадью 3 тыс. м² в ТРЦ «Пионер», в ростовском ТРК «МЕГАМАГ» – «Вулкан-парк» (4 тыс. м²).

Торговый центр постепенно становится не просто местом для шоппинга, но и местом для проведения времени, посещения развлекательных парков, локацией для встречи с друзьями за ужином, местом для спортивной активности и посещения термальных комплексов.

Прогноз

В течение 2024 г. анонсировано открытие четырех торговых центров в Московской области суммарной арендопригодной площадью 60,6 тыс. м². Основным объемом нового предложения будет реализован за счет одного торгового центра окружного формата (63%).

ТЦ Вельё на Ленинградском шоссе является интересным кейсом, который будет реализован в качестве I очереди в освоении компанией АО «Химки-Молжаниново» территорий будущего технопарка в Молжаниновском районе, который будет состоять не только из

торговой недвижимости, но и крупного логистического комплекса складской недвижимости.

Анонсированный объем открытий в регионах насчитывает 13 торговых центров общей площадью 254,3 тыс. м² в 12 регионах России.

Торговые центры, планируемые к открытию в Московской области в 2025 г.

Название	Город	Общая площадь, м ²	Арендопригодная площадь, м ²	Формат
ГОРОД Подольск	Подольск	58 000	38 000	Окружной (20–45 тыс. м ²)
ТРЦ В ЖК «Дом-Мегалит»	Королёв	19 000	14 000	Районный (10–20 тыс. м ²)
Ливерпуль	Балашиха	22 000	4 500	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Вельё	Химки	6 148	4 122	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Итого		105 148	60 622	

*Оценка NF GROUP

Источник: NF GROUP Research, 2025

Торговые центры, планируемые к открытию в региональных городах в 2025 г.

Название	Город	Общая площадь, м ²	Арендопригодная площадь, м ²	Формат
Шоколад	Барнаул	63 950	35 000*	Окружной (20–45 тыс. м ²)
Даф	Курск	64 000	32 000	Окружной (20–45 тыс. м ²)
Мегапарк	Челябинск	48 000	31 200*	Окружной (20–45 тыс. м ²)
Мир	Краснодар	39 000	25 560	Окружной (20–45 тыс. м ²)
Первый	Махачкала	37 000	25 000	Окружной (20–45 тыс. м ²)
Парк	Нижний Тагил	37 000	20 000	Окружной (20–45 тыс. м ²)
М4 Молл	Ростов-на-Дону	21 720	18 800	Районный (10–20 тыс. м ²)
Кислород	Кисловодск	24 000	16 000	Районный (10–20 тыс. м ²)
АЙСБЕРГ МОЛЛ	Михайловск	22 103	14 367	Районный (10–20 тыс. м ²)
Park Plaza	Магас	18 000	12 600*	Районный (10–20 тыс. м ²)
Mira	Владивосток	48 000	12 000	Районный (10–20 тыс. м ²)
ТЦ	Сочи	10 000	7 000*	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Ритейл парк	Новосибирск	6 000	4 800*	Микрорайонный (менее 10 тыс. м ²)
Итого		438 773	254 327	

*Оценка NF GROUP

Источник: NF GROUP Research, 2025

Большая часть строящихся проектов представлена в окружном формате и составляет 6 торговых объектов площадью 168,7 тыс. м² (63% от общей площади всех объектов). Преимущественно строительство будет происходить в региональных центрах с населением от 500 тыс. до 1 млн. человек. Также выделяются 5 торговых центров районного формата, где 4 из 5 будут построены в региональных центрах, но только один из всего списка будет в городе-миллионнике (Ростов-на-Дону).

По итогам 2024 г. объем качественно предложения в региональных городах России может достигнуть значения

21,4 млн м². В случае реализации планов девелоперов средний уровень обеспеченности городов-миллионников торговыми площадями должен вырасти до 499 м² на 1 000 чел. Наибольший объем новых торговых площадей придется на Челябинск, где анонсировано открытие окружного торгового центра «Мегапарк» (31,2 тыс. м²). Последний качественный торговый центр в городе открывался в этом городе в 2022 г (ТЦ «Таганай», 35,0 тыс. м²).

Открытие новых торговых комплексов в регионах позволит более активно развиваться зарубежным и российским операторам на региональном рынке.

Иностранные операторы, переходя от Москвы и Санкт-Петербурга имеют тренд на постепенную интеграцию в торговые центры региональных городах.

2024 г. стал годом изменения формата торговых центров в сторону расширения функций, которые могут предоставить торговые объекты в изменяющихся условиях и трендах на малоформатные центры. 2025 г. по прогнозам должен стать для торговых центров годом, когда необходимо комплексно изменять торговую функцию, создавая многофункциональные центры, которые смогут закрывать все потребности населения российских городов.

Объем GLA в 2025 г. в крупных городах



Источник: NF GROUP Research, 2025

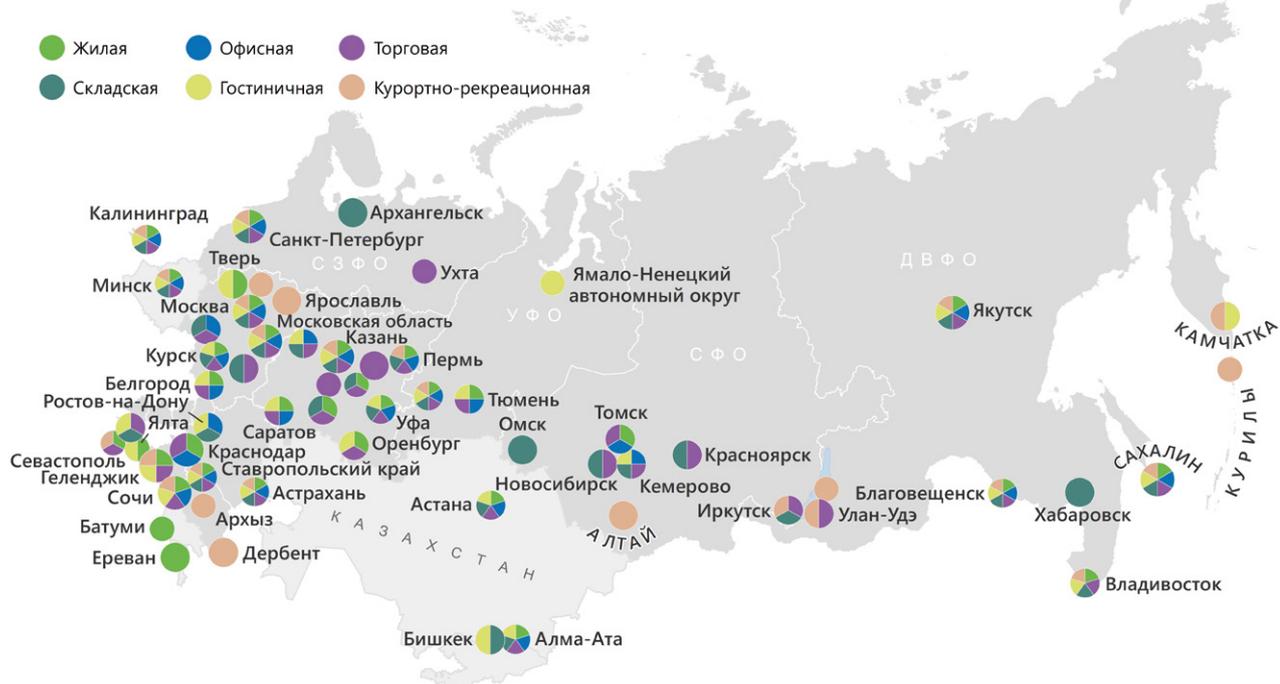
Тренды

- > Обеспечение новых жилых кварталов на окраинах крупных городов малоформатными торговыми центрами.
- > Рост нового предложения торговых центров в городах ЮФО и СКФО с наибольшим приростом населения.
- > Ориентация fashion-ритейлеров на расширение брендов в beauty-индустрию и ориентацию на целевую аудиторию молодежи.
- > Привлечение зарубежных операторов в региональные города.
- > Рост предложения по строительству малоформатных торговых центров вместо торговых центров регионального формата.
- > Смещение основной функции торговых центров в сторону формирования индустрии впечатлений.

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.