

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

I квартал 2025 г.



Ключевые события

- > В Москве открылось пять торговых центров общей арендопригодной площадью 78,2 тыс. м², включая крупный объект окружного формата Botanica Mall (28,5 тыс. м²).
- > Доля свободных площадей в московских ТЦ увеличилась до 6,8% из-за ввода новых объектов с высокой стартовой вакантностью.
- > На рынок вышли только пять новых брендов — Gaissina (Казахстан), De'Longi (Италия), Beko Smart Store (Турция), Jinkailai (Китай), Emiliano Zapata (Италия)



Евгения Хакбердиева

Региональный директор
департамента торговой
недвижимости NF Group

«Рынок торговой недвижимости Москвы в I квартале 2025 года демонстрирует разнонаправленные тренды: с одной стороны, растет ввод новых торговых центров, а с другой мы фиксируем резкое снижение активности ретейлеров по новым открытиям. Мы ожидаем, что в 2025 году ретейлеры продолжат работать над увеличением коммерческой эффективности своих магазинов, оптимизировать форматы, искать новые пути коммуникации с потребителем, расширять клиентский опыт и элементы исключительного опыта в розничных магазинах».

Основные показатели*

Общее предложение действующих торговых центров (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	14,9/7,7
Открыто в 2025 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	129,1/78,2
Планируется к открытию в 2025 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	672,5/313,2
Доля вакантных площадей, %	6,8% (+0,4 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	599

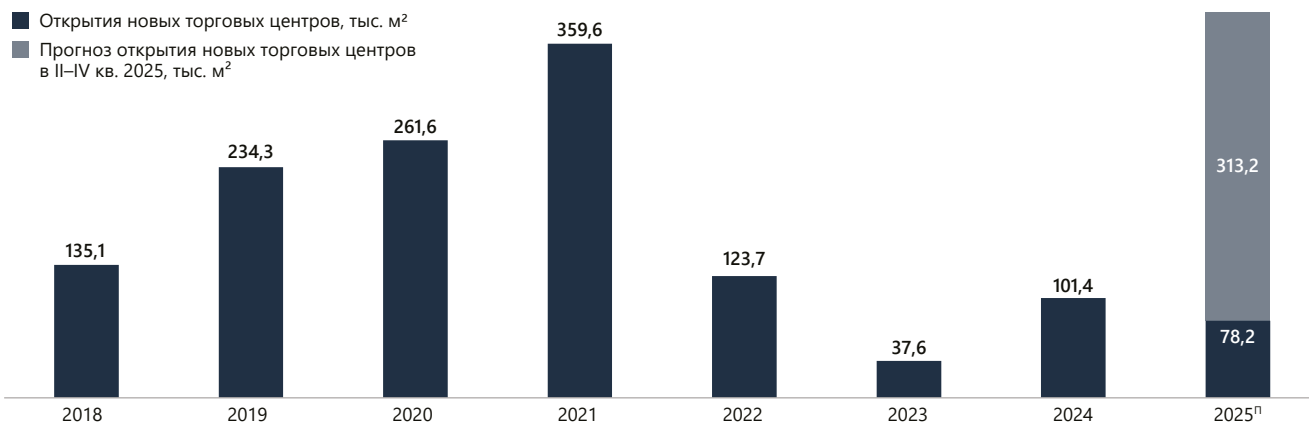
* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, объединенных общей концепцией и единым управлением

** Изменение по сравнению с показателем за IV квартал 2024 г.

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

Источник: NF GROUP Research, 2025

Динамика открытий новых торговых центров в Москве, тыс. м²



Источник: NF GROUP Research, 2025

Предложение

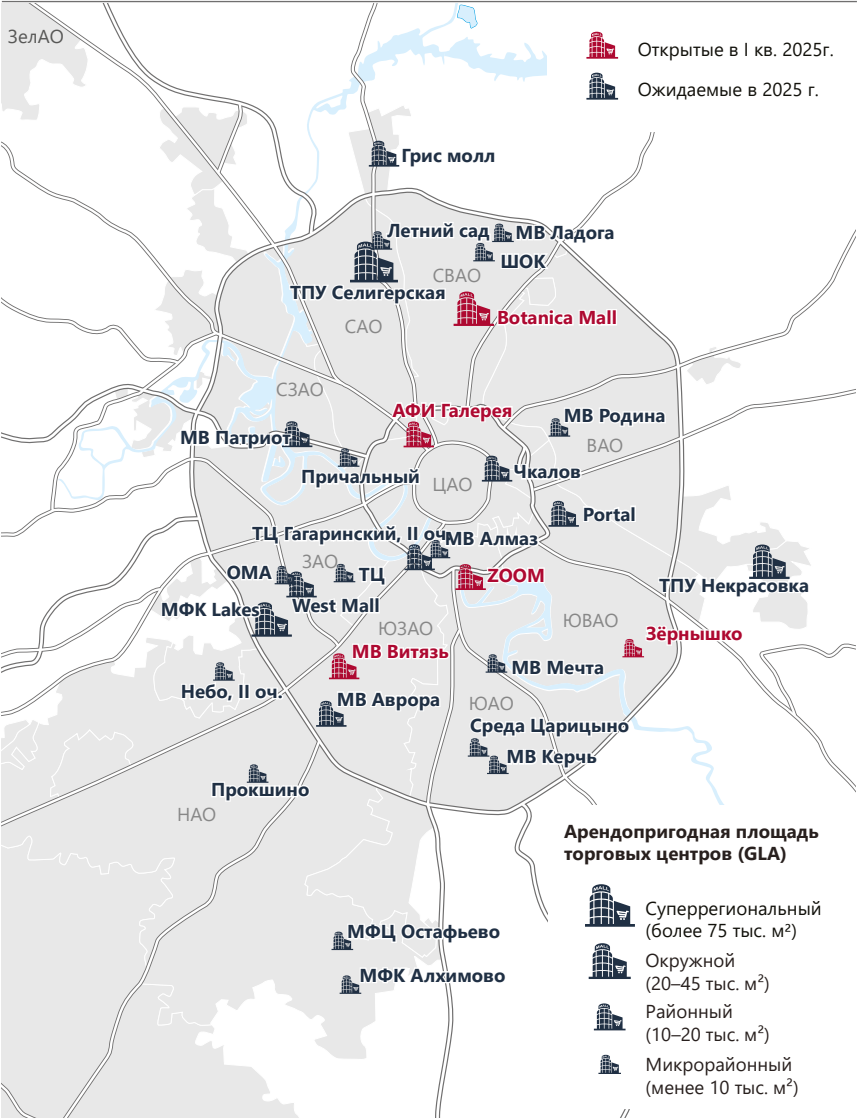
Новое предложение

В первом квартале 2025 года в Москве открылось пять торговых центров арендопригодной площадью 78,2 тыс. м², что уже составляет 77% от всех открытий 2024 года. До конца 2025 г. ожидается открытие еще 24 торговых центров, что может побить рекорды периода 2017 – 2024 гг., где максимальное количество открытий произошло в 2021 г. суммарной арендопригодной площадью 359,6 тыс. м².

В Москве функционирует один торговый центр окружного формата ТРЦ «Botanica Mall» (GLA – 28,5 тыс. м²) в составе ТПУ Ботанический сад, ставший самым крупным открытием в текущем квартале, а также три объекта районного формата – ЗУМ в районе ЗИЛа (GLA – 19,5 тыс. м²), АФИ Галерея возле Белорусского вокзала (GLA – 14,7 тыс. м²) и Место встречи «Витязь» в районе Коньково (GLA – 10,9 тыс. м²), последний открытый ТЦ микрорайонного формата – ТЦ Зёрнышко в жилом массиве района Люблино (GLA – 4,6 тыс. м²).

В 2025 г. должно 8 торговых центров, открытие которых было перенесено с 2024 г. Ввод в эксплуатацию задерживается у таких крупных проектов как ТЦ в составе ЖК «Летний сад» окружного формата от компании Эталон; West Mall районного формата от компании Гарант-Инвест;; а также ТЦ Чкалов на Курском вокзале от IKON Development, открытие которого ожидается с 2023 г.

Торговые центры, открытые в I квартале и прогнозируемые к открытию во II – IV кварталах 2025 г.



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

Торговые центры Москвы, открытые в I квартале 2025 г.

Название	Округ	Район	Общая площадь, м²	Арендопригодная площадь, м²	Формат	Девелопер
Botanica Mall	СВАО	Ростокино	52 900	28 500	Окружной (20–45 тыс. м²)	Пионер
ЗУМ	ЮАО	Даниловский	30 000	19 500	Районный (10–20 тыс. м²)	ЛСР
Афи Галерея	ЦАО	Тверской	21 900	14 700	Районный (10–20 тыс. м²)	AFI Development
Место встречи Витязь	ЮЗАО	Коньково	17 600	10 900	Районный (10–20 тыс. м²)	ADG Group
Зёрнышко	ЮВАО	Люблино	6 700	4 600	Микрорайонный (менее 10 тыс. м²)	Зёрнышко
Итого			129 100	78 200		

Источник: NF GROUP Research, 2025

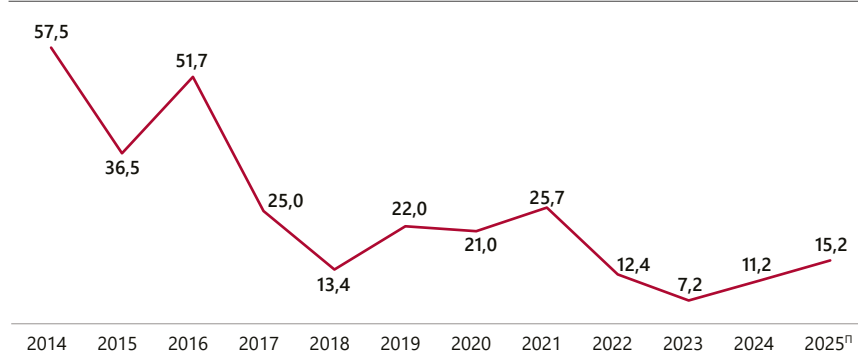
Средняя площадь торгового объекта по итогам квартала составила 15,6 тыс. м², что на 39% выше показателя прошлого года. Увеличение средней площади связано с увеличением арендопригодных объектов площадей введенных торговых объектов. Потенциальный рост средней площади будет связан со значительным повышением вводимых торговых объектов в течение 2025 г.

Востребованность торговых центров малого формата в Москве объясняется их ориентацией на жителей ближайших районов. Такие объекты, как правило, располагаются в спальных районах и рассчитаны на удовлетворение базовых потребностей населения. В I квартале 2025 г. девелоперы продолжили реализацию объектов окружного и районного формата (более 15 тыс. м²), таких как ТЦ в крупных транспортно-пересадочных узлах (ТПУ) «Ботанический сад» и «Белорусская», а также торговых центров малого формата в жилых районах.

Обеспеченность

По итогам I квартала 2025 г. общий объем рынка торговых центров Москвы составил 7,7 млн м², а обеспеченность торговыми площадями на 1 000 жителей – 599 м². Столица продолжает входить в топ-пять городов по обеспеченности населения торговыми площадями среди городов-миллионников.

Средняя площадь новых торговых центров в Москве, тыс. м²



Источник: NF GROUP Research, 2025

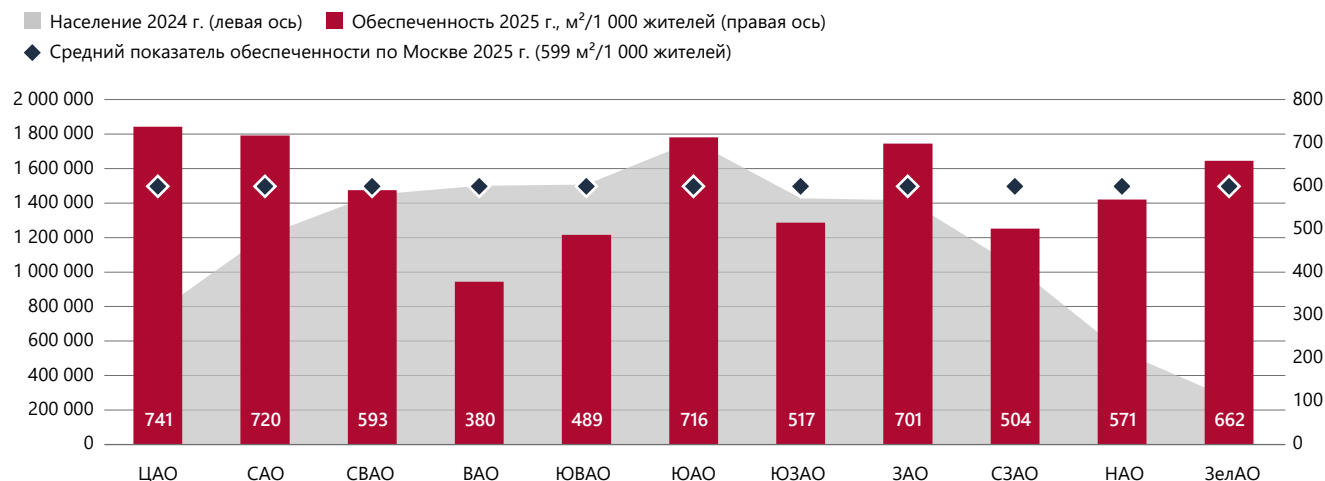
Следует отметить неравномерную обеспеченность жителей Москвы торговыми площадями. Максимальный показатель обеспеченности наблюдается в ЦАО – 741 м² на 1 000 чел. Это связано с преобладанием общественно-деловой функции в центре и низкой численности населения. Также наблюдается повышение обеспеченности в СВАО – с 574 до 593 м² на 1 000 чел., что связано с открытием крупного окружного ТЦ Botanica Mall относительно других открытий в административных округах Москвы.

Самый низкий показатель обеспеченности остается 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), но численность населения округа больше в два раза. Дефицит

сформирован тем, что на территории ВАО располагались крупные промышленные объекты в период наибольшей индустриальной активности XX-го века. В самом округе было минимальное количество жилых кварталов.

ВАО исторически был промышленным поясом города, что привело к низкой обеспеченности торговыми площадями. Однако ситуация меняется: редевелопмент промышленных территорий и активное жилищное строительство стимулируют рост населения округа, которое, по прогнозам, продолжит увеличиваться в ближайшие 5–10 лет. В перспективе это создаст спрос на новые торговые объекты, хотя текущие проекты, такие как ТЦ «Место Встречи Родина» (GLA – 4,5 тыс. м²), пока не способны существенно улучшить ситуацию с обеспеченностью торговыми площадями.

Обеспеченность торговыми площадями жителей Москвы, м²/1 000 жителей



Источник: NF GROUP Research, 2025

Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



Источник: NF GROUP Research, 2025

Также в Москве будет снесен Савёловский рынок для строительства многофункционального комплекса в рамках программы комплексного развития территорий. На участке площадью 7,5 гектара появится общественно-деловое пространство общей площадью 187 тысяч квадратных метров, включающее торгово-развлекательный центр, офисные здания и гостиницу. Савеловский рынок, который ранее был одним из крупнейших рынков товаров для детей, электроники и дисконт-центром известных брендов, — концептуально устарел, и строительство нового комплекса соответствует современным требованиям городской инфраструктуры.

Вакантность

Доля свободных площадей в московских ТЦ выросла до 6,8% в I кв. 2025, что выше показателя конца 2024 г. на 0,4 процентных пункта. Заполняемость крупных торговых центров (Botanica Mall, ЗУМ, АФИ Галерея), открытых в первом квартале, ожидается до 75-85% в течение ближайшего периода развития объектов. В том числе около 30% привлеченных арендаторов в торговые центры находятся на стадии ремонта помещений.

При этом открытие новых объектов в I кв. 2025 г. привело к росту вакансий на фоне открытия новых торговых центров. Принимая во внимание, что это в том числе окружные ТЦ, то новый ввод влияет на общий уровень вакансий. Однако стоит отметить, что вакансии в новых ТЦ будут поглощаться в течение первого года функционирования объекта.

Спрос

Первый квартал 2025 года продемонстрировал смешанные тенденции на рынке торговой недвижимости России. Несмотря на замедление темпов выхода новых иностранных брендов, продолжается рост ввода новых торговых площадей и усиление присутствия отечественных игроков, которые активно работают над своим позиционированием и актуальными форматами.

Диверсификация и коллаборации брендов

Ретейлеры также усиливают омниканальность. Усиливается тренд на коллаборации между брендами из разных сегментов. В конце марта 2025 года «Вкусно — и точка» и бренд молодежной одежды «ТВОЕ» объявили о выпуске совместной лимитированной коллекции одежды с привлечением художника Никиты Куска, доступную исключительно в офлайн-точках.

Интересной тенденцией стал выход ретейлеров в непрофильные сегменты. Непрофильные ретейлеры проявляют интерес к торговле косметикой и парфюмерией. Например, сеть «Читай-город — Буквоед» запустила продажу косметических товаров, включая кремы для рук, средства для ванн и бальзамы для губ. А также изменила формат торговых помещений в пользу формата коворкинга и комфортных зон для изучения ассортимента.

Okko и бренд Zarina выпустили совместную коллекцию одежды, вдохновлен-

ную кино, с участием актеров сериалов онлайн-кинотеатра, таких как Полина Максимова, Лиза Ищенко и Дмитрий Чеботарев. Коллекция включает рубашки из хлопка с принтами в стиле финальных титров, широкие брюки, свитшоты, футболки с дизайн-кодом Okko и лонгсливы из лиоцелла. Главная идея проекта — перенести магию кино в реальность и подчеркнуть важность индивидуального стиля в повседневной жизни. Коллекция поступила в продажу 21 марта 2025 года в магазинах Zarina, на их сайте и в онлайн-магазине мерча Okko.

Befree — российский бренд одежды усилил свою маркетинговую стратегию, предложив клиентам возможность создать собственный дизайн футболки в рамках коллаборации «co:create». Это нововведение позволило бренду привлечь креативную аудиторию в возрасте до 35 лет, увеличив лояльность и продажи.

Трансформация форматов торговых центров

Наблюдается тренд на трансформацию традиционных торговых комплексов в многофункциональные пространства с досуговыми элементами и социальными сервисами. В ТЦ активно открываются развлекательные концепции. Также наблюдается снижение средней площади новых торговых объектов. Малоформатные проекты в спальных районах демонстрируют наибольшую успешность.

Интеграция wellness-зон и социальных сервисов: в ТРЦ «Город на Рязанке» открылась площадка проекта «Московское долголетие» площадью 731 м², где пенсионеры участвуют в мастер-классах, танцах и спортивных занятиях.

Иммерсивные технологии и геймификация: в сети «Золотое яблоко» внедрены AR-зеркала, позволяющие виртуально примерять макияж. Аналогичный проект запущен в «Магнит Косметик» в Санкт-Петербурге. Также элементы театрального представления становятся частью шоппинга – Иль Де Ботэ запустил «Театр красоты», каждый час в магазинах звучат аудиоспектакли, основанные на стихотворениях российских классиков, а также воссоздана театральная фотозона.

Экспансия отечественных ритейлеров

Структура арендаторов крупных торговых центров за последние годы показывает рост доли российских брендов, особенно в сегментах развлечений, фитнеса и beauty. Ритейлеры активно трансформируют офлайн-форматы, чтобы привлечь больше трафика и увеличить обороты. Например, Melon Fashion Group планирует открыть 47 новых магазинов в первой половине 2025 года, делая акцент на создании гибридных пространств с зонами отдыха и кофейнями. Face Code, в свою очередь, готовится запустить более 20 точек в крупных ТЦ России. Эти стратегии направлены на повышение вовлеченности покупателей и укрепление позиций в розничной торговле.

В марте 2025 года в ТРЦ «Авиапарк» открылся крупнейший магазин сети Lime площадью 4778 м². Впервые для бренда были внедрены кассы самообслуживания, что улучшает клиентский опыт.

Цифровизация офлайн-опыта и расширение маркетинга компаний

Ритейлеры внедряют технологии дополненной реальности (AR) и AI-рекомендации непосредственно в магазинах. Например, Sela запустила

Российские ритейлеры и методы освоения рынка

Расширение ассортимента	
Золотое Яблоко	Расширение площади
Эконика	Расширение площади
Okko и Zarina	Коллаборация
«Вкусно и точка» и ТВОЁ	Коллаборация
Lime	Расширение площади
Изменение способов продвижения	
Ашан	Досугово-образовательные мастер-классы
Sela	Использование AI-технологий

Источник: NF GROUP Research, 2025



«умные» зеркала в ТЦ «Метрополис», которые подбирают образы на основе предпочтений клиента. В Telegram-каналах бренды используют AR-стикеры и интерактивные квесты для привлечения аудитории в физические точки. Например, так делает бренд OMANKO, проводя осенью и весной квесты, во время которых в Москве необходимо искать стикеры, получение которых дает возможность получить определенный элемент одежды.

Социально-ориентированные ТЦ

Торговые центры интегрируют социальные сервисы: в ТЦ «Место Встречи»

открылись государственные «Центры московского долголетия», предлагающие бесплатные занятия для пенсионеров. Одновременно DDX Fitness расширил сеть клубов в ТЦ ADG Group, суммарно заняв 5 тыс. м².

Интеграция food-сегмента в ритейл

Ритейлеры активно внедряют элементы гастрономии в свои магазины, создавая новый клиентский опыт. Например, Lime открыл кафе в ТЦ «Павелецкая Плаза», где авторские напитки и десерты отражают цветовую палитру текущей коллекции одежды.

Новые иностранные бренды

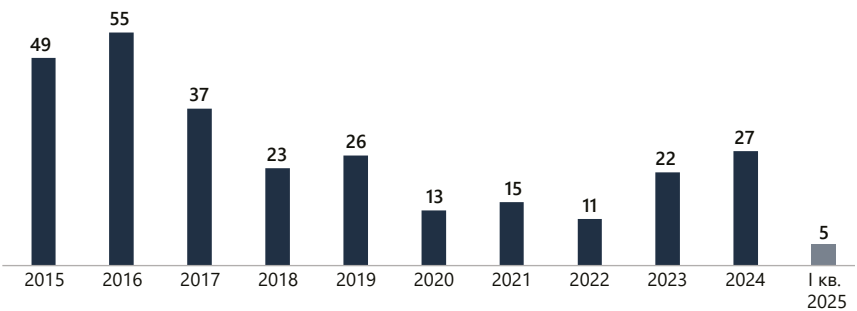
Выход иностранных брендов на российский рынок в I квартале 2025 года значительно замедлился. За первые три месяца 2025 года рынок пополнился пятью иностранными брендами против одиннадцати брендов в первом квартале 2024 г.

В 2025 году на российский рынок планируют выйти 23 новых иностранных бренда, что на 15% меньше, чем в 2024 году. Снижение динамики обусловлено низким уровнем вакансий в торговых центрах и действующими экономическими ограничениями, включая действующие санкции на платежные системы. В том числе для возвращения западных брендов, таких как Inditex, пока не созданы все необходимые условия.

В I квартале 2025 года на российский рынок вышло пять иностранных бренда.

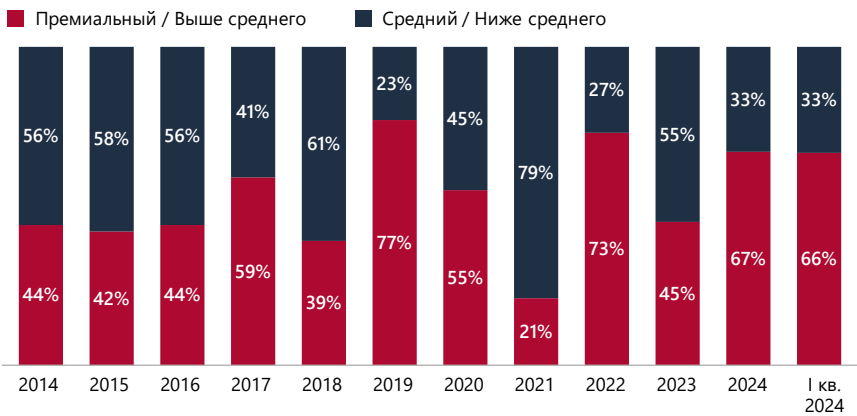
- > Gaissina (Казахстан) — бренд одежды и обуви среднего ценового сегмента, который открыл свой первый бутик площадью 900 м² в ТЦ «Афимолл» в Москве. Средний чек составляет 6-7 тысяч рублей. Бренд планирует открыть еще 4-5 магазинов в Москве до конца 2025 года.
- > De'Longi (Италия) — производитель бытовой техники премиум-класса, который запустил свой первый флагманский магазин площадью 246,5 м² в ТРЦ «Мега Химки» под Москвой. В ассортименте представлены кофемашины, варочные поверхности, духовые шкафы и другая техника для дома.
- > Beko Smart Store (Турция) — бренд бытовой техники среднего ценового сегмента, который открыл новый формат магазина в России, предлагая инновационные решения для дома и кухни, включая холодильники, стиральные машины и мелкую бытовую технику.
- > Jinkailai (Китай) — китайский мебельный бренд, специализирующийся на премиальной мебели и дизайнерском освещении, открывшийся в мебельном центре Roomeg.

Динамика выхода международных брендов на российский рынок, шт.



Источник: NF GROUP Research, 2025

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



Источник: NF GROUP Research, 2025

Международные бренды, вышедшие на российский рынок в I квартале 2025 г.

Название бренда	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
GAISSINA	Казахстан	Одежды и обувь	Средний
De'Longi	Италия	Бытовая техника и электроника	Премиум
Beko Smart Store	Турция	Бытовая техника и электроника	Средний
Jinkailai	Китай	Товары для дома	Премиум
Emiliano Zapata	Италия	Мужская одежда	Премиум

Источник: NF GROUP Research, 2025

- > Emiliano Zapata (Италия) — европейский бренд, который производит мужскую одежду, москвичи и гости столицы скоро смогут посетить первый магазин сети в ГУМе.

Ожидается, что в 2025 году азиатские компании продолжат активно выходить на российский рынок, сосредотачиваясь на среднем и выше среднего ценовых

сегментах. В то же время возвращение западных и азиатских брендов может происходить в ограниченных форматах, таких как франчайзинг или локальное производство, поскольку для полноценного возобновления их деятельности пока не созданы все необходимые условия, включая действующие санкции и ограничения на платежные системы.

Коммерческие условия

За 1 квартал 2025 г. запрашиваемые арендные ставки для новых арендаторов в торговых центрах Москвы существенно не изменились, и тренда на корректировку коммерческих условий не наблюдается.

Посещаемость

По итогам I кв. 2025 г. положительную динамику посещаемости по сравнению с аналогичным периодом 2024 г. продолжают демонстрировать малоформатные торговые центры. Высокая посещаемость малых торговых объектов связана с удобством их повседневного использования: расположенные в густонаселенных жилых массивах, районные торговые центры предлагают посетителям оптимальный состав арендаторов для ежедневных покупок – продуктовых, спортивных, социальных, развлекательных объектов.

Торговые центры окружного и суперрегионального формата наблюдают значительный отток посетителей. Однако это связано с изменением потребительских привычек, где люди приходят в торговые комплексы осознанно с целью совместить шоппинг и развлечения, проведя досуг выходного дня познавательно. В том числе I квартал обладает наибольшим количеством выходных дней в связи с государственными праздниками, во время которых жители организуют свой досуг вдали от города или посещают учреждения культуры.

Прогнозы

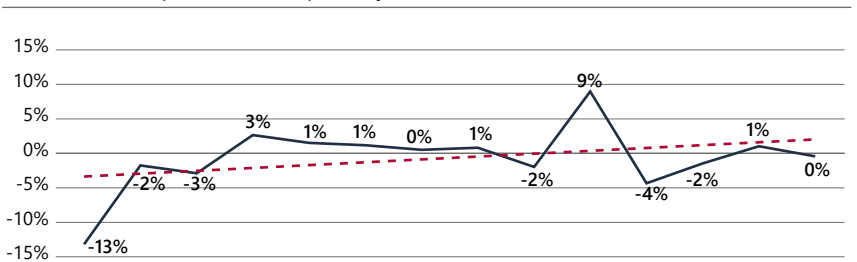
К открытию во II-IV кварталах 2025 г. девелоперами анонсировано открытие 24 торговых центров суммарной арендопригодной площадью 313,2 тыс. м². Средняя арендопригодная площадь всех запланированных к открытию торговых центров в 2025 г. составляет 15,2 тыс. м² (на 27,6% выше значения 2024 г.). 30% будущих площадей относится к одному суперрегиональному центру ТПУ Селигерская, далее наибольшую долю площадей будут составлять центры районного (29%) и микро-районного форматов (21%).

Условия аренды в торговых центрах Москвы*

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м²/год**		% от товарооборота
	Крупные торговые центры	Малые торговые центры (до 10 лет)	
Супермаркет (1 000–2 000 м²)	8 000–24 000	15 000–26 000	4–7
Супермаркет (450–900 м²)	18 000–35 000	18 000–35 000	4–7
Товары для дома (<1 500 м²)	0–10 000	8 000–12 000	6–8
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м²)	6 000–15 000	6 000–15 000	2,5–5
Спортивные товары (1 200–1 800 м²)	6 000–12 000	6 000–12 000	5–6
Детские товары (1 200–2 000 м²)	6 000–12 000	6 000–12 000	4–7
Операторы торговой галереи***:			
Якоря	более 1 000 м²	10 000–20 000	4–12
Мини-якоря	700–1 000 м²	15 000–30 000	6–10
Мини-якоря	500–700 м²	20 000–50 000	6–10
	300–500 м²	20 000–60 000	5–12
	150–300 м²	40 000–100 000	6–14
	100–150 м²	50 000–120 000	10–14
	50–100 м²	50 000–130 000	12–14
	0–50 м²	50 000–180 000	10–14
Досуговые концепции:			
Развлекательные центры (2 000–4 000 м²)	4 000–8 000	4 000–6 000	10–15
Кинотеатры (2 500–5 000 м²)	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

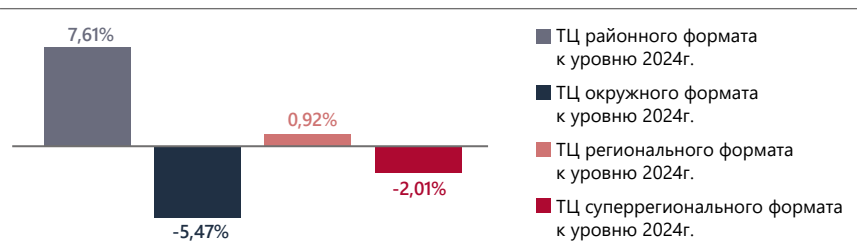
* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий, объединенных общей концепцией и единым управлением
** Изменение по сравнению с показателем за IV квартал 2023 г.
*** Верхние 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 I кв. 2025 г. в сравнении с предыдущей неделей

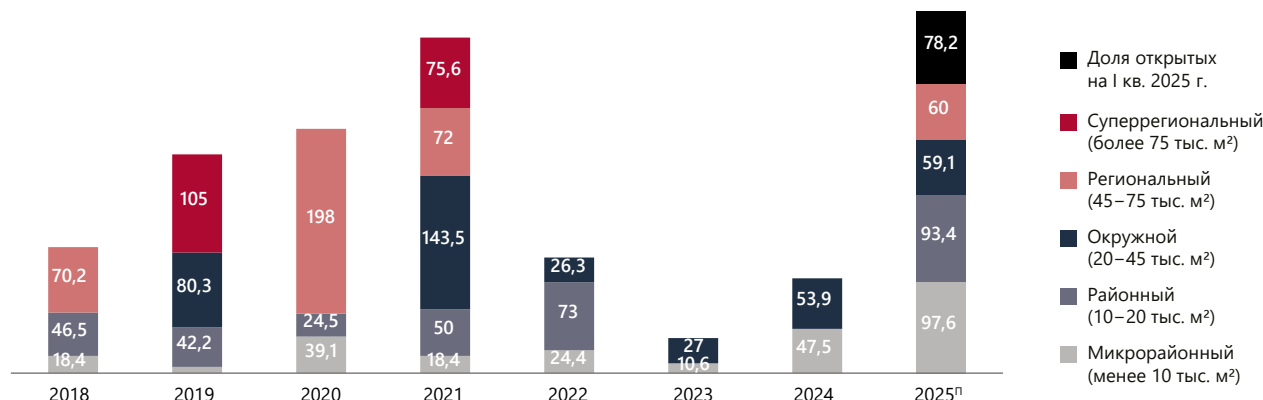


Источник: Mall Index от Focus Technologies, 2025

Уровень посещаемости торговых центров Москвы разных форматов за I кв. 2025 г., %



Источник: Mall Index от Focus Technologies, 2025

Структура новых торговых центров в Москве, открытие которых ожидается во II – IV кварталах 2025 г., тыс. м²

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

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.

Ключевыми трендами становятся усиление позиций российских брендов, увеличение доли развлекательного сегмента и фитнеса, трансформация форматов торговых центров в сторону многофункциональности и уменьшения размеров.

В ближайшей перспективе рынок будет развиваться в условиях ограниченного предложения качественных площадей

и высокой стоимости заемного финансирования, что может привести к дальнейшему замедлению экспансии брендов,

Рынок торговой недвижимости Москвы продолжает расти за счет разнообразия форматов использования площадей — от традиционных магазинов до социальных и развлекательных пространств. В 2025 году развитие рынка связано с внедрением цифровых технологий, созданием общественно значимых проектов и комбинированных форматов, которые помогают привлекать посетителей за счет новых впечатлений.

Тренды:

- > **Снижение активности российских ретейлеров: год оценки и работы над ошибками**
- > **Наблюдается рост спроса на новинки и коллаборации, которые могут увеличить обороты**
- > **Бренды экспериментируют с зонированием магазинов и расширением ассортимента**
- > **Развивается омниканальность, включая возможность кастомизации товаров и взаимодействия с AI-технологиями**



ТЦ «Портал»

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	145 000	Суперрегиональный (более 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
МФК Lakes	ЗАО	Очаково-Матвеевское	54 430	24 136	Окружной (20–45 тыс. м ²)	ПИК
Летний сад*	САО	Дмитровский	30 000	20 485	Окружной (20–45 тыс. м ²)	Эталон
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
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
КДЦ Северный / Грис молл	СВАО	Северный	15 740	9 000	Районный (10–20 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
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
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			672 165	313 267		

* Торговые центры, открытие которых ожидалось в 2024 г.

Источник: NF GROUP Research, 2025

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.