

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

I полугодие 2025 г.



ТК «Невский Центр»



**Евгения
Хакбердиева**

Региональный директор
департамента торговой
недвижимости
NF GROUP

«Первое полугодие на рынке торговой недвижимости Санкт-Петербурга отмечено запуском двух проектов локального формата. Проекты открылись с высоким уровнем заполняемости, что, с одной стороны, характерно для новых открытий последних 10 лет (начиная с 2015 г.), а с другой стороны – отражает

текущую ситуацию на рынке: адресная программа развития у ключевых игроков рынка на фоне сдержанного потребления у населения. Основная активность в торговых центрах происходит в категориях, направленных на развлечение и времяпрепровождение граждан: общественное питание, спорт и развлечения».

Основные показатели*

	IIП 2025	IIП 2025 прогноз
Общий объем предложения (GLA), м ²	2 224 000 (58 ТЦ)	2 294 000 (60 ТЦ)
Новые торговые центры (GLA), м ²	55 700	70 700
Вакантность в среднем по рынку, %	4,7%	4–5%
Вакантность по ключевым ТЦ, %	2,7%	2–3%

* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий общей площадью более 10 000 м², объединенных общей концепцией и единым управлением.

Источник: NF GROUP Research, 2025

Ключевые итоги:

- > Замедление темпов развития – следствие бурного роста в 2023–2024 гг. + снижение покупательной способности и свободных денег. Крайне сдержанная модель потребления у россиян.
- > Усиление влияния онлайн-торговли на классические торговые центры в отдельно взятых категориях и на товары с низким чеком. Сегменты средний и выше среднего в меньшей степени зависят от влияния маркетплейсов, но испытывают сложности из-за сдержанного потребления.
- > Конкуренция с городскими пространствами и инфраструктурным ретейлом в жилых комплексах.
- > Демографический фактор: снижение численности населения и долгосрочная смена поколений.
- > Высокая стоимость заемного финансирования – сокращение экспансии ретейлеров, оптимизация затрат на операционную деятельность в связи с отсутствием роста оборотов и инфляции.

Объем рынка

Общий объем рынка действующих качественных профессиональных торговых центров в Санкт-Петербурге составляет 2,2 млн. м² в 58 объектах арендопригодной площадью от 10 тыс. м². Обеспеченность населения торговыми площадями в Северной столице – 393 м² на 1 000 жителей. Для сравнения: в Москве – 599 м², в Самаре – 792, в Казани – 384 м².

Новое предложение

В I пол. 2025 г. в Санкт-Петербурге и агломерации открылось два торговых центра окружного формата: «Парк Молл» на пр. Просвещения (арендопригодная площадь 30 тыс. м²) и «Небо» в Мурино (27,5 тыс. м²).

Введены в эксплуатацию, но пока не открыты торговые центры Hollywood в Санкт-Петербурге и торговый центр в Новогорелово Ленинградской обла-

сти. Открытие анонсировано на II пол. 2025 г. Таким образом, годовой объем новых открытий превысит 100 тыс. м², что в последний раз наблюдалось на рынке в 2013 г.

Реконцепция торговых центров

Развитие рынка торговых центров происходит не только в количественном, но и в качественном направлении. В 2025 г. частичная реконцепция ряда торговых центров происходит за счет структурных изменений в сегменте отдыха и развлечений. Кинотеатры продолжают сокращать занимаемые площади, отдавая их под фитнес, заведения общественного питания, развлечения – например, DDX Fitness в ТЦ «Сити Молл» и в ТЦ «Жемчужная Плаза», фуд-холл и музей в ТЦ «ПИК» и другие.

Динамика открытия новых торговых центров и доли свободных площадей в Санкт-Петербурге

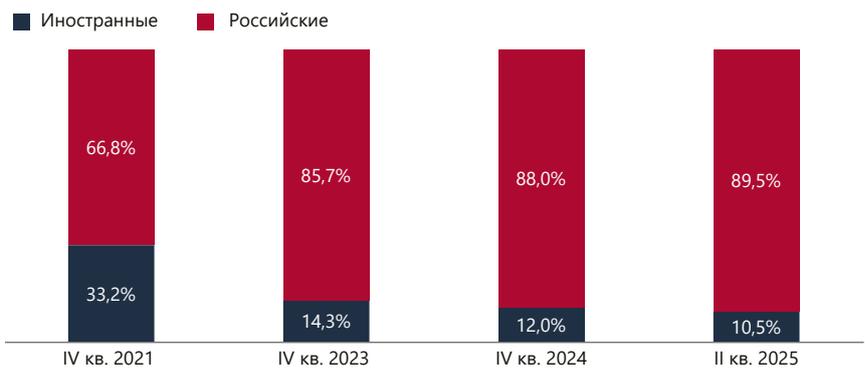


Источник: NF GROUP Research, 2025

Собственники торговых центров

Большая часть торговых центров Санкт-Петербурга принадлежит российским девелоперам. Доля иностранных собственников в 2025 г. продолжила снижаться. Так, в конце 2021 г. на их долю приходилось 33% площадей торговых центров, в июле 2025 г. – 10,5%. В I пол. 2025 г. Hines продал Outlet Village Pulkovo компании «Кама Капитал».

Собственники торговых центров в Санкт-Петербурге (по площади)



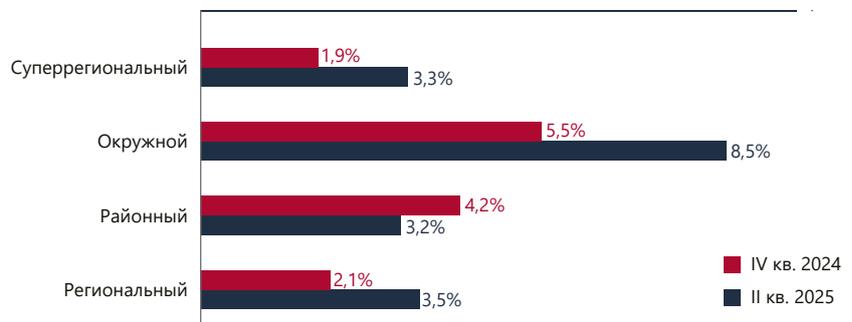
Источник: NF GROUP Research, 2025

Вакантность

Как и прогнозировалось, доля свободных площадей в торговых центрах Санкт-Петербурга в 2025 г. начала расти. За первые полгода 2025 г. вакантность выросла с 3,1 до 4,7% в среднем по рынку. Рост вакантности обусловлен оптимизацией и сокращением планов по развитию ретейлеров с одной стороны, а также открытием новых торговых центров, которые еще не достигли оптимальных показателей заполняемости.

Ключевые торговые центры имеют более низкие показатели свободных площадей, хотя тенденция к росту также прослеживается – с 1,3% в декабре 2024 г. до 2,7% в июне 2025 г.

Доля свободных площадей в разных типах торговых центров Санкт-Петербурга



Источник: NF GROUP Research, 2025

* Ключевые ТЦ Санкт-Петербурга: «Галерея», «Невский Центр», «Мега Парнас», «Мега Дыбенко», «Охта Молл», «Питер Радуга», «Жемчужная Плаза», «Лето», «Гранд Каньон», «Европолис», «Сити Молл».

Доля свободных площадей выросла по всем форматам торговых центров, кроме районных, где отмечается снижение на 1 п. п. за полгода. В окружающих торговых центрах рост вакантности обусловлен открытием новых объектов, которые еще не вышли на оптимальные показатели заполняемости. В аутлетах Санкт-Петербурга сохраняется стабильно низкий уровень вакантности в Outlet Village Pulkovo (менее 3%) и увеличивается в Fashion House (более 20%). Доля иностранных брендов по размеру занимаемой площади в петербургских аутлетах снизилась с 62% (в начале 2022 г.) до 43% (в середине 2025 г.).

До конца года прогнозируется стабилизация вакантности в среднем по рынку на уровне 4–5%, так как открытие новых торговых центров ожидается с высокой заполняемостью.

Ротация

Одежда, обувь и аксессуары

Основная ротация арендаторов в торговых центрах Петербурга в I пол. 2025 г. происходила в сегменте одежды и аксессуаров. При этом значительных изменений в структуре открытий (25 тыс. м²) и закрытий (25 тыс. м²) не было. Lime анонсировал новое открытие в «Галерее», Loft – в «Жемчужной Плазе»; в «Мега Дыбенко» открылись Nice&Easy, Lichi, в «Парк Молле» – New Yorker, Zarina, Familia и др. Закрылись все магазины Lady Collection, ряд магазинов Toto, Kanzler, Gerry Weber, Akhmadullina dreams, Pan Club.

При этом в сегменте магазинов обуви за полугодие закрытий больше, чем открытий. Закрылись ряд магазинов Obuv, Sofia, Saboo, Zenden, Ralf Ringer и др. Закончился процесс активного замещения ушедших из России иностранных брендов. Теперь российские ретейлеры приступили к оптимизации сетей и закрывают наименее эффективные магазины.

Бренды 2XU (Австралия), Lorigata (Италия), UGG (США) больше не представлены в городе.

Отдых и развлечения

Существенное превышение открытий (26 тыс. м²) по сравнению с закрытиями (10 тыс. м²) отмечалось в сегменте отдыха и развлечений. Структурные изменения рынка происходят в сфере фитнеса. DDX Fitness активно наращивает свою долю рынка, развиваются и другие клубы, работающие по ежемесячной оплате:

- > ТЦ «Лондон Молл»: DDX Fitness занял площади Nordway Park и Happy Fitness;
- > ТЦ «Южный Полюс»: DDX Fitness занял площади «Экстраспорт»;
- > ТЦ «Сити Молл»: DDX Fitness занял часть площадей кинотеатра «Формула Кино»;
- > ТЦ «Небо»: DDX Fitness – открытие в новом торговом центре;
- > ТЦ «Капитолий»: открылся MetroFitness;
- > ТЦ «Прометей»: открылся Urban Fit.

В сегменте развлечений появляются новые форматы в торговых центрах, развиваются старые:

- > Часть площадей фуд-холла Vokzal 1853 заняли MTC Live Hall и детский тематический центр «Маша и Медведь»;
- > ТЦ «Небо» анонсировано открытие

кинотеатра, который станет первым в Мурино, а также развлекательного центра «Скалалэнд»;

- > ТЦ «Питерленд» открылся боулинг Wow Bowling;
- > ТЦ «Парк Молл» открылся детский развлекательный центр Fun City.

Общественное питание

В сегменте общественного питания количество открытий (12 тыс. м²) также превышает закрытия (5 тыс. м²), что в первую очередь связано с наполнением новых торговых центров заведениями общественного питания. В ТЦ «Парк Молл» анонсировано открытие фуд-холла, в ТЦ «Небо» открылись заведения сетевого фастфуда, а также рестораны «Балкан» и «Чайхона», активно развивается сеть Double bubble tea, в «Галерее» анонсировано открытие ресторана «The Бык» и др.

Электроника

В сегменте электроники наблюдается отрицательная динамика: закрытия (10 тыс. м²) превышают открытия (3 тыс. м²). В этом сегменте в большей степени негативная динамика обусловлена развитием онлайн-торговли. В I пол. 2025 г. закрылись некоторые магазины «М.Видео», «Эльдорадо», «Все смарт» и др. Из иностранных брендов в формате монобрендовых магазинов в Санкт-Петербурге больше не представлены Seiko и Sony (Япония).

Ротация в торговых центрах Санкт-Петербурга, по площади



Источник: NF GROUP Research, 2025

Спрос

В течение последних шести лет, несмотря на сложности, с которыми столкнулись торговые центры (пандемия и уход международных брендов), структура арендаторов по профилю деятельности существенно не изменилась. Основной объем площадей по-прежнему арендован магазинами одежды

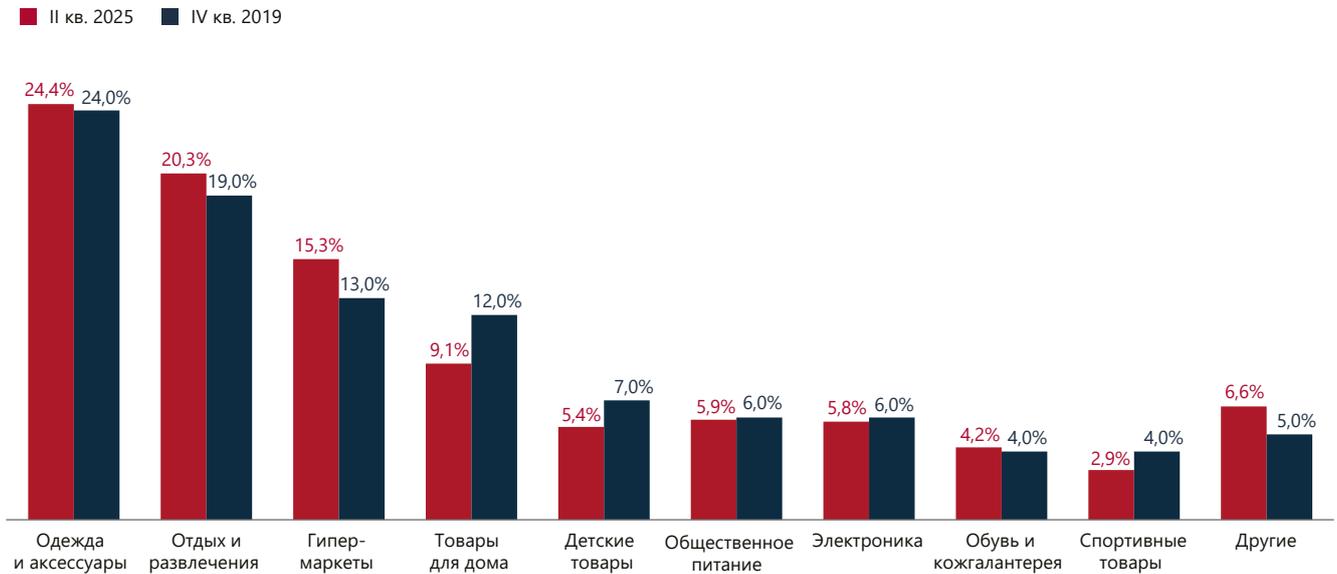
и аксессуаров (24% в 2019 г. и 24,4% в 2025 г.), и торговые центры остаются в первую очередь основными fashion-локациями города.

Доля арендаторов сегмента отдыха и развлечений постепенно растет (19% в 2019 г. и 20,3% в 2025 г.), так как

торговые центры становятся в большей степени местом получения эмоций и проведения досуга.

Изменения в структуре площадей, занимаемых магазинами товаров для дома и гипермаркетами, обусловлено тем, что площади IKEA занял «Мегамаркет».

Структура основных арендаторов торговых центров Санкт-Петербурга



Источник: NF GROUP Research, 2025



Российские и иностранные бренды

Доля российских ретейлеров среди арендаторов торговых центров за последние 6 лет выросла с 70 до 83%. Наибольший объем площадей среди иностранных брендов арендуют французские (в первую очередь за счет «Ашан»), а также китайские, турецкие, итальянские и ливанские компании. Пять лет назад лидировали также французы, но в топ-5 входили шведские, немецкие, финские и испанские бренды.

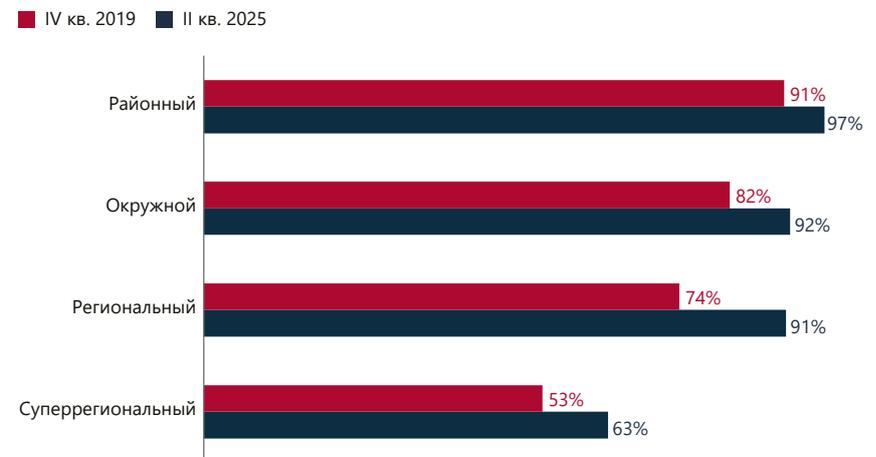
Доля площадей, занимаемых российскими ретейлерами, отличается в зависимости от формата торгового центра. И чем меньше размер торгового центра, тем меньшая доля приходится на иностранные бренды. В суперрегиональных торговых центрах доля российских брендов составила 63% к концу I пол. 2025 г. – за 5 лет она выросла на 10 п. п. В районных торговых центрах изменения не столь существенны. В июле 2025 г. российские ретейлеры занимали 97% площадей, что лишь на 6 п. п. выше показателя декабря 2019 г. За первые шесть месяцев 2025 г. выросла доля российских брендов в окружных торговых центрах – на 1 п. п., за счет новых объектов, открытых в первой половине года.

Новые бренды

В I пол. 2025 г. в торговых центрах Санкт-Петербурга открылось 3 новых иностранных бренда, два из которых китайские – Vaaspola и Beau Today, один итальянский – Карра, что является довольно низким показателем для последних лет.

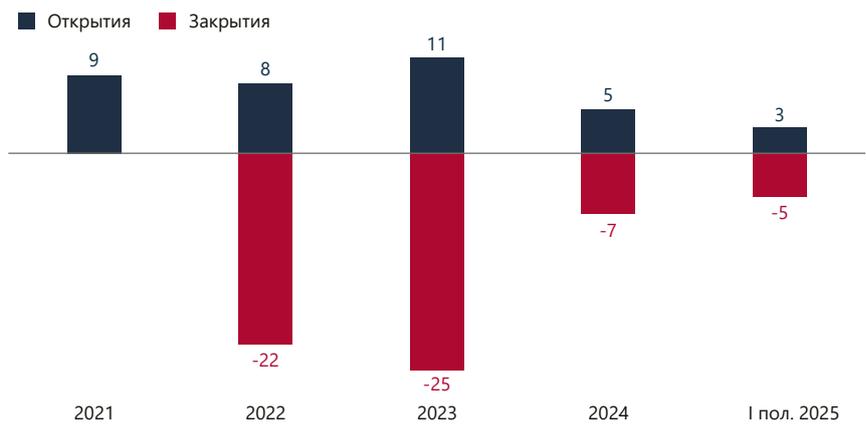
При этом магазины пяти иностранных брендов закрылись в торговых центрах Санкт-Петербурга и больше не представлены в городе. Среди них 2XU (Австралия), Lorigata (Италия), Seiko (Япония), Sony (Япония), UGG (США).

Динамика доли российских брендов по разным форматам торговых центров в Санкт-Петербурге (по площади)



Источник: NF GROUP Research, 2025

Динамика выхода и ухода иностранных брендов в торговых центрах Санкт-Петербурга, шт.



Источник: NF GROUP Research, 2025

Новые иностранные бренды в торговых центрах Санкт-Петербурга, I пол. 2025 г.

Название торгового центра	Бренд	Страна происхождения	Профиль
«Мега Дыбенко»	Vaaspola	Китай	товары для спорта
«Галерея»	Карра	Италия	товары для спорта
«Галерея»	Beau Today	Китай	обувь

Источник: NF GROUP Research, 2025

Посещаемость

В I пол. 2025 г. в целом по рынку торговых центров посещаемость сохраняется на уровне аналогичного периода прошлого года. Рынок остается относительно стабильным – без резких всплесков или провалов, характерных для 2022–2023 гг.

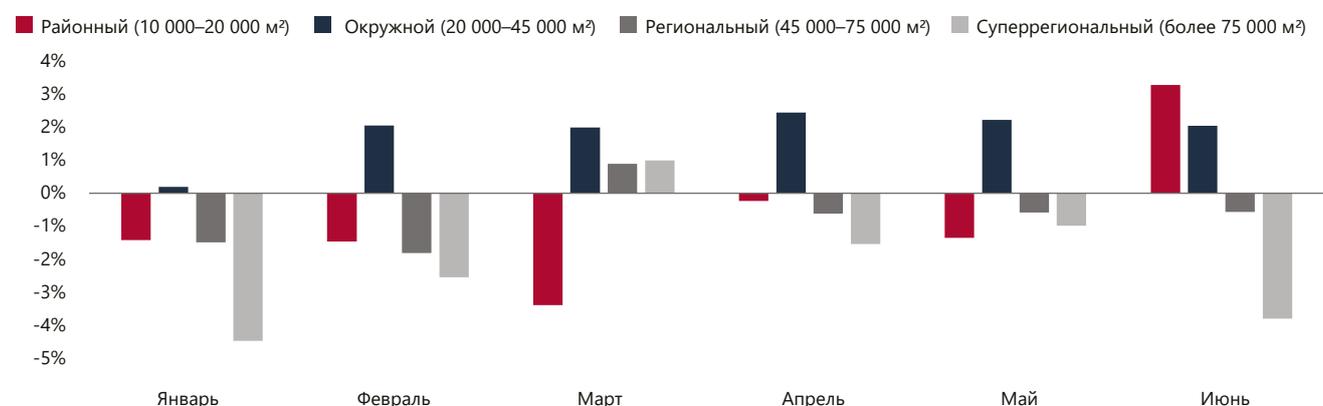
При этом по форматам торговых центров наблюдается разнонаправ-

ленная динамика посещаемости, в зависимости от ряда внешних факторов, – например погоды, транспортных ограничений (закрытий станций метро на ремонт, дорожных работ и др.).

При этом для торговых центров важны не столько показатели посещаемости, сколько конверсия посетителей

в покупателей и средний чек. В 2025 г. сменился тренд – покупатели перешли к крайне сдержанной модели поведения ввиду снижения покупательной способности и количества свободных денег. Многие ретейлеры отмечают снижение продаж, особенно в категории одежда, обувь.

Посещаемость (mall index) торговых центров Санкт-Петербурга в 2025 году к уровню 2024 года



Источник: Focus Technologies

Коммерческие условия

По итогам I пол. 2025 г. диапазон запрашиваемых арендных ставок в торговых центрах для новых арендаторов не изменился. Фиксированная составляющая арендной ставки не растет, при этом отмечается рост запросов на снижение процента от товарооборота. Это обусловлено сокращением маржинальности ретейлеров из-за роста затрат на логистику, маркетинговые кампании, программы лояльности и акции, ростом курса валют.

Условия аренды в торговых центрах Санкт-Петербурга

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м²/год*		% от товарооборота
	Крупные торговые центры	Малые торговые центры	
Супермаркет (1 000–2 000 м²)	8 000–24 000	15 000–26 000	4–6
Товары для дома (<1 500 м²)	0–8 000	6 000–8 000	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	4–6
Досуговые концепции:			
Развлекательные центры (2 000–4 000 м²)	4 000–8 000	4 000–8 000	10–14
Кинотеатры (2 500–5 000 м²)	0–6 000	0–4 000	8–10
Общественное питание:			
Фуд-корт	30 000–70 000	30 000–70 000	10–15
Кафе	15 000–40 000	15 000–40 000	12–14
Ресторан	10 000–20 000	10 000–20 000	10–12

* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров. Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов.

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](#).

КОНСАЛТИНГ И АНАЛИТИКА

Ольга Широкова

Партнер, региональный директор

OS@nfgroup.ru

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Евгения Хакбердиева

Региональный директор

EK@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.