

# РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

2025 г.





**Евгения Хакбердиева**

Региональный директор департамента  
торговой недвижимости NF GROUP

«Активность рынка закономерно снижается: на него одновременно давят инфляция, рост налоговой нагрузки и высокая ключевая ставка. За последние два года эти факторы существенно скорректировали модель поведения покупателей: свободных денег становится меньше, и большинство граждан переходит к сдержанному потреблению. В 2025 г. тренд на разумное потребление усилился, и мы прогнозируем, что в 2026 г. этот тренд будет оказывать сильное давление на рынок и стимулировать участников адаптироваться к новым реалиям».

# Тренды

- > Высокая ключевая ставка сдерживает развитие рынка торговой недвижимости: новое строительство и реконцепцию торговых центров, с одной стороны, и развитие ретейлеров – с другой.
- > Фокус девелоперов сместился на малоформатные торговые центры и реконцепцию действующих.
- > На фоне усиления позиций маркетплейсов ретейлеры развивают разные каналы продаж – собственные онлайн-магазины, маркетплейсы, а также офлайн-каналы, предлагая новый клиентский опыт потребителям.
- > Население перешло на сберегательную модель потребления, что связано с замедлением роста доходов и сокращением расходов на товары, которые не являются предметами первой необходимости.
- > Снижение покупательной способности приводит к сокращению товарооборота в офлайн-магазинах.
- > Торговые центры создают большее разнообразие досуговых концепций для привлечения регулярного трафика и числа постоянных посетителей. Рост спортивных концептов, спорт – это новый вид досуга.
- > Активное развитие общественного питания.

## Основные показатели\*

Общее предложение действующих объектов, арендопригодная площадь, млн м <sup>2</sup>	2,3
Открыто в 2025 г. количество ТЦ/арендопригодная площадь, тыс. м <sup>2</sup>	3/116
Планируется к открытию в 2026 г. количество ТЦ/арендопригодная площадь, тыс. м <sup>2</sup>	2/19
Доля вакантных площадей, %	4,7% (+1,6 п. п.) **
Количество новых международных брендов	7

\* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий общей площадью более 10 000 м<sup>2</sup>, объединенных общей концепцией и единым управлением.

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

Источник: NF GROUP Research, 2025

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



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

Источник: NF GROUP Research, 2025



## Объем рынка

Общий объем рынка действующих качественных профессиональных торговых центров в Санкт-Петербурге составляет 2,3 млн. м<sup>2</sup> в 59 объектах арендопригодной площадью от 10 тыс. м<sup>2</sup>.

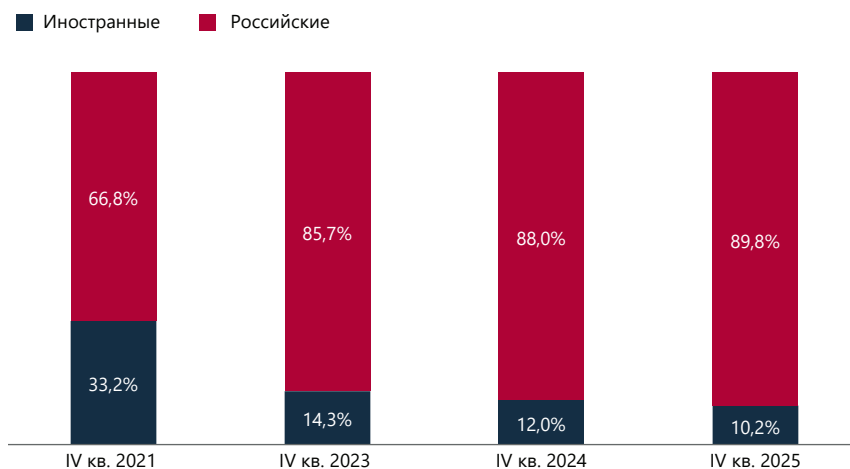
### Новое предложение

В 2025 г. на рынке торговой недвижимости Санкт-Петербурга и агломерации открылось больше площадей, чем за последние 8 лет. Были открыты торговые центры Hollywood, «Небо» в Мурино и «Парк Молл». Все объекты расположены в северной части города.

Стратегия девелоперов изменилась, и в среднесрочной перспективе появление новых крупных торговых центров не прогнозируется. Фокус девелоперов сместился на строительство малоформатных торговых центров и реконцепцию существующих.

На стадии строительства находится несколько районных торговых центров, открытия которых можно ожидать в ближайшие два года. Среди них торговый центр в Новогорелово, который уже построен и перенес сроки открытия с 2025 г. на 2026 г. Кроме того, строится торговый центр «ЭкоПарк» на Парнасе, торговый центр рядом с метро «Международная», анонсирован

### Собственники торговых центров в Санкт-Петербурге (по площади)



Источник: NF GROUP Research, 2025

на вторая очередь «ЭкоПарка» в Мурино и «ЭкоПарк» в Кудрово, а также ряд микрорайонных торговых центров.

### Реконцепция торговых центров

Несмотря на то, что многие ТЦ нуждаются в реконцепции, из-за высокого уровня ключевой ставки большинство проектов реконцепции ТЦ в Петербурге заморожено. Однако многие начинают о ней задумываться и проходить подготовительный этап, чтобы начать, как только кредиты будут более доступны.

В текущих условиях позволить себе реконцепцию могут лишь немногие. Например, на 2026 г. анонсировано обновление «Галереи».

### Собственники торговых центров

Большая часть торговых центров Санкт-Петербурга принадлежит российским девелоперам. Доля иностранных собственников в 2025 г. продолжила снижаться после продажи Outlet Village Pulkovo и «Жемчужной Плазы» и достигла 10,2% к концу года.



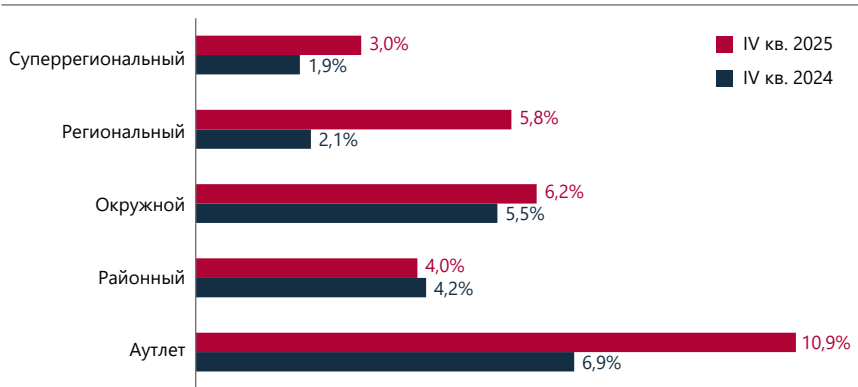
## Вакантность

Доля свободных площадей в торговых центрах Санкт-Петербурга к концу 2025 г. составила 4,7%, что на 1,6 п. п. больше по сравнению с декабрем 2024 г. 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, с другой.

Ключевые торговые центры имеют более низкие показатели свободных площадей, хотя тенденция к росту также прослеживается – с 1,3% в декабре 2024 г. до 3,5% в декабре 2025 г.

Доля свободных площадей выросла по всем форматам торговых центров, кроме районных, где отмечается снижение на 0,2 п. п. за год. В окружных торговых центрах рост вакантности обусловлен открытием новых объектов, которые еще не заполнены на 100%. В аутлетах Санкт-Петербурга ситуация разнонаправленная: сохраняется стабильно низкий уровень вакантности в Outlet Village Pulkovo (менее 3%) и увеличивается в Fashion House (более 20%).

Доля свободных площадей в разных типах торговых центров Санкт-Петербурга



Источник: NF GROUP Research, 2025

В 2026 г. прогнозируется стабилизация вакантности в среднем по рынку на уровне 4–5%, так как открытие новых торговых центров ожидается с высокой заполняемостью.

## Ротация и спрос

Процесс масштабирования у ретейлеров замедляется. При высокой стоимости заемного финансирования арендаторы более внимательно и тщательно выбирают новые локации для открытия, закрывая неэффективные точки продаж.

В структуре арендаторов торговых центров по занимаемой площади происходят небольшие корректировки. Несмотря на развитие маркетплейсов, торговые центры остаются все еще основным местом сосредоточения моды. За 7 лет на 0,5 п. п. увеличили занимаемые площади fashion-ретейлеры, а операторы развлечений нарастили свое присутствие на 1,9 п. п. Детские товары сократили присутствие на 1,9 п. п.

В 2025 г. отмечалось существенное превышение открытий магазинов в торговых центрах (по занимаемой площади) по сравнению с закрытиями.

Структура основных арендаторов торговых центров Санкт-Петербурга



Источник: NF GROUP Research, 2025

Это в первую очередь обусловлено выходом на рынок трех новых торговых центров, которые в течение года постепенно заполнялись арендаторами.

Основная ротация происходила в сегменте fashion: было открыто 58 тыс. м<sup>2</sup> новых магазинов одежды и аксессуаров, а основная доля открытий приходится на ТЦ Hollywood. При этом закрыто 45 тыс. м<sup>2</sup>. Без учета открытий в Hollywood fashion-брендов в сегменте одежды и обуви динамика отрицательная – больше закрывалось магазинов в течение года, чем открывалось, и они переезжали в пределах торговых центров, уменьшая занимаемую площадь.

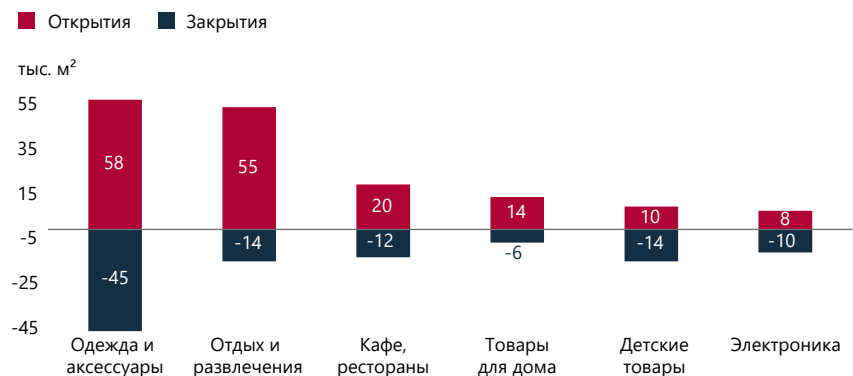
Более существенное превышение открытий над закрытиями наблюдалось в сфере отдыха и развлечений, куда также относится спорт. На 55 тыс. м<sup>2</sup> открытий пришлось всего 14 тыс. м<sup>2</sup> закрытий. Торговые центры усиливают в пуле арендаторов ту категорию, которая направлена на получение эмоций, а следовательно, и для привлечения дополнительного трафика.

Такая же ситуация наблюдается и в сфере общественного питания, которая растет в объеме трат посетителей. Три новых фуд-холла появилось в торговых центрах Петербурга («Парк Молл», Hollywood, «ПИК»), перенесены сроки открытия фуд-холла в ТЦ «Невский Центр», отмечается рост доли кафе и ресторанов в ТЦ «Галерея» и др.

Операторы в сфере досуга и спорта не только расширяют свое присутствие в торговых центрах – также качественно меняются и появляются новые форматы досуга:

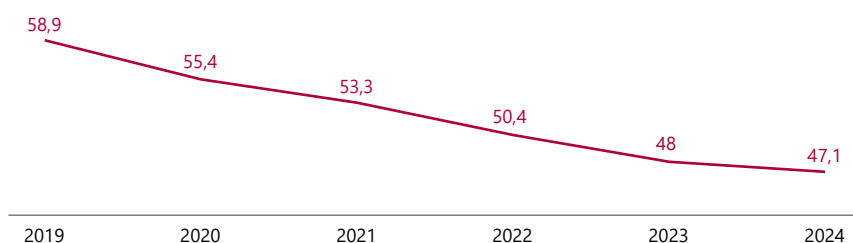
- > кинотеатры становятся компактнее, но продолжают открываться. Анонсированы открытия кинотеатров в уже действующем ТЦ «ПИК» и открытых в этом году ТЦ Hollywood, «Небо», «Парк Молл»;
- > оздоровление и развлечение: в 2025 г. в Петербурге открылся первый термальный комплекс в рамках ТЦ «Лето»;
- > спорт;

### Ротация в торговых центрах Санкт-Петербурга, по площади



Источник: NF GROUP Research, 2025

### Рождаемость в Санкт-Петербурге



Источник: Росстат, 2025

- активное развитие сетевых игроков. DDX Fitness открылся в ТЦ «Лондон Молл», «Южный Полус», «Сити Молл», «Небо», «Сенная», «Спутник» и др. Метро Fitness открылся в ТЦ «Капитолий», Urban Fit – в ТЦ «Прометей»;
- появление новых видов спорта, ранее не представленных в торговых центрах. Падел теннис, как новый популярный вид спорта, рассматривает не столько помещения в торговых центрах, сколько строительство на прилегающих к ТЦ участках – избыточных парковочных площадях;
- > библиотеки, театры, арт-пространства: в 2025 г. открылась театральная гостиная «Соты» в ТРК «Небо», где объединены культурные события, арт-программы и образовательные инициативы, библиотека в «Питер Радуге», фиджитал-арт-пространство Futurione Emotions в ТЦ «ПИК».

После ухода IKEA сегмент товаров для дома пытались заполнить разные брен-

ды, и не всегда успешно. В 2025 г. отмечается положительная динамика открытий над закрытиями (14 тыс. м<sup>2</sup> открытий против 6 тыс. м<sup>2</sup> закрытий) в этой сфере. Открывались магазины Ascona Home, Sela Home, Familia Home, Madame Coco, Hoff, Togas.

Отрицательную динамику открытий по сравнению с закрытиями демонстрируют категории товаров для детей и электроника. В течение года закрылось несколько детских магазинов Acoola, Button Blue, Choupette, «Юниор». В сегменте детских товаров существенное влияние оказывает снижение рождаемости в Санкт-Петербурге (спад на 20% за последние 6 лет) и влияние маркетплейсов.

В сегменте электроники в большей степени негативная динамика обусловлена развитием онлайн-торговли. В 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).

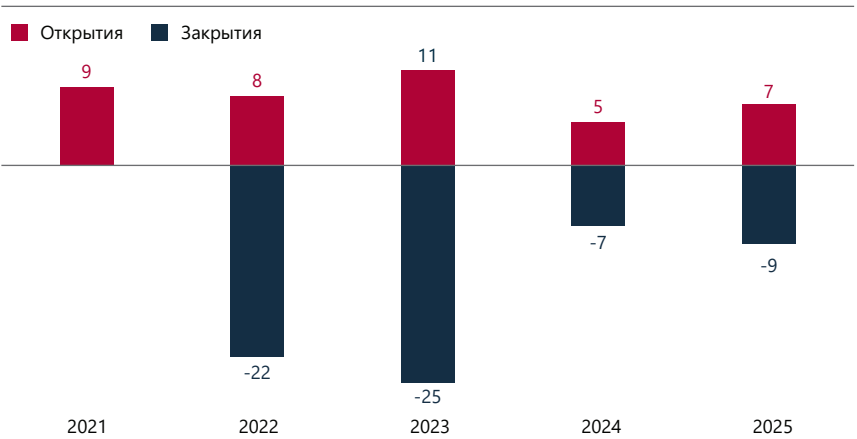
# Новые бренды

В 2025 г. в торговых центрах Санкт-Петербурга открылось 7 новых иностранных брендов из Китая, Италии, Германии, и Беларуси, ранее не представленных в городе. Это больше, чем в 2024 г., когда на петербургский рынок вышло 5 новых брендов.

При этом магазины девяти иностранных брендов закрылись в торговых центрах Санкт-Петербурга и больше не представлены в городе. Среди них 2XU (Австралия), Loriata (Италия), Seiko (Япония), Sopy (Япония), UGG (США), Keauty (Южная Корея), Club (Турция), ОХХО (Турция), Woolrich (США).

В 2026 г. не прогнозируется выход большого количества иностранных брендов. Иностранные компании не готовы инвестировать собственные средства в выход на российский рынок. В свою очередь, возможности российского бизнеса по покупке и запуску новых франшиз сильно ограничены на фоне высокой стоимости денег внутри страны. Все эти факторы формируют устойчивый тренд на сокращение количества новых игроков на рынке торговой недвижимости.

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, 2025 г.

Название торгового центра	Бренд	Страна происхождения	Профиль
Мега Дыбенко	Baaspola	Китай	товары для спорта
Галерея	Kappa	Италия	товары для спорта
Галерея	Beau Today	Китай	обувь
Охта Молл	Conte	Беларусь	одежда и аксессуары
Мега Дыбенко	Midea	Китай	бытовая техника
Галерея	Emiliano Zapata	Италия	одежда и аксессуары
Outlet village Pulkovo	Digel	Германия	одежда и аксессуары

Источник: NF GROUP Research, 2025

## Посещаемость

Темпы уменьшения посещаемости снижаются, рынок приближается к точке нового баланса.

По форматам торговых центров наблюдается разнонаправленная динамика посещаемости в зависимости от ряда внешних факторов – например, погоды, транспортных ограничений

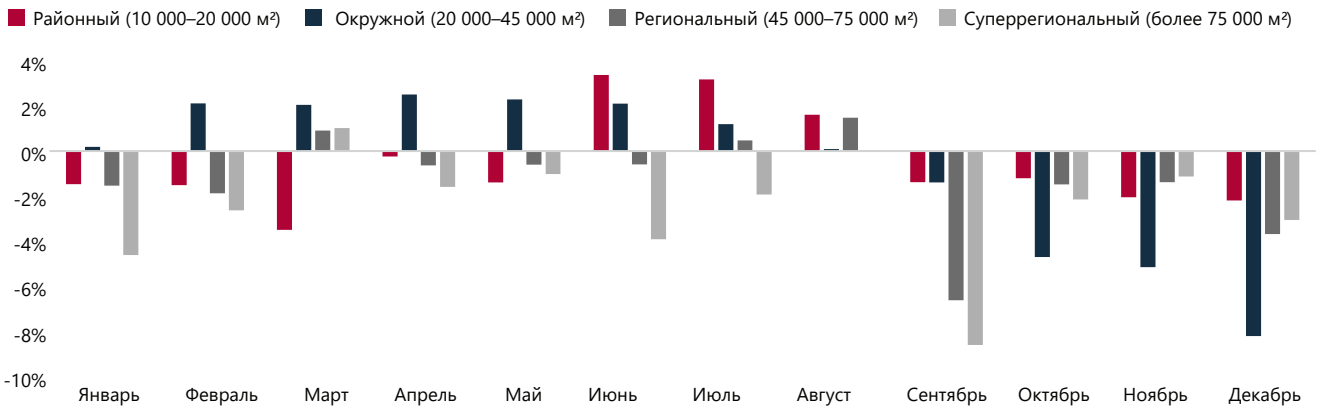
(закрытий станций метро на ремонт, дорожных работ и др.) и на фоне структурных изменений потребления и роста онлайн-каналов.

Посещаемость крупноформатных торговых центров в течение всего года была ниже по сравнению с 2024 г. Районные и окружные торговые центры в некоторые месяцы увеличили посещаемость год к году. При этом начиная с сентября все виды

торговых центров испытывают отток посетителей.

Для торговых центров важны не столько показатели посещаемости, сколько конверсия посетителей в покупателей и средний чек. В 2025 г. сменился тренд – покупатели перешли к сберегательной модели потребления ввиду снижения покупательной способности и количества свободных денег.

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



Источник: Focus Technologies

## Арендные ставки

Арендные ставки стагнируют, что обусловлено снижением темпов роста оборотов на фоне увеличения операционных расходов и налоговой нагрузки как на собственников торговых центров, так и на ретейлеров.

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



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