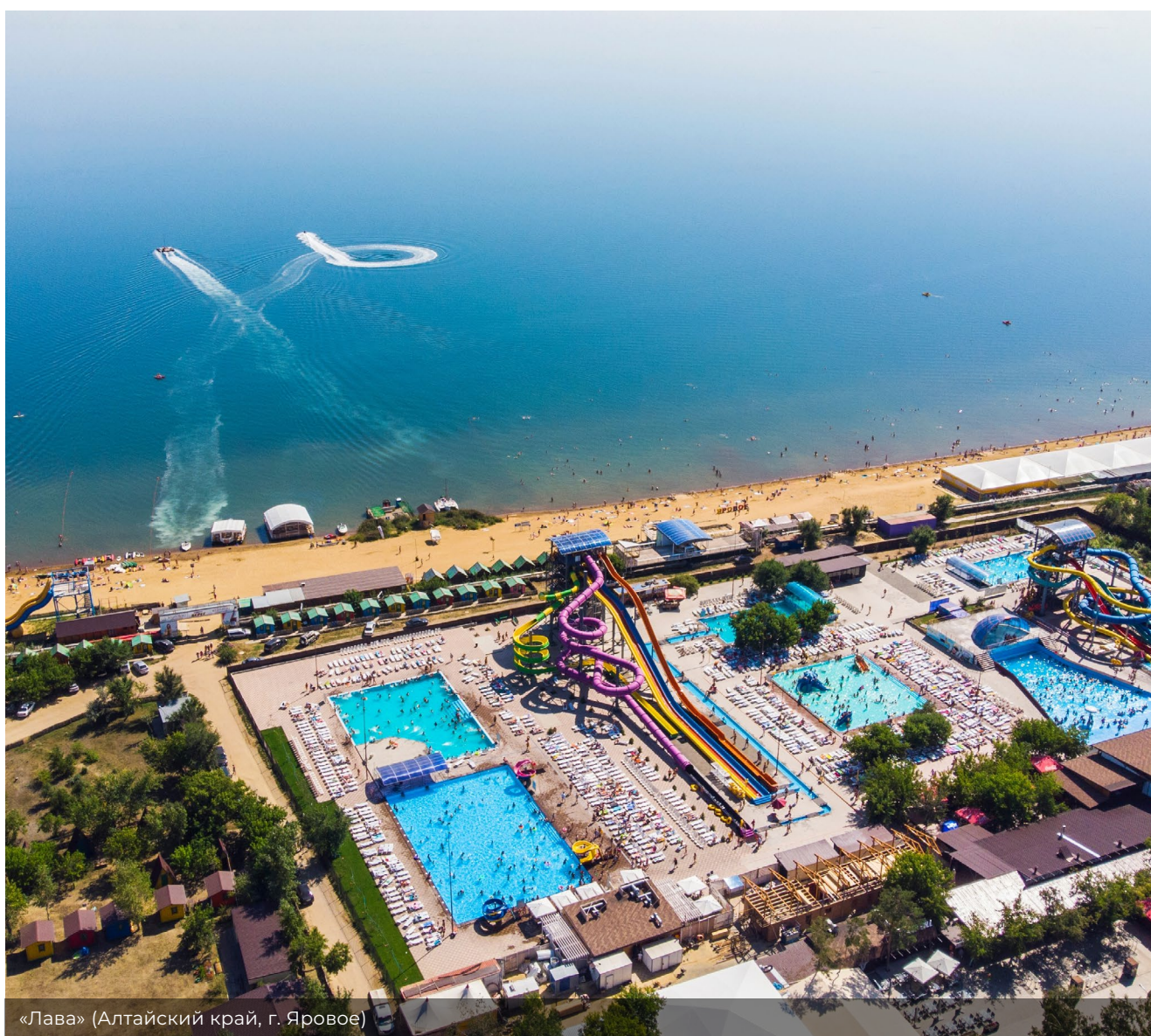


# РЫНОК АКВАПАРКОВ РОССИИ

2025 г.



«Лавы» (Алтайский край, г. Яровое)

**~110**  
действующих  
аквапарков

**~1,4 млн м<sup>2</sup>**  
общая площадь  
действующих аквапарков  
(+42 тыс. за 2025 г.).

**2**  
аквапарка  
анонсировано  
к открытию на 2026 г.

**>8 тыс. м<sup>2</sup>**  
общая площадь  
анонсированных  
к открытию в 2026 г.

4

## Ключевых события

4 открытых в 2025 г. объекта.

Региональная экспансия – реализация новых проектов в городах, в которых сейчас подобная инфраструктура отсутствует.

Ориентир как на городское, так и на курортное развитие.

Увеличение темпов роста средней стоимости входного билета.



**Ольга Широкова**

Партнер, региональный директор департамента консалтинга и аналитики NF GROUP

«Российский рынок аквапарков представлен объектами со схожими концепциями, в связи с чем потенциал дальнейшего развития во многом связан с диверсификацией продуктового предложения. Речь идет не столько о наращивании масштаба водных аттракционов, сколько о внедрении дополнительных функциональных и инфраструктурных решений – уникальных интерактивных детских зон, полос препятствий, элементов цифровых и иммерсивных форматов, получивших развитие на зарубежном рынке. В условиях высокой конкуренции именно наличие подобных «фишек» становится одним из факторов перераспределения спроса между сопоставимыми объектами».

## Аквапарки

Аквапарки – это крупные водно-развлекательные комплексы\* для всей семьи, в состав которых обязательно входит водная инфраструктура: прежде всего разнообразные бассейны и горки (три и более штук). Кроме того, могут быть включены такие элементы, как термальная зона, фуд-инфраструктура, зоны отдыха, спа-кабинеты, магазины и пр. Площадь подобных объектов, как правило, составляет не менее 2 тыс. м².

### Характеристики аквапарков

		Крытый	Открытый	Смешанный
Характеристики текущего предложения	Доля в объеме рынка (по количеству/по площади)	43%/26%	41%/61%	16%/13%
	Средняя площадь, м²	7 500	18 700	10 400
Режим работы		Круглогодично	Сезонно (как правило – с мая по октябрь)	Круглогодично (с закрытием уличной зоны)
География размещения		Нет особых требований	Преимущественно южные регионы с теплым климатом	Нет особых требований

\* В выборку включены только объекты капитального строительства.  
Источник: NF GROUP Research, 2026

## Объем рынка

Российский рынок аквапарков развивается уже более двух десятилетий. По состоянию на конец 2025 г. на территории России функционирует 110 аквапарков общей площадью 1,4 млн м².

В 2025 г. в России было открыто 4 новых аквапарка общей площадью 42 тыс. м². Первые объекты появились в Тверской, Владимирской и Астраханской областях. Кроме того, после проведения реконструкции возобновил работу аквапарк «На гребне волны» в Когалыме.

На 2026 г. девелоперами заявлено открытие 2 новых аквапарков в Калужской и Самарской областях. Совокупная площадь анонсированных объектов составляет около 8 тыс. м².

### Аквапарки, открытые в 2025 г.

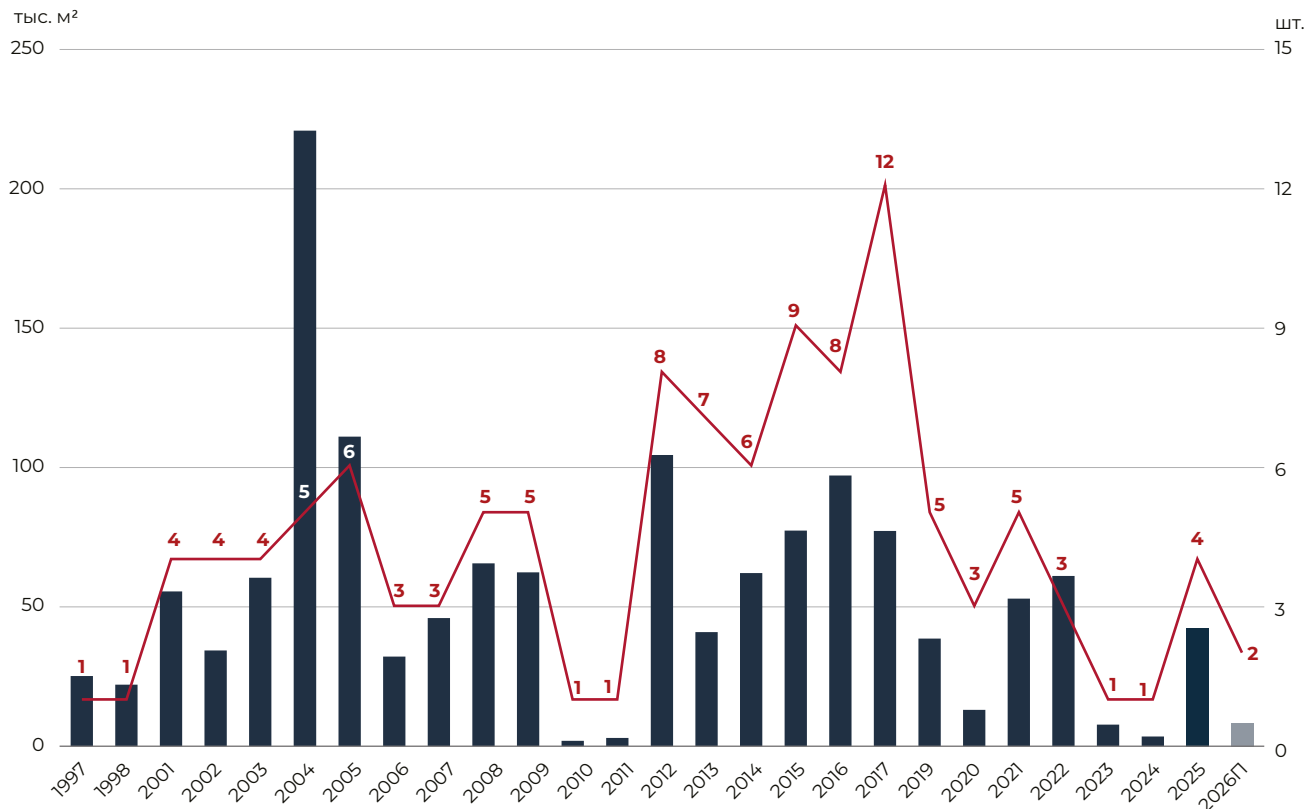
Название	Регион
«Завидово Аква & СПА»	Тверская область
«Суздаль АКВА»	Владимирская область
«Жемчужина»	Астраханская область
«На гребне волны»	Ханты-Мансийский автономный округ

Источник: NF GROUP Research, 2026



### Динамика открытий аквапарков в России

■ Площадь, тыс. м² — Количество, шт.



Источник: NF GROUP Research, 2026



## География рынка

По итогам 2025 г. география присутствия аквапарков охватывает 49 регионов России во всех 8 федеральных округах. Основная концентрация объектов отмечается в Южном федеральном округе – 62% по площади аквапарков. Лидерство южных регионов на рынке обусловлено высокой концентрацией крупных объектов открытого типа, расположенных в Краснодарском крае, Республике Крым и Ростовской области. Их конкурентное преимущество формируется за счет значительного масштаба объектов: средняя площадь аквапарков открытого типа более чем в два раза превышает

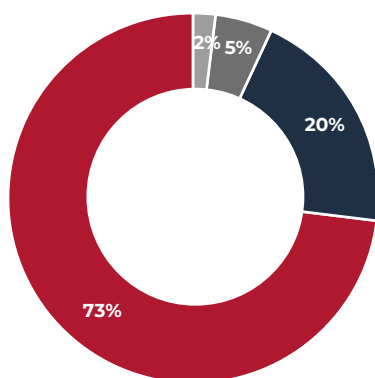
аналогичный показатель крытых объектов.

В России основное предложение аквапарков представлено в городах с численностью населения менее 1 млн человек: на такие локации приходится 73% общей площади действующих аквапарков. На города-миллионники и столичные агломерации в совокупности приходится 27% общего объема предложения. При этом аквапарки функционируют лишь в 10 из 16 российских городов-миллионников, что указывает на сохраняющийся потенциал для дальнейшего развития рынка в крупных цен-

трах страны. Аквапарки не представлены в Самаре, Челябинске, Красноярске, Перми, Краснодаре, а также в Воронеже.

Основной объем действующего предложения аквапарков представлен объектами, размещенными в формате отдельно стоящих зданий. При этом распределение типов варьируется в зависимости от формата аквапарка: для крытых объектов характерно преобладание размещения в составе торговых центров, для открытых – в формате отдельно стоящих зданий, тогда как смешанные аквапарки преимущественно представлены в составе отеля.

### Структура рынка аквапарков по типам населенных пунктов (по площади)



■ Санкт-Петербург и ЛО

■ Московский регион

■ Города-миллионники\*

■ Остальные населенные пункты

\* Города-миллионники за исключением Москвы и Санкт-Петербурга.

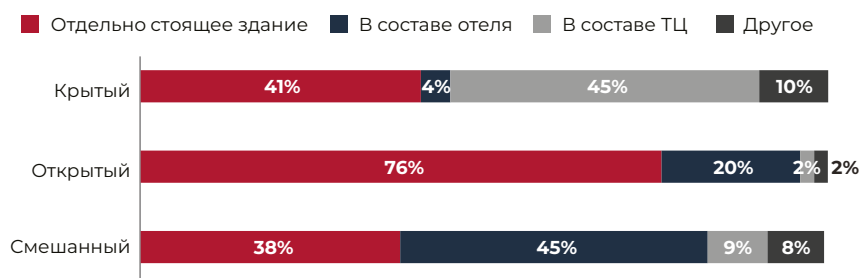
Источник: NF GROUP Research, 2026

### Распределение предложения аквапарков по федеральным округам (по площади)



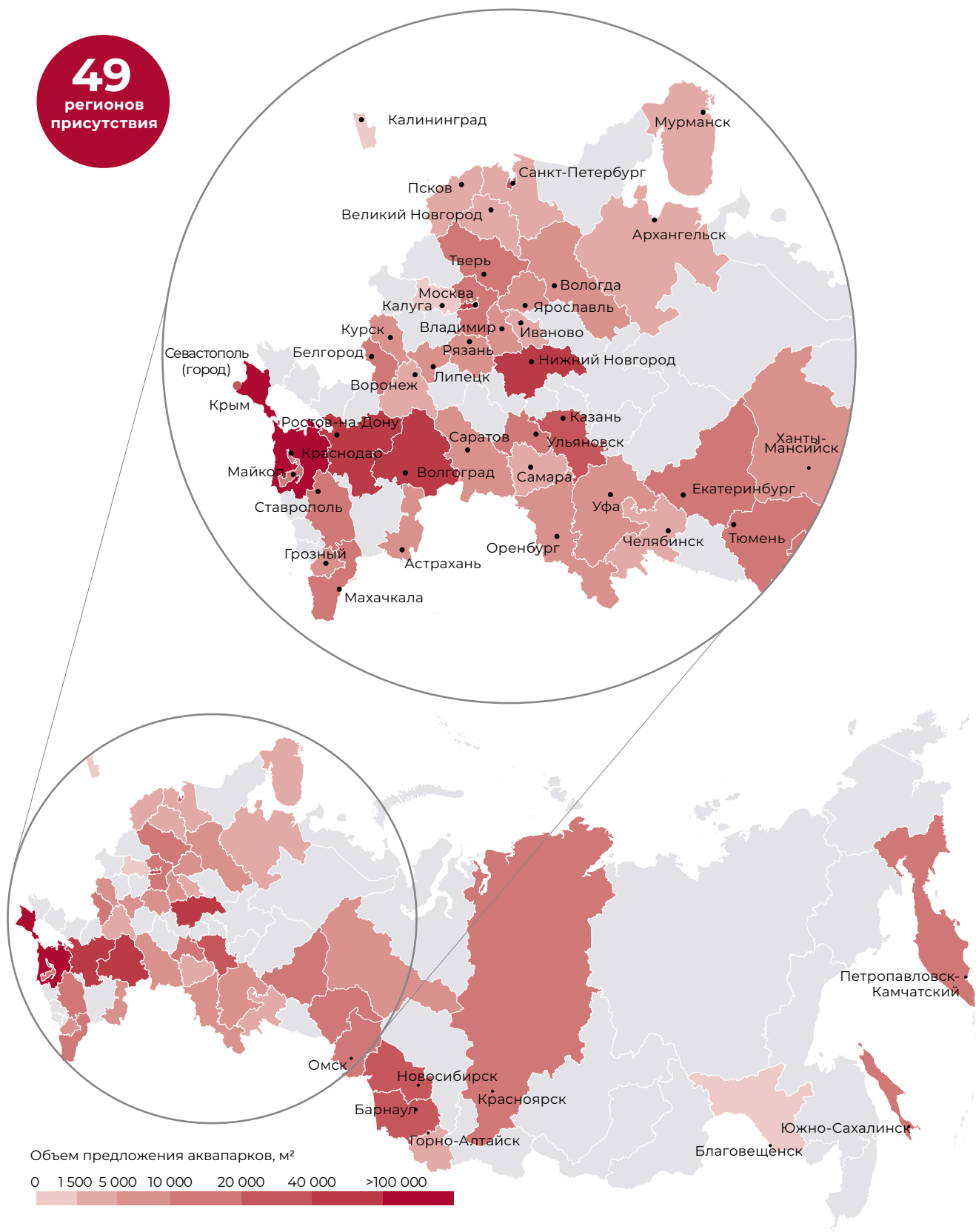
Источник: NF GROUP Research, 2026

### Структура рынка аквапарков по типам размещения (по площади)



Источник: NF GROUP Research, 2026

## Карта насыщенности регионов России аквапарками



Источник: NF GROUP Research, 2026

## Стоимость посещения

Тарифная политика аквапарков формируется под влиянием нескольких ключевых факторов:

- > продолжительности посещения (почасовые тарифы, безлимит);
- > дня недели (будний или выходной/праздники);
- > типа тарифа (индивидуальный, семейный, льготный).

Характерной особенностью рынка аквапарков является выраженная дифференциация цен по возрастным категориям. Большинство объектов сохраняет практику бесплатного посещения для детей младше 3–4 лет.

Кроме того, ценовая политика напрямую зависит от формата аквапарка. В крытых и смешанных объектах действует классическая тарификация с более низкой стоимостью в будние дни и повышенной – в выходные. В то же время цены в открытых летних аквапарках в целом значительно ниже и практически не меняются в зависимости от дня недели.

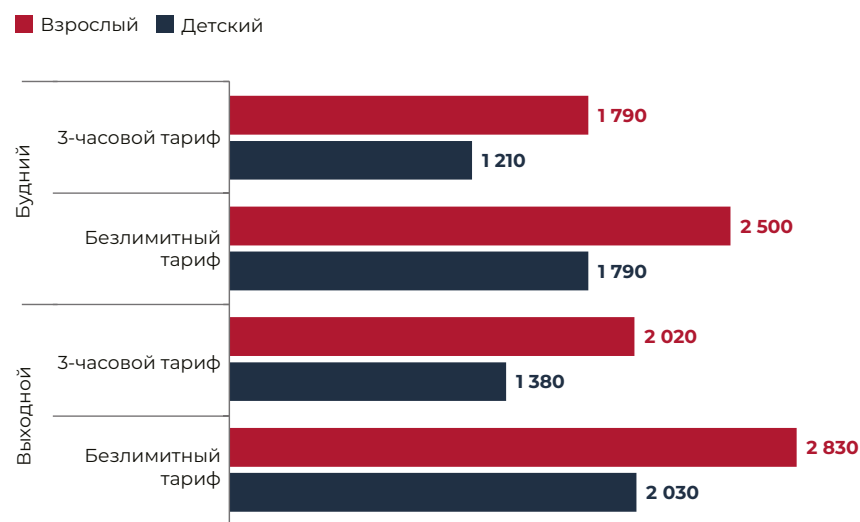
## Крытые аквапарки

По итогам 2025 г. средняя стоимость трехчасового посещения для взрослого человека составила 1 790 руб. в будний день и 2 020 руб. в выходной, безлимитного тарифа – 2 500 руб. в будний день и 2 830 руб. в выходной. Детские билеты предлагались по существенно более низким ценам: в зависимости от типа тарифа и дня

недели их стоимость была ниже на 39–48%.

В Москве и Санкт-Петербурге средняя стоимость посещения крытых аквапарков по безлимитному тарифу выросла за год на 13–15% в зависимости от дня недели, тогда как в городах-миллионниках динамика была более существенной (25–33%), что обусловлено в том числе пересмотром ценовой политики в отдельных проектах.

### Средняя стоимость посещения крытых аквапарков по типам тарифов, руб.



Источник: NF GROUP Research, 2026

### Динамика средней стоимости безлимитного посещения наиболее крупных\* крытых аквапарков по населенным пунктам, руб.



\* Площадь более 4 000 м².

\*\* Города-миллионники за исключением Москвы и Санкт-Петербурга.

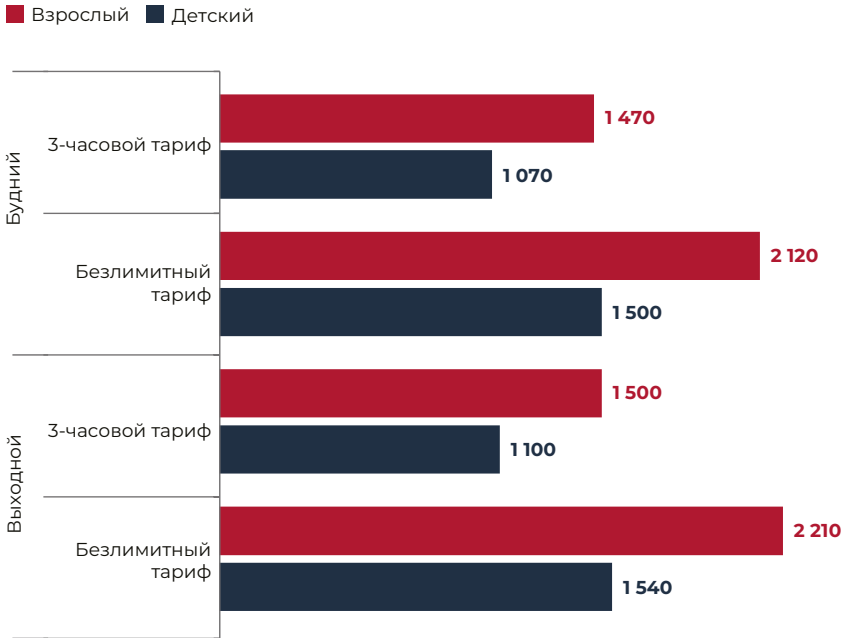
Источник: NF GROUP Research, 2026

Открытые аквапарки

Открытые аквапарки, работающие в сезонном формате (с апреля–мая по сентябрь–октябрь), характеризуются более сдержанным уровнем цен по сравнению с крытыми объектами. В 2025 г. средняя стоимость трехчасового посещения для взрослого посетителя составляла 1 470 руб. в будний день и 1 500 руб. в выходной, тогда как средняя стоимость безлимитного тарифа находилась на уровне 2 120 и 2 210 руб. соответственно.

Для открытых аквапарков, как и для крытых объектов, в 2025 г. было характерно усиление ценовой динамики. Если ранее повышение тарифов носило сдержанный характер и находилось в пределах 9–11%, то в 2025 г. темпы прироста стали более заметными и составили 13–15% в зависимости от дня недели и типа тарифа.

Средняя стоимость посещения\* открытых аквапарков по типам тарифов, руб.



Источник: NF GROUP Research, 2026

Динамика средней стоимости безлимитного посещения крупных\*\* открытых аквапарков, руб.

	Летний сезон 2023 г.	Динамика (2023-2024 гг.)	Летний сезон 2024 г.	Динамика (2024-2025 гг.)	Летний сезон 2025 г.
Взрослый	Будний	2 020	→ +11% →	2 240	→ +14% → 2 550
	Выходной	2 040	→ +11% →	2 260	→ +15% → 2 590
Детский	Будний	1 490	→ +9% →	1 630	→ +13% → 1 850
	Выходной	1 510	→ +9% →	1 650	→ +14% → 1 880

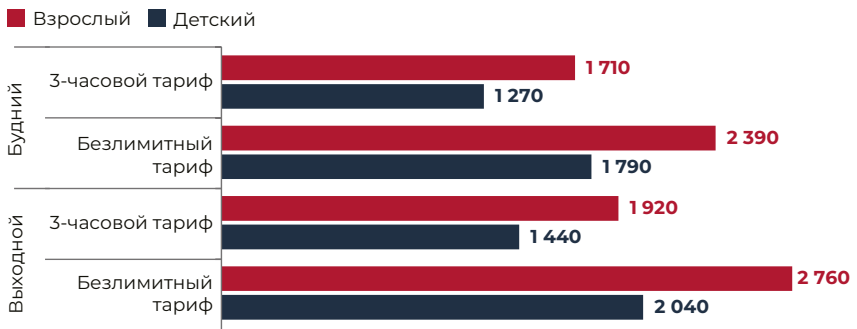
\* Данные на летний сезон 2025 г.  
\*\* Площадь более 23 000 м².  
Источник: NF GROUP Research, 2026

Смешанные аквапарки

По итогам 2025 г. средняя стоимость посещения смешанных аквапарков в выходные дни по безлимитному тарифу для взрослых составила 2 760 руб., для детей – 2 040 руб., тогда как трехчасовое посещение зафиксировано на уровне 1 920 и 1 440 руб. соответственно. В будние дни средняя стоимость безлимитного тарифа составила 2 390 руб. для взрослых и 1 790 руб. для детей, тогда как трехчасовой формат посещения оценивался в 1 710 и 1 270 руб. соответственно.

По итогам 2025 г. в смешанных аквапарках была зафиксирована наиболее выраженная ценовая динамика по сравнению с другими форматами объектов. Прирост стоимости посещения составил 41–46% в зависимости от дня недели и типа тарифа. Столь существенная динамика обусловлена, с одной стороны, открытием новых объектов с ценой выше среднерыночного показателя, с другой – пересмотром тарифной политики в ряде действующих аквапарков.

Средняя стоимость посещения смешанных аквапарков по типам тарифов, руб.



Источник: NF GROUP Research, 2026



Динамика средней стоимости безлимитного посещения смешанных аквапарков, руб.

	2024 г.	Динамика (2024-2025 гг.)	2025 г.
Взрослый	Будний	1 700 → +41% →	2 390
	Выходной	1 930 → +43% →	2 760
Детский	Будний	1 250 → +43% →	1 790
	Выходной	1 400 → +46% →	2 040

Источник: NF GROUP Research, 2026



## Спрос

Спрос на услуги аквапарков формируется преимущественно за счет семейной аудитории с детьми различных возрастных групп, которая является ключевым потребительским сегментом для данного формата досуга. Дети, как правило, обеспечива-

ют порядка одной трети общего объема посещений. Также важно учитывать, что спрос на услуги аквапарков подвержен влиянию смежных форматов досуга: в частности, термальные комплексы частично конкурируют за одну и ту же аудиторию.

Несмотря на различие позиционирования, целевая аудитория пересекается – для части посетителей термальные комплексы выступают альтернативой аквапарку, предлагая более спокойный и оздоровительный формат досуга.

### Структура посетителей аквапарка



**Основная целевая аудитория – семьи с детьми**



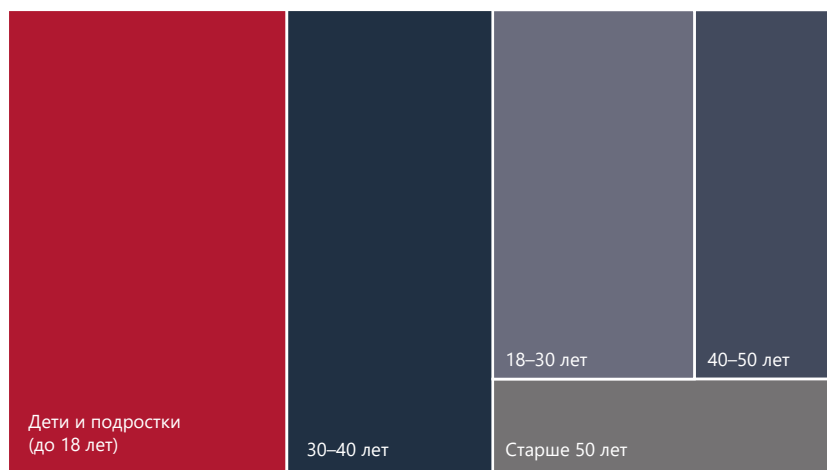
**1/3 посетителей – дети**



**Выраженная сезонность только на юге России**



**Пик сезона – июль**



Источник: NF GROUP Research, 2026



## Международная практика

Международный рынок аквапарков во многом сопоставим с российским с точки зрения базовой инфраструктуры и набора услуг. В большинстве стран аквапарки предлагают стандартный пул водных аттракционов, семейные и детские зоны, бассейны различного функционального назначения, а также сопутствующую развлекательную и сервисную инфраструктуру. Вместе с тем наряду с типовыми решениями, встречающимися как в России, так и за рубежом, на международном рынке представлены объекты с уникальными особенностями, формирующими их конкурентные преимущества и повышающими привлекательность формата:

> В ряде международных объектов используются технологические решения, расширяющие стандартный функционал аквапарков. Так, например, во французском аквапарке Aquascope применяются системы освещения и звукового

сопровождения, позволяющие трансформировать водные зоны под иммерсивные сценарии использования; в составе комплекса реализованы такие форматы, как река-кинотеатр, музыкальная пещера, а также иммерсивный каньон.

- > Особое внимание в международной практике уделяется детской инфраструктуре, которая все чаще выходит за рамки классических водных городков. В ряде зарубежных аквапарков реализованы специализированные форматы, включая водные полосы препятствий, современные интерактивные игровые зоны и пр. Так, в аквапарке Rulantica в Германии функционируют бассейн виртуальной реальности, интерактивная водная карусель, а в Aquascope во Франции создан современный детский водный лабиринт.
- > Отдельные проекты предлагают нестандартные аттракционы

и услуги, расширяющие спектр впечатлений для посетителей всех возрастов: в аквапарке Aquaventure World в Дубае реализованы водный спуск с прохождением через прозрачный тоннель, проложенный сквозь аквариумы с морскими хищниками, а также дополнительные форматы досуга, включая дайвинг и снорклинг с морскими обитателями.

- > В ряде случаев архитектура аквапарков становится ключевым элементом их позиционирования. Так, например, в проекте Siam Park на Канарских островах архитектурные и ландшафтные решения – от храмовых комплексов до тропической растительности – формируют целостную визуальную среду, которая воспринимается посетителями не только как объект водных развлечений, но и как самостоятельная туристическая достопримечательность.

## Перспективы развития

Рынок аквапарков в России продолжает демонстрировать устойчивое, хотя и сдержанное развитие, сопровождающееся постепенным расширением географии присутствия и выходом в новые регионы.

Одновременно с количественным ростом происходит качественная трансформация предложения: помимо традиционной развлекательной функции, аквапарки активнее интегрируют велнес-составляющую, включая

термальные зоны и рекреационные форматы, ориентированные на более широкую аудиторию.

В среднесрочной перспективе ожидается дальнейшая диверсификация форматов. Наряду с курортными объектами будет усиливаться развитие городских комплексов, рассчитанных на круглогодичную эксплуатацию. Данный формат представляется особенно востребованным в регионах с выраженной климатической сезонностью и огра-

ниченными возможностями для функционирования открытых объектов.

Дополнительным фактором развития рынка выступает сформировавшийся спрос на современные концепции на фоне постепенного устаревания аквапарков, построенных 10–20 лет назад, что создает предпосылки как для реконструкции и обновления существующих объектов, так и для реализации новых проектов.

# 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»**

Специализированные обзоры по России:

[Рынок термальных комплексов России, 2025](#)

[Рынок термальных комплексов России, 2024](#)

[Рынок аквапарков России, 2024](#)



## 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](mailto:Nf@nfgroup.ru)

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

### КОНСАЛТИНГ И АНАЛИТИКА

**Ольга Широкова**

Партнер, региональный директор

[OS@nfgroup.ru](mailto:OS@nfgroup.ru)

### ОЦЕНКА

### НЕДВИЖИМОСТИ

**Ольга Решетнякова**

Директор

[OR@nfgroup.ru](mailto:OR@nfgroup.ru)



© NF GROUP 2026 – 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 компании 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.