ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И РИТЕЙЛ ВЫТЕСНЯЮТ E-COMMERCE

ИГРОКИ E-COMMERCE СНИЗИЛИ АКТИВНОСТЬ НА РЫНКЕ СКЛАДСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РОССИИ, УСТУПИВ ЛИДЕРСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ КОМПАНИЯМ И РИТЕЙЛУ. ДЕНИС КОЖИН

Консалтинговая компания NF Group подвела предварительные итоги первого квартала 2025 года на рынке индустриальной и складской недвижимости. Исследование показало значительные изменения в структуре спроса.

По предварительным итогам первого квартала 2025 года показатель доли свободных площадей на рынке индустриальной и складской недвижимости продолжает расти. Вакантность в построенных объектах составляет 1% в Московском регионе (+0,9 п. п. к сентябрю 2024 года), 2,1% в Санкт-Петербурге и области (+1,6 п. п.) и 1,3% в регионах России (+0,9 п. п.). Одновременно сокращается объем фактически занятых арендаторами площадей, что приводит к росту предложения субаренды и увеличению «скрытой вакантности» — площадей, которые в ближайшее время будут освобождены или предложены под ротацию.

С учетом этих факторов общий объем доступных для аренды площадей достигает 2,7% в Московском регионе, 4,2% в Санкт-Петербурге и 2,8% в регионах России. Суммарный объем доступных для аренды качественных складских площадей в России, включая готовые к въезду объекты, субаренду, площади под будущее освобождение, а также строящиеся склады с анонсированным вводом в 2025 году, составляет 4 млн кв. м.

За первые три месяца 2025 года в России было законтрактовано 320 тыс. кв. м качественных складских площадей, из которых две трети пришлись на Московский регион. По итогам года ожидаемый объем сделок может составить 3,5 млн кв. м.

Структура спроса на складские площади значительно изменилась: производственные компании и ритейл суммарно заняли 80% от общего объема заключенных в стране с начала года сделок, тогда как доля e-commerce сократилась до 11%. В относительных значениях интернет-торговля занимала меньше лишь в четвертом квартале 2019 года, а в абсолютных объемах — в первом квартале 2019 года. На фоне снижения спроса и увеличения доли свободных площадей темпы роста арендных ставок замедлились.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

В ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНОБЛАСТИ СТОИМОСТЬ АРЕНДЫ ГОТОВОГО СКЛАДСКОГО КОМПЛЕКСА ДОСТИГЛА 10 950 РУБЛЕЙ ЗА КВАДРАТНЫЙ МЕТР В ГОД, УВЕЛИЧИВШИСЬ НА 1,4%

На фоне снижения спроса и увеличения доли свободных площадей темпы роста арендных ставок замедлились. В Московском регионе средневзвешенная ставка аренды на готовые складские площади класса А составляет 12 160 рублей за квадратный метр в год (+1,3% с начала года). В Санкт-Петербурге и Ленинградской области показатель достиг 10 950 рублей за квадратный метр в год (+1,4%), в регионах России — 10 700 рублей за квадратный метр в год (+2,9%).

В 2025 году прогнозируется рекордный объем ввода складских площадей классов А и В — 7,7 млн кв. м. Из них более половины придется на регионы России. Из данного объема 32%, или 2,5 млн кв. м, в настоящее время не законтрактовано, а значит, доступно в аренду.

Константин Фомиченко, партнер NF Group, говорит: «В первой половине 2025 года рынок складской недвижимости, вероятно, останется в фазе умеренной активности, сосредоточившись на заполнении существующих и вновь появляющихся свободных площадей. Возможно, снижение ключевой ставки начнется во втором полугодии. Это может стать триггером для активизации рынка: компании и инвесторы начнут выводить средства с депозитов и направлять их в реальный бизнес». ■

РОССИЙСКИЕ БРЕНДЫ ЗАНИМАЮТ ПЛОЩАДИ

С МАРТА 2022 ГОДА ПО МАРТ 2025 ГОДА В ПЕТЕРБУРГЕ ОТКРЫЛОСЬ ОКОЛО 50 МАГАЗИНОВ НОВЫХ БРЕНДОВ, СРЕДИ НИХ — ФЭШН-ОПЕРАТОРЫ MAAG, DUB И IDOL, ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ BALABALA И ROYAL RABBIT, СПОРТИВНЫЕ DESPORT И LAMODA SPORT, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА MADAME COCO, OOHM HOME. ИЗ ПОСЛЕДНИХ НОВЫХ БРЕНДОВ, КОТОРЫЕ ПОЯВИЛИСЬ В ТЦ ПЕТЕРБУРГА В ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ ЭТОГО ГОДА,— «ПЛАВАТЕЛЬНЫЙ.РФ», ZIMALETTO, FACECODE И ASKONA HOME. В 2025 ГОДУ В ГОРОДЕ ПЛАНИРУЕТСЯ ОТКРЫТИЕ ЕЩЕ ДЕСЯТИ МАГАЗИНОВ НОВЫХ БРЕНДОВ. ВИКТОРИЯ КРАСИКОВА

Такие данные приводятся в исследовании Nikoliers. По сведениям компании, российские бренды в Петербурге были более активны по сравнению с зарубежными: 60% открытий против 40% за три года. В основном новые ритейлеры запускались в крупных ТЦ города: в «Галерее», «Невском центре», «Европолисе», «Охта Молл», «Сити Молл», «Мега Дыбенко», «Мега Парнас» и «Лето». По оценке Nikoliers, сейчас в этих ТЦ доля российских брендов в семи категориях (фэшн, товары для детей, товары для спорта, товары для дома, бытовая техника и электроника, косметика и парфюмерия, товары для хобби и творчества) составляет около 65% от общего количества.

Вместе с тем из-за дефицита качественных площадей новые бренды стали выходить на рынок реже. Реализация крупных проектов может стать дополнительным стимулом для их развития. Так, в 2025 году в Петербурге ожидается рекордно высокий ввод качественных торговых площадей — 136 тыс. кв. м. Среди заявленных к открытию проектов один региональный — МФТРК Hollywood, три окружных — «Парк Молл» с поэтапным открытием, «Небо» и ТЦ в Новогорелово, а также один районный — ТЦ в ЖК «Солнечный город». В последующие три года появление новых ТЦ в Петербурге станет более сдержанным: примерно два-три районных объекта в год. Фокус девелоперов смещается в сторону небольших форматов ТЦ.

В условиях низкой вакантности в торговых центрах (3,3% — по итогам первого квартала 2025 года и 3,7% — по прогнозу до конца года) и растущей конкуренции с онлайн-торговлей большинство отечественных ритейлеров уже сегодня сосредоточены на актуализации существующих точек и улучшении клиентского опыта. Компании активно инвестируют в обновление магазинов, создание флагманских мест и тестирование новых форматов.

Среди успешных примеров — первый в Санкт-Петербурге магазин Askona Home с капсульными решениями для оформления дома в ТРК «Питер Радуга». Это зоны с готовыми вариантами дизайна различных помещений, все товары из которых можно приобрести в одном месте. Также на улице Новгородской, 23, провели реконцепцию «СуперЛенты»: теперь это арт-магазин с новым ярким дизайном, отличающимся от классических цветов сети.

«Многофункциональность торговых центров становится ключевым трендом на ближайшие годы. В рамках обновления в объектах будет все больше появляться зон для развлечений, спорта, велнес-зон и коворкингов. Также в составе ТЦ увеличится количество общественных пространств и появятся новые точки притяжения в виде фуд-холлов и зон с ресторанами, арт-пространств и др. Таким образом, обновленные ТЦ станут местом не только для покупок, но и для комфортного досуга и работы»,— отметила Ирина Царькова, генеральный директор петербургского офиса Nikoliers. ■