БИЗНЕС-КЛАСС ОСВАИВАЕТ «СЕРЫЙ ПОЯС»

ЗА ТРИ КВАРТАЛА 2025 ГОДА В ПЕТЕРБУРГЕ ВВЕДЕНЫ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ КОРПУСА В ДЕСЯТИ ПРОЕКТАХ БИЗНЕС-КЛАССА СУММАРНОЙ ЖИЛОЙ ПЛОЩАДЬЮ 21,8 ТЫС. КВ. М. ПРИ ЭТОМ В СТАДИИ СТРОИТЕЛЬСТВА НАХОДИТСЯ ЕЩЕ 295 ТЫС. КВ. М В 42 ПРОЕКТАХ. ЭКСПЕРТЫ ЗАМЕЧАЮТ, ЧТО В ПЕТЕРБУРГЕ НАБЛЮДАЕТСЯ ПОВЫШЕНИЕ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОГО СТАТУСА РЯДА ЛОКАЦИЙ. МАРИЯ КОРЯКО

По данным компании Nikoliers, на октябрь 2025 года средняя цена первичного предложения жилья бизнес-класса в Петербурге составляет 394 тыс. рублей за квадратный метр. С начала года динамика находится на уровне +13%, а за год (с октября 2024 года) выросла на 16%. Для сравнения, средневзвешенная цена первичного предложения по Петербургу в целом составляет 330 тыс. рублей за квадратный метр (+10% с января 2025 года, +14% за год).

По данным портала «Всеостройке.рф», по итогам первых девяти месяцев 2025 года в Санкт-Петербурге во всех классах жилья было введено около 1,6 млн кв. м, что почти на 17% ниже показателя аналогичного периода прошлого года. «Сегмент жилья бизнес-класса чувствует себя относительно устойчиво, насколько это может быть возможным в текущей экономической ситуации: от отмены массовых льгот он пострадал наименьшим образом, но высокие ставки все еще сдерживают спрос»,— говорит Светлана Опрышко, директор портала «Всеостройке.рф».

«В сравнении с массовым сегментом рынок бизнес-класса демонстрирует большую устойчивость. Замедление темпов продаж и сокращение ввода не снижают инвестиционную привлекательность жилья бизнес-класса, однако спрос концентрируется в проектах с сильной концепцией и архитектурой. В условиях, когда доля непроданных квартир в стране достигла 69% от объема строящегося жилья, именно качественные проекты, попадающие в ожидания целевой аудитории, удерживают ликвидность и способны дорожать во времени, в то время, как проекты с несоответствием продукта его позиционированию теряют ликвидность и стоимость»,— отмечает Наталья Круглова, управляющий партнер Trophy Assets.

Управляющий партнер аналитического агентства «ВМТ Консалт» Екатерина Косарева добавляет: «В отличие от предложений в эконом-классе, сегмент бизнес-класса менее пострадал от падения спроса в течение года (спрос вырос на 8,9% по Москве на фоне снижения предложения на 8%). Средняя цена квадратного метра такого жилья увеличилась минимум на 6% за год (в Москве преодолена психологическая отметка в 500 тыс. рублей за квадратный метр)».

«2025 год показывает умеренный, но устойчивый рост рынка: продажи в Петербурге и Ленобласти увеличились на 9–15%. Сегодня бизнес-класс становится лабораторией нового городского качества — там, где рождаются стандарты, которые через несколько лет станут нормой для всего рынка жилья»,— полагает гендиректор девелоперской компании STAVNI, готовящей к выводу свой первый проект бизнес-класса на Обводном канале, Александр Свинолобов,

Екатерина Наливайко, директор по маркетингу компании Plus Development, считает, что рынок жилья бизнес-класса в 2025 году демонстрирует устойчивый спрос при сокращении предложения. «При этом продолжается переход к „городам в городе“ с акцентом на интеграцию стрит-ритейла, инфраструктуры для работы и полноценного отдыха. Появляется все больше объектов, где внутри соседствуют жилые дома, бизнес-центр, торговая галерея, фитнес, социальные объекты. В целом за последние десять лет проекты эволюционировали от стандартных монолитных домов с базовой инфраструктурой к комплексным кварталам»,— рассказывает она.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В СВЯЗИ С ИСЧЕРПАНИЕМ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕНТРАЛЬНЫХ ЛОКАЦИЯХ ЗАСТРОЙЩИКИ АКТИВНО ОСВАИВАЮТ НОВЫЕ ТЕРРИТОРИИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ЧЕРЕЗ РЕДЕВЕЛОПМЕНТ БЫВШИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН

ТРАНСФОРМАЦИЯ Ольга Рянкель, руководитель направления исследований жилой недвижимости Nikoliers, отмечает, что за последние десять лет в Петербурге произошла значительная трансформация продуктовых характеристик жилых комплексов в части планировки квартир, благоустройства и общественных пространств. «Например, уверенное лидерство в структуре новых проектов заняли европланировки с просторной кухней-гостиной, в бизнес-классе активно внедряются мастер-зоны, выделяются отдельные пространства для гардеробных. В части продуктовых решений повысились требования аудитории: безусловным преимуществом будут панорамные окна, внутрипольные конвекторы, закрытый контур внутреннего двора, качественное благоустройство, подземный паркинг с доступом на уровень квартир. Вместе с тем мы отмечаем тренд переноса части функционала квартир в общественные пространства: просторные лобби, клубные фитнес-залы, детские комнаты и другие опции»,— рассказывает госпожа Рянкель.

«За последние десять лет рынок бизнес-класса в Петербурге прошел путь от „улучшенного комфорта“ к новой философии городской среды. Сегодня бизнес-класс — это не просто метры и отделка, а сбалансированный продукт, где важны локация, сценарии жизни, инфраструктура и визуальный код проекта. Девелоперы конкурируют уже не ценой, а качеством концепции, архитектурой и вниманием к деталям»,— добавляет господин Свинолобов.

По данным госпожи Рянкель, доля ипотеки в структуре ДДУ проектов бизнес-класса за январь — сентябрь 2025 года составила 35%, что практически в два раза ниже, чем в сопоставимом периоде прошлого года (64%). Для сравнения, доля ипотеки в комфорт-классе за девять месяцев 2025 года составляет 47%.

РЕПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ В связи с исчерпанием традиционных центральных локаций застройщики активно осваивают новые территории, в том числе через редевелопмент бывших промышленных зон.

«Мы фиксируем тенденцию репозиционирования ряда городских локаций. Например, намыв Васильевского острова, еще лет пять назад воспринимавшийся как район застройки проектами с характеристиками комфорт-класса, постепенно становится более престижной и однородной локацией бизнес-класса. На это повлияло не только повышение ликвидности локации (открытие школ, запуск новой развязки ЗСД, план строительства штаб-квартиры „Сбера“), но и усилия девелоперов, работающих над продуктом»,— говорит госпожа Рянкель.

«Намывные территории Васильевского острова, ранее ассоциировавшиеся с сегментом комфорт-класса, уже представлены проектами бизнес-класса»,— подтверждает Наталья Шаталина, генеральный директор агрегатора недвижимости RedCat.

Также она отмечает что в последние годы активно задействуются последние свободные участки в престижных районах города, таких как Приморский район (в частности, район Черной речки) и Петроградская сторона.

«В 2025 году предложение первичного жилья Петербурга пополняется в основном проектами бизнес-класса, причем они все чаще появляются в „сером поясе“ города и становятся все крупнее по числу квартир. При этом нужно отметить, что сегмент развивается не только за счет цены, но и за счет качества концепции, архитектуры и внимания к деталям»,— говорит господин Свинолобов.

С его точки зрения, локация была и есть главным фактором конкурентоспособности проектов бизнес-класса. Именно поэтому наиболее перспективными остаются центральные и прицентральные районы, например, локация Обводного канала, где возможно сочетать архитектурный контекст, транспортную доступность и насыщенную городскую инфраструктуру.

По словам госпожи Наливайко, ранние проекты минувшего десятилетия (2015–2018 годы) обычно «выезжали» на локации и видах, но примерно с 2019 года акцент стали смещать на качество жизни. Тогда начала быстро расти доля улучшенных планировок (когда есть мастер-спальни, кухни-гостиные, террасы). «Модным стало снижение этажности или применение переменной этажности для лучшей инсоляции и приватности»,— замечает эксперт.

Также в последнее десятилетие особенно заметно растет запрос на зеленые зоны и комфортабельные МОПы в целом: в бизнес-классе стандартом становятся дворы-сады, шикарные лобби, тихие уголки с перголами, беседками.

«Вскоре такие опции уже пошли в масс-маркет. В 2025 году все чаще наблюдается смешение классов (например, бизнеса и комфорт+). Набирает популярность такой микс-формат, как бизнес-лайт (МОПы уровня бизнес-класса плюс квартиры уровня класса комфорт). Девелоперы стараются повышать доступность проектов без потери статуса»,— замечает госпожа Наливайко.

ПЛОЩАДИ В целевых группах аудитории проектов бизнес-класса увеличилась доля покупателей, приобретающих первую квартиру — девелоперы реагируют на это, в том числе снижая среднюю площадь предложения и, соответственно, общую стоимость квартиры. В то же время велика и доля местной аудитории, рассматривающей улучшение жилищных условий: расширение площади, повышение класса жилья, переезд в более престижный район, говорят в Nikoliers.

Наталья Круглова, управляющий партнер Trophy Assets, отмечает, что современные проекты характеризуются меньшими площадями (в среднем 57 кв. м против 73 кв. м десять лет назад), но более высоким качеством архитектуры, инженерии и общественных пространств. «Внимание покупателей сместилось с метража на внутреннюю функциональность: востребованы квартиры с продуманными планировками, панорамным остеклением, допфункциями и благоустроенными частными территориями»,— рассказала она.

Госпожа Шаталина говорит, что в последнее время в сегменте проявилась новая тенденция — принятие студий. Наблюдается изменение отношения к небольшим лотам. «Апартаменты и компактные однокомнатные квартиры интегрированы в проекты бизнес-класса. Девелоперы осознали наличие спроса со стороны инвесторов и обеспеченных покупателей, готовых инвестировать в студию в престижном районе для входа в сегмент с меньшими финансовыми затратами»,— полагает она.

Именно в бизнес-классе цены сегодня растут быстрее всего. «Скажем, в Санкт-Петербурге с начала года мы видим прирост не менее 10–13%, а в Москве такие проекты прибавили в стоимости 7–8% только за последние три месяца. Пока можно уложиться в вилку 400–500 тыс. рублей за квадратный метр. Но удорожание продолжится. Факторы роста понятны: дефицит земли в ключевых мегаполисах, нехватка самих новостроек, удорожание финансирования, стройматериалов, рабочей силы»,— говорит госпожа Наливайко.

Как полагает господин Свинолобов, за последние годы покупатель бизнес-класса заметно изменился — и в мотивации, и в критериях выбора. «Если раньше основным драйвером была инвестиция или стремление к статусу, то сегодня на первый план выходит осознанность. Люди покупают не просто квадратные метры, а среду для жизни — с комфортом, безопасностью, сервисом и архитектурой, которая соответствует их образу мышления»,— говорит он. ■