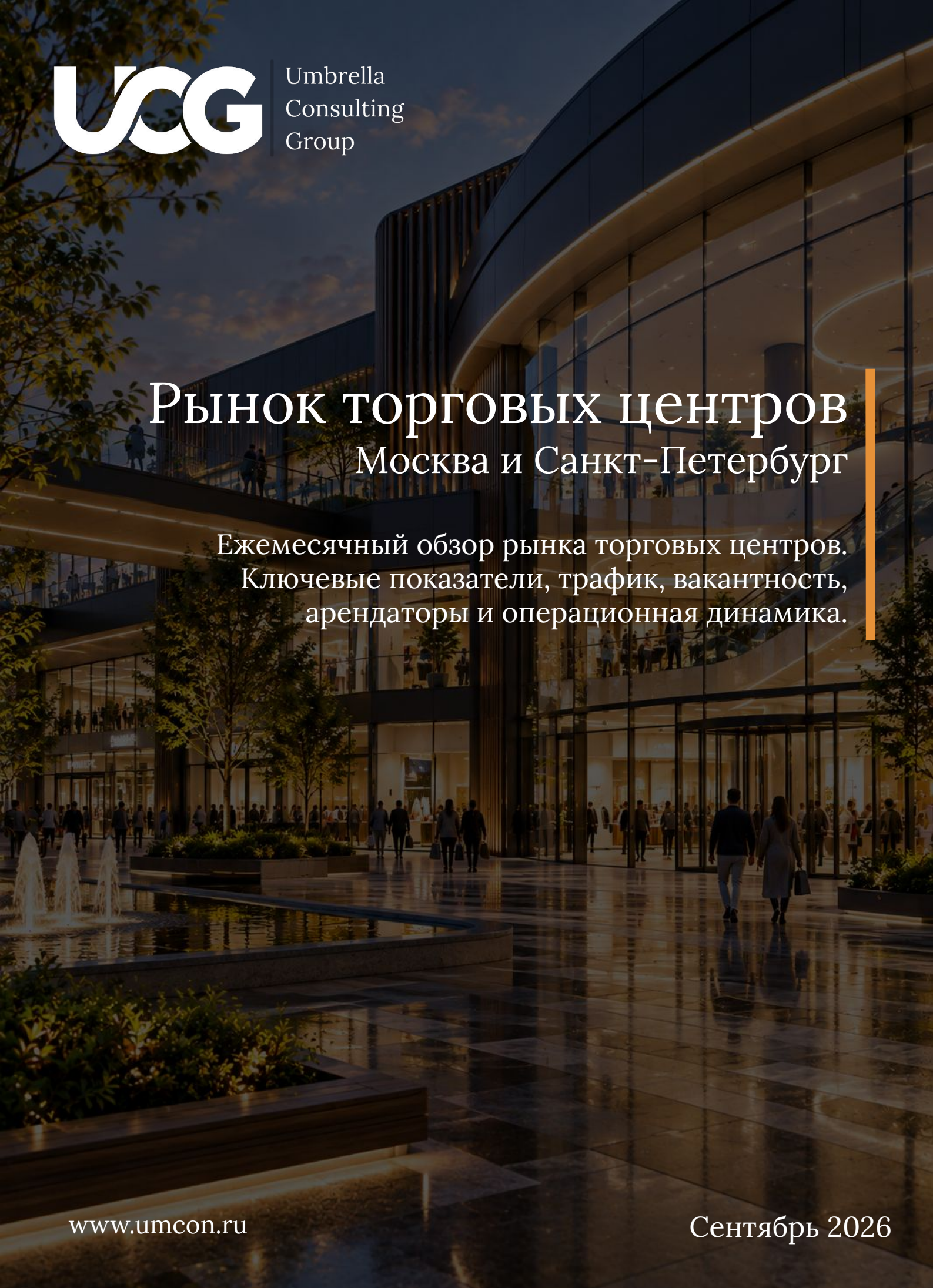


Umbrella
Consulting
Group

Рынок торговых центров

Москва и Санкт-Петербург

Ежемесячный обзор рынка торговых центров.
Ключевые показатели, трафик, вакантность,
арендаторы и операционная динамика.

www.umcon.ru

Сентябрь 2026

Содержание отчета

Ключевые показатели рынка 3
Объем предложения и новый ввод 4
Вакантность торговых центров по форматам 5
Структура арендаторов Москвы 6
Структура арендаторов Санкт-Петербурга 7
Российские и иностранные бренды 8
Итоговые выводы сентября 2026 9
О компании 10
Источники и методология 11

В отчете приведены консолидированные и обработанные данные по рынку торговых центров Москвы и Санкт-Петербурга. Отображены основные показатели рыночной и операционной динамики торговых объектов: посещаемость, вакантность, поглощение площадей, ввод нового предложения, структура арендаторов и изменения состава торговых центров:

- *Трафик / посещаемость — изменение количества посещений торговых центров за анализируемый период; динамика приводится год к году и к предыдущему сопоставимому периоду.*
- *Вакантность — доля свободных арендопригодных площадей в общем объеме торговых площадей исследуемого сегмента.*
- *Поглощение — изменение объема занятых арендаторами торговых площадей за анализируемый период.*
- *Новый ввод — объем новых торговых площадей, введенных или планируемых к вводу на рынок.*
- *Пул арендаторов — структура арендаторов торгового центра по товарным и функциональным категориям.*
- *Ротация арендаторов — открытия, закрытия и изменения состава арендаторов торговых центров.*

Источники сбора данных: открытые отраслевые и профессиональные источники, данные консалтинговых и исследовательских компаний, собственников и управляющих компаний торговых объектов, торговых операторов, профильных информационно-аналитических ресурсов, публичные материалы участников рынка, а также собственная аналитика Umbrella Consulting Group.

В рамках исследования анализировались следующие параметры:

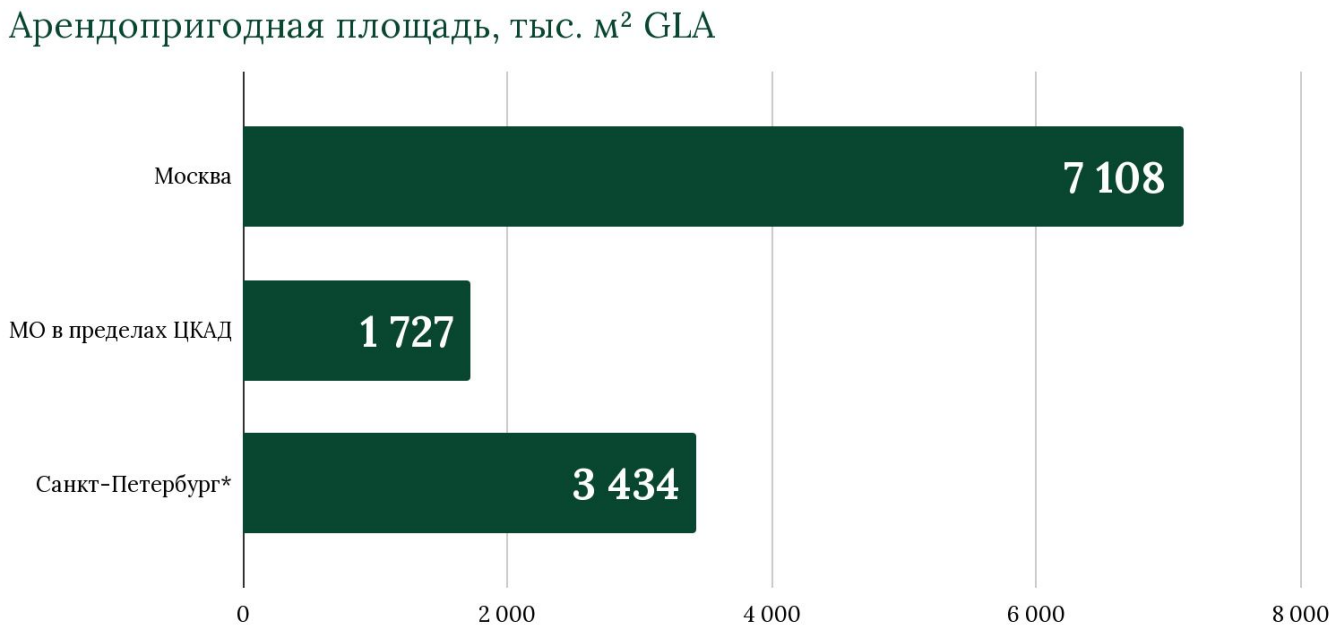
- *динамика посещаемости торговых центров;*
- *уровень и структура вакантности;*
- *объем поглощения торговых площадей;*
- *объем нового предложения;*
- *структура арендаторов по категориям;*
- *динамика отдельных товарных категорий;*
- *структура потребительского бюджета;*
- *возраст и потребность в обновлении торгового фонда;*
- *открытия и ротация арендаторов.*

Дополнительные материалы и информацию об исследовании см. на www.umcon.ru

Сентябрь 2026: итоги

Рынок торговых центров Москвы и Санкт-Петербурга. Срез на 30 сентября.

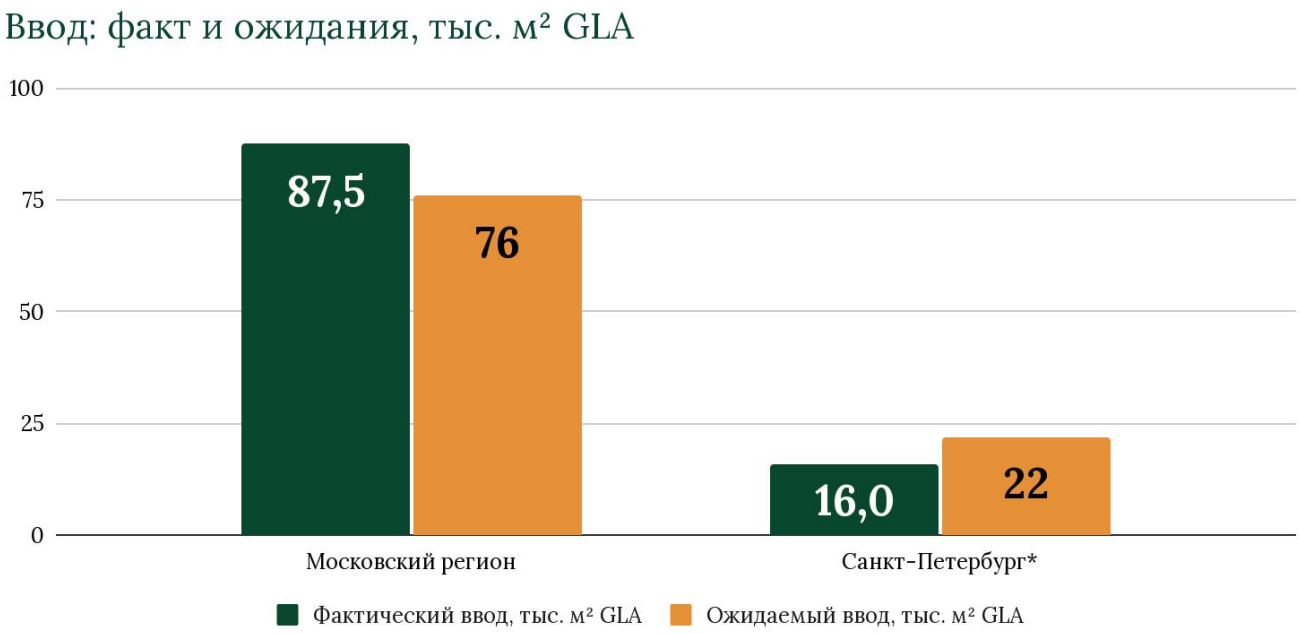
Показатель	Москва	Санкт-Петербург*
Арендопригодная площадь, млн м²	7,108	3,434
Свободные площади, % GLA	10,0%	5,3%
Заполняемость, расчет	90,0%	94,7%
GLA на 1 000 жителей, м²	534	589



Вакантность московских ТЦ почти вдвое превышает петербургскую — 10% против 5,3%. При этом Санкт-Петербург лучше обеспечен торговыми площадями на душу населения.

Предложение и новый ввод

География	GLA фонда, тыс. м²	Ввод с начала года, тыс. м²	Открыто ТЦ
Москва	7 108	73	5
Московский регион	8 835	87,5	6
Санкт-Петербург	3 434	16	2

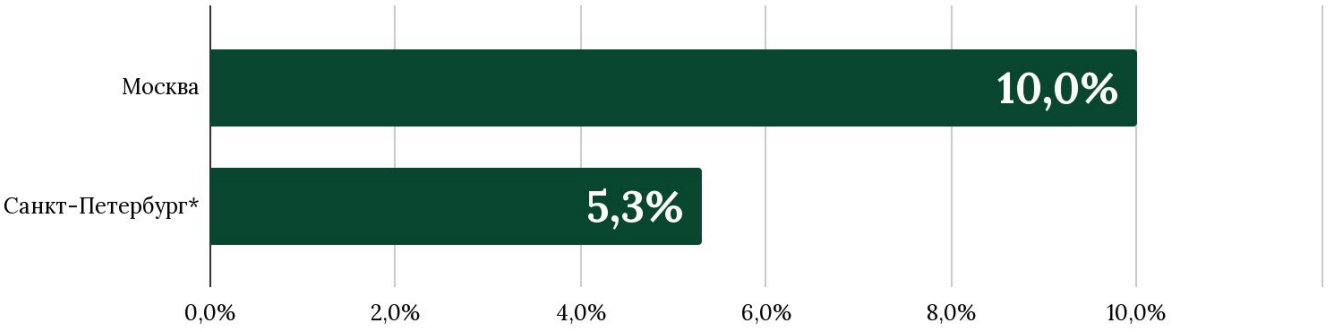


Московский рынок сохраняет лидерство по объему нового строительства. Дополнительный ввод до конца года может усилить конкуренцию за арендаторов в обеих агломерациях.

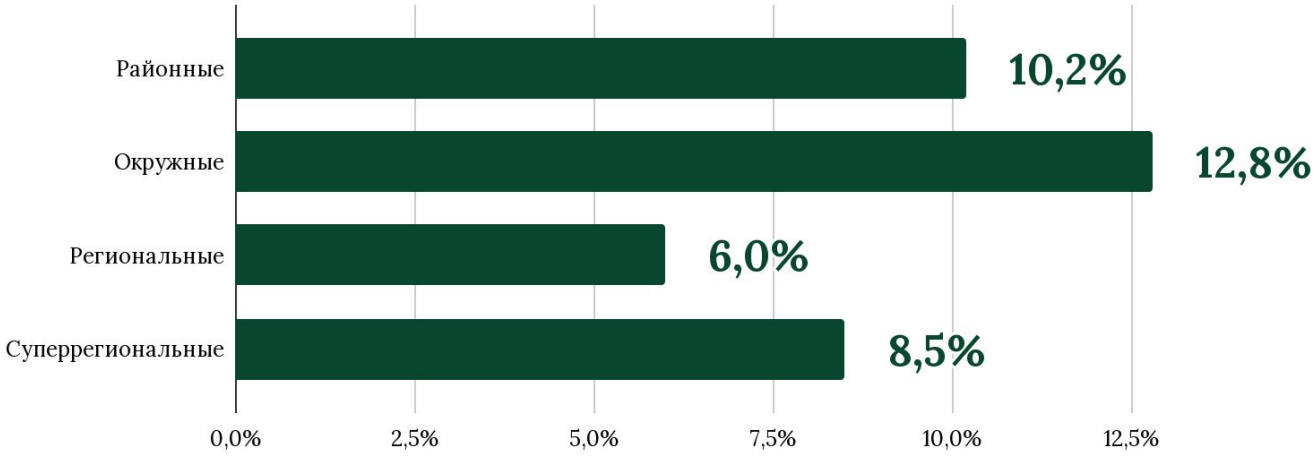
Вакантность и форматы

Доля свободных площадей на 30.09.2026. Одинаковая единица измерения — % GLA.

Вакантность на 30.09.2026



Москва: вакантность по форматам

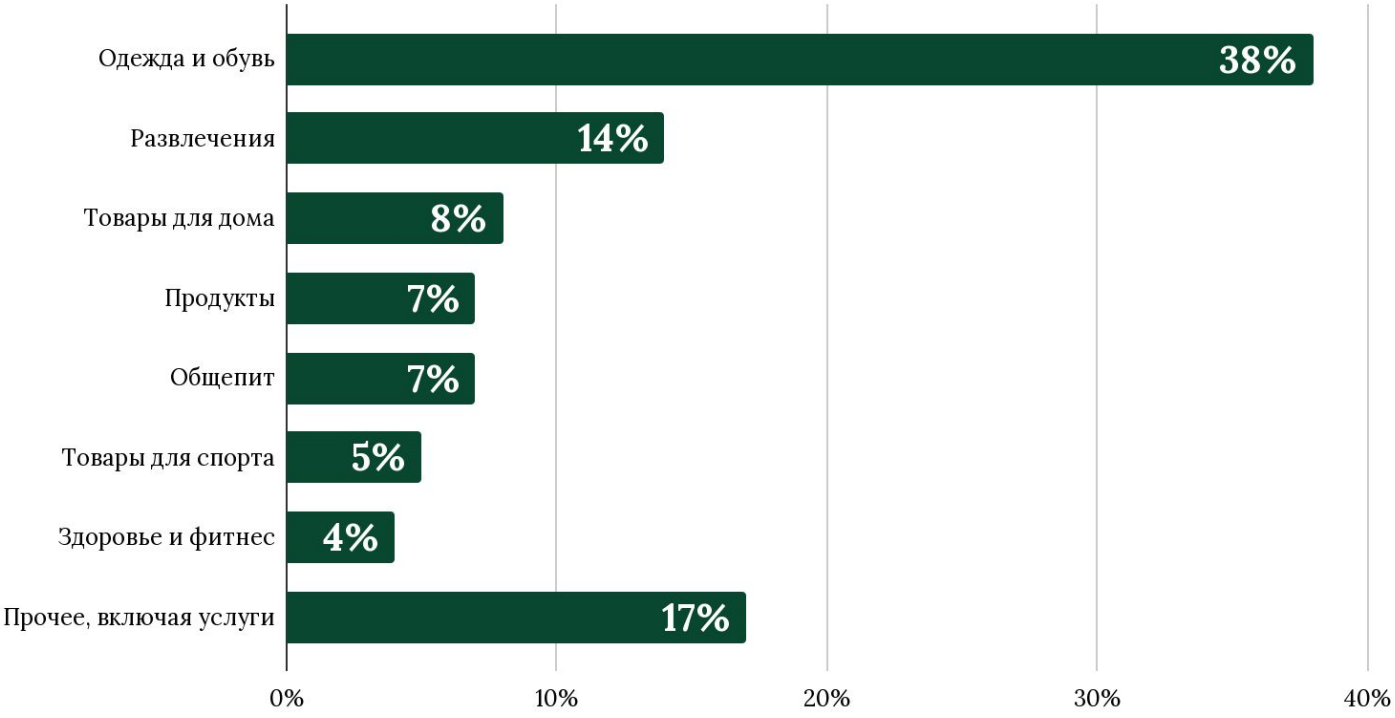


Наиболее высокая вакантность Москвы сосредоточена в окружных ТЦ — 12,8%. Различия между форматами подчеркивают необходимость индивидуальной стратегии заполнения объектов.

Москва: состав арендаторов

10 ключевых торговых центров. Доли GLA на конец сентября 2026 года.

Москва: состав арендаторов, доля GLA



Функция	Доля GLA
Одежда и обувь	38%
Развлечения + общепит + здоровье и фитнес	25%
Прочее, включая услуги	17%

Одежда и обувь занимают 38% площадей ключевых московских ТЦ. Развлекательные, ресторанные и оздоровительные функции формируют значимую часть арендаторского состава — 25%.

Петербург: состав арендаторов

10 ключевых торговых центров. Доли GLA на конец сентября 2026 года.

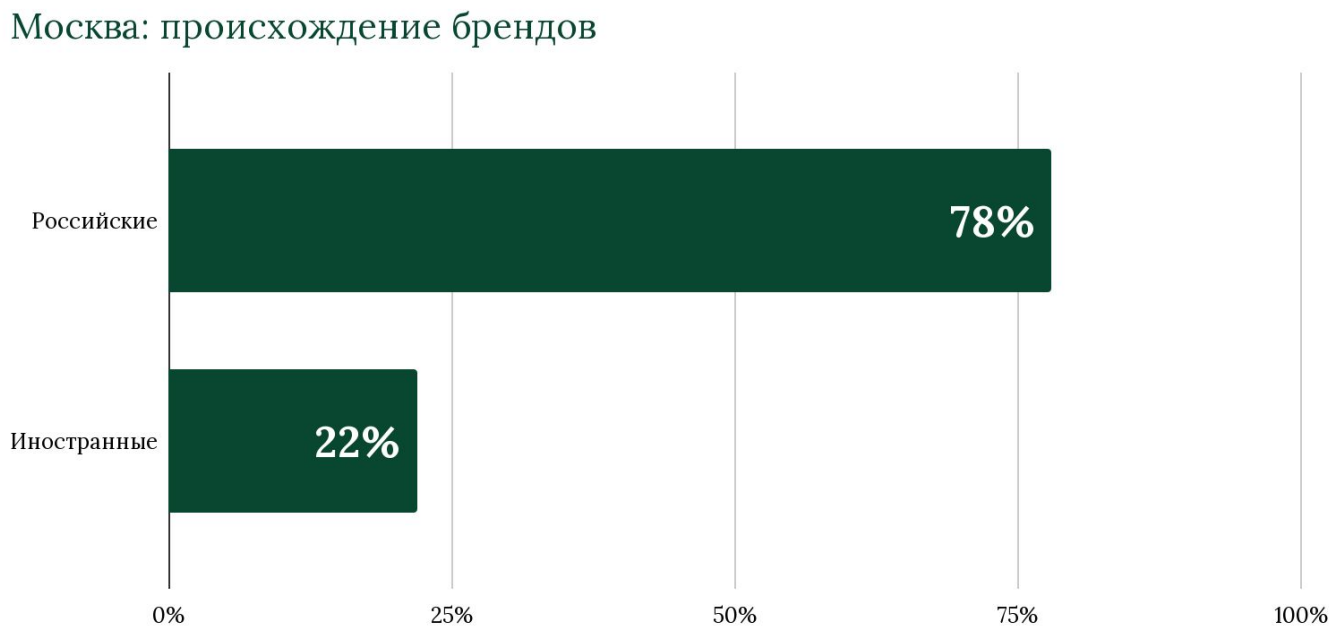


Сопоставимая категория	Москва	Петербург
Одежда и обувь	38%	35%
Развлечения	14%	10%
Общепит	7%	6%
Здоровье и фитнес	4%	1%

В петербургских ТЦ доля одежды и обуви составляет 35%, уступая Москве. Меньшая представленность досуговых и оздоровительных форматов указывает на различия в структуре арендаторов.

Москва: происхождение брендов

Доли GLA в выборке 10 ключевых ТЦ на конец сентября.



Группа	Доля GLA
Российские бренды	78%
Иностранные бренды	22%

Российские бренды занимают 78% площадей ключевых московских ТЦ. Структура арендаторов демонстрирует преобладание отечественных операторов над иностранными.

Выводы по рынку

На конец сентября различия между городами и форматами важнее единого среднего показателя.

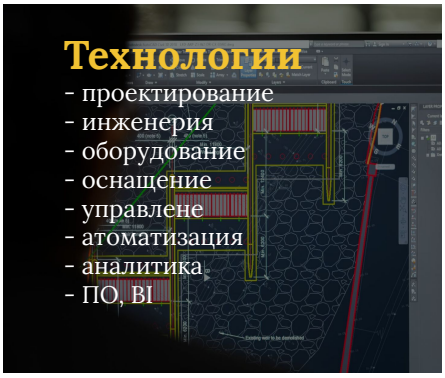
Наблюдение	Практический вывод
Москва: вакантность 10,0%; окружные ТЦ — 12,8%.	Первоочередной контроль ротации и срока экспозиции свободных блоков.
Петербург: 5,3% по рынку и 5,8% в 10 ключевых ТЦ.	Оценивать конкретный объект: крупный формат сам по себе не гарантирует полной загрузки.
Досуг, общепит и фитнес: 25% GLA выборки Москвы; 17% — Петербурга.	Проверять экономику каждого формата: оборот, платежную нагрузку и повторные посещения.
Ожидаемый ввод: 76 тыс. м² в Московском регионе, 22 тыс. м² в Петербурге.	Учитывать новые ТЦ в своей зоне охвата; проверять фактические сроки запуска.

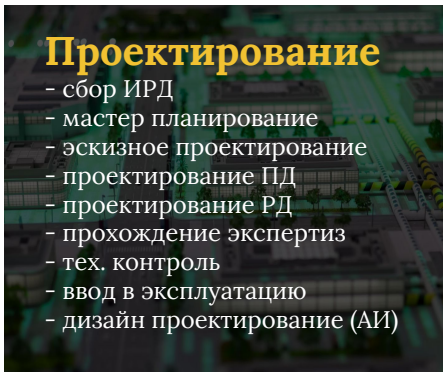
Московский рынок характеризуется более высокой вакантностью, петербургский - более плотным заполнением. Приоритет собственников - снижение свободных площадей и оптимизация состава арендаторов.

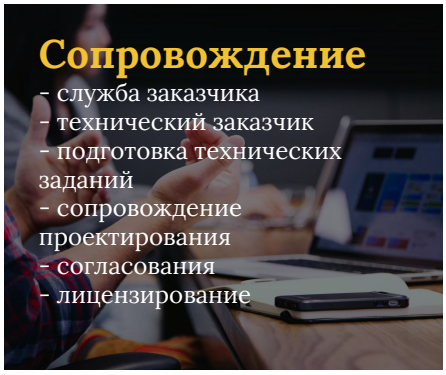
О компании

Мы начали свою деятельность в 2001 году с гостиничного сектора и стали консалтинговой компанией номер 1 в РФ и СНГ по количеству проектов своем портфеле под брендом Umbrella Hospitality. За более чем 20 лет своей деятельности мы расширили свой портфель от гостиничных проектов до проектов комплексного освоения территории на тысячи гектар. Мы предлагаем нашим клиентам комплексные решения в сфере недвижимости, основанные на широкой профессиональной экспертизе, глубоком понимании российского рынка, а также лучших международных практиках. Почему это важно? Наши профессионалы сопровождают проект на всех этапах — от инициации до завершения. Они не просто решают задачи, а создают инновационные стратегии, оптимизируют ресурсы и минимизируют риски, превращая каждый этап в ступень к успеху.Какой результат? Ваши проекты обретают четкость, эффективность и конкурентное преимущество, а команда — уверенность в достижении амбициозных целей.

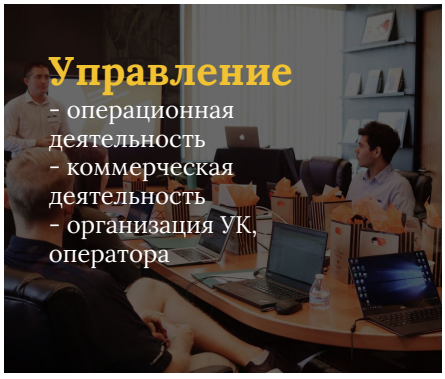
Услуги в области коммерческой и жилой недвижимости

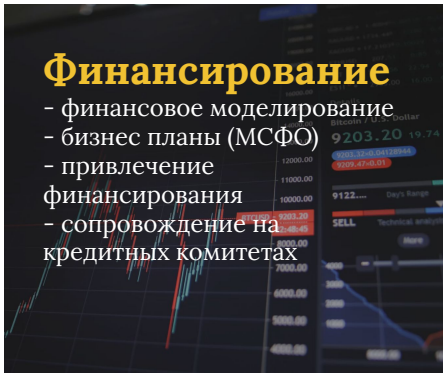




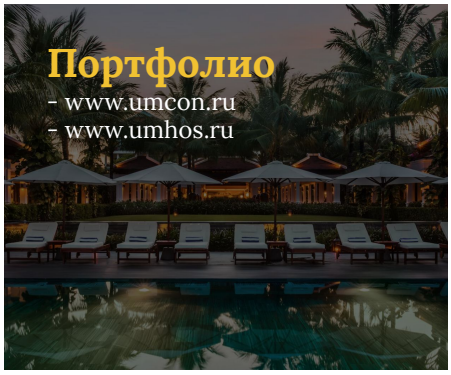












Методология и источники

Методология анализа

В рамках исследования анализировались объем и структура арендопригодных торговых площадей, уровень вакантности, заполняемость объектов, обеспеченность населения торговыми площадями, объем нового ввода, функциональная структура арендаторов и соотношение российских и иностранных брендов.

Для обеспечения сопоставимости исходные данные приведены к единому формату:

- арендопригодная площадь (GLA) — в м², тыс. м² и млн м²;
- вакантность и заполняемость — в процентах от GLA;
- обеспеченность торговыми площадями — в м² на 1 000 жителей;
- структура арендаторов и происхождение брендов — в процентах от GLA;
- ввод новых объектов — в количестве торговых центров и тыс. м² GLA;
- показатели на 30 сентября рассматриваются как месячный срез рынка;
- накопленный ввод с начала года учитывается отдельно от сентябрьских показателей;
- планируемый ввод не включается в фактический объем предложения;
- показатели отдельных выборок торговых центров рассматриваются отдельно от общерыночных значений.

Информационная база

Для подготовки отчета использованы консолидированные открытые рыночные и статистические данные, аналитические материалы профессиональных участников рынка коммерческой недвижимости, публичная информация девелоперов, собственников и управляющих компаний торговых центров, сведения торговых операторов, отраслевые публикации, официальные статистические материалы и специализированные информационно-аналитические ресурсы.



Umbrella
Consulting
Group

www.umcon.ru