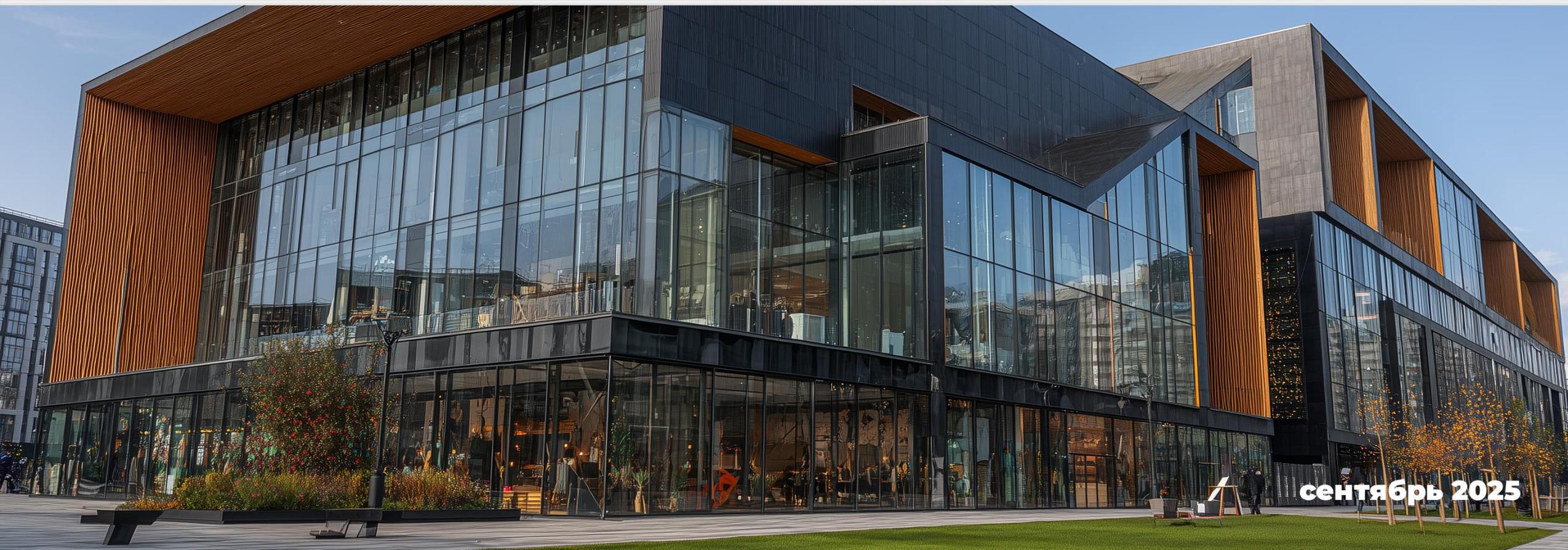


Районные торговые центры



сентябрь 2025

CORE·XP

1

Понятие и история
формата



Районные торговые центры (РЦ) –

это здания торгового назначения, арендопригодная площадь которых варьируется от 5 000 до 20 000 м². Как правило, они расположены в жилых районах с плотной застройкой и рассчитаны на повседневный спрос жителей ближайших домов.

Целевая аудитория районных ТЦ



Резиденты жилых кварталов в зоне охвата РЦ

Дневной трафик



Пассажиры общественного транспорта



Сотрудники близлежащих БЦ

Районные торговые центры формируются вокруг ключевых потребностей жителей ближайших жилых кластеров — здесь преобладают продуктовые магазины, предприятия общественного питания и повседневные услуги, поскольку в условиях роста населения и высокой плотности застройки устойчивый спрос на повседневные товары и сервисы делает такие объекты востребованными.

CORE·XP

Пример качественного районного торгового центра

ТЦ Сокольники

24 034 м²
GBA

12 500 м²
GLA

2009
год открытия

2022
год завершения
реконструкции



0%

доля свободных площадей
(август 2025 г.)

Зарождение формата районного торгового центра

С чего всё началось?



Europa Shopping Center, Литва, 2007 г.



ТЦ Черёмушки, Россия, 1966 г.



Roland Park Shopping Center, США, 1896 г.



The Whitgift Centre, Великобритания, 1970 г.

Прообразы современного районного торгового центра зародились в США в конце XIX — начале XX века. К числу первых реализованных объектов такого рода относятся Roland Park Shopping Center (1896 г.), Market Square (1916 г.), Highland Park Village (1931 г.).

Большое распространение этот формат получил во второй половине XX века, развиваясь параллельно с крупными моллами. В 1950-е гг. он появился в более стандартизированном виде в США (первый объект — Northgate Shopping Center, 1950 г.), и включал в себя, как правило, якорный магазин и сервисы, open-air планировку, парковку, что упростило массовое строительство таких ТЦ. В 60-70-х гг. XX века прообраз районного формата уже в более современном виде, появился в Европе (ТЦ Черёмушки, Россия, 1966 г.; The Whitgift Centre, Великобритания, 1970 г.) и был адаптирован под привычки и образ жизни локального населения — меньшие площади и интеграция в жилые кварталы.

К 1980-1990-м гг. такие ТЦ стали нормой в европейских пригородах (Centre Commercial Rosny 2, Франция, 1973 г.), а в 2000-х гг. эволюционировали в компактные форматы (Europa Shopping Center, Литва, 2007 г.) с упором на пешую доступность и услуги, сохранив базовые принципы: якорный магазин и локальные сервисы.

Зарубежный опыт: примеры проектов

17&Central

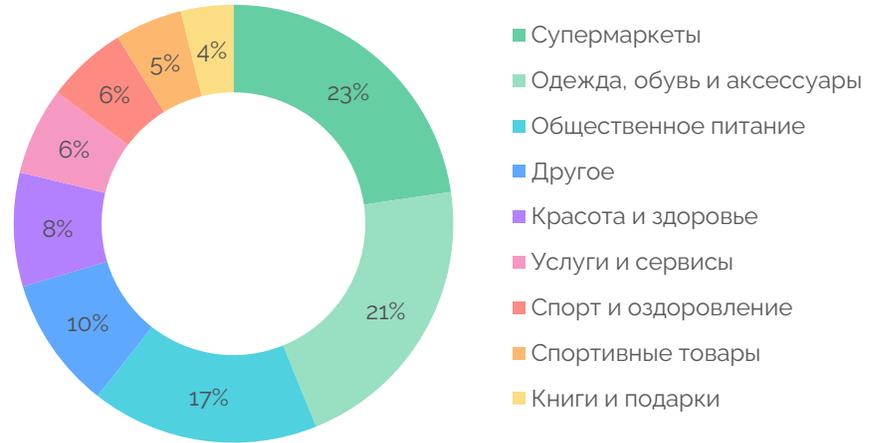
район Уолтемстоу, Лондон, Великобритания

24 000 м²
GLA

1988
год открытия

2015
год последней
реконструкции

Структура арендаторов и примеры представленных брендов



VODAFONE

PANDORA

STARBUCKS

RIVER ISLAND

SUBWAY



Зарубежный опыт: примеры проектов

Schultheiss-Quartier

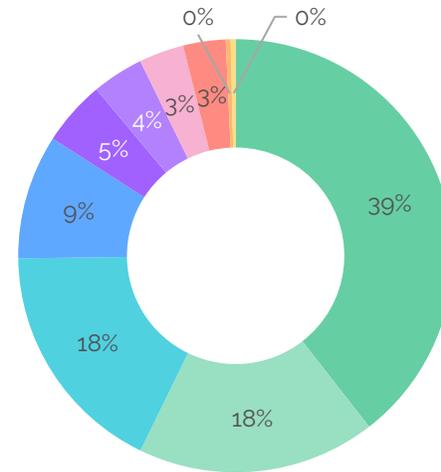
Берлин, Германия

20 000 м²
GLA

2008
год открытия

До 2018 года на месте ТЦ располагался исторический пивоваренный комплекс Schultheiss. Пивоварня была основана в 1826 году и работала до 1980 года, в 1995 году комплекс был внесен в список исторических объектов.

Структура арендаторов и примеры представленных брендов



- Одежда, обувь и аксессуары
- Супермаркеты
- Товары для дома
- Косметика и парфюмерия
- Общественное питание
- Книги и подарки
- Услуги и сервисы
- Красота и здоровье
- Другое
- Спортивные товары

- H&M
- NEW YORKER
- DEICHMANN



Отечественный опыт:
примеры проектов

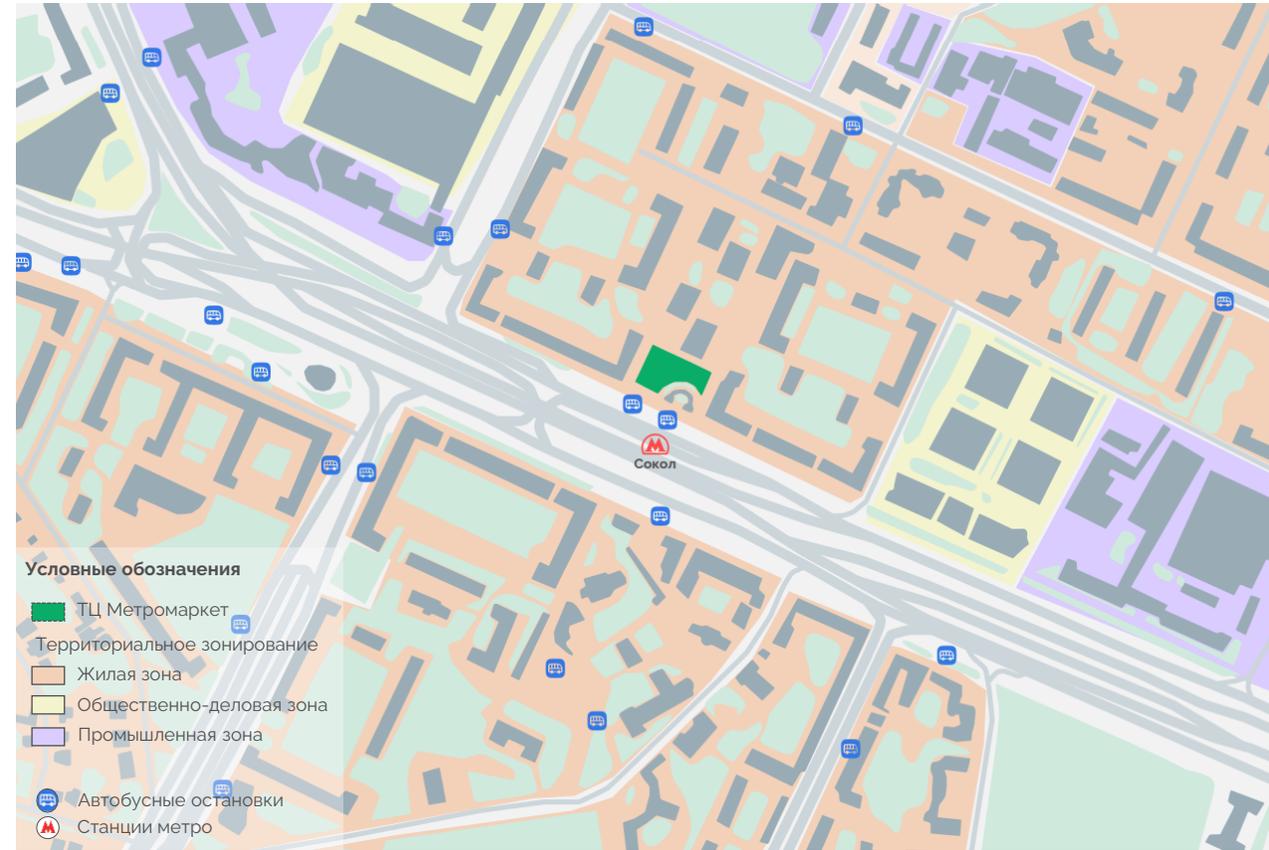
ТЦ Метромаркет

Девелопер: Capital Group

7 800 м²
GVA

2002
год открытия

4
этажа



Отечественный опыт: примеры проектов

РЦ Рассвет

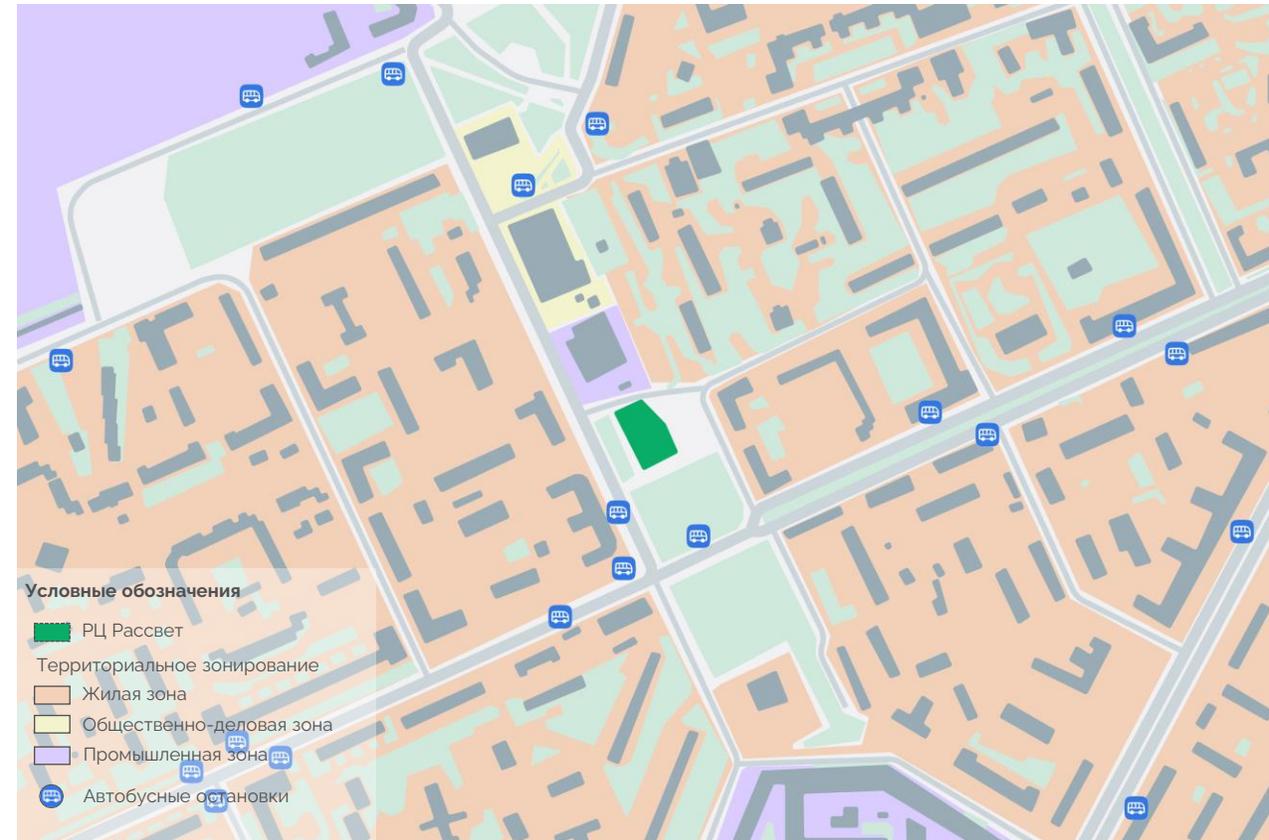
Девелопер: ADG group

9 400 м²
GBA

6 500 м²
GLA

2020
год открытия

4
этажа



Отечественный опыт:
примеры проектов

Столица Московский

Девелопер: Столица Менеджмент

17 000 м²
GVA

6 500 м²
GLA

2020
год открытия

3
этажа



CORE·XP

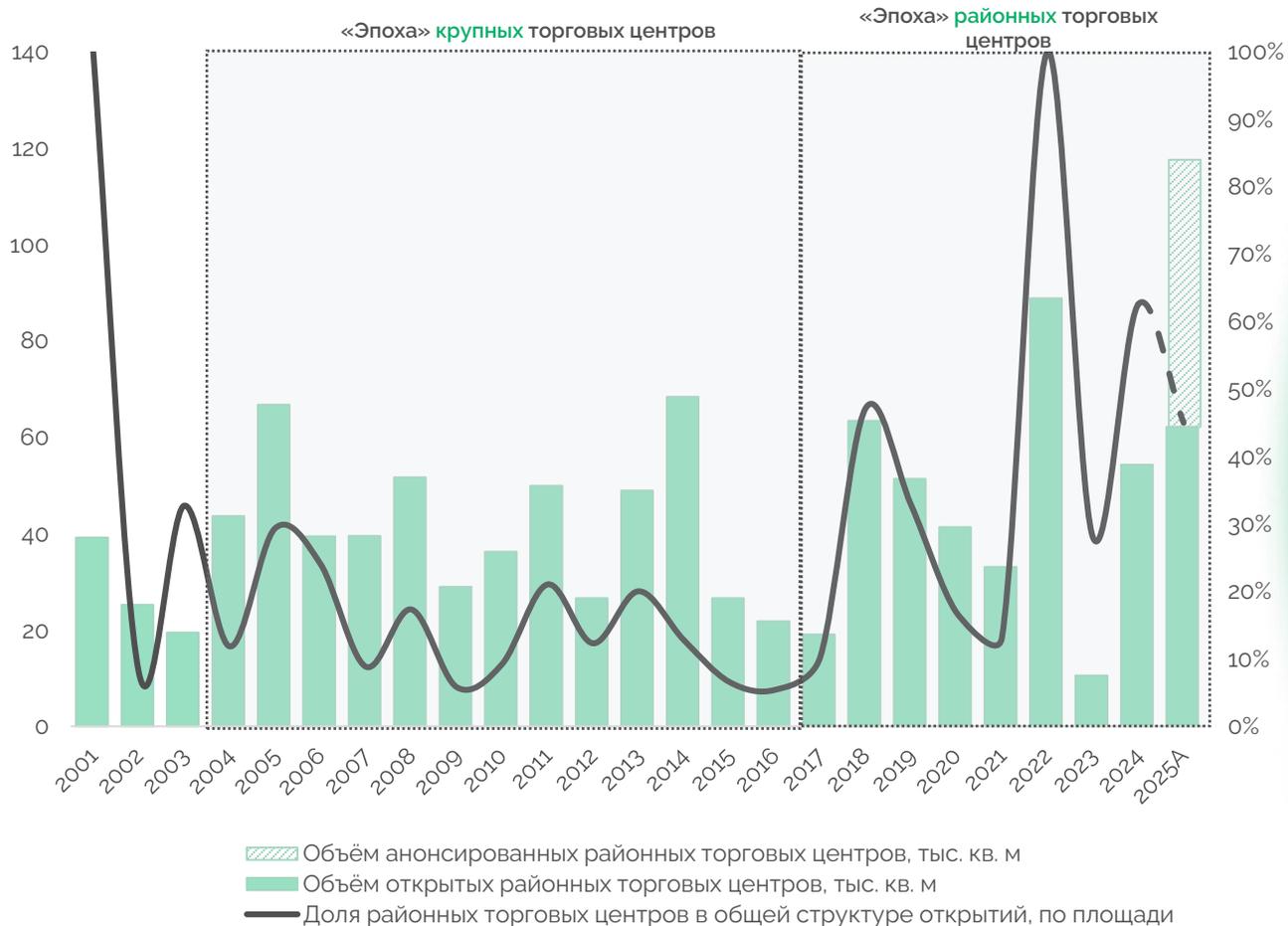
2

Предложение



Торговые центры: новые тренды и смещение в сторону районного формата

Динамика строительства районных центров, тыс. кв. м, Москва



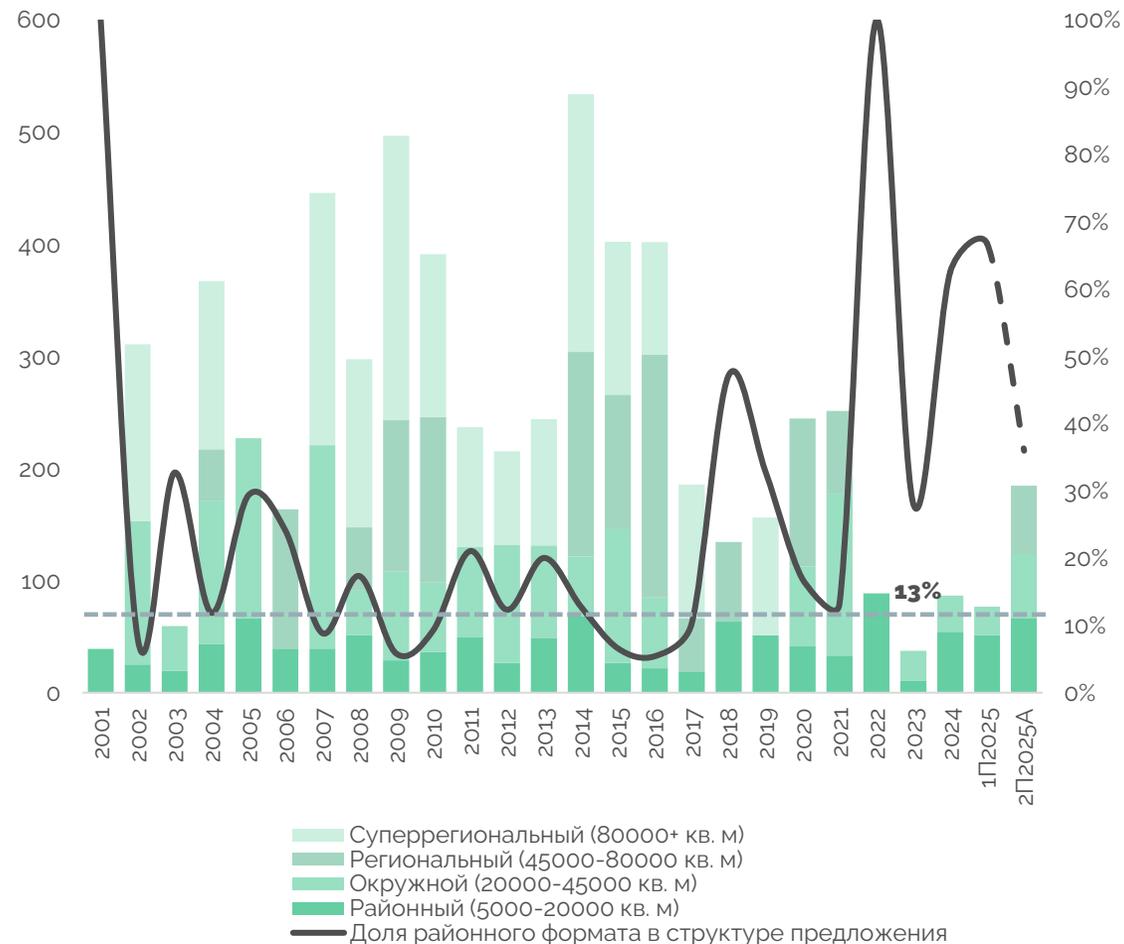
Доля районных торговых центров в структуре строительства демонстрирует цикличность, зависящую как от востребованности данного формата, так и от макроэкономических факторов.

- **С конца 90-х гг. рынок торговых центров начал свое формирование**, что объясняет неравномерные объемы девелопмента в то время. Пики и спады в строительстве отражали эксперименты с форматами ТЦ и поиск оптимальных решений.
- **В начале 2000-х гг. в строительстве торговых центров доминировали крупные проекты.** Этот период ознаменовался открытием ТЦ «Мега Теплый Стан» (2002 г.), ставшим первым подобным объектом. Пик востребованности больших ТЦ пришелся на 2006–2009 гг. и 2012–2016 гг.
- В тот период показатель доли районных торговых центров в общем строительстве нередко опускался до минимальных значений, отражая эпоху крупных проектов: в 2009 г. он упал до 6%, а в 2016 г. – до 5%.
- **После этого фокус девелоперов сместился на районные форматы.** В 2014–2016 гг. доля районных ТЦ составляла 5–14 %, а после 2017 года уже не опускалась ниже 13%.
- Данный тезис подтверждается разницей в средней площади торговых центров, открытых в разные эпохи. Так, в 2004–2016 гг. показатель составлял 37,5 тыс. м², а в 2017–2025 гг. — уже 20,7 тыс. м².

Также на востребованность районного формата с 2017-го года повлияли западные тенденции – **распространение в Европе комьюнити-центров.**

Торговые центры: новые тренды и смещение в сторону районного формата

Объём строительства торговых центров Москвы по форматам, тыс. м²



○ После 2020 г. фокус глобально сместился на районные форматы. Это произошло главным образом из-за появления тренда на полицентричность и программы МПТ в Москве, а также насыщения рынка торговых центров крупными объектами.

Прежняя модель потребительского поведения, ориентированная на крупные ТЦ как главные точки притяжения и совершения покупок, также претерпела фундаментальную трансформацию. Спрос сместился в сторону e-commerce, пунктов выдачи маркетплейсов, торговые пространства в МФК и магазины «у дома».

- Помимо этого такое явление было обусловлено пандемией и распространением онлайн-сервисов доставки, СВО и уходом международных сетей, а также замедлением экономики.
- В среднем с 2020 по 2024 гг. открывалось по 42,2 тыс. м² районных центров в год, в количественном выражении – по 4 новых объекта.
- В 2023 г. доля районных ТЦ составила 28%, в 2024 г. – 63%, за январь-сентябрь 2025 г. – 71%. Так, районные центры сегодня формируют значительный объем открытий новых ТЦ.

45%

составит доля районных торговых в общем строительстве по итогам 2025 г., согласно анонсам девелоперов

117,6 тыс. кв. м

новых районных торговых центров, как ожидается, будет открыто всего в 2025 году, что является рекордным объёмом

Районные торговые центры сегодня

Ключевые показатели

1,1 млн. кв. м

общая площадь открытых районных торговых центров в Москве

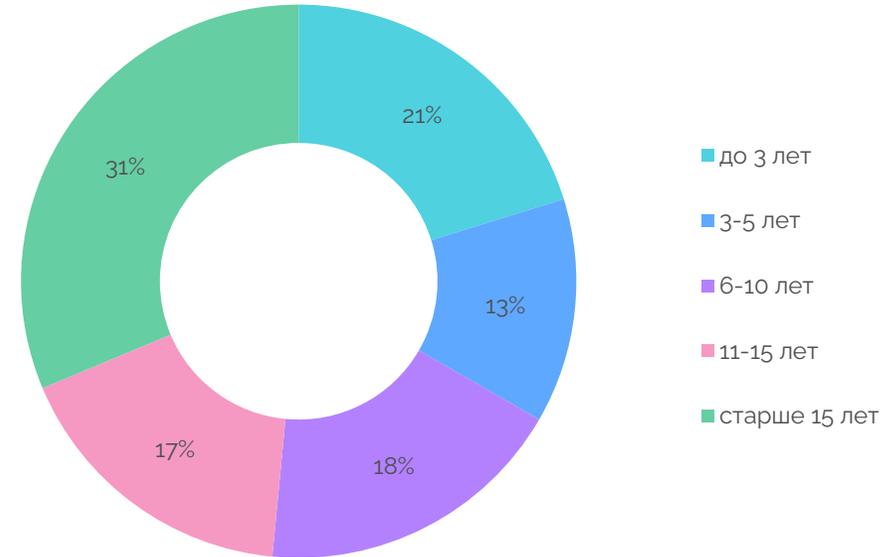
11 тыс. кв. м

средний размер районного торгового центра в Москве

17%

доля торговых центров районного формата в общем предложении ТЦ Москвы

Распределение районных торговых центров по возрасту



11 лет

средний возраст районных ТЦ

Для сравнения, средний возраст ТЦ всех форматов по Москве – 12 лет.

48%

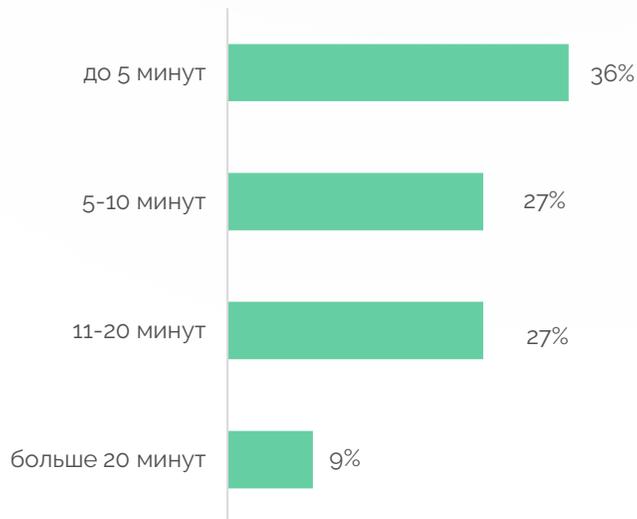
доля районных ТЦ старше 11 лет

Районные торговые центры сегодня

Где расположены?

Основное предложение районных торговых центров (по площади) приходится на **Северо-Восточный (17%)**, **Южный (17%)**, **Северный (14%)** и **Юго-Западный (13%)** административные округа.

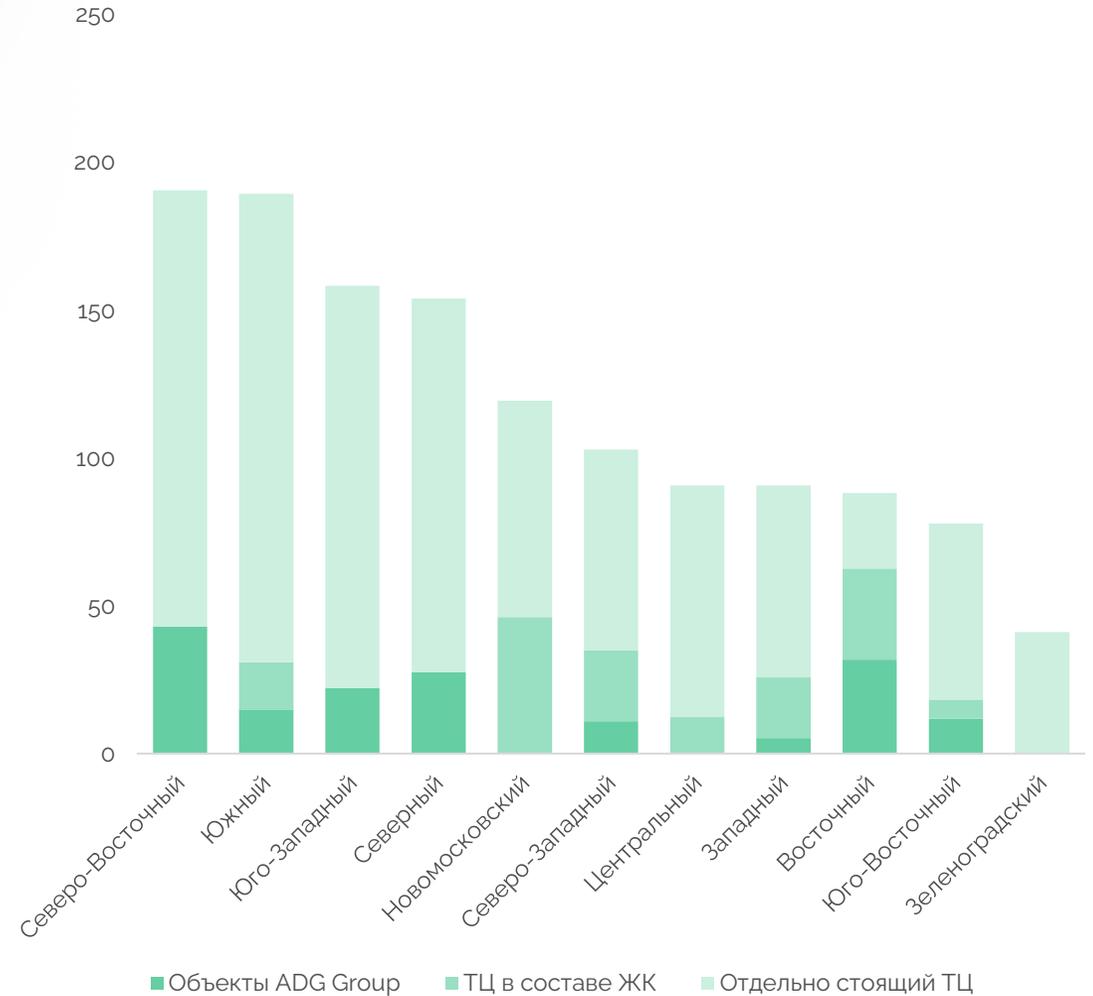
Количество минут пешком от ближайшей станции метро до ТЦ



10 минут

Среднее время от метро до районного ТЦ в Москве

Текущее предложение районных торговых центров Москвы, тыс. кв. м



Будущее предложение районных торговых центров

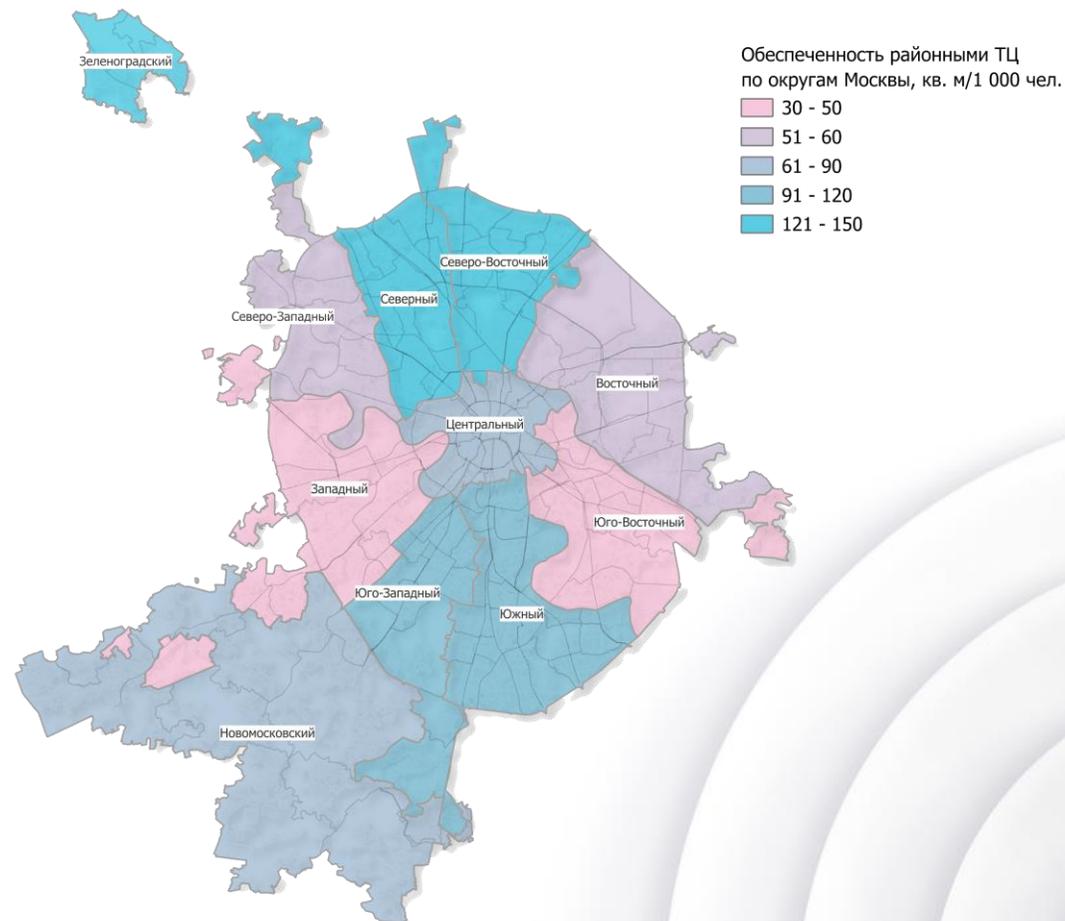
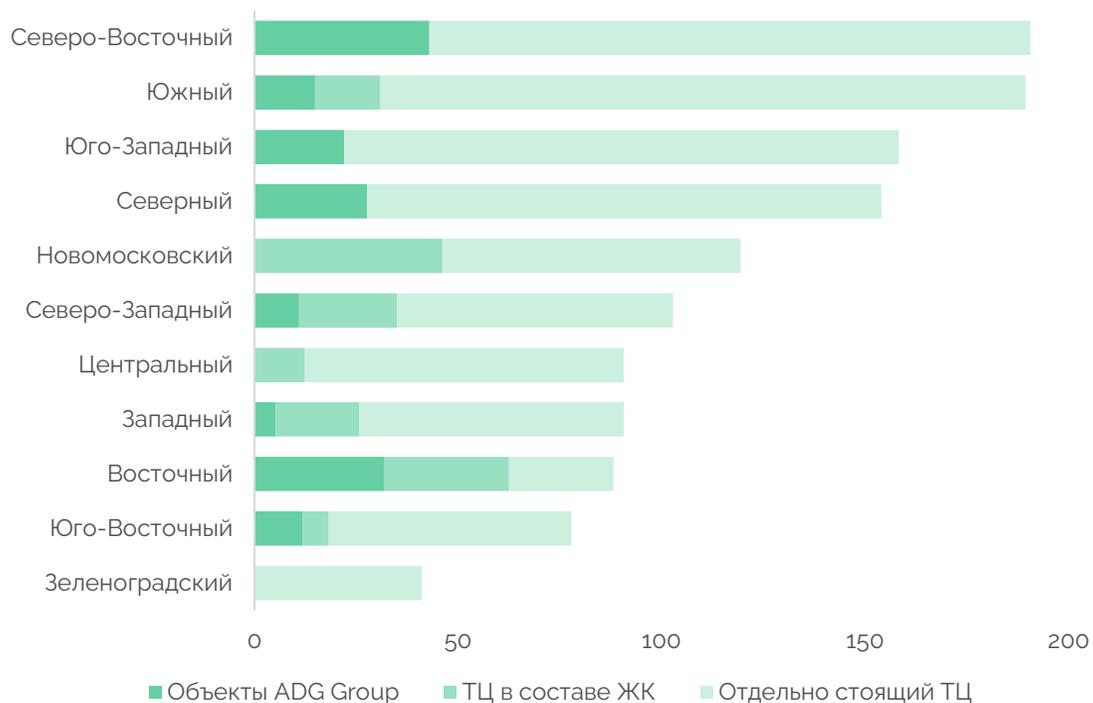
217 кв. м

районных торговых центров анонсировано девелоперами к открытию в 2025-2029 гг.

В основном будущее предложение будет сосредоточено в Северо-Восточном, Южном, Северном и Юго-Западном административных округах. При этом самыми обеспеченными районными ТЦ сегодня являются такие округа, как **Зеленоградский, Северный и Северо-Восточный**.

Обеспеченность районными ТЦ по административным округам Москвы, сентябрь 2025 г.

Предложение районных торговых центров к 2029 г., тыс. м²



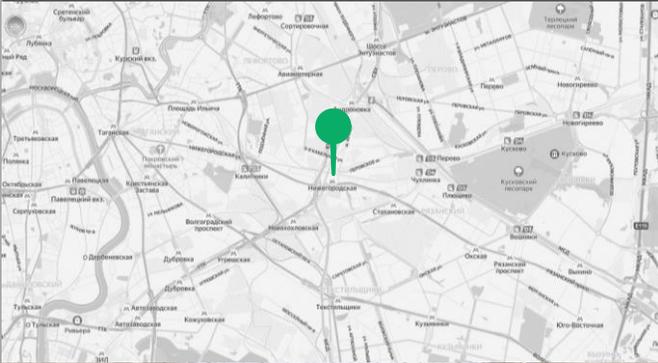
Примеры анонсированных объектов

Portal (ТПУ Нижегородская)

Девелопер: MR Group

Арендуемая площадь: 15 000 м²

Дата открытия: III кв. 2025 г.

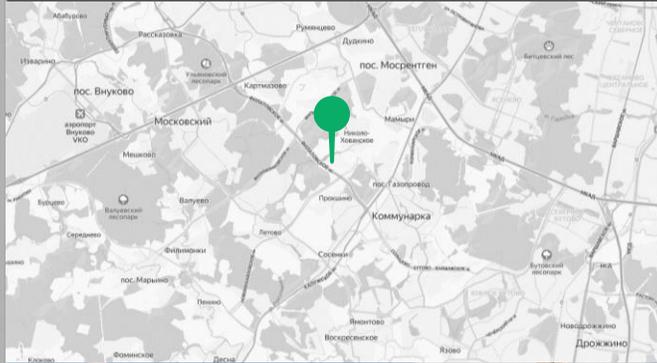


МФК Прокшино

Девелопер: А101

Арендуемая площадь: 9 600 м²

Дата открытия: III кв. 2025 г.

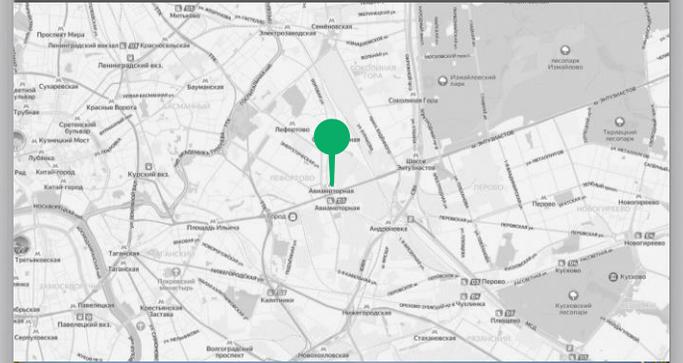


ТПУ Авиамоторная

Девелопер: Мосинжпроект

Арендуемая площадь: 8 179 м²

Дата открытия: 2026 г.



CORE·XP

3

Арендаторы
и коммерческие условия



Классическая структура арендаторов районных ТЦ

Структура арендаторов районных торговых центров Москвы*



В основном в районных торговых центрах Москвы представлены такие категории, как Предприятия общественного питания, Бытовые услуги и сервисы, Одежда, обувь и аксессуары – суммарно на них приходится 52% общего количества действующих операторов.

18%

доля арендаторов, предлагающих бытовые услуги и сервисы

Структура арендаторов типичного районного ТЦ отражает потребительское поведение, ориентированное на решение сразу нескольких задач за один визит. Бытовые услуги и сервисы, Красота и здоровье (аптеки, салоны красоты) — это востребованные категории, поскольку они удовлетворяют ежедневные потребности жителей близлежащих кварталов. Наличие рядом магазинов одежды даёт возможность максимально эффективно использовать время, периодически совмещая повседневные дела с покупками одежды, без необходимости посещать крупный молл.

Современные РЦ не ограничиваются одной лишь розничной торговлей и все активнее развивают услуги, досуговые форматы, гастрономические концепции, чтобы стать полноценными центрами жизни района.

Конкуренция районных ТЦ и street retail в жилых кварталах

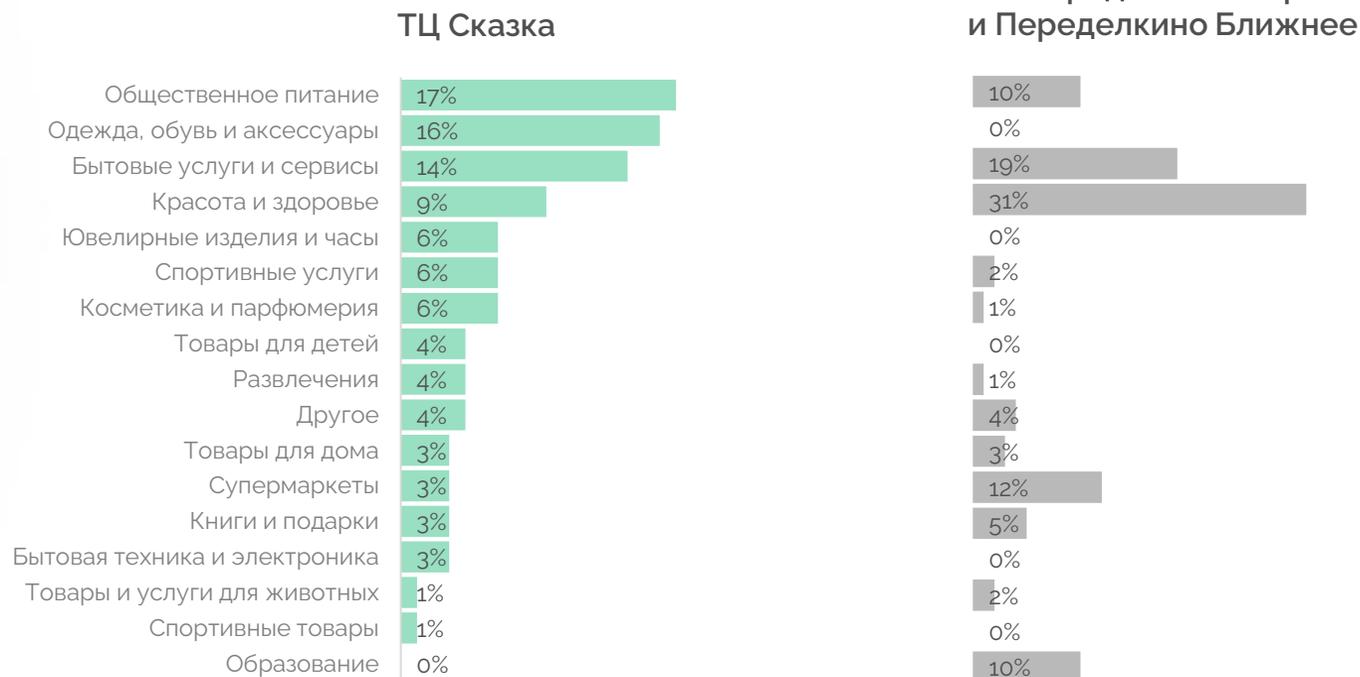
ТЦ Сказка и ЖК Городские Истории и Переделкино Ближнее

Уровень вакансии (11%) в целом соответствует среднерыночному показателю для районных ТЦ, что говорит о **балансе** между ТЦ Сказка и ближайшим качественным инфраструктурным ритейлом.

При этом в ближайшей доступности находится открывшийся во II кв. 2025 г. ТЦ Галерея, который может составить конкуренцию данному объекту по некоторым категориям.



Структура арендаторов по категориям

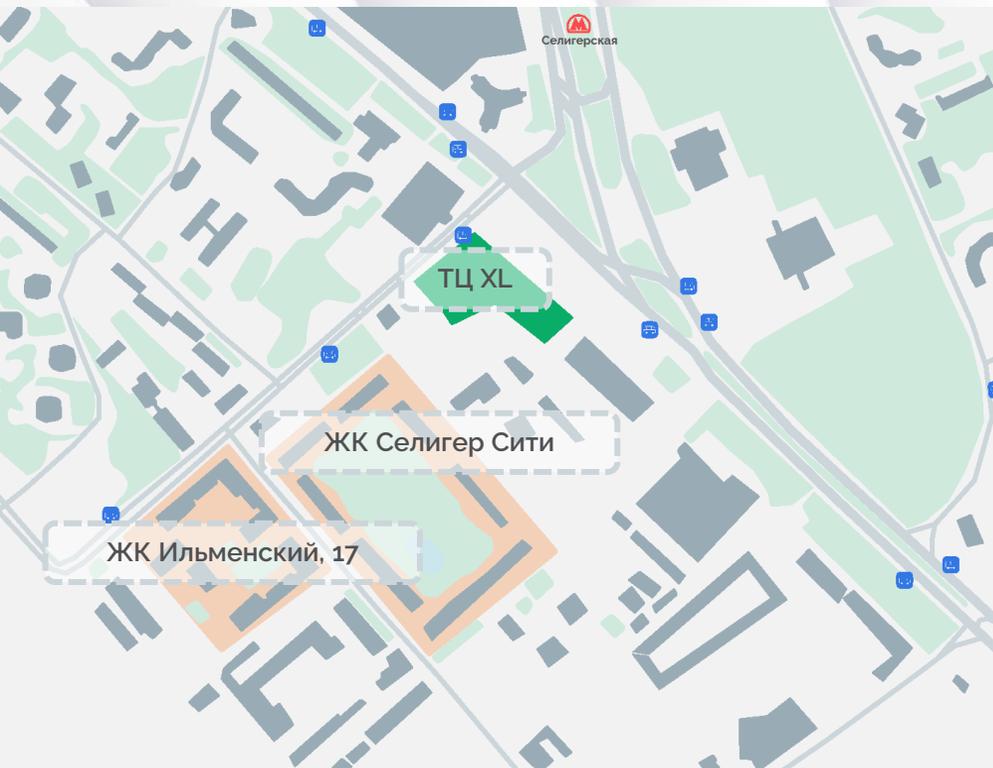


Конкуренция районных ТЦ и street retail в жилых кварталах

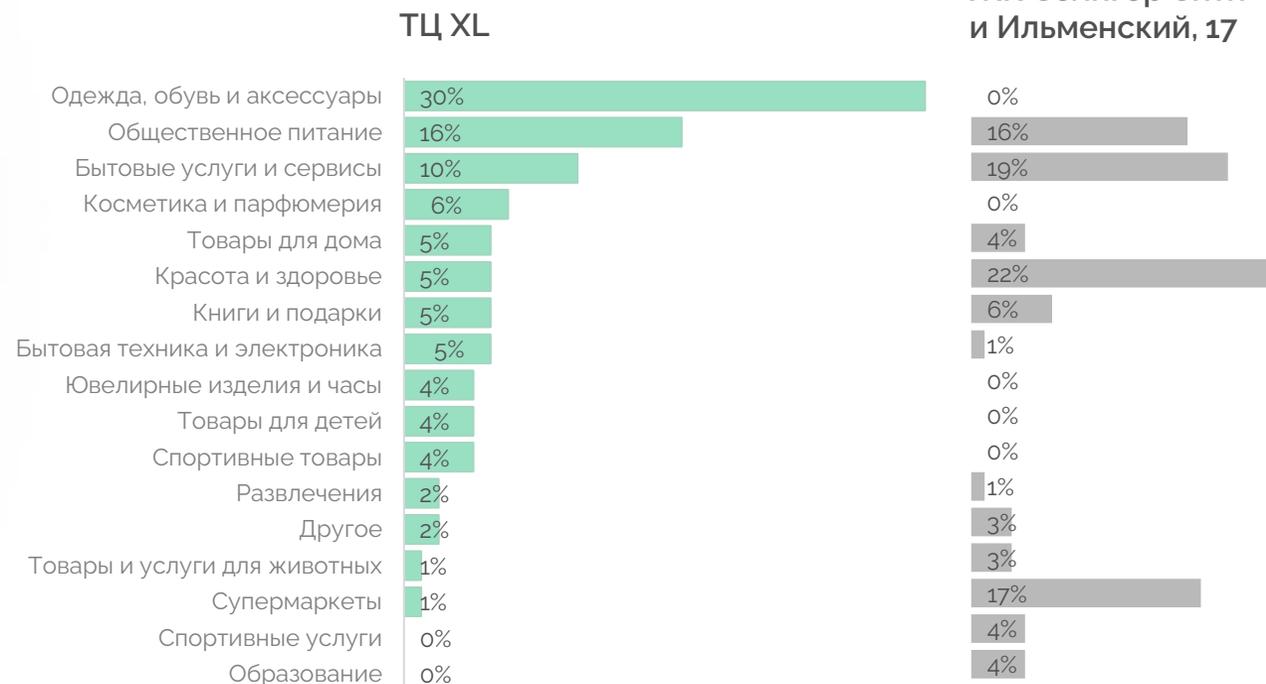
ТЦ XL и ЖК Селигер Сити и Ильменский, 17

Крайне низкий уровень вакансии в ТЦ XL (всего 1%) является подтверждением **баланса** между данным районным торговым центром и окружающим его street retail.

При этом стоит отметить, что расположенный по соседству БЦ «РТС Селигерская» с торговой галереей, включающей фитнес-клуб Spirit Fitness, супермаркет «Чижик» и заведения общественного питания, может перетягивать часть клиентов районного ТЦ, особенно в категориях «Продукты» и «Общественное питание».



Структура арендаторов по категориям

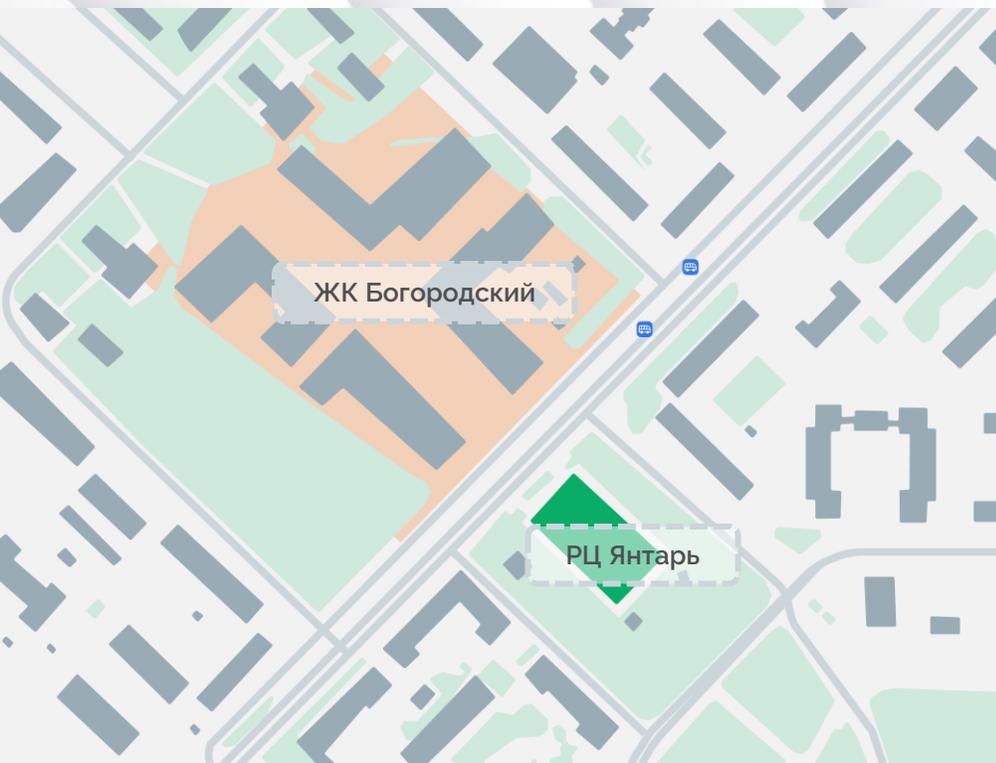


Конкуренция районных ТЦ и street retail в жилых кварталах

РЦ Янтарь и ЖК Богородский

Показатель доли свободных площадей (9%) в РЦ Янтарь соответствует стабильным показателям районных ТЦ и говорит о **балансе** между данным районным ТЦ и street retail в ЖК Богородский.

Важно отметить, что некоторые ключевые арендаторы сильно поддерживают заполняемость РЦ Янтарь, поскольку не имеют прямых конкурентов в пешей доступности. Например, одним из таких арендаторов является фитнес-центр DDX Fitness (категория «Спорт») – единственный крупный фитнес с доступными тарифами в 10-минутной шаговой доступности от данного РЦ и ближайшего жилого квартала



Структура арендаторов по категориям



Конкуренция районных ТЦ и street retail в жилых кварталах

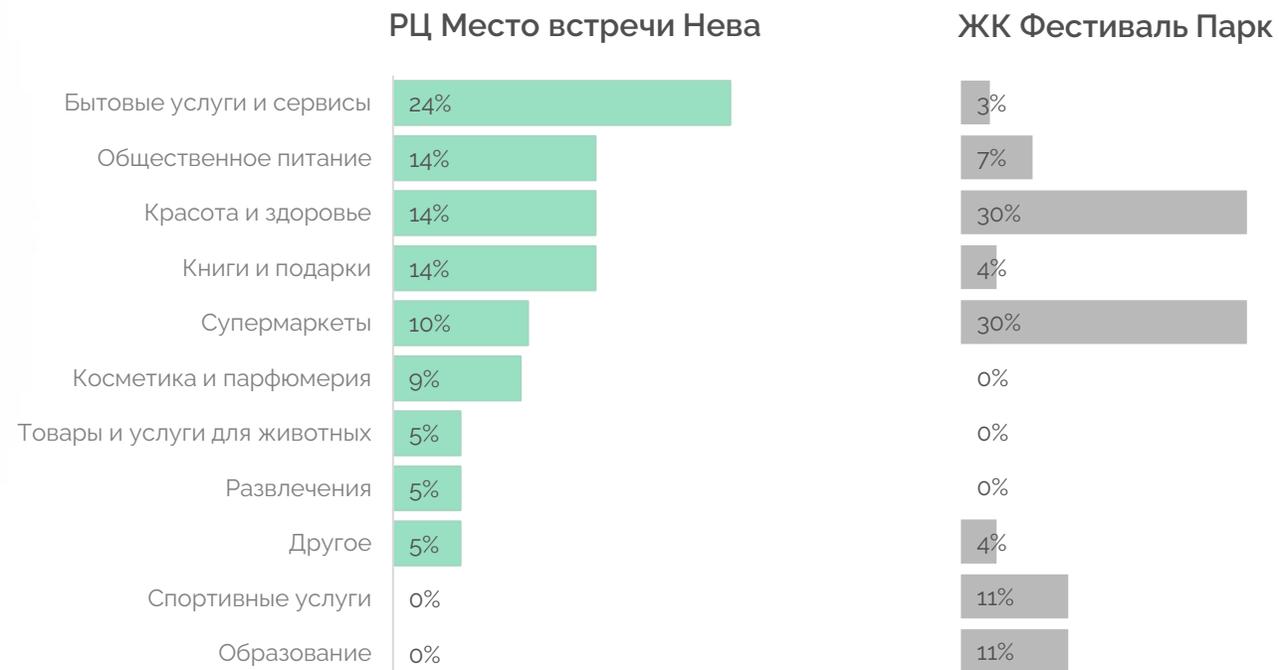
РЦ Место встречи Нева и ЖК Фестиваль Парк

В ТРЦ «Место встречи Нева» наблюдается **высокий показатель доли свободных площадей – 32%**.

Можно предположить, что street retail в ЖК «Фестиваль Парк» стал для жителей более удобным решением для повседневных покупок за счет шаговой доступности, минимальных временных затрат на покупки и соответствующего ежедневным потребностям ассортимента.



Структура арендаторов по категориям

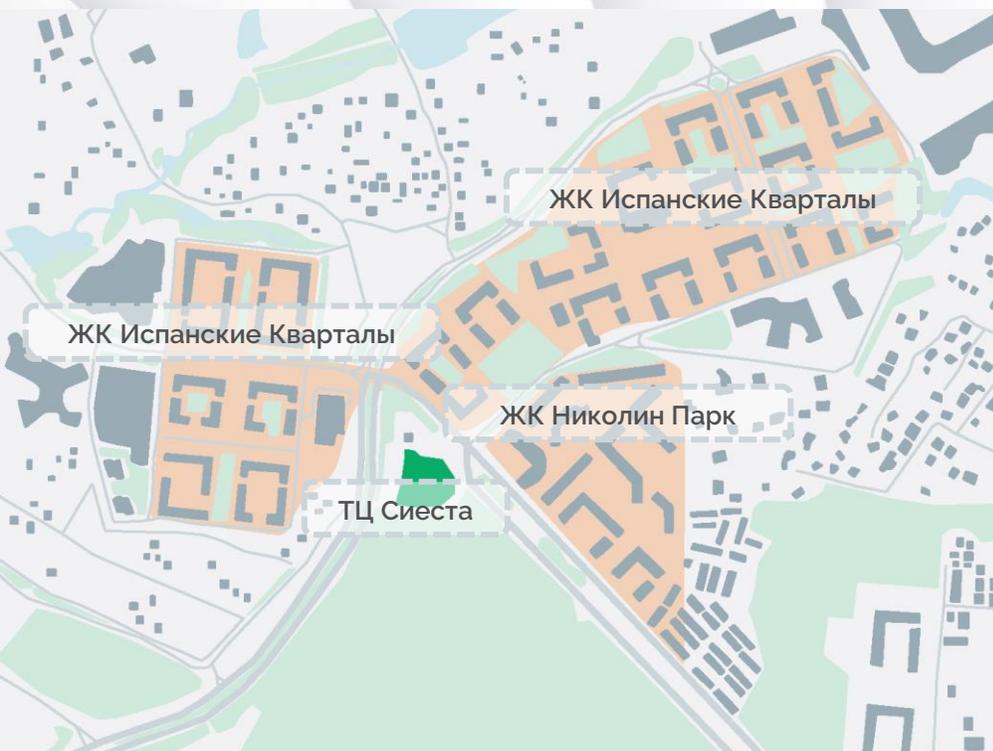


Конкуренция районных ТЦ и street retail в жилых кварталах

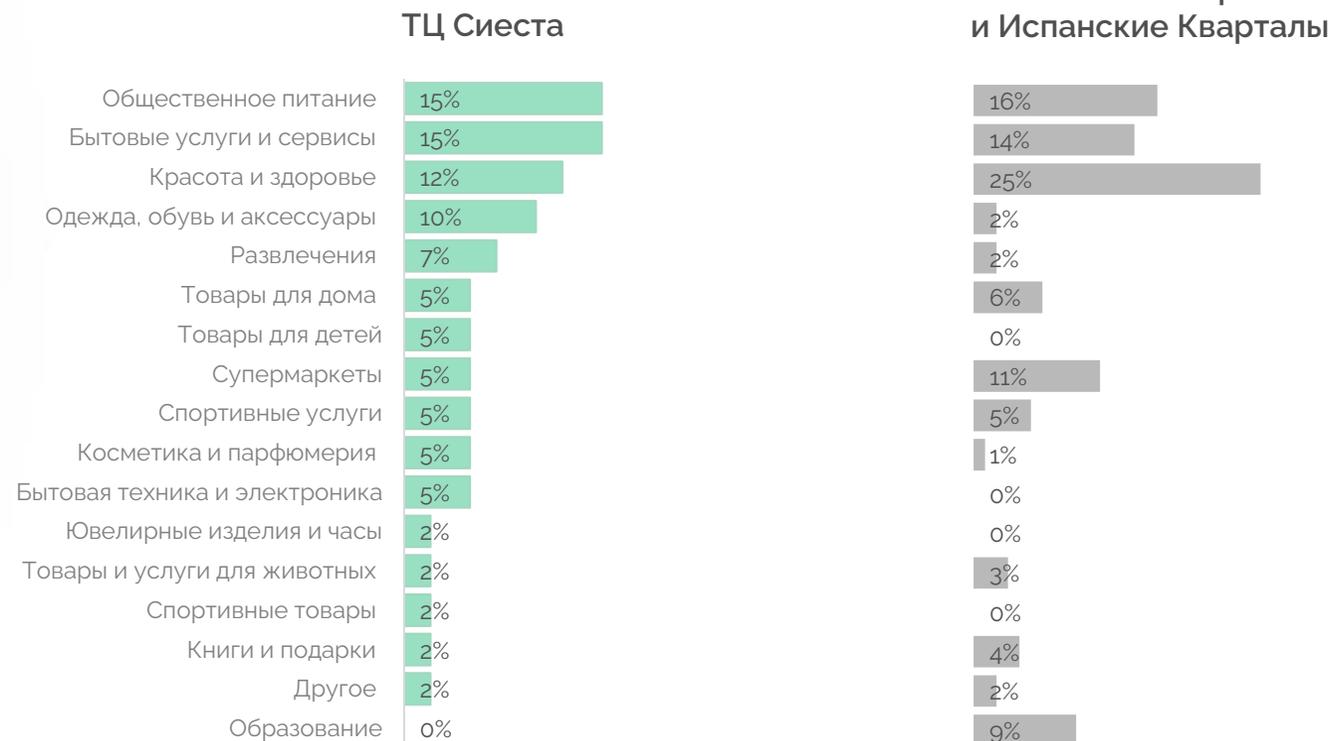
ТЦ Сиеста и ЖК Николин Парк и Испанские Кварталы

Показатель доли свободных площадей в ТЦ Сиеста (**16%**) превышает средний по рынку, что отчасти может объясняться активным развитием street retail в жилых комплексах и перераспределением части клиентского потока в свою пользу.

Важно отметить, что перспективными являются ниши спортивных товаров, ювелирных изделий и часов, поскольку они практически не представлены в данной локации



Структура арендаторов по категориям



Конкуренция районных ТЦ и street retail в жилых кварталах

Районные ТЦ и street retail: конкуренция или баланс?

В основном форматы не конкурируют, а дополняют друг друга, формируя сбалансированное торговое предложение:

- **Районные ТЦ:** доминируют в категориях **Fashion, Развлечения, Продуктовые магазины**, что позволяет им выигрывать за счёт представленности подходящих под определенный характер покупок категории.
- **Street retail:** специализируется на услугах повседневного спроса (салоны красоты, образование, ремонт, химчистка), **продуктах «у дома»**.

Дисбаланс возникает в случаях:

- Пересечения в ключевых повседневных категориях (например, категория Продуктовые магазины (магазины «у дома» vs супермаркеты в ТЦ).
- Недостаточной дифференциации предложения: районный ТЦ не предлагает уникальных досуговых или шопинг-форматов, street-retail не покрывает базовые повседневные потребности жителей.

Основные тенденции:

- **Street retail** становится всё более разнообразным и начинает включать не только традиционные категории — повседневные услуги и сервисы, но и необычные досуговые форматы, что может создать конкуренцию с районными ТЦ в будущем.
- **Продуктовый ритейл** становится зоной конкуренции: магазины «у дома» выигрывают за счёт удобства и скорости, тогда как районные торговые центры привлекают покупателей комплексным опытом — сочетанием фудкортов, развлечений и крупных супермаркетов с широким ассортиментом товаров. Услуги (салоны красоты, образование, сервисы) активно уходят в street retail из-за спроса на шаговую доступность.

Свободные площади в районных ТЦ: текущие показатели и перспективы

В среднем доля свободных площадей в районных торговых центрах Москвы составляет **11%**, варьируясь от **0% до 33%**, в зависимости от востребованности объекта. В **56%** объектов показатель составляет **менее 10%**, в **44%** - **более 10%**.

Высокий процент объектов с показателем свободных площадей более 10% связан с тем, что многие районные ТЦ были открыты в 2020–2023 гг. и ещё не прошли полный цикл заполнения: из-за последствий пандемии, экономической нестабильности и роста онлайн-торговли срок стабилизации увеличился до 2–3 лет.

Однако ситуация постепенно улучшается: часть площадей уже сдана в аренду, но ожидается открытия, а другие находятся в стадии переговоров, поэтому снижение доли свободных площадей станет заметным уже в 2025 году.

Доля свободных площадей в различных форматах торговых центров

4%

Суперрегиональный

5%

Региональный

4%

Окружной

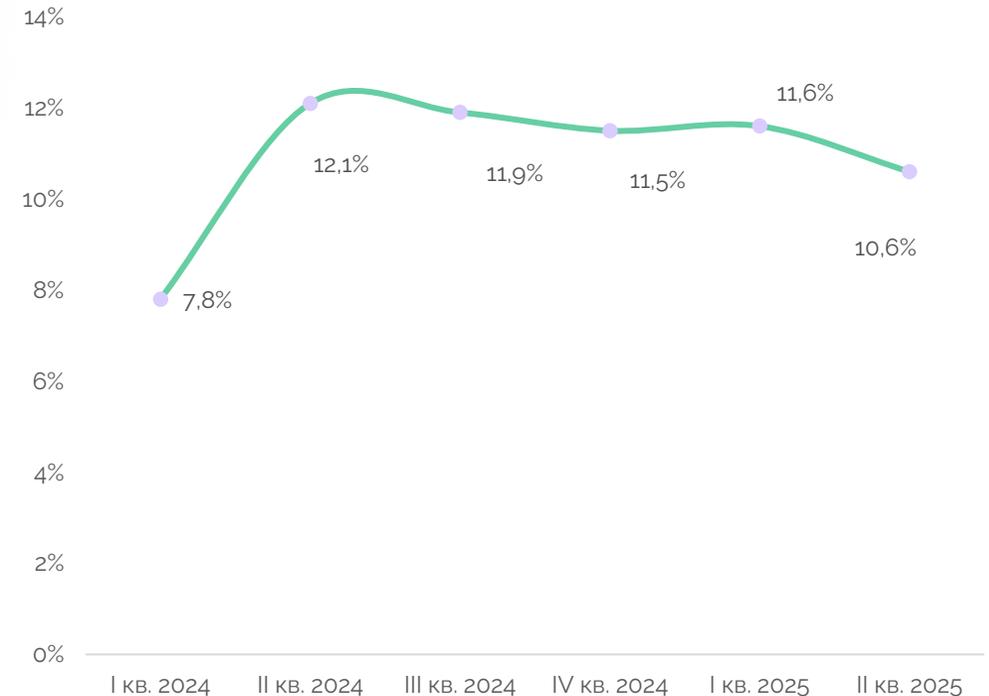
11%

Районный

15-25 тыс. руб. за м² в год

средняя арендная ставка
в районных ТЦ Москвы (без OPEX)

Доля свободных площадей в районных ТЦ Москвы



Выводы

Особенности и перспективы формата:

Районные торговые центры сохраняют высокую востребованность благодаря сочетанию удобной локации, доступности и широкого спектра услуг. Развитие онлайн-торговли не снижает их значимости, а, напротив, подчеркивает ценность офлайн-форматов, предлагающих жителям комфортную среду для повседневных покупок и досуга в ближайшем доступности.

Основным драйвером развития районных ТЦ выступают тренд на **полицентричность и программы комплексного развития территорий** (КРТ). Эти факторы способствуют созданию новых точек притяжения в спальных районах, снижая нагрузку на центральные торговые зоны и повышая удобство жителей.

Инфраструктурный ритейл в жилых кварталах становится более разнообразным, подходящим под запросы жителей ЖК. Это требует от владельцев локальных районных ТЦ более продуманной структуры арендаторов, грамотного зонирования и учета потребностей местных жителей, предложения более востребованных категорий товаров и услуг.

Критерии успешного районного торгового центра:

Идеальная локация

Комфортная среда

Релевантное наполнение

1. Локация и демография – решающий фактор

- Пешая доступность (минимальное количество населения – 50-70 тыс. чел. в радиусе 10 мин.) для густонаселённого района и удобные подъезды.
- Платежеспособная аудитория с устойчивой культурой потребления, соответствующей формату центра.

2. Архитектура и планировка

- Простая, эффективная планировка и качественные общественные зоны (широкие коридоры, высокие потолки, хорошее освещение).
- ТЦ воспринимается как современное комфортное досуговое пространство.

3. Торговая концепция и управление

- **Сбалансированный микс арендаторов:** сильные якорные арендаторы (супермаркет, товары для дома) и релевантные малые форматы (общественное питание, услуги и сервисы, развлечения).
- **Профессиональное управление:** единые стандарты, чистота, безопасность в торговом центре, техническое обслуживание и активный маркетинг, формирующий единый бренд ТЦ и его привлекательность для района.

 	 	 	 	 
ЕВГЕНИЯ ПРИЛУЦКАЯ	НАДЕЖДА ЦВЕТКОВА	ВАСИЛИЙ ГРИГОРЬЕВ	ЕВГЕНИЯ РАДЬКО	АЛЕКСАНДРА ГРИЧИШКИНА
Директор, руководитель отдела по работе с торговыми площадями	Директор, руководитель направления аренды торговых помещений	Директор отдела исследований рынка	Заместитель директора отдела исследований рынка	Аналитик отдела исследований рынка
Торговая недвижимость			Исследования	

