

III КВАРТАЛ 2018 ГОДА РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Москва

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

За III квартал 2018 года в Москве не было открыто ни одного торгового центра.

Сохраняется стабильная динамика сокращения доли свободных площадей. С начала текущего года вакантность в торговых центрах столицы снизилась на 1,4% и составляет 7,1%.

Наблюдается слабая активность со стороны новых международных торговых операторов: с начала 2018 года на рынок России вышло 17 новых брендов, что в 1,5 раза ниже уровня аналогичного показателя 2017 года.

Ставки аренды на торговые помещения в торговых центрах столицы существенно не изменились и в целом остались на прежнем уровне.

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ



Евгения Хакбердиева

Директор по сдаче в аренду торговых центров, Knight Frank

«Третий квартал, как правило, характеризуется на рынке невысокой активностью, которая связана с низким сезоном, вызванным летним периодом, отпусками и каникулами. Заявленные к открытию еще в первой половине года проекты были перенесены на конец года, новых проектов на рынок так и не вышло. Однако со стороны арендаторов продолжает сохраняться тренд на расширение сетей и открытия новых магазинов. Приятно отметить, что колебания курса валют, имеющие место в текущем квартале, не отразились на планах ритейлеров по развитию».

Основные показатели*

Общее предложение действующих объектов (площадь общая/арендопригодная), млн м ²	12,3/6,3
Введено в эксплуатацию за 3 квартала 2018 г. (площадь общая/арендуемая), тыс. м ²	254,5/97,5
Планируется к вводу в эксплуатацию в 2018 г. (площадь общая/арендопригодная), тыс. м ²	≈101,8/≈61,8
Доля вакантных площадей, %	7,1 (1,4 п. п. ▼)**
Условия аренды*** в торговых центрах Москвы:	
торговая галерея, руб./м ² /год	0–120 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	0–23 000
Операционные расходы:	
торговая галерея, руб./м ² /год	6 000–10 000
якорные арендаторы, руб./м ² /год	1 500–3 000
Обеспеченность жителей Москвы качественными торговыми площадями, м ² /1 000 жителей	501,4

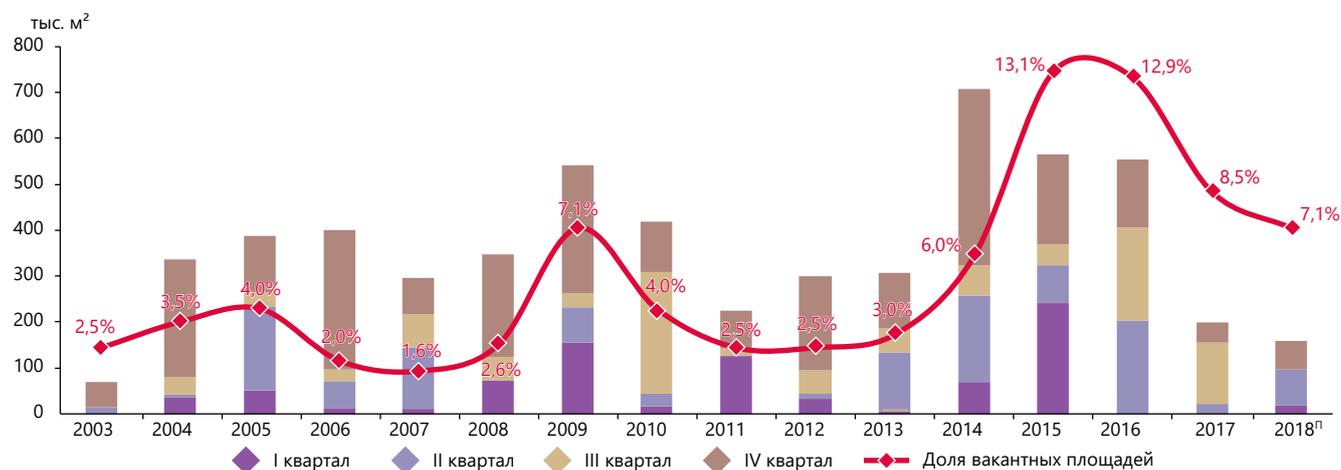
* В таблице приведены показатели только по качественным профессиональным торговым объектам. Профессиональный торговый центр – одно или группа архитектурно согласованных зданий общей площадью более 5 000 м², объединенных общей концепцией и единым управлением.

** Изменение по сравнению с показателем IV квартала 2017 года.

*** Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов.

Источник: Knight Frank Research, 2018

Динамика открытия новых торговых центров и доли вакантных площадей



Источник: Knight Frank Research, 2018

Предложение

По итогам III квартала 2018 года общее предложение торговых площадей Москвы по сравнению с I полугодием 2018 года не изменилось: в течение последних трех месяцев не было открыто ни одного торгового центра.

Так, сроки открытия ТЦ «Южный» (2-я фаза) и ТЦ Metromall были перенесены с сентября на октябрь 2018 года. Кроме того, стоит сказать, что с начала текущего года на 2019 год были перенесены даты открытия 5 торговых центров. Этими объектами являются ТРЦ «Остров мечты», 2-я фаза ТЦ «Смоленский пассаж», ТЦ «Сказка», ТЦ в составе ТПУ «Рязанская», ТЦ «Ангара». Суммарная арендопригодная площадь этих объектов составляет 118,2 тыс. м² (GLA), или 43% от изначально планируемого объема нового предложения в 2018 году.

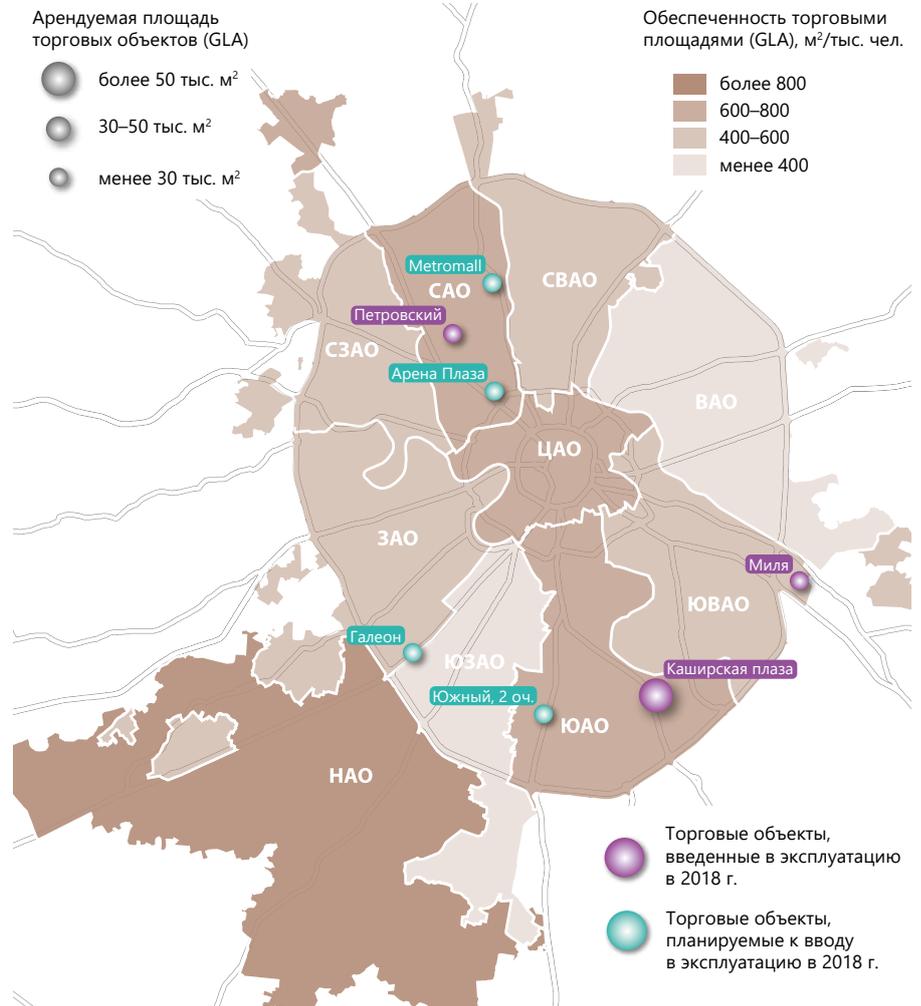
Таким образом, общий объем предложения рынка торговой недвижимости Москвы на конец III квартала 2018 года составил 12,3 млн м² (GLA – 6,3 млн м²). Суммарно с начала 2018 года введено в эксплуатацию 97,5 тыс. м² (GLA), что на треть меньше аналогичного показателя 2017 года.

Все новые торговые центры, вышедшие на рынок с начала текущего года и планируемые к открытию до конца 2018 года, – объекты с арендопригодной площадью до 20 тыс. м², исключением является только один объект – ТРЦ «Каширская Плаза» (GLA – 70,2 тыс. м²). Тенденция к сокращению средней площади новых объектов отслеживается с начала 2017 года, тогда как в более ранние 2014–2016 гг. средняя площадь выводимых на рынок торговых центров была в 2 раза больше – около 40 тыс. м².

Спрос

Низкий темп ввода нового предложения способствует снижению среднерыночного показателя вакантности площадей в торговых центрах столицы. По итогам III квартала 2018 года доля пустующих площадей в профессиональных торговых центрах Москвы сократилась на 1,4% по сравнению с итогами 2017 г. и составила 7,1%.

Торговые центры, открывшиеся в 2018 г., и объекты, планируемые к открытию до конца 2018 г.



Источник: Knight Frank Research, 2018

Торговые объекты, открывшиеся в 2018 году

Название ТЦ	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендопригодная площадь (GLA), м ²
I квартал			
Миля	Авиаконструктора Миля ул., вл. 7	38 000	18 765
II квартал			
Каширская Плаза	Каширское ш., д. 61, к. 2	195 500	70 200
Петровский	Новопетровская ул., вл. 6	20 982	8 500
III квартал			
–	–	–	–

Источник: Knight Frank Research, 2018

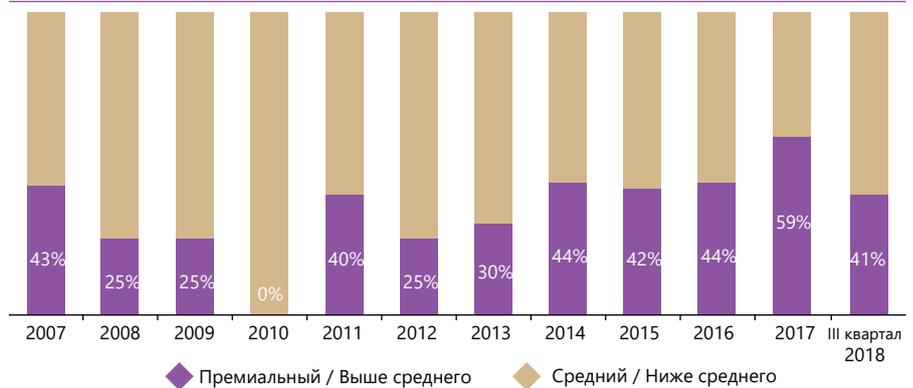
РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

Среди новых брендов, первые торговые точки которых были открыты в России в III квартале 2018 года, можно назвать Naier (магазин одноименного китайского производителя бытовой техники и электроники), That's Living (мебель и товары для дома, США), NaturaPura (португальский бренд одежды для новорожденных) и Panda Express (общественное питание, США) и др. Всего с начала текущего года на российский рынок вышло 17 новых международных брендов, что почти в 1,5 раза меньше в сравнении с аналогичным показателем 2017 года (28 брендов).

Около трети всех новых брендов, вышедших на российский рынок с начала текущего года, относятся к профилю «Товары для детей». В сравнении с предыдущим годом преобладающая доля новых брендов принадлежала профилю «Одежда/Обувь/Белье» (36% от общего числа новых брендов). В отношении ценового сегмента хотелось бы отметить, что по итогам III квартала 2018 года преобладающую долю занимают бренды средней ценовой категории, тогда как по итогам III квартала 2017 года более половины новых брендов относилось к ценовому сегменту «Выше среднего / Премиальный».

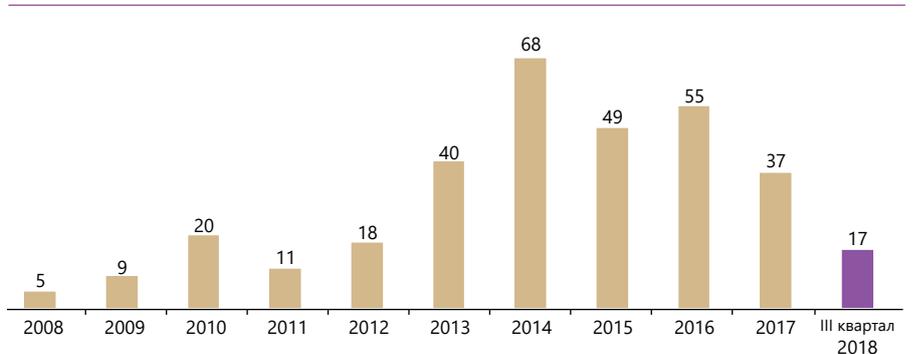
В течение III квартала 2018 года один бренд заявил о своем уходе с российско-

Структура брендов, вышедших на российский рынок за последние 10 лет, по ценовому сегменту



Источник: Knight Frank Research, 2018

Динамика выхода международных операторов на российский рынок за последние 10 лет, шт.



Источник: Knight Frank Research, 2018

Международные операторы, вышедшие на российский рынок в 2018 г.

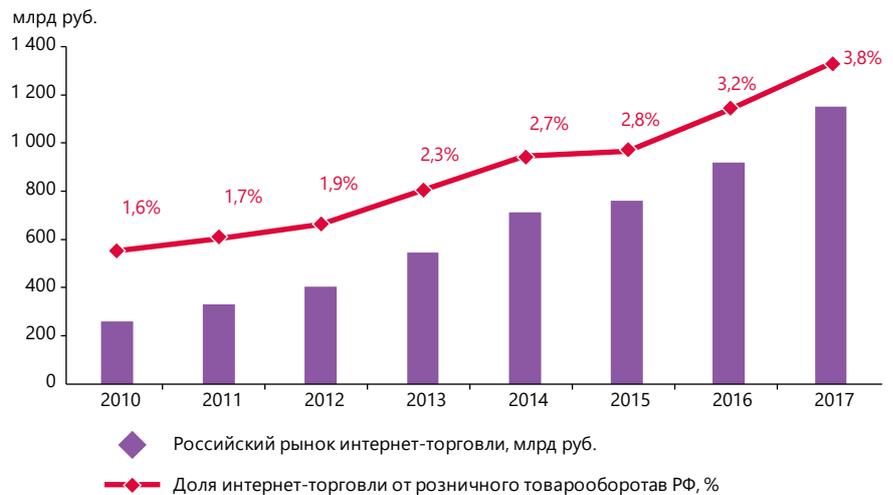
Бренд	Страна происхождения	Профиль	Ценовой сегмент
1 Coach	США	Аксессуары	Премиальный
2 That's Living	США	Мебель/Интерьер	Премиальный
3 Naier	Китай	Техника/Электроника	Премиум / Выше среднего
4 Adolfo Dominguez	Испания	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
5 Karl Lagerfeld	Франция	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
6 Liu Jo	Италия	Одежда/Обувь/Белье	Выше среднего
7 NaturaPura	Португалия	Товары для детей	Выше среднего
8 Lipault	Франция	Аксессуары	Средний
9 GEOX Kids	Италия	Товары для детей	Средний
10 Coccodrillo	Польша	Товары для детей	Средний
11 Flormar	Турция	Косметика/Парфюмерия	Средний
12 Skinfood	Корея	Косметика/Парфюмерия	Средний
13 Modern Easy Kids	Италия	Товары для детей	Средний
14 Dino Zoo	Чехия	Зоотовары	Средний
15 Panco	Турция	Товары для детей	Ниже среднего
16 Dushka	Украина	Косметика/Парфюмерия	Ниже среднего
17 Panda Express	США	Общественное питание	Ниже среднего

Источник: Knight Frank Research, 2018

го рынка – Crate&Barrel (американская сеть мебели и товаров для дома). Кроме этого, ранее, в I полугодии 2018 года, еще 2 ритейлера объявили о закрытии своих магазинов на территории РФ – MediaMarkt (немецкая сеть магазинов электроники и бытовой техники) и Claire’s (аксессуары и бижутерия, США).

Английский бренд одежды и обуви L.K. Bennett в августе 2018 закрыл единственную офлайн-точку торговли, однако продолжает работу в России в формате интернет-магазина. Стоит отметить, что рост интернет-торговли в России в целом набирает обороты. Так, за последние 5 лет доля интернет-торговли в розничном товарообороте увеличилась в 2 раза и по итогам 2017 года составляет 3,8%. Мы и далее прогнозируем рост данного показателя, что коррелирует с увеличением степени охвата населения интернетом.

Динамика объема товарооборота интернет-торговли в РФ



Источник: Knight Frank Research, 2018

Коммерческие условия

В течение 2018 года значительных колебаний диапазона арендных ставок в торговых центрах Москвы не отмечено. Верхняя граница диапазона ставки аренды устанавливается в объектах, имеющих преимущество по местоположению. За III квартал 2018 года отмечен рост верхней границы % с оборота продаж лишь для некоторых профилей торговых операторов.

Прогноз

В IV квартале 2018 года ожидается открытие 4 торговых объектов общей арендопригодной площадью 61,7 тыс. м² – ТЦ «Южный» (2-я фаза), ТЦ «Арена Плаза», ТЦ «Галеон» и ТЦ Metromall.

Так, ожидается, что годовой прирост нового предложения по итогам 2018 года будет на четверть ниже аналогичного показателя предыдущего года (GLA – 199 тыс. м²) и составит не более 159 тыс. м² (GLA).

Прогноз уровня вакансии по итогам 2018 года определяется относительно планируемого к вводу нового предложения в IV квартале 2018 года. Так, к концу 2018 года при условии выхода на рынок заявленных к открытию торговых центров уровень вакансии, по нашим прогнозам, составит 7,1–7,5%. В случае, если большая часть нового предложения, запланированного к выходу на рынок в течение IV квартала 2018 года, будет перенесена

Условия аренды в торговых центрах Москвы

Профиль арендатора	Диапазон базовых арендных ставок, руб./м ² /год*	% от товарооборота
Гипермаркет (>7 000 м ²)	4 500–10 000	1,5–4
DIY (>5 000 м ²)	3 000–9 000	4–6
Супермаркет (1 000–2 000 м ²)	12 000–23 000	4–8
Товары для дома (<1 500 м ²)	6 000–10 000	8–12
Бытовая техника и электроника (1 200–1 800 м ²)	8 000–20 000	2,5–5,5
Спортивные товары (1 200–1 800 м ²)	6 000–12 000	6–8
Детские товары (1 200–2 000 м ²)	6 000–16 000	7–9
Операторы торговой галереи:		
Якоря > 1 000 м ²	0–12 000	4–12
Мини-якоря 700–1 000 м ²	0–14 000	6–12
Мини-якоря 500–700 м ²	0–16 000	6–12
300–500 м ²	0–25 000	5–12
150–300 м ²	0–18 000	6–14
100–150 м ²	16 000–36 000	10–15
50–100 м ²	25 000–80 000	12–15
0–50 м ²	45 000–120 000	12–15
Досуговые концепции:		
Развлекательные центры (2 000–4 000 м ²)	4 000–8 000	10–14
Кинотеатры (2 500–5 000 м ²)	0–6 000	8–12
Общественное питание:		
Food-court	45 000–150 000	8–15
Кафе	15 000–90 000	12–14
Рестораны	0–25 000	10–12

* Коммерческие условия, обсуждаемые в процессе переговоров
Ставки аренды указаны без учета НДС и операционных расходов
Источник: Knight Frank Research, 2018

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ МОСКВЫ

на 2019 год, показатель вакантности торговых площадей Москвы может опуститься ниже 7%.

Темпы выхода на российский рынок новых международных брендов также будут снижаться. Ожидается, что по итогам 2018 года число новых ритейлеров, вышедших на рынок Москвы, может оказаться на треть меньше, чем за аналогичный период 2017 года (37 брендов).

Новое предложение столицы в ближайшие годы будет сформировано преимущественно за счет community-центров, открываемых в составе жилых комплексов и после реконструкции концептуально устаревших объектов, а также за счет торговых центров, реализуемых на базе ТПУ.

Торговые центры, планируемые к вводу в эксплуатацию в IV квартале 2018 г.

Название ТЦ	Адрес	Общая площадь (GBA), м ²	Арендо-пригодная площадь (GLA), м ²
Южный	Кировоградская ул., вл. 9, корп. 4	28 200	20 000
ВТБ Арена парк	Ленинградский пр-т, д. 36	30 000	17 180
Галеон	пересечение Ленинского пр-та и Островитянова ул.	28 800	14 000
Metromall	Дмитровское ш., д. 73	13 780	9 990

Источник: Knight Frank Research, 2018



ТРЦ «Саларис»



© Knight Frank LLP 2018 – 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 Knight Frank в отношении убытков третьих лиц вследствие использования результатов отчета.

Публикация данных из отчета целиком или частично возможна только с упоминанием Knight Frank как источника данных.

ИССЛЕДОВАНИЯ

Ольга Широкова

Директор, Россия и СНГ

olga.shirokova@ru.knightfrank.com

ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Евгения Хакбердиева

Директор, Россия

evgenia.khakberdieva@ru.knightfrank.com

+7 (495) 981 0000

KnightFrank.ru