

АНАТОМИЯ СДЕЛКИ: ОТ МЕТРО ДО ЭТАЖА

Аналитический отчет **Consul Group** на основе
1 189 реальных сделок купли-продажи

О ЧЕМ ЭТОТ ОТЧЕТ

Каждый год рынок коммерческой недвижимости получает два типа отчетов:

1 Брокерские отчеты

Строятся вокруг сделок, прошедших через конкретную команду: выборка ограничена и нередко смещена к определенным классам/районам/типам активов.

2 Девелоперские отчеты

Демонстрируют привлекательность сегмента, поэтому язык и акценты нередко смещены к маркетинговой подаче.

Но есть **еще один угол зрения** — отчет, который описывает рынок так, как он выглядит в массиве зарегистрированных сделок: без рекламы проекта, без «витринных» кейсов и без подмены факта оценкой. **Это взгляд на рынок через призму Росреестра.**

Мы **проанализировали** более **7 000 записей о сделках** за 2025 год, очистили их от внутрикорпоративных переводов и налоговых схем и **оставили 1 189 чистых рыночных транзакций.**

■ **Наш отчет — это не прогноз. Это рентген рынка.**

Мы не спрашиваем «Что вы думаете?». Мы отвечаем: «Что рынок реально заплатил в 2025 году и почему?».

ГЛАВНЫЙ ИНСАЙТ ГОДА: РЫНОК ГОВОРИТ НА ЯЗЫКЕ ДЕТАЛЕЙ

Средняя цена «по рынку» — это миф. Нельзя сказать «метр в Москве стоит 280 тысяч рублей». Потому что метр у метро и метр в спальном районе — это два разных актива с разной экономикой.

Наше исследование показало: цена диктуется комбинацией четырех факторов. Измените один из них — и стоимость квадратного метра может измениться вдвое.

Как факторы влияют на цену:

ЛОКАЦИЯ (МЕТРО)

Удаленность от станций метро приводит к разрыву в цене на недвижимость до двух раз: объекты вдали от метро стоят примерно вдвое дешевле, чем аналогичные вблизи транспортных узлов.

01

ВОЗРАСТ ЗДАНИЯ

Новостройки (2020+) продаются в 2 раза дороже зданий 2000-х годов.

02

МАСШТАБ

Маленький лот (до 100 м²) стоит на 50% дороже в пересчете на метр, чем помещение свыше 1000 м².

03

ВЫСОТА

В офисном сегменте наблюдается разрыв между видовыми (10+ этаж) и невидовыми помещениями: стоимость первых на 75 % выше.

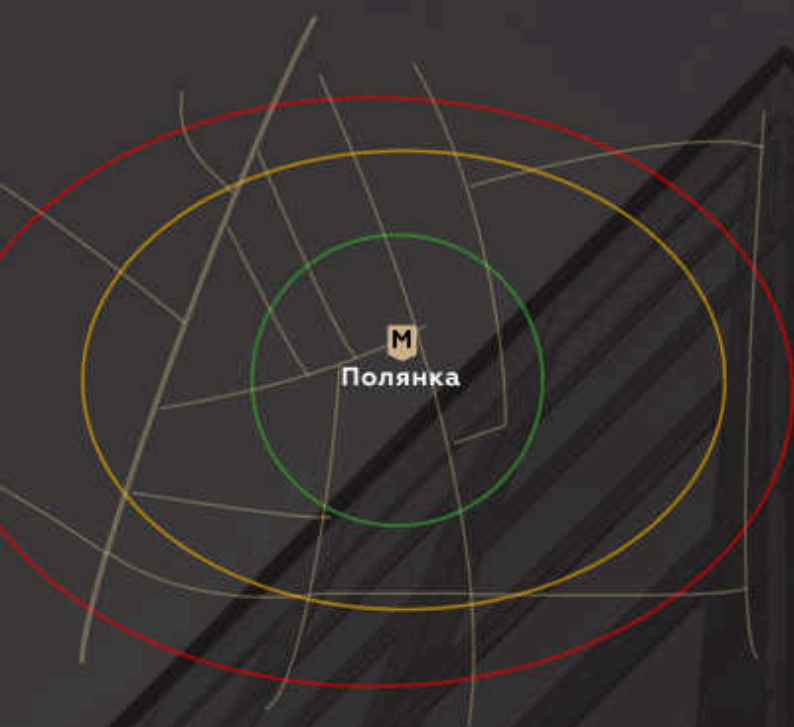
04

Для помещений формата street-retail влияние масштаба/удаленности от метро существенно выше. Давайте разберем каждый пункт на цифрах.

01 ЭФФЕКТ «МЕТРО»: КАК БЛИЗОСТЬ ПОДЗЕМКИ КОНВЕРТИРУЕТСЯ В ДЕНЬГИ

Близость к метро — это не просто удобство. Для бизнеса **это гарантия трафика и ликвидности**. Мы разделили все объекты на три зоны и посчитали разницу.

ПОМЕЩЕНИЯ: ЗАВИСИМОСТЬ ЦЕНЫ 1 М² ОТ УДАЛЕННОСТИ ОТ МЕТРО



- **Зона комфорта (до 600 м):** Это база. Здесь максимальный трафик и самая высокая ликвидность.
- **Пешая доступность (600–1500 м):** Рынок дает дисконт в –20%. Это плата за то, что последние 10–15 минут до метро нужно идти по дворам или проспектам.
- **Автомобильная зона (>1500 м):** Метро перестает быть главным аргументом. Дисконт достигает –50%. Здесь цена диктуется другими факторами — близостью к парку, крупной магистрали или спецификой бизнеса.

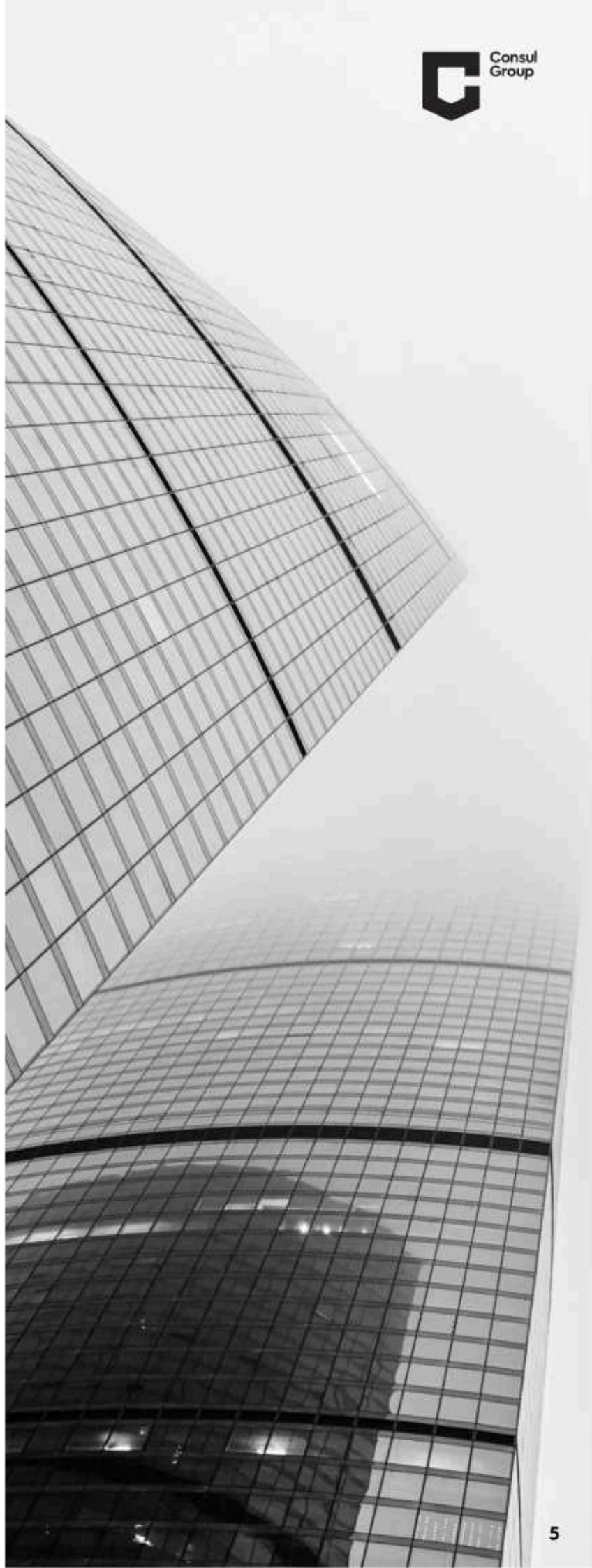
ВЫВОД

Переезд через дорогу от метро может стоить вам 20% стоимости актива. Отъезд на 2 остановки — уже половины.

Стоимость помещений формата street-retail демонстрирует высокую чувствительность к удалённости от станций метро.

Максимальная ценовая дифференциация наблюдается **в радиусе до 600 метров от метро: в этой зоне стоимость таких объектов может различаться в два и более раза** в зависимости от шаговой доступности к транспортному узлу.

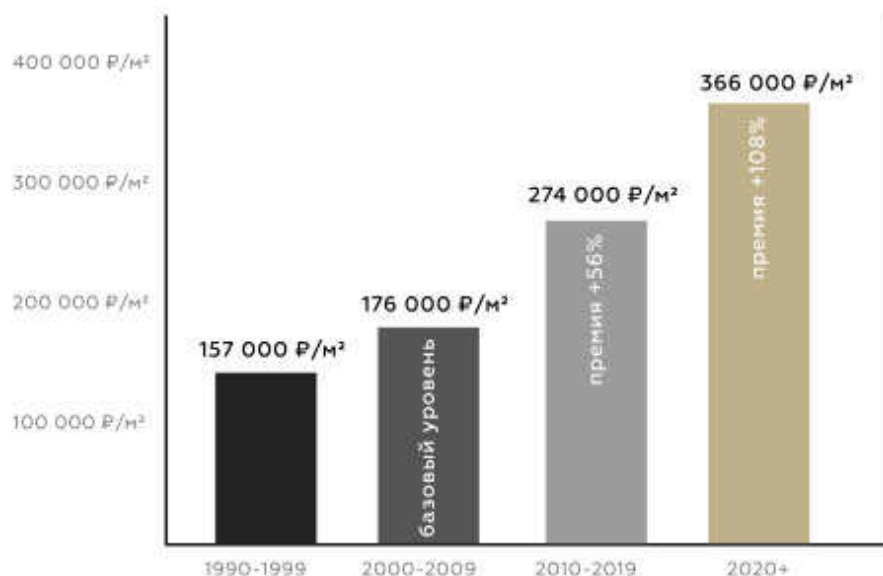
В локациях, расположенных на расстоянии **свыше 1 500 метров от станций метро, влияние фактора удалённости заметно снижается.** На первый план выходят иные критерии: расположение внутри жилого массива, плотность застройки, пешеходная доступность к ключевым точкам притяжения (остановки наземного транспорта, торговые центры, социальные объекты), а также конфигурация пешеходных потоков



02 ПРЕМИЯ ЗА «НОВИЗНУ»: СКОЛЬКО РЫНОК ПЛАТИТ ЗА СОВРЕМЕННЫЙ ФОНД

Бизнес любит новые здания — там лучше инженерия, парковка, лифты и планировки. Но для старого фонда есть системная проблема: реестровый «год постройки» часто не фиксирует реконструкцию. Поэтому анализ «год постройки → цена» выполняется только для 1990 года и новее. Это повышает достоверность сравнения.

ПОМЕЩЕНИЯ: КАК ЦЕНА 1 М² ЗАВИСИТ ОТ ГОДА ПОСТРОЙКИ



Аналитика

- Здания 2020+ стоят более чем в 2 раза дороже зданий 2000–2009 годов.
- Рынок четко отделяет «современные стандарты» (2000-е) от «новой архитектуры» (2010+).
- Разрыв между 2010–2019 и 2020+ — это премия за «новейшую» инженерию и, возможно, более гибкие планировки post-covid.

Если вы покупаете здание 2022 года постройки, вы платите не только за квадратные метры, но и за современный стандарт качества, который рынок оценивает вдвое выше стандартов начала 2000-х.

03 ПРАВИЛО «МАСШТАБА»: ПОЧЕМУ МАЛЕНЬКИЙ ЛОТ — ЭТО «ДОРОГОЙ» ЛОТ

Здесь все просто: маленький лот могут купить 100 человек, большой — 5. Чем больше площадь, тем уже воронка спроса. Рынок компенсирует это дисконтом.

ПОМЕЩЕНИЯ: ЦЕНА 1 М² В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ОБЩЕЙ ПЛОЩАДИ



Аналитика

- **Правило «первой сотни»:** Самый высокий спрос — на лоты до 100 м². Это точка входа для малого бизнеса. Здесь самая высокая конкуренция и цена.
- **Зона «опта»:** Как только площадь переваливает за 100 м², цена за метр резко падает — на 30–50%. Покупатель крупного лота получает весомую скидку за возможность закрыть сделку с одним чеком.

Покупаете помещение 70 м² под кофейню?

Вы платите премию за ликвидность.

Покупаете 400 м² под супермаркет?

Вы получаете дисконт оптового покупателя.

Медианный диапазон цен 140–300 тыс. ₽/м² отражает усреднённую картину рынка, включающую как объекты повышенного качества, так и менее привлекательные лоты (в т.ч. из «старого фонда»). Однако **фактическое поведение покупателей и арендаторов демонстрирует смещение фокуса на качественные активы.** Это приводит к расхождению между формальной статистикой и реальными ценовыми ориентирами: участники рынка, ориентируясь на лучшие предложения, могут воспринимать медианные значения как заниженные.

В текущих рыночных условиях **минимальная стоимость ликвидного помещения составляет 300 тыс. ₽/м²,** а для объектов площадью до 100 м² — от 400 тыс. ₽/м².

Для стандартных офисных помещений цена ниже 300 тыс. ₽/м² не встречается, а стоимость новых объектов площадью менее 1 000 м² начинается от 500 тыс. ₽/м².



04 ВЕРТИКАЛЬ ВЛАСТИ: КАК ЭТАЖ ОПРЕДЕЛЯЕТ СЦЕНАРИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Этаж — это не просто число. Это ответ на вопрос «Что здесь можно делать?». Витрина, офис, склад, подвал — у каждого своя экономика.

ПОМЕЩЕНИЯ: КАК МЕНЯЕТСЯ ЦЕНА 1 М² В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЭТАЖА



Аналитика

01 Правило первого этажа: только он один дает премию за трафик. Уходите в минус — теряете 50% стоимости.

02 На практике: ценообразование определяется не только этажом, но и функциональным назначением помещения и его транспортной доступностью:

- Ритейл у метро с отдельным входом — как правило, стоит существенно дороже офисных этажей любой высоты из-за высокого пешеходного трафика и ликвидности.
- Офисы с удобным доступом (лифт, отдельный вход) — могут конкурировать по цене с ритейл-помещениями на первом этаже, особенно если расположены в премиальном бизнес-центре.
- Офисы без лифта и нормального входа — значительно теряют в стоимости и не сопоставимы с премиальными объектами.

Таким образом, ключевыми факторами являются: трафик, доступность и класс здания, а не просто номер этажа.

03 Видовой коэффициент: этажи с 6-го и выше — это клуб дорогих офисов и апартаментов, где вид из окна стоит дороже бетона.

Ключевые факторы:
трафик, доступность
и класс здания,
а не просто номер этажа.



05

ФОКУС: СТРИТ-РИТЕЙЛ В ЖИЛЫХ ДОМАХ

Это особый зверь. Здесь метро работает чуть иначе, чем в целом по рынку, потому что ключевой фактор — «свой» житель.



- до 600 м: 245 000 Р/м² (База)
- 600–1500 м: 230 000 Р/м² (Дисконт -6%)
- более 1500 м: 149 000 Р/м² (Дисконт -39%)

Аналитика

Видите? В зоне 600–1500 м дисконт составляет всего –6%, в то время как на общем рынке это было –20%.

Почему?

Потому что покупатель стрит-ритейла смотрит не на метро, а на плотность окружающей жилой застройки. Если вокруг пять высоток на 10 000 человек, а метро в километре — это не проблема. Магазин у дома будет работать. Зато на дальнем радиусе (>1500 м), где кончаются и метро, и жилые массивы, дисконт догоняет общерыночный.

ВЫВОД ДЛЯ ИНВЕСТОРА

При покупке стрит-ритейла считайте не шаги до метро, а количество подъездов вокруг.

КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ОТЧЕТОМ

Уважаемый коллега, **этот отчет** — не справочник цен, а **инструмент сравнения**.

Когда вы в следующий раз будете оценивать объект для инвестиций, пройдите по чек-листу:

1. МЕТРО: на каком радиусе объект? (Ближний / Средний / Дальний)

2. ВОЗРАСТ: какой год постройки? (Дисконт 2000-х или премия 2020+?)

3. ПЛОЩАДЬ: это камерный лот или оптовый? (Плачу за ликвидность или получаю скидку за объем?)

4. ЭТАЖ: какой сценарий использования? (Витрина, офис стандарт, видовая башня?)

Сложите эти факторы — и вы получите не абстрактную среднюю температуру по больнице, а **реальную рыночную цену** для вашего конкретного актива.

Consul Group

Аналитика без маркетинга.
Только факты сделок.
2025

