

Складской ритейл России

развитие складского девелопмента
ключевых ритейлеров и маркетплейсов

Март 2022



Связь между ритейлерами и потребителями всегда была неразрывной. Каждое изменение потребительских привычек стимулирует ритейл и синергичные сегменты к развитию и трансформации, что, в свою очередь, находит отражение в рынке коммерческой недвижимости, в частности в складском сегменте, который сейчас демонстрирует невероятную скорость изменений. Частичный переход на удаленную работу, а также временное закрытие офлайн-магазинов и торговых центров в связи с эпидемиологической ситуацией в 2020 г., а потом частично и в 2021 г., послужили толчком к стремительному развитию e-commerce — как онлайн-площадок отдельных торговых сетей, так и маркетплейсов.

В начале февраля 2022 г. один из ключевых российских маркетплейсов, компания Ozon, опубликовал предварительные итоги 2021 г. Согласно опубликованной информации, объем выручки в 2021 г. увеличился почти вдвое по сравнению с 2020 г., а валовый объем товаров (GMV) — на 145%. Высокие результаты анонсирует и Wildberries — оборот маркетплейса в 2021 г. вырос на 93% к

2020 г. с учетом возвращенных товаров. При этом результаты предыдущего, 2020 года также ознаменовались удвоением операционных показателей.

Ускоренные темпы развития и экспансии электронной коммерции и крупных ритейл-игроков рынка в значительной степени повлияли на географию складских мощностей. На протяжении последних двух лет мы наблюдали не только за распространением очередных ковидных волн, но и за накрывающей складской рынок волной девелопмента «под клиента», а если быть точнее, то под вполне конкретного клиента — сегмент e-commerce. Ввиду резко увеличившегося количества заказов онлайн-ритейлеры активно расширяли объемы занимаемых ими складских помещений в течение прошедших двух лет. Новые рыночные обстоятельства могут внести свои коррективы в амбициозные планы экспансии маркетплейсов, однако развитие онлайн-торговли остается естественным рыночным процессом, отражающим потребность в ускорении получения клиентом желаемого заказа.

Ритейлеры в цифрах

Мы проанализировали 25 сетевых ритейл-компаний и e-commerce-игроков, присутствующих на российском рынке, и оценили качественные складские мощности, используемые данными сетями по всей России для обеспечения оперативной логистики и поддержания высокого товарооборота.

В список исследуемых компаний включены как представители офлайн-фуд-ритейла, такие как «Магнит», X5 Group, «Ашан», «Лента», так и ключевые онлайн-ритейлеры, в число которых входят крупнейшие маркетплейсы, например Ozon, Wildberries и «Яндекс.Маркет». Помимо этого, в отдельные сегменты были выделены быстроразвивающиеся дискаунтеры, в частности Fix Price и «Светофор», строительные магазины, включая Leroy Merlin, IKEA и Castorama, а также компании, специализирующиеся на реализации электроники и бытовой техники, например «М.Видео — Эльдorado» и DNS.

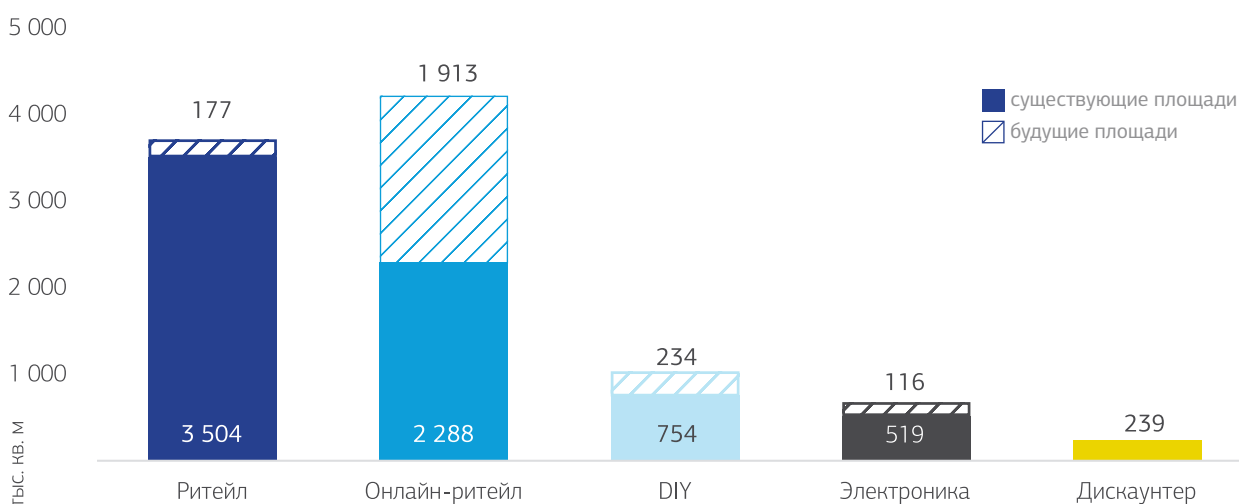
Суммарный объем существующих и планируемых к реализации (законтрактованных) складских площадей ритейлеров в России по итогам 2021 г. составляет около 9,9 млн кв. м. В разрезе исследуемых компаний на сегодняшний день первое место по объему действующих складских помещений занимают компании, развивающие в первую очередь традиционный офлайн-ритейл, — суммарный показатель существующих складских мощностей для них составляет 3,5 млн кв. м. На втором месте расположились онлайн-ритейлеры, объем текущих складов которых составляет 2,3 млн кв. м. С учетом площадок, заявленных к строительству, показатель онлайн-ритейлеров может увеличиться практически вдвое и достичь значения в 4,2 млн кв. м. Следующими по объему занимаемых площадей



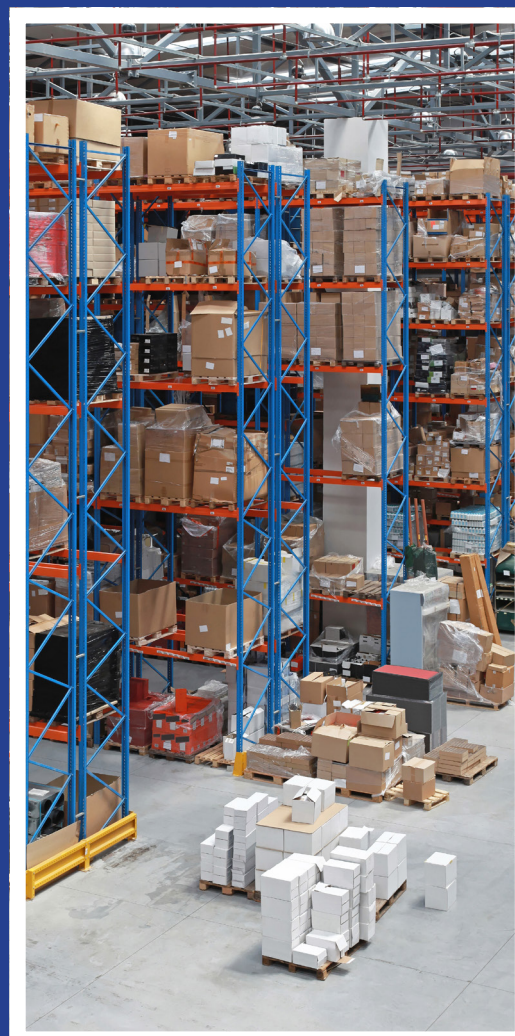
среди проанализированных игроков рынка идут компании, специализирующиеся на продаже строительных товаров и электроники, — объемы действующих складских мощностей в этих сегментах насчитывают 754 тыс. кв. м и 519 тыс. кв. м соответственно.

Стоит обратить внимание на то, что в расчетах учитываются крупные распределительные и фулфилмент-центры компаний. Сегмент условно небольших компонентов логистической цепочки — таких как пункты приема посылок, в том числе находящиеся на аутсорсе у 3PL-операторов, дарксторы, включающие также и обеспечение товарных запасов для e-grocery, — хотя и формирует дополнительные объемы площадей для хранения и обработки, однако не анализируется в рамках данного отчета.

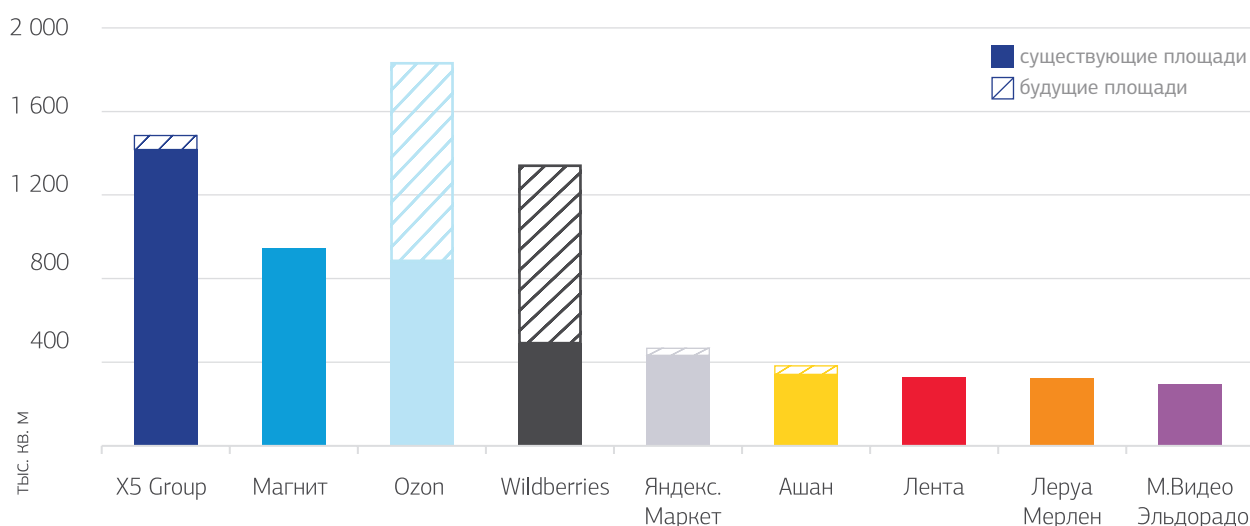
Распределение складских мощностей по бизнес-секторам



Офлайн-ритейлеры развиваются уже продолжительное время — первый пик их активности в части расширения аренды или строительства большого объема складских площадей пришелся на 2014-2015 гг., когда объемы сделок достигали почти 1 млн кв. м за год только в этом сегменте. Лидирующее место в списке офлайн-ритейлеров по объему купленных и арендованных площадей занимает X5 Group, который размещается в складских помещениях совокупной площадью около 1,4 млн кв. м, что составляет 25% от общего количества площадей исследуемых компаний. На втором месте располагается «Магнит», который занимает более 944 тыс. кв. м и 17% от общего количества площадей соответственно. На третьем месте среди компаний, преимущественно ориентированных на офлайн, находится компания «Ашан». Эти компании тоже не стоят на месте: развитие направления e-grocery, то есть доставки продуктов из магазинов после онлайн-заказа, — также очень многообещающее ответвление e-commerce. Что касается маркетплейсов, то ключевая «троица» Ozon, Wildberries и «Яндекс.Маркет» пока занимают позиции с третьей по шестую в общем списке (см. график «Распределение ключевых компаний»). При завершении запланированных проектов конфигурация изменится: Ozon займет первое место среди крупнейших компаний с точки зрения складских мощностей, X5 Group опустится на вторую строчку, а на третье место выйдет Wildberries, совокупная площадь складских мощностей которого достигнет почти 1,3 млн кв. м складских площадей. Многообещающими игроками на российском рынке в перспективе станут и такие игроки, как «Сбермегамаркет» с включенной в экосистему «Сберлогистикой», а также маркетплейс Aliexpress, который, помимо партнерства с логистическими компаниями, постепенно развивает собственную логистику для ускорения доставки.



Распределение ключевых компаний

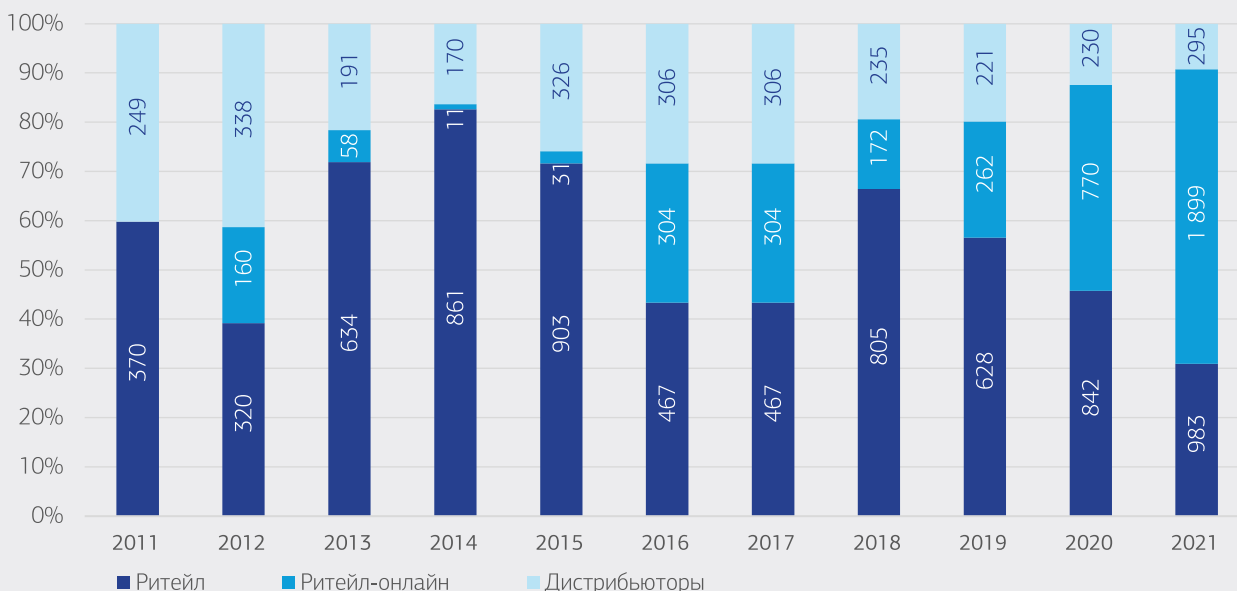


Территориальное распределение

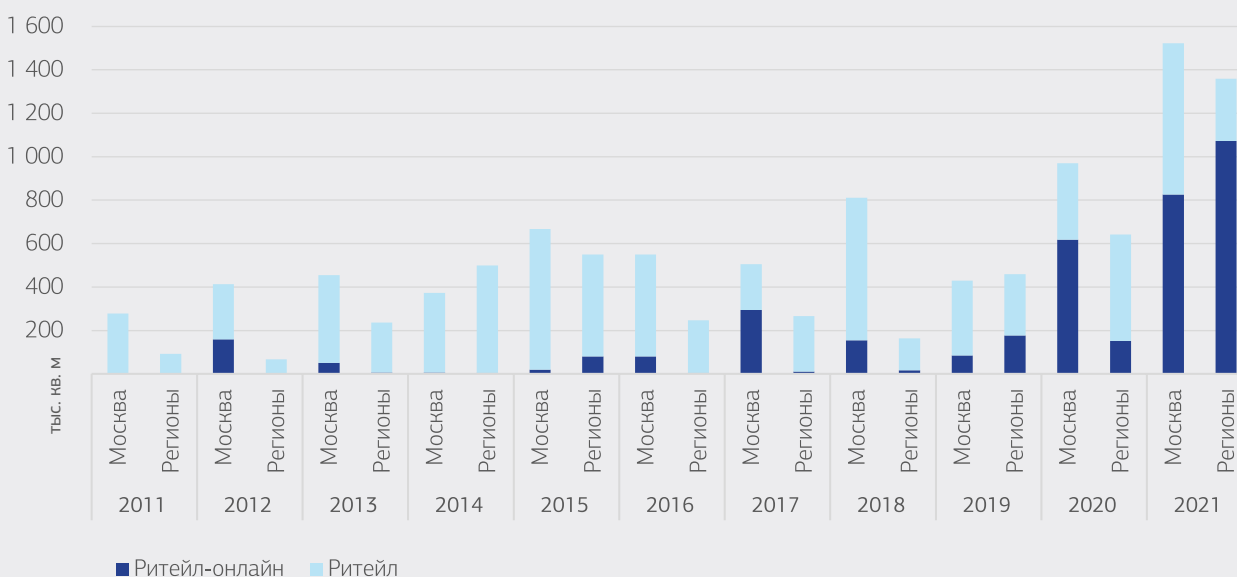
Если говорить о территориальном присутствии компаний-ритейлеров, чья активность проанализирована в рамках данного отчета, то Московский регион, несомненно, остается основным логистическим хабом большинства компаний. Из общего объема уже построенных к концу 2021 г. складских площадей, занимаемых ключевыми ритейлерами и маркетплейсами, 3,9 млн кв. м приходится именно на эту локацию (для сравнения, за пределами Московского региона в ЦФО расположено всего 900 тыс. кв. м складов ритейлеров). Однако транспортные издержки, а также необходимость предоставить конечному потребителю товар в кратчайшие сроки привели к постепенной экспансии компаний в регионы.

Региональное развитие офлайн-ритейлеров можно охарактеризовать как волнообразное — новые сделки по региональной аренде или покупке складов пришлись преимущественно на 2014 и 2020 гг., когда объемы спроса превышали 400 тыс. кв. м в год. В то же время e-commerce развивался в регионах преимущественно в последние три года, с пиком сделок в 2021 г. До 2019 г. объемы спроса со стороны этих компаний не превышали и 20 тыс. кв. м в год, в то время как уже по итогам 2021 г. объем сделок в e-commerce-сегменте превысил 700 тыс. кв. м.

Динамика сделок в России по сегментам (сегмент торговли)



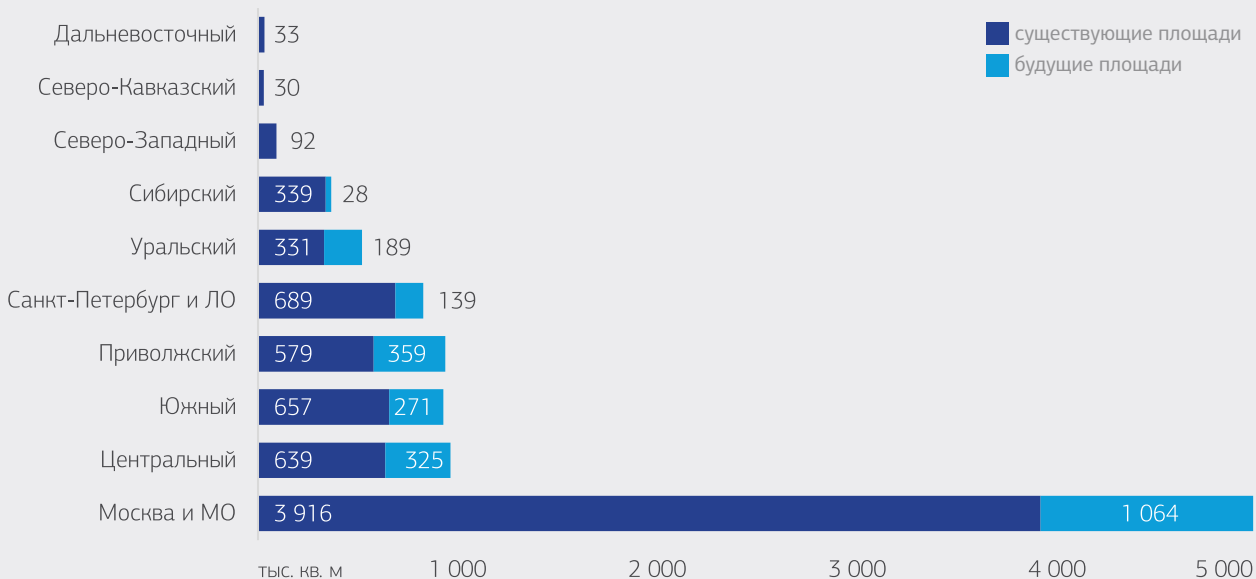
Динамика сделок ритейлеров в Москве и регионах России



Наиболее развитый регион за пределами ЦФО — Северо-Западный федеральный округ (781 тыс. кв. м), куда входят Санкт-Петербург и Ленинградская область (689 тыс. кв. м). Следующим в данном списке идет Южный федеральный округ (657 тыс. кв. м), где большую часть заняла Ростовская область (413 тыс. кв. м), далее следует Приволжский федеральный округ (579 тыс. кв. м).

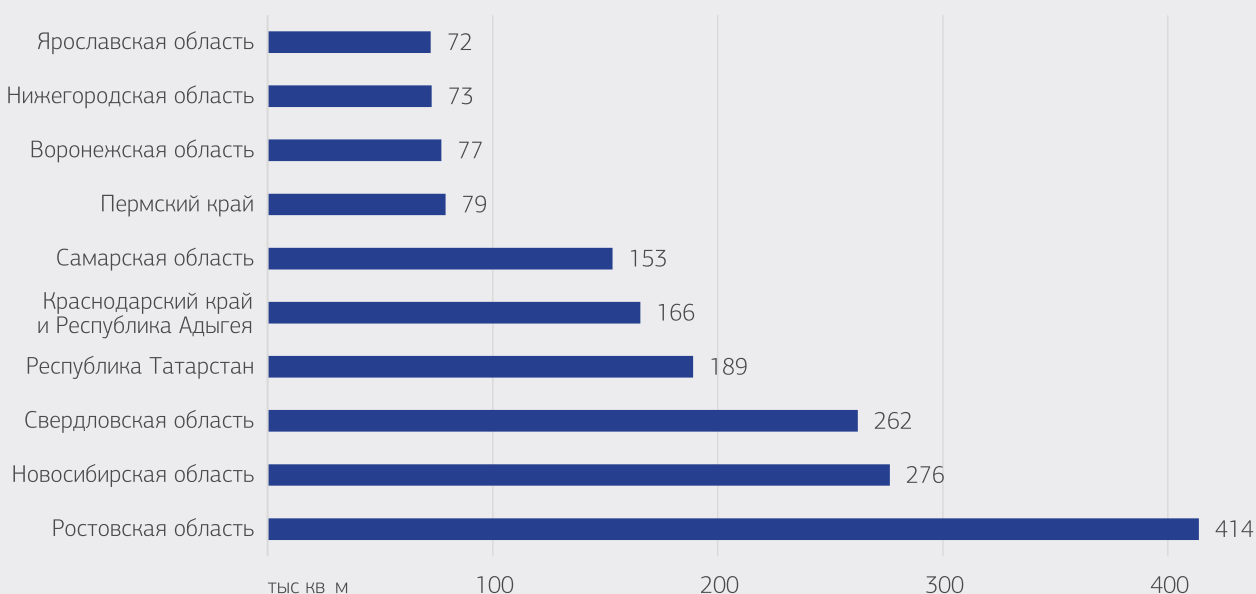
В разрезе запланированного ввода площадей также прослеживается тенденция равномерного распределения складских мощностей по европейской части России. Так, объем будущего ввода складских площадей в Санкт-Петербурге составляет 139 тыс. кв. м. В Приволжском федеральном округе запланировано 359 тыс. кв. м, лидерами будущего предложения неизменно остаются Москва и Московская область, где значение превышает 1 млн кв. м.

Распределение складских мощностей по федеральным округам



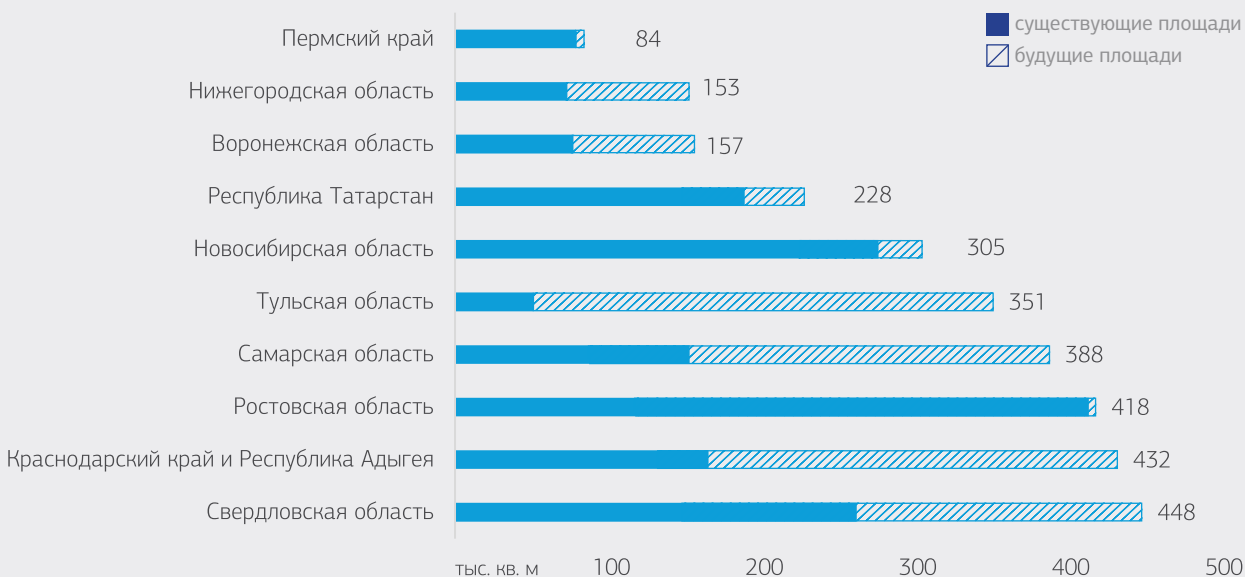
Наиболее популярными регионами России для размещения складских мощностей у анализируемых компаний, за исключением Москвы и Санкт-Петербурга, стали Ростовская область (414 тыс. кв. м), Новосибирская область (276 тыс. кв. м) и Свердловская область (262 тыс. кв. м).

Распределение текущих мощностей по субъектам



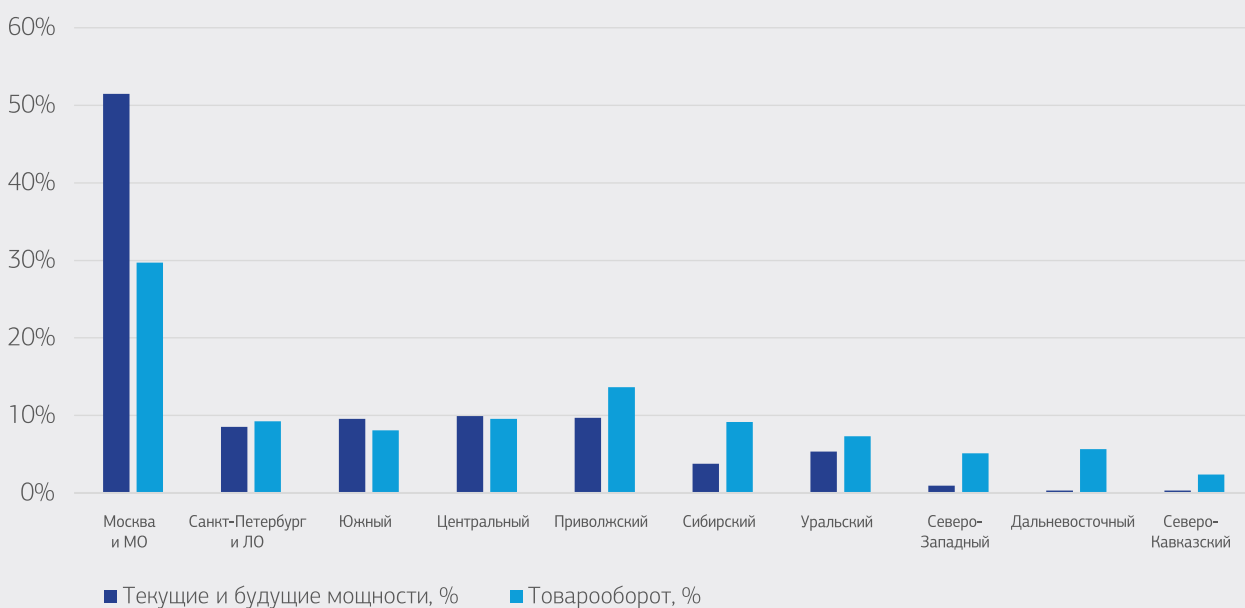
В качестве районов для дальнейшего развития компании отдали наибольшее предпочтение Тульской области (+300 тыс. кв. м), Самарской области (+235 тыс. кв. м) и Краснодарскому краю (+194 тыс. кв. м). Таким образом, конфигурация наиболее востребованных регионов меняется, и на первом месте располагается Свердловская область (448 тыс. кв. м), следом идет Ростовская область (418 тыс. кв. м).

Распределение текущих и будущих мощностей по субъектам



Подобная география открытия новых крупных распределительных центров логично коррелирует с покупательской активностью населения. По данным АКИТ, из общего объема товарооборота интернет-торговли на Московский регион (Москва + Московская область) приходится около 32-33%, а на Санкт-Петербург и Ленинградскую область совокупно — 9-10%.

Распределение складских мощностей и товарооборота по федеральным округам

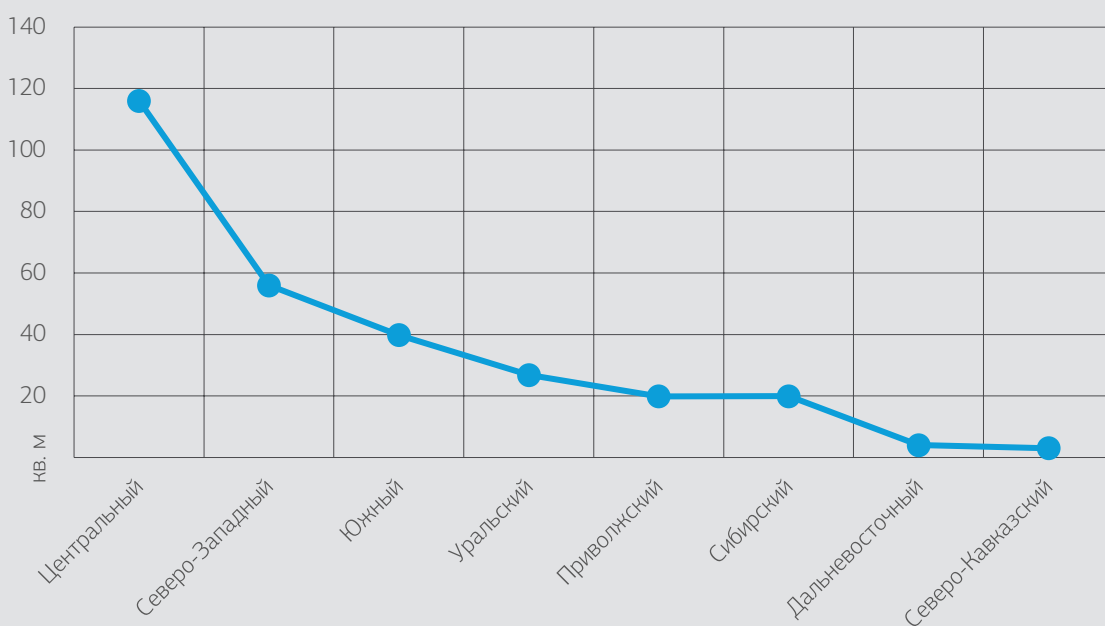


Выбор ключевыми ритейлерами регионов России обусловлен рядом причин. Во-первых, компании стараются размещать свои распределительные центры вблизи городов-миллионников, а также административных центров округов, поскольку именно через них обеспечивается основной товарооборот по остальным субъектам региона за счет развитой системы автомобильных, железнодорожных, речных и воздушных путей. Кроме того, важным фактором становится наличие рабочей силы в зоне размещения объекта. В случае, когда область испытывает нехватку площадок под централизованную организацию большого объема складских мощностей, компании начинают рассматривать близлежащие области. Например, для Московского региона подобными областями-«донорами» становятся Калужская, Ярославская, Тульская или Тверская области.

С точки зрения направления региональной экспансии освоение новых районов стремится с запада на восток, с европейской части России через Урал к Дальнему Востоку. Данную тенденцию подтверждает обеспеченность складскими мощностями ритейлеров в перерасчете на 1 тыс. жителей. Очевидно ожидать, что наиболее обеспеченным округом с точки зрения складов ритейлеров является Центральный федеральный округ, поскольку более половины всех мощностей исследуемых компаний размещены в Московском регионе. На втором месте ожидаемо расположился Северо-Западный федеральный округ благодаря 10% складов, размещенных в Санкт-Петербурге.

Что касается остальных округов, то показатель обеспеченности не превышает отметку в 40 кв. м на 1 тыс. чел. населения, в то время как в Санкт-Петербурге это значение достигает 56 кв. м на 1 тыс. чел. населения, а в Москве превышает отметку в 116 кв. м на 1 тыс. чел. населения.

Обеспечение складскими мощностями на 1 тыс. чел. населения, распределение по Федеральным округам

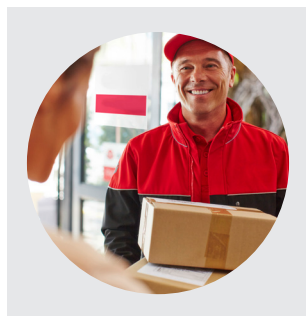


Тенденции и перспективы

Рост складских мощностей — это тренд, потенциал которого сохраняется на ближайшие годы. Инвесторы оценили устойчивость складского сегмента — доля сделок по покупке и аренде складов заметно увеличилась в 2020 и 2021 гг. (28% и 37% от общего объема транзакций соответственно) по сравнению с допандемийным 2019 г., благодаря активному развитию фуд-ритейлеров и игроков электронной коммерции, которые начали расширять границы своего присутствия.

Текущая экономическая турбулентность и сложность в прогнозировании необходимых объемов будущего строительства может привести к паузе в реализации ряда проектов built-to-suit, контракты по которым были подписаны в течение 2021 г., однако в среднесрочной перспективе мы ожидаем сохранения потребности у маркетплейсов и ведущих федеральных ритейлеров в расширении площадок. Более того, и в текущих условиях мы наблюдаем интерес со стороны офлайн-ритейлеров к расширению складских мощностей для формирования товарных запасов.

E-commerce переформатировал рынок складской недвижимости, запустив новые процессы на рынке и сформировав тенденции, которые будут сохраняться еще продолжительное время.



Скорость доставки

Согласно данным компании Nielsen, ключевым по значимости критерием успешности онлайн-шопинга в России остается скорость доставки желаемого товара. На фоне возможности бесплатной или условно бесплатной отмены оформленного на сайте заказа уже после его приемки в ПВЗ, скорость доставки не только становится значимой для конкурентной привлекательности маркетплейса, но и вполне соответствует его бизнес-интересам — чем дольше клиент ждет свой заказ, тем больше, в случае импульсной покупки, вероятность получить возврат товара.

Для складского рынка это означает увеличение числа распределительных центров в непосредственной близости от клиента, а значит — рост федеральных сетей распределительных центров, причем не только федерального значения, но и областного.



Уменьшение и дробление складских форматов

Помимо крупных федеральных распределительных центров, маркетплейсы живут и менее крупными форматами — ППП (пункты приема посылок от продавцов), а также ФФ-центрами (они же фулфилмент-центры) — благодаря этим форматам повышается скорость обработки и сортировки грузов, что в конечном счете также служит цели ускорения процесса доставки товара от продавца покупателю.



Автоматизации складов и инновационные подходы

Меняются потребности в высотности склада, пока не очень активно, но начинают развиваться идеи автоматизированного сбора заказа. Эта тенденция — уже давно существующая реальность за рубежом: традиционно упоминаемый пример в этом контексте — компания Amazon и ее роботизированные склады. Сложности с поставками импортных современных инженерных решений могут отодвинуть воплощение новых технологических решений на некоторое время, но останутся актуальными.

Индустриальная недвижимость вслед за развитием торговли будет всё больше проникать в регионы России, что, несомненно, будет иметь важное социально-политическое и экономическое значение. Новые складские распределительные центры крупных игроков формируют дополнительные рабочие места и привлекают различные предприятия, активно взаимодействующие с такими игроками в качестве «арендаторов-спутников».

Помимо этого, потребители стали более требовательными и всё больше акцентируют внимание на времени обработки заказа и их доставке. В России большие расстояния, поэтому появляется необходимость наращивания складских мощностей (в особенности распределительных и логистических центров) не только в ключевых точках страны, но и в менее крупных населенных пунктах. Если раньше стояла задача привлечь людей в магазин, то теперь все силы брошены на то, чтобы справиться с обработкой имеющихся запросов в короткие сроки, отработать все обращения для повышения лояльности клиента к бренду.

Несмотря на текущую паузу, мы ожидаем продолжения региональной экспансии со стороны ритейлеров по мере продвижения с запада на восток, а также расширения их присутствия от городов-миллионников до городов с населением около полумиллиона и менее жителей. Помимо развития цепочки крупных распределительных центров, ключевые игроки также сфокусируются на диверсификации своих складских мощностей, пополняя свой портфель дарксторами и помещениями в рамках внутригородской логистики с целью расширения спектра предоставляемых услуг. Таким образом, в городах регионов будут активно развиваться сервисы продажи товаров повседневного спроса, которые сейчас присутствуют только в крупнейших городах России.





Контакты

Складская и индустриальная недвижимость

Виктор Афанасенко
Региональный директор
+7 495 258 5151
Victor.Afanasenko@nikoliers.ru

Стратегический консалтинг

Владислав Николаев
Региональный директор
+7 495 258 5151
Vladislav.Nikolaev@nikoliers.ru

Исследования

Вероника Лежнева
Директор
+7 495 258 5151
Veronika.Lezhneva@nikoliers.ru

Полина Боброва
Старший аналитик
+7 495 258 5151
Polina.Bobrova@nikoliers.ru

Владимир Плескевич
Аналитик
+7 495 258 5151
Vladimir.Pleskevich@nikoliers.ru

Маркетинг & PR

Ольга Бакулина, МСМ
Региональный директор
+7 495 258 5151
Olga.Bakulina@nikoliers.ru

Москва

Пресненская набережная, д. 10
БЦ «Башня на Набережной», блок С, 52 этаж
Тел. +7 495 258 51 51

moscow.news@nikoliers.ru

Санкт-Петербург

Волынский пер., д. 3
БЦ «Северная Столица»
+7 812 718 36 18

spb.reception@nikoliers.ru

www.nikoliers.ru

Copyright © 2022
Данный отчет является общим исследованием рынка недвижимости и основан на собственных или предоставленных нам материалах, которые мы считаем достоверными. При составлении данного отчета основными нашими принципами были точность и полнота информации, однако мы не предоставляем никаких гарантий отсутствия фактических ошибок. Мы будем признательны, если Вы сообщите нам о таких ошибках для оперативного редактирования информации. Nikoliers не несет никакой ответственности за ущерб или убытки, возникшие по причине неточностей или некорректности информации, содержащейся в данном отчете.

Nikoliers