



СУПЕРМАРКЕТ  
НЕДВИЖИМОСТИ



//

- 1 ПРЕДЛОЖЕНИЕ  
ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА
- 2 ЦЕНОВАЯ СИТУАЦИЯ
- 3 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА  
НОВОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

//

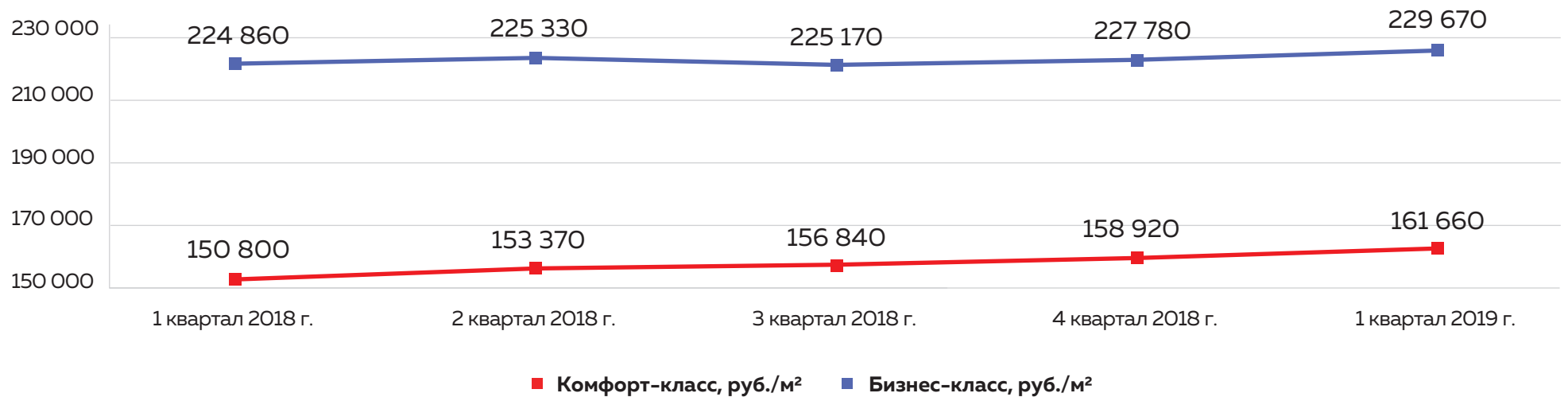
# КРАТКИЙ ОБЗОР СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ НОВОСТРОЕК МОСКВЫ

ОБЗОР' ЗА 1 КВАРТАЛ 2019 ГОДА

---

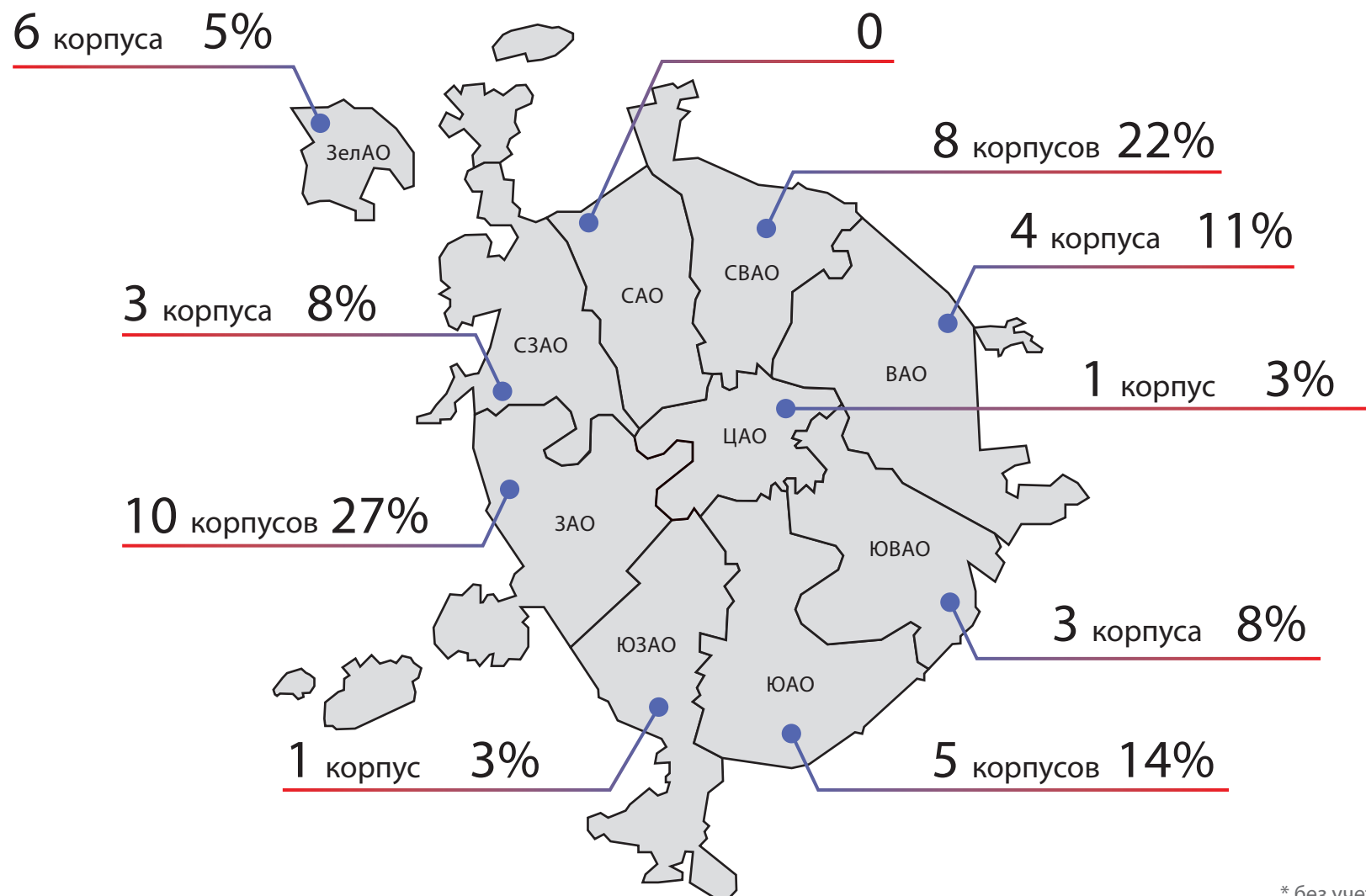
Средняя цена квадратного метра в 1 квартале 2019 года выросла относительно значений предыдущего квартала как в комфорт (+ 1,7 %), так и в бизнес-классе (+ 0,8 %) соответственно.

### Динамика объема предложения и средней цены кв.м



Больше всего нового предложения появилось в ЗАО и СВАО (27% и 22% от общего объема нового предложения соответственно). В САО в 1 кв. 2019 новых адресов не появилось. При этом, наибольшее число корпусов по-прежнему расположено в Северном округе столицы.

Началась реализация 38 новых корпусов в 27 объектах.

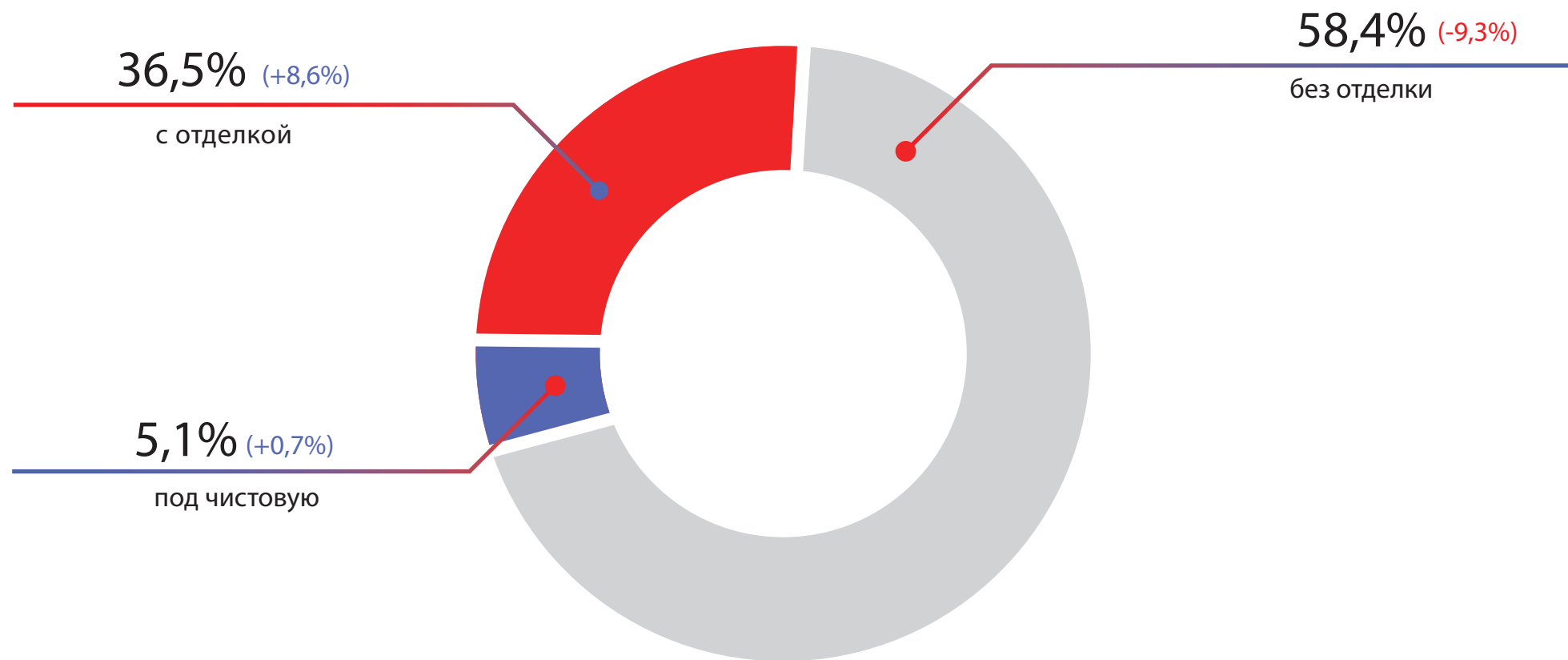


\* без учета элитных объектов

В 1 кв. 2019 на 9,3% снизилась доля предложения «без отделки»

**-9,3%**

Структура предложения по наличию отделки по новостройкам Москвы\*, 1 кв. 2019 г.

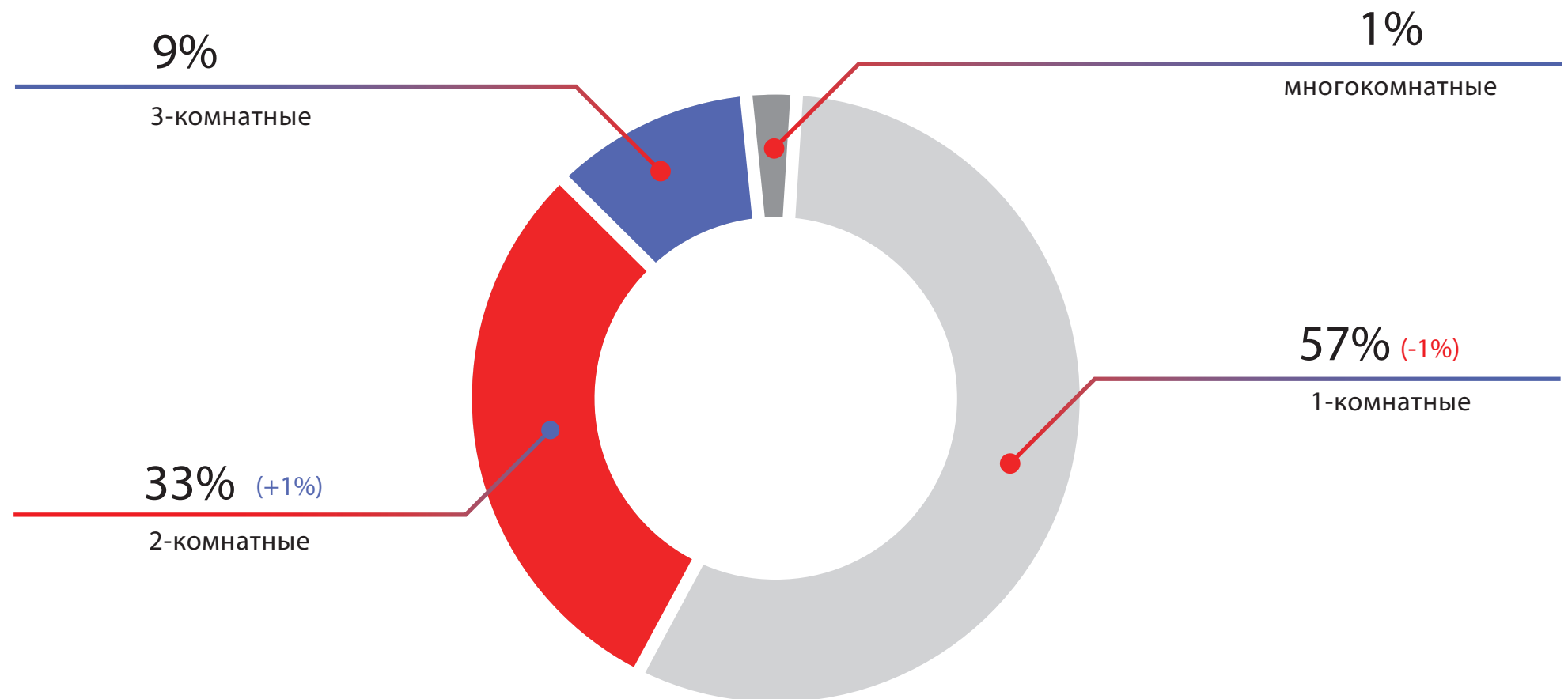


\* без учета элитных объектов

В 1 квартале 2019г. в структуре спроса традиционно наиболее востребованы однокомнатные квартиры. Спрос на них составил 57% от совокупного спроса, что на 1% меньше, чем в конце прошлого года.

**-1%**

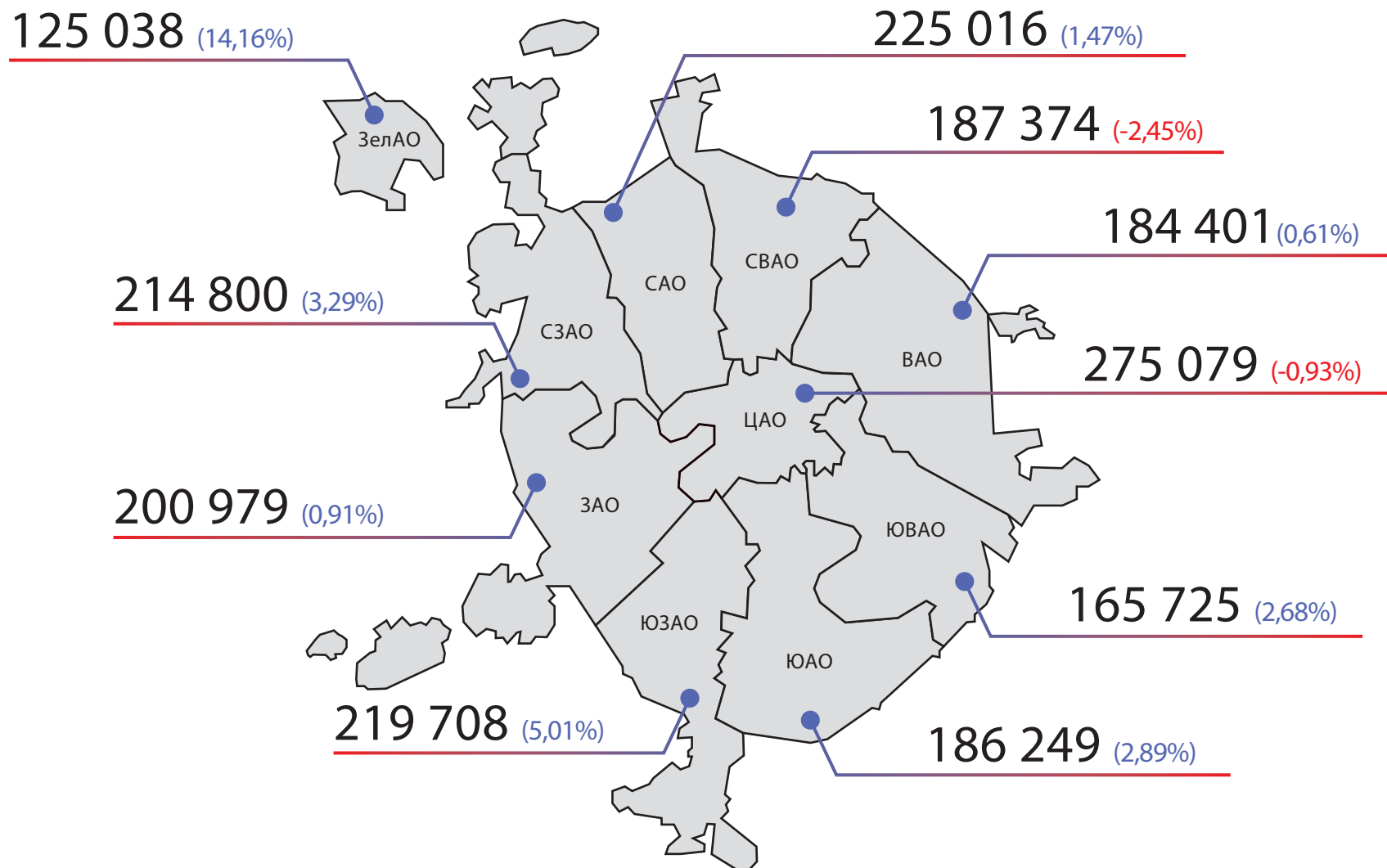
Структура спроса на квартиры в новостройках по комнатности, 1 кв 2019 г.



\* без учета элитных объектов

ЦАО\* самый дорогой округ в 1 кв. 2019 г.  
(275 079 руб. за кв. м.)

ЗелАО самый доступный округ  
(125 038 руб. за кв. м.)

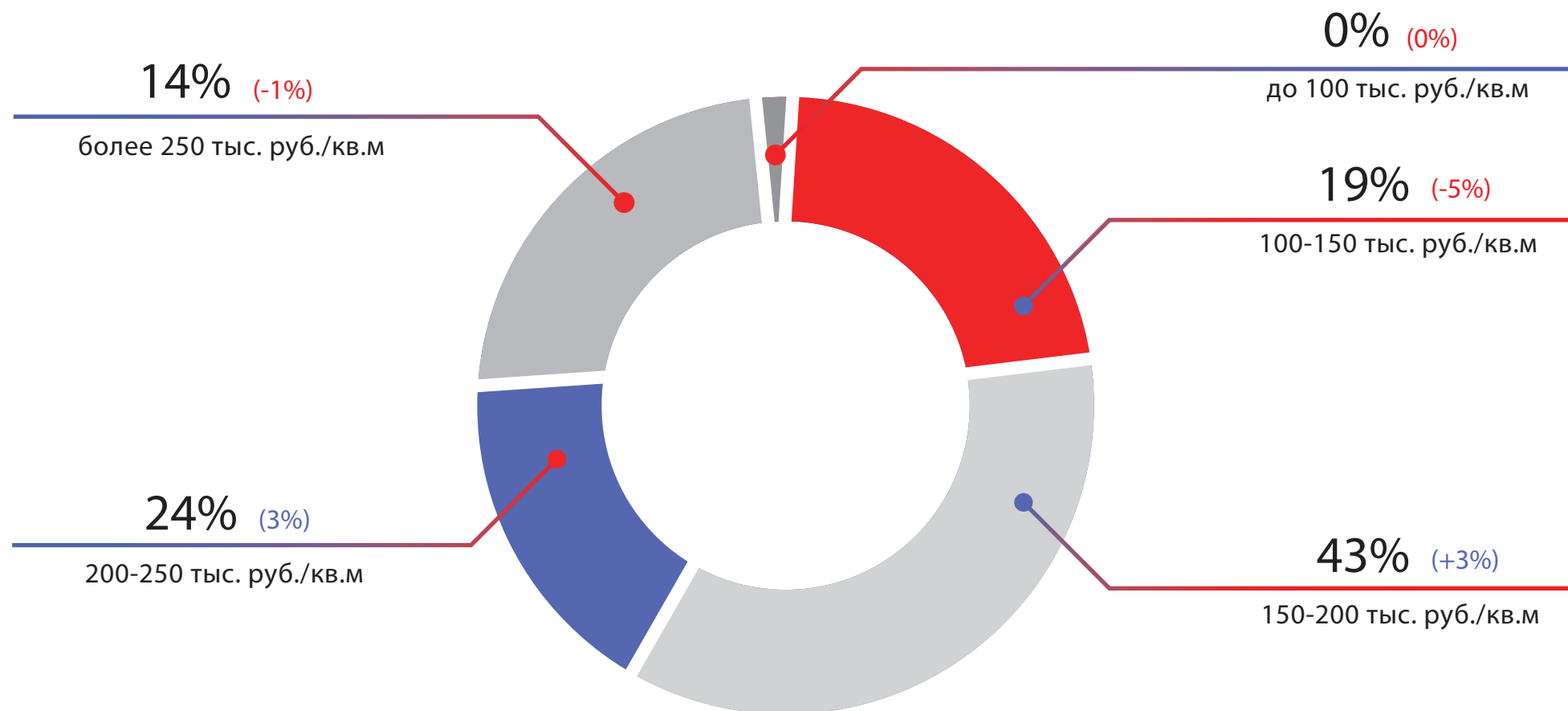


\* без учета элитных объектов

В 1 кв. 2019г. в общей структуре предложения снизилась доля предложения жилья со средней стоимостью кв. м 100 – 150 тыс. руб. на

5%

Структура предложения в новостройках Москвы по стоимости 1 кв. м \*, 1 кв. 2019 г .



\* без учета элитных объектов

Наибольшее число нового предложения относится к «массовому сегменту», его доля составляет

68%

---

доля бизнес-класса в новом предложении составляет 32%.

на 17,8%

Ниже средневзвешенная стоимость кв. м нового предложения по сравнению со среднерыночным показателем

---

Что связано с высокой долей предложения массового сегмента

Средний бюджет покупки нового предложения ниже среднерыночного значения показателя

на 28,3%

---

49%

Вышедшего предложения расположено в ЗАО и СВАО

---