



Топ-20 самых ценных брендов застройщиков России в 2025 году

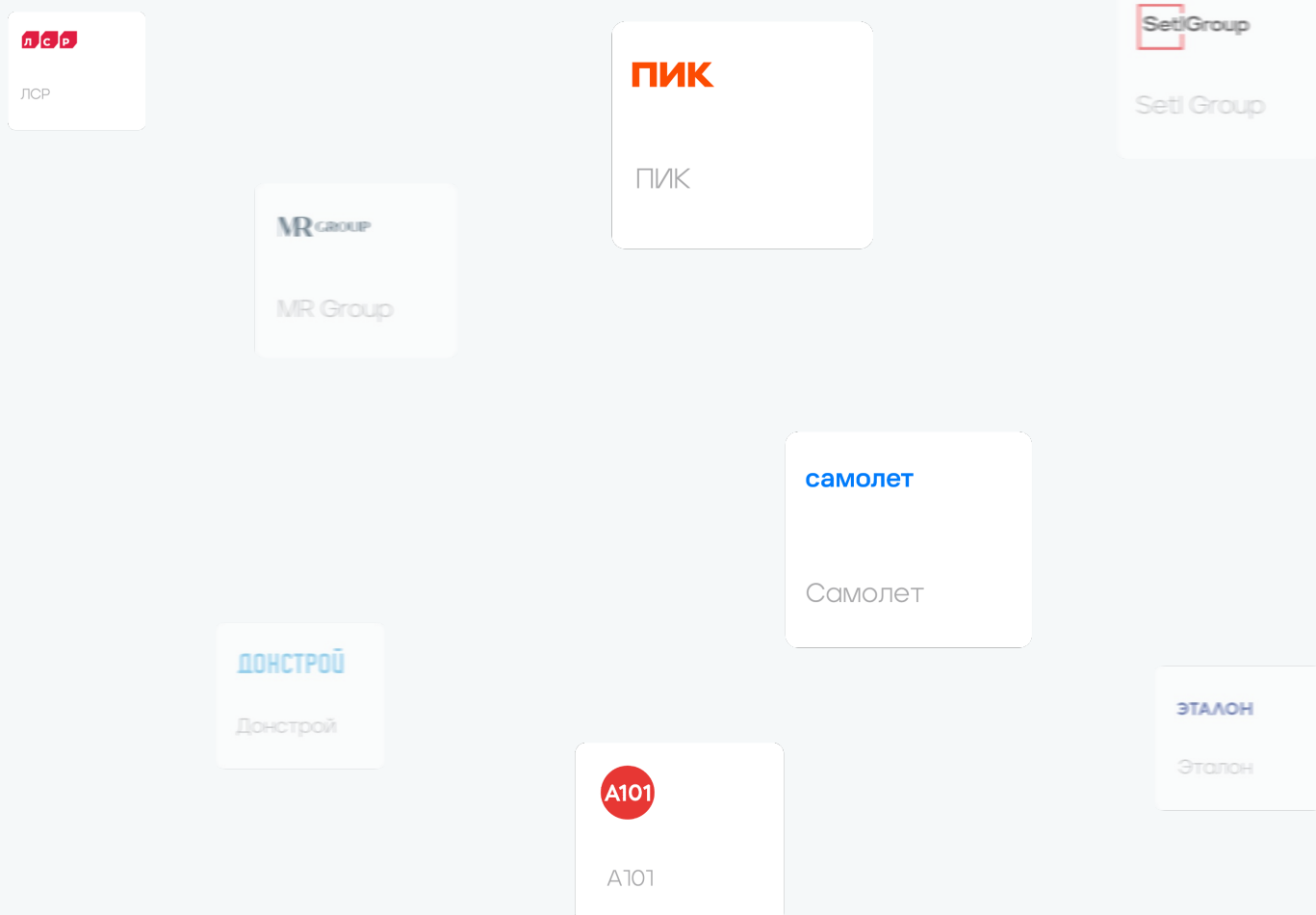
Рейтинг BrandLab

BRANLAB

Насколько ценны бренды российских девелоперов

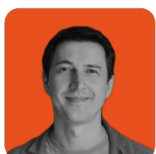
В рейтинг BrandLab [«100 самых дорогих брендов в России»](#), опубликованный по результатам 2024 года, попали всего два застройщика — ПИК и Самолет. В то же время по оценкам аналитиков в стране насчитывается 4400 строительных компаний, из них лишь около 2700 что-то реально строят

Насколько это крупные бренды, могут ли региональные компании составить конкуренцию столичным, из чего складывается стоимость федеральных брендов? Чтобы ответить на эти вопросы, мы провели масштабное исследование, по результатам которого составили рейтинг «Топ-20 самых ценных брендов застройщиков»





Мы в BrandLab занимаемся бренд-консалтингом и исследованиями с 2002 года. В течение 10 лет представляли Brand Finance в России, признанного эксперта в области brand valuation, поэтому знаем об оценке стоимости бренда всё



Александр
Еременко

Управляющий директор

Бренд является ценным нематериальным активом для любой крупной компании. Лучший способ его измерить — провести оценку стоимости. До недавнего времени в России этим занимались международные компании Interbrand (USA) и Brand Finance (UK), по известным причинам они сейчас не работают в России. При этом рынок строительства многоквартирных домов динамичный и яркий, девелоперы активно инвестируют в свои бренды — это уникальная сфера для анализа и оценки

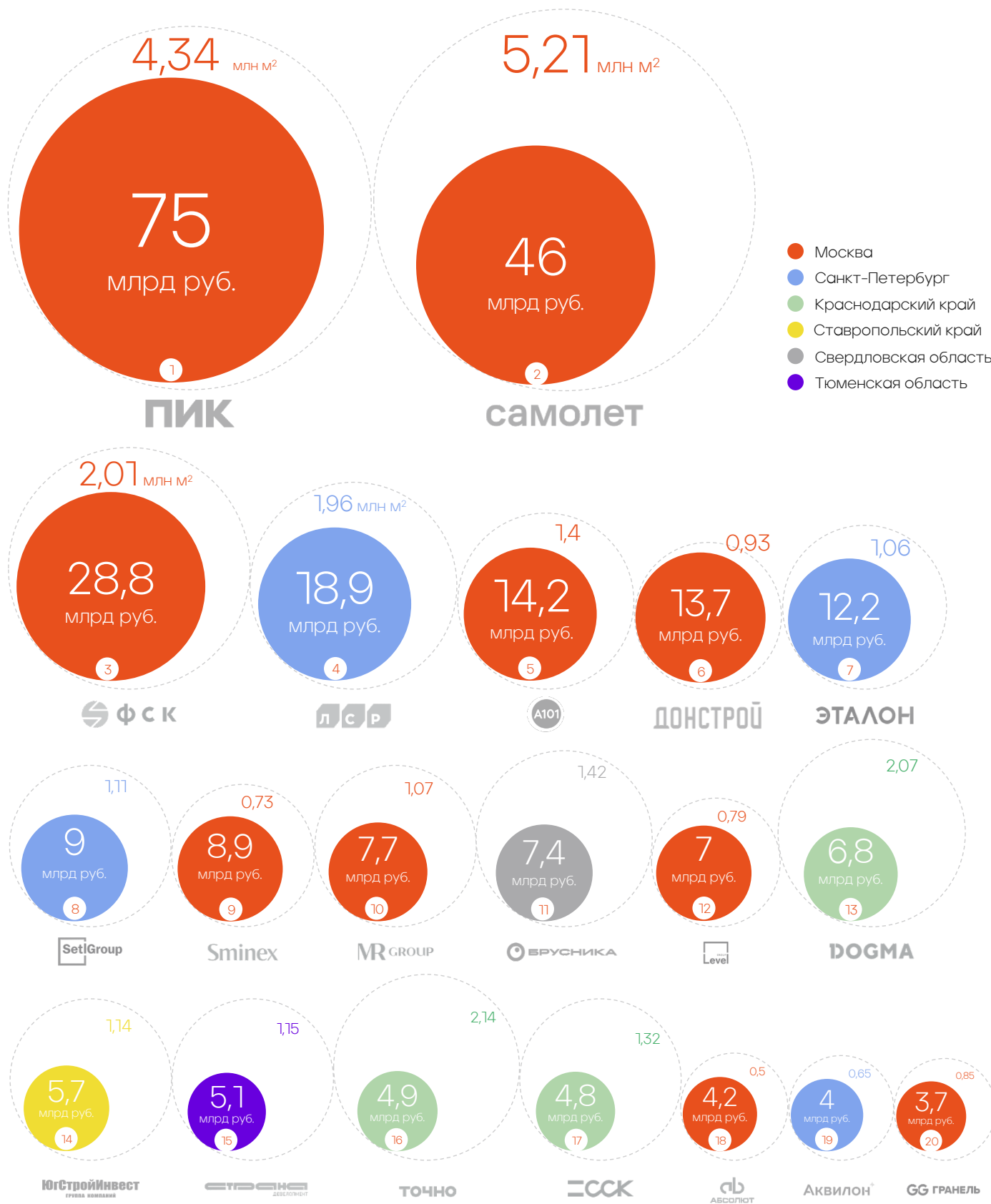
Мы в BrandLab занимаемся бренд-консалтингом и исследованиями с 2002 года. В течение 10 лет представляли Brand Finance в России, признанного эксперта в области brand valuation, поэтому знаем об оценке стоимости бренда всё

В этом исследовании на первом этапе были отобраны 100 крупнейших девелоперов России по строительству жилья в 2024 году. Далее, в ходе всероссийского опроса с выборкой более 1 тыс. респондентов определен уровень знания и доверия к брендам

На следующем этапе проведен расчет силы каждого бренда — Brand Power Index. Помимо знания и доверия, он включает показатели: отзывы клиентов и сотрудников, коммуникационную активность и имидж в СМИ, развитие собственных каналов в соцсетях, объем инвестиций в рекламу, посещаемость сайта компании, объем строящегося жилья, география строительства

Финально, на основе всех полученных данных, был составлен список топ-20 самых дорогих брендов застройщиков

Топ-20 самых ценных брендов застройщиков России в 2025 году



Топ-20 самых ценных брендов застройщиков России в 2025 году

Место	Бренд	Стоимость бренда (млрд руб.)	Головной регион	Объем строящегося жилья на 01.01.2025 г. (млн кв м)
1	ПИК	75,0	Москва	4,34
2	Самолёт	46,2	Москва	5,21
3	ФСК	28,8	Москва	2,01
4	ЛСР	18,9	Санкт-Петербург	1,96
5	А101	14,2	Москва	1,40
6	Донстрой	13,7	Москва	0,93
7	Эталон	12,2	Санкт-Петербург	1,06
8	Setl Group	9,0	Санкт-Петербург	1,11
9	Sminex	8,9	Москва	0,73
10	MR Group	7,7	Москва	1,07
11	Брусника	7,4	Свердловская область	1,42
12	Level Group	7,0	Москва	0,79
13	DOGMA	6,8	Краснодарский край	2,07
14	ЮгСтройИнвест	5,7	Ставропольский край	1,14
15	Страна Девелопмент	5,1	Тюменская область	1,15
16	ТОЧНО	4,9	Краснодарский край	2,14
17	ССК	4,8	Краснодарский край	1,32
18	Абсолют	4,2	Москва	0,50
19	Аквилон	4,0	Санкт-Петербург	0,65
20	Гранель	3,7	Москва	0,85

Лидеры рейтинга

ПИК

Первое место в рейтинге BrandLab занимает ПИК со стоимостью бренда 75 млрд рублей

Выручка компании за 2024 год составила 675 млрд руб, в то время как у ближайшего конкурента она была ниже в два раза. При этом прибыль в 2024 г. снизилась по сравнению с предыдущим годом вдвое. Это стало одним из факторов, повлиявшим на падение стоимости бренда на 2 п.п. – годом ранее его оценка достигла 77 млрд руб

Примечательно, что по объему строительства в 2024 году ПИК опустилась на второе место, уступив лидерство компании Самолет

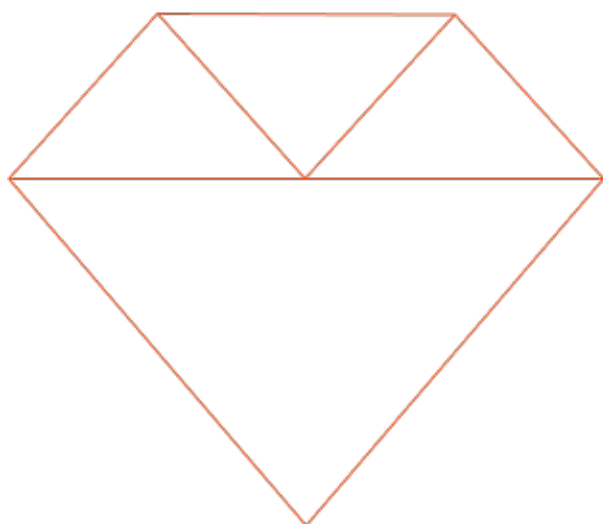
Зоной роста для бренда является работа над репутацией и доверием, эти показатели ниже средних значений по рынку

самолет

На втором месте рейтинга – Самолет, с оценкой бренда в 46,2 млрд руб. Застройщик демонстрирует рекордную динамику по вводу жилья и выручке за последние 5 лет. Инвестиции в бренд также самые высокие в отрасли, что привело к росту его стоимости на 73% (26,7 млрд руб в 2023). Как и у лидера рейтинга, зоной внимания для бренда «Самолет» являются неустойчивые показатели репутации и доверия



Третье место заняла ФСК, стоимость бренда которой составила 28,8 млрд руб. На 4-й позиции расположилась ЛСР с капитализацией бренда в 18,9 млрд руб., а замыкает первую пятерку А101 со стоимостью бренда 14,2 млрд руб.



Вклад брендов

288 млрд рублей

капитализация топ-20 крупнейших брендов застройщиков составляет

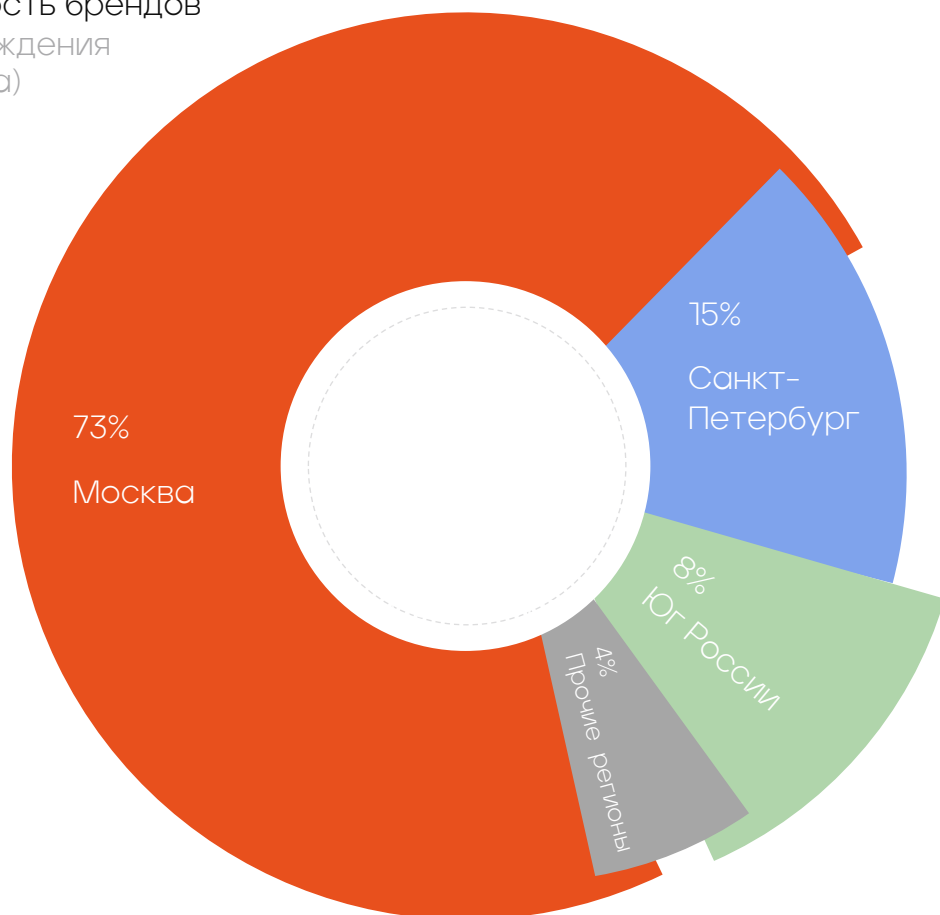
42%

от совокупной стоимости первой двадцатки брендов (121,2 млрд рублей) приходится на двух лидеров рейтинга, ПИК и Самолёт

Все компании из топ-5 рейтинга базируются в столице, за исключением ЛСР из Санкт-Петербурга

Москва ожидаемо доминирует — на компании со штаб-квартирой в златоглавой приходится 73% всей капитализации брендов. Девелоперы из Санкт-Петербурга сгенерировали 15% от общей стоимости, а застройщики из Краснодарского края и Ставрополя — 8%. Оставшиеся 4% от капитализации всех брендов обеспечили компании Свердловской и Тюменской областей

Как распределяется стоимость брендов по регионам (по месту нахождения штаб-квартиры застройщика)



Самые сильные бренды

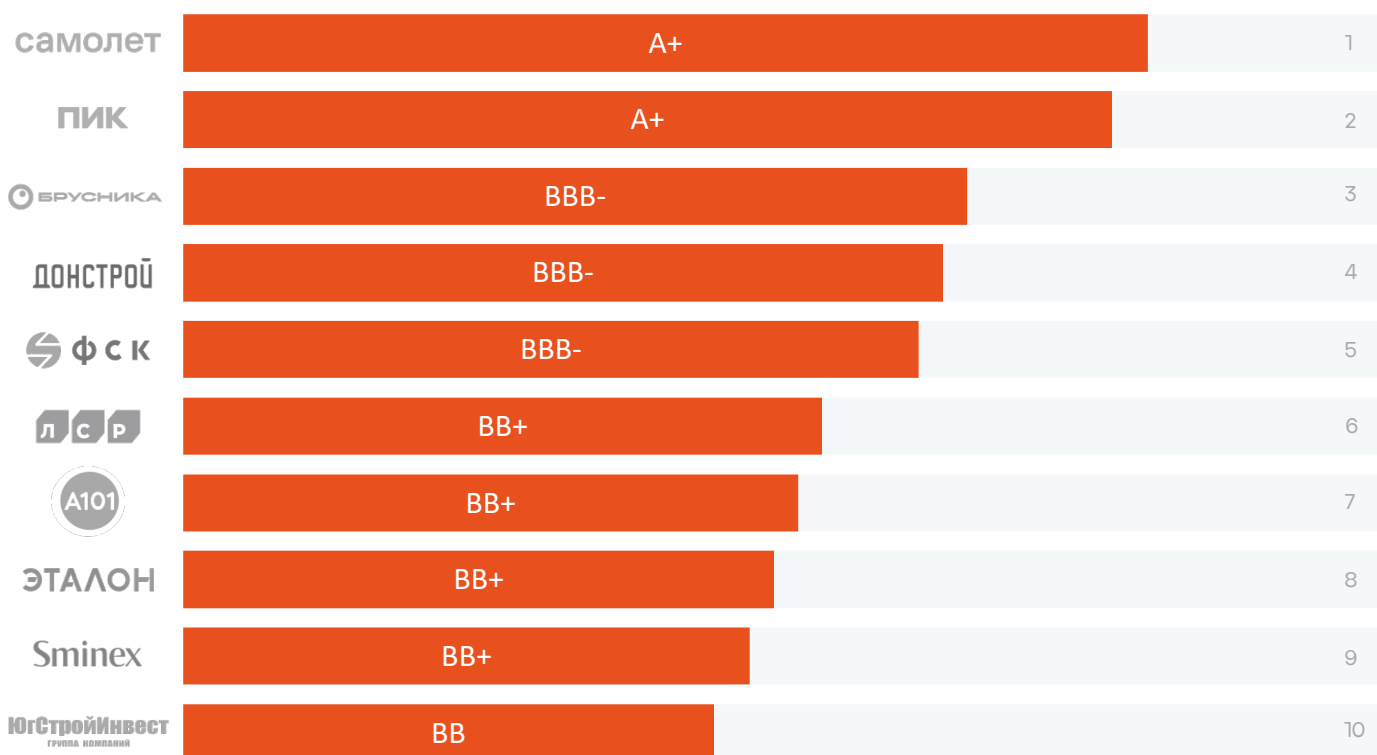
Помимо расчёта стоимости бренда, мы оцениваем его силу - интегральный показатель, отражающий потенциал роста и устойчивость бренда в будущем.

Индекс силы бренда показывает, насколько компания способна сохранять лидерские позиции, формировать лояльность и доверие покупателей, а также расширять своё влияние на рынке. Фактически это вера в будущее бренда, подкреплённая его репутацией, качеством коммуникации и эмоциональной связью с клиентом

Для наглядности используется шкала по аналогии с кредитными рейтингами, от D до AAA. На уровень силы бренда влияют такие факторы, как доверие потребителей, узнаваемость, имидж, системное управление брендом и последовательность в реализации его стратегии

от D до AAA

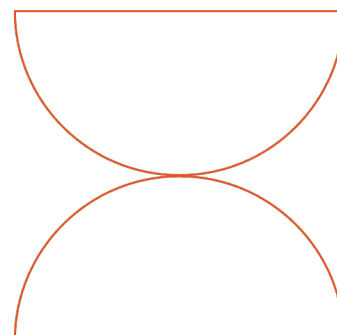
Топ-10 брендов застройщиков по индексу силы бренда (Brand Power Index)



Индекс потенциала бренда

На основе сопоставления объемов строительства и стоимости бренда мы рассчитали индекс потенциала бренда — показатель, отражающий у каких компаний наиболее высокий потенциал роста его ценности в ближайшие 3–5 лет

Производственная активность этих застройщиков опережает развитие их ключевого нематериального актива, создавая возможности для его дальнейшей докапитализации. Насколько эффективно компании воспользуются этим инструментом увеличения акционерной стоимости, зависит от их маркетинговой стратегии и инвестиций в развитие бренда



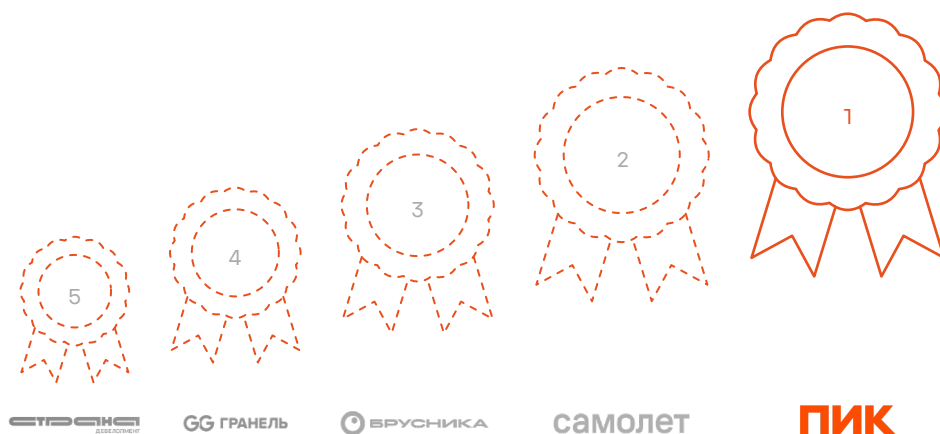
Топ-5 брендов по индексу потенциала бренда



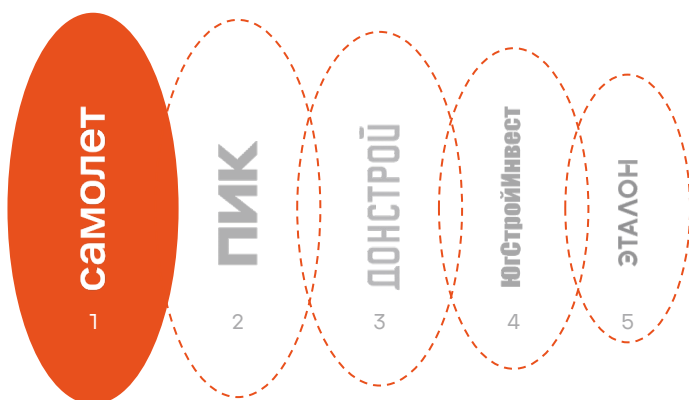
Компоненты рейтинга: опрос покупателей недвижимости

При составлении рейтинга и индекса силы бренда девелоперов мы провели опрос покупателей недвижимости по всей России (1024 чел.) и определили уровень знания брендов и доверия к ним

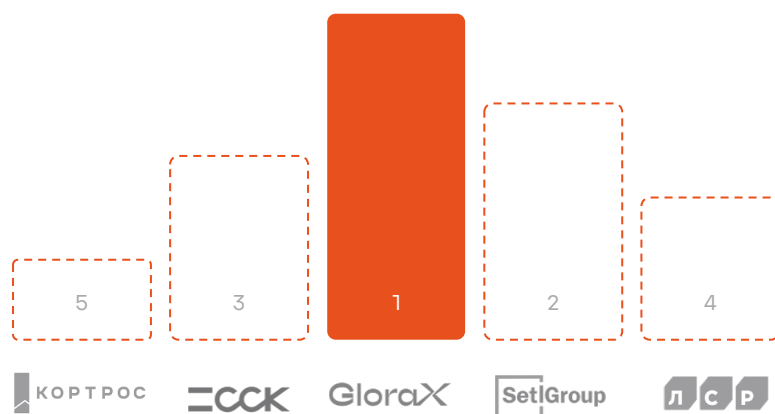
Топ-5 брендов застройщиков по спонтанной узнаваемости



Топ-5 брендов застройщиков по узнаваемости с подсказкой



Топ-5 брендов застройщиков по уровню доверия

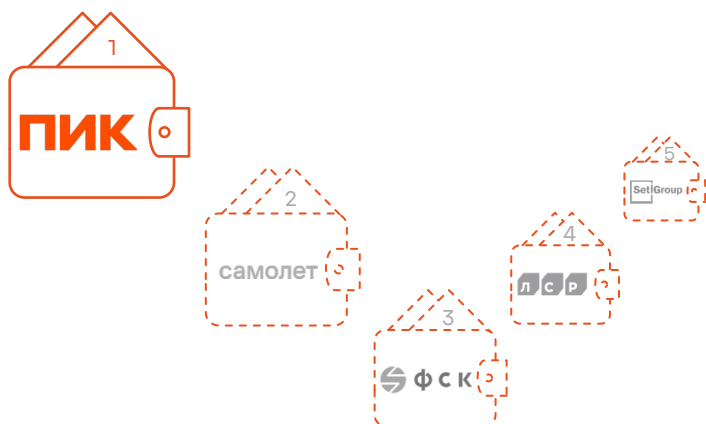
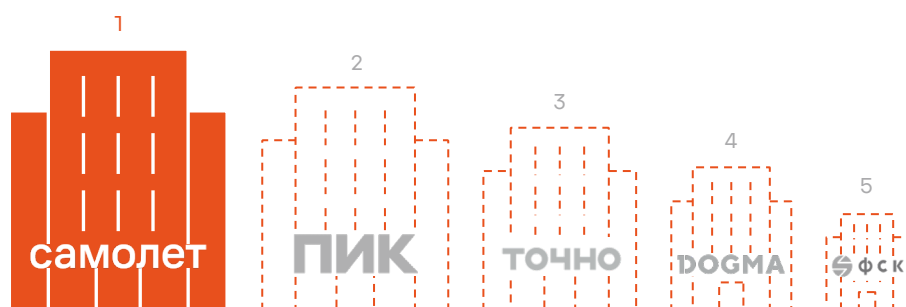


Компоненты рейтинга: аудит показателей застройщиков

При составлении рейтинга также учитывались бизнес-показатели и маркетинговые данные девелоперов

Топ-5 брендов
застройщиков по объёму
строящегося жилья*

*на основе данных ЕРЗ РФ на 01.01.2025



Топ-5 брендов
застройщиков
по выручке

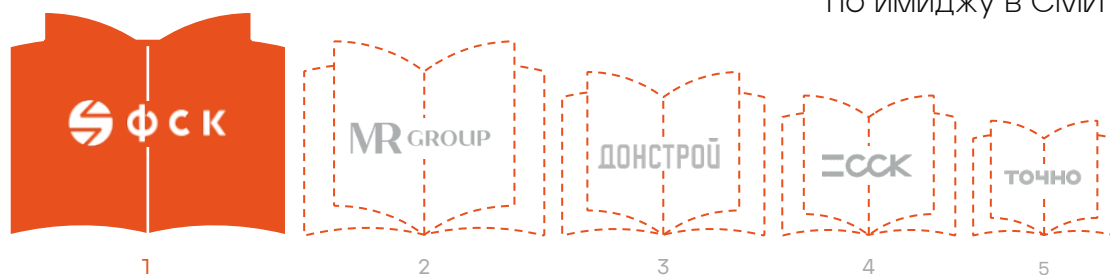
*за 2024 год по МСФО

Топ-5 брендов
застройщиков
по числу регионов
присутствия

*число регионов, в которых ведётся
строительство на 01.11.2025



Топ-5 брендов застройщиков по имиджу в СМИ

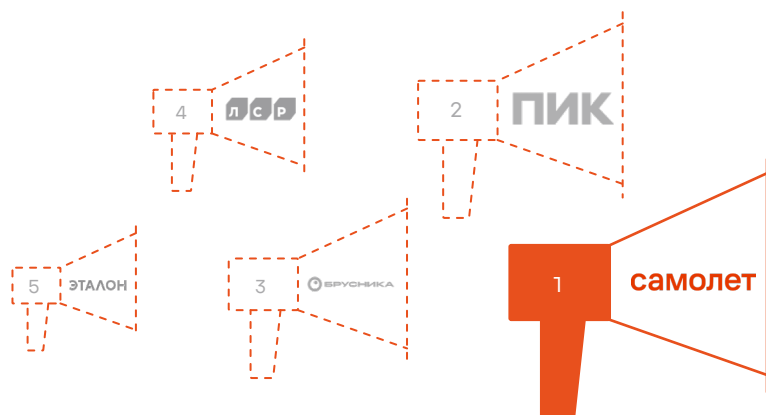


Топ-5 брендов застройщиков по SMM индексу

*по состоянию на сентябрь 2025



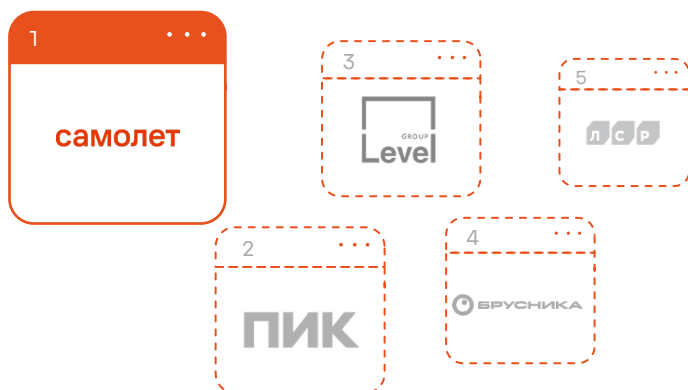
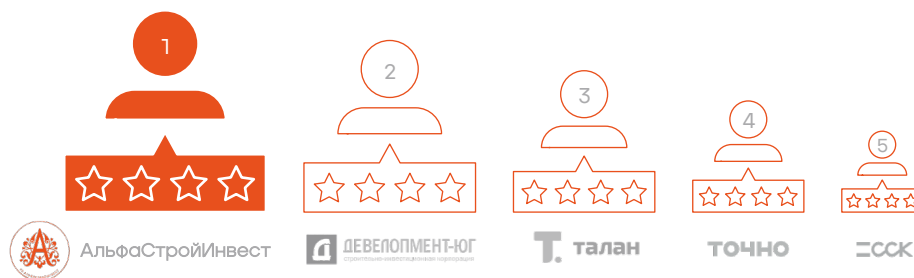
Топ-5 брендов застройщиков по коммуникационной активности



Топ-5 брендов застройщиков по отзывам покупателей



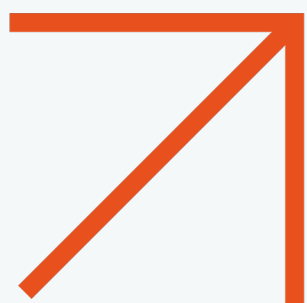
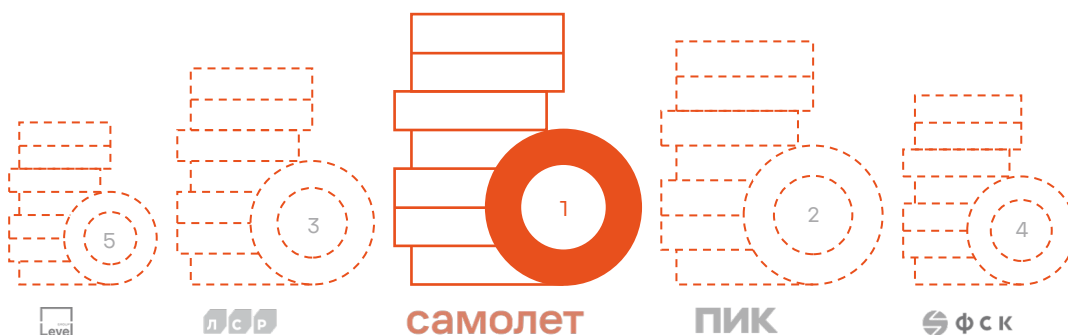
Топ-5 брендов застройщиков по отзывам сотрудников



Топ-5 брендов застройщиков по посещаемости основного сайта

*по состоянию на август 2025

Топ-5 брендов застройщиков по объёму медиа-инвестиций



Методология оценки BRANDLAB

При оценке стоимости брендов BrandLab руководствуется международными стандартами ISO 10668 «Brand valuation — Requirements for monetary brand valuation». Для брендов наиболее релевантными являются методы дисконтирования денежных потоков (DCF) и освобождения от роялти (Royalty Relief) — именно они признаны ведущими международными аудиторскими и консалтинговыми компаниями как базовые при определении рыночной стоимости бренда



ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТАВКИ РОЯЛТИ

Метод Royalty Relief предполагает оценку суммы, которую компания заплатила бы за право использовать бренд, если бы не владела им. Иными словами, стоимость бренда определяется его способностью приносить доход за счёт лицензионных соглашений

Ставка роялти зависит от отрасли: выше — в технологичном и премиальном сегментах, ниже — в сырьевом и инфраструктурном. Для расчёта используется база сделок с брендами и лицензионных договоров за последние 10 лет по данным международных источников

АНАЛИЗ СИЛЫ БРЕНДА

На этом этапе базовая ставка роялти корректируется с учётом силы бренда. Чем сильнее бренд, тем выше коэффициент, отражающий его способность генерировать дополнительную стоимость

Оценка силы бренда проводится по ряду параметров:

- финансовые показатели компании
- узнаваемость и репутация бренда
- имидж и тональность упоминаний в СМИ
- эффективность бренд-менеджмента
- лояльность клиентов
- география присутствия и масштаб проектов
- уровень маркетинговых инвестиций

ДИСКОНТИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

На заключительном этапе прогнозируются будущие денежные потоки, генерируемые брендом, и приводятся к текущей стоимости с использованием ставки дисконтирования. Для унификации расчётов применяется усреднённая ставка рефинансирования

О рейтинге



Рейтинг «ТОП-20 самых дорогих брендов застройщиков России» — независимое исследование BRANDLAB, проводимое с 2025 года. В основу анализа легли данные открытых источников, финансовая отчётность, экспертные интервью и результаты социологических опросов. В ряде случаев финансовые и маркетинговые показатели уточнялись непосредственно у представителей компаний.

Зачем оценивать стоимость бренда

Как говорил Питер Друкер, «нельзя управлять тем, что нельзя измерить» — это утверждение полностью справедливо и для брендов

- Сильный бренд улучшает бизнес-результаты, помогает выделяться среди конкурентов, усиливает лояльность клиентов и повышает эффективность маркетинга
- Позволяет формировать ценовую премию — покупатели готовы платить больше за бренд, которому доверяют
- Укрепляет HR-бренд — в 2025 году развитие внутреннего бренда работодателя стало ключевым вызовом для многих компаний

Мы надеемся, рейтинг послужит не только инструментом для анализа текущего состояния брендов, но и ориентиром для развития бизнеса, с акцентом на стратегический маркетинг и брендинг. Для многих российских компаний это большая зона роста. Бренды, которые активно инвестируют в свой имидж, развивают клиентскую лояльность и инвестируют в маркетинговые коммуникации, имеют все шансы занять лидирующие позиции в будущем

Еще больше данных или как попасть в рейтинг

Для получения полного отчета свяжитесь с нами

Если бренд вашей компании не присутствует в рейтинге и нужно провести его аудит или необходимо разработать брендинг – эксперты BrandLab всегда готовы вам помочь

Контакты для запросов:

info@brandlab.ru
+7 495 125-1040

Топ-20 самых ценных брендов застройщиков России в 2025 году

Рейтинг BrandLab

