



РОССИЙСКИЙ КНИЖНЫЙ СОЮЗ

Мониторинг состояния московского книжного рынка

Управляющий Вице-президент
Российского книжного союза

Л.Л. Палько

МОСКВА – 2025

Аннотация

Настоящий Мониторинг проводился в соответствии с Договором о предоставлении субсидии из бюджета города Москвы № 63-ДС/25 от 23 сентября 2025 г. иставил своей задачей подробный анализ текущей структуры книжного выпуска и издательских инициатив в Московском регионе, их соответствия потребностям читающих групп москвичей в целях роста конкурентоспособности книги в культурном и информационном пространстве Москвы, сохранения и поддержания книжных традиций мегаполиса.

В рамках мониторинга подробно рассмотрена динамика цен на книжные издания в 2020-2025 гг. и уровня их соответствия реальным запросам и возможностям москвичей. Определены объем, структура и темпы развития рынков печатной и цифровой книги в г. Москве, дана оценка экспериментальному формату городского киоска со специализацией «Печать» и потенциалу расширения влияния онлайн-канала в книжной дистрибуции столицы. Особое внимание в рамках Мониторинга уделено карте розничных книготорговых объектов Москвы в 2024-2025 гг., показателю обеспеченности москвичей книжными магазинами в сравнении с административными центрами субъектов РФ, анализу конкурентной среды книжной розницы и формированию рейтинга книжных магазинов г. Москвы по качеству обслуживания покупателей и объему программ продвижения книг и культуры чтения.

В результате проведенных исследований подготовлен аналитический отчет о текущем состоянии и динамике развития книгоиздания и книготорговли в г. Москва. Содержащаяся в нем информация позволит государственным органам управления вырабатывать обоснованные решения по поддержанию благоприятных условий для функционирования книжной отрасли в Москве, развития и получения прогнозируемых положительных общественно-значимых результатов.

Настоящий Мониторинг построен на результатах инициативного опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведенного в конце сентября 2025 года, экспертной оценке книжного рынка, полученной в ходе Мониторинга от московских издателей, книготорговых организаций, операторов киосковых сетей и агрегаторов цифрового контента, а также на статистических данных Российской книжной палаты (РГБ).

Мониторинг проведен в сентябре-октябре 2025 года.

Объем отчета о Мониторинге – 205 страниц;
включает 36 таблиц и 53 диаграммы.

Язык отчета – русский.

Оглавление

Аннотация	2
Ключевые положения	12
1. Состояние и оценка объема книжного выпуска в г. Москва, тренды и перспективы развития, динамика его изменений в течение исследуемого периода – IV кв. 2024 - III кв. 2025 г. с прогнозом итогов 2025 г.	16
1.1. Оценка текущей структуры книжного выпуска по количественным и качественным параметрам	17
1.2. Оценка уровня инвестиционной активности и анализ конкурентной среды книгоиздания в г. Москва	27
1.3. Оценка адаптации операторов книгоиздания к ограничениям в сфере авторских прав, к негативным тенденциям в книгоиздании	42
2. Состояние и оценка объема книжного рынка г. Москва, основные тенденции в течение исследуемого периода – IV кв. 2024 - III кв. 2025 г. с прогнозом на конец 2025 г.	51
2.1. Оценка объема продаж (млрд. руб.) книжного рынка Москвы в 2024 году (итог полного года)	52
2.2. Оценка объема продаж (млрд. руб.) и доли книжного рынка Москвы (суммарно печатной и цифровой дистрибуции) в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ (и без учета бюджетных продаж) в динамике 2020-2025 гг., включая прогнозируемые значения по итогам 2025 года	43
2.3. Оценка объема продаж печатной и цифровой дистрибуции в общем объеме продаж книжного рынка г. Москва в динамике 2020-2025 гг., включая прогнозируемые значения по итогам 2025 года.	55
2.4. Динамика общего объема розничной дистрибуции печатной книги в г. Москва с указанием доли каналов продаж в структуре реализации издательств в г. Москва и предпочтений покупателей в 2020-2025 гг. Основные предприятия-посредники	57
2.5. Формирование рейтинга (топ-15) наиболее продаваемых в книжных магазинах г. Москвы печатных изданий (отдельно для детской и взрослой аудитории, исключая учебную, научно-популярную и справочную литературу)	71

2.6. Динамика цен на печатные издания на книжном рынке г. Москва в I-III кв. 2020-2025 гг.	76
2.7. Программы поддержки и продвижения книги и культуры чтения в г. Москва в 2025 году.	91
3. Состояние рынка цифровой книжной продукции (аудио и электронных книг) в течение исследуемого периода – IV кв. 2024 - III кв. 2025 г. с прогнозом на конец 2025 г.	107
3.1. Объем продаж цифровой книжной продукции (аудио и электронных книг) книжного рынка г. Москва в 2024 году (итог полного года). Объем продаж цифровой книжной продукции (аудио и электронных книг) в общем объеме продаж книжного рынка г. Москва в динамике 2020-2025 гг., включая прогнозируемые значения по итогам 2025 года. Доля объема продаж цифровой книжной продукции г. Москвы в общем объеме цифровой книжной розничной дистрибуции на территории РФ.	108
3.2. Основные тенденции, характеризующие текущую ситуацию в цифровой розничной дистрибуции г. Москвы	113
3.3. Анализ конкурентной среды рынка цифровой книги в г. Москва	120
3.4. Динамика продаж по укрупненным тематическим разделам ассортимента электронной книги в 2020-2025 гг.	123
3.5. Динамика средней цены на бумажную и цифровую (электронную и аудио) книгу в 2020-2025 гг.	130
3.6. Перспективы развития рынка цифровой книги в г. Москва	133
4. Карта стационарных книготорговых объектов города Москвы и тенденции развития в течение исследуемого периода – IV кв. 2024 - III кв. 2025 г. с прогнозом на конец 2025 г.	136
4.1. Динамика карты розничных стационарных книготорговых объектов в г. Москва в 2024-2025 гг., суммарно с указанием основных каналов продаж книжной продукции: книжные магазины, киоски и fmсg-маркеты. Анализ основных тенденций и востребованность канала у потребителя на территории г. Москва	137
4.2. Показатель обеспеченности населения г. Москва книжными магазинами и его динамика в 2020-2025 гг. в сопоставлении с административными центрами субъектов РФ	151
4.2.1. Уровень обеспеченности населения книжными магазинами в структуре административных округов г. Москвы	156

	4.3. Формирование ассортиментного предложения для киосковой сети со специализацией «Печать» на территории г. Москва по критериям: целевая аудитория, тематика, формат, цена	170
	5. Оценка состояния канала традиционных книжных магазинов г. Москва в течение исследуемого периода – IV кв. 2024 - III кв. 2025 г. с прогнозом на конец 2025 г.	183
	5.1. Объем продаж (млрд. руб.) в 2024 году (итог полного года)	184
	5.2. Оценка объема продаж (млрд. руб.) и доли традиционных книжных магазинов в общем объеме продаж книжной продукции г. Москва (без учета бюджетных продаж) в динамике 2020-2025 гг., включая прогнозируемые значения по итогам 2025 года.	184
	5.3. Основные тенденции, характеризующие текущую ситуацию в традиционном канале продаж книжной продукции	186
	5.4. Анализ конкурентной среды предприятий розничной торговли книжной продукцией (книжных магазинов) в г. Москве в 2024-2025 гг.	191
	5.4.1. Формирование рейтинга книжных магазинов г. Москва (топ-10) по представленности книжной продукции в торговом зале и в обороте магазина	191
	5.4.2. Формирование рейтинга книжных магазинов г. Москва (топ-10) по качеству обслуживания покупателей	193
	5.4.3. Формирование рейтинга книжных магазинов г. Москва (топ-10) по объему программы продвижения книг и культуры чтения и её востребованности у покупателя	198
	5.5. Анализ покупательских и читательских предпочтений посетителей книжных магазинов	200

Список диаграмм

Диаграмма 1.1. Динамика объема и доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в январе-сентябре 2019-2025 гг.

Диаграмма 1.2. Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I-III кв. 2019-2025 гг.

Диаграмма 1.3. Динамика среднего тиража книжного издания (исключая учебную литературу), вышедшего в Москве в I-III кв. 2019-2025 гг.

Диаграмма 1.4. Средний тираж изданий учебной, детской и художественной литературы с импринтом Москвы в динамике I-III кв. 2019-2025 гг., экз.

Диаграмма 1.5. Динамика долевого участия переводной литературы в суммарном книжном выпуске Москвы в I-III кварталах 2021-2025 гг.

Диаграмма 1.6. Выпуск переводной литературы издательствами Москвы в I-IIIQ 2021-2025 гг.

Диаграмма 2.1. Динамика доли московского книжного рынка в общем объеме розничных продаж книжной продукции на территории РФ в 2019-2025 (прогноз) гг.

Диаграмма 2.2. Темпы роста розничных продаж печатной книги в Москве и на территории Российской Федерации в целом в 2019-2025 гг.

Диаграмма 2.3. Объем ритейл-продаж книжной продукции на территории г. Москва в 2019-2025 гг.

Диаграмма 2.4. Доля канала сбыта в общем объеме дистрибуции издательств в Московском регионе в I-III кварталах 2019-2025 гг.

Диаграмма 2.5. Предпочтение формата покупки книг населением Москвы в 2024 году

Диаграмма 2.6. Предпочтения в тематике книг среди москвичей, посещающих традиционные книжные магазины

Диаграмма 2.7. Динамика продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в I-III кварталах 2023-2025 гг.

Диаграмма 2.8. Индекс потребительских цен и средняя цена реализованного издания на книжном рынке г. Москва в августе-сентябре 2021-2025 гг.

Диаграмма 2.9. Средняя цена купленной книги в различных каналах книжной розницы Москвы в III кв. 2019-2025 гг.

Диаграмма 2.10. Средняя цена* купленного на территории Москвы издания базовых тематик книжного ассортимента в августе-сентябре 2021-2025 гг., руб.

Диаграмма 2.11. Ценовой порог стоимости книги для московского покупателя в 2020 и в 2025 гг.

Диаграмма 2.12. Средняя розничная цена книжного издания и годовая инфляция в основных каналах сбыта в III квартале 2025 г.

Диаграмма 2.13. Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2016-2025 гг.

Диаграмма 2.14. Средний чек покупателя (только книги) в третьем квартале 2018-2025 гг., руб.

Диаграмма 2.15. Рост стоимости производства печатной книги и динамика цен на книжном рынке Москвы в августе-сентябре 2021-2025 гг., % год к году

Диаграмма 2.16. Издательства Москвы. Социальные сети в 2023-2025 гг.: Оценка эффективности контактов с читателями по шкале от 1 до 7, где 1 – max

Диаграмма 2.17. Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I-III кв. 2019-2025 гг.

Диаграмма 2.18. Уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях в поддержку книги и чтения в 2025 гг.

Диаграмма 2.19. Популярность мероприятий по продвижению книги и чтения у москвичей в 2019-2025 гг.

Диаграмма 3.1. Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014-2025 гг., млн руб.

Диаграмма 3.2. Динамика доли москвичей среди покупателей книг, сообщивших о чтении/слушании цифрового формата. 2013-2025 гг.

Диаграмма 3.3. Доля продаж цифровой книжной продукции г. Москва в общем объеме цифровой книжной розничной дистрибуции на территории РФ, %

Диаграмма 3.4. Доля пользователей Москвы в суммарной аудитории различных сервисов «Литрес» в 2024-2025 гг.

Диаграмма 3.5. Предпочитаемые устройства для скачивания/чтения цифрового контента (электронных книг) в 2019-2025 гг., доля устройств %

Диаграмма 3.6. Динамика продаж в Московском регионе на платформах ГК «Литрес» укрупненных тематических групп книг в январе-августе 2019-2025 гг. (год к году), транзакционная модель

Диаграмма 3.7. Динамика (%) продаж в Московском регионе в разрезе укрупненных тематических групп книг на площадках «Литрес» в январе-августе 2025 года

Диаграмма 3.8. Динамика средней цены на бумажную и цифровую (электронную и аудио) книгу в 2019-2025 гг.

Диаграмма 3.9. Доля цифровой книги в ритейл-продажах книжной продукции на территории г. Москва в 2019-2025 (2034 прогноз) гг.

Диаграмма 4.1. Динамика суммарного числа объектов физической розницы с книжным ассортиментом на территории г. Москва в 2014-2025 гг.

Диаграмма 4.2. Доли различных ритейл-форматов в структуре московского книжного рынка по состоянию на сентябрь 2014-2025 гг. (кол-во объектов)

Диаграмма 4.3. Предпочтение онлайн-формата покупки книг населением Москвы в 2018-2025 гг.

Диаграмма 4.4. География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы в 2019-2025 гг.

Диаграмма 4.5. География распределения объектов некнижного ритейла (в т.ч. FMCG) с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2025 г.

Диаграмма 4.6. География распределения объектов НТО «Печать» (вид «киоск») по административным округам Москвы в 2025 году (доля объектов в АО от общего кол-ва, %)

Диаграмма 4.7. Коэффициент обеспеченности населения книжными магазинами в разрезе АО Москвы в 2025 году

Диаграмма 4.8. Территориальная доступность мест покупки книг для населения Москвы в разрезе АО в 2025 г. (с учетом полного спектра объектов книгораспространения: книжные магазины, киоски, некнижный ритейл), 1 объект на кв. км

Диаграмма 4.9. Динамика количества объектов НТО «Печать» (вид «киоск») в административных округах Москвы в 2020-2025 гг.

Диаграмма 4.10. Динамика доли москвичей, предлагающих формат покупки книг «по пути» (в киосках/на лотках), в разбивке по административным округам Москвы в 2019-2025 гг.

Диаграмма 4.11. Динамика продаж книжной продукции в киосковых сетях г. Москвы в 1-3 кв. 2024-2025 гг. (средневзвешенные значения)

Диаграмма 4.12. Структура книжного товарооборота киосковой дистрибуции в г. Москва в 1-3 кв. 2025 года (средневзвешенные значения)

Диаграмма 4.13. Динамика оборота по укрупненным разделам книжного ассортимента в киосковых сетях на территории Москвы в январе-сентябре 2024-2025 гг.

Диаграмма 5.1. Оценка объема продаж и доли традиционных книжных магазинов в суммарном розничном обороте печатной книжной продукции г. Москва в 2019-2025 гг.

Диаграмма 5.2. Динамика трафика книжных магазинов Москвы в августе-сентябре 2016-2025 гг. (средневзвешенный показатель, %)

Диаграмма 5.3. Доля книжной продукции в торговой площади и суммарном обороте книготоргового предприятия, средневзвешенный показатель %

Диаграмма 5.4. Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2014-2025 гг.

Диаграмма 5.5. Частота покупки книг населением Москвы в 2019-2025 гг.: Как часто Вы покупаете книги? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)

Диаграмма 5.6. Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2017-2025 гг.

Список таблиц

Таблица 1.1. Динамика выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I-III кв. 2025 года с указанием среднего тиража

Таблица 1.2. Распределение книг и брошюр по тиражным группам в суммарном выпуске в г. Москва в 2020-2025 гг.

Таблица 1.3. Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы в I-III квартале 2020-2025 гг.

Таблица 1.4. ТОП-25 издательств Москвы, выпустивших наибольшее количество книг и брошюр за I-III кв. 2025 года

Таблица 1.5. Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы в I-III кв. 2019-2025 гг.

Таблица 1.6. ТОП-20. Рейтинг издательской активности: Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I-III кварталах 2021-2025 гг.

Таблица 1.7. ТОП-15 наименований, изданных в I-III кв. 2025 года наибольшим тиражом для взрослой аудитории*

Таблица 1.8. ТОП-15 наименований, изданных в I-III кв. 2025 года наибольшим тиражом для детской и юношеской аудитории

Таблица 2.1. ТОП-5 партнеров-посредников в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта: I-III кв. 2025 года

Таблица 2.2. ТОП-15 печатных изданий для детской аудитории в книжных магазинах г. Москвы по суммарным (экз.) продажам в I-III кв. 2025 г.

Таблица 2.3. ТОП-15 печатных изданий для взрослой аудитории в книжных магазинах г. Москвы по суммарным (экз.) продажам в I-III кв. 2025 г.

Таблица 3.1. Долевое участие авторского и издательского контента в ТОП-10 жанров ГК «Литрес»

Таблица 3.2. ТОП-10 жанров в сервисах ГК «Литрес»

Таблица 3.3. Москва: ТОП платных скачиваний в январе-сентябре 2023-2025 гг.

Таблица 3.4. Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в августе 2014-2025 гг.

Таблица 4.1. Структура книжных ассортиментных матриц FMCG-ритейла в 2025 году

Таблица 4.2. Уровень обеспеченности населения книжными магазинами в городских агломерациях административных центров субъектов РФ в 2019-2025 гг.

Таблица 4.3. Ритейл-карта Южного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.4. Ритейл-карта Северо-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.5. Ритейл-карта Юго-Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.6. Ритейл-карта Западного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.7. Ритейл-карта Северного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.8. Ритейл-карта Северо-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.9. Ритейл-карта Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.10. Ритейл-карта Центрального АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.11. Ритейл-карта Зеленоградского АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.12. Ритейл-карта Троицкого и Новомосковского АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.13. Ритейл-карта Юго-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

Таблица 4.14. Киосковые сети: ТОП-30 наименований бестселлеров для взрослой аудитории в августе-сентябре 2025 г.

Таблица 4.15. ТОП-30 наименований бестселлеров для детской аудитории в августе-сентябре 2025 г.

Таблица 5.1. ТОП-10. Рейтинг книжных магазинов г. Москвы по представленности книжной продукции в торговом зале и в суммарном обороте в 2025 году

Таблица 5.2. ТОП-10. Лучший коэффициент конверсии среди книжных магазинов Москвы

Таблица 5.3. ТОП-10. Максимальный средний чек с положительной динамикой роста год к году в январе-сентябре 2025 года среди книжных магазинов Москвы

Таблица 5.4. ТОП-10. Самый актуальный книжный ассортимент по состоянию на сентябрь 2025 года среди книжных магазинов Москвы

Таблица 5.5. ТОП-20 лучших книжных магазинов Москвы по качеству обслуживания покупателей в 2025 году

Таблица 5.6. ТОП-10 книжных магазинов по объему программы продвижения книг и культуры чтения и её востребованности у покупателя

Ключевые положения

- Прогнозируемый объем книжного выпуска в Москве по итогам 2025 года составит порядка 62 тыс. уникальных наименований (-2,15%LFL2024) книг и брошюр, изданных суммарным тиражом в размере 327,3 млн экземпляров (+0,04%LFL2024), что соответствует общероссийской тенденции сокращения производства в период «охлаждения экономики», но, в целом, предпринимательский настрой в книгоиздании Москвы на данный момент сложно назвать оптимистичным.
- По результатам экспертного опроса, доля новинок в каталоге московского издателя в 2025 году составляет лишь 24,8% (в 2024 – 36,75%). При этом, тиражность книг заметно снижается в группе переизданий (-11,3%LFL2024) и, наоборот, растет в новинках (+13,4%LFL2024). Лишь каждое третье издательство из списка лидеров работает сегодня со средним тиражом, превышающим уровень 2019 года.
- По данным государственной статистики, в 2025 году книгоиздание Москвы контролируется крупнейшими издательскими группами (ГК «Просвещение» и ИГ «Эксмо-АСТ») на 46,26% по наименованиям и на 71,11% по тиражам. В сравнении с уровнем 2021 года, доля монополистов в книжном выпуске сократилась на 3.95 п.п. в наименованиях (SKU) и выросла на 9.54 п.п. в суммарном тираже.
- В 2025-м переводы – это 9,1 тыс. наименований (или каждая пятая книга выпуска), напечатанных суммарным тиражом 36,55 млн экземпляров. Вопреки всем вызовам последних лет, ситуация с переводной литературой в РФ кардинально не меняется. Издатели, активно покупавшие права до 2022 года, продолжают поддерживать достаточно высокую долю переводных изданий в своем каталоге – в среднем на уровне 55,98%.
- Интерес к отечественным авторам у российского читателя растет медленнее чем хотелось бы, в списке бестселлеров рынка – зарубежные авторы, переводы с английского, в то время как рынок «азиатского контента» оказался слишком сложным для российских издателей и с точки зрения механик приобретения прав, и по компактности читательской аудитории в РФ, не говоря уже о полноценном взаимодействии с издателями Бразилии, Ирана, Египта или Индонезии.
- В 2025 году, по прогнозам экспертов, книжный рынок Москвы ожидает определенное восстановление темпов продаж. По итогам года его

суммарный объем (цифра + печать) достигнет 25 млрд руб., показав положительные темпы роста на уровне 13,9% к 2024 году. В настоящее время книжный рынок Москвы, как и книжный рынок РФ в целом, испытывает давление двух факторов. С одной стороны, общее так называемое «охлаждение экономики», т.е. снижение потребительского спроса и, как следствие, сокращение производства, что в книжной отрасли не столь заметно благодаря поддержке регулятора в массивном учебном сегменте. С другой стороны, продолжающийся передел рынка по инициативе маркетплейсов, которые в условиях общего снижения спроса используют собственные сверхприбыли для удержания темпов динамики продаж на растущем треке.

- По результатам опроса посетителей книжных магазинов в конце сентября 2025 года можно видеть заметное (-3,6 п.п. и -4,0 п.п. LFL2024) охлаждение московских читателей к классике и истории. Невероятный спад интереса переживают комиксы и манга (число упоминаний снизилось с 6,61% до 1,98% голосов). Все дальше на периферию смещается желание приобретать детские книжки. И, наоборот, значимо растет интерес к фантастике/фэнтези (с 16,7% до 24,9% голосов респондентов) и мистике/ужасам (с 3,85% до 9,55%). Из ТОП-15 тематик ушла медицина, зато впервые появились поэзия и научно-популярная (познавательная) книга.
- В структуре прямых поставок издательств в каналы дистрибуции Москвы доля книжной розницы в 2025 году не превышает в среднем 14,94%, на онлайн приходится 52,8%. Объем отгрузок издательств в непрофильный ритейл (fmcg-маркеты и магазины товаров для детей) вновь уступает классическим книжным магазинам (11,1%), а партнерство с киосковыми сетями опустилось до 0,01% оборота издательств Москвы.
- Динамика покупательских трат в сентябре 2025 года не свидетельствует о восстановлении спроса на книжном рынке Москвы, и подтверждение тому – скромная инфляция на уровне 10,98% (LFL 09.24). Издатели уже не готовы к снижению переменных издержек в части затрат по типографскому треку (к потери качества, уменьшению объема издания), стоимость типографских услуг растет на 13,67%, а средневзвешенный показатель отпускной (издательской) цены к сентябрю составил 487,6 руб. (+20,4% LFL2024).
- В 2025 году турбулентность онлайн-пространства РФ вынуждает издателей вносить серьезные изменения в структуру рекламных бюджетов: доля традиционной рекламы растет с 6,96% (2024) до 13,82% (2025), в то время как доля трат на онлайн-рекламу снижается с 48,4%

(2024) до 43,3% (2025). Одновременно с этим происходит невероятный скачок интереса москвичей к книжным фестивалям и мероприятиям библиотек. По результатам опроса посетителей книжных магазинов Москвы, доля тех, кто не посещал ни одно книжное мероприятие городского масштаба, сократилась с 76,15% (2024) до 26,3% (2025). В 2025 году личное посещение Фестиваля на Красной площади отметили 29,2% участников опроса, ММКЯ на ВДНХ – 25,8%.

- Предполагается, что объем столичного рынка цифровой книги выйдет по итогам 2025 г. на 2,4 млрд рублей (+9,1% LFL2024). Однако темпы его положительной динамики заметно ниже скорости восстановления рынка цифровой книги в РФ в целом (+17,1%). Помимо этого, есть определенные расхождения и в структуре потребления: региональная специфика столицы – это предпочтение аудио-формата тексту при одновременно меньшем интересе к самиздат-проектам, чем в целом по России. Кроме того, доля москвичей в PPD-сервисах «Литрес» только за последний год выросла на 5 п.п. (до 29%). Сегодня фактически каждый третий клиент, покупающий цифровую книгу в РФ, – это москвич.
- По состоянию на октябрь 2025 года на территории Москвы насчитывается 161 книжный магазин. За последний год их число сократилось на 21,8% (или -45 объектов). Иными словами, москвичи потеряли каждый пятый книжный магазин. Расчетный показатель обеспеченности населения Москвы книжными магазинами в 2025 году составил 1:82449 (или один магазин на 82,4 тыс. жителей), что заметно хуже ситуации 2024 года (1:63834). Так что, Москва по-прежнему в этом плане уступает Санкт-Петербургу (1:30192), Казани (1:25122), Новосибирску (1:40356), Красноярску (26272) и другим городам-миллионникам в России, и не только им.
- За последние 5 лет Москва потеряла 35,6% своей профильной книготорговой инфраструктуры – 89 книжных магазинов или безвозвратных потерь, которые так и не были восполнены открытием новых, ребрендингом или условным «переездом» закрытых магазинов. И в 2025 году традиционно лидирующий в книжном шопинге москвичей формат покупок «в книжном магазине с большим выбором книг» находится на невероятно низком для себя уровне – 62,01% респондентов соцопроса на фоне взрывного роста интереса москвичей к покупкам книг «по пути»: в киосках – 13,43% (в 2024 – 6,1%) и в отделах fmcg-супермаркетов параллельно с другими товарами – 18,37% респондентов (в 2024 – 6,5%).
- В сравнении 2025 г. и 2019 г. сеть киосков в столице сократилась примерно наполовину (-47%), потеряв 861 объект. Но в августе 2025 года

произошло событие, которое потенциально сможет переломить негативный тренд, перезагрузив киосковую сеть Москвы: при поддержке ДСМИиР Правительства Москвы, при участии Мосгорпечати, ГК «Кардос» и экспертов издательского сообщества был реализован инновационный проект, предлагающий принципиально новую модель продажи печатной продукции в нестационарном формате – медиакиоск, два экспериментальных объекта с особо подобранный книжной ассортиментной картой и цифровыми сервисами открылись на Красной Пресне (ЦАО) и на Шаболовке (ЮАО).

- Канал книжных магазинов Москвы отработал с января по сентябрь 2025 года с падением (-12,55%) экземплярных продаж и сокращением оборота по книгам на уровне -6,62% (LFL2024), не считая безвозвратных потерь закрытых объектов. Падение потребительского спроса, повлекшее за собой снижение трафика (-7,4%) и коэффициента конверсии (-5,6 п.п.) в среднем по всему пулу книжников независимо от формата, локации и объема товарооборота, низкая (+4,84%) динамика среднего чека вопреки росту цен (+17,6%), вынуждают классический книжный прибегать к рисковым инструментам по стимуляции трафика и к финансово затратному рестайлингу для увеличения конверсии. Вызванный рядом факторов коллапс привел к резкому сокращению объема канала классических книжных магазинов до 7,2 млрд рублей (или порядка 31-32% книжного рынка Москвы).

Тема 1.

Состояние и оценка объема книжного выпуска в г. Москва, тренды и перспективы развития, динамика его изменений в течение исследуемого периода – IV кв. 2024 - III кв. 2025 г. с прогнозом итогов 2025 г.

1.1. Оценка текущей структуры книжного выпуска по количественным и качественным параметрам

Согласно данным государственной статистики, в 2024 году в Москве издано 63 тыс. наименований книг и брошюр суммарным тиражом 327,2 млн экземпляров, что на 12,1% и 11,1% соответственно превышает объем выпуска столицы в 2023 году, но при этом объем книгопроизводства в прошедшем 2024-м так и не смог достичь уровня 2022 года – 63,9 тыс. наименований с суммарным тиражом 341,4 млн экземпляров.

Надо сказать, что 2022 год занимает особое место не только в жизни страны, но и в функционировании её книжной отрасли: уход западных компаний из России, отказ в пролонгации авторских прав и в приобретении новых лицензий российским издателям и самое главное, – неясные перспективы функционирования книжного рынка как такового. Издательские планы срочно перевёрстывались. И многие издатели, особенно располагающие финансами или возможностями льготного финансирования на тот момент сочли возможным напечатать книги впрок, на год-два вперед, в результате чего итоговый объем выпуска в Москве в 2022 году, несмотря на волатильность валютного курса, сложностей с расходными полиграфическими материалами, вместо логичного сокращения остался на уровне показателей предыдущего года (+0,83% по числу наименований и +1,28% по суммарному тиражу LFL2021). При этом, 2023-й продемонстрировал уже реальные последствия санкционного давления на книжную отрасль и европейской русофобии, понизив планку выпуска сразу на 12,1% (-8 тыс. SKU) по наименованиям и на 13,7% по суммарному тиражу (до 294 млн экземпляров).

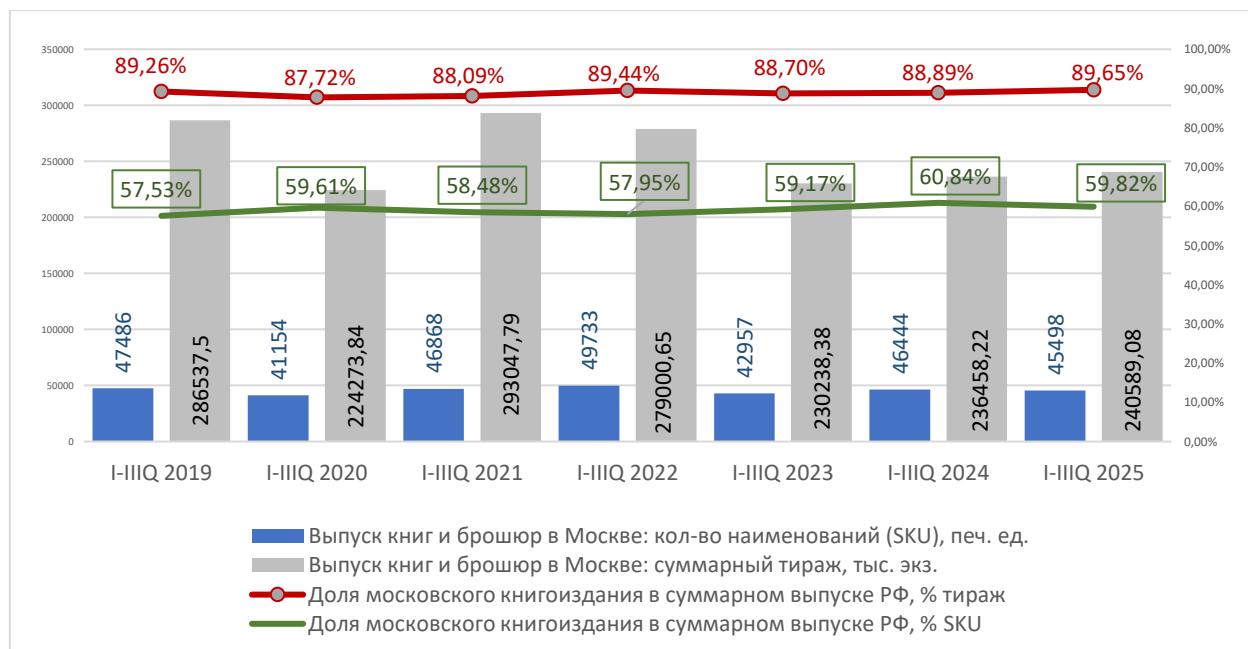
В 2024 году ситуация начала исправляться, поддержка государства ускорила адаптацию книжного рынка под новые условия ведения бизнеса. Выпуск книг и брошюр в Москве в 2024 году растет на фоне 2023 года, при этом фактически сравнявшись с объемами выпуска статистически

нейтрального 2021 года (-0,7% по наименованиям и -2,9% по тиражу LFL2021). По итогам 2024 года Москва остается центром книгоиздания Российской Федерации с долей участия в совокупном объеме выпуска печатной книги на уровне 61% в количестве наименований и 88,6% в суммарном тираже.

В 2025-м позитивные тенденции выпуска сохраняются. Несмотря на сложности работы с зарубежными партнерами и в части покупки прав, и в части тиражирования, за I-III квартал 2025 года в Москве вышли в свет 59,8% наименований (SKU) книг суммарного выпуска России. Неизменной (на уровне 88-90%) остается в последние семь лет и доля московских импринтов в суммарном тираже, что во многом объясняется размещением в столице ведущих российских издательских структур, ориентированных на выпуск массовой книжной продукции и учебных изданий для общеобразовательной школы.

Диаграмма 1.1.

Динамика объема и доли книгоиздания Московского региона в суммарном выпуске книг в РФ в январе-сентябре 2019-2025 гг.



Источник: данные – Российская книжная палата (РГБ)

В I-III кв. 2025 года суммарный выпуск книг и брошюр в столице снижается на 2,0% по количеству наименований, но при этом растет на 1,75% по тиражному массиву в сравнении с девятью месяцами 2024 года, что в целом укладывается в общую динамику книгоиздания в Российской Федерации, отклоняясь в худшую сторону по SKU-параметру и, наоборот, в лучшую – по суммарному тиражу. Но эти отклонения минимальны и могут рассматриваться в качестве статистической погрешности.

Прогнозируемый объем выпуска в Москве по итогам 2025 года – порядка 62 тыс. уникальных наименований (-2,15%LFL2024) книг и брошюр, изданных суммарным тиражом в размере 327,3 млн экземпляров (+0,04%LFL2024), что соответствует общероссийской тенденции сокращения производства в период «охлаждения экономики» и, в целом, свидетельствует об окончательном преодолении острой фазы кризиса в книгоиздательском бизнесе, связанного с началом СВО, о завершении адаптационных процедур и возвращении московских издательств к традиционному для себя уровню инвестиционной активности.

Российские (и московские в том числе) издатели всегда были ориентированы исключительно на внутренний спрос, фактически не экспортируя печатную книгу за пределы союзного государства и ближайших соседей по СНГ. Это позволило легче пройти адаптационный период. И сейчас именно колебания внутреннего спроса и законодательные требования Российской Федерации на 99% определяют репертуарную политику издательств Москвы по крайней мере в секторе печатных изданий. Да, проблемы с растущей стоимостью тиражирования и ограничениями по пулу авторских прав у издательств остались, но очевидно не могут рассматриваться в качестве основного рычага давления на объемы книгопроизводства в столице.

Диаграмма 1.2.
Динамика среднего тиража книжного издания, вышедшего в Москве в I-III кв. 2019-2025 гг.



Источник: данные – Российская книжная палата (РГБ), аналитика – Мониторинг

Средний тираж книг и брошюр с московским импринтом в январе-сентябре 2025 года составил 5288 экз. при среднеотраслевом показателе в 3528 экземпляров. Значимое превышение отраслевых тиражных показателей традиционно для московского книгоиздания. Но в сравнении с девятью месяцами 2024 года средний тираж столичных изданий в 2025-м подрос на 3,9% при том, что среднеотраслевой тираж в РФ показал более мягкую положительную динамику (+1,2% LFL2024). Причем, рост среднего тиража у московских импринтов в большей степени характерен для группы «брошюры» (+7,8% LFL2024) при одновременно незначительной динамике в книгах: с 4808 (I-IIIQ 2024) до 4939 (I-IIIQ 2025) или +2,7% LFL2024. В группе «книги» пока не удается выйти по показателю среднего тиража даже на уровень ковидного 2020 года (4959), не говоря уже об относительно благополучном 2019-м (5614).

В 2025 году тиражность книг заметно снижается в группе переизданий (-11,3% LFL2024) и, наоборот, растет в новинках (+13,4% LFL2024). По вполне

понятным причинам (в т.ч. отказ в приобретении прав на книги топовых зарубежных авторов) динамика средних тиражей переводных изданий фактически заморожена на уровне 4000 экз. (+1,5%LFL2024) и второй год подряд в минус уходит тиражность serialных проектов (-1,88%LFL2024), отражающих объем лояльной читательской аудитории.

Исключая рост среднего тиража в I-III кварталах 2021 года на невероятные 14,7% (до 6300 экземпляров), в целом, для тиража печатного издания с импринтом Москвы в период 2019-2024 гг. характерна отрицательная динамика, независимо от механики расчета (с учетом учебно-методических изданий или без). И 2025-й с его положительной динамикой среднего тиража на уровне 3,86% (+2,55% без учебной тематики) пока нельзя рассматривать в качестве однозначной смены тренда просто потому, что рост обеспечен главным образом тиражированием брошюр, но не книг.

Диаграмма 1.3.
Динамика среднего тиража книжного издания (исключая учебную литературу), вышедшего в Москве в I-III кв. 2019-2025 гг.



Источник: данные – Российская книжная палата (РГБ), аналитика – Мониторинг

В отличие от тиражной политики, в 2025-м книжный выпуск по количеству напечатанных московскими импринтами уникальных наименований дает меньше поводов для оптимизма. На фоне общей отрицательной динамики сохраняют объем только переиздания (+0,42%LFL2024), сокращается количество переводов (-8,2%LFL2024) и сериальных проектов (-3,3%LFL2023). Проще говоря, в январе-сентябре 2025 года издатели Москвы притормозили с обновлением каталогов, одновременно увеличив тираж каждой новинки и сократив номенклатуру книжных серий.

Таблица 1.1.

Динамика выпуска книг и брошюр по тиражным группам в Москве в I-III кв. 2025 года с указанием среднего тиража

ТИРАЖНАЯ ГРУППА	ЧИСЛО ИЗДАНИЙ, ЕД.	В %% К I-IIIQ 2024	ОБЩИЙ ТИРАЖ, ТЫС. ЭКЗ.	В %% К I-IIIQ 2024	СРЕДНИЙ ТИРАЖ ПО ГРУППЕ
ВСЕГО	45498	-2.04	240589.08	1.75	5290
ТИРАЖОМ ДО 500 ЭКЗ.	12910	2.77	2841.98	-1.97	220
ТИРАЖОМ ДО 1000 ЭКЗ.	3943	6.37	3566.97	5.41	900
ТИРАЖОМ ДО 5000 ЭКЗ.	20593	-4.60	60019.88	-4.74	2910
ТИРАЖОМ ДО 10000 ЭКЗ.	3739	-6.67	29547.71	-7.90	7900
ТИРАЖОМ ДО 50000 ЭКЗ.	2747	10.41	62039.89	11.80	22580
ТИРАЖОМ ДО 100000 ЭКЗ.	157	2.61	10947.12	1.90	69730
ТИРАЖОМ СВЫШЕ 100 ТЫС. ЭКЗ.	197	5.35	71625.56	4.03	363580
БЕЗ УКАЗАНИЯ ТИРАЖА	1212	-30.94			

Источник: данные – Российская книжная палата (РГБ), аналитика – Мониторинг

В 2025 году столичный книжный выпуск растет (LFL2024) по большинству тиражных групп, кроме изданий, тиражируемых в объеме от 1 тыс. до 5 тыс. экземпляров, а также изданий, вышедших тиражом от 5 тыс. до 10 тыс. экземпляров, где отмечается снижение количества наименований на 4,6% и 6,67% соответственно. Сокращение общей тиражности присутствует и в группе изданий, вышедших в количестве до 500 экземпляров. При этом, можно отметить рост в группе изданий с тиражом 10-50 тыс. экземпляров

(+10,4% SKU и +11,8% тиража), но доля таких наименований в суммарном выпуске Москвы составляет лишь около 6%.

В самой же массовой группе изданий (1000-10000 экз.), в группе детских книг, беллетристики и нон-фикшн проектов для взрослых, в 2025 году наблюдается снижение на 4,6-7,9% (LFL2024) выпуска и по количеству наименований, и по тиражному объему. Проще говоря, инвестиции книжных издательств сокращаются, что соответствует указанным выше макроэкономическим тенденциям «охлаждения экономики» (сокращение производства).

Эти данные подтверждаются и результатами экспертного опроса издательств, проведенного в октябре 2025 года в рамках Мониторинга, где значимое снижение количества выпущенных наименований в 1-3 квартале текущего года отметили и лидеры книгоиздания Москвы («Просвещение», «Росмэн», «Клевер Медиа групп», «Инфра-М»), и небольшие издательства («Самокат», «40 книг»). О фактически нулевой динамике (+1%) выпуска SKU на фоне сокращения среднего тиража (-4%) сообщила издательская группа «АСТ». В среднем снижение объема выпуска по данным столичных издательств находится на уровне -2,46% по количеству наименований и -3,1% по среднему тиражу.

В целом, тиражная политика московского книгоиздания не претерпела серьезных структурных изменений за весь период наблюдений (2020-2025 гг.), лишь демонстрируя постепенный рост числа наименований, тиражируемых в количестве до 5000 экземпляров с 75,9% выпуска (2020) до 82,3% выпуска (2025).

Таблица 1.2.
Распределение книг и брошюр по тиражным группам в суммарном выпуске в г. Москва в 2020-2025 гг.

	ДОЛЯ ТИРАЖНОЙ ГРУППЫ В ОБЩЕМ КОЛИЧЕСТВЕ НАИМЕНОВАНИЙ КНИГ И БРОШЮР, %						ДОЛЯ ТИРАЖНОЙ ГРУППЫ В СУММАРНОМ ТИРАЖЕ ИЗДАНИЙ, %						
	I-III квартал						I-III квартал						
	2025	2024	2023	2022	2021	2020		2025	2024	2023	2022	2021	2020
ТИРАЖОМ ДО 500 ЭКЗ.	28.37	27.05	24.82	24.39	27.05	23.71		1.18	1.23	1.11	1.03	1.03	1.08

ТИРАЖОМ ДО 1000 ЭКЗ.	8.67	7.98	9.14	8.51	8.30	9.08	1.48	1.43	1.58	1.40	1.24	1.57
ТИРАЖОМ ДО 5000 ЭКЗ.	45.26	46.48	45.67	45.58	42.85	43.09	24.95	26.65	25.65	25.76	21.52	24.63
ТИРАЖОМ ДО 10000 ЭКЗ.	8.22	8.63	9.14	9.73	9.86	10.26	12.28	13.57	13.78	14.00	12.52	15.22
ТИРАЖОМ ДО 50000 ЭКЗ.	6.04	5.36	5.46	6.56	6.76	7.00	25.79	23.47	21.31	25.50	24.20	28.42
ТИРАЖОМ ДО 100000 ЭКЗ.	0.35	0.33	0.39	0.66	0.59	0.66	4.55	4.54	5.27	8.38	6.69	8.69
ТИРАЖОМ СВЫШЕ 100 ТЫС. ЭКЗ.	0.43	0.40	0.38	0.55	0.51	0.53	29.77	29.12	31.34	23.93	32.85	20.39
БЕЗ УКАЗАНИЯ ТИРАЖА	2.66	3.78	5.04	4.04	4.11	5.68						

Источник: данные – Российская книжная палата (РГБ), аналитика – Мониторинг

Согласно данным государственной статистики (РКП/РГБ), в январе-сентябре 2025 года основные инвестиции московских издательств были по-прежнему сосредоточены в трех лидирующих сегментах российского книжного рынка – в художественной литературе для взрослых, детской и учебной книге. Именно эти разделы обеспечили **60,38% наименований** (в 2024 – 60,2%; в 2023 – 61,7%; в 2022 – 64,5%; в 2021 – 62,9%; в 2020 – 62,7%; в 2019 – 61,1%) и **85,73% тиража** (в 2024 – 84,9%; в 2023 – 86,1%; в 2022 – 87,9%; в 2021 – 89,6%; в 2020 – 87,5%; в 2019 – 87%) суммарного книжного выпуска Москвы за I-III кварталы 2025 года. Впрочем, лидерство детской книги сегодня выглядит менее уверенным.

Таблица 1.3.
Доля укрупненных тематических разделов книг и брошюр в суммарном выпуске Москвы в I-III квартале 2020-2025 гг.

	ДОЛЯ РАЗДЕЛА В ОБЩЕМ КОЛИЧЕСТВЕ НАИМЕНОВАНИЙ КНИГ И БРОШЮР, %						ДОЛЯ РАЗДЕЛА В СУММАРНОМ ТИРАЖЕ ИЗДАНИЙ, %					
	I-III квартал						I-III квартал					
	2025	2024	2023	2022	2021	2020	2024	2024	2023	2022	2021	2020
ПОЛИТИЧЕСКАЯ И СОЦ-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА	20.28	20.35	20,32	18,56	19,43	19,22	8.79	9.64	9,34	8,19	6,56	7,37
ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА	2.84	3.09	3,28	2,91	3,26	2,87	0.61	0.56	0,46	0,40	0,39	0,46
ТЕХНИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА	4.88	4.80	4,37	3,55	4,05	3,86	1.20	0.99	0,75	0,70	0,69	0,84
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА	1.00	0.95	0,85	0,86	0,90	0,89	0.27	0.24	0,22	0,19	0,21	0,27
МЕДИЦИНСКАЯ И СПОРТИВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	5.10	4.69	4,28	4,14	4,30	5,08	1.93	1.99	1,73	1,45	1,52	2,01
ЛИТЕРАТУРА ПО ОБРАЗОВАНИЮ, КУЛЬТУРЕ И СМИ	17.93	18.01	19,51	23,83	23,37	24,54	51.56	51.22	52,73	54,36	60,75	54,43
ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА	25.58	25.19	23,73	22,36	21,13	19,73	15.40	15.60	14,22	14,56	10,13	10,49
ДЕТСКАЯ ЛИТЕРАТУРА	16.87	16.97	18,41	18,35	18,43	18,47	18.77	18.09	19,11	18,96	18,72	22,62
ПРОЧЕЕ	5.52	5.95	5,30	5,44	5,13	5,34	1.47	1.66	1,49	1,20	1,03	1,49

Источник: данные – Российская книжная палата (РГБ), аналитика – Мониторинг

По данным Книжной палаты, в первые 9 месяцев 2025 года в Москве рост издательских инвестиций (LFL2024) зафиксирован лишь в медицинской и сельскохозяйственной литературе для взрослой аудитории, а также в группе изданий по вопросам спорта. Относительно стабильная ситуация по количеству наименований с ростом суммарного тиража наблюдается в разделах технической и художественной литературы для взрослой аудитории. Да и в двух важных для книжного рынка массивах – детская литература и литература по образованию, культуре и СМИ – в 2025 году государственная статистика фиксирует лишь незначительное (минус 2-3%LFL2024) снижение выпуска по количеству наименований на фоне роста среднего тиража издания. Самое существенное снижение выпуска, причем сразу по двум параметрам: и по количеству наименований (-2,4-8,9%), и по тиражу (-7,3-10,0%), наблюдается только в группах изданий политической, социально-экономической и гуманитарной (искусство и филология) тематики.

В 2019-2025 гг. тенденция к снижению тиражности наблюдается во всех тематических разделах книжного выпуска Москвы, исключая учебную книгу, которая благодаря бюджетным вливаниям в ходе трансформации школьного образования в последние два года значительно нарастила объемы. Но если мы говорим о двух базовых для книжного рынка группах изданий, то в наибольшей степени сократила средний тираж детская книга: с 6972 (2019) до 5884 (2025) или -15,6%. Причем, и здесь ситуация в 2025 году меняется в лучшую сторону благодаря всё тому же повышенному вниманию регулятора, в том числе в рамках инициативы с так называемой «детской книжной картой».

**Борис Кузнецов,
генеральный директор издательства «Росмэн»**

«К сожалению, детский сегмент книжного рынка последние два-три года находится в кризисном состоянии, доля детских книг в

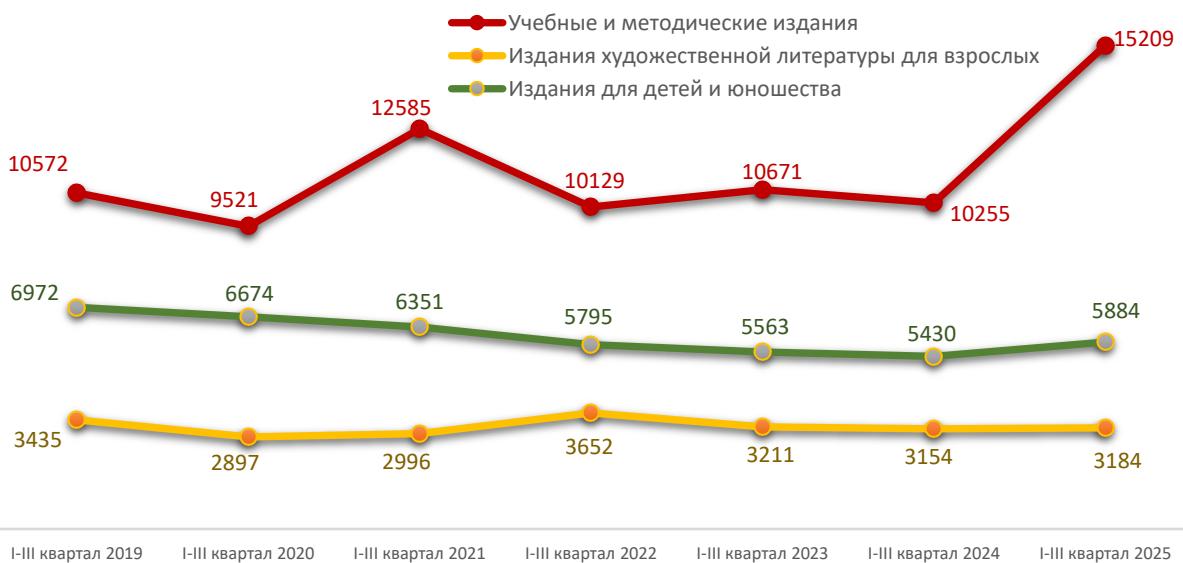
рамках индустрии падает. А еще пять-десять лет назад детскую книгу называли основным драйвером книгоиздания. Есть робкие надежды на развитие детских направлений у крупнейших онлайн платформ, они могут стать базой продвижения и развития больших совместных проектов. И, конечно, всем интересна «детская книжная карта», весь издательский мир страстно грезит о ней уже несколько лет. Если карта будет предусматривать покупку не только классики, но и современной детской литературы, то это сможет в корне изменить ситуацию с нынешним трендом».

**Олег Новиков,
Вице-президент Российского книжного союза
Президент Эксмо-АСТ**

«Идея «детской книжной карты» и реализация чтецких программ Обществом «Знание» в школах представляются крайне актуальными инициативами. Они делают книги в бумажном формате более доступными, особенно для детей и подростков в регионах, стимулируют чтение и создают новые точки контакта с аудиторией. Принцип работы карты может быть аналогичен «Пушкинской карте»: государство выделяет средства читателям, издатели формируют экспертный ассортимент литературы, а онлайн-розница и онлайн-магазины формируют специальные полки. Особое внимание стоит уделить экспертному выбору литературы: перечень книг должен учитывать возрастные особенности, жанровое разнообразие и ценности, важные для воспитания молодежи – патриотизм, милосердие, трудолюбие. Важно охватить все грани современного литературного процесса и классической литературы, формируя устойчивый интерес к чтению. Отрасль готова подключиться к разработке такой карты, тем более у нас уже есть опыт реализации социально-значимых проектов и ценовой политики для книг, которые поддерживают государственную повестку».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Диаграмма 1.4.
Средний тираж изданий учебной, детской и художественной литературы с импринтом Москвы в динамике I-III кв. 2019-2025 гг., экз.



Источник: данные – Российская книжная палата (РГБ), аналитика – Мониторинг

1.2. Оценка уровня инвестиционной активности и анализ конкурентной среды книгоиздания в г. Москва

По данным Книжной палаты можно говорить о 1430 издательствах, осуществляющих свою деятельность в январе-сентябре 2025 года в Московском регионе (LFL2024 – 1394; LFL2023 – 1396; LFL2022 – 1470; LFL2021 – 1720; LFL2020 – 1578; LFL2019 – 1759; LFL2018 – 1792). Уровень предпринимательской активности в книгоиздании Москвы в 2025 году заметно выше прошлогоднего и составляет 35,85% от общего количества функционирующих на данный момент издательств в РФ. Конечно, в абсолютном значении до объема 2018 года еще далеко, но в процентном отношении участие московского книгоиздания осталось примерно на том же уровне, что и семь лет назад (чуть больше трети всех издающих организаций

РФ). Да, следует принять во внимание и погрешности статистики в связи с низким уровнем выполнения закона «Об обязательном экземпляре», и реструктуризацию самой Российской книжной палаты, в настоящий момент входящей в комплекс РГБ, но тем не менее, Москва очевидно сохраняет свою притягательность для ведения книгоиздательского бизнеса, несмотря на высокую стоимость аренды коммерческих площадей и удаленность от растущей аудитории читателей.

В сегодняшней структуре столичного книгоиздания более 1-й книги в месяц выпускает лишь каждое четвертое издательство, три других – малые компании с объемом выпуска – менее 9 книг за 9 месяцев, чьё противостояние большим издательским холдингам с каждым годом всё очевиднее, вынуждая использовать прямые продажи (оффлайн и онлайн собственные магазины, фестивальное движение) в борьбе за внимание и кошелек читателя. Стабильно работающих, со средним объемом выпуска (от 9 до 100 книг за 9 месяцев) профессиональных издательских команд в Москве немного – 21,3%, и, к сожалению, их число сокращается.

Традиционно состав аутсайдеров (менее 9 книг) издательского бизнеса достаточно подвижен. И в 2025 году здесь представлены знаменитый издатель детских книг «Робинс», независимый литературный журнал и одноименное издательство «Носорог» с книгами по философии, цифровая типография «ПабЛит» и издатель христианской литературы «Гранат», работающее уже более 20 лет издательство гуманитарной литературы «Три квадрата» и прежде известные импринты, испытывающие в настоящий момент проблемы по ряду причин («Финансы и статистика»), и конечно же малые предприятия, которые традиционно из года в год «пробуют» себя в издательском бизнесе или заняты спонсорскими печатными проектами, подобно «проекту для повышения осознанности общества в деле воспитания детей» под название «Доброе детство».

При этом список крупных издательств (от 500 наименований книг в год) в январе-сентябре 2025 года заметно подрос на фоне прошлогоднего

результата, и насчитывает 19 компаний (I-IIIQ2024 – 15; I-IIIQ2023 – 17; I-IIIQ2022 – 20; I-IIIQ2021 – 19; I-IIIQ2020 – 17 компаний, I-IIIQ2019 – 20 компаний, I-IIIQ2018 – 22 компании).

Согласно экспертному опросу в рамках Мониторинга за 9 месяцев 2025 года **46,7%** (в 2024 – 41,18%; в 2023 – 62,5%) **издательств** Москвы сократили инвестиции, урезав выпуск на 2-40% по количеству наименований, и **43,8%** **издательств** (в 2024 – 70,6%; в 2023 – 31,3%) снизили средний тираж издания на 2-24%. Причем, одновременно и число наименований, и средний тираж сократило лишь каждое пятое издательство, участвовавшее в опросе (18,75%). Таким образом, мы можем говорить только о небольшом «торможении» книгопроизводства в столице, но признаков реального спада пока не наблюдается. Хотя предпринимательский настрой в книгоиздании Москвы на данный момент сложно назвать оптимистичным.

Понятно, что в связи с увеличением налоговых выплат в 2026 году книжный бизнес пострадает, вопрос лишь – в каком объеме? И те цифры коррекции репертуарной политики, которые дает гос. статистика, и результаты экспертного опроса издательств в октябре 2025 года (+/- 2-3% в ту или иную сторону), говорят лишь о неготовности отрасли к ужесточению контроля со стороны регулятора и выжидательной позиции издательств, пока не оценивших в полной мере последствий ухудшения экономической ситуации в стране.

В числе тех, кто так или иначе сократил количественные параметры выпуска, представители самых разных сегментов книжного рынка и предпочтаемых схем дистрибуции: «АСТ», «Эксмо», «Альпина», «Росмэн», «Просвещение», «Самокат», «Русское слово», «Клевер-Медиа-Групп» и т.д. Решение о сокращении инвестиций в каждом конкретном случае индивидуально, обусловлено комплексом факторов, среди которых вряд ли базой стоит считать проблемы в полиграфии.

В сентябре 2025 года расходы на полиграфию составляют в среднем 61,4% (от 30% до 90%) в структуре себестоимости печатного издания при росте стоимости бумаги на 7,43% и стоимости услуг типографий – на 13,67% в годовом выражении. Указанная динамика цен на услуги типографий немного выше цифр расчетной инфляции Росстата, но абсолютно некритична для среднестатистического московского издателя. При том, что список типографий-партнеров книгоиздательств в 2025 году по объему сопоставим с предыдущим годом и включает: АО "Издательство "Высшая школа", ИПК Идел-Пресс (Казань), Первая образцовая типография (филиал "Чеховский Печатный Двор", филиал "Дом печати - ВЯТКА", филиал "Ульяновский Дом печати"), ООО «Типографский комплекс «ДЕВИЗ», ОАО "Тверской полиграфический комбинат", АО "Можайский полиграфический комбинат", ООО "Ярославский полиграфический комбинат", ООО "Издательско-полиграфический комплекс Парето-Принт", ООО "ПИК ОФСЕТ", ООО "ЛД-ПРИНТ", АО «Советская Сибирь», ООО «ИД «ВОЯЖ», ООО «ПРИНТ-М», ООО "ТДДС-Столица-8", ООО "Рыбинский Дом печати", Смоленский ПК и т.д.

Еще один важный момент, характеризующий не объем, но качество издательских инвестиций – количество новинок в каталоге. В среднем по пулу издательств-участников опроса в 2025 году доля новинок в каталоге составляет лишь 24,8% (в 2024 – 36,75%; в 2023 – 39,85%). Причем, только четверть (27,3%) участвующих в опросе издательств в 2025-м стремятся нарастить долю новинок или хотя бы поддержать прошлогодний паритет. Большинство же минимизирует риски, предпочитая работу с проверенными изданиями.

Это особенно заметно в сегменте детской книги, где основные инвестиции издательств сегодня сосредоточены в различных вариациях изданий русской и зарубежной классики. Так, по данным РКП, в 2025 году издатели вкладывались главным образом в К.И. Чуковского, чей совокупный тираж книг, напечатанных только с января по сентябрь, составил почти

миллион (951,67 тыс.) экземпляров; в А.М. Волкова – 53 издания общим тиражом 437,3 тыс. экземпляров; в Н.Н. Носова – 50 изданий общим тиражом 411,1 тыс. экземпляров. Очевидно, что советская классика крайне востребована в России не только потому, что её покупают бабушки и дедушки так сказать «по старой памяти», а прежде всего благодаря уровню текстов, созданных для детей и подростков в 30-40-50-х годах СССР и не сопоставимых с историями, предлагаемыми в массе своей современными авторами. Впрочем, издатели думают иначе.

**Борис В. Кузнецов,
генеральный директор издательства «Росмэн»:**

«Не могу согласиться с утверждением, что «уровень современной детской литературы не сопоставим с корпусом текстов для детей и подростков 30-40-50-х годов СССР ни с точки зрения сюжетной подачи, ни по стилистике, ни по уровню владения языком у авторов». Современная детская литература уступает только в популярности, тиражах и окупаемости. Современных детских авторов просто очень плохо знают, так как практически отсутствует система рекомендаций и публичной литературной критики. Детская литература и детские писатели оказались вне мейнстрима литературных процессов, они мало масштабируются в форматы электронных и аудиокниг и лишены общественного внимания. Детская книга оказалась в серой информационной зоне, а потому на эту территорию очень легко заходят непрофессионалы с огульной критикой и громкими однозначными заявлениями, и именно это специфическое явление активнее всего дискредитирует современную детскую литературу, отталкивает от нее родителей и деструктивно влияет на и без того сложную ситуацию.

Однако на фоне всех этих сложностей могу сказать, что именно современная детская литература с растущими тиражами современных авторов имеет положительную динамику и именно в ней находится драйвер детского сегмента книжного рынка».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

По данным государственной статистики (Российская книжная палата РГБ), по итогам трех кварталов 2025 года треть (32%) из ТОП-25 лидеров коммерческого книгоиздания Москвы сократили (LFL2024) и количество наименований, и тиражность (на 2-30%) в суммарном объеме выпуска. Наиболее внушительные цифры отрицательной динамики Российская книжная палата фиксирует у издательских групп «Альпина», «АСТ» и «Айрис-пресс». Впрочем, сами издатели не подтверждают эти данные, отмечая снижение только по показателю среднего тиража.

Помимо в целом более негативной, чем в 2024-м, картинки по динамике выпуска среди лидеров московского книгоиздания, гос. статистикой отмечен уход ряда компаний из ТОПа, в частности издательств «Детская литература», «Центрполиграф», ИД «Лев», «Русское слово», т.е. речь идет об опытных участниках книжного рынка столицы, проработавших не один десяток лет, с большим портфелем проектов, причем часть из них получила поддержку государства в 2022-2023 гг.

Таблица 1.4.

ТОП-25 издательств Москвы, выпустивших наибольшее количество книг и брошюров за I-III кв. 2025 года

	ИЗДАТЕЛЬСТВО (ИМПРИНТ)	ЧИСЛО КНИГ И БРОШЮР, ЕД.	ОБЩИЙ ТИРАЖ, ТЫС ЭКЗ.	В %% К I-IIIQ 2024 Г.	
				по числу книг	по тиражу
1	ЭКСМО	7640	31965.76	-0.53%	-6.06%
2	АСТ (издательская группа)	7077	26115.20	-11.58%	-14.14%
3	Просвещение (издательская группа)	4026	102339.60	-4.39%	3.76%
4	Азбука-Аттикус (издательская группа)	2308	10658.74	1.05%	-1.51%
5	СИМБАТ	1269	7891.00	1.36%	-2.51%
6	РИПОЛ классик (изд. группа)	1163	1398.92	-14.49%	189.20%
7	Клевер-Медиа-Групп	846	5344.02	-3.86%	14.35%
8	Экзамен	814	14726.00	15.30%	23.48%
9	Росмэн	808	7596.00	35.57%	54.00%
10	Манн Иванов и Фербер	711	5074.92	0.85%	5.93%
11	Перо	675	427.92	26.88%	107.19%
12	Мозаика-Синтез	646	8645.16	17.67%	61.86%
13	ИНФРА-М	511	112.73	-15.82%	-3.89%
14	ИЦ Академия	481	863.65	39.42%	58.24%

15	Проспект	476	1863.43	-30.00%	-9.21%
16	Вече	424	395.95	17.45%	-0.05%
17	ГЭОТАР-Медиа	392	297.05	-10.71%	-1.59%
18	Фламинго	381	7680.50	26.58%	43.96%
19	Стрекоза	377	2587.50	12.87%	18.20%
20	Родина, издательство	346	161.20	49.78%	103.41%
21	Вако	261	2130.00	37.37%	-9.54%
22	Российский союз писателей, издательство	253	94.97	33.86%	75.06%
23	Альпина Паблишер (изд. группа)	252	652.99	-10.95%	-14.90%
24	Флинта	202	32.29	-8.18%	-13.34%
25	Айрис-Пресс (изд. группа)	193	1952.00	-22.18%	-20.67%

Источник: Российская книжная палата (РГБ)

Ситуация со средним тиражом в 2025 году в целом соответствует тенденции последних 5-7 лет: менее половины (40%) издательств ТОП-25 показывают отрицательную динамику среднего тиража книжного издания в январе-сентябре текущего года (LFL2024). Но при этом, лишь каждое третье издательство из списка лидеров работает сегодня со средним тиражом, превышающим уровень 2019 года, у большинства – «невозвратные потери» с отрицательной динамикой в диапазоне 8-77%. Наиболее объемное сокращение данного параметра у ИГ «Азбука-Аттикус», ИГ «РИПОЛ», издательств «Стрекоза», «Вече», «СИМБАТ» и «Флинта», издателей учебно-методической литературы для школ – «Вако» и «Русское слово – учебник».

И вряд ли это можно списать на какие-то ограничительные меры или катастрофические последствия отсутствия господдержки. В данном случае издательская политика является скорее следствием сокращения читательской аудитории и/или сужением пропускной способности привычных для издательств каналов сбыта. Попытка выгадать несколько рублей в себестоимости издания с помощью увеличения тиражности, приводит сегодня лишь к неликвидам на складе, а не к росту продаж.

Переориентация на онлайн дистрибуцию и прямые продажи требует от издательств коррекции редакционной работы и новых подходов к формированию каталога, а не простого стремления к удешевлению единицы

продукции. Необходим пересмотр номенклатуры наименований, а не только соответствие действующей в канале МРЦ.

Таблица 1.5.

Динамика среднего тиража новинок (и переизданий) ведущих издателей Москвы в I-III кв. 2019-2025 гг.

	I-IIIQ 2019	I-IIIQ 2020	I-IIIQ 2021	I-IIIQ 2022	I-IIIQ 2023	I-IIIQ 2024	I-IIIQ 2025	2025 в %% к 2024	2025 в %% к 2019
АЗБУКА-АТТИКУС ИГ	6465	5765	5467	5932	5023	4738	4618	-2.53%	-28.57%
АЙРИС-ПРЕСС	11052	7821	10044	9268	9375	9922	10114	1.94%	-8.49%
АЛЬПИНА ИГ	2982	3134	4419	2722	2769	2711	2591	-4.43%	-13.11%
АСТ	4751	4508	4315	4446	3886	3800	3690	-2.89%	-22.33%
ВАКО	35598	16610	36716	12064	11616	12393	8161	-34.15%	-77.07%
ВЕЧЕ	1583	1288	1204	1471	1965	1097	934	-14.86%	-41.00%
ГЭОТАР-МЕДИА	850	872	810	852	805	688	758	10.17%	-10.82%
ИД ЛЕВ	13851	17221	15370	12061	13568	14229	15559	9.35%	12.33%
ИНФРА-М	178	210	191	249	235	193	221	14.51%	24.16%
КЛЕВЕР МЕДИА ГРУПП	4166	4746	3975	4804	5482	5311	6317	18.94%	51.63%
ФЛИНТА	263	238	247	188	181	169	160	-5.33%	-39.16%
МАНН, ИВАНОВ И ФЕРБЕР	5106	4059	3390	5968	5177	6795	7138	5.05%	39.80%
МОЗАИКА-СИНТЕЗ	12666	14294	15915	11206	10877	9729	13383	37.56%	5.66%
ПРОСВЕЩЕНИЕ ИГ	21565	20157	19470	17446	22998	23422	25420	8.53%	17.88%
ПРОСПЕКТ	3638	2590	1697	3263	3811	3018	3915	29.72%	7.61%
РИПОЛ КЛАССИК ИГ	1863	698	499	571	516	356	1203	237.92%	-35.43%
РОСМЭН	3840	6807	9345	8709	7706	8276	9401	13.59%	144.82%
РУССКОЕ СЛОВО	11529	12303	8675	12314	5082	6451	6312	-2.15%	-45.25%
СИМБАТ	8285	6974	5621	5313	6727	6465	6218	-3.82%	-24.95%
СТРЕКОЗА-ПРЕСС	11300	6647	6517	5817	4508	6554	6863	4.71%	-39.27%
ФЛАМИНГО	23110	20297	19967	21458	15502	17724	20159	13.74%	-12.77%
ЦЕНТРПОЛИГРАФ	4618	4110	4339	4529	3262	3119	2452	-21.39%	-46.90%
ЭКЗАМЕН	14089	14763	12933	14642	15485	16892	18091	7.10%	28.41%
ЭКСМО	4907	4717	4285	4971	4713	4430	4184	-5.55%	-14.73%

Источник: данные – Российская книжная палата (РГБ), аналитика – Мониторинг

Серьезной проблемой остается и растущее год от года давление на рынок со стороны ведущих издательских холдингов, под контролем которых в настоящий момент находятся сектора учебной (школьной) литературы и развлекательной (художественной и прикладной) литературы для взрослых.

Процессы слияний и объединений, продолжавшиеся на протяжении последних пятнадцати лет в коммерческом книгоиздании России (и

соответственно Москвы), завершились еще к 2023 году, и основные изменения последних двух лет касаются уже внутренней реструктуризации бизнеса и продвижения собственных интересов в каналах дистрибуции.

Так, официально процесс слияния/укрупнения ГК «Просвещение» был завершен Приказом №766 от 23 декабря 2020 года о Федеральном перечне учебников (ФПУ), в котором окончательно зафиксирован переход прав на УМК от издательств «Бином», «Дрофа», «Вентана-Граф» и «Ассоциация 21 век» в центральный импринт холдинга. Но в 2022 году ситуация кардинально изменилась. В условиях жесткого государственного контроля общеобразовательного процесса, в условиях перехода школ на единые учебники (истории, обществознания, русского языка и литературы, химии и биологии) сегодня в планах издательства «Просвещение» – развитие дошкольного сектора обучающей литературы, детской книги (и не только книги). В I-III кв. 2025 года ГК «Просвещение» по собственным данным сохранило параметры выпуска и по количеству наименований, и по среднему тиражу издания на уровне прошлого года (-2,13% и +0,53% LFL2024 соответственно).

Ведущий издательский холдинг страны, объединивший издательство «Эксмо», ИГ «АСТ» и ИГ «Азбука-Аттикус», в середине 2022 года завершил большинство сделок по слиянию и укрупнению бизнес-процессов, превратившись в вертикально интегрированную структуру с собственными типографиями – «Парето-Принт» (100% акций), Тверской полиграфкомбинат (98,4% акций), Можайский ПК (88%); и контролем над розницей – пакет акций в ООО «Читай-город» (87,65%) и в ООО «Новый книжный центр» (36,65%).

По данным государственной статистики (РКП/РГБ), в 2025 году книгоиздание Москвы контролируется крупнейшими издательскими группами (ГК «Просвещение» и холдинг «Эксмо|АСТ|Азбука») на **46,26%** (2024 – 47,76%; 2023 – 47,61%) **по наименованиям** и на **71,11%** (2024 – 73,54%; 2023 – 75,58%) **по тиражам**. И если проводить сравнение с уровнем

2021 года, то доля монополистов в книжном выпуске сократилась на 3.95 п.п. в наименованиях (SKU) и выросла на 9.54 п.п. в суммарном тираже.

В целом, в 2025 году государственная статистика выпуска печатных изданий свидетельствует о стабилизации (LFL2024) уровня напряженности в конкурентном ландшафте московского книгоиздания, по крайней мере по количеству наименований, отводя **ТОП-10** ведущих издательств **58,60% по числу выпущенных названий и 92,67% суммарного тиража** общего московского выпуска в первые девять месяцев текущего года (LFL2024 – 59,78% и 90,64% соответственно; LFL2023 – 59,57% и 91,29%; LFL2022 – 59,4% и 87,5%; LFL2021 – 61,2% и 76,4%; LFL2020 – 54,6% и 75,9%; LFL2019 – 47,3% и 72,7%; LFL2018 – 44,7% и 70,7%).

Таблица 1.6.

ТОП-20. Рейтинг издательской активности: Динамика доли ведущих издательств в суммарном книжном выпуске Москвы в I-III кварталах 2021-2025 гг.

	ПАРАМЕТР: КОЛИЧЕСТВО НАИМЕНОВАНИЙ, %					ПАРАМЕТР: СУММАРНЫЙ ТИРАЖ, %					
	I-IIIQ 2025	I-IIIQ 2024	I-IIIQ 2023	I-IIIQ 2022	I-IIIQ 2021		I-IIIQ 2025	I-IIIQ 2024	I-IIIQ 2023	I-IIIQ 2022	I-IIIQ 2021
Эксмо	16.79	16.54	15.96	14.46	19.31	Просвещение ИГ	42.54	41.71	45.24	41.78	34.26
АСТ ИГ	15.55	17.23	16.44	15.24	13.21	Эксмо	13.29	14.39	14.04	12.82	13.28
Просвещение ИГ	8.85	9.07	10.54	13.44	12.08	АСТ ИГ	10.85	12.86	11.92	12.08	9.12
Азбука-Аттикус ИГ	5.07	4.92	4.67	4.93	5.61	Экзамен	6.12	5.04	4.00	4.34	3.17
СИМБАТ	2.79	2.70	3.28	2.98	2.25	Азбука-Аттикус ИГ	4.43	4.58	4.38	5.21	4.91
РИПОЛ	2.56	2.93	2.66	2.90	2.86	Мозаика-Синтез	3.59	2.26	2.21	1.75	1.96
Клевер-Медиа-Групп	1.86	1.89	1.56	0.94	0.89	СИМБАТ	3.28	3.42	4.12	2.83	2.02
Экзамен	1.79	1.52	1.39	1.66	1.53	Фламинго	3.19	2.26	1.80	2.58	1.90
Росмэн	1.78	1.28	1.39	1.48	1.69	Росмэн	3.16	2.09	1.99	2.30	2.52
Манн, Иванов и Фербер	1.56	1.52	1.42	1.26	1.26	Клевер-Медиа-Групп	2.22	1.98	1.60	0.81	0.56
Перо	1.48	1.15	1.24	0.98	1.21	Манн, Иванов и Фербер	2.11	2.03	1.37	1.34	0.68
Мозаика-Синтез	1.42	1.18	1.09	0.88	0.77	Стрекоза	1.08	0.93	0.80	1.00	1.35
ИНФРА-М	1.12	1.31	1.09	0.84	1.21	ВАКО	0.89	1.00	0.74	1.10	2.61
Академия ИЦ	1.06	0.74	0.24	0.23	0.44	Айрис-Пресс	0.81	1.04	0.57	0.67	0.71
Проспект	1.05	1.46	1.64	1.03	1.40	ИД Лев	0.80	1.00	1.43	1.28	2.58
Вече	0.93	0.78	0.91	0.74	0.85	Проспект	0.77	0.87	1.16	0.60	0.38
ГЭОТАР-Медиа	0.86	0.95	0.86	0.94	0.78	РИПОЛ	0.58	0.20	0.26	0.29	0.23

Фламинго	0.84	0.65	0.62	0.67	0.60	Русское слово	0.46	0.56	0.39	1.78	0.92
Стрекоза	0.83	0.72	0.95	0.97	1.30	ИЦ Академия	0.36	0.23	0.11	0.10	0.11
Альпина Паблишер ИГ	0.55	0.61	0.52	0.54	0.49	Альпина Паблишер ИГ	0.27	0.32	0.27	0.26	0.35

Источник: данные – Российская книжная палата (РГБ), аналитика – Мониторинг

В 2025 году ИГ «АСТ» снизила уровень давления на рынок, сократив свое долевое участие в массиве книжного выпуска Москвы на 2 п.п. Снижает тиражные объемы выпуска и «Эксмо». На сокращение инвестиций настроены ИГ «Альпина», ИГ «РИПОЛ» и издательство «Проспект». На этом фоне особенно заметен рост выпуска профилированными на детской книге издателями («Росмэн», «Мозаика-Синтез», «Стрекоза», «Фламинго», «Клевер-Медиа-Групп»), что, соответственно, приведет к усилению конкуренции в «детском» сегменте рынка в 2025-2026-м годах, так как признаков роста потребительского спроса, по крайней мере в Москве, в этом сегменте рынка не наблюдается.

**Ирина Балахонова,
главный редактор Издательского дома «Самокат»**

«Что касается читательского запроса, то здесь есть вещи, которые не меняются: обучающие книги, книги про животных, книги про школьников, но еще более четко сформулирован сегодня запрос на нестандартных героев в нестандартных обстоятельствах, уход в фантастическое и даже пугающее.

Вот многие кричат, что дети глупеют, а мы наблюдаем противоположное: у читателей всех младших групп запросы усложняются. Запрос на длинные драматические и романтические тексты возникает уже в 10-11 лет, сказки и простые приключения им уже не слишком интересны.

Для дошкольников и самых младших школьников у нас активно спрашивают: интерактивные энциклопедии, лабиринты, квесты, задания. Для средней школы – школьные повести, приключенческие тексты о закрытых учебных заведениях (в подражание Гарри Поттеру) в том числе в жанре мистического реализма,

реалистичные (и не очень) тексты про семью, дружбу, детективы и другие жанровые тексты. Для подростков – городское фэнтези, истории про школьников из маленьких городов с узнаваемой атмосферой, YA-романтику без особых драм. И всем очень нужны смешные и добрые книги.

Читатели стали внимательнее к искусству книги, стали требовательнее к полиграфии, и нас это очень радует, чтобы воспитать читателя, изменить отношение к книге мы очень много приложили усилий за 22 года существования издательства. И продолжаем это делать! Например, не все принимают пухлую бумагу в книгах нашей старейшей серии «Лучшая новая книжка», люди путают её с газетной бумагой. А ведь на этой слегка желтоватой тактильно очень приятной бумаге читать свои первые длинные тексты – лучшее всего, она не утомляет глаз, да и прочитанные книжки кажутся толще и значительнее! Но скромным текстовым книгам на такой бумаге родители, по-прежнему предпочитают яркие большеформатные книги с цветными картинками

Сегодня активно спрашивают российских авторов, но и интерес к новым переводным книгам не снижается. Есть и очень интересное наблюдение последнего времени, люди спрашивают переводы на русский чего-то из зарубежной, в том числе новой классики (качественными изданиями которой как раз и известен «Самокат»), чтобы поддерживать русский язык за границей и читать то же, что и местные сверстники, но на родном языке».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Инвестиционные программы московских издательств в 2025 году максимально традиционны в плане тематик, авторов и форматов, при сокращении числа новинок. Ситуация в большинстве сегментов книжного рынка в 2025 году не благоприятствуют диверсификации каталога, появлению новых производителей книжной продукции и новых проектов с высокими коммерческими рисками. В условиях падения спроса приходится либо сокращать тиражи, либо рассчитывать на проверенных авторов (со 100%-ной востребованностью рынком) в традиционных для себя тематических секторах

книжного рынка, но даже в этом случае предполагая более длительный период возврата инвестиций.

Как уже отмечалось выше, государственная статистика выпуска (Российская книжная палата) фиксирует в 2025 году определенные сложности в секторе общественно-политической и социально-экономической литературы, значимое снижение инвестиций в разделе «искусство, филология» и относительно стабильную ситуацию в группе художественной литературы для взрослых. И в данном случае статистика РКП подтверждается экспертными наблюдениями за ситуацией на книжном рынке.

Выступая на отраслевой конференции в рамках ММКЯ-2025, генеральный директор издательства «Эксмо» Е.В. Капьев отметил наличие читательского запроса на полиграфическое качество изданий. С его точки зрения, несмотря на определенное падение спроса в условиях роста цен, художественная литература укрепила лидерство: ее доля в продажах холдинга выросла до 52%, а фэнтези и любовные романы стали ключевым трендом этого сегмента, заняв 75% в ТОП-20 художественной литературы и 36% в ТОП-50 бестселлеров, подготовленном на основе данных ОРС «Читай-город – Буквоед». Напротив, в 2025 году доля нон-фикшн литературы для взрослых снизилась до 38% оборота холдинга, а сегмент детской литературы составил лишь 10% – демографическая яма в возрастной группе 0-5 лет все еще ограничивает рост продаж.

Оценивая ТОП-50, подготовленный по продажам в собственной онлайн и офлайн рознице холдинга «Эксмо-АСТ», Евгений Капьев отметил также, что в центре внимания россиян сегодня – осмысление религиозных вопросов, философия, духовное развитие и самопознание. Впервые в ТОП вошли «Коран с таджвидом. Перевод смыслов Корана» Эльмира Рафаэля оглы Кулиева, «Бог всегда существует инкогнито» Лорана Гунеля, «Беседы с Богом» Нила Дональда Уолша. При этом, комиксы и манга вовсе не попали в рейтинг 2025 года. И хотя в ТОП-50 доля отечественных авторов растет до 46% (2024 –

44%), а среди лидеров по количеству книг – Анна Джейн, Виктор Дацкевич и Вадим Зеланд, верхние пять строчек рейтинга занимают переводные издания: роман Ребекки Яррос «Ониксовый шторм» (YA фэнтези), «48 законов власти» Роберта Грина (нон-фикшн), «The Book. Как создать цивилизацию заново» (нон-фикшн), «Если все кошки в мире исчезнут» Гэнки Кавамуры (нон-фикшн) и «Рассвет Жатвы» Сьюзен Коллинз (YA фантастика).

Не стоит забывать и о том, что целый ряд крупных издательств учебной и научной литературы (ИНФРА-М, ИГ ГЭОТАР-Медиа, издательство «Наука/Флинта», ИЦ «Академия» и т.д.) фактически не работают с общедоступной розницей, и соответственно не представлены в конкурентном ландшафте рынка, хотя по выручке (и соответственно по объему инвестиций) вполне сопоставимы со второй десяткой ведущих издательств РФ, импринты которых превалируют на розничных прилавках.

О приоритетах инвестиционной активности книгоиздания Москвы лучше всего говорят те издания, в которые издательства считают нужным вкладываться, тиражируя их в максимальном объеме в расчете на продажи вопреки финансовым трудностям и прочим обстоятельствам.

Таблица 1.7.
ТОП-15 наименований, изданных в I-III кв. 2025 года наибольшим тиражом для взрослой аудитории*

АВТОР	НАЗВАНИЕ	ИЗДАТЕЛЬ	ГОД ВЫПУСКА	ТИРАЖ, ЭКЗ.
1	Холли Джексон	Хороших девочек (не) убивают	АСТ	2025
2	Лоран Гунель	Бог всегда путешествует инкогнито	Азбука	2025
3	Мария Корелли	Скорбь Сатаны	АСТ	2025
4	Сьюзен Коллинз	Рассвет Жатвы	АСТ	2025
5	Лия Арден	Морана и Тень: Плетущая (Смерть и Тень #4)	Эксмо	2025
6	Николас Спаркс	Дневник памяти	АСТ	2025
7	Эмили Бронте	Грозовой перевал	АСТ	2025
8	Виктор Пелевин	A Sinistra	Эксмо	2025
9	Виктор Дацкевич	Тайна мертвого ректора. Кн. 2	Эксмо	2025
10	Светлана Тюльбашева	Лес	РИПОЛ	2025

11	Алексей Иванов	Пищеблок	РИПОЛ	2025	42000
12	Хиро Арикава	Хроники странствующего кота	Азбука	2025	35000
13	Лоран Гунель	День, когда я научился жить	Азбука	2025	34000
14	Асако Юзуки	Масло	РИПОЛ	2025	30000
15	Сулари Джентилл	Женщина в библиотеке	РИПОЛ	2025	27000

* исключая учебную, научно-популярную и справочную литературу

Источник: экспертный опрос субъектов книгоиздания г. Москва в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Таблица 1.8.

ТОП-15 наименований, изданных в I-III кв. 2025 года наибольшим тиражом для детской и юношеской аудитории*

АВТОР	НАЗВАНИЕ	ИЗДАТЕЛЬ	ГОД ВЫПУСКА	ТИРАЖ, ЭКЗ.
1	Ребекка Яррос	Эмпирей	Росмэн	2025 219000
2	Джейн Анна (Анна Потапкина)	Разреши любить. Навсегда со мной, навсегда моя	Клевер-Медиа-Групп	2025 167774
3	Ангелина и Вероника Шен	Канашибари	Росмэн	2025 164000
4	Джейн Анна (Анна Потапкина)	Твое сердце будет разбито	Клевер-Медиа-Групп	2025 160000
5	Евгений Гаглоев	Охотники за мифами	Росмэн	2025 158000
6	Джейн Анна (Анна Потапкина)	#ЛюбовьНенависть	Клевер-Медиа-Групп	2025 122000
7	Джейн Анна (Анна Потапкина)	Восхитительная ведьма	Клевер-Медиа-Групп	2025 108500
8	Джейн Анна (Анна Потапкина)	По осколкам твоего сердца	Клевер-Медиа-Групп	2025 104500
9	Владимир Мединский	Рассказы из русской истории	Проспект	2025 60000
10	Анастасия Орлова	Грузовик и прицеп	Росмэн	2025 48000
11	Николай Носов	Приключения Незнайки и его друзей	Азбука	2025 45000
12	Леонид Рожников	История России, пересказанная для детей и взрослых	Проспект	2025 40000
13	Мария Парр	Вафельное сердце	Самокат	2025 15000
14	Мария Парр	Вратарь и море	Самокат	2025 7000
15	Роальд Даль	Чарли и шоколадная фабрика	Самокат	2025 7000

* исключая учебно-методическую литературу

Источник: экспертный опрос субъектов книгоиздания г. Москва в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Очевидно, что в 2025 году ведущие издательства Москвы предпочли вложиться в мистику, хоррор и фантастику (фэнтези). Список изданий для взрослой аудитории принципиально отличается от прошлогоднего ТОПа отсутствием русской классики (Булгакова, Достоевского, Пушкина) и лайфхак-пособий по бизнесу.

ТОП-15 изданий, вышедших наибольшим тиражом, для читателя, не достигшего совершеннолетия, в 2025-м переполнен Young Adult жанровой литературой из категории «романтическое фэнтези» и «ужастики». И в этом смысле во многом дублирует прошлогодний ТОП.

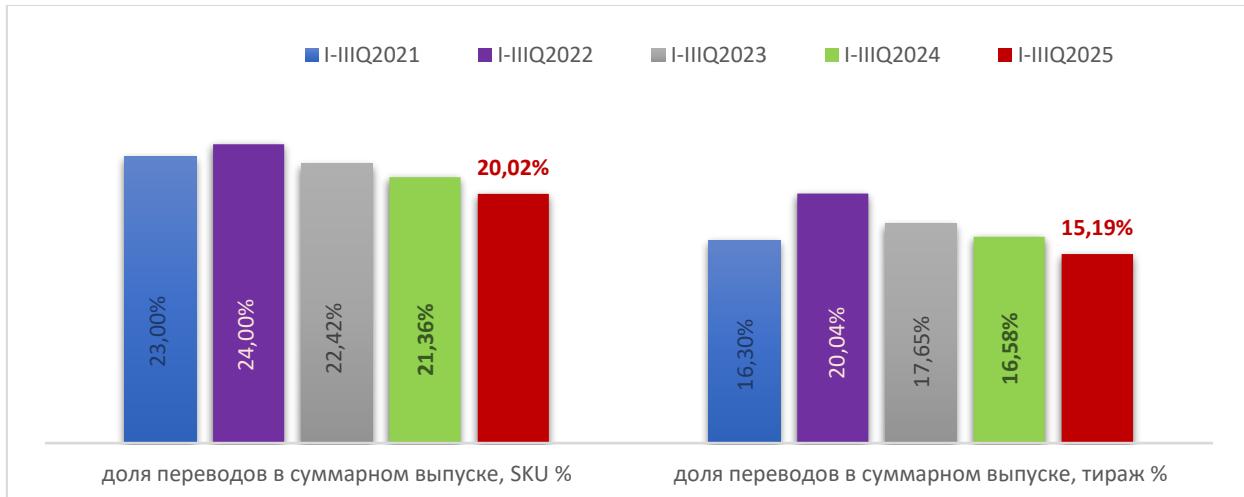
Если возвращаться к теме «роста интереса читателя к отечественным авторам», то в рейтинге издательских инвестиций в книги для взрослого читателя доля переводов составляет 66,7% (2024 – 40,0%), для несовершеннолетней аудитории – 26,7% (2024 – 26,7%). И лидером рейтинга в обоих случаях в 2025 году является зарубежный автор.

1.3. Оценка адаптации операторов книгоиздания к ограничениям в сфере авторских прав, к негативным тенденциям в книгоиздании

По данным государственной статистики, в последние три года доля переводов в суммарном книжном выпуске Москвы находится на понижающем треке, ежегодно теряя около 1 п.п. В 2025-м переводы – это 9,1 тыс. наименований (или каждая пятая книга выпуска), напечатанных суммарным тиражом 36,55 млн экземпляров. Вопреки всем вызовам последних лет, ситуация с переводной литературой в РФ кардинально не меняется. По крайней мере, статистика отражает лишь небольшие колебания, не соответствующие масштабу тех вызовов, которые стоят сегодня перед издателями.

Диаграмма 1.5.

Динамика долевого участия переводной литературы в суммарном книжном выпуске Москвы в I-III кварталах 2021-2025 гг.



Источник: данные – Российская книжная палата (РГБ), аналитика – Мониторинг

Отказ глобальных издательств и авторов с мировым именем от работы с Россией, публичные заявления С. Кинга, отказ от публикаций в электронном виде владельцев прав на романы А. Кристи и франшизы «Гарри Поттер», изъятие из календаря российского кинопроката продукции компании «Дисней», а затем и объявление о полном сворачивании деятельности в России, – всё это, несмотря на резко возросший спрос на книжную продукцию, создал серьезные проблемы для издателей в 2022 году. Конечно, большой плюс заключался в длительности контрактов (на 3-5 лет), разорвать которые до окончания срока действия практически невозможно, и иностранные крупные правообладатели по большому счету могли только просить «не печатать» или «заморозить» книги. К концу 2022 года истек срок контракта издательства «Азбука» с компанией DC, в 2023-м закрыт контракт издательства «Эксмо» с компанией Disney, которой, в частности, принадлежат права на комиксы Marvel, так что, в 2023-2024 гг. на московских прилавках была представлена в основном манга, ранобэ и манхва. По итогам 2022-2023 гг., согласно заявлению О.Е. Новикова, потери из-за отказа в приобретении

новых прав или пролонгации старых договоров обошлись российским издателям в 7-10% недополученной выручки.

К сожалению, вопросы взаимодействия с известными зарубежными авторами как в плане продления, так и в плане приобретения прав на новинки, остаются актуальными и спустя три года во многом из-за позиции регулятора в этом вопросе – полное отсутствие поддержки переводных проектов, в том числе по каналам параллельного импорта. Государство не только не поддержало издателей во взаимоотношениях с правообладателями из недружественных стран, но и ввело серьезные ограничения на работу с юридическими и физическими лицами, находящимися под иностранным влиянием, в т.ч. и с так называемыми «релокантами» и/или лицами с двойным гражданством.

Указ Президента РФ от 27 мая 2022 г. N 322 «О временном порядке исполнения обязательств перед некоторыми правообладателями» возлагал на издательства обязанность отслеживать высказывания и политическую позицию зарубежных правообладателей, а также своевременное выполнение ими обязательств по договорам. В ином случае денежные средства, предназначенные для выплаты правообладателям, должны отправляться на специальный счет.

Добавил сложностей и принятый 14 июля 2022 г. так называемый Закон об иноагентах – N 255-ФЗ "О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием": признание иноагентом автоматически исключало возможность производства продукции для детей, недопустимость рекламы, а издательство было вынуждено нести организационные расходы на мониторинг постоянно появляющихся обновлений списка иноагентов-физлиц, чтобы прекращать или корректировать сотрудничество с ними.

В 2025 году регулятор ужесточил законодательство в части поддержки творческой деятельности иноагентов, прописав в новой редакции (№89-ФЗ и №100-ФЗ от 21.04.25) Федерального закона «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием» от 14.07.2022 №255-ФЗ

обязательства по «открытию специального рублевого счета для лиц, которые включены в реестр иностранных агентов на 01.03.2025, в целях использования вознаграждения на результаты интеллектуальной деятельности», а также ограничив право иноагента (и юрлиц, вступивших с ним в договорные отношения) на получение «государственной и муниципальной финансовой и иной имущественной поддержки, в том числе при осуществлении творческой деятельности» (ч. 12 ст. 11).

Еще в 2023-м Указ Президента РФ №585 "О приостановлении Российской Федерацией действия отдельных положений международных договоров Российской Федерации по вопросам налогообложения" (от 08.08.2023) привёл к дополнительной налоговой нагрузке в 30% на авторские выплаты физлицам-нерезидентам из недружественных стран, а также ввёл дополнительный агентский налог на прибыль в размере 20%, которым облагаются авторские и другие выплаты юрлицам-нерезидентам из недружественных стран.

По мнению издателей, все эти законодательные инициативы увеличивают их организационные расходы и приводят к дополнительной налоговой нагрузке, делая нестабильными взаимоотношения с зарубежными правообладателями или авторами, ставшими по разным причинам «релокантами». И 2025 год в этом отношении мало что изменил.

Более того, в 2025 году остро встал тема соответствия переводных произведений своду законов РФ по защите традиционных ценностей. Речь идет прежде всего о Федеральном законе от 05.12.2022 г. № 479-ФЗ «О внесении изменений в КоАП РФ в части нормы об ответственности за пропаганду нетрадиционных сексуальных отношений и иные нарушения, посягающие на общественную нравственность», о Федеральном законе от 23.11.2024 № 401-ФЗ «О внесении изменений в ст. 6.21 КоАП РФ» в части распространения информации, направленной на формирование привлекательности отказа от деторождения, а также об Указе Президента РФ

№809 от 09.11.2022 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

По мнению издательской группы «АСТ», высказанному в ходе экспертного опроса в рамках Мониторинга (октябрь 2025), «ЛГБТ¹-тематика, присутствующая в контенте книг, права на которые потенциально интересны, создаёт правовые барьеры для их локализации и дистрибуции в РФ». Действительно, тонкая грань между разрешенной в России демонстрацией нетрадиционных сексуальных отношений в формате изданий 18+ и полностью запрещенной пропагандой нетрадиционных сексуальных отношений, определяется исключительно на базе критериев, сформулированных в Приказе №25 от 27.02.2023 Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Несмотря на внятную формулировку критериев (признаков) пропаганды в Приказе Роскомнадзора, редакторам издательств (видимо в силу отсутствия опыта) пока достаточно сложно отделить пропаганду от демонстрации, что приводит к перестраховке и отказу от приобретения прав западноевропейских и американских авторов на русскоязычную локализацию. Но, по большому счету, это только вопрос наработки компетенций, не требующий вмешательства регулятора.

Аналогичная описанной выше ситуация может возникнуть и при покупке прав в связи с вступлением в силу с 1 марта 2026 года требований Федерального закона от 08.08.2024 № 224-ФЗ «О внесении изменений в статьи 1 и 46 ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (ред. от 31.07.25), где обозначен полный запрет на «пропаганду», но разрешено упоминание наркотических средств и психотропных веществ в книжных изданиях, снабженных маркировкой о вреде их употребления, утвержденной Приказом

¹ Движение признано экстремистским и запрещено в РФ

Минцифры России от 20.05.2025 №475. Стоит помнить, что законодательство во многих зарубежных странах более лояльно в этом плане, чем обновленное законодательство РФ.

Безусловно, всё вышесказанное создает серьезные основания для снижения объема переводов, предлагаемых российскому читателю, в т.ч. на книжном рынке Москвы.

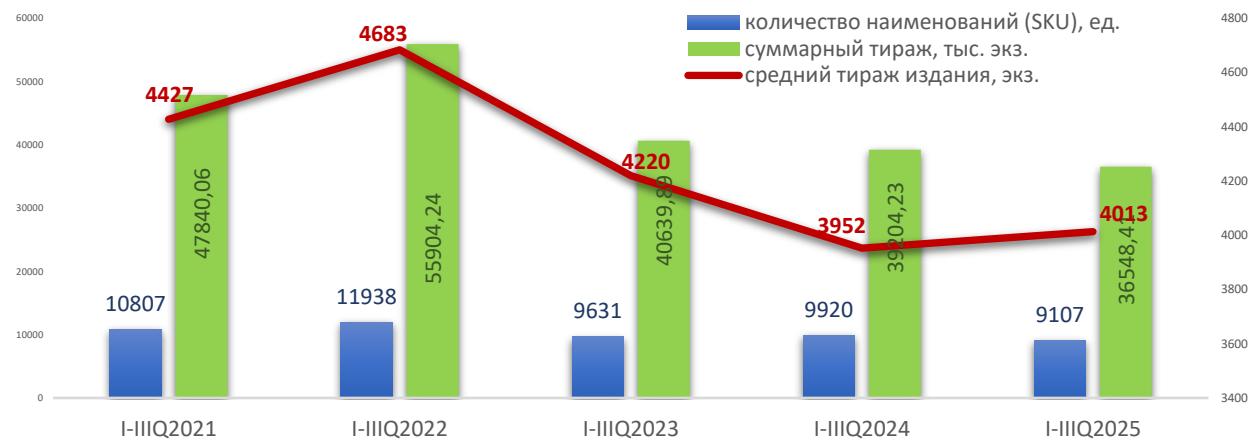
И в сентябре-октябре 2025 года в рамках экспертного опроса издательств Москвы около половины (52%) респондентов сообщили о том, что не работают с лицензиями (переводами) в настоящий момент. Тем не менее, издатели, активно покупавшие права до 2022 года, продолжают поддерживать достаточно высокую долю переводных изданий в своем каталоге – в среднем на уровне 55.98% при снижении на 1-7 п.п.

Наиболее востребован у субъектов книгоиздания Москвы перевод с английского языка, достаточно часто переводят с французского, испанского, китайского и корейского языков. В числе редко встречающихся – переводы с японского, норвежского, немецкого и итальянского языков.

Ограниченные возможности российских издательств в плане приобретения прав в недружественных (прежде всего в англоязычных) странах, блокировка прав на РФ мейджорами мирового книгоиздания, привели к росту конкуренции за «азиатский контент» и необходимости осваивать специальные тендерные практики для РФ от азиатских правообладателей. Разумеется, никуда не исчезла и проблема трансграничных платежей.

И тем не менее, в 2025 году список партнеров московских издательств в плане приобретения зарубежных лицензий по-прежнему довольно обширен, это агентства: Andrew Nurnberg Literary Agency, Synopsis, Van Lear Literary Agency, Prava I Prevodi, SAS Lester Literary Agency & Associates, литературное агентство Александра Корженевского, агентство Elkost, литературные агенты Maria Schliesser, Anna Jarota, а также Wylie Literary Agency, Nova Littera Agency, Syllabes Agency, Phileas Fogg Agency, ФТМ агентство и др.

Диаграмма 1.6.
Выпуск переводной литературы издательствами Москвы в I-IIIQ 2021-2025 гг.



Источник: данные – Российская Книжная Палата (РГБ), Аналитика – Мониторинг

У ограничений в сфере авторских прав есть и другая «сторона медали». Прогрессирующая русофobia оказывает серьезное давление на продвижение русскоязычных авторов и их произведений на международный литературный рынок. И пока поддержки со стороны регулятора в этом направлении немного. В ходе экспертного опроса в рамках Мониторинга (октябрь 2025) издатели неоднократно ссылались в этом плане на поддержку со стороны Агентства креативных индустрий (АКИ), созданного в 2020 году Департаментом предпринимательства и инновационного развития города Москвы. Но и только.

**Алина Книжник,
руководитель отдела авторских прав ИГ «Альпина»:**

«С 2022 года многие западные правообладатели ушли с российского рынка, но многие и остались, и мы продолжаем покупать права на книги из Европы, США, Великобритании и т.д.

Книги из азиатских стран ИГ «Альпина» покупала и раньше, в отличие от авторов из Ирана и Африки, права на книги которых мы пока не покупали ни разу, а права на книги авторов из Центральной и Южной Америки покупаем крайне мало.

Если говорить о продвижении русскоязычной книги на зарубежные рынки, то хотелось бы больше приглашать иностранных издателей в Россию. Этим довольно активно занимается АКИ. Не могу сказать, что мы видим моментальный эффект, но эти встречи дают нам возможность более подробно рассказать о наших книгах иностранным партнерам».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

В 2025-м много разговоров о расширении культурного взаимодействия со странами глобального Юга, участниками объединений ШОС, БРИКС. Создана под патронажем МИД РФ и реализуется (1-й сезон) литературная премия БРИКС. Тем не менее, портфель прав большинства издательств РФ с точки зрения его наполнения проектами авторов из Китая, Индии, Ирана, стран Африки, Центральной и Южной Америки, Тихоокеанского региона, находится в зачаточном состоянии, исключая, пожалуй, лишь главный издательский холдинг страны.

**Олег Новиков,
вице-президент Российского книжного союза,
президент издательской группы «Эксмо-АСТ»**

«Российская книжная отрасль, включая издательскую группу «Эксмо-АСТ», сегодня активно вовлечена в процессы формирования многополярного литературного мира и расширения культурных связей со странами глобального Юга, ШОС и БРИКС. Экспорт книг становится важным инструментом культурной дипломатии и популяризации русского языка за рубежом. Российские книги находят читателей на всех континентах, а издатели стремятся представить иностранным партнерам всё многообразие отечественной литературы – от классики до произведений современных авторов разных жанров.

Особое значение имеет расширение портфеля прав за счет авторов из стран глобального Юга. Появляется все больше успешных российских авторов на зарубежных рынках, укрепляются

партнерские связи по покупке прав со странами БРИКС. Так, почетным гостем ММКЯ в этом году стала Индия и это неслучайно. Книги индийских авторов стабильно пользуются популярностью в России, особенно в сегменте интеллектуальной прозы, выходят тиражами в несколько десятков тысяч экземпляров. Среди востребованных имен – Арундати Рой, Амитав Гош, Салман Рушди, Рохинтон Мистри и другие.

В структуре зарубежных продаж растет интерес к премиальным изданиям, детским книгам и нон-фикшн. Важным каналом в СНГ становится онлайн-ритейл (Ozon, Wildberries), что меняет структуру дистрибуции.

Среди задач, которые стоят перед издательской отраслью – укрепление инфраструктуры дистрибуции, активное участие в международных ярмарках, расширение партнерских отношений и взаимодействие с профессиональными сообществами.

Таким образом, движение в сторону глобального Юга, стран ШОС, БРИКС – это стратегическое направление, в котором уже есть реальные успехи, расширяется география продаж, растет интерес к российским книгам и укрепляются международные связи».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Учитывая всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что острая фаза кризиса в сфере авторских прав пройдена, но до окончательного решения проблем еще очень далеко. Интерес к отечественным авторам у российского читателя растет медленнее чем хотелось бы, в списке бестселлеров рынка и приоритетных инвестиций издательств в 2025 году – зарубежные авторы, переводы с английского, в то время как рынок «азиатского контента» оказался слишком сложным для российских издателей и с точки зрения механик приобретения прав, и по компактности читательской аудитории в РФ, не говоря уже о полноценном взаимодействии с издателями Бразилии, Ирана, Египта или Индонезии. Так что, без поддержки со стороны государства книжная отрасль России вряд ли будет готова к участию в строительстве многополярного литературного мира в ближайшие времена.

Тема 2.

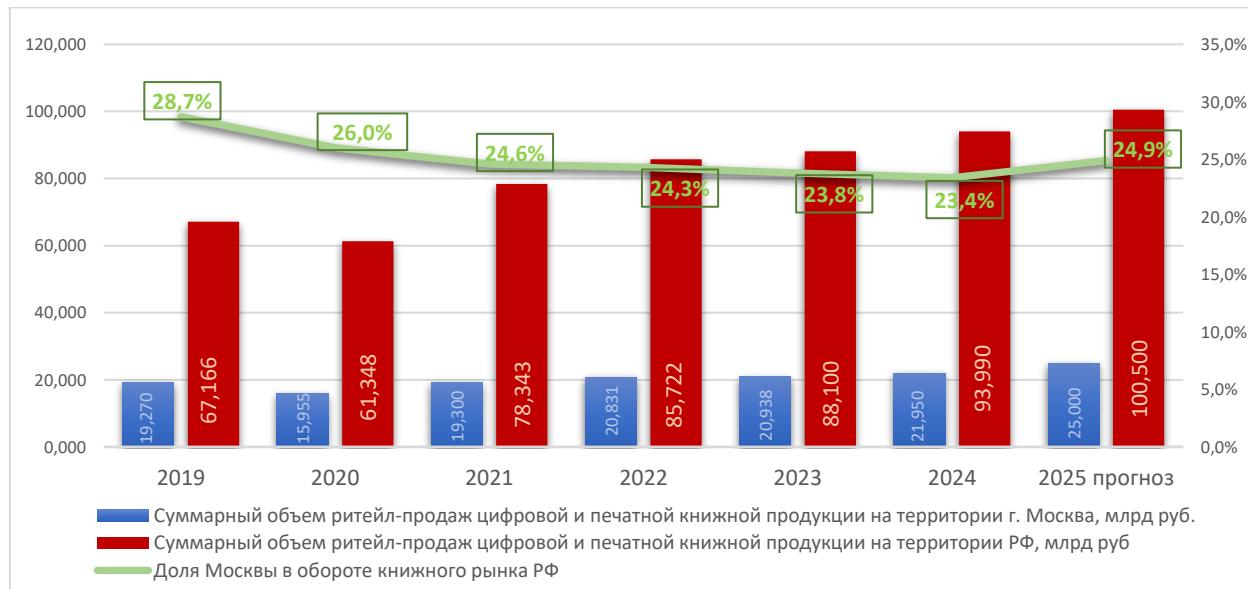
Состояние и оценка объема книжного рынка г. Москва, основные тенденции в течение исследуемого периода – IV кв. 2024 - III кв. 2025 г. с прогнозом на конец 2025 г.

2.1. Объем продаж (млрд. руб.) книжного рынка Москвы в 2024 году (итог полного года)

В 2024 году доля Москвы в структуре книжного рынка РФ осталась на уровне 23,4% от суммарного объема продаж книжной продукции на территории РФ, в рублевом выражении немного не добрав до 22 млрд. Подчеркнем, речь идет о первичном рынке продаж (без учета букинистики и подержанных изданий) и исключительно о книжной рознице (без продаж бюджетным организациям).

В последние годы вклад Москвы в суммарные розничные продажи печатной и цифровой книги в России сокращался. Если в 2019 году доля книжных продаж в столице приближалась к трети (28,7%) от общего розничного оборота книги на территории РФ, то в 2023-2024 гг. доля Москвы составляет уже менее четверти (23,8-23,4%). В 2025-м ситуация меняется.

Диаграмма 2.1.
Динамика доли московского книжного рынка в общем объеме розничных продаж книжной продукции на территории РФ в 2019-2025 (прогноз) гг.*



* без учета вторичного рынка продаж (букинистика, подержанные издания)

Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь-октябрь 2019-2025 гг.

2.2. Оценка объема продаж (млрд. руб.) и доли книжного рынка Москвы (суммарно печатной и цифровой дистрибуции) в общем объеме продаж книжной продукции на территории РФ (и без учета бюджетных продаж) в динамике 2020-2025 гг., включая прогнозируемые значения по итогам 2025 года.

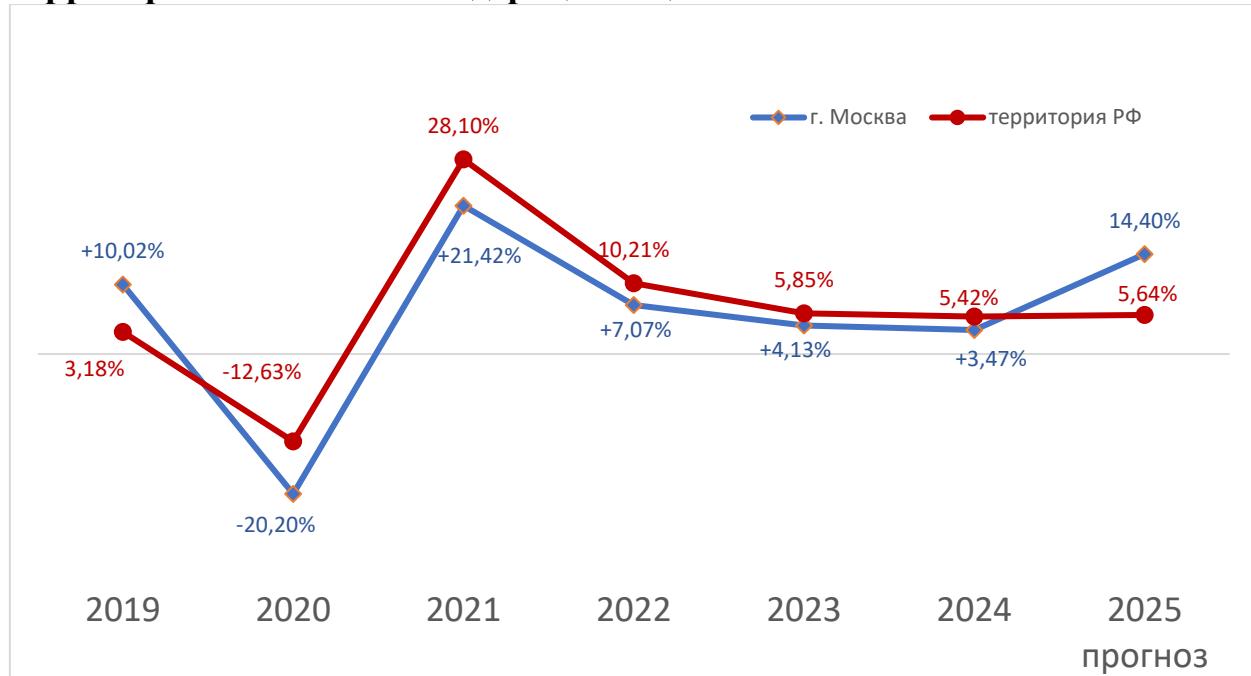
В настоящее время книжный рынок Москвы, как и книжный рынок РФ в целом, испытывает давление двух факторов. С одной стороны, общее так называемое «охлаждение экономики», т.е. снижение потребительского спроса и, как следствие, сокращение производства, что в книжной отрасли не столь заметно благодаря поддержке регулятора в массивном учебном сегменте. С другой стороны, продолжающийся передел рынка по инициативе маркетплейсов, которые в условиях общего снижения спроса используют собственные сверхприбыли для удержания темпов динамики продаж на растущем треке. Две проблемы, но пока ни одного решения.

Впрочем, в 2025 году, по прогнозам экспертов, книжный рынок Москвы ожидает определенное восстановление темпов продаж. По итогам года его суммарный объем (цифра + печать) достигнет 25 млрд руб., показав положительные темпы роста на уровне 13,9% к 2024 году.

Выход столичного книжного рынка из рецессии 2022-2024 гг. связан в первую очередь с инфляционной динамикой в секторе печатной книги, и сохранением позиций физической розницы (профильной и непрофильной) среди предпочтаемых мест покупки книг москвичами. Просевший по причине сокращения числа книжных магазинов спрос на книги в Москве был в значительной степени подхвачен не онлайн-каналом, а fmcg-маркетами, где обновленный ассортимент и дефляция цен на книжное предложение (-20,1%LFL2024) помогли выдержать давление демпинга маркетплейсов и сохранить важный для экономной части москвичей прямой (физический) контакт с книгой в процессе её выбора и покупки.

Диаграмма 2.2.

Темпы роста розничных продаж печатной книги в Москве и на территории Российской Федерации в целом в 2019-2025 гг.



Источник: аналитика – Мониторинг

В 2025-м, как и в предыдущие пять лет (исключая 2020-й), книжный рынок Москвы, остается в зоне положительной динамики, т.е. объективно растет в объеме, но качество этого роста вызывает вопросы.

Во-первых, книжный ассортимент сетевой книжной розницы идентичен витринам маркетплейсов и полкам fmсg-маркетов, что в значительной степени провоцирует потребителя (читателя) ориентироваться на ценовую выгоду в процессе выбора книги.

Во-вторых, рост доли noname продукта во всех точках продаж и усталость от него покупателя создают предпосылки для развития вторичного книжного рынка (перепродаж подержанных изданий), который в свою очередь оказывает давление на конкурентный ландшафт книгоиздания и книжной дистрибуции.

В-третьих, каналы сбыта и отдельные компании, отмечающие увеличение объема экземплярных продаж, на деле являются собой примеры каннибализма, а не эффективности бизнес-стратегий. Возможно, где-то в

тундре или тайге присутствие ПВЗ маркетплейса и делает книгу доступней, увеличивая число потребителей на локальном книжном рынке. Но в мегаполисах читательская аудитория не растет, она лишь перетекает из сокращающейся розницы к онлайн-маркетам и к их курьерской доставке. И, пожалуй, только в обеспеченной Москве покупатель книги отчаянно сопротивляется процессу виртуализации торговли, который лишает его естественного права на физический контакт с книгой до её приобретения.

Но ситуация изменится, если позволить рыночным механизмам включиться в полной мере, убрав избыточный контроль государства, невнятное субсидирование, которое только провоцирует коррупцию, и отрегулировав налоговую сферу в части снижения налогового бремени на МСП, а не широким фронтом по всем моделям бизнеса.

В условиях предполагаемого на 2026 год повышения НДС до 22% при параллельном снижении допустимого порога доходов налогоплательщиков, применяющих УСН, с 60 млн до 10 млн рублей, а также отмены льгот по страховым взносам предприятий, есть все основания предполагать, что 2025-й станет последним годом уверенного роста книжного рынка России... и не только книжного.

2.3. Оценка объема продаж печатной и цифровой дистрибуции в общем объеме продаж книжного рынка г. Москва в динамике 2020-2025 гг., включая прогнозируемые значения по итогам 2025 года

В Москве, как и в целом на территории РФ, основной массив продаж книжного рынка формируется за счет печатной книги, чей вклад составляет 88-91% оборота книжной розницы на протяжении последних семи лет, и никакие пертурбации в виде пандемии, СВО и переориентации логистики книжной отрасли (как и всей экономики РФ) на азиатских партнеров и рынки,

фактически не сказались на данном соотношении цифрового и печатного секторов книжного рынка Москвы.

Диаграмма 2.3.

Объем ритейл-продаж книжной продукции на территории г. Москва в 2019-2025 гг.



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2019-2025 гг.

Впрочем, нельзя сказать, что новые технологии XXI века никоим образом не меняют ситуацию на рынке традиционной книги. Как известно, драйвером роста оборота печатного сектора с 2020 года является онлайн-канал, прежде всего маркетплейсы с собственной развитой логистикой и невиданным доселе уровнем сервиса для производителей и потребителей книг. Короче говоря, онлайн – это удобно. И именно это удобство покупки печатной книги на маркетплейсе, её доступность фактически полностью нивелируют главное достоинство книги электронной, которую читатель может загрузить себе на телефон, минуя все услуги посредников. Неудивительно, что предпосылок и признаков для кардинальной смены модели потребления (с печатной книги на цифровую) у москвичей в данный момент не наблюдается.

Вероятно, в отдаленной перспективе и возможна серьезная коррекция потребительских пристрастий, но в обозримом будущем ближайшего десятилетия доля цифровой (аудио и электронной) книги не превысит 15% оборота книжного рынка Москвы.

Именно печатная книга формирует основные тенденции отрасли, а проблемы её производства и дистрибуции, как и достижения, являются определяющими для самочувствия и общей ситуации книжного рынка Москвы в целом.

2.4. Динамика общего объема розничной дистрибуции печатной книги в г. Москва с указанием доли каналов продаж в структуре реализации издательств в г. Москва и предпочтений покупателей в 2020-2025 гг. Основные предприятия-посредники.

Согласно данным столичных издательств, в 1-3 кварталах 2025 года на книжный рынок Москвы приходится от 1,9% до 100% суммарного объема их реализации печатной книги при средневзвешенном показателе в 43,07% (в 2024 – 50,98%; в 2023 – 48,3%; в 2022 – 46,5%; в 2021 – 40,4%; в 2020 – 37,1%; в 2019 – 39%; в 2018 – 46%; в 2017 – 53%; в 2016 – 45%). В диапазоне последнего десятилетия доля продаж на территории Москвы (напрямую и посредникам) у прописанных в столице издательств после восстановления в 2022-2024 гг. вновь находится на понижающем треке. Причины этого кроются в региональной специфике столичного книжного рынка, где потребитель желает и (что важно!) имеет финансовую возможность приобретать качественную книгу с точки зрения её содержательного наполнения и полиграфического исполнения. Иными словами, поддерживать спрос элементарными дисконтными акциями на попам книжный продукт в Москве намного сложнее. Москвич предпочитает физический контакт с книгой, яркие впечатление от процесса покупки (в части общения с начитанными людьми, а

не наличия диванов и фотозон) и содержательность книги, заметно превышающую в этом смысле среднестатистический бестселлер онлайн-предложения. Иными словами, продавать книги в Москве сложнее, чем в Самаре или Мурманске, особенно с учетом повального увлечения издателей онлайн-дистрибуцией.

И, тем не менее, абсолютное большинство (78,6%) издательств, участвовавших в опросе в рамках Мониторинга, сообщили о росте рублевых продаж в Московском регионе в январе-сентябре 2025 года на 4,6-27% к обороту за аналогичный период 2024 года. И только каждое пятое издательство Москвы отмечает сегодня снижение продаж на территории столицы, как правило, одновременно в рублевом и экземплярном выражении. Для сравнения – в прошлом (2024) году об отрицательной динамике продаж в Москве сообщила четверть издательств-респондентов опроса в рамках Мониторинга.

В 2025 году ситуация с продажами издательств в столице развивается явно в позитивном ключе. Причем, относительно стабильно чувствуют себя и экземплярные продажи. Если в 2023-м оборот рос, но продажи в натуральном выражении (экземплярах) снижались почти у половины издательств (42,9%) и в среднестатистическом значении находились на уровне -3,4% (LFL2022), то в 2025 году (как и в 2024-м) динамика продаж издательств в Московском регионе даже в натуральном выражении находится «в зеленой зоне» – в среднем +1,5% (LFL2024), а у ряда издательств («Мозаика», «Росмэн», «40 книг», ИЦ «Академия», НИЦ «Инфра-М») демонстрирует невероятно позитивную динамику – от 6% до 25% прироста к объему экземплярных продаж в аналогичный период 2024 года.

Разумеется, ситуация неоднозначна и отнюдь не позволяет говорить о благополучии в каком-то конкретном сегменте рынка и, наоборот, заявлять о

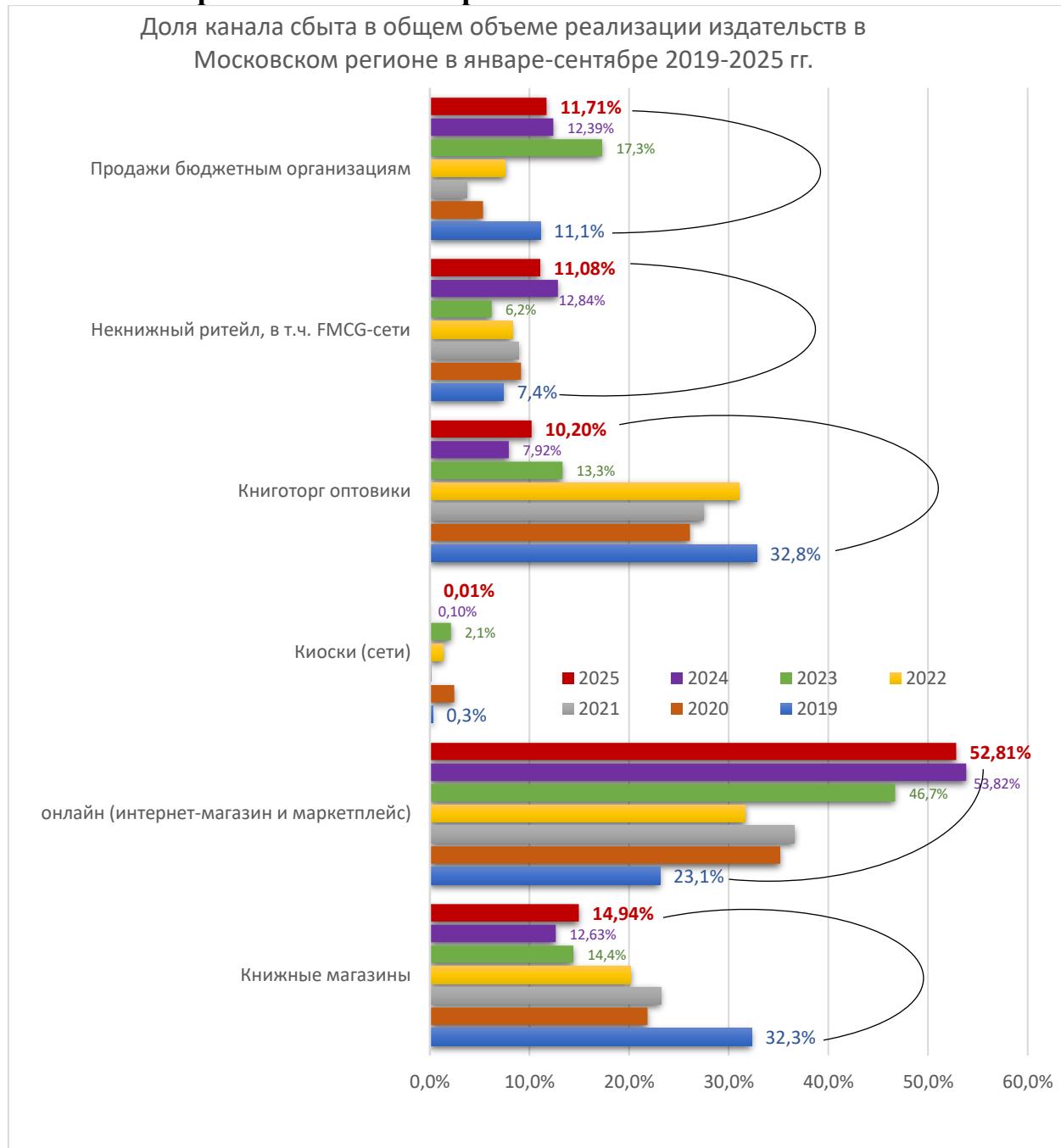
проблемах в других. Ведь среди тех, кто отмечает снижение продаж в Московском регионе представлены и издатели учебного профиля («Русское слово – учебник»), и нон-фикшн литературы (ИГ «Альпина»), и детской книги («Самокат»). И одновременно в этих же сегментах рынка учебно-методическое «Вако» и детский «Клевер» отмечают значительный рост продаж.

Но всё же, каждое седьмое издательство Москвы, участвовавшее в опросе в ходе Мониторинга, согласно своим сентябрьским прогнозам, предполагает по итогам 2025 года потери в обороте на уровне 5-7% к объему 2024 года. Учитывая прогнозные значения ЦБ России по инфляции в 2025 году на уровне 8,8-8,9%, еще примерно пятая часть (21,4%) издательств-респондентов, планирующих рост оборота по итогам 2024 года на уровне 0-9%, фактически окажется в минусе с учетом официального инфляционного индекса в РФ.

Так что, с действительно положительной динамикой продаж к прошлому году завершат 2025-й примерно две трети издательств Москвы. А учитывая «черные пятницы» и рождественские распродажи на маркетплейсах не факт, что всем этим планам издательств о росте оборота суждено сбыться. Избыточная зависимость издательств от одного канала сбыта (неважно книжные это магазины, оптовики или онлайн-маркеты) всегда увеличивает риски недополучения запланированных дивидендов в силу вероятных форсмажорных обстоятельств. Особенно когда речь идет о канале сбыта с низкой долей участия книжной продукции.

Диаграмма 2.4.

Доля канала сбыта в общем объеме дистрибуции издательств* в Московском регионе в I-III кварталах 2019-2025 гг.



*Исключая особые схемы дистрибуции издателей учебной и научной книги

Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2019-2025 гг.

За последние шесть лет можно видеть стремительный (+20.5 п.п.) рост доли онлайн-канала в структуре сбыта книжных изданий при параллельном сжатии пропускной способности традиционных книжных магазинов (-17.36 п.п.), фактический уход с рынка (-22.6 п.п.) классических книготорговых оптовиков, вернее их остаточное присутствие в структуре сбыта прежде всего

издателей учебной литературы, а также заметное (+3.68 п.п.) увеличение доли сбыта некнижного ритейла (включая fmcg) прежде всего за счет усилий издателей детской литературы, при том, что продажи бюджетным организациям за исключением всплеска 2023 года остались на примерно том же уровне, что и в 2019 году.

С учетом отрицательной или нулевой динамики экземплярных продаж на книжном рынке в указанный период, можно сказать, что онлайн «экспроприировал» клиентов у других каналов сбыта, исключая непрофильный (fmcg) ритейл. И триггером этой революции в системе книжной дистрибуции стал 2020-й – год первой глобальной пандемии в истории нового времени.

После ковида отрасль серьезно обновилась, сменив модели дистрибуции и переключившись на онлайн-коммуникацию с читателем, но по большому счету сегодня издатели еще более зависимы от диктата посредников, чем пять лет назад. У издательств фактически нет выбора, что и подтверждает список основных партнеров-посредников в Московском регионе, который фактически не обновлен на фоне 2022-2024 гг., консолидируясь вокруг 3-5 торговых марок.

**Таблица 2.1.
ТОП-5 партнеров-посредников* в Московском регионе с разбивкой по базовым для издательств каналам сбыта: I-III кв. 2025 года**

СТАЦИОНАРНЫЙ КНИЖНЫЙ МАГАЗИН (СЕТЬ)	КИОСКОВАЯ СЕТЬ	ОНЛАЙН-МАГАЗИН	НЕПРОФИЛЬНЫЙ РИТЕЙЛ (В Т.Ч. FMCG)
Партнер Ай Ди (ОРС Читай-город Буквоед)	Агентство Желдорпресс-ГП	OZON	Бест прайс (FixPrice)
ОЦ Московский Дом книги	Горпечатъ ООО	Wildberries	Детский мир ПАО
Библио-Глобус ТД	РуссПресс ООО	YandexMarket	Ашан ООО
Москва ТДК	Алфавит ООО	Chitai-Gorod	Чижик
Республика	ГАЗЕТТА ООО	Собственный интернет-магазин	Максима Групп ООО (Фамилия)

* расчет по сумме мест (объем продаж), указанных участниками экспертного опроса
Источник: экспертный опрос издательств Москвы в рамках Мониторинга, сентябрь 2025

Начиная с 2020 года книжные магазины всё в большей и большей степени уступают онлайн-площадкам в плане объемов реализации печатной книги. В августе-сентябре 2024 года пропускная способность канала московской книжной розницы опустилась на совсем скромный уровень – в среднем 9,92% суммарной реализации столичных издательств² и вот уже год остается на этом уровне (9,96% – в августе-сентябре 2025 г.). Даже если рассматривать структуру сбыта только коммерчески ориентированных издательств (без производителей учебно-методического и научного контента), доля книжной розницы в продажах сегодня не превышает в среднем 14,94% (в 2024 – 12,63%; в 2023 – 14,4%; в 2022 – 20,14%; в 2019 – 32,0%). Более того, примерно у каждого пятого (18,2%) издательства, участвовавшего в экспертом опросе в 2025-м, только за последний год количество партнеров в этом канале сбыта сократилось на 13-21%.

В 2025 году онлайн-канал (и прежде всего маркетплейсы) продолжает лидировать по объему продаж книжной продукции. Разумеется, отгружаемый издательствами в этот канал книжный объем лишь частично попадает розничному покупателю в Москве, но тем не менее, на онлайн приходится от 0,5% до 88,5% суммарной реализации издательств Москвы в I-III кварталах 2025 года или в среднем – 38,6%, а без учета системы сбыта издательств учебного и научного профиля – 52,8%, что на 1 п.п. ниже результата, зафиксированного в ходе экспертного опроса в сентябре прошлого года (в 2024 – 53,8%; в 2023 – 46,7%; в 2022 – 31,64%; в 2021 – 36,6%). Впрочем, речь идет именно о площадках маркетплейсов (и прежде всего OZON и WB), вклад собственного интернет-магазина даже у тех издательств, кто уделяет этому повышенное внимание, как правило остается на уровне 5-7% оборота. Более того, большинство издательств и крупных книжных магазинов (сетей) предпочитает сегодня развивать продажи именно на маркетплейсах, а не

² Речь идет о прямых поставках издательств в канал книжных магазинов, минуя посредников

вкладываться в собственные интернет-подразделения. Обладая развитой логистикой, платформы OZON и Wildberries позволяют снизить издержки и стоимость одного контакта с клиентом на фоне собственных онлайн-сервисов издателей и книготорговцев.

В целом, из-за сложностей с развитием собственных интернет-магазинов издательств можно видеть тенденцию постепенного перетекания всего книжного онлайн сбыта на платформы Wildberries и OZON, причем «ягодки» в 2025-м уступили пальму первенства «голубому газу» по объему сотрудничества с книжниками, но суть от этого не меняется.

Впрочем, на книжном рынке Москвы помимо маркетплейсов продолжает работать и много нишевых посредников, предлагающих услуги заказа и доставки книг по модели интернет-магазинов («family-book.ru», «Медленные книги») или собственные интернет-магазины крупных научных и учебных издательств, работающих в том числе для высшей школы (Медкнигасервис/ГЭОТАР-медиа; НИЦ «Инфра-М»).

На «особом положении» по-прежнему и издатели учебной книги для школ. В 2025 году доля интернет-продаж у ГК «Просвещение», «Русское слово», «ВАКО» (как в 2019-м) составляет 0-6% суммарного оборота издательств, включая продажи через собственные интернет-магазины или сторонние площадки, прежде всего OZON. В целом, структура реализации школьных учебников и учебно-методических пособий в Московском регионе по-прежнему в значительной степени (до 11-33%) ориентирована на прямую продажу библиотекам/бюджетным организациям и до 60-100% – на книготорговых оптовиков.

**Борис Кузнецов,
генеральный директор издательства «Росмэн»**

«Мы стараемся работать со всеми доступными каналами продаж, естественно в современной отраслевой структуре маркетплейсы обойти стороной невозможно и их игнорирование было бы, как минимум, странным и непрофессиональным. «Росмэн» работает со

всеми крупными маркетплейсами, их доля у нас составляет около 45%. Но специфика детской книги позволяет диверсифицировать каналы, например, для нас очень значимы розничные магазины детских товаров и FMCG-сети. Давление маркетплейсов на всю оффлайн розницу очевидно на всех рынках, оно неизбежно, и пока маржинальность каналов не сравняется, процесс этот будет естественным образом продолжаться. В настоящее время онлайн каналы более рентабельны для поставщиков, но, думаю, что выравнивание произойдет очень скоро – в 2026-2027 годах. И это будет нормальная стабилизация позиций. Надеюсь, что соотношение долей каналов и площадок будет гармоничным и неопасным, поскольку все понимают, что критическое преобладание одного из каналов или одной из площадок грозит в перспективе сложностями и опасностями. И именно, предвидя эти опасности, мы, как и многие другие издатели, стараемся по мере возможностей поддерживать оффлайн розницу несмотря на то, что приходится жертвовать частью собственной маржинальности».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Но если нарастающее с каждым годом перетекание книжной дистрибуции в онлайн – явление вполне предсказуемое, то настоящий сюрприз издателям в 2024-2025-х годах преподнесла непрофильная розница, которая «неожиданно» проявила повышенный интерес к книжной продукции, и сочла возможным улучшить качество предлагаемого клиентам книжного ассортимента, либо разнообразив и обновив состав поставщиков и подняв средний ценник предложения, либо включив книги как товарную категорию, выпускаемую в т.ч. под СТМ, тем самым расширив число площадок с приоритетной книжной выкладкой. Впрочем, издатели массовой книжной продукции пока в среднем оценивают объем продаж через непрофильный ритейл на уровне 11,1% (в диапазоне от 0,3% до 37%) собственного оборота, т.е. чуть ниже пропускной способности классических книжных магазинов – 14,9% (с диапазоном от 3,5% до 25%) оборота издателя. Традиционными партнерами издательств в канале непрофильного ритейла являются

московские филиалы ООО «Ашан», ПАО «Детский мир», ООО «Бэст Прайс», ООО «Кари», ООО «Максима Групп» (Фамилия). Хотя в условиях сокращения книжных магазинов и специфики покупательского спроса в столице, книгоиздателям стоит присмотреться к варианту присутствия книг в любом торговом объекте на территории Москвы, тем самым нараставшим зафиксированный в 2024-2025 гг. объем продаж в этом канале сбыта (2025 – 11,1%; 2024 – 12,8%; 2023 – 6,2%; 2022 – 8,27%).

При этом, участие городских киосков с печатной продукцией в 2024-2025 гг. фактически свелось на нет. И хотя в рамках экспертного опроса Мониторинга среди своих партнеров издатели называют киосковые сети ООО «Горпечать», ООО «Агентство Желдорпресс-ГП», ООО «Алфавит», «РуссПресс» и пр., пропускная способность канала киосков в среднем оценивается в 0,01% объема реализации издательств Москвы в 2025 году (2024 – 0,1%; 2023 – 2,1%; 2022 – 1,35%). Впрочем, важно отметить, что книжные киоски в музеях и вузах Москвы в реальности по участию в обороте специализированных (научных) издательств поднимаются до 35%. Так что, киоск киоску рознь. Более того, в августе 2025 года в киосковой сети столицы реализован инновационный проект под названием «медиакиоск», который призван изменить роль киосковых сетей в системе книжной дистрибуции.

**Олег Бережной,
генеральный директор Группы компаний «Кардос»:**

«Мы невероятно восхищены этим проектом. Мы очень благодарны за привлечение нас в качестве со-оператора Правительства Москвы и планируем все свои мыслимые и немыслимые ресурсы направлять на развитие этого проекта. Фактически на старте мы выступили и инвесторами, и операторами, и инфраструктурным участником, разрабатывали саму концепцию и взаимодействовали с заводом-изготовителем. Проект готовила большая-большая команда, включая специалистов Департамента СМИ и рекламы Правительства Москвы, Мосгорпечати, привлеченных экспертов и издателей. Более того, проект требовал личного решения мэра

Москвы. К счастью для нас, всё всем понравилось, мы получили одобрение и двигаемся дальше. В целом, для всего книжного рынка России, Проект "Медиакиоск", при его дальнейшем развитии и масштабировании в Москве, сыграет важнейшую роль.

Что касается других регионов, то сразу скажу, медиакиоск – это дорогостоящий инвестиционный проект. Вложения в каждый такой павильон измеряются цифрами с большим количеством нулей. И при нынешнем уровне ключевой ставки для реализации такого рода проектов требуется объединение усилий нескольких компаний, а также поддержка муниципальных властей. Из регионов максимально близко к реализации такого рода проектов подошли только в Санкт-Петербурге, там уже есть решение губернатора, запущен процесс изготовления первых пилотных павильонов, но остается масса внутренних юридических согласований и прочих препон. В других городах РФ таких условий нет. У нас есть павильоны в Воронеже, в Твери, в Московской области, но, конечно, они намного проще, потому что стоит задача удешевления. И всё же, медиакиоск – это такой огромный метеорит, который дал волновой эффект во всех измерениях. Киосковые сети будут меняться, и уже готовы к этому».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Одним из важных направлений в структуре сбыта московских издательств в 2025 году остаются продажи бюджетным организациям, прежде всего библиотекам. И несмотря на снижение доли «бюджета» до 11,7% (2024 – 12,4%; 2023 – 17,3%) суммарных продаж, тем не менее, речь идет не о сотрудничестве по треку учебной (научной) книги (где доля бюджета поднимается до 36,5% оборота в среднем, а по массовым сегментам книжного ассортимента. В 1-3 кв. 2025 года с Объединениями культурных центров (ОКЦ) и ЦБС разных округов Москвы много работают издательства «Эксмо», «Азбука», «Самокат», «РИПОЛ». Основными партнерами издательств стали столичная Библиотека им. Некрасова, ЦКБ «Бибком», Объединение культурных центров ЦАО, ВАО и ЗАО г. Москвы, ГБУК г. Москвы и др.

Если же мы говорим о сегменте учебной книги, то в 2025 году, как было объявлено на ВЭФ, объединенная компания Wildberries & Russ (РВБ) и группа компаний «Просвещение» занимаются созданием новой цифровой платформы госзакупок для российских образовательных учреждений. Пилотный проект уже запущен в Рязанской области, где первые 10 учебных заведений совершили тестовые закупки через единую платформу. Напомним, в России активно формируется единое образовательное пространство. С 1 сентября 2025 г. школьники учатся по единым учебникам истории, в 2026-2027 гг. школы страны перейдут на новые учебники по обществознанию, русскому языку и литературе. С 1 сентября 2027 г. российские школьники начнут изучать и естественные науки по единым учебникам физики, химии и биологии.

Таким образом, с запуском единой платформы госзакупок учебная книга для школ полностью уйдет с общедоступного книжного рынка, что не позволит книжным магазинам зарабатывать в рамках единой школьной кампании начала сентября и сделает их более зависимыми от поддержки государства.

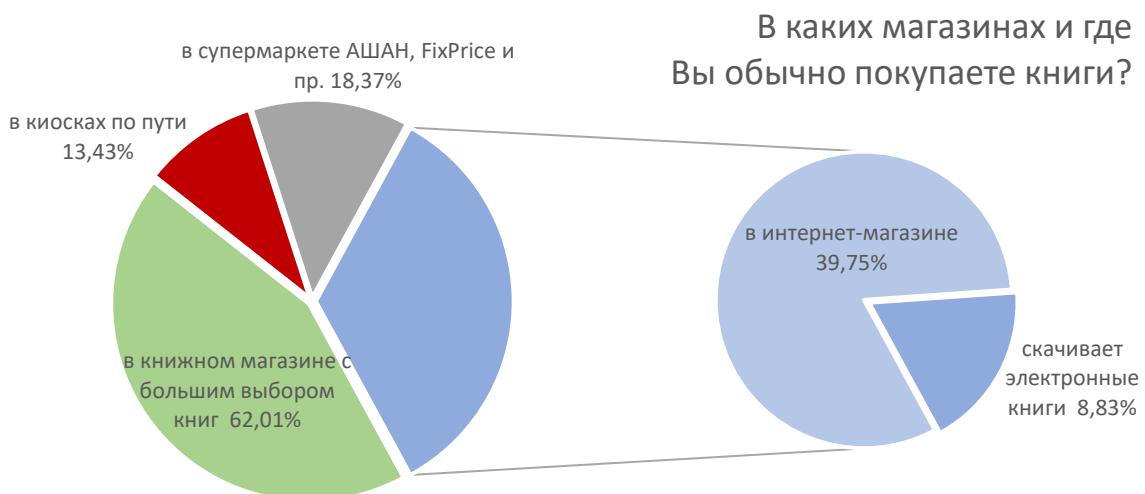
Впрочем, предпочтаемые издателями партнерства в плане продажи книг далеко не всегда совпадают с выбором и предпочтениями столичных покупателей книг. Согласно проведенному в рамках Мониторинга социологическому опросу, москвичи, проживающие во всех АО столицы, в 2025-м по-прежнему предпочитают приобретать книги в «книжном магазине с большим выбором книг», что очевидно не согласуется с данными издательств о приоритетных каналах сбыта и отчетами книжных магазинов о снижении трафика. Конечно, большую роль играет погрешность, связанная с выбором места проведения опроса. Но тот факт, что значительная (62%) часть москвичей предпочитает по меньшей мере посещать именно книжный магазин в процессе выбора изданий, а не довольствуется только онлайн-витринами и рекомендациями, это факт. Привычка просматривать книгу «вживую» и

определенное недоверие к онлайн-витрине и отзывам сохраняется в среде московских читателей. Только каждый третий москвич в принципе не рассматривает книжные магазины в качестве важной точки своего маршрута в поисках нужной книги.

В 2025-м книжный магазин как традиционно лидирующий у москвичей формат покупок книг заметно утратил свой «вес» (-15 п.п.) в общем объеме, опустившись до уровня **62,01%** (76,97% – в сентябре 2024; 75,8% – в сентябре 2023; 85,4% – в сентябре 2022; 86,5% – в сентябре 2021; 84,3% – в сентябре 2020; 84,9% – в сентябре 2019; 87,9% – в сентябре 2018; 89,8% – в сентябре 2017; **93,3%** – в сентябре 2016). И в сравнении с результатами соцопроса 2016-2017 гг. нынешние 62% голосов в пользу книжного магазина в спектре предпочтительных мест приобретения книг выглядят настоящей катастрофой.

Диаграмма 2.5.

Предпочтение формата покупки книг населением Москвы в 2025 году
(% респондентов, ответивших на закрытый вопрос / допускается более 1 варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, 23-28 сентября 2025 г.)

На фоне сохраняющейся привязанности к традиционным книжным магазинам (62,0%), но по причине явного их сокращения в столице, в 2025 году по данным соцопроса можно видеть не только рост доли тех, кто «специально приехал» (с 18,6% в 2024-м до 31,3% в 2025-м) за широким

выбором книг даже в те книжные магазины, которые ранее могли рассчитывать только на проживающих рядом москвичей, но и взрывной рост популярности книжных покупок «по пути»: с 6,1% (2024) до 13,4% (2025) – в киосках и с 6,5% (2024) до 18,4% (2025) – в отделах FMCG-маркетов параллельно с другими товарами. При этом, популярность онлайн-покупок у москвичей снижается.

Невероятно, но факт – в 2025-м объем предпочтений онлайн-покупок книг снижается на 4,5 п.п. – до 39,75% (2024 – 44,24%; 2023 – 44,3%; 2022 – 29,2%), предположительно за счет сокращения покупок книг в интернет-магазинах издательств и книготорговых предприятий, но не на маркетплейсах (OZON и Wildberries). В 2025 году (прежде всего в июле-октябре) маркетплейсы предлагают аттракцион невиданной щедрости, просто сливая покет-издания жанровой литературы по бросовым ценам – 80-300 рублей. Понятно, что спонсируется этот дисконт-марафон из внутренних ресурсов маркетплейсов (за счет растущих тарифов и комиссий), намеренных сохранить трафик и темпы роста продаж, окончательно отучив экономного покупателя от посещения книжных магазинов. На этом фоне профильные (книжные) интернет-магазины издательств и книготорговых предприятий, подобно своим коллегам из физической книготорговли, который год подряд испытывают трудности и с трафиком, и с конверсией. В каком-то смысле попытки решить эту проблему можно видеть у ОРС «Читай-город – Буквоед», который в апреле и сентябре 2025 года первым из крупных книготорговцев РФ заключил партнерство с Wildberries и «Яндекс.Маркет», предложив книжные магазины ОРС в качестве объектов выдачи книжных заказов. Насколько это партнерство позволяет решить проблему с трафиком, каково качество трафика, генерируемого маркетплейсами и есть ли отдача с точки зрения конверсии именно по книжному ассортименту, – на все эти вопросы руководитель ОРС пока дает позитивные ответы.

**Александр Брычkin,
генеральный директор ОРС «Читай-город – Буквоед»:**

«В первую очередь хочется сказать, что магазины сети не являются ПВЗ маркетплейсов. Мы реализуем модель click&collect – то есть бронирование клиентом на витрине маркетплейса товара из ассортимента магазина. На сегодняшний день такая услуга предоставляется клиентам как через наши собственные площадки (сайт и мобильные приложения «Читай-город» и «Буквоед»), так и через витрины Wildberries и «Яндекс.Маркет».

Сервис востребованный, совокупная сумма продаж с помощью click&collect в этом году составит примерно 600-700 млн. рублей, большая часть из которых приходится на собственный сайт и мобильные приложения ОРС. Маркетплейсы с момента начала сотрудничества в апреле 2025 года позволили привлечь в сеть 56 тысяч клиентов, из которых 16,5 тысяч пришло за последний месяц. Проблему с трафиком это, конечно, не решает, но динамика развития сотрудничества положительная. Важно, что 85% клиентов от маркетплейсов приходит в магазины за книгами, то есть мы интересны прежде всего как книжная сеть».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

И, тем не менее, динамика перераспределения предпочтаемых мест приобретения книжных изданий, продемонстрированная результатами соцопроса клиентов книжных магазинов в различных АО Москвы в сентябре 2025 года, позволяет сделать предположение об ограниченном потенциале роста онлайн-канала примерно 40% (+/- 5 п.п.) книжной дистрибуции столицы. Москвичи очевидно «сопротивляются» переходу в онлайн-режим, когда речь идет о книге, и не только о печатной книге.

Интерес жителей столицы к чтению электронных книг в 2025-м, после кратковременного прошлогоднего всплеска (до 14,3%), вновь опустился к значениям 2022-2023 гг. до 8,83%, демонстрируя сохранение серьезных проблем на российском рынке цифровой книги. Вопреки усилиям новых игроков – «Яндекс.Книги» и «МТС.Строчки», цифровой сегмент

демонстрирует явные признаки рецессии, которые не решаются блокировкой «серых ресурсов» и пр. антипиратскими инициативами. На сегодняшней повестке – вопрос качества предлагаемого агрегаторами платного контента, сохраняющееся восприятие цифры как бесплатной, со свободным доступом информации, и всё большая миграция книжного ассортимента агрегаторов от качественной литературы в сторону развлекательного (и зачастую созданного ИИ) однодневного чтива, что не способствует восстановлению рынка цифровой книги ни мерами блокировки зеркал и штрафами Роскомнадзора, ни прочими инициативами с привлечением, так сказать, административного ресурса. В разбивке по административным округам Москвы аудитория электронной книги в столице сегодня колеблется в пределах 2,2%-18,1% покупателей книг. И несмотря на достаточно частое упоминание в качестве источников чтения агрегаторов «Литрес» и «Яндекс», серые платформы (вроде mangalib) по-прежнему востребованы в молодежной среде, просто с использованием VPN.

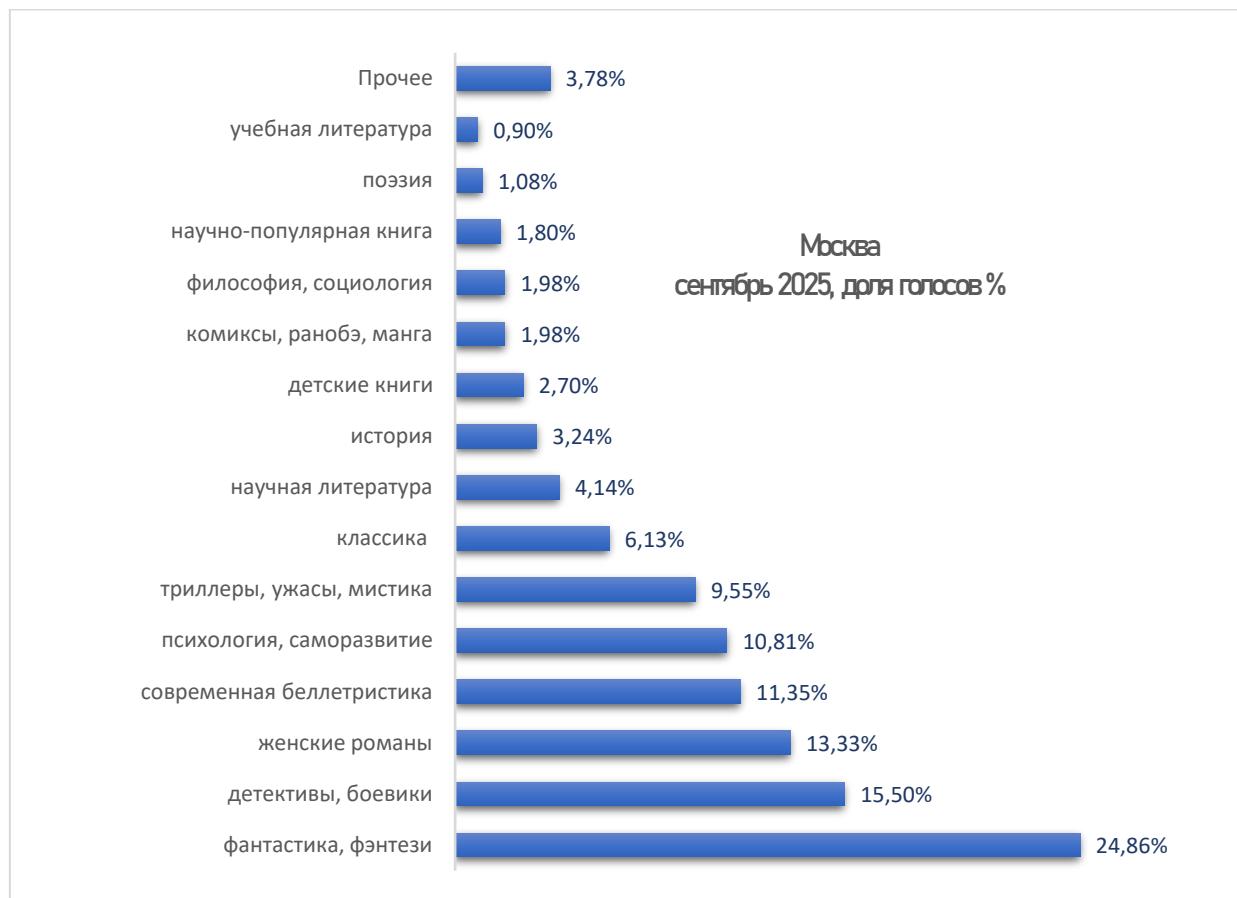
2.5. Формирование рейтинга (топ-15) наиболее продаваемых в книжных магазинах г. Москвы печатных изданий

По результатам опроса посетителей книжных магазинов в конце сентября 2025 года можно видеть заметное (-3,6 п.п. и -4,0 п.п. LFL2024) охлаждение московских читателей к классике и истории. Невероятный спад интереса переживают комиксы и манга (число упоминаний снизилось с 6,61% до 1,98% голосов). Все дальше на периферию смещается желание приобретений детских книжек. И, наоборот, значимо растет интерес к фантастике/фэнтези (с 16,7% до 24,9% голосов респондентов) и

мистике/ужасам (с 3,85% до 9,55%). Из ТОП-15 тематик ушла медицина, зато впервые появились поэзия и научно-популярная (познавательная) книга.

Диаграмма 2.6.

Предпочтения в тематике книг среди москвичей, посещающих традиционные книжные магазины



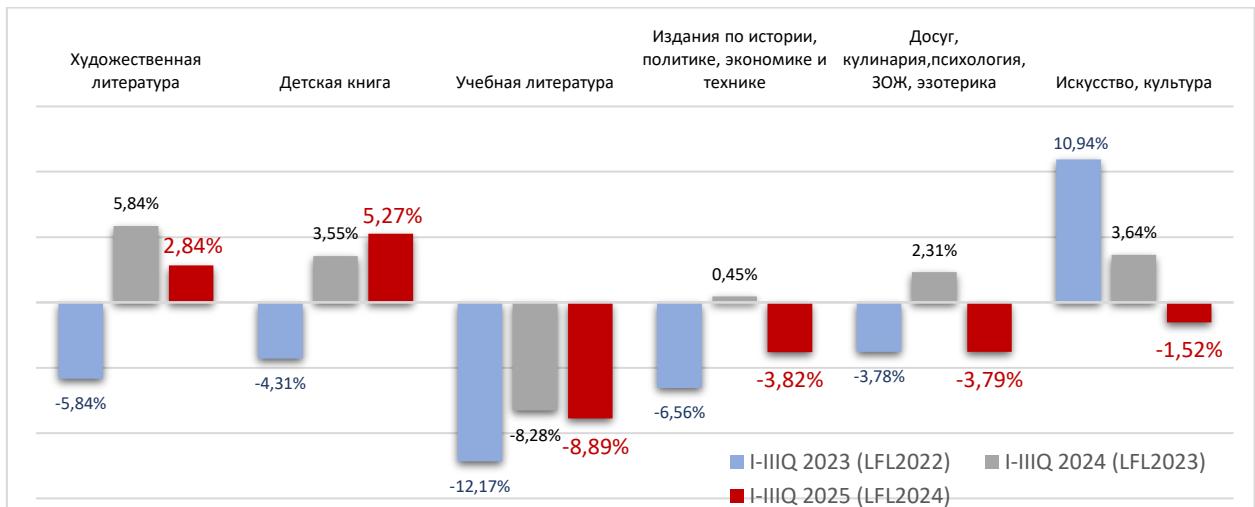
Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, 20 сентября – 10 октября 2024 г.)

Очевидно, что в 2025-м запросы потребителя стали более плотными, сконцентрированными вокруг художественной (жанровой) литературы для взрослых. Крупнейшая книжная сеть столицы буквально за год смогла переломить тренд на индивидуальность читательского запроса, и вернуть клиента к чтению «как все» или «что модно». Проще говоря, клиент принял однообразие книжной матрицы, и, как результат, ... стал меньше покупать нон-фикшн литературу в традиционных книжных магазинах. Настоящей

отдушиной в этом плане для москвичей стали книжные фестивали, интерес к которым в 2025 году побил все мыслимые и немыслимые рекорды. Но об этом чуть позже.

На фоне 2023 года, когда «проваливались» буквально все тематики, сегодня ситуация с продажами в книжных магазинах Москвы выглядит лучше, по крайней мере продажи изданий художественной литературы для взрослых и детской книги находятся в зоне положительных значений или +2,8-5,3% (к обороту LFL2024). Конечно, с учетом официально озвученной ЦБ РФ инфляции или только инфляционного индекса на московском книжном рынке (10,98%), увеличение продаж на уровне 5% – это не подъем, а скорее замедленное падение, особенно при одновременном снижении экземплярных продаж. И продолжающееся третий год подряд сокращение продаж учебной книги (преимущественно для школ), впервые ушедшая в минус в 2025-м гуманитарная тема (раздел «искусство/культура») и очевидно нисходящий тренд продаж нон-фикшн изданий для взрослых в целом, перечеркивают все те поводы для оптимизма, которые, казалось, появились у традиционных книжных магазинов в 2024 году.

Диаграмма 2.7.
Динамика продаж по укрупненным разделам книжного ассортимента в I-III кварталах 2023-2025 гг.



Детская книга, о снижении спроса на которую так много говорят московские издатели, второй год подряд растет в объеме продаж книжных магазинов Москвы преимущественно за счет инфляционной составляющей. Ведь в варианте ТОП-15 рейтинга продаж книжных магазинов столицы список наиболее востребованных у москвичей авторов и наименований детской книги в 2025 году не претерпел заметных изменений на фоне 2022-2024 гг.: всё те же Маленький принц и Гарри Поттер на первых позициях, всё та же классика зарубежная, русская и советская, вечная «Собачка Соня» А. Усачева и современные руководства от мультяшных персонажей. Пожалуй, единственное отличие – это появление в рейтинге книг со сложными конструктивными решениями, симбиозом полиграфии и цифровых устройств, что было популярно на книжном рынке России в период с 2005 по 2015 гг., и вот вновь возвращается. Разумеется, много интересного остается за пределами короткого списка супербестселлеров (ТОП-15). Здесь и знаменитый «Ленинградский щелкунчик. Блокадная сказка» Д. Нефедова, и «Прогулки по Третьяковской галерее» от «Азбуки», и «Воспитание говорящего кота» от «Нигмы», и история Бемби под музыку Моцарта, и многое-многое другое.

Таблица 2.2.
ТОП-15 печатных изданий для детской аудитории в книжных магазинах г. Москвы по суммарным (экз.) продажам в I-III кв. 2025 г.*

АВТОР	НАЗВАНИЕ	ИЗДАТЕЛЬ	ЦЕНА 1 ЭКЗ., РУБ.
1	Сент-Экзюпери, А. де	Маленький принц	Эксмо 412-510
2	Сент-Экзюпери, А. де	Маленький принц	АСТ 742-816
3	Роулинг Дж.	Гарри Поттер и Философский камень	Махаон 949-1156
4	Усачев А.	Умная собачка Соня	Росмэн 412-544
5	Твен М.	Приключение Тома Сойера (Классная литература)	Махаон 288-357
6	Толстой А.	Приключения Буратино, или Золотой ключик	АСТ 1207
7	Носов Н.	Приключения Незнайки и его друзей	Махаон 767-1096
8	Драгунский В.	Денискины рассказы (Яркая ленточка)	Махаон 453-561
9	Грин А.	Алые паруса (Классная литература)	Махаон 288-357
10	Усачев А.	Собачка Соня на даче	Росмэн 750-790

11	Ивлев К.	Первая кулинарная книга маленького шефа	АСТ	1073-1402
12	Гофман Э.Т.	Щелкунчик + музыка П.И. Чайковского (Волшебная книга-плеер)	Эксмо	1651-2359
13	Гейман Н.	Коралина	АСТ	280-412
14	Норштейн Ю.Б., Козлов С.Г.	Ежик в тумане	Фонд Юрия Норштейна	1370
15		Колобок: Тактильные сказки	Мозаика-Синтез	560-801

*исключая учебную и справочную литературу

Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, октябрь 2024 г.

В рейтинге для взрослой аудитории перемен немного больше. Конечно, как и год назад, здесь представлены тексты «психологической поддержки», в том числе лидер рейтинга – японский автор Гэнки Кавамура с книгой о смысле жизни «Если все кошки в мире исчезнут». В ТОПе по-прежнему прошлогодние мировые новинки: романы Габриэля Гарсиа Маркеса «Увидимся в августе» и «Это безумие» Теодора Драйзера наряду с новыми книгами современных русскоязычных авторесс – Дины Рубиной и Гузель Яхиной. Кроме того, в рейтинге представлены сразу 2 книги британской звезды детективной прозы – Питера Боланда из серии «Детективное агентство "Благотворительный магазин"». Как и в прошлом году в рейтинге представлена биографическая проза, на этот раз в виде книг «Композитортишины: Сергей Рахманинов» Маргариты Мамич и «Игра в городки» Юрия Стоянова. По большому счету это не перемены, а лишь новый акценты в традиционно любимых москвичами тематиках: детективы, психология/саморазвитие и женские истории. Насколько долгосрочными будут эти акценты в предпочтениях московских читателей покажет время, обычно посетители книжных магазинов более консервативны в своих пристрастиях, чем литературные критики и книжные блогеры столицы.

Следует особо отметить тот факт, что правообладателем изданий ТОП-15 для взрослой аудитории, пожалуй, впервые за долгое время является не только холдинг «Эксмо-АСТ».

Таблица 2.3.
ТОП-15 печатных изданий для взрослой аудитории в книжных магазинах г. Москвы по суммарным (экз.) продажам в I-III кв. 2025 г.

АВТОР	НАЗВАНИЕ	ИЗДАТЕЛЬ	ЦЕНА 1 ЭКЗ., РУБ.
1	Кавамура Г.	Если все кошки в мире исчезнут	Эксмо: Бомбара 536-766
2	Рубина Д.И.	Дизайнер Жорка. Кн. 1: Мальчики	Эксмо 1073-1533
3	Мамич М.В.	Композитор тишины: Сергей Рахманинов	ИД Мещерякова 850
4	Боланд П.	Убийства и кексики. Детективное агентство "Благотворительный магазин"	Эксмо 453-648
5	Вавилова Е.С.	Нетворкинг для разведчиков: как извлечь пользу из любого знакомства Убийства в пляжных домиках.	Эксмо 478-603
6	Боланд П.	Детективное агентство "Благотворительный магазин"	Эксмо 453-484
7	Драйзер Т.	Это безумие	АСТ 494-612
8	Брэдбери Р.	Вино из одуванчиков	Эксмо 866-1207
9	Трихиани А.	Добро не оставляйте на потом	Фантом Пресс 960-1031
10	Корелли М.	Скорбь Сатаны	Эксмо 1020
11	Яхина Г.Ш.	Эйзен	АСТ: Редакция Елены Шубиной 961-1245
12	Гунель Л.	Бог всегда путешествует инкогнито	Азбука 699-999
13	Гарсия Маркес Г.	Увидимся в августе	АСТ 618-804
14	Стоянов Ю.	Игра в городки	РИПОЛ классик 1472-1486
15	Коэльо П.	Высший дар	АСТ 611-874

*исключая учебную, научно-популярную и справочную литературу
Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, октябрь 2025 г.

2.6. Динамика цен на печатные издания на книжном рынке г. Москва в I-III кв. 2020-2025 гг.

Вопрос урегулирования цен относится к системным проблемам книжной отрасли, т.е. вопреки многочисленным дискуссиям он так и не получил удовлетворительного решения. Книжные магазины работают в условиях сниженной до критического уровня маржинальности, «OZON» и «Wildberries» вынуждены наращивать объем дискаунта, конкурируя за потребителя, одновременно поднимая тарифы и комиссии, а непрофильная розница приступила к производству детских развивающих брошюр под собственными

торговыми марками, таким образом взяв под контроль МРЦ в этой группе изданий. Взаимные претензии издателей и книжной розницы не решают проблем, а лишь усугубляют их, не позволяя книжному рынку Москвы реализовать весь свой потенциал. И как стало понятно в ходе обсуждения закона «О платформенной экономике» в марте 2025 года удовлетворительного для книжной отрасли законодательного (т.е. юридически оформленного) решения ждать не стоит.

**Александр Брычkin,
генеральный директор ОРС «Читай-город – Буквоед»:**

«К сожалению, закон в текущем виде не решит проблемы книжного рынка. Он не устраняет дисбаланс в налогообложении между традиционной розницей и маркетплейсами. Об этом много говорят и пишут, но реальных шагов в данном направлении пока не предпринято. Это, конечно, больно бьет по доходам бюджетов всех уровней, что вынуждает поднимать налоги широким фронтом. Но реальная проблема, на мой взгляд, носит структурный характер – быстро растут продажи в сегменте с низким налогообложением на рубль товарооборота. А традиционная розница с высоким налогообложением стагнирует или падает.

Вторая проблема, о которой почему-то не говорят – это ставки комиссий и тарифов маркетплейсов. Ведь что происходит: маркетплейсы активно увеличивают тарифы и комиссии, при этом в погоне за ростом товарооборота отдают всю маржду клиентам в виде скидки постоянного покупателя, скидки по карте аффилированного банка и т.д., а иногда и доплачивают от себя. Мы такие случаи видели в книгах. Если в какой-то момент эти скидки будут отменены или сильно сокращены, мы увидим резкий рост цен на книги в маркетплейсах и сокращение продаж. «Подхватить» продажи будет некому, большая часть книжной розницы к тому моменту просто закроется. Полагаю, что с учетом текущей значимости маркетплейсов для экономики нужно вводить регулирование роста комиссий и тарифов, чтобы вернуть конкуренцию в здравое русло».

Вопрос цены придется решать внутри отраслевого сообщества поиском компромиссов между интересами поставщиков и дистрибуторов. И начать стоит с признания того, что роль ценового регулирования на книжном рынке в настоящий момент завышена. Да, цена важна, но гораздо важнее – сохранение индивидуальности каждого канала сбыта для комфортной работы издателя и ощущения «удачной покупки» читателем, для достижения максимально возможного при данном уровне цен объема продаж книжной продукции в Москве.

В классической книжной торговле (в СССР в том числе) базой для оценки эффективности работы предприятия служил правильно сформированный книжный ассортимент, ведь уровень его соответствия запросам клиента и определял высокий объем продаж в выбранных тематиках, отсутствие залежавшихся изданий и прочие негативные моменты, снижающие ликвидность розницы. Основные профессиональные навыки сотрудников советского книжного магазина были сконцентрированы на формировании ассортимента, в т.ч. под индивидуальные запросы покупателей, входящих в зону обслуживания конкретного магазина. Сегодня этот подход утрачен. И оценка эффективности новых коммерческих книготорговых объектов строится на базе такого анонимного показателя как «объем продаж с квадратного метра торговой площади». При этом специфика книги как товарной категории абсолютно не учитывается: ассортиментные матрицы спускаются «сверху» из отделов, специалисты которых не имеют прямого контакта с клиентами, как и надуманные маркетинговые решения по выкладке, акциям и унифицированным моделям работы с запросами читателей. Нельзя заставить читателя купить то, что ему не нужно, не опустившись при этом до уровня продаж «на вес». Отсюда все эти «нерешаемые» системные проблемы с ценами и с избыточно раздутой конкуренцией. У книжных магазинов с индивидуально выстроенной ассортиментной картой, с оригинальными

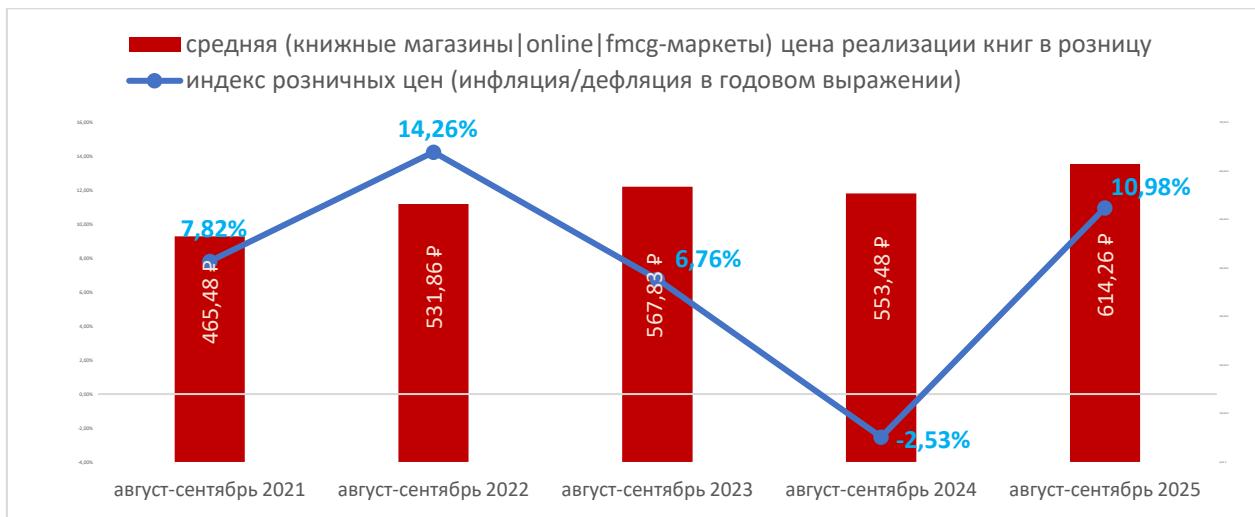
промо-акциями и продуманной системой взаимодействия с постоянными покупателями, вопрос цены смещается на второй план.

Причем, вопрос ценового регулирования касается не только взаимодействия книжной розницы и онлайн-канала. Дисконт как самый популярный сегодня инструмент стимулирования падающих продаж и массовый демпинг в конкуренции за потребителя обесценивают книгу, обезличивают её, тем самым нанося непоправимый урон и самим издателям. Их работу, их продукт перестают ценить читатели. В России и прежде импринт не являлся узнаваемой покупателем маркой, за некоторыми исключениями, как правило родом из СССР. И с 2020 года, с момента бурного развития онлайн канала (маркетплейсы, self-pub платформы) значимость работы издателя книги всё чаще ставится под сомнение.

В целом динамика покупательских трат в сентябре 2025 года НЕ свидетельствует о восстановлении спроса на книжном рынке Москвы. Лучшее подтверждение этому – скромная инфляция на уровне 10,98% (LFL09.24), вопреки значимо возросшей стоимости производства книг и услуг дистрибуции в 2025 году. На фоне прошлогодних дефляционных процессов нынешний инфляционный индекс, тем не менее, свидетельствует о сохранении тенденции преимущественной реализации более дешевых книг прошлых лет выпуска в структуре книжного рынка, а также о росте доли площадок с низкой средней ценой реализации (FMCG-маркеты) в потребительской корзине столичного читателя.

Диаграмма 2.8.

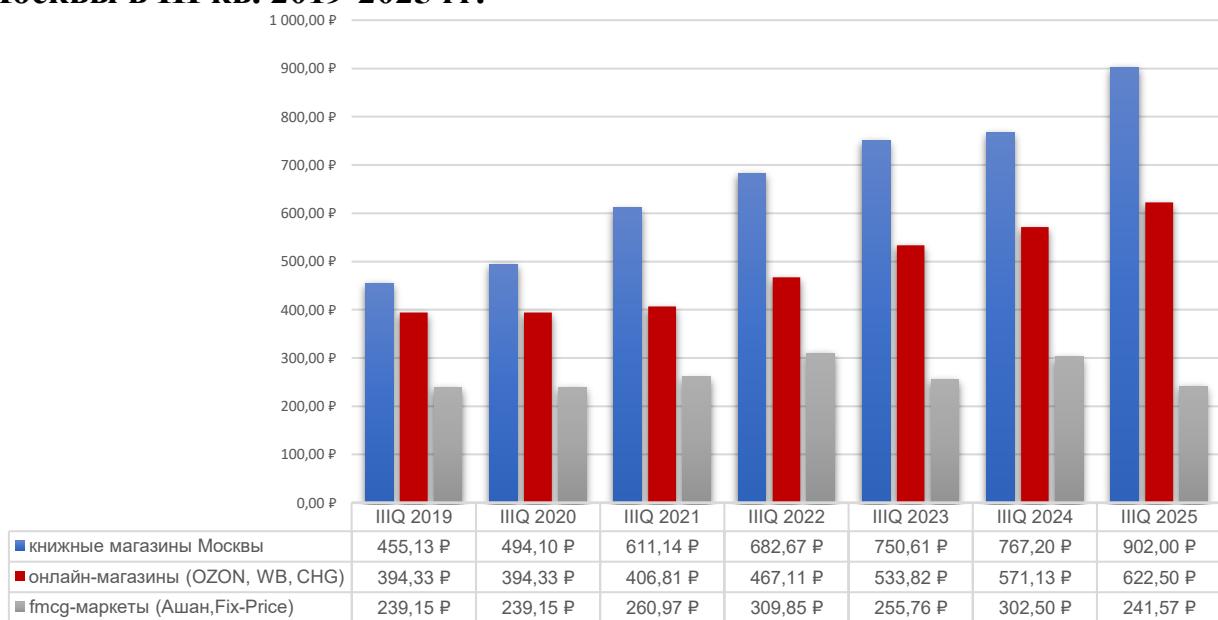
Индекс потребительских цен и средняя цена реализованного издания на книжном рынке г. Москва в августе-сентябре 2021-2025 гг.



Источник: экспертный опрос (сентябрь/октябрь 2021-2025 гг.), открытые данные компаний аналитика Мониторинг

Драйвером ожидаемого по итогам 2025 года роста книжного рынка остается онлайн-сегмент (маркетплейсы), где вторичный рынок книжного предложения и продажи бэк-каталога издательств растут более высокими темпами, чем рынок издательских новинок. И безусловно, этот факт негативно сказывается на инвестициях, продолжая раскручивать спираль ценового демпинга в борьбе за клиента.

Диаграмма 2.9.
Средняя цена купленной книги в различных каналах книжной розницы Москвы в III кв. 2019-2025 гг.



Источник: экспертный опрос (сентябрь-октябрь 2019-2025 гг.); аналитика – Мониторинг

В силу привычки москвича к покупкам в физической рознице и его финансовым возможностям, которые позволяют сохранять устойчивые покупательские модели поведения, именно в Московском регионе «вилка» между ценой на книгу в интернете и в классическом книжном магазине остается весьма внушительной. В сентябре 2025 года клиент платил за книгу в книжном магазине в среднем на 44,9% больше, чем в онлайн-канале (в 2024 – на 34,3%; в 2023 – на 40,6%; в 2021 – на 50,2%). И книжные магазины, и их клиенты по-прежнему могут себе это позволить.

Кроме того, значимое (более чем в три раза) расхождение цен между витриной книжных магазинов и FMCG-маркетов сохраняется и в 2025 году. Так, заявленная цена на роман «Брисбен» Евгения Водолазкина в ОЦ МДК в сентябре составила 1317 руб., а на книжных полках супермаркетов «Fix-Price» – 349 руб. Иными словами, максимальный разброс цен по книге достиг фактически четырехкратных значений.

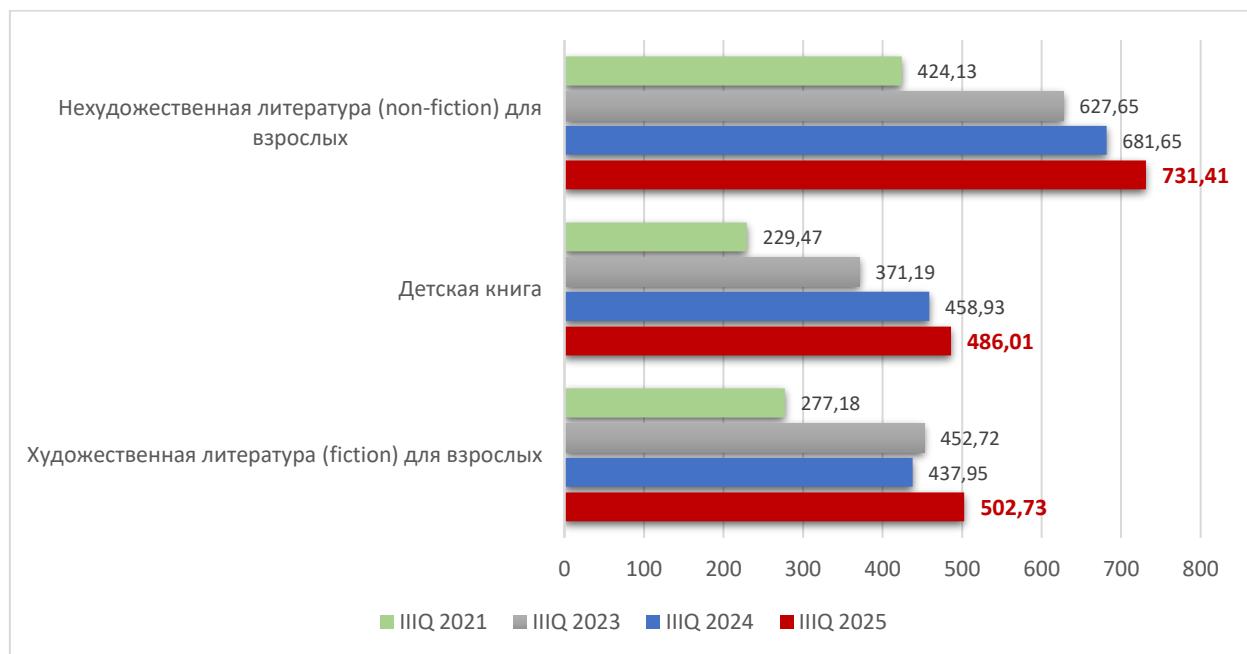
Да и внутри канала книжных магазинов есть ценовая конкуренция, связанная с преимущественной товарной поддержкой ОРС «Читай-город – Буквоед» со стороны холдинга «Эксмо-АСТ». К примеру, цена продажи детских изданий сказок в сопровождении музыкальных произведений из серии «Волшебная книга-плеер» издательства «Эксмо» в книжных магазинах столицы в сентябре 2025 года колебалась в диапазоне 1993-2359 рублей, в то время как в магазинах «Читай-город» продавалась по цене в среднем 1650-1745 руб. за экземпляр. Аналогичное 42%-е расхождение в ценнике и на бестселлер Гэнки Кавамуры «Если все кошки в мире исчезнут».

В любом случае покупка книги в FMCG-маркете – это по-прежнему самый бюджетный вариант. И в сентябре 2025 года в книжном магазине клиент платил за книгу на 273,4% (в 2024 – на 153,6%; в 2023 – на 193,5%; в 2022 – на 120,3%; в 2021 – на 134,2%) больше ценника FMCG-маркета. Конечно, и книги в специализированном книжном магазине другие, и уровень услуг не сопоставим. Но стоит отметить, что книжный ассортимент полок

универсамов в 2025 году выглядит гораздо качественнее завалов 2022-2023 гг., добавьте к этому текущий дефляционный индекс (-20,1%LFL2024), возможность покупки «по пути» с товарами первой необходимости, и вы получите вполне комфортную площадку для приобретения жанровой литературы и детских книжек. В 2025 году москвич мог найти в 359 магазинах «FixPrice», расположившихся на территории всех округов Москвы, качественные издания «Феникса», «Рипола», «Эксмо-АСТ», «Мозаики-Синтез», ИД «Лев» и «Росмэна» по вполне доступным ценам: средний ценник детской книги – 145,3 руб. (59,00-349,00); изданий художественной литературы – 212,05 руб. (99,00-349,00); нон-фикшн изданий – 274 руб. (199,00-349,00).

Диаграмма 2.10.

Средняя цена* купленного на территории Москвы издания базовых тематик книжного ассортимента в августе-сентябре 2021-2025 гг., руб.



*Средневзвешенное значение по каналам сбыта: книжные магазины, онлайн | маркетплейс, fmfg

Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга (сентябрь-октябрь 2021-2025 гг.), открытые данные компаний, аналитика – Мониторинг

Согласно проведенному в сентябре 2025 года анкетированию посетителей книжных магазинов Москвы, комфортная цена книги для

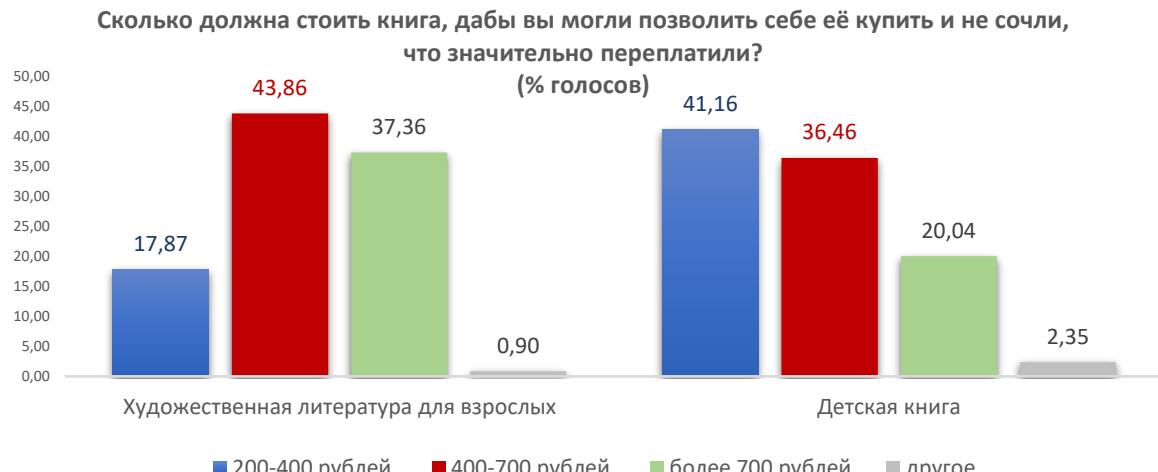
взрослой аудитории остается в диапазоне 400-700 рублей, для детской книги – 200-400 рублей. Более того, очевидно снижение предполагаемой суммы ежемесячных трат на приобретение книги. Тех, кто готов потратить на книги более 1000 руб. в месяц в сентябре 2025 года – лишь 30,99% участников опроса (в сентябре 2024 – 36,15%). Ни официальная индексация зарплат и пособий под инфляционные процессы в стране, ни более высокие зарплаты москвичей не отражаются на результатах этих многолетних панельных исследований. Причем, в 2025-м в пользу выбора мест приобретения книг респонденты опроса в два раза чаще, чем в 2024-м, упоминали в качестве аргумента фразу – «потому что цены ниже».

По результатам анкетирования посетителей книжных магазинов Москвы в сентябре-октябре 2024 года роман для взрослого чтения (16+) по мнению **61,73%** (в 2024 – 72,3%; в 2023 – 69,6%; в 2022 – 57,6%; в 2021 – 68%; в 2019 – 79%) респондентов не должен стоить дороже 700 рублей; детская книга по мнению **41,16%** (в 2024 – 42,2%; в 2023 – 43,7%; в 2022 – 44,7%; в 2021 – 41%; в 2020 – 41%; в 2019 – 43%) респондентов – не дороже 200-400 рублей. Причем, только каждый пятый посетитель магазина (20,04%) готов сегодня заплатить за детскую книгу более 700 рублей, кстати, точно также как и два года назад (в 2023 – 20,45%).

Диаграмма 2.11.

Ценовой порог стоимости книги для московского покупателя в 2020 и в 2025 гг.

2025:



2020:



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2020г. и 2025г.)

Так что издатели, стартующие в прайсе с ценами выше приемлемого для покупателя уровня, вынуждены ограничивать свои расходы и перекладывать на плечи ритейла лишь часть инфляционных моментов в логистике и производстве.

Да и «перекладывать» растущие издержки особо некуда. На начало осени 2025 года только ассортимент в fmсg-маркетах может позволить себе прирасти в цене. Во всех остальных каналах (включая онлайн) сумма на ценнике давно вплотную подошла к пороговому для текущего уровня спроса значению. Так, средняя цена реализации в московских книжных магазинах в

августе-сентябре 2025 года составила 902,0 руб. (LFL 2024 – 767,20 руб.; LFL2023 – 750,61 руб.; LFL2022 – 682,67 руб.; LFL2021 – 611,14 руб.; LFL2020 – 494,10 руб.), хотя социологический опрос их посетителей, проведенный в рамках Мониторинга в сентябре-октябре 2025 года, определил стоимость книги в 700 руб. в качестве верхней границы принятия решения о покупке для 61,7% клиентов. Отсюда и резкое снижение коэффициента конверсии, с которым розница столкнулась в последние 3-4 года.

Диаграмма 2.12.

Средняя розничная цена книжного издания и годовая инфляция в основных каналах сбыта в III квартале 2025 г.



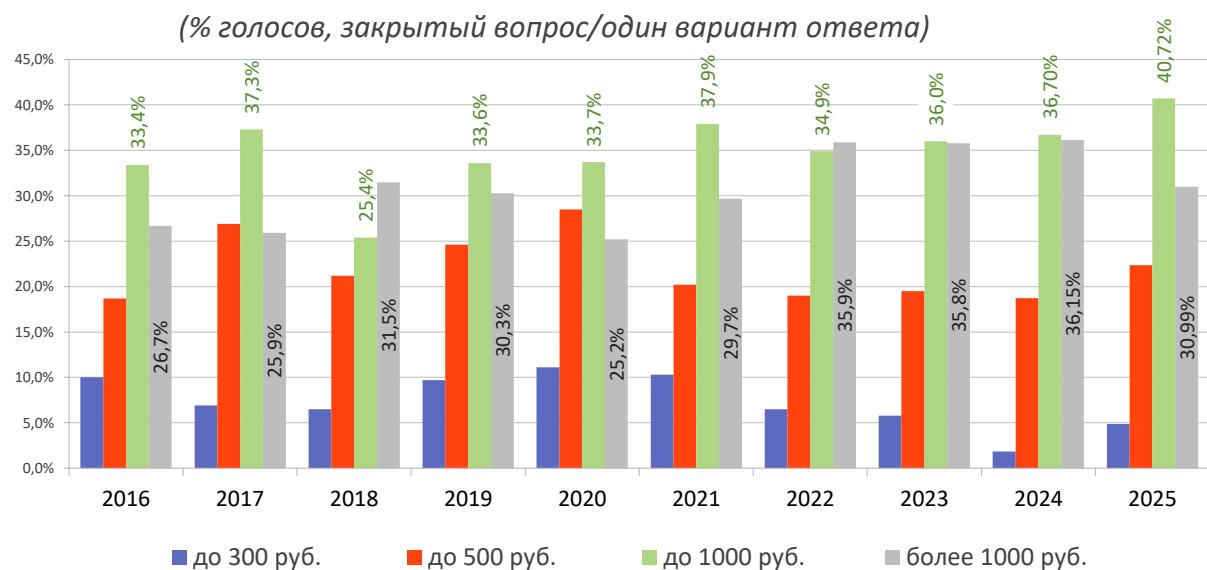
Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга (октябрь 2025), открытые данные компаний, аналитика – Мониторинг

В 2025 году москвичи в достаточной степени обеспечены комфортными книжными магазинами и онлайн-сервисами заказа и доставки. Есть где купить и из чего выбрать. Но если провести параллель между результатами опроса посетителей книжных магазинов в диапазоне прошедшего десятилетия, то изменения в предполагаемом объеме трат на книги минимальны: в 2025 году (как и в 2018-м) только около 31% посетителей книжных магазинов готовы в месяц потратить на книги более 1000 руб. и каждый четвертый (27,5%) – менее 500 руб. в месяц. При том, что среднестатистическая книга с 2018 года подорожала в тех же книжных магазинах более чем в два раза (на 111,8% с 425,85 руб. до 902,00 руб.), да и средняя номинальные начисленные зарплаты

москвичей подросли согласно официальной статистике на 120,5% (с 81 тыс. до 178,6 тыс. руб.).

Диаграмма 2.13.

Ежемесячная сумма трат на книги населением Москвы в 2016-2025 гг.

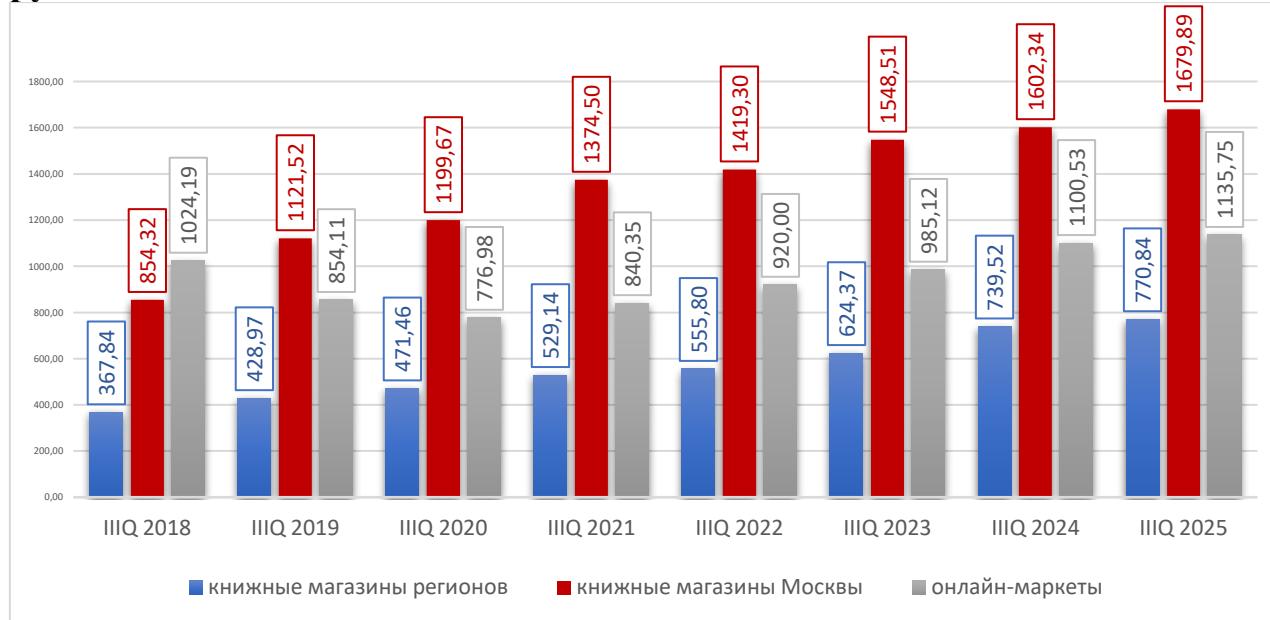


Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2016-2025 гг.)

В отличие от заявленных в ходе опроса предполагаемых трат на покупку книг, средний чек читателя продолжает понемногу расти, причем средний чек книжных магазинов Москвы по-прежнему двукратно превышает размер среднего чека книжников в регионах РФ (770,8 руб. & 1679,89 руб.). И еще одна хорошая новость для московской розницы – в августе-сентябре 2025 года средний чек книжных магазинов в Москве поднялся на 4,84% (LFL2024), в то время как средний «книжный» чек москвича в интернет-магазине вырос лишь на 3,2% (LFL2024) до 1135,75 рублей. Иными словами, по-прежнему, онлайн-раты фактически на треть превышают стоимость книжного заказа на маркетплейсе.

Диаграмма 2.14.

Средний чек покупателя (только книги) в третьем квартале 2018-2025 гг., руб.



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2018-2025 гг.

Нарастание инфляционных колебаний и фактически неощутимый на этом фоне рост реальных денежных доходов населения на протяжении последних трех лет вынудил большинство московских издательств отказаться от стратегии корректировки прибыльности проектов для удержания роста цен. С учетом снижения спроса (текущего и прогнозируемого) приоритетными для книгоиздания столицы стали инвестиции в более качественные книжные издания с высокой долей затрат на тиражирование (70-90%) в себестоимости экземпляра и соответственно значимо растущей ценой в прайсе издателя.

Несмотря на стабилизацию ситуации в книжной полиграфии в плане обеспеченности расходными материалами (прежде всего бумагой) и квалифицированными кадрами, тем не менее, в связи с переходом на единые школьные учебники по целому ряду предметов, в 2025 году типографии испытывают дополнительные нагрузки. Объем инвестиций со стороны бюджета настолько велик, что коммерческие издательства вынуждены мириться с увеличением сроков изготовления их книг и роста себестоимости производства единицы книжной продукции.

По данным экспертного опроса издателей Москвы, в сентябре 2025 года стоимость типографских услуг и бумаги в среднем выросла на 13,67% и 7,43% соответственно (LFL2024). Доля типографских расходов в структуре себестоимости книжного издания находится сегодня в среднем на уровне 73,9%, увеличившись только за год на 7,9 п.п. (2024 – 66%; 2023 – 57%).

**Олег Новиков,
президент ИГ «Эксмо-АСТ»:**

«Согласно нашим прогнозам, рост цен на книги к концу 2025 года может достигнуть 10%, что связано с подорожанием типографских услуг, бумаги, логистики и складского хранения. К тому же, на этом фоне мы наблюдаем рост спроса на издания высокого полиграфического качества. На рынке можно найти недорогие издания по цене от 250 рублей, но всё чаще читатель делает выбор в пользу красивых, качественно оформленных бумажных книг. И это особенно заметно в сегменте литературы для детей и подростков – здесь востребованы книги с цветными обрезами, подвижными деталями, лаком и другими элементами, которые делают издание дороже. Так что рост себестоимости связан прежде всего с экономическими факторами, но и также со структурными изменениями спроса.

Издатели долго сдерживали рост цен, используя внутренние резервы, но этот ресурс полностью исчерпан. При этом повышение розничных цен на книги идет медленнее инфляции. Надеюсь, мы сможем сохранить лояльность читательской аудитории, предлагая актуальные, востребованные проекты».

**Ирина Балахонова,
главный редактор Издательского дома «Самокат»:**

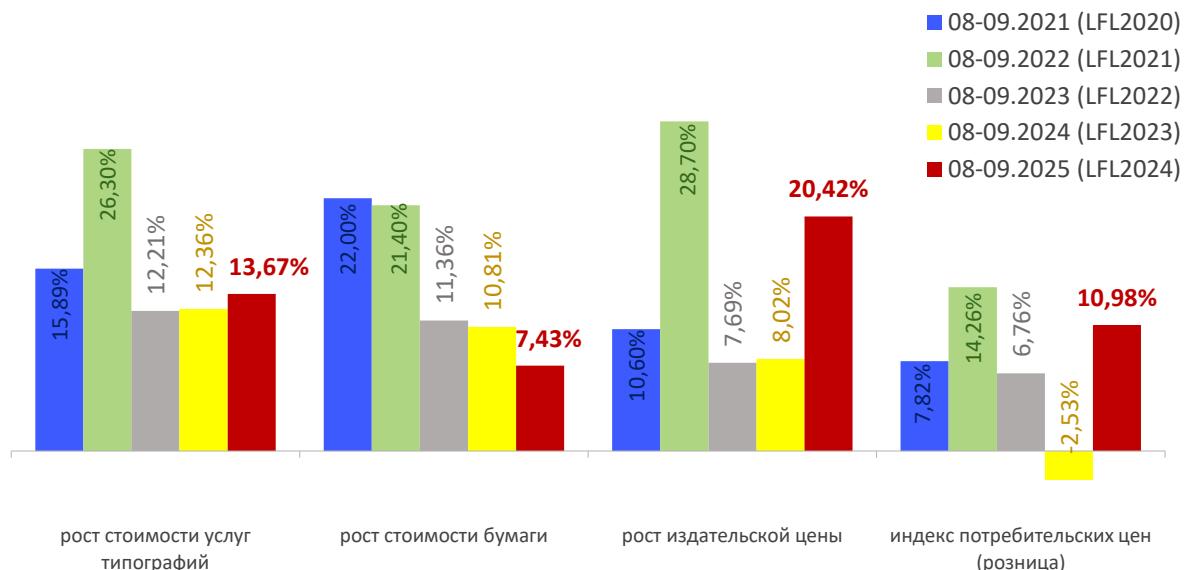
«Цены на производство печатных книг продолжают расти и в 2025 году, стоимость печати подорожала примерно на 17%. Причем, «Самокат» крайне редко печатает свои книги за границей: в прошлом году, например, лишь одно издание было напечатано в Китае, остальные – в России. И для нас, и для читателей рост стоимости печати очень чувствителен».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Иными словами, издатели сегодня уже не готовы к снижению переменных издержек в части затрат по типографскому треку (к потери качества, уменьшению объема издания). Согласно экспертному опросу в рамках Мониторинга, средневзвешенный показатель отпускной (издательской) цены в сентябре 2025 года составил 487,6 руб. (+20,4% LFL2024). Среди причин роста цен издательства указывают смену репертуарной политики (ассортимента) в части выпуска новинок большей полиграфической сложности и объема (формата, цветности), рост стоимости услуг типографий и бумаги, транспортных услуг, ценовую политику маркетплейсов, индексацию зарплат редакций и т.д. Впрочем, стоит отметить, что есть и те (15,4% издателей-респондентов), кто снизил или «заморозил» цены вопреки общей тенденции.

Диаграмма 2.15.

Рост стоимости производства печатной книги и динамика цен на книжном рынке Москвы в августе-сентябре 2021-2025 гг., % год к году



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2021-2025 гг.

В августе-сентябре 2025 года новые поступления в книжные магазины Москвы приходят по цене на 13-19% (в среднем на 15,8%) дороже, чем годом ранее. В итоге, книжные магазины Москвы, работающие с продукцией среднего и низового ценового сегмента, оказались зажаты между растущими

ценами поставки от издателей и снижением трат на книги со стороны потребителей. В 2025-м ситуация резко ухудшилась особенно для тех, кто в значительной части своего предложения ориентировался на схожий с онлайн-маркетами и прочими посредниками ассортимент.

Очевидно, что конкурировать по цене с онлайн-маркетами невозможно из-за другой структуры издержек, и никакие субсидии или иная, в т.ч. рекламная поддержка со стороны государства вопрос не решит. Зачем с помощью рекламы приводить клиента в магазин, чтобы показать ему тот же самый ассортимент только на треть дороже?

Снижение трафика, конверсии – это не причина, а следствие утраты каналом книжных магазинов своей индивидуальности. Понять это просто, но приступить к решению этой проблемы книжникам столицы нелегко, особенно сетевому бизнесу, чье преимущество как раз и заключается в унификации процессов, ассортиментных карт и маркетинговых решений для десятков книжных магазинов, работающих под единым брендом.

Но без решения ситуация будет только ухудшаться. Цена на издательские новинки продолжит расти, особенно в части продукции среднего ценового сегмента. И рассчитывать книжникам столицы на «понимание со стороны поставщиков» не стоит. Издательства считают, что цена на книгу в разных каналах сбыта в 2025 году достаточно сбалансирована.

Олег Новиков,

президент издательской группы «Эксмо-АСТ»:

«Что касается каналов сбыта, то сегодня лидируют маркетплейсы с долей 57,8%, которые обеспечивают более низкие цены и широкую доступность книг, особенно в сегментах массовой литературы, учебников и популярной прозы. Офлайн-магазины в силу высоких затрат на аренду и логистику сохраняют более высокие цены, но предлагают уникальный опыт оценки качества книги, знакомство с новинками, детскими и подарочными изданиями. Физическую книгу – ее тактильные свойства, запах и оформление – можно в полной мере оценить, только подержав в руках в магазине. И поэтому книжные магазины становятся сегодня центрами впечатлений,

эмоций, культурного досуга.

Таким образом, ценовой баланс в 2025 году выглядит структурно дифференцированным: маркетплейсы – это доступность и скорость, онлайн розница – это знакомство с новинками, личные консультации и возможность полистать книги и оценить их оформление».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

2.7. Программы поддержки и продвижения книги и культуры чтения в г. Москва в 2025 году

Когда основная цель – стать ближе к своему клиенту и при этом сэкономить, то очевидное решение – социальные сети и мессенджеры, которые выглядят доступным, малозатратным и понятным способом влияния на читательскую аудиторию. Но в реальности у большинства издательств и книжных магазинов нет средств на значительную рекламную кампанию в интернете, и нет возможности оплачивать работу штатного сотрудника по онлайн-продвижению собственных книг. Проблем добавило и новое законодательство об обязательной маркировке рекламы и запрете её размещения на запрещенных или ограниченных в РФ онлайн-ресурсах. Поэтому заявления издательств о предпочтительном финансировании инструментов онлайн-продвижения книг на фоне игнорирования возможностей традиционной рекламы – зачастую всего лишь красивая формулировка для прикрытия сокращения (или полного обнуления) бюджета по линии представительских и рекламных затрат.

Только с 2018 по 2024 гг. в структуре рекламных бюджетов издательств доля традиционной рекламы сократилась с 20% до 7%, в то время как доля трат на онлайн-рекламу выросла с 27% до 48%. Однако, давление регулятора в части контроля за онлайн пространством РФ в 2022-2024 гг., блокировка ряда

соцсетей и мессенджеров, привели в итоге к удорожанию онлайн-инструментов и росту рисков работы по онлайн-продвижению книг. С осени 2022 года многие издательства переориентировались на социальную сеть ВКонтакте, активизировались в Telegram и Дзен, реанимировали свои группы в ОК (Одноклассники) и продолжили плотно работать с YouTube. Но в 2024-м вновь возникли проблемы, уже с YouTube, и необходимостью переключения на Rutube или ВК видео. И нет никакой гарантии, что активно продвигаемые сегодня книжниками каналы в Telegram, завтра не будут заблокированы или подвергнутся любой иной обструкции со стороны владельцев (или не владельцев) этого мессенджера.

Видимо устав от турбулентности онлайн-пространства РФ, в 2025 году издатели вносят серьезные изменения в структуру собственных рекламных бюджетов: согласно результатам экспертного опроса в рамках Мониторинга, доля традиционной рекламы растет с 6,96% (2024) до 13,82% (2025), в то время как доля трат на онлайн-рекламу снижается с 48,4% (2024) до 43,3% (2025) в бюджетах издательств на текущий год.

Осенью 2025 года издатели Москвы в качестве основных площадок общения с клиентами выбирают аккаунты в Telegram и во ВКонтакте. Остальные сети отошли на второй план. Причем, в 2024-2025 гг. в лидеры по эффективности контактов с клиентами издательств выходит именно ВК, отодвигая Telegram на вторые позиции, а сеть MAX пока фактически не используется издателями Москвы для общения с клиентами, исключая ведущие издательства учебной книги (Инфра-М и Просвещение).

Можно сказать, что издательства, уже раз обжегшись, предпочитают сегодня «складывать яйца в одну корзину», и вполне адаптировались к российским площадкам, не разбрасываются по всему спектру предложений, сосредоточив свои усилия на мессенджере Telegram и социальной сети ВКонтакте. С появлением возможности размещать стримы мероприятий в ВК, видеохостинг YouTube/Rutube используется намного реже. Да и

законодательные инициативы регулятора в сфере рекламной деятельности усиливают желания ограничиться проверенными российскими платформами.

В настоящий момент издателям и книжникам РФ (и Москвы в том числе) приходится учитывать в своей рекламной деятельности ряд правовых требований:

Во-первых, требования Закона «О рекламе» (от 13.03.2006 N 38-ФЗ), связанные с маркировкой интернет-рекламы (ст. 18.1). Эти изменения начали действовать еще с 1 сентября 2022 года, но бизнесу и физлицам было дано время на адаптацию к новым правилам, и только с 1 сентября 2023 года введена шкала штрафов за нарушение маркировки рекламы. Каких-либо принципиальных трудностей у издателей и книготорговцев Москвы с выполнением этого закона не возникло после подробных разъяснений ФАС и Роспотребнадзора. Вопрос маркировки рекламы в большей степени касается книжных блогеров и онлайн-СМИ, пишущих о книге и книжных мероприятиях, но не субъектов книжного бизнеса. Ведь Закон необходим для того, чтобы упорядочить рекламу в интернет-сфере, как для физических, так и для юридических лиц, а также обеспечить прозрачность и защиту пользователей от навязчивой и скрытой рекламы, и никак не затрагивает бизнес-интересы производителей книжных товаров и дистрибутеров книжного рынка.

Во-вторых, требование верификации аккаунтов, имеющих более 10 тыс. подписчиков, в реестре Роскомнадзора с 1 ноября 2024 года, согласно принятым Госдумой 30 июля 2024 года «Изменений в Федеральный закон «О связи» и отдельные законодательные акты Российской Федерации». Правила деанонимизации касаются аккаунтов в Likee, TikTok, Twitter, YouTube, ВКонтакте, Одноклассники, Telegram, LiveJournal, Пикабу, Pinterest, Rutube, Дзен, Twitch, Discord, Yappy. Но не касаются Facebook и Instagram, которые не включены в реестр соцсетей Роскомнадзора, поскольку обе платформы принадлежат компании Meta, которая признана экстремистской и запрещена в России. Перед регистрацией юристы советуют владельцам аккаунтов

проверить свои странички на предмет соответствия законодательству. И только в этом смысле для издателей и книготорговцев Москвы могут возникнуть сложности в части размещения в соцсетях информации о книгах с противоправным контентом, т.е. контентом, нарушающим ФЗ от 05.12.2022 г. №479-ФЗ об ответственности за пропаганду нетрадиционных сексуальных отношений, Указ Президента РФ №809 от 9.11.2022 о традиционных духовных ценностях, ФЗ от 04.03.2022 г. №31-ФЗ о публичных действиях, направленных на дискредитацию использования ВС РФ, ФЗ № 114-ФЗ от 25.07.2002 «О противодействии экстремистской деятельности» и пр. А с 1 марта 2026 года еще и рекламы изданий с упоминанием наркотических средств и психотропных веществ, не промаркированных должным образом в соответствии с Приказом Минцифры в части исполнения Федерального закона от 08.08.2024 № 224-ФЗ «О внесении изменений в статьи 1 и 46 Федерального закона «О наркотических средствах и психотропных веществах».

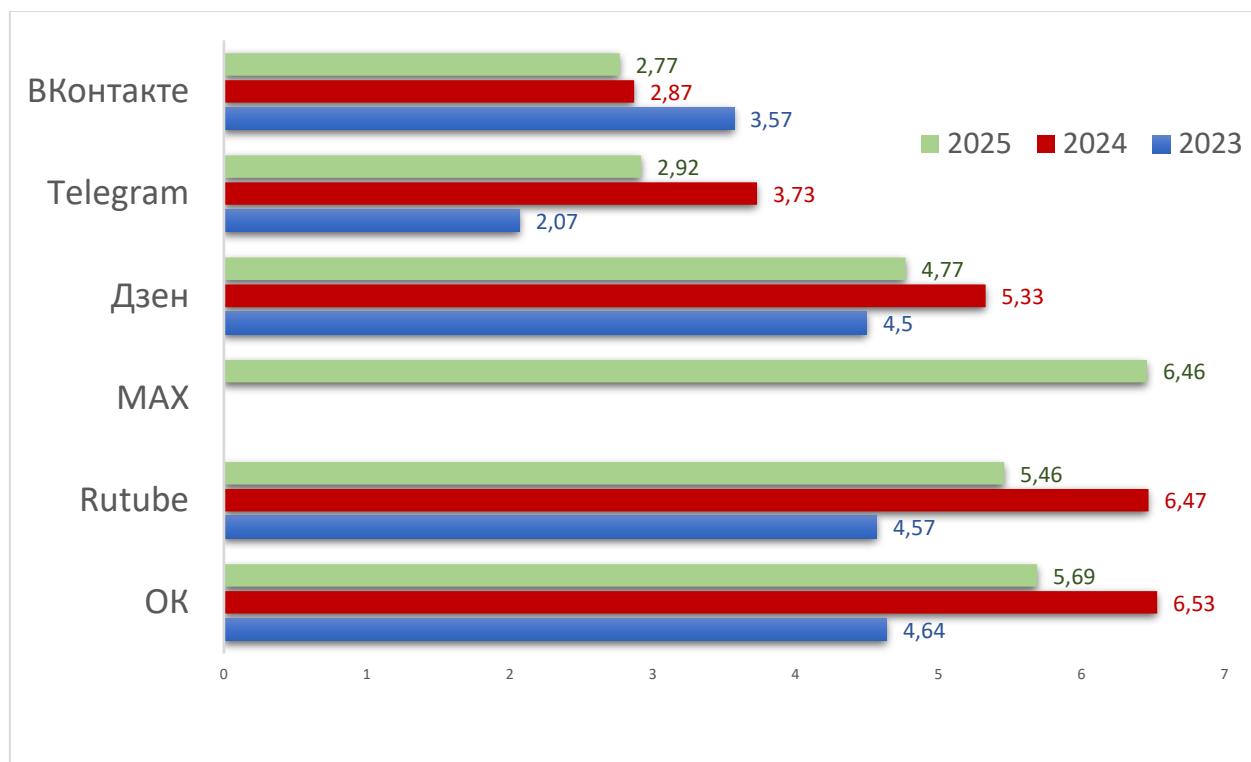
В-третьих, требование запрета рекламы (и рекламных материалов) для книг, в авторском коллективе которых присутствует лицо со статусом иноагента – ст. 11 п. 20 Федерального закона №255-ФЗ (на иностранных агентов распространяются ограничения и запреты, предусмотренные ФЗ от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе»/ в ред. Федерального закона от 11.03.2024 N 42-ФЗ)

В-четвертых, требование запрета с 1 сентября 2025 года рекламы (№72-ФЗ от 07.04.2025) на ресурсах, признанных в РФ экстремистскими или «нежелательными» (прежде всего Instagram, Facebook и WhatsApp, принадлежащие запрещенной в РФ Meta), а также на ресурсах, доступ к которым ограничен (YouTube и Discord). Речь идет о маркированной интернет-рекламе (№38-ФЗ с 1.09.22) по настоянию Роскомнадзора, а также о приказе ФАС с квалификационными признаками рекламы (обращение к широкой аудитории, формирование её лояльности; слова-метки – «обрати внимание», «купи», «выбери нас»; наличие ссылки на товар или сайт). Оба ведомства контролируют исполнение нововведений с 1.09.25. За нарушение

закона отвечает и рекламораспространитель, и рекламодатель, штраф для юр. лиц – до 500000 руб. (ст. 14.3 КоАП РФ). Удалять старые (размещенные до 1.09.25) рекламные материалы не нужно, но каким-либо образом продвигать их повторно запрещено. Нельзя ссылаться на эту рекламу в других постах, делать репосты, сохранять ее в закрепленных сообщениях, продвигать, указывать в рекламе актуальные акции, скидки и предложения.

Диаграмма 2.16.

Издательства Москвы. Социальные сети в 2023-2025 гг.: Оценка эффективности контактов с читателями по шкале от 1 до 7, где 1 – max



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2023-2025 гг.

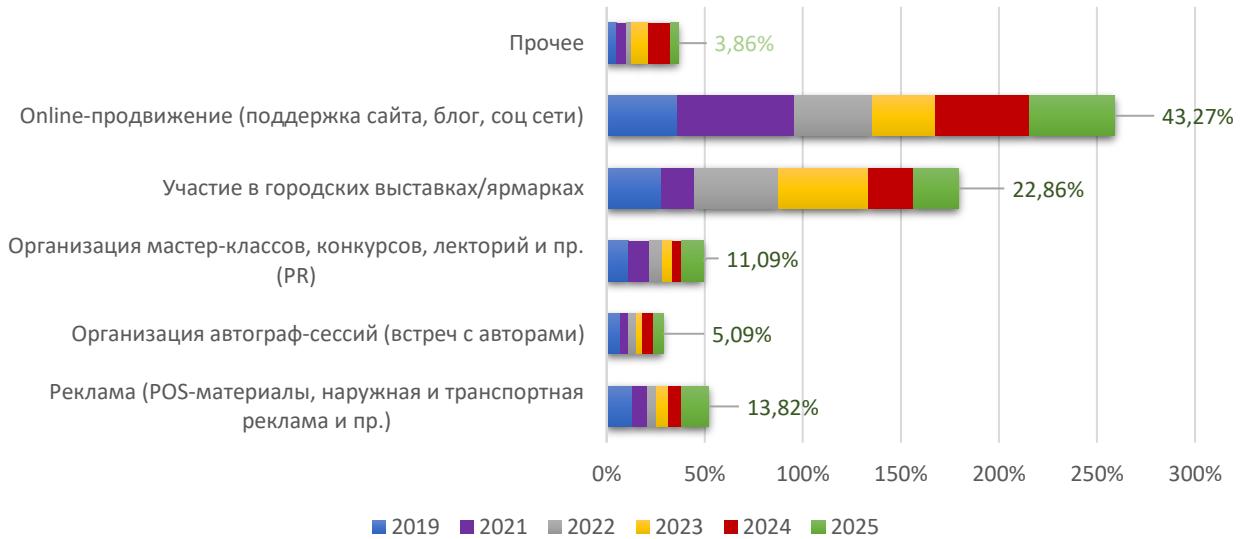
В 2025 году рекламные бюджеты издательств большей частью растут, определенное сокращение (минус 10-59%) отмечает лишь каждое третье издательство-респондент (30%) экспертного опроса в рамках Мониторинга; нулевую динамику к прошлому году сохранила четверть (16,7%) издательств, но чаще идет речь об увеличении бюджета на 7-12-30-65% от прошлогодней суммы.

Конечно, бюджеты у всех разные. От 11,5 млн рублей («АСТ»), 5 млн руб. (ГК РИПОЛ), 6,5 млн руб. (издательство «Азбука») и 4,5 млн (издательство «Росмэн») до 700 тыс. руб. («Мозаика-Синтез»), 122-245 тыс. руб. («Русское слово», ИЦ «Академия» и «Инфра-М»), 50 тыс. руб. («Вако») или 10 тыс. руб. маленького издательства «40 книг». Разнится и доля трат рекламного бюджета на Москву – от 0% (Росмэн) до 80% («Мозаика-Синтез», ГК РИПОЛ), но что объединяет столичные издательства, так это стабильная в последние годы доля затрат на участие в ярмарках и фестивалях на территории г. Москва (в 2024-2025 гг. – 22,9-23,2% в структуре рекламного бюджета).

В 2025 году заметно (на 6-7 п.п.) укрепили свои позиции в бюджете традиционная реклама (POS-материалы, наружная и транспортная реклама и пр.) и инструменты событийного маркетинга (мастер-классы, конкурсы, лекторий).

Диаграмма 2.17.

Структура затрат издательства на продвижение книги и чтения на территории Москвы в I-III кв. 2019-2025 гг.



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2019-2025 гг.

С определенной долей условности можно сказать, что онлайн-реклама и участие в трех состоявшихся на территории Москвы больших книжных

форумах (апрель, июнь, сентябрь) в сумме составили 66,13% расходов издательств на рекламу и PR в 2025 году (в 2024 – 71,6%; в 2023 – 77,4%; в 2022 – 82,2%; в 2021 – 77,6%).

Если мы говорим о профильных для книги фестивалях, то в июне (4-7) 2025 года на Красной площади в одиннадцатый раз прошел книжный фестиваль «Книги России», гостями которого стали более 800 тыс. человек. Более 400 российских издательств из 50 регионов России и Республики Беларусь представили свыше 100 тыс. наименований книг читателям. Всего для гостей фестиваля было организовано более 600 встреч, лекций, презентаций, театральных и музыкальных постановок на 14 площадках. К 120-летию со дня рождения нобелевского лауреата Михаила Шолохова на «Главной сцене» Фестиваля издательство «Молодая гвардия» представило восьмитомное собрание сочинений автора «Судьбы человека» и «Тихого Дона». Здесь же прошел и суперфинал Чемпионата по чтению вслух среди старшеклассников «Страница'25» и награждены победители Всероссийского конкурса «Читаем всей семьей». Дарья Донцова (Эксмо) отметила свой день рождения вместе с читателями, а Павел Басинский и Роман Сенчин представили новую серию «ЖИЛ» «Редакции Елены Шубиной» (АСТ) – биографии известных писателей прошлого, созданные известными авторами современности. Впервые на «Красной площади» работала площадка, посвященная поэзии. На площадке «История Отечества» гостей Фестиваля ждала насыщенная программа, подготовленная Российским военно-историческим обществом.

Партнерами площадок «Художественная литература» и «Нон-фикшн» стали ведущие книгорыговые сети Москвы – «Читай-город» и ОЦ «Московский дом книги», и при участии которых гости Фестиваля смогли пополнить свои домашние библиотеки более чем на 200 тысяч книг.

Московская международная книжная ярмарка (ММКЯ) вернувшаяся в традиционную локацию ВДНХ (57 павильон), за пять дней, 3-7 сентября, собрала более 63 тыс. человек. Более 300 издателей и книготорговцев из

различных регионов России, а также из Беларуси, Индии, Саудовской Аравии, ОАЭ, Китая, Ирана и Северной Кореи представили на ярмарке новинки и бестселлеры, а на её 15 площадках состоялось более 300 мероприятий, в т.ч. программа почетного гостя ММКЯ – Индии. В рамках ММКЯ Департамент средств массовой информации и рекламы Москвы представил медиа-экспозицию «Москва книжная» – более 300 наименований Издательской программы Правительства Москвы, где особое внимание удалено поддержке выпуска книг военно-патриотической и исторической направленности. В этом году в третий раз в рамках ММКЯ проходила Московская международная детская книжная ярмарка, в которой приняли участие более 50 издательств и для которой Российская государственная детская библиотека подготовила программу из более 100 мероприятий для детей, подростков и их родителей.

В последние пять лет регулярным и достаточно массовым мероприятием в Москве является «Библионочь», и 26 апреля 2025 года эта ежегодная акция прошла в Москве в 14-й раз. Под лозунгом «Страницы Победы» состоялось более 1,7 тыс. мероприятий, собрав 53 тыс. участников. Однако стоит отметить, что издатели Москвы принимают участие в этом мероприятии, мягко говоря, без фанатизма. И наоборот, очень востребована среди издателей Москвы ярмарка интеллектуальной литературы «NonFiction», которая проходит два раза в год: в начале зимы и весной. В апреле (10-13) 2025 года в Гостином дворе на non/fiction весна были представлены книги от 400 издательств и книжных магазинов, а мероприятия ярмарки посетили более 50 тыс. москвичей и гостей столицы.

Впрочем, в 2024-2025 гг. можно увидеть растущую в среде столичных книгоиздателей тенденцию к проявлению всё большей самостоятельности, а именно – к участию в многопрофильных фестивалях или к организации собственных акций (в союзе с партнерами).

Так издательство «Азбука» в апреле масштабно отметило 60-летие со дня выхода в свет книжки «Незнайка на Луне» и 30-летие «Волкодава» Марии Семеновой. «Клевер Медиа Групп» устроил в июне масштабный «Джейн-

фест», собрав 2000 поклонников своего топового автора – Анны Джейн. Издательство «Мозаика-Синтез» организовало книжный клуб с презентациями новинок и мастер-классами по книгам издательства в рамках проекта «Лето в Москве» в парке 50-летия Октября, а издательство «АСТ» представило свои новинки в пространстве «Территория будущего. Москва 2030» в Гостином дворе с 1 августа по 14 сентября. «Русское слово – учебник» организовало акцию «Дарим русское слово: учите, знайте, любите!» для 1500 человек в рамках Фестиваля «Страницы истории» в Музее техники Задорожного с 8 по 11 мая, а ГК «Просвещение» в феврале провело форум для специалистов библиотечных фондов г. Москвы под названием «Роль школьного библиотекаря в реализации современных образовательных стандартов».

Несколько небольших издательских команд столицы смогли поучаствовать в программе «Сделано в Москве», организованной в рамках проектов «Зима в городе» и «Лето в городе». Но всё же большинство малых издательств столицы в 2025 году предпочло отправиться в вояж по регионам, участвуя во всех мыслимых и немыслимых книжных событиях провинциальной России.

**Ирина Балахонова,
главный редактор Издательского дома «Самокат»:**

«Самокат» за год участвует в более 150 книжных ярмарок и фестивалей. Коммерческая отдача каждого такого фестиваля зависит от многих факторов: организаторов мероприятия, погоды, освещения ярмарки в медиа, но, главное, от особенностей самого региона. Очевидно, что в одних регионах люди могут тратить на книги больше, в других – меньше. Но еще важнее, пожалуй, как в регионе относятся к развитию культуры – работают ли в нем театры, книжные клубы, молодежные центры, независимые книжные, регулярно ли проводятся книжные мероприятия и существуют ли ежегодные фестивали и ярмарки. В городах с насыщенной культурной жизнью, книга людям не в диковинку, там

гораздо больше читателей знают и любят наши книги и ждут нашего приезда.

Хорошо, что фестивальное «движение» не останавливается. В этом году мы побывали в нескольких городах, где фестивали проходили впервые (Курган, Пенза, Смоленск и другие) или после долгого перерыва, и, судя по отзывам, они показались жителям очень интересными и запоминающимися. Встречи с авторами, мастер-классы по книгам, широкий ассортимент, возможность проконсультироваться и подобрать книгу по душе с «живым» консультантом – для многих неожиданность и даже целое событие. Не все охотно ездят на новые фестивали, а нам, несмотря на небольшую коммерческую отдачу от фестивалей в «некнижных» городах, – интересно. Там лучшие видны оживление, растущий интерес и превращение тех, кто еще вчера был совершенно не заинтересован в чтении, в активных и благодарных читателей.

Из прошедших в этом году нам хотелось бы выделить несколько региональных книжных фестивалей: «Смену» в Казани, «Платоновский фестиваль» в Воронеже, «Красную строку» в Екатеринбурге, «Смолфикин» в Смоленске. Они – пример того, как хорошо организованный региональный книжный фестиваль может повлиять на культуру региона, на первые три фестиваля мы ездим с особым удовольствием, а «Смолфикин» – настоящее открытие!».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Безусловно, Москве не хватает таких внутренних региональных проектов, и прошедшая с 6 по 14 сентября первая Московская книжная неделя (<https://moscowbookweek.ru/>) могла бы стать хорошим прообразом сугубо городского и очень востребованного события в книжном календаре Москвы. Фестиваль, организованный издательством Ad Marginem при поддержке Яндекс.Книг, на 9 дней объединил независимые издательства, книжные магазины, библиотеки, музеи и кафе Москвы в программу из более 100 событий на 40 площадках: лекций, кинопоказов, экскурсий, презентаций новинок, книжных забегов и ярмарки «Черный рынок» во дворе ЦТИ «Фабрика» с участием более 30 издательств. Для участников была

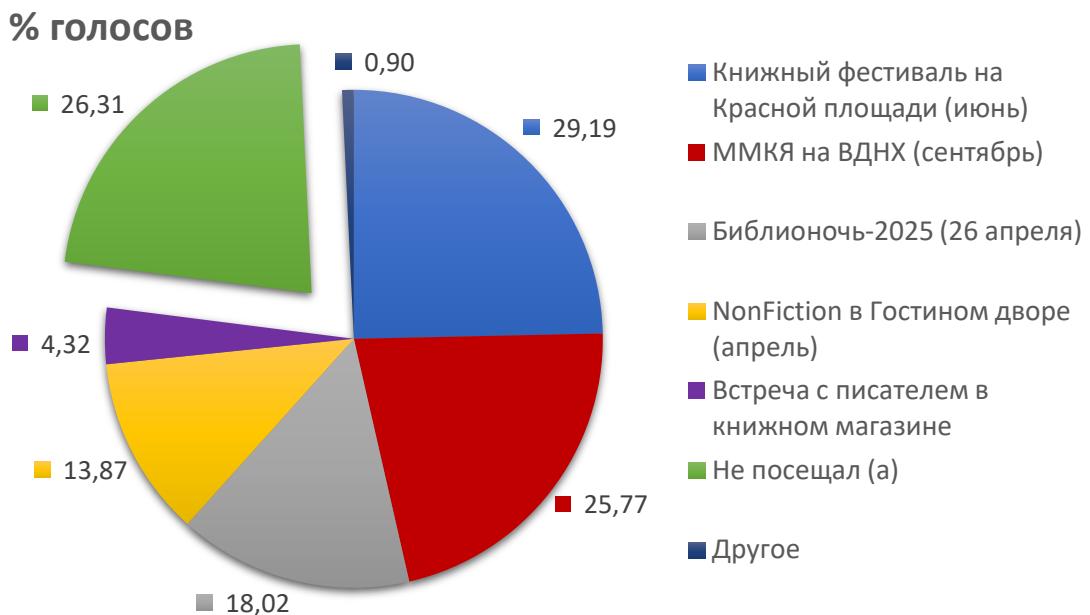
организована экскурсия по книжному Замоскворечью с Михаилом Котоминым и Максимом Сурковым, и маршрут от «Фаланстера» и книжного магазина «Москва» до Литературного института и Академкниги с гидом Борисом Куприяновым. Специально к фестивалю была издана книга Михаила Осоргина «Как мы торговали» про «Книжную лавку писателей» и панорамный портрет книготорговли XX века.

То ли благодаря закрытию большого числа книжных магазинов в Москве, то ли благодаря непрерывно звучавшему этим летом лозунгу «Не сидим дома!», в 2025 году можно видеть просто невероятный скачок интереса москвичей к книжным фестивалям и мероприятиям библиотек. По результатам опроса посетителей книжных магазинов Москвы, проведенного в рамках Мониторинга, доля тех, кто не посещал ни одно книжное мероприятие городского масштаба, сократилась до 26,3% (в 2021-2022 гг. она составляла 83-85% респондентов). Если в 2024-м – 76,15% посетителей книжных магазинов сообщили об отказе от посещения любых книжных мероприятий, как правило, в силу отсутствия времени или желания, то в 2025 году личное посещение Фестиваля на Красной площади отметили 29,2% участников опроса, ММКЯ на ВДНХ – 25,8%, об участии в московской Библионочи-2025 говорили 18% участников опроса. Апрельский NonFiction в Гостином дворе «вспомнили» лишь 13,9% респондентов сентябрьского опроса, но хуже всего обстоят дела с инициативами издательств в формате «встреч с авторами/автограф-сессий на торговых площадках». Их популярность и в 2025-м остается по-прежнему крайне низкой – 4,3% (в 2024 – 1,28%; в 2023 – 2,1%; в 2022 – 2,5%; в 2020 – 1,9%; в 2019 – 2,8%).

Диаграмма 2.18.

Уровень осведомленности аудитории об общегородских мероприятиях в поддержку книги и чтения в 2025 гг.

(% голосов, допускается более одного варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, 23-28 сентября 2025 г.)

Стационарные книжные магазины помимо собственно торговой деятельности в 2024-2025 гг. по-прежнему ведут большую работу по поддержке и развитию интереса к чтению у москвичей. Это и встречи с авторами, и мастер-классы, и детские клубы подобные клубу «Книжные путешественники» в Московском Доме книги, транслируемые в том числе на собственных каналах в ВК видео и Дзен, и масштабные акции, подобные участию в Дне книгодарения, прошедшем по традиции 14 февраля в ряде книжных магазинов Москвы. Тем более, что на поддержку издательств (исключая разве что магазины «Читай-город») в плане презентаций и встреч в 2024-2025 гг. особо рассчитывать не приходится, и всё чаще в качестве партнеров книжных магазинов выступают театры, музеи, библиотеки (по крайней мере в рамках проекта «Библионочь»).

И всё же, в последние два-три года всё активнее проявляет себя тенденция использования тройки больших книжных фестивалей в Москве (NONfiction, Фестиваль на Красной площади, ММКЯ) в качестве самопрезентации и продвижения собственных клубных инициатив.

В 2025-м более трети (39,3%) книжных магазинов столицы сократили рекламный бюджет на продвижение своих услуг. Это касается главным образом сетевого бизнеса (сети «Республика» и «Детский книжный», где доля книг ограничена 30-40% торгового зала). Более половины (52,6%) московских книжников полностью свернули программу онлайн мероприятий. Онлайн нынче не в моде, по крайней мере, в Москве, клиенты требуют живого общения и крайне позитивно реагируют на книжные фестивали в городском пространстве, встречи, дискуссии и пр. За январь-сентябрь 2025 года ТДК «Москва» на собственной площадке и в рамках городских/отраслевых фестивалей провела 30 мероприятий (+45%LFL2024), ОЦ МДК – 224 мероприятия (+23,8%LFL2024), открытый в январе 2025 года «Читай-город» в ТЦ Авиапарк – 77 мероприятий. Не снижают активности и кулуарные книжные клубы, максимально расширяя количество партнеров в том числе за контуром книжной отрасли. Но стоит отметить, что в 2025 году книжники Москвы (независимо от размера товарооборота) работают в основном в традиционном для себя формате автограф-сессий, презентаций, заседаний книжных клубов и оформления тематических витрин.

Конечно, были и интересные находки. К примеру, 26 апреля «Читай-город» в ТЦ Авиапарк провел у себя День Италии с мастер-классами по рукоделию для детей и выступлением советника по культуре Италии, а 1 июня – Чтения с собаками вместе с фондом помощи «Добро вместе» в рамках Дня защиты детей. Книжный магазинчик издательства «Самокат» организовал в августе Театральную лабораторию, а магазин «Я люблю читать» – экскурсии для детей по переулкам Сретенки. Книжный магазин «Листва» представил книгу «Живым и Мёртвым» автора-ветерана СВО Андрея «Папируса» и провел вечер памяти о трагедии 2 мая 2014 года в Одессе. Магазин «Достоевский» на Воздвиженке включил в свой онлайн-эфир исторические подкасты от РВИО, а магазинчик «Locus Solus» регулярно проводил обзоры традиций и обрядов Древней Руси.

И всё же книжные магазины – это коммерческие предприятия, бизнес, который должен заботиться о собственной рентабельности, эффективности вложений. Каждый рубль, вложенный в продвижение книги, должен приносить отдачу в виде её покупки на территории данного магазина. Как показывает многолетний опыт Мониторинга московского книжного рынка, основываясь на регулярном (фактически панельном опросе клиентов одних и тех же магазинов в конце-сентября – начале октября), аудитория покупателей книжных магазинов и посетители выставок и фестивалей, практически не пересекаются. Исключение – данные опроса 2025 года, которые пока нельзя рассматривать в качестве некой сформированной тенденции, возможно, это разовые колебания или статистическая погрешность. По крайней мере, многолетние исследования говорят о том, что около-книжные мероприятия на публичных площадках не ведут к приобретению книги и весьма относительны в плане эффективности возвращения потенциального читателя в круг чтения.

Книжные магазины Москвы и в 2025-м по-прежнему уверены, что среди наиболее эффективных каналов коммуникации с клиентом (в части роста продаж):

- онлайн – консультации продавцов, книжные тематические выкладки, акции, встречи с авторами и презентации, POS-материалы, оформление витрин и торгового зала;
- онлайн – группы в социальных сетях, трансляции встреч с авторами, персональные e-mail рассылки, пуш-уведомления и собственный интернет-магазин.

При этом, из всех возможных онлайн-каналов общения с клиентами у 100% книжных магазинов Москвы есть свой сайт (страница в интернете), есть группа во ВКонтакте и канал в Telegram. Все остальные возможности онлайн коммуникаций (которые много и с удовольствием используют издатели) в случае книжников – большая редкость. Ни вам Дзенов и Одноклассников, ни Rutube, ни LiveJournal, «Пикабу», Pinterest. И это вполне естественно. Ведь для

книжных магазинов есть три самые важные вещи: место, место и место, всегда физическое, с конкретным адресом, солидными книжными полками и атмосферой.

И в силу предпочтения именно физического контакта с клиентом, у книжников Москвы нет абсолютно никаких причин пропускать участие в праздновании таких важных дат как 12 июня (День России), 4 ноября (День народного единства), 12 декабря (День конституции РФ), не говоря уже об участии в программе Дня города, в больших летних и зимних фестивалях Москвы или, к примеру, в мероприятиях недавно открывшегося парка «Москино».

Значимость всех этих больших мероприятий для москвичей и открывающиеся там возможности для продвижения книги и чтения особенно впечатляют на фоне НЕузнаваемости инициатив в формате «встреч с авторами/автограф-сессий на торговых площадках» (в 2025 – 4,3%).

**Марина Н. Каменева,
генеральный директор ТДК «Москва»:**

«Лето в Москве» – прекрасный досуговый проект. Но надо всё же учитывать, что абсолютное большинство мероприятий были бесплатными. Специальные невысокие цены, насколько я помню, были в киосках с едой и напитками. Как вписать в эти условия книгу, которая всё дорожает? Продавать брошюры и наклейки магазинам невыгодно. Можно вписать в календарь мероприятий «Лета в Москве» «Книжную неделю в городе» и провести ее на аллеях Центрального Парка Культуры и Отдыха. Здесь могут быть организованы встречи с популярными авторами, мастер-классы, лекции и другие активности».

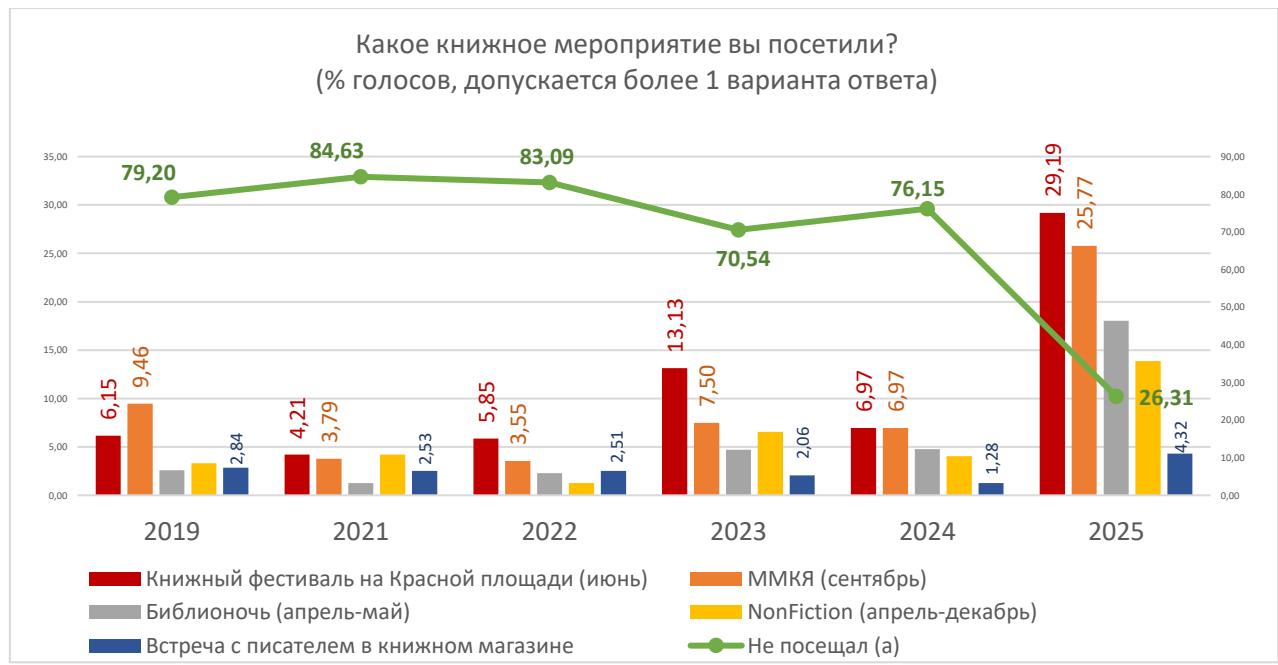
Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Действительно, именно фестивальное движение имеет хорошие шансы вернуть книгу, книжную отрасль в фокус внимания москвичей. И если в

регионах книжные ярмарки всегда были событием из ряда вон выходящим и сопровождались повышенным вниманием жителей, то избалованные в плане развлечений москвичи лишь сейчас, в 2025-м, когда резко снизилось число книжных магазинов в городе, начинают присматриваться к ярмаркам-выставкам как месту покупки книг и литературных встреч. Так, Ярмарку интеллектуальной литературы (Non|Fiction. Весна) в Гостином Дворе в апреле 2025 года посетило 13,9% из тех, кто пришел потом в книжный магазин за книгой. Популярность Книжного фестиваля на Красной площади среди клиентов книжных магазинов в последние шесть лет оставалась на уровне 6-7% (в 2024-м – 6,97%; в 2022 – 5,85%; в 2019 – 6,15%), но в 2025 достигла 29,2%; узнаваемость ММКЯ с традиционных для себя 7-9% рванула в 2025-м до 25,8% (в 2024 – 6,97%; в 2023 – 7,5%; в 2021 – 3,79%; в 2019 – 9,5%).

Диаграмма 2.19.

Популярность мероприятий по продвижению книги и чтения у москвичей в 2019-2025 гг.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, сентябрь-октябрь 2019-2025 гг.)

Тема 3.

Состояние рынка цифровой книжной продукции (аудио и электронных книг) в течение исследуемого периода – IV кв. 2024 - III кв. 2025 г. с прогнозом на конец 2025 г.

3.1 Объем продаж цифровой книжной продукции (аудио и электронных книг) книжного рынка г. Москва в 2024 году (итог полного года).

Объем продаж цифровой книжной продукции (аудио и электронных книг) в общем объеме продаж книжного рынка г. Москва в динамике 2020-2025 гг., включая прогнозируемые значения по итогам 2025 года. Доля объема продаж цифровой книжной продукции г. Москвы в общем объеме цифровой книжной розничной дистрибуции на территории РФ.

Согласно экспертной оценке, по итогам 2024 года объем московского рынка цифровых (текстовых и аудио) книг, включая самиздат-проекты, достиг 2,2 млрд рублей (+18,9% LFL2023), преодолев отрицательные тенденции 2022-2023 гг. и выйдя на докризисные показатели 2021 года.

В январе-августе 2025 года с учётом оплаченного потребления или аллоцированной выручки пользователей книжных сервисов ёмкость рынка продолжает расти, составив 1,750 млрд руб. в положительной динамике на уровне +10,4% к аналогичному периоду 2024 года. Предполагается, что в оставшиеся 4 месяца (сентябрь-декабрь) 2025 года ситуация с продажами сохранит позитивные тенденции, и в годовом исчислении объем столичного рынка цифровой книги выйдет на 2,4 млрд рублей (+9,1% LFL2024).

Рынок цифровой книги в Москве постепенно восстанавливается после провала 2023 года. Однако темпы его положительной динамики заметно ниже скорости восстановления рынка цифровой книги в РФ в целом (+17,1%). В его внутренней структуре наибольший прирост оборота в 2025-м показывает лишь сектор аудиокниг (+28,6%). Самиздат-категория прекратила рост, прибавив минимум (+4,4%) главным образом за счет увеличения ценника, в то время как сектор электронной/текстовой книги второй год подряд остается в «спящем состоянии» с незначительной отрицательной динамикой (в январе-августе 2025 г. на уровне -1,9%; в январе-августе 2024 г. на уровне -1,2%) и, учитывая сентябрьские инициативы «Литрес» с выходом на рынок печатной книги, можно предположить, что электронная (текстовая) книга уже исчерпала свой потенциал в качестве самостоятельной товарной категории.

Помимо разницы в динамике объема потребления, есть определенные расхождения и в структуре рынка цифровой книги в Москве и в РФ в целом. Если можно так выразиться, региональная специфика столицы – это предпочтение аудио-формата тексту при одновременно меньшем интересе к самиздат-проектам, чем в целом по России. Кроме того, доля москвичей в PPD-сервисах «Литрес» только за последний год выросла на 5 п.п. (до 29%). Сегодня фактически каждый третий клиент, покупающий цифровую книгу в РФ, – это москвич, в то время как в подписных сервисах «Литрес» доля москвичей в 2025-м составляет 20.8%, причем за последний год она сократилась на 4 п.п.

Диаграмма 3.1.

Объем рынка цифровой дистрибуции в Москве в 2014-2025 гг., млн руб.



Источник: экспертная оценка, опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2014-2025 гг.

Восстановление рынка и в Москве, и в РФ в целом, эксперты связывают прежде всего с галопирующим спросом на подписную модель, в то время как динамика продаж по транзакционной модели (PPD) и абонементу второй год

подряд снижается. Так, в январе-августе 2025 года платные скачивания в «Литрес» сократились на 9% (LFL2024), да и в целом (включая бесплатное предложение) количество скачиваний заметно снизилось (-13%). Одновременно уже по итогам второго квартала 2025 года доля подписки в структуре выручки ГК «Литрес» достигла 50%, хотя еще по итогам 2024 года не превышала 30%. По словам Сергея Ануриева, ёмкость рынка подписки по итогам первого полугодия 2025 года выросла на 46% год к году, и её потенциал далеко не исчерпан (*Отраслевая конференция в рамках ММКЯ, 3.09.25*).

Тем не менее, с рекуррентной моделью продаж не всё так однозначно. Да, её быстрому росту способствовали обстоятельства 2022 года, когда рынок цифровой книги столкнулся с потерей авторских прав, уходом из России сильных зарубежных компаний (ирландской «Bookmate Limited»³ и шведской Storytel), проблемами с проведением транзакций и сокращением рекламных площадок для взаимодействия с аудиторией (блокировка МЕТА⁴, ограничения для жителей РФ со стороны Twitter (X) и TikTok). К этому добавились существенные регуляторные изменения в плане контроля за контентным наполнением (Указ № 809 Президента РФ от 2.11.2022 о традиционных ценностях и резонансный федеральный закон № 479-ФЗ от 05.12.2022 г. о запрете пропаганды ЛГБТ+).

Пришедшие в конце 2022 года новые игроки рынка цифровой книги – «МТС.Строки» и «Яндекс.Книги» – способствовали продвижению рекуррентной модели монетизации контента, развитию аудио-формата, подкастов, т.е. того, на что хватало уже существующих компетенций у данных цифровых экосистем. Никто не собирался полноценно работать с текстовой книгой, с литературой, выводить на рынок новых авторов, работать с читательской аудиторией. Конечно, у МТС были планы на собственное издательское подразделение в рамках проекта «Строки», но, как выяснилось, книги требуют редакторов, пиар-поддержки, взаимодействия с далеко не

³ Российское подразделение компании признано иноагентом в октябре 2022 г.

⁴ Признана экстремистской организацией и запрещена в РФ

массовой аудиторией читателей, проще говоря, книга – это товар особого рода, и погружаться во всё это у оператора связи нет никакого желания. Сегодня «Строки» – это не актив, а скорее балласт, который в 2025-м был передан на витрину «Литрес», чтобы хоть как-то вернуть вложенное.

Кроме того, именно низкая востребованность книжного сервиса «Букмейт» в экосистеме Яндекса спровоцировала достаточно сомнительную с правовой точки зрения инициативу – в декабре 2024 года 100-рублевая подписка на книжный сервис «Букмейт» была автоматически включена в состав экосистемы «Яндекс.Плюс», увеличив ежемесячный взнос по «плюсу» на те самые 100 рублей и принеся дополнительные несколько миллионов подписчиков в общем-то мало востребованному до этого сервису «Букмейт». Отказаться от навязанных цифровых книг было невозможно, да и Яндекс с января по август 2025 года проводил агрессивную дисконт-кампанию на единый платеж по годовой подписке на «Яндекс.Плюс». Фактически, мы видим здесь те самые «мертвые души» Чичикова, так как «те, кто в плюсе», неожиданно оказавшись с 1 января 2025 года среди читателей цифровых книг (по крайней мере Яндекс формально обозначил цифру в 5.5 млн), сами себя к читателям/пользователям сервиса не относят, что и подтвердил соцопрос, проведенный в рамках Мониторинга в конце сентября 2025 года.

Диаграмма 3.2.

Динамика доли москвичей среди покупателей книг, сообщивших о чтении/слушании цифрового формата. 2013-2025 гг.

(респонденты, ответившие утвердительно на закрытый вопрос, %)

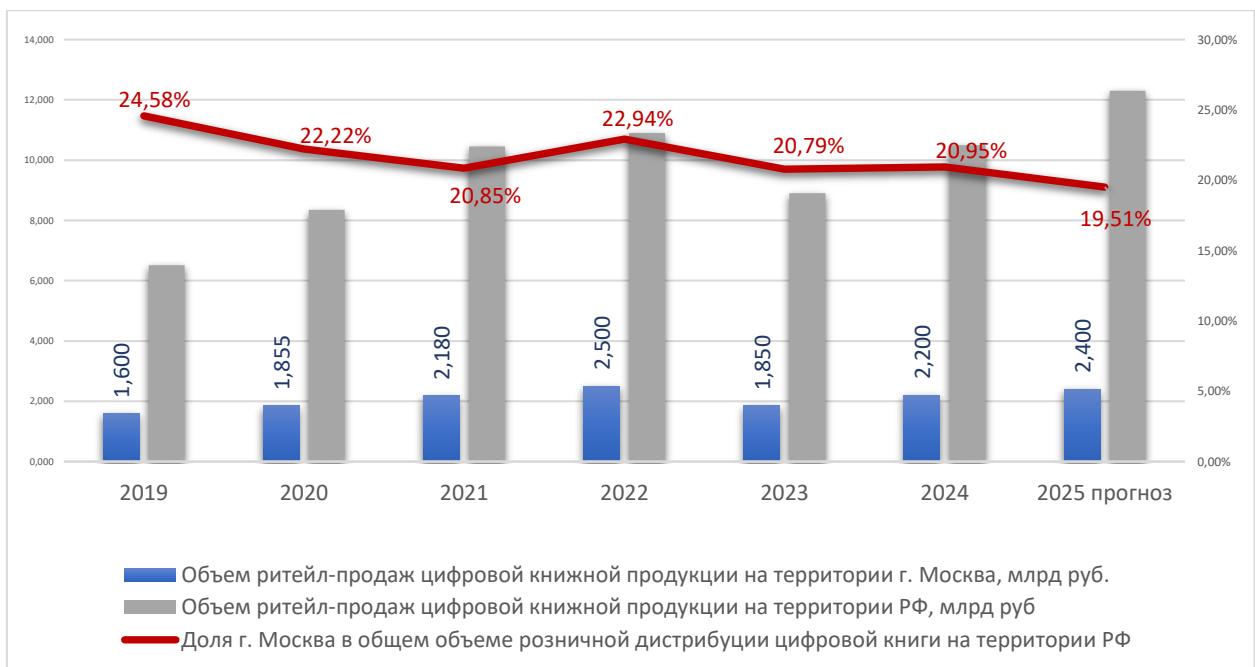


Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2013-2025 гг.)

Вопреки всем манипуляциям и припискам Яндекса, аудитория цифровой книги в Москве не выросла. В 2025 году книжная цифровая продукция вновь, как и в 2023-м, может рассчитывать только на 8-9% москвичей, покупающих книги. Рынок вышел на плато, рост аудитории прекращен, и намечавшийся в 2024 году интерес к цифровой книге за счет подписных сервисов Яндекс и МТС, по крайней мере в Москве полностью схлопнулся. Принудительное включение подписчиков «Яндекс.Музыки» и «Кинопоиска» в круг пользователей «Букмейт/Яндекс.Книги» никоим образом себя не оправдало. Цифровой формат по-прежнему воспринимается во многом как дешевое (бесплатное) чтение, особенно в молодежной аудитории.

Диаграмма 3.3.

Доля продаж цифровой книжной продукции г. Москва в общем объеме цифровой книжной розничной дистрибуции на территории РФ, %



Источник: экспертная оценка, опрос в рамках Мониторинга, сентябрь-октябрь 2019-2025 гг.

В 2025 году рынок цифровой книги в РФ продолжает восстанавливаться, прежде всего, за счет регионального клиента. В Москве же цифровая книга востребована преимущественно в аудио варианте просто ради разнообразия, удобства потребления контента «по пути» или бесплатного прочтения классики перед лекцией/уроком, а не как потенциально перспективная модель «прочтения» литературы или драйвер книжного рынка в целом.

Снижение темпов динамики развития рынка цифровой книги в Москве, его особость на фоне общероссийских тенденций, разумеется, сказалось на вкладе столицы в общий объем цифровой книжной дистрибуции на территории РФ, который после нескольких лет относительной стабильности, начал понемногу снижаться.

3.2 Основные тенденции, характеризующие текущую ситуацию в цифровой розничной дистрибуции г. Москвы.

В настоящий момент ситуация в цифровом сегменте книжного рынка г. Москвы характеризуется следующими процессами:

- снижением темпов восстановления объемов продаж после кризиса 2022-2023 гг., рынок выходит на плато;
- «охлаждением» сегмента самиздата (digital-авторов), фиксацией его вклада в объем рынка цифровой книги на уровне 38%;
- приоритетным развитием рекуррентной модели клиентских платежных сервисов, которая в ряде случаев была навязана пользователям экосистем в составе единой подписки;
- ростом конкуренции за счет ослабления позиций традиционного монополиста (ГК «Литрес») и в том числе появлением новых игроков – Билайн, WB, которые рассматривают цифровую книгу как дополнительные возможности для клиентов, поддерживающие основной функционал платформы (услуги связи, онлайн продажа товаров и пр.).
- ускорением процесса перехода на развлекательные, не связанные с функционалом чтения, модели потребления цифровой книги с доминированием спроса на аудиокниги (не чтение / прослушивание);
- сохранением особых жанровых пристрастий аудитории цифровой книги, что находит отражение в виде избыточного присутствия книг 18+ на витрине книжных цифровых сервисов.

Итак, одна из наиболее ярких тенденций последних двух лет связана со сменой моделей потребления цифровой книги – растущим спросом на аудиокниги (не чтение / прослушивание) и невероятно динамичным приростом в структуре оборота цифровой розницы рекуррентной модели клиентских платежных сервисов.

Во многом толчком для этого послужила перестройка конкурентного ландшафта и приход на книжный рынок российских цифровых экосистем,

точнее их подразделений – «МТС.Стреки» и «Яндекс.Книги (Букмейт)», работающих именно по подписной (рекуррентной) модели. Тем не менее, и в ГК «Литрес» доля подписки (Литрес и MyBook) выросла с 30% (начало 2023 года) до 50% (второй квартал 2025 года). По данным группы компаний, выручка от продаж подписок (Литрес, MyBook) во втором квартале 2025 года выросла на 35% и в настоящий момент лидер рынка цифровых книг предлагает более 930 тыс. электронных и аудиокниг, аудиоспектаклей и подкастов в рамках подписки, или 57% контента, доступного в «Литрес», для более 770 тыс. подписчиков.

Подписка – привычный способ потребления мультимедийного контента для столичного (и не только) потребителя, но при этом рекуррентная модель продажи цифрового контента несет в себе достаточное количество бизнес-рисков для агрегаторов цифрового контента. К примеру, подписка формирует большей частью инертную («спящую») аудиторию, и единственный способ привлечь по деньгам внутри этой модели – регулярно включать платные элементы, разовые бонусы для подписчиков, тем самым раскачивая их и вынуждая покупать больше. Именно это и реализовал «Яндекс» в январе-августе 2025 года, проводя агрессивную рекламную кампанию по дисконт-программе годовой подписки «Яндекс.Плюс», а сервис «МТС.Стреки» в июле 2025 года заключил партнерство по дистрибуции электронных и аудио-версий изданных им книг на «Литрес» с целью привлечь новую аудиторию к оригинальному контенту «Стрек» и повысить узнаваемость авторов из собственного каталога подписки. Но, пожалуй, главный риск рекуррентной модели продаж заключается в том, что с ростом подписных сервисов в структуре оборота цифрового книжного бизнеса его маржинальность снижается, компаниям сложнее управлять клиентской базой, реагировать на актуальные вызовы, появляется и ряд других негативных моментов, которые в своей совокупности тормозят восстановление рынка. И первые признаки торможения мы можем наблюдать уже в 2025 году в сегментах текстовой электронной издательской и self-pub книги.

Действительно, еще одной характерной чертой рынка цифровой книги 2025 года эксперты называют «охлаждение» сегмента продукции digital-авторов (self-pub), фиксацию его доли на уровне 38% в производстве и выручке агрегаторов цифрового книжного контента. По данным «Литрес», ёмкость сегмента самиздата по итогам первого полугодия 2025 года растет лишь на 18% год к году, в то время как в первом полугодии 2023 года рост составлял 38% (LFL2022), а в первом полугодии 2024 года – 39% (LFL2023).

Признаки растущей конкуренции между проектами профессиональных издательств и самостоятельными авторами в цифровом сегменте книжного рынка России можно было наблюдать на протяжении всего 2025 года в виде возросшей в рамках региональных книжных фестивалей активности сервисов «Яндекс.Книги», «Литнет», «Ридеро» в продвижении собственной издательской программы, ориентированной на self-pub авторов. Тем не менее, оттеснить профессиональных издателей с front-line цифровой книжной витрины страны не удалось. Да, есть ряд жанровых ниш, где самиздат уже преобладает над издательским контентом по объему выручки – фэнтези (59%), любовные романы (62%), эротическая литература (90%). Но москвичи, особенно те, кто оплачивает доступ к книжному контенту по транзакционной модели, формально предъявляют к электронной книге примерно те же требования, что и к физическому изданию, а именно: популярность автора, редакционное качество текста соответствие результата прочтения заявленным ожиданиям. Поэтому в Москве востребованность издательского, профессионально сделанного цифрового продукта остается на достаточно высоком уровне. И по мнению экспертов, если и создается впечатление, что самиздат выдавливает издателей из данного сегмента рынка, то это не так.

**Мария Султанова,
главный редактор издательства «Альпина PRO»:**

«Self-pub в цифре уже набрал критическую массу. Это во многом эффект усиления экосистем и подписок; внутри текстового сегмента доля self-pub уже достигает примерно 53%. Но речь не о «вытеснении»

издателей, а о переразметке витрины: платформы самиздата дают скорость и широту предложения, тогда как корпоративные и экспертные книги требуют управляемого качества и ответственности за результат. В B2B-направлении “Альпина PRO” мы отвечаем за весь цикл – редактура, продакшн, дизайн, факт-чекинг и юридическая чистота, печать и дистрибуция. Это гарантии уровня, которого self-pub-сервисы по определению не дают: у автора там нет команды и ответственного продюсера. Когда задача не просто «выпустить файл», а получить инструмент для бренда, продаж и HR, то выбор очевиден – профессиональное издание. На данный момент электронные и аудиокниги составляют порядка 15% от оборота ИГ «Альпина».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025 г.

В ТОП-20 рейтинга «Литрес» в 2025 году лишь половину строчек занимают digital-авторы при лидерстве много и часто издаваемого в бумаге Вадима Зеланда, хотя в 2024-м ТОП авторов ГК «Литрес» (по выручке во всех моделях монетизации) возглавляли именно digital-авторы, занимая первые десять позиций рейтинга.

Кроме того, самиздат остается основным источником конфликтных ситуаций, ведь selfpub-каталоги цифровых сервисов в массе своей предлагают огромное количество фантастических историй и любовных романов, в том числе с участием квир-персонажей. В 2025-м контроль усилен и со стороны агрегаторов цифрового контента, и со стороны Роскомнадзора, к которому с октября 2024 года перешли полномочия блокировки «зеркал» от Минцифры. Понятно, что большая часть текстов с сомнительными сюжетами и отсутствием авторских прав сместилась в серую зону VPN-сервисов. Но в целом, развитие рынка самиздата благодаря усилению мониторинга со стороны правоохранительных структур замедлилось. Хотя, эксперты считают, что потенциал самиздата сохраняется в подписных сервисах и прежде всего в формате аудио-контента.

Таблица 3.1.
Долевое участие авторского и издательского контента в ТОП-10 жанров ГК «Литрес»

Место в рейтинге	Жанр	Доля авторского контента H1 2025 (по выручке)	Доля издательского контента H1 2025 (по выручке)	Доля авторского контента H1 2024 (по выручке)	Доля издательского контента H1 2024 (по выручке)
1	Фэнтези	62%	38%	59%	41%
2	Фантастика	51%	49%	47%	53%
3	Детективы	19%	81%	18%	82%
4	Саморазвитие и психология	8%	92%	7%	93%
5	Любовные романы	59%	41%	62%	38%
6	Проза	9%	91%	6%	94%
7	Бизнес	7%	93%	6%	94%
8	Классика	1%	99%	1%	99%
9	Эзотерика	8%	95%	10%	90%
10	Эротика и секс (без нон-фикшн)	92%	8%	90%	10%

Источник: данные Литрес, отраслевая конференция в рамках ММКЯ, сентябрь 2025 гг.

Вектор движения от книг к развлечениям, от текстового формата к производству serialized аудио-проектов и подкастов, очевиден на рынке цифровых книжных продуктов два последних года.

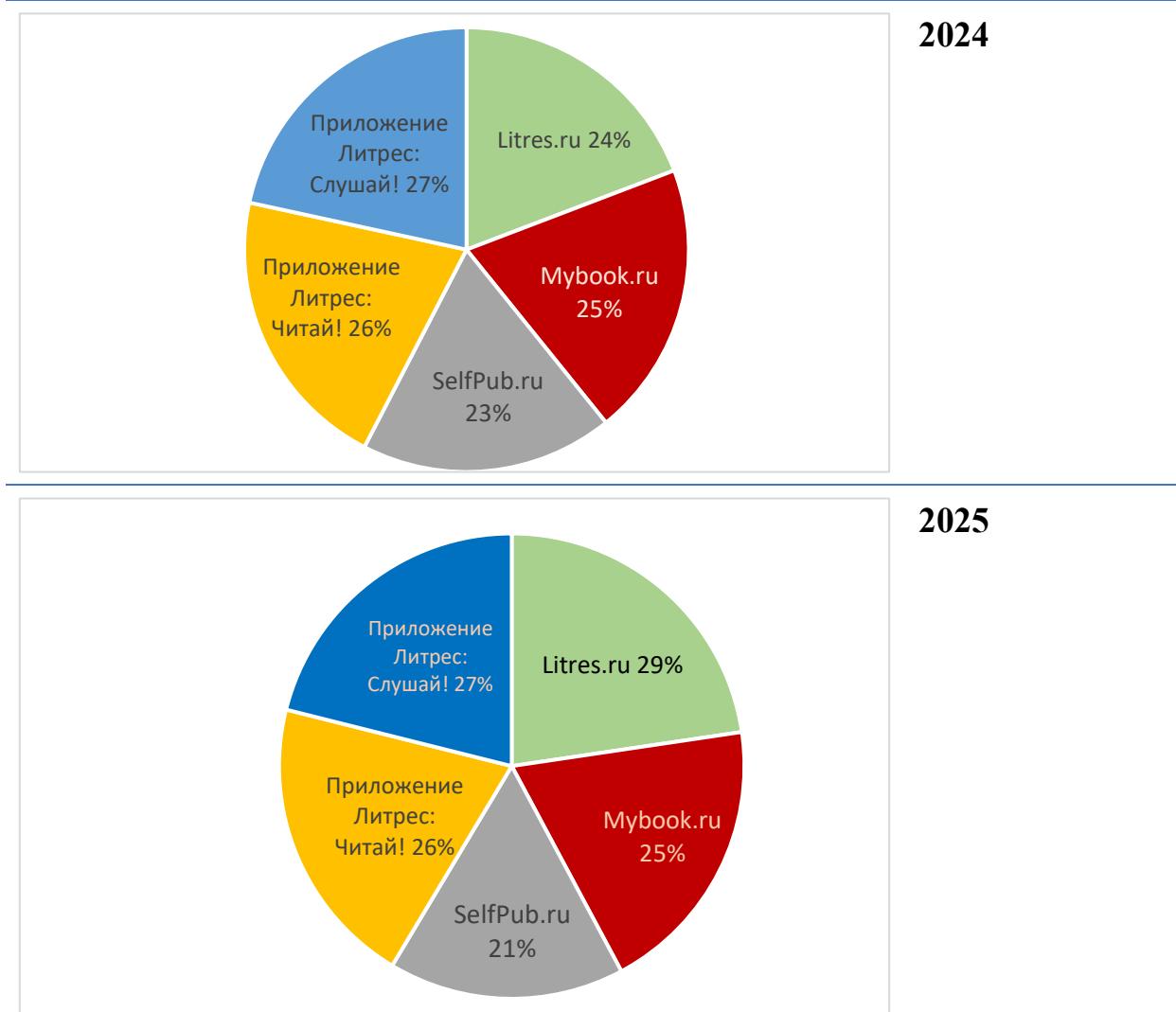
И лишнее подтверждение этому – рост сегмента аудиокниг в первом полугодии 2025 года на 28% (LFL2024). С учётом оплаченного потребления или аллоцированной выручки книжных сервисов экосистем аудио-вклад в цифровой книжный рынок достиг 36%. В «Литрес» выручка от продаж только собственного аудио-контента выросла на 12%, а в ТОП-30 бестселлеров 2025 года 22 позиции занимают аудиокниги. Высокую востребованность аудиокниг связывают в ГК «Литрес» прежде всего с рекуррентной моделью продаж: 49% каталога «Литрес.Подписки» занимает аудио-контент.

ГК «Литрес» отмечает и возросший за последние два года интерес авторов самиздата к созданию аудио-произведений, аудиоверсий своих произведений и к размещению их на сетевых ресурсах. Да и читатели всё чаще склоняются к «чтению» аудиокниг. К примеру, доля москвичей в приложении

«Литрес: Слушай!» – максимальная среди сервисов «Литрес» – в 2024-2025 гг. находится на уровне 27% суммарной аудитории приложения.

Диаграмма 3.4.

Доля пользователей Москвы в суммарной аудитории различных сервисов «Литрес» в 2024-2025 гг.



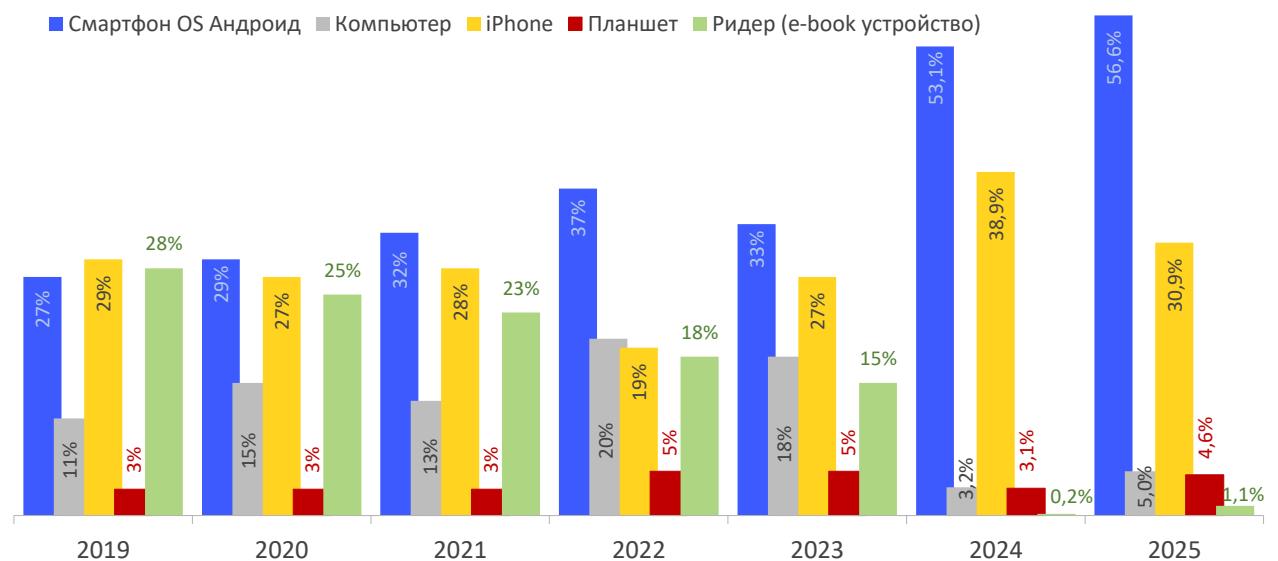
Источник: данные Литрес, экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2024-2025 гг.

Смена моделей потребления и растущий интерес к аудиокнигам практически убрали из списка устройств для чтения «читалку» (e-book), сократив частоту её использования клиентами «Литрес» до 1% случаев, а

также снизили долю использования РС до 5%, что свидетельствует об окончательно сформировавшемся «сопутствующем» формате чтения цифровой книги и целевого назначения этого продукта. Цифровая книга – это всегда по пути, в движении, одновременно с чем-то другим.

Диаграмма 3.5.

Предпочитаемые устройства для скачивания/чтения цифрового контента (электронных книг) в 2019-2025 гг., доля устройств %



Источник: данные Литрес, экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2019-2025 гг.

3.3. Анализ конкурентной среды рынка цифровой книги в г. Москва.

Если мы говорим о профессиональном цифровом книгоиздании и дистрибуции, то в России (и Москве) лидером потребительского рынка по-прежнему является группа компаний «Литрес», которой (по её собственной оценке) принадлежит около 50% московского рынка цифровой розничной дистрибуции в августе-сентябре 2025 года (LFL2024 – 65%; LFL2023 – 68%; LFL2022 – 67%; LFL2021 – 65%; 2020 – 65%; 2019 – 65%; 2018 – 70%). Разумеется, речь идет о суммарном обороте всех сервисов компании, в т.ч.

приложения «Читай!» и «Слушай!», подписки «MyBook», платформы для независимых авторов «Литрес: Самиздат» и «Литрес: Библиотека» для государственных и публичных библиотек, портала LiveLib и пр. Кроме того, «Литрес» – единственный на сегодня агрегатор в сегменте цифровой книги с низкой долей рекуррентной модели в суммарной выручке: 50% оборота «Литрес» в 2025 году приходится на модель PPD (плати и иди) для розничного покупателя.

Ассортимент «Литрес» насчитывает сегодня 1,66 млн цифровых книг (67% – на русском языке), в том числе более 930 тыс. электронных и аудиокниг, аудиоспектаклей и подкастов доступны в рамках подписки. Ежемесячная аудитория сервисов компании составляет 12,5 млн человек, которые скачивают более 1,5 млн книг в месяц. Примерно четверть аудитории (3 млн) – московские пользователи.

Среди конкурентов «Литрес»: сервисы экосистем «МТС.Строчки» (2%) и «Яндекс.Книги» (21%), сервисы самиздата – «Литнет» (11%), Author Today (7%), Литмаркет (4%). В 2025-м активные шаги на рынке цифровой книги делает и оператор связи Билайн (более 550 тыс. книг в читалке с ИИ-поиском), и маркетплейс Wildberries & Russ, начавший в сентябре 2025 года закрытое тестирование нового приложения «WB Книги», чей функционал на текущем этапе включает быстрый поиск по библиотеке, читалку для электронных книг, аудиоплеер, отзывы и рейтинги, подборки, доступ к контенту без интернета, синхронизацию между разными устройствами для одного аккаунта и другие инструменты, список которых будет расширяться в ходе теста.

Растущая конкуренция на рынке цифровой книги – это безусловно позитивный момент, который может рассматриваться в качестве серьезного драйвера рынка. Но всё же, опыт МТС («Строчки») показывает, что низкий барьер входа на этот рынок не является гарантией легких дивидендов.

Сервис «Строчки» был запущен в сентябре 2022 г. Вложения в производство оригинального контента, и объемная рекламная кампания не

привели к желаемому результату. Сервис по-прежнему занимает довольно скромную (2%) долю на российском рынке цифровых книг и в июле 2025 года сервис «Стреки» (холдинг «МТС медиа») заключил партнерство по дистрибуции электронных и аудио-версий изданных им книг с «Литрес». Партнерство распространяется на оригинальный бэк-каталог «Стреки», то есть на те книги, которые были изданы сервисом до 31 декабря 2024 г. Сейчас с учетом аудиоверсий он насчитывает 380 проектов, включая интеллектуальную прозу, мемуары, мангу, а также детские произведения. Прямо скажем, сложный для цифровой дистрибуции, контент. В перспективе «Стреки» планируют дистрибутировать (как в варианте поштучной покупки, так и в подписке) и оригинальные новинки, но только после окончания эксклюзивного периода на своей платформе.

Так что, вопреки присутствию большого числа компаний на рынке, фактически конкуренции как таковой не получается. Разные аудитории, разный продукт, и по большому счету никто никому не мешает. В активе «Литнет», Author Today и «Литмаркета» – аудитория тех, кто не только читает, но и пишет тексты, «Яндекс.Книги» ориентирован на юных и перспективных, которых привлекает аудио-сериалами и подкастами. Нынешний «Букмейт» в варианте «Яндекс.Книги» – это не столько книги, сколько про «поговорить», а «МТС.Стреки» – пожалуй самый книжный, но при этом элитный сервис для интеллектуалов.

О том, что рынок цифровой книги не имеет ясных перспектив развития и постепенно склоняется к рецессии говорит и тот факт, что в сентябре 2025 года «Литрес» запустил продажи бумажных книг. Покупка бумажных книг проходит в один клик непосредственно на платформе «Литрес». Оплатить книги можно картой, а забрать заказ – в одном из 688 магазинов сети «Читай-город – Буквоед» по всей России. На данный момент каталог составляет более 42000 наименований, до конца года планируется увеличить пересечение

ассортимента до 100%. Пока покупка бумажных книг доступна ограниченному числу пользователей на сайте «Литрес», в приложениях Android и iOS она появится в октябре. В планах – выйти на выручку 100 млн рублей в месяц в 2026 году.

Сама компания рассматривает запуск продажи бумажных книг как еще один инструмент по продвижению мультиформатного чтения, так как по данным исследования агентства O+K Research, проведённого по заказу ГК «Литрес» в мае 2025 года, доля мультиформатного потребления у пользователей постоянно растёт, в том числе среди молодёжи.

Но всё же, идеи мультиформатного потребления вряд ли достаточно для формирования полноценной концепции развития рынка цифровой книги в России. Аудитория не растет (по крайней мере, в платежеспособной Москве), а выход на международный рынок невозможен (здесь и санкционное давление в финансовой части, и отсутствие инфраструктуры, т.е. налаженных каналов продвижения книги, для такого выхода). Иными словами, дальнейшее экспансивное увеличение объема продаж за счет сторонних рынков невозможно, а значит драйверы развития надо искать внутри сегмента цифровой книги, и прежде всего поддерживая качество своих каталогов, которое в последние два года были заметно снижено из-за повышенной активности self-pub авторов.

3.4. Динамика продаж по укрупненным тематическим разделам ассортимента электронной книги в 2020-2025 гг.

Пожалуй, наиболее серьезными изменениями в структуре каталога агрегаторов в указанный период 2020-2025 гг. следует считать скачкообразную динамику доли русскоязычных наименований. Так, каталог ГК «Литрес» в августе 2024 года насчитывает 1,16 млн уникальных наименований, где доля русскоязычных SKU достигла 76%, хотя еще в августе

2022 года их доля в «Литрес» не поднималась выше 64% от 946 тыс. предлагаемых на витрине на тот момент книг. Однако, в 2025 году доля русскоязычных книг в каталоге «Литрес» по состоянию на сентябрь 2025 года вновь возвращается к 67%, но уже от 1,66 млн наименований.

Тематическая же структура цифрового сегмента книжного рынка фактически неизменна в последние 5-10 лет. Иными словами, жители мегаполиса сегодня по-прежнему мало интересуются политикой, историей в формате цифровой книги, среди их предпочтений – любовь к себе, фантастические книжные таблетки от депрессий и ромкомы, как вариант – откровенная эротика (18+).

По данным сервисов ГК «Литрес», самыми популярными жанрами в сегменте цифровой книги по-прежнему остаются фэнтези и фантастика, постепенно растёт популярность детективного жанра и классики. Причём, по объему выручки русская классика растёт более высокими темпами (+35%), чем категория в целом. Но самый значимый рост продаж в 2025-м демонстрирует эзотерика, в том числе благодаря выходу новинок Вадима Зеланда (на него приходится 39% выручки в этой категории).

Таблица 3.2.
ТОП-10 жанров* в сервисах ГК «Литрес»

Место в рейтинге	Жанр	Изменения год к году
1	Фэнтези	+10%
2	Фантастика	-3%
3	Детективы	+9%
4	Психология и саморазвитие	0%
5	Любовные романы	+12%
6	Проза	+9%
7	Бизнес	-3%
8	Классика	+29%
9	Эзотерика	+59%
10	Эротика и секс (без нон-фикшн)	+6%

***рэнкинг по объему выручки во всех моделях монетизации**

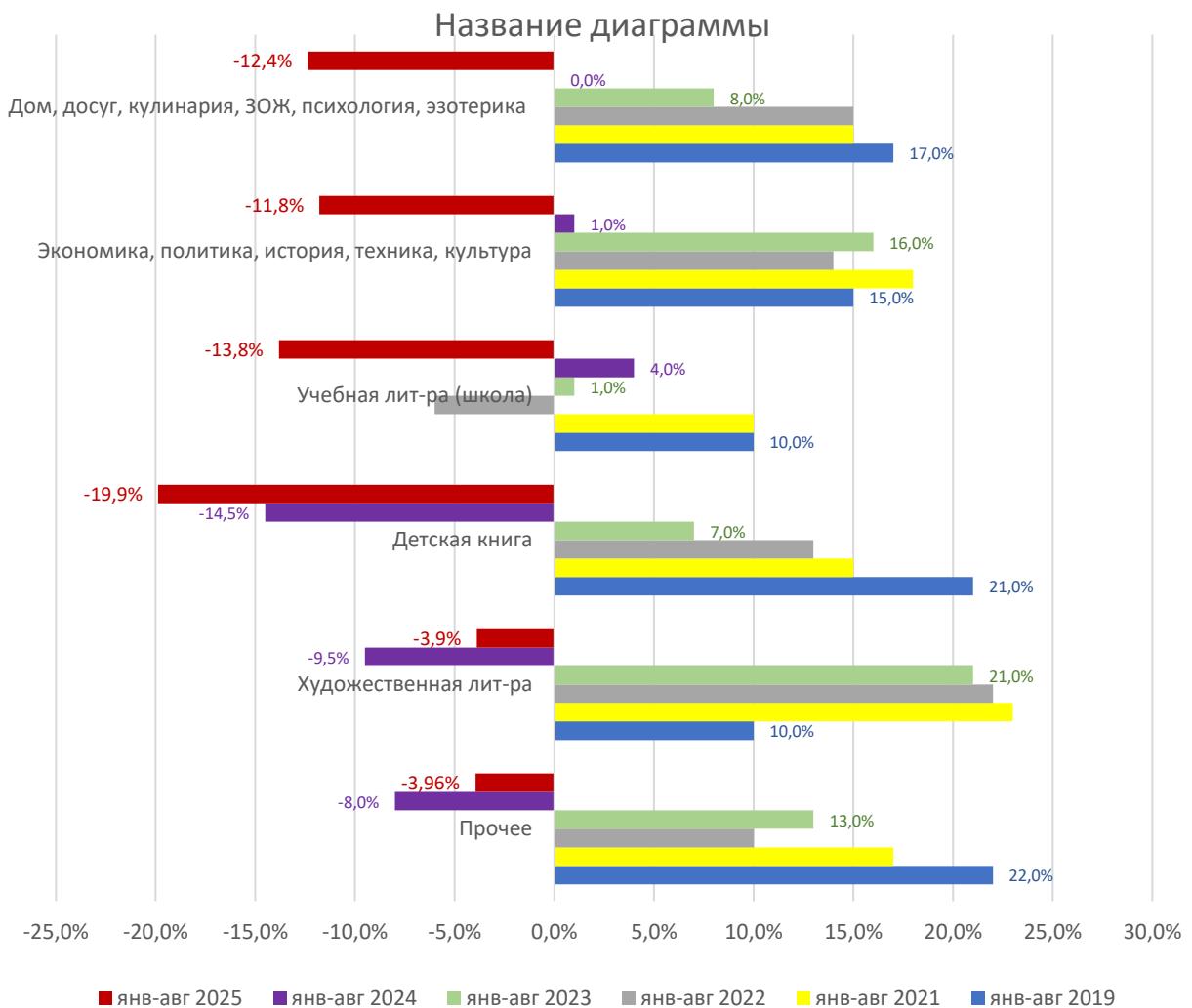
Источник: данные Литрес, отраслевая конференция в рамках ММКЯ, сентябрь 2025 г.

Если говорить о конкретном наполнении популярных в цифровом формате жанровых ниш, то в «фэнтези и фантастике» ТОП-10 продаж состоит в основном из digital-авторов (Сергей Винтеркей, Алекс Ключевской, Макс Глебов, Андрей Васильев). Из издательских авторов в ТОПе представлены Виктор Дашкевич и Сергей Лукьяненко. В детективном жанре по интересу покупателей лидируют современные детективы, триллеры и исторические детективы. Самые популярные авторы – Дарья Донцова, Майк Омер и Елена Михалкова. В классике ТОП авторов возглавляют Фёдор Достоевский, Лев Толстой и Эрих Мария Ремарк.

В 2025 году на цифровом книжном рынке независимо от жанра очевидно лидерство двух авторов: Вадим Зеланд – в нон-фикшн, Виктор Дашкевич – в художественной литературе. Оба автора востребованы издателями и неоднократно выпускали книги в печатном формате. В целом, ТОП-30 бестселлеров цифровой книги в 2025 году – это 73% аудиокниги и только 40% новинки 2024/25 гг. По сложившейся традиции книжного рынка и в цифре выход новых книг поднимает продажи предыдущих произведений автора/серии.

Диаграмма 3.6.

Динамика продаж в Московском регионе на платформах ГК «Литрес» укрупненных тематических групп книг в январе-августе 2019-2025 гг. (год к году), транзакционная модель



Источник: данные компании **Литрес**, экспертный опрос в рамках **Мониторинга**

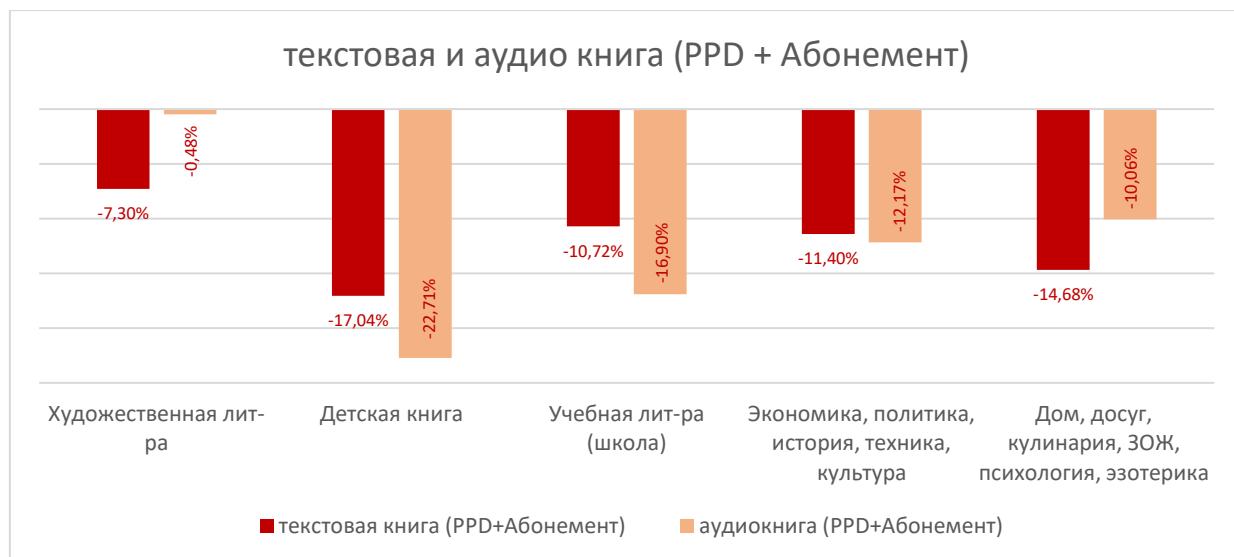
Впрочем, в Москве всё немного иначе. Второй год подряд монополист цифрового сегмента книжного рынка «Литрес» сталкивается в столице со снижением скачиваний книг вообще, и платных в частности. Среднемесячное количество скачиваний москвичами по каталогу «Литрес» в январе-августе 2025 г. в целом сократилось на 13% LFL2024 (до 687 тыс; в 2024 - 795 тыс.), в том числе платных – на 9% LFL2024 (до 514 тыс; в 2024 – 568 тыс.). Более того, транзакционная модель приобретения продемонстрировала существенное снижение продаж по таким категориям как детская книга (-19,9% LFL2024) и нон-фикшн литература для взрослых (-11,8-12,4% LFL2024). Учитывая тот факт, что транзакционная (PPD) схема оплаты контента обеспечивает 50% оборота ГК «Литрес» и примерно на треть зависит

от решений клиентов с московской регистрацией, имеет смысл серьезно проанализировать причины отрицательной динамики, которая, к примеру, в детской книге наблюдается уже второй год подряд, или заметный уход в минус раздела нон-фикшн изданий для взрослых, который до 2025 года стабильно находился в положительной зоне продаж по транзакционной схеме оплаты контента.

На негативном в массе своем фоне PPD-продаж, востребованность книг в подписных сервисах «Литрес» показывает существенный рост почти по всем тематикам и форматам (аудио/текст) цифровых изданий, и прежде всего в группе художественной литературе для взрослых. Но, конечно, темпы этой позитивной динамики в 2025-м уже намного скромнее тех, что показывала подписка в 2024-м.

Диаграмма 3.7.

Динамика (%) продаж в Московском регионе в разрезе укрупненных тематических групп книг на площадках «Литрес» в январе-августе 2025 года





Источник: данные компании **Литрес**, экспертный опрос в рамках **Мониторинга**, сентябрь-октябрь 2025 г.

Если говорить о тематических пристрастиях москвичей, то их предпочтения в цифре фактически никак не отличаются от востребованной тематики в бумажном формате – те же фэнтези/фантастика, детективы, саморазвитие/психология и любовные романы. Стоит отметить неожиданно низкий уровень интереса к классике в электронном формате. Но в 2025 году классика в целом ослабила свои позиции на московском книжном рынке во всех его сегментах и каналах продаж. Пожалуй, единственное принципиальное отличие – это эзотерика, всплеска интереса к которой на рынке бумажных книг в 2025 году замечено не было. Но возможно это сугубо «личная история» ГК «Литрес» в связи с работой по новинкам Вадима Зеланда.

Таблица 3.3.

Москва: ТОП платных скачиваний в январе-сентябре 2023-2025 гг.

PPD модель

АВТОР	НАЗВАНИЕ	ПРАВООБЛАДАТЕЛЬ	ЦЕНА, РУБ.
ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2025 ГОДА			
1	Вадим Зеланд Трансерфинг себя (аудио)	Добрый вестник	1586

2	Сергей Лукьяненко	Седьмой (электронная книга)	издательство АСТ	479
3	Марина Суржевская	Совершенные. Эхо Равилона (электронная книга)	digital-автор Суржка Марина Викторовна	349
4	Андрей Васильев	Отель Перекресток (электронная книга)	digital-автор Викулин Андрей Александрович	190
5	Андрей Васильев	Новое назначение (электронная книга)	digital-автор Викулин Андрей Александрович	190
6	Роман Прокофьев	Звездная кровь – 8. Истинный (электронная книга)	digital-автор Прокофьев Роман Юрьевич	199
7	Макс Глебов	Внешняя агрессия (электронная книга)	digital-автор Костяев Родион Алексеевич	279
8	Роман Прокофьев	Звездная Кровь-9. Ранг неизвестен (электронная книга)	digital-автор Прокофьев Роман Юрьевич	199
9	Лия Аструм	Сильнее ветра 2. Горизонт свободы (электронная книга)	digital-автор Кривоносова Юлия Руслановна	249
10	Лия Аструм	Сильнее ветра (электронная книга)	digital-автор Кривоносова Юлия Руслановна	249

ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2024 ГОДА

1	Макс Глебов	Фактор дисбаланса	digital-автор Литрес	279 р.
2	Макс Глебов	Разведчик барона	digital-автор Литрес	279 р.
3	Сергей Винтеркей	Антидемон. Книга 11	digital-автор Литрес	229 р.
4	Андрей Васильев	Закон охоты	digital-автор Литрес	170 р.
5	Сергей Винтеркей	Антидемон. Книга 10	digital-автор Литрес	229 р.

ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2023 ГОДА

1	Сергей Лукьяненко	Прыжок	издательство АСТ	379 р.
2	Андрей Васильев	Край неба	digital-автор Литрес	170 р.
3	Ольга Примаченко	К себе нежно. Книга о том, как ценить и беречь себя	издательство Эксмо	449 р.
4	Татьяна Мужицкая	Роман с самим собой. Как уравновесить внутренние ян и инь и не отвлекаться на всякую хрень	издательство Эксмо (аудиокнига)	439 р.
5	Анна Гаврилова и Яся Недотрога	Любимая адептка его величества. Книга 2	digital-автор Литрес	199 р.

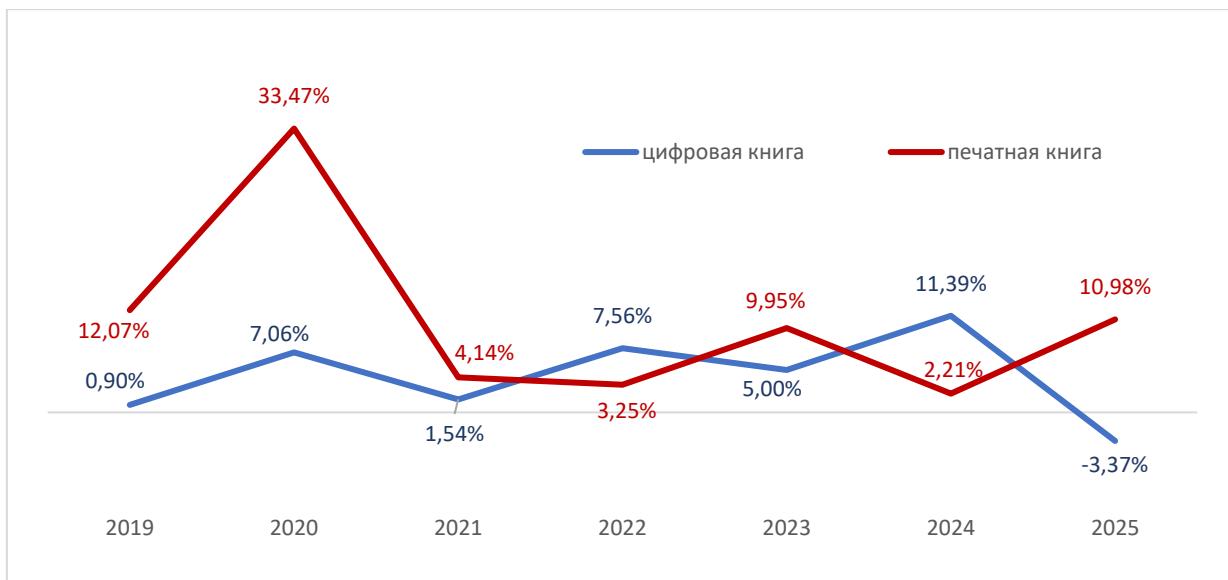
Источник: данные компании Литрес, экспертный опрос в рамках Мониторинга, октябрь 2023-2025 гг.

3.5. Динамика средней цены на бумажную и цифровую (электронную и аудио) книгу в 2020-2025 гг.

До 2022 года «Литрес» в статусе монополиста рынка контролировал инфляцию на уровне 1-6% годовых, причем, ценник электронной (текстовой) книги рос более высокими темпами в силу низкой базы. Но в 2022 году инфляция поднялась до 7,6%, а в 2024-м подскочила до 11,4%, и опять же основной вклад в растущий индекс потребительских цен сделан именно электронной (текстовой) книгой.

Диаграмма 3.8.

Динамика средней цены на бумажную и цифровую (электронную и аудио) книгу в 2019-2025 гг.



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, октябрь 2019-2025 гг.; аналитика - Мониторинг

В 2025 году, видимо в связи с серьезным снижением востребованности транзакционной модели монетизации контента и в отсутствии очевидных проинфляционных факторов в этом сегменте книжного рынка, средняя цена реализованной цифровой книги демонстрирует дефляцию на уровне 3,4%, опустившись с 245,95 руб. до 237,66 руб. Возможно, инструмент заморозки цены позволил избежать более существенного снижения продаж, по крайней

мере в секторах художественной (жанровой) и досуговой (психология, эзотерика, ЗОЖ) литературы для взрослых. Но вероятнее всего, правообладатели контента просто не досчитались доходов.

Таблица 3.4.

Средняя цена на бумажную и электронную книгу в Москве в августе 2014-2025 гг.

	СРЕДНЯЯ ЦЕНА БУМАЖНОЙ КНИГИ В ПРАЙСЕ ИЗДАТЕЛЯ (МОСКВА), РУБ.	СРЕДНЯЯ ЦЕНА РЕАЛИЗАЦИИ БУМАЖНОЙ КНИГИ В КНИЖНОМ МАГАЗИНЕ (МОСКВА), РУБ.	СРЕДНЯЯ ЦЕНА ЭЛЕКТРОННОЙ КНИГИ, РУБ.*	СОПОСТАВЛЕНИЕ (КНИЖНЫЙ РИТЕЙЛ К ЦИФРОВОЙ ДИСТРИБУЦИИ), %
2014	111,81	312,84	97,65	220,37
2015	148,64	322,81	134,72	139,62
2016	189,58	323,61	168,60	91,94
2017	196,08	358,67	166,10	115,94
2018	183,41	424,42	178,23	138,13
2019	197,35	475,65	179,84	164,49
2020	202,93	634,87	192,54	229,73
2021	285,00	661,15	195,50	238,18
2022	366,68	682,67	210,28	221,54
2023	374,87	750,61	220,80	207,32
2024	404,93	767,20	245,95	211,93
2025	487,60	902,00	237,66	379,53

* средние значения реализации по РРД (транзакционной модели)

Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2014-2025 гг.

Средний чек покупателя электронного контента у легального поставщика в Москве по транзакционной модели в январе-августе 2025 года демонстрирует достаточно узкий диапазон значений в зависимости от

правообладателя контента – от 301 руб. (только текстовые книги) до 279 руб. (только аудиокниги). Средневзвешенный показатель (с учетом самиздата) – 297 руб. с динамикой +3,48% к данным января-августа 2024 года.

В целом, мы видим незначительный (на уровне погрешности) рост среднего чека за последний год, заморозка цен на прошлогоднем уровне никак не повлияла на количество позиций чеке, не способствовала росту объема покупок. Видимо после серьезного подорожания текстовых электронных изданий (не самиздат) в прошлом году (+27,9%), правообладатели решили скорректировать ценовую политику. И в 2025-м не подорожали ни аудио, ни текстовые электронные книги. Коррекция цен коснулась лишь самиздата, причем если в Литрес это скромные +4%, то в Литнет +38%, в то время как аудиокниги (на 65% состоящие из проектов digital-авторов) фактически не изменились в цене (+0,8%) за последний год.

Однако, если мы говорим о подписных сервисах на рынке цифровой книги, то ситуация здесь иная. В 2025 году любимое число всех работающих по рекуррентной модели агрегаторов – 399. Именно столько рублей стоит месячная подписка в «Литрес», «МТС.Строки» и «Яндекс.Плюс (Букмейт)».

В 2025-м, отменив категории «стандарт», «премиум» и «семейная подписка», «MyBook» («Литрес») помимо обязательного сегодня пробного периода (0 руб. в первый месяц) предлагает подписку на 1 месяц за 399 руб., на 3 месяца за 999 руб., на 6 месяцев за 1890 руб. и на год за 3190 руб.

«Яндекс.Книги» («Букмейт») или 250 тыс. книг с декабря 2024 года предлагается исключительно в составе мультиподписки – 399 рублей в месяц, естественно с обязательным пробным периодом: 30 дней бесплатно для 4-х аккаунтов и 10 устройств, а далее – 399 руб. в месяц («Яндекс Музыка», «Кинопоиск», «Букмейт»).

Подход МТС к ценообразованию в сервисе «Строки» в 2025-м также заметно изменился: более 253000 книг всех жанров на 14 дней бесплатно и... далее всё те же 399 руб. в месяц. Полный доступ к основному каталогу электронных и аудиокниг без ограничения по времени, а в подписке МТС

PREMIUM «Строчки» и вовсе идут бесплатно в комплекте с кино, музыкой и защитой от спама.

В отличие от цифровых экосистем, литературный портал «Литнет» работает только по модели транзакции. И здесь можно приобрести книжку за 119-199 руб. (+38,8%LFL2024) или почитать массу бесплатных предложений. Подписка на «Литнет» – это возможность для читателей, заплатив один раз, читать книгу, которую пишет и постепенно выкладывает на сайт автор. Впрочем, интеграция в российский бизнес для компании «Литнет» пока проходит не так активно, особенно после приобретения части акций компании одним из акционеров холдинга «Эксмо-АСТ».

Конечно, агрегаторы электронного контента мотивированы, в первую очередь, на маркетинг именно электронных книг и продвижение самого процесса «электронного книгопотребления». В 2025 году цифровые агрегаторы книжного контента невероятно активно позиционируют себя на региональных книжных фестивалях, «Яндекс.Книги» – с традиционными квизами, «Литнет» – с более широкой программой, но, как правило, только на фестивалях в городах-миллионниках.

«Литрес» в 2025 году сосредоточился на собственной рекламной кампании в Москве на различных носителях (ТВ, digital, наружная реклама, такси с 1 августа по 30 сентября), получив порядка 3 млрд контактов. В июле с собственным стендом принял участие в фестивале Epic Con Russia (4-5.07 – 57,5 тыс. участников) и фестивале «Дачное Царицыно» (11-20.07 – 357 тыс. посетителей парка), а также продолжил сотрудничество с топ-блогерами: Тина Канделаки, Саша Сулим, Энтони Юлай, Маруся Черничкина, Соня Хромова, получив более 17 млн просмотров.

3.6. Перспективы развития рынка цифровой книги в г. Москва.

Несмотря на структурную перестройку и определенное восстановление рынка, цифровой сегмент по-прежнему не стоит рассматривать в качестве драйвера книжного рынка в целом. Цифра самодостаточна, всё меньше зависит от продукта издательств и в значительной степени ориентируется на собственные внутренние контентные ресурсы и self-pub авторов (правообладателей контента), использующих сеть в качестве витрины и зачастую самостоятельно продающих собственные произведения на личных каналах и группах в соцсетях.

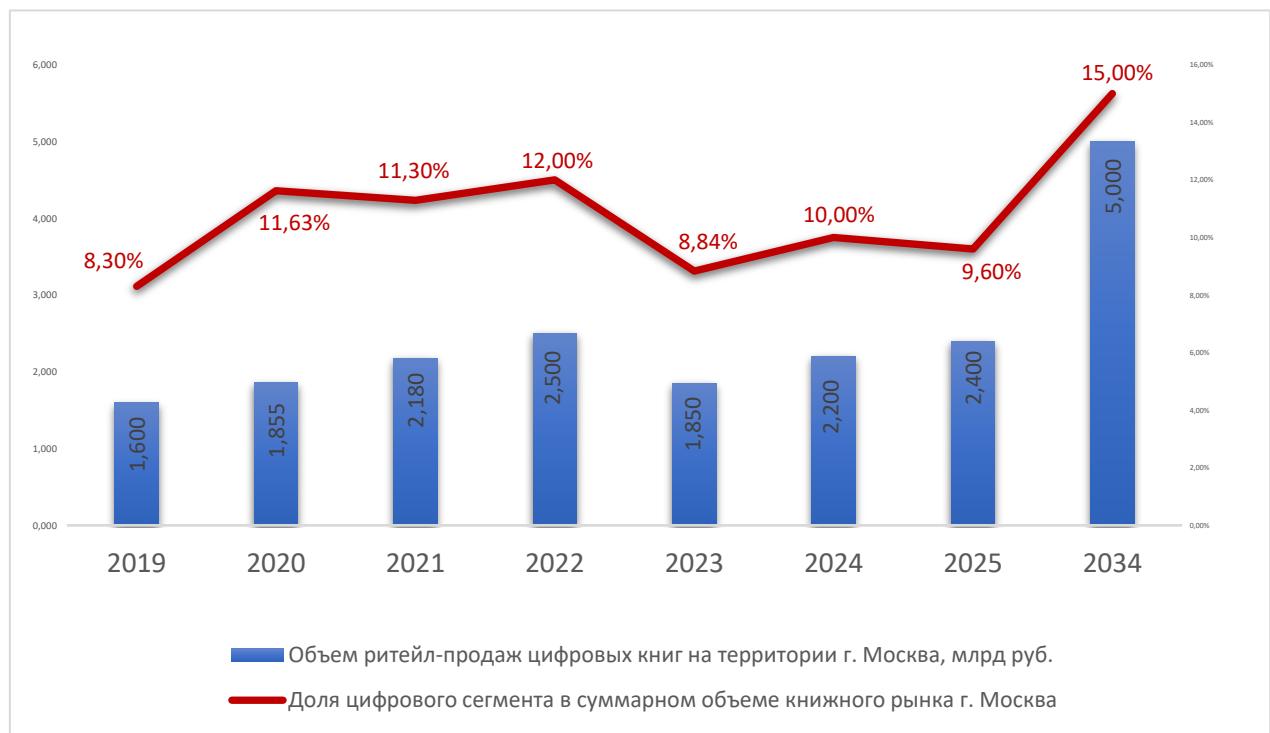
Доля продаж электронного (аудио | текст) формата в общем объеме реализации издательств Москвы в августе 2025 года составляет в среднем 4,71% оборота (в августе 2024 – 5,8%; в августе 2023 – 2,61%; в августе 2022 – 2,59%; в августе 2021 – 2,6%; в августе 2020 – 4,9%). Причем у холдинга «Эксмо-АСТ» и ГК «РИПОЛ», напрямую связанных с агрегаторами электронного контента («Литрес» и «Литнет»), она поднимается до 6-13% от общего объема реализации в августе-сентябре 2025 г. с тенденцией к снижению (ведь в 2024-м – это 10-15%), в то время как у издателей детских книг и дошкольных развивающих проектов она остается на низком уровне – 0-4% оборота, с нулевой динамикой год к году в большинстве случаев. Аналогичная (0-0,3%) ситуация и у издательств, выпускающих учебную литературу для школ и техникумов. Основными партнерами издательств по реализации электронных форм изданий в 2025 году выступают: «Литрес», «Яндекс.Книги», «ВК», «СберЗвук», операторы связи – Ростелеком, МТС, Билайн.

В 2025 году высокий уровень участия цифровых изданий в обороте отмечен лишь у издательских организаций с собственной ЭБС, т.е. обладающих собственной платформой для взаимодействия с вузами и научными библиотеками (к примеру, НИЦ Инфра-М – 51% реализации в цифре, при среднем тираже печатных изданий в 2025 году – 55 экземпляров). Но к рынку цифровой книги, о котором идет речь в данном разделе, это не имеет никакого отношения.

По большому счету, каких-либо кардинальных перемен в репертуарной или сбытовой политике книгоиздательств Москвы в настоящий момент не наблюдается, а концентрация на self-pub контенте не позволит цифровому сегменту привлечь достаточное количество новых читателей для увеличения темпов роста. Так что, в ближайшее десятилетие доля цифровой (аудио и электронной) книги вряд ли превысит 15% оборота книжного рынка Москвы, по-прежнему оставаясь «на вторых ролях».

Диаграмма 3.9.

Доля цифровой книги в ритейл-продажах книжной продукции на территории г. Москва в 2019-2025 (2034 прогноз) гг.



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2019-2025 гг.

Тема 4.

Карта стационарных книготорговых объектов города Москвы и тенденции развития в течение исследуемого периода – IV кв. 2024 - III кв. 2025 г. с прогнозом на конец 2025 г.

4.1. Динамика карты розничных стационарных книготорговых объектов в г. Москва в 2024-2025 гг., суммарно с указанием основных каналов продаж книжной продукции: книжные магазины, киоски и fmcg-маркеты. Анализ основных тенденций и востребованность канала у потребителя на территории г. Москва.

По состоянию на октябрь 2025 года на территории Москвы насчитывается 161 специализированный на продаже книжных изданий⁵ стационарный торговый объект (книжный магазин).

Как и в предыдущие годы, в 2025-м население столицы растет, книжные магазины закрываются, но вопреки сложившейся традиции почти НЕ открываются. Из девяти новых (или обновленных) магазинов, появившихся на территории Москвы с октября 2024 г. по сентябрь 2025 г. две трети (66.7%) – сетевые объекты ОРС «Читай-город – Буквоед» и «Республика», т.е. магазины компаний, аффилированных с крупнейшим издательским холдингом страны. Очередной объект в Коммунарке открыл сетевой «Детский книжный», чью ассортиментную матрицу вряд ли можно считать полноценно книжной. Добавим к этому еще два места, появившиеся в 2024-м и отработавшие в столице весь отчетный период, – независимый магазин с личной кофейней «Чехов и Компания» и расположившийся в «Пивотеке 465» книжный магазинчик под названием «Рупор». Всё. На этом пополнение книготорговой инфраструктуры столицы себя исчерпало.

В целом, с октября прошлого года по нынешний сентябрь в столице число книжных магазинов сократилось на 21,8% (или -45 объектов). Фактически москвичи потеряли каждый пятый книжный магазин. И львиная доля (68,5%) волны закрытий пришлась на магазины с вывеской «Книжный Лабиринт».

⁵ Более 40% торговой площади выделено под книги

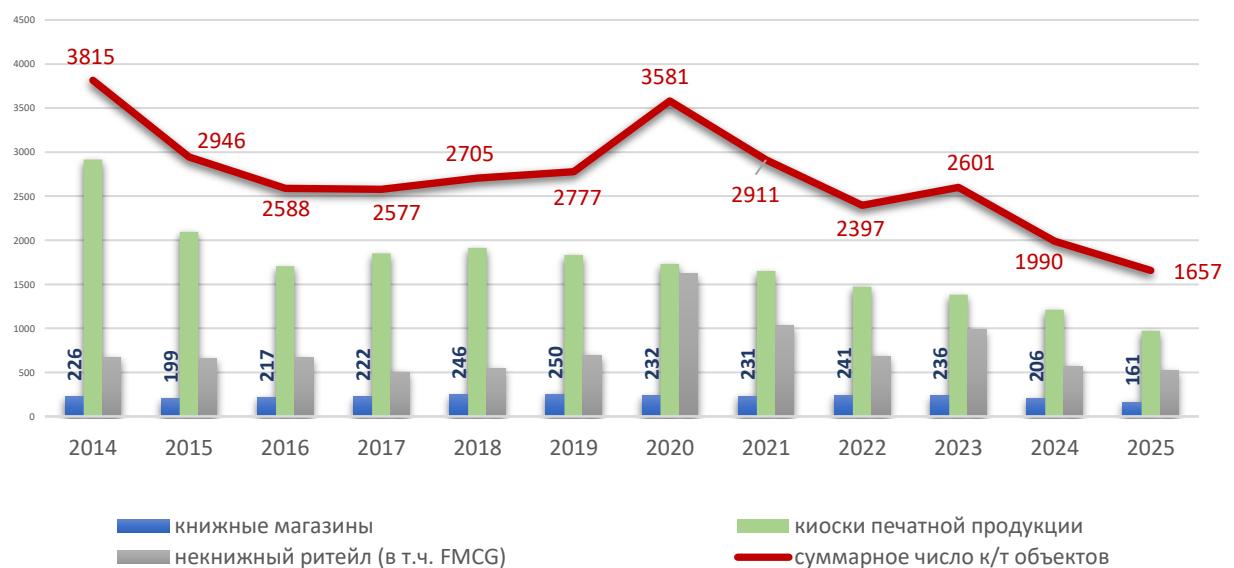
С октября 2024 года по сентябрь 2025 года одна из ведущих книжных сетей Москвы («Книжный Лабиринт») ликвидировала 37 магазинов (в аналогичный период 2023-2024 гг. – 27 магазинов). Также закрылись в переформатированном ЦДМ на Лубянке «Multi Fandom Store» и фирменный магазинчик издательства «Клевер-Медиа-групп», магазин китайской литературы «Шанс» на Земляном валу и открытый в 2022-м аниме-магазин в переулке Печатников, знаменитый своими подборками книг на иностранных языках «Букбридж» и «Книжный бункер» на Покровке. Сочло необходимым закрыть магазин на Мичуринском проспекте и временно приостановить работу Дома книги в Беляево единственное государственное предприятие столицы – ОЦ «Московский Дом книги». В своем московском филиале закрыла 8 магазинов федеральная ОРС «Читай-город – Буквоед».

За последние 5 лет (не считая ковидный 2020-й) Москва потеряла 35,6% своей специализированной книготорговой инфраструктуры (89 мест/точек продажи или безвозвратных потерь, которые так и не были восполнены открытием новых, ребрендингом или условным «переездом» книжных магазинов).

И тем не менее, текущую ситуацию в книготорговле Москвы нельзя охарактеризовать как катастрофу. Книжная Москва уже проходила через лавинообразное закрытие магазинов «Буква», двукратное сокращение сетей ОЦ «Московский Дом книги» и «Республика». И всегда «отстраивалась» заново. Да и сегодня в Москве по-прежнему, трудятся престижные ТД «Библио-Глобус» и ТДК «Москва», любимый несколькими поколениями москвичей Дом книги «Молодая Гвардия» на Большой Полянке, в расширенном составе работает сменившая владельца сеть «Республика» и большинство книжных супермаркетов «Читай-город» остались на своих местах. По-прежнему работают клубные «Primus Versus» и «Книжки с картинками», патриотичная «Листва» и московский филиал авторского магазина «Во весь голос» (СПб), растут продажи в магазине «Я люблю

читать», в переехавшей «Лавке Чижика» и в «Академкниге» издательства «Наука». Фактически все кулуарные объекты и книжники с ярко выраженной специализацией ассортимента (архитектура, наука, религия) сохранили клиентов. Самая сложная ситуация у сети «Книжный Лабиринт», но это было очевидно уже в ноябре прошлого года, когда компания была признана банкротом, лишилась доступа к собственным счетам и фактически приступила к завершению своей деятельности (и не только в столице). В 2025 году большинство магазинов «Книжный Лабиринт» не оплачивали аренду, имели задолженность по зарплате, превышавшую допустимый квартальный период, и фактически не обновляли ассортиментную матрицу, распродавая остатки склада. По состоянию на октябрь 2025 года полноценно работает в Москве (без временных пауз в связи с неуплатой аренды) лишь один магазин сети – в ТЦ «Ривьера».

Диаграмма 4.1.
Динамика суммарного числа объектов физической розницы с книжным ассортиментом на территории г. Москва в 2014-2025 гг.



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2025 (2014-2024) гг.

Несмотря на всё большее отставание количества книжных магазинов в Москве от благополучного 2019 года (250), ключевая проблема сегодня – не возросшее давление со стороны онлайн-канала, а утрата традиционными книжными магазинами собственной индивидуальности, прежде всего, в ассортиментном наполнении торгового пространства (витрины) при сохранении традиционной модели «личных продаж». Отсюда, и высокая стоимость контакта с посетителем, особенно с учетом предстоящего увеличения страховых взносов по ФОТ, и растущая в цене коммуналка, и как следствие, снижение эффективности работы в целом. Давление монополиста в лице издательского холдинга «Эксмо/АСТ», его год от года растущий контроль за процессами движения контента от автора к читателю загоняет книжные магазины с торговой площадью более 100 кв метров в полную зависимость от решений холдинга в редакционной и ценовой политике, что вкупе с вложениями в «атмосферу впечатлений» и личное обаяние продавцов на торговой площадке только снижает эффективность традиционной книжной торговли.

Несмотря на уход с рынка сети «Книжный Лабиринт», по-прежнему большинство (72,05%) книжных магазинов столицы в 2025 г. (75,7% в 2024; 80,0% в 2023) – это сетевые объекты, принадлежащие в том числе крупным книготорговым операторам с ровным покрытием по всем АО, магазины с унифицированными ассортиментными матрицами. И если средняя площадь книжной выкладки в столичном книжном магазине за 2025 год выросла на 3,7% (со 160,1 кв. м до 165,95 кв. м), то ассортимент на этой увеличенной полке сегодня по-прежнему фактически на 90% дублирует предложение онлайн-витрин маркетплейсов, к тому же отчасти пересекаясь с предложением FMCG-маркетов и детского ритейла. Да, в 2025-м сокращается количество не только книжных магазинов, но и fmcg-универсамов с книжным предложением (-8,2%LFL2024) и киосков печатной продукции (-19,9%LFL2024) на территории Москвы. Но без перезагрузки ассортиментной матрицы или смены модели личных продаж на автоматизированные (анонимные) системы

самообслуживания книжные магазины вряд ли смогут воспользоваться этим конкурентным преимуществом должным образом. Всё в большей и большей степени делегируя книжные продажи онлайн-каналам, книжные магазины столицы по-прежнему остаются бесплатным «контактным зоопарком» для витрины маркетплейсов с фотозонами, диванами и чашками кофе, а не местом удачного приобретения книг для собственных клиентов.

Помимо 161 книжного магазина, в октябре 2024 – сентябре 2025 года в распространении книжных изданий на территории Москвы принимали участие 971 киоск со специализацией на продаже печатных изданий и 525 площадок сетевого fmcg-ритейла, магазинов детских и канцелярских товаров. Общее количество ритейл-объектов с книжным ассортиментом в Москве сократилось на фоне предыдущего отчетного периода на 16,7% (примерно на 1/6 часть), но при этом структура московского книжного рынка по соотношению долей различных ритейл-форматов в целом сохранила свои контуры на уровне 2022 и 2024 гг.

**Диаграмма 4.2.
Доли различных ритейл-форматов в структуре московского книжного рынка по состоянию на сентябрь 2014-2025 гг. (кол-во объектов)**



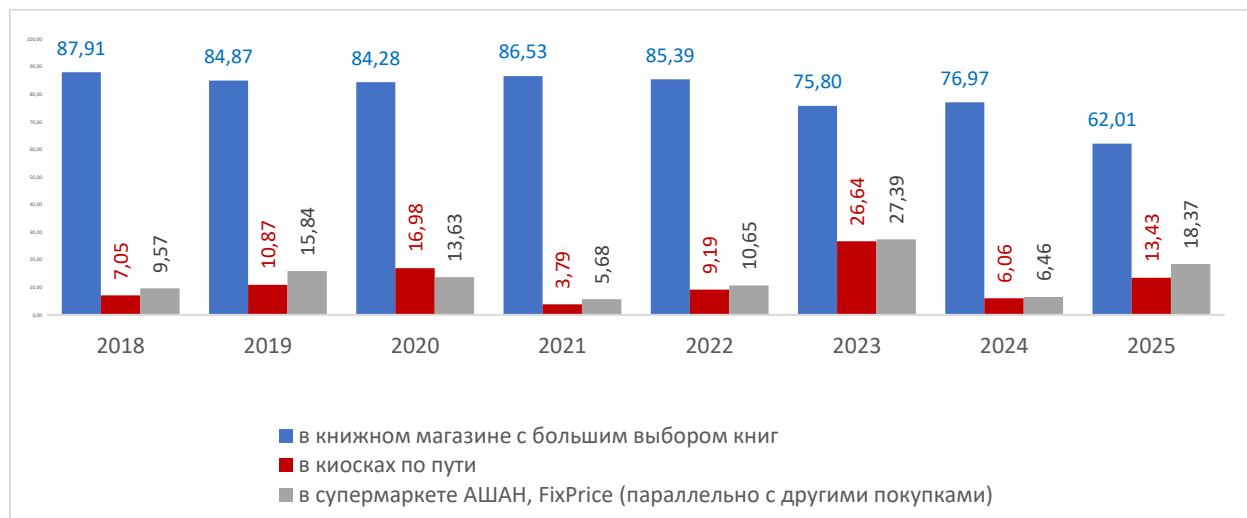
Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2014-2025 гг.

Общая торговая площадь, выделенная розницей под книжные издания в Москве, составляет 34963 м² (суммарно по книжным магазинам, киоскам и некнижному ритейлу /в т.ч. fmcg), что на 17,1% меньше аналогичного показателя 2024 года (42179 м²; в 2023-м – 40054 м²). И, несмотря на широкий спектр мест потенциальной покупки книг, москвичи, проживающие во всех АО столицы, по-прежнему предпочитают приобретать книги в «книжном магазине с большим выбором книг» согласно проведенному в рамках Мониторинга социологическому опросу. Но в 2025-м этот традиционно лидирующий в книжном шопинге москвичей формат покупок находится на невероятно низком для себя уровне – 62,01% респондентов (76,97% – в сентябре 2024; 75,8% – в сентябре 2023; 85,4% – в сентябре 2022; 84,9% – в сентябре 2019; 93,3% – в сентябре 2016) на фоне взрывного роста интереса москвичей к покупкам книг «по пути»: в киосках (13,43%; в 2024 – 6,1% респондентов) и в отделах FMCG-супермаркетов параллельно с другими товарами – 18,37% респондентов (в 2024 – 6,5%; в 2023 – 27,4%; в 2022 – 10,65%; в 2019 – 15,8%).

Диаграмма 4.3.

Предпочтение онлайн-формата покупки книг населением Москвы в 2018-2025 гг.

(% респондентов, ответивших на закрытый вопрос / допускается более 1 варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2018-2025 гг.)

Если говорить только о книжных магазинах, то по состоянию на сентябрь 2025 года московский филиал федеральной ОРС «Читай-город – Буквоед» является крупнейшим книжным ритейлером столицы, насчитывающим 75 стационарных розничных объектов на её территории, из которых 12 пройдут процедуру ребрендинга в 2025 году. Свой первый магазин в новой концепции ОРС представила в январе 2025 года в стомичном ТЦ «Авиапарк» и, в целом, на данный момент довольна результатами его работы:

**Брычkin A.B.,
генеральный директор ОРС «Читай-город – Буквоед»**

«За первые девять месяцев работы «Читай-город» в ТЦ Авиапарк уверенно выполняет план продаж: он входит в топ-5 магазинов сети по товарообороту, показывает стабильный рост выручки и трафика. В магазинах, открывающихся после ребрендинга, мы также видим растущую динамику: товарооборота до 50%, среднего чека более чем на 30%. При этом эффективность метра книжной полки в новом формате более чем на 180% выше относительно старого формата. Поэтому мы положительно оцениваем результаты внедрения новой ритейл-концепции и считаем, что рестайлинг магазинов является одним из основных драйверов роста продаж книг в будущем.

В текущем году мы откроем около 25 объектов в новом формате, в том числе 12 – в Москве. Что касается следующего года, то пока мы верстаем планы и набираем портфель проектов для рестайлинга, договариваемся с арендодателями».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Собственно, распределение книжных магазинов по «старой» Москве выглядит достаточно равномерно, исключая минимализм Зеленоградского АО и очевидное лидерство Центрального столичного округа. Здесь, в ЦАО, по-

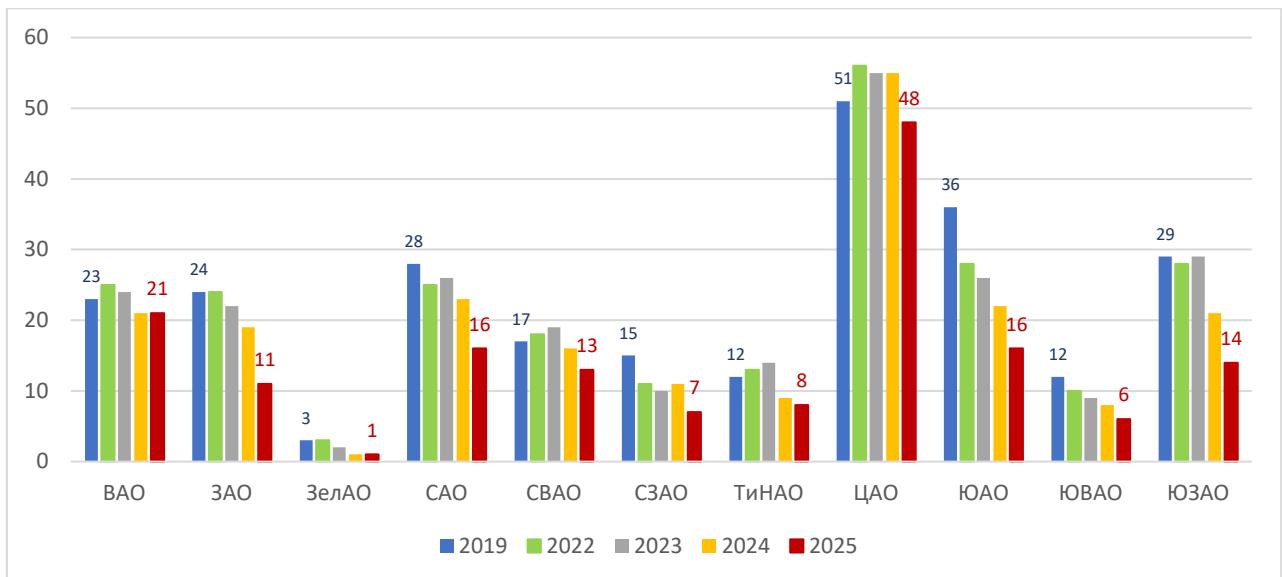
прежнему сосредоточена почти третья (29,8%) всех книжных магазинов Москвы, несмотря на внушительные потери (-10 магазинов) в 2025 году: минус три «Книжных Лабиринта», два не проработавших и нескольких лет комикс-шопа, один «Читай-город» и четыре небольших, но обладающих собственным «лицом» магазинчика.

В 2025 году незначительную (-1 магазин) динамику демонстрируют традиционно обделенные вниманием книжников округа Новой Москвы (ТиНАО). Без изменений в Восточном и Зеленоградском АО. А самую серьезную отрицательную динамику в текущем отчетном периоде показывает книготорговый ландшафт Центрального, Юго-Западного, Западного и Северного АО, где закрылось по 7-10 магазинов, преимущественно объектов сетей «Книжного Лабиринта» и «Читай-города». В среднем же административные округа Москвы в 2025-м году потеряли по 3,7 книжных магазина.

По большинству столичных административных округов за пять последних лет динамика количества книжных магазинов неутешительна. И если амплитуда колебаний год к году почти незаметна для покупателя (плюс-минус 1-2 магазина), то в диапазоне пятилетки можно наблюдать просто катастрофическое снижение числа книжных в Западном, Южном и Юго-Западном АО, и относительную стабильность только в Северо-Восточном округе столицы.

Диаграмма 4.4.

География распределения книжных магазинов по административным округам Москвы в 2019-2025 гг.



Источник: Данные Мониторинга, сентябрь 2019-2025 гг.

Суммарная торговая площадь книжных магазинов Москвы по состоянию на 1 октября 2025 года составляет 52037,5 кв. м (в 2024 – 63164 кв. м; в 2023 – 69739,1 кв. м; в 2022 – 67150,1; в 2021 – 62919,1; в 2019 – 67197,2), и за последний год она сократилась на 17,6%, т.е. достаточно заметно, но вполне предсказуемо с учетом закрытий крупноформатных книжных супермаркетов сетей «Книжный Лабиринт», «Читай-город» и ОЦ «Московский Дом книги».

Гораздо большее влияние на книжный рынок Москвы оказывает тот факт, что от ухода из России крупных брендов и освобождения пространства в столичных торговых центрах серьезных выгод книжная отрасль не получила. Упавший уровень трафика в ТЦ при сохраняющейся высокой арендной плате не позволяет рассматривать освободившиеся пространства для дислокации книжных магазинов. Книга с её растущей ценой и медленной оборачиваемостью, потерями в сегменте переводных блокбастеров в связи с санкционными ограничениями не может рассчитывать на размещение в пространстве ушедших флагманских брендов. Книжные магазины по-прежнему занимают 3-й, 4-й или цокольные этажи востребованных у покупателей ТЦ. И администрации торговых центров Москвы, находясь, как и вся розница, под прессингом маркетплейсов, в 2025 году всё реже идут на

рассрочку оплаты, льготные тарифы и прочие уступки в арендных платежах для книготорговых объектов.

В ритейл-карту московского книжного рынка вполне органично (по крайней мере с точки зрения клиента) на сегодняшний день включены киосковые сети, а также площадки fmсg и прочих некнижных розничных сетей, предлагающие книги в качестве сопутствующего товара (<10% торговой площади). В 2025-м примерно каждый пятый-шестой из ста участников опроса среди посетителей книжных магазинов готов покупать книги именно «по пути», в т.ч. одновременно с другими товарами. На фоне закрытий книжных магазинов в столице, рейтинг непрофильных площадок как мест продажи книг буквально взлетел до небес.

Впрочем, в 2025-м канал fmсg-ритейла обладает уже гораздо меньшей пропускной способностью, чем даже 2-3 года назад. Еще в августе 2022 года МЕТРО полностью удалила книги из своей ассортиментной карты, сократил книжную выкладку АШАН, кто-то как Лента или Магнит/Дикси оставил в большинстве случаев лишь легкую печатную продукцию (газеты/журналы, сборники кроссвордов и детские раскраски), которые вряд ли можно рассматривать как полноценный книжный ассортимент, а в 2024-м и «Перекресток» окончательно отказался от книг.

Давление со стороны онлайн-продаж испытывают не только книжные магазины, но вся онлайн розница, включая FMCG. Место на полке дорожает, и естественно, неликвидный товар постепенно уходит с прилавков на виртуальную витрину, где ему также особо не рады, вводя штрафные санкции в отношении продавцов невостребованных товаров. Давление онлайн, с одной стороны, приводит к сокращению числа объектов fmсg-сетей (подобно Fix-Price на территории Москвы) или их переформатированию под городской мини-формат; с другой стороны, – к замене стороннего предложения на продукты СТМ. Таким примером в группе книжной продукции может служить торговая марка сети Ашан («Красная птица»), под которой сегодня

выпускаются развивающие/обучающие брошюры для дошкольников (производитель – «Хатбер-М»). «Пишем цифры» и «Прописи: готовим руку. 4-5 лет» (СТМ Ашан) по цене 29.99 – 34.99 руб. за штуку фактически вытеснили с полок популярного fmсg-супермаркета аналогичную продукцию сторонних издательств/поставщиков (АСТ, Эксмо, Мозаика-Синтез и пр.).

Тем не менее, издательства Москвы, и прежде всего производители детских книг, отводят в структуре своих продаж на fmсg-канал в среднем 11,1% объема в 2025 году. Несмотря на появление у издателей новых партнеров в этом канале – супермаркетов «Фамилия» и «Кари», покупатели книг в Москве пока в качестве базы рассматривают лишь три площадки – филиалы сети «Детский мир», «Ашан» и Fix-Price (ООО «Бэст-прайс»).

Средняя цена реализованного книжного издания в этом канале в августе-сентябре 2025 года находится на уровне 241,57 руб. (в августе-сентябре 2024 – 302,5 руб.; в августе 2023 – 255,76 руб.; в августе 2021 – 248,08 руб.; в августе 2020 – 247.06 руб.; в августе 2019 – 273.02 руб.), что вполне соответствует запросам покупателей в плане возможной/допустимой стоимости детских книг – напомним, речь идет о диапазоне 200-400 руб., который выбирают 41,16% респондентов опроса среди посетителей книжных магазинов в сентябре-октябре 2025 года. Более того, мы видим дефляцию в годовом выражении (LFL2024) на уровне -20,1%. Да, ассортимент fmсg-сети – это большей частью продукция эконом-класса: покет-издания детективов О. Володарской, Д. Донцовой за 100-200 руб. за штуку и классика на серой бумаге эконом-класса по цене 59-199 руб., развивающие брошюры СТМ за 27-44 руб., редко встречающиеся энциклопедии «Росмэн» по 249 руб. за штуку, «Школьная программа по чтению» в мягкой обложке издательства «Феникс» за 99 руб. и книги-мозаики для малышей от «ИД Лев» по 149 руб. за штуку, и даже манга от «Азбуки» по 149 руб. Более того, книжный ассортимент fmсg-маркетов для взрослой аудитории в значительной степени напоминает предложение вторичного рынка сбыта устаревших изданий. Тем не менее, по

цене он даже в своей верхней границе вполне укладывается в предпочтительный диапазон – 200-700 руб., который обозначили в качестве приемлемого для книг взрослой аудитории более половины (61,73%) респондентов опроса в 2025-м году.

Несмотря на очевидное за последний год улучшение книжной ассортиментной матрицы «Fix-Price», сегодня по-прежнему «восхищают» ценники этого fmfg-маркета: «серия художественных книг (210 гр.) – 199.00 руб.» или «книги в твердом переплете (350 гр.) – 299.00 руб.», проще говоря, продажа книг на вес – плюс 100 рублей за каждые 100 грамм сверху. А ведь среди этих книг, чья стоимость определяется по весу блока скрепленных в корешке страниц, представлен в том числе и «Брисбен» Е. Водолазкина, и серия классики от «Эксмо», и прочая далеко не проходная литература.

Таблица 4.1.

Структура книжных ассортиментных матриц fmfg-ритейла в 2025 году

	АШАН		FIX-PRICE	
	Доля тематики в текущем ассортименте, %	Средняя цена предложения, руб.	Доля тематики в текущем ассортименте, %	Средняя цена предложения, руб.
ДЕТСКИЕ КНИГИ	55%	239.59	70%	145.30
ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ	30%	332.70	25%	212.05
НОН-ФИКШН ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ	15%	554.17	5%	274.00

Источник: открытые данные московских филиалов компаний АШАН, Бэст-прайс, аналитика – Мониторинг

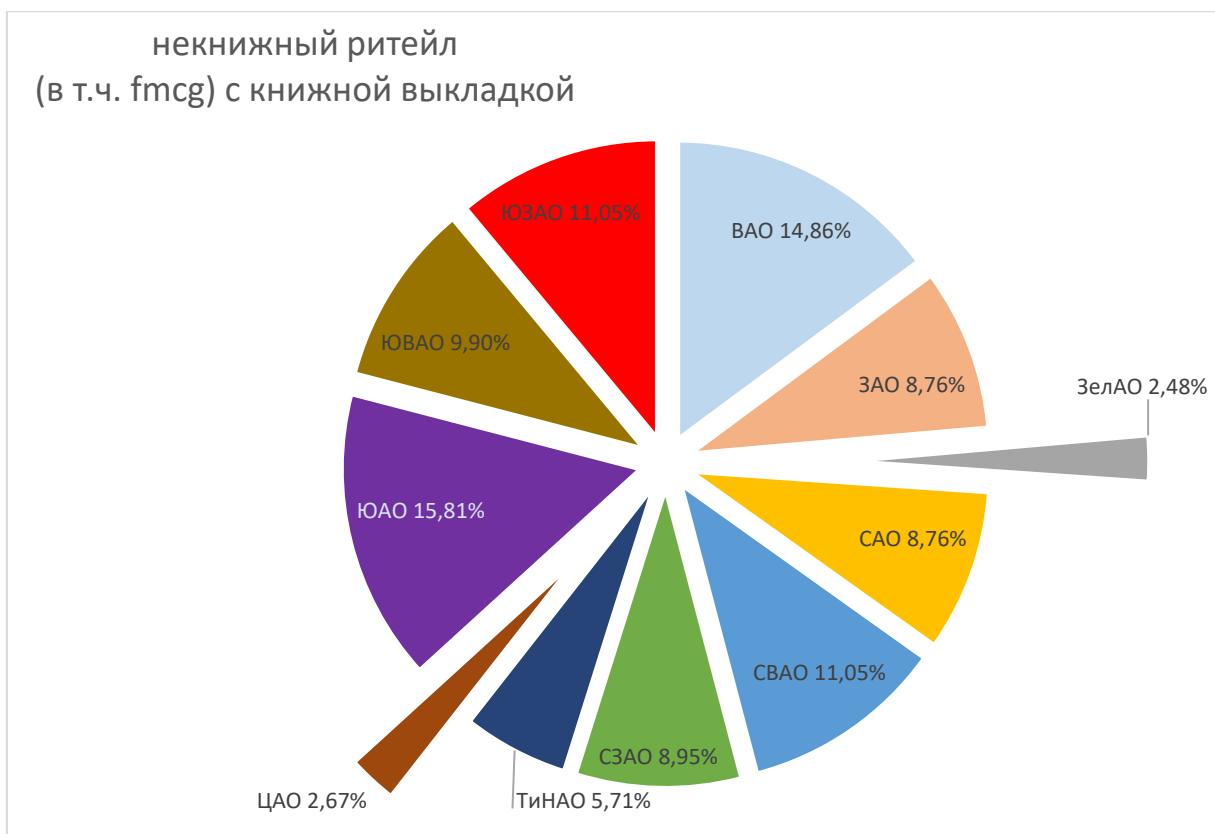
По данным компаний на сентябрь 2025 года книги присутствуют в ассортиментной матрице торговых площадок следующих непрофильных потребительских сетей:

- Ашан, сеть гипермаркетов – 25 площадок в Московском регионе с преимущественным размещением в ЮАО и ЗАО.

- Детский мир – 131 площадка в Московском регионе, с преимущественным размещением в ЮАО, ЗАО, ЮЗАО
- О'КЕЙ, сеть супермаркетов – 10 площадок в Москве, с преимущественным размещением в ЮАО, СВАО и САО
- Fix-Price (ООО «Бэст Прайс»), сеть дискаунтеров «одной цены» – 359 площадок в Москве с преимущественным размещением в ВАО, ЮАО и СВАО

Диаграмма 4.5

География распределения объектов некнижного ритейла (в т.ч. FMCG) с присутствием книг в ассортиментной карте по административным округам Москвы в 2025 г.



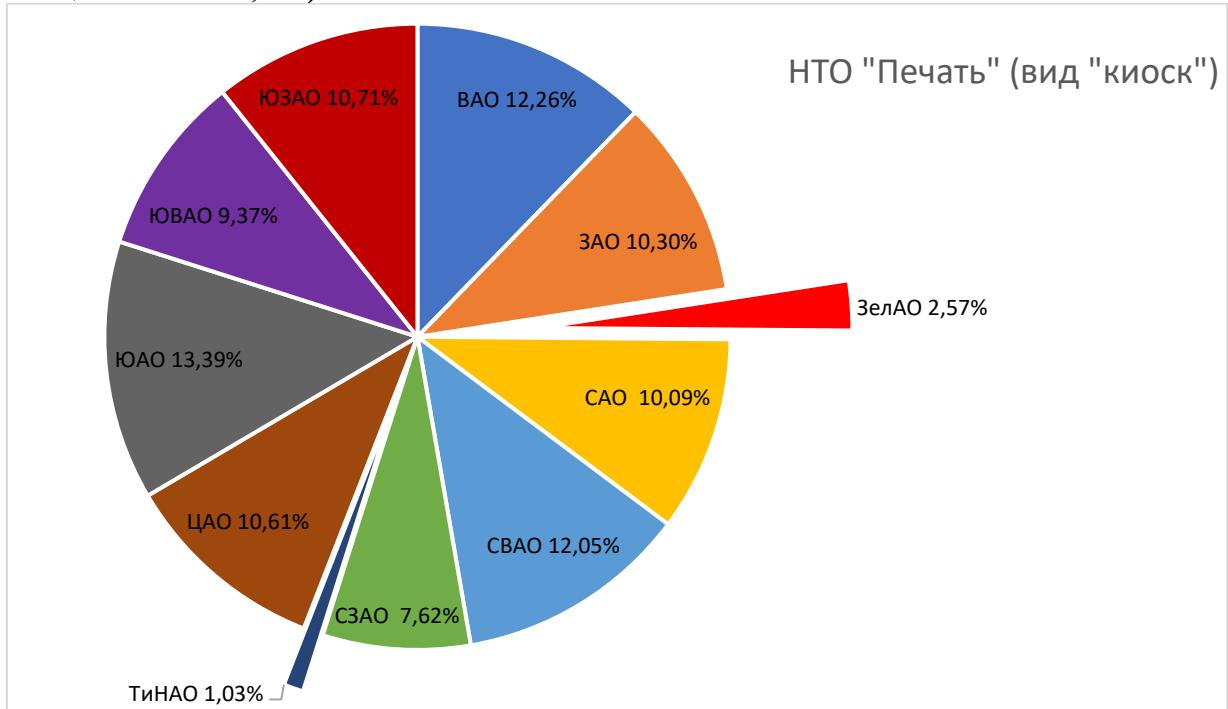
Источник: открытые данные московских филиалов компаний АШАН, Бэст-прайс, Детский мир, аналитика – Мониторинг

Как и fmcg-формат, на данный момент канал киосковых сетей демонстрирует значительное сокращение объема книжных продаж – его пропускная способность для книжной продукции свернулась до 0,01% общего

объема реализации книжных издательств в Московском регионе, что, учитывая данные последних лет (2024 – 0,1%; 2023 – 2,1%; 2019 – 3,2%; 2018 – 2,9%; 2017 – 5,4%; 2016 – 6,9%) является критичным значением для данного канала. И только за последний год число киосков печатной продукции в столице сократилось на 19,9% до 971 объекта (в 2023-2024 гг. также отмечалась отрицательная динамика по количеству объектов на уровне минус 7-12%), т.е. в 2025-м закрылся фактически каждый пятый киоск, несмотря на выявленный по результатам соцопроса рост интереса покупателей к данному формату покупки книг: в 2025-м 13,43% респондентов опроса среди посетителей книжных магазинов заявляли о своей практике покупки книг в киосках по пути, в 2024-м – только 6,06% респондентов.

Диаграмма 4.6.

География распределения объектов НТО «Печать» (вид «киоск») по административным округам Москвы в 2025 году (доля объектов в АО от общего кол-ва, %)



Источник: адресный перечень размещения нестационарных торговых объектов «Печать» (вид «киоск») на территории города Москвы на 1.10.2025 г.

4.2. Показатель обеспеченности населения г. Москва книжными магазинами и его динамика в 2020-2025 гг. в сопоставлении с административными центрами субъектов РФ.

Расчетный показатель обеспеченности населения Москвы книжными магазинами в 2025 году составил 1:82449 (или один магазин на 82,4 тыс. жителей), что заметно хуже ситуации 2024 года (1:63834). Впрочем, учитывая рост населения столицы и потерю 54 книжных магазинов, которые лишь на шестую часть (16,7%) были перекрыты новыми (обновленными) площадками, итог предсказуемый.

Так что, и в 2025 году по уровню обеспеченности населения книжными магазинами Москва уступает Санкт-Петербургу (1:30192), Казани (1:25122), Новосибирску (1:40356), Красноярску (26272) и другим городам-миллионникам в России, и не только им. Это отставание столицы неизменно в течении всего периода наблюдений (Мониторинга) за книжным рынком Москвы и никак не связано с внешними макроэкономическими и общественно-политическими факторами последних лет.

Таблица 4.2.
Уровень обеспеченности населения книжными магазинами в городских агломерациях административных центров субъектов РФ в 2019-2025 гг.

ГОРОДСКАЯ АГЛОМЕРАЦИЯ	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1 магазин на количество жителей							
АРХАНГЕЛЬСК	15662	15173	15037	16458	11708	11657	12363
ВЛАДИВОСТОК	19185	25278	25038	21918	20373	20297	21153
ВОЛГОГРАД	33324	33663	33440	34504	26191	24296	38052
ВОРОНЕЖ	23030	23477	23289	23108	37989	37890	41084
ЕКАТЕРИНБУРГ	37506	35046	34879	34115	33847	33782	32200
ИРКУТСК	18419	18253	18130	18415	17980	17927	18533
КАЗАНЬ	23358	23055	20495	28162	21991	21995	25122
КРАСНОЯРСК	35434	36747	36614	36528	19901	26353	26272
МОСКВА	50461	54647	54784	52429	55526	63834	82449
НИЖНИЙ НОВГОРОД	28147	34074	33793	27581	21035	20961	20807
НОВОСИБИРСК	29889	30150	39237	38615	40462	40428	40356
ОМСК	31217	30582	30217	31326	11266	11223	11284
ПЕРМЬ	20352	20149	19994	19518	15935	17624	19391
РОСТОВ-НА-ДОНЕ	27632	27437	27330	27149	31267	34604	42629
САМАРА	12574	12667	12566	12281	11342	22569	41453

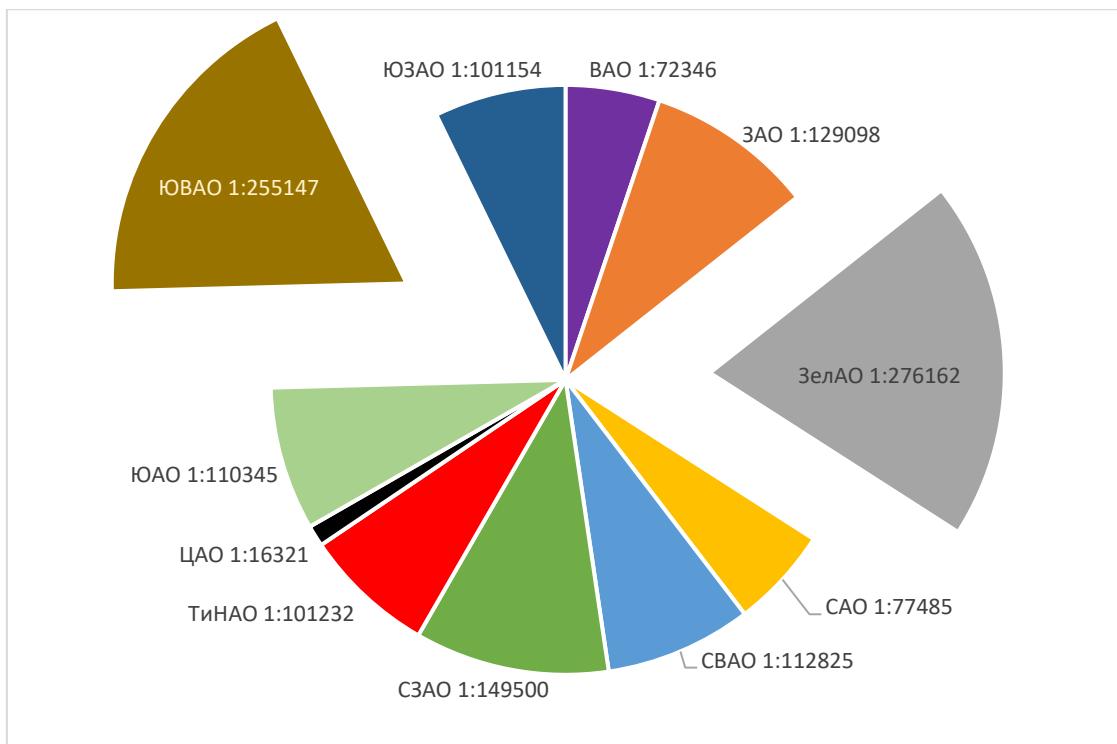
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	20343	19773	16826	17040	16467	16464	30192
ТУЛА	54536	29921	29574	29845	33552	33435	36398
ТЮМЕНЬ	11236	11141	11184	11247	27393	34424	38874
УЛЬЯНОВСК	47466	47301	46858	48159	49530	49611	48535
УФА	69734	68443	68030	65601	32309	32257	31610
ЯКУТСК	13655	14294	14441	14378	14700	14730	15258

Источник: данные заявок субъектов РФ на конкурс «Самый читающий регион» (Анкета. Раздел III) в 2019-2025 гг., аналитика – Мониторинг, сентябрь 2025

Аналогичное ухудшение ситуации можно наблюдать и с учетом полного спектра объектов книгораспространения в Московском регионе, несмотря на более оптимистичное значение показателя обеспеченности москвичей объектами книготорговли. 2025-й заметно уступает даже уровню сложного 2020 года, когда на каждые 3,13 тыс. жителей столицы приходился один объект книгораспространения (профильный или нет, неважно).

Диаграмма 4.7.

Коэффициент обеспеченности населения книжными магазинами в разрезе АО Москвы в 2025 году



Источник: данные, аналитика – Мониторинг, сентябрь 2025

По состоянию на сентябрь 2025 г. с учетом полного спектра объектов (магазины, киоски, непрофильный ритейл), коэффициент обеспеченности москвичей книжной и непрофильной для книг розницей составляет 1:8011 (или один объект на 8 тыс. жителей) с по-прежнему достаточно высоким уровнем территориальной доступности – 1 объект в пределах 1,5 км² (2024 – 1,27; 2023 – 1:0,82).

По уровню обеспеченности населения книжными магазинами среди АО Москвы по-прежнему лидирует Центральный округ с коэффициентом 1:16321 (или 1 магазин на 16 тыс. жителей). Этот округ и в 2025 году прирос новыми площадками, прежде всего в формате «кофе + книги», ориентированном на интеллектуальный досуг и общение. Более того, сеть «Республика» в 2025-м восстановила свой магазин на Цветном бульваре, закрытый на время ремонта ТЦ, а «Читай-город» открыл реализованный в новой концепции книжный на Пресненской набережной в Москва-сити.

Наиболее заметна отрицательная динамика коэффициента обеспеченности жителей книжными магазинами в Юго-Восточном округе столицы, где осенью 2025 г. 1 магазин приходится на 255,1 тыс. жителей (в 2024 – на 189,5 тыс.), а также в Западном и Северо-Западном АО (в настоящий момент это – 129,1 тыс. и 149,5 тыс. жителей на 1 книжный магазин). В Зеленоградском АО уже два года подряд работает лишь 1 книжный магазин (Книжный Лабиринт), и коэффициент обеспеченности находится здесь на невероятном по негативу уровне – 1:276,2 тыс. жителей.

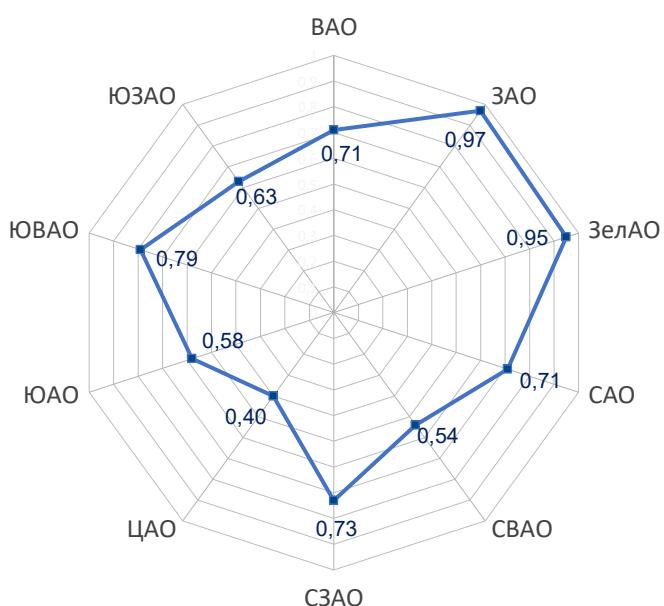
Несмотря на общее сокращение числа книжных магазинов в мегаполисе в 2025-м, Юго-Восточный округ столицы остается аутсайдером по обеспеченности населения книжными магазинами среди АО в пределах МКАД – всего 6 книжных магазинов на 255 тыс. жителей (в 2023 – 1:167 тыс.; 2019 – 1:118 тыс.). В текущем году по этому показателю ЮВАО по-прежнему уступает даже округам «новой» Москвы (Троицкий и Новомосковский АО), где 1 магазин приходится на 82 тыс. жителей (в 2023 – 1:51500; в 2022 – 1:29711).

В 2025 году относительно стабилен книготорговый ландшафт лишь в ВАО, где один книжный магазин приходится на 72,3 тыс. жителей, а территориальная доступность всех (любых) потенциальных мест покупки книги находится в пределах 710 м².

Диаграмма 4.8.

Территориальная доступность мест покупки книг для населения Москвы в разрезе АО в 2025 г. (с учетом полного спектра объектов книгораспространения: книжные магазины, киоски, некнижный ритейл), 1 объект на кв. км

ТиНАО — 1 к/т объект на 30,1 кв. км



Источник: открытые данные компаний, экспертный опрос в рамках Мониторинга, аналитика – Мониторинг, сентябрь 2025

Привычка к покупкам в сетевых книжных магазинах позволяет москвичам довольно легко включать в свой книжный шопинг-маршрут киоски и fmсg-маркеты, также предусматривающие унифицированные ассортиментные матрицы, но гораздо более лояльную ценовую политику.

В 2025 году (как и в 2024-м) по уровню обеспеченности населения универсальными (fmсg) магазинами с присутствием книг в ассортиментной карте среди округов Москвы лидируют Восточный и Южный АО. Именно здесь расположено наибольшее количество этих объектов – 78 и 83

соответственно. ЮАО лидирует и по уровню доступности (плотности размещения) fmfg-универсамов и площадок «Детский мир» на своей территории – 1 объект на 1,6 км². Здесь расположено 54 магазина «FixPrice», 7 супермаркетов «Ашан» и 20 площадок «Детский мир». И как показал социологический опрос, жители Южного АО достаточно часто (в 25% случаев) приобретают книги параллельно с другими покупками в супермаркетах «по пути». У жителей Восточного округа столицы этот формат покупки книг встречается даже чаще – 32,14% респондентов отметили его как удобный для себя вариант, ведь именно в этом округе столицы в 2025-м размещены 17,5% (63 магазина) от общего количества объектов «FixPrice» на территории Москвы и 15 магазинов «Детский мир» с достаточно объемным ассортиментом детских книг что называется «на любой кошелек».

Обеспеченность москвичей киосками печатной продукции в 2025 году также продолжает снижаться – до уровня 1:13671 или один объект на 13-14 тыс. жителей (в 2024 – 1:10850; в 2023 – 1:9468; в 2022 – 1:8584; в 2021 – 1:7665; в 2019 – 1:6886). В разрезе округов с точки зрения территориальной доступности и коэффициента обеспеченности киосками наиболее благополучная ситуация складывается в Центральном, Северном и Северо-Восточном АО Москвы, и, напротив, очевидно недостаточное развитие киосковой инфраструктуры наблюдается в Западном, Северо-Западном и Юго-Восточном АО. Особняком стоят округа Москвы, географически размещенные за пределами МКАД. И если в Зеленограде ситуацию в киосковой инфраструктуре можно описать как стабильно благополучную с коэффициентом обеспеченности на уровне – 1 киоск на 11 тыс. жителей с доступностью в пределах 1,5 км², то в Троицком и Новомосковском административных округах коэффициент территориальной доступности киосков в 2025 году составляет невероятные 1:144,6 км² или 1 киоск на 145 км² (в 2024 – 1:121 км²; в 2023 – 1:73 км²; в 2022 – 1:56 км²; в 2019 – 1:50 км²) с коэффициентом обеспеченности на уровне – 1 киоск на 81 тыс. жителей.

Фактически в двух округах новой Москвы на данный момент располагаются лишь 10 киосков, что очевидно недостаточно даже для одного только Троицка.

4.2.1. Уровень обеспеченности населения книжными магазинами в структуре административных округов г. Москвы

Южный Административный Округ

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории Южного АО располагается 229 торговых объектов распространения книжных изданий (13,82% Москвы), в том числе:

16 специализированных на продаже книжных изданий магазина (9,94% данного формата в Москве);

130 киосков по продаже печатной продукции (13,4% киосков в Москве);

83 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (15,81% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет в 2025 году – 1:110345 (в 2024 – 1:80398; в 2023 году – 1:71383; в 2022 году – 1:63971; в 2021 году – 1:61765; в 2020 – 1:59876; в 2019 – 1:49818; в 2018 году – 1:45778; в 2017 – 1:51789; в 2016 – 1:48316), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая магазины, киоски и FMCG), – 3124,33 м² (в 2024 – 4613,18 м²; в 2023 – 4433,07 м²; в 2022 – 5690,91 м²; в 2021 – 6083,57 м²; в 2020 – 6466,9 м²; в 2019 – 7056,8 м²; в 2018 – 7055,6 м²; в 2017 – 6050,6 м²).

Таблица 4.3.
Ритейл-карта Южного АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, м ²	ДОЛЯ КНИЖНОЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
КНИЖНЫЙ ЛАБИРИНТ	Автозаводская ул., д.18, ТРЦ "Ривьера"	10:00-22:00	244.8	60%	универс

ЧИТАЙ-ГОРОД	Борисовские Пруды ул., д. 26 корп. 2, ТРЦ «БраVo!», 2-й этаж	10:00-22:00	405.0	72.10%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Братьев Весниных б-р, 2, ТРЦ "ЗУМ", 2-й этаж	10:00-22:00	385.0	72.10%	универс
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ	Борисовские Пруды ул., д. 14, корп. 4	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	60.0	40%	профиль: детская, учебная
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ	Россошанский пр-д, д. 5 корп.1	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	167.0	30%	профиль: детская, учебная
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ	Судостроительная ул., д. 29	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	182.0	40%	профиль: детская, учебная
№29 "ДОМ КНИГИ В ЧЕРТАНОВО"	Чертановская ул., д. 14 корп. 1	11.00-20.00	259.8	63%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Каширское шоссе, д. 61, корп. 2, ТЦ "Каширская Плаза", 3-й этаж	10:00-22:00	373.0	57.60%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Кировоградская ул., д. 9, корп. 4, ТЦ "Южный" 1-й этаж	09:00-22:00	648.1	69.40%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Кировоградская ул., д. 13а, ТРЦ "Колумбус" 3-й этаж	10:00-22:00	563.2	50.00%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Кустанайская ул., д. 6, ТЦ "Столица", цокольный этаж	10:00-22:00	256.0	58.80%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Ореховый б-р, д. 22а, ТРК "Облака" 3-й этаж	09:00-22:00	348.0	71.30%	универс
РУПОР	Новоданиловская наб., 4А, стр. 1, Пивотека 465	вт-чт 12:00-21:00; пт-вс 14:00-23:00	40.0	50%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Пролетарский пр-т, д. 20 стр.2	пн-пт: 9:00-22:00; сб, вс: 9:00-21:00	254.9	68.30%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Чонгарский б-р, д. 7, ТЦ "Ангара", -1 этаж	10:00-22:00	243.0	56.40%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Шаболовка ул., д. 30/12	пн-пт: 9:00-22:00; сб, вс: 9:00-21:00	187.0	68.90%	универс

Северо-Западный Административный Округ

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории Северо-Западного АО располагается 128 торговых объектов распространения книжных изданий (7,72% Москвы), в том числе:

7 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (4,35% данного формата в Москве);

74 киоска по продаже печатной продукции (7,62% киосков в Москве);

47 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (8,95% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:149500 (в 2024 – 1: 94509; в 2023 – 1:103278; в 2022 – 1:91944; в 2021 – 1:72242; в 2020 – 1:67,5 тыс.; в 2019 – 1:67,3 тыс.; в 2018 – 1:71,5 тыс.; в 2017 – 1:65 тыс.; в 2016 – 1:60 тыс.), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая магазины, киоски и FMCG), – 1502,11 м² (2024 – 1961,92 м²; 2023 – 1646,14 м²; 2022 – 2234,62 м²; 2021 –

2790,5 м²; 2020 – 3291,2 м²; 2019 – 2939,6 м²; 2018 – 2714,13 м²; 2017 – 3221,3 м²).

Таблица 4.4.
Ритейл-карта Северо-Западного АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, м ²	ДОЛЯ КНИЖНОЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
МОРКНИГА	Пятницкое шоссе, д. 7, корп. 1	пн-пт 09:00-19:00; сб-вс выходной	90.0	35.0%	профиль: морская тематика
ЧИТАЙ-ГОРОД	Дубравная улица, д. 34/29, ТРЦ "Ладья", 2-й этаж	09:00-22:00	461.9	70.10%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Маршала Бирюзова ул., д. 17	09:00-22:00	237.0	59.70%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Маршала Катукова ул., д. 25, ТЦ "Солнечный ветер" 3-й этаж	10:00-22:00	195.0	56.30%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Планерная ул., д. 7, ТПУ "Планерная" 2-й этаж	10:00-22:00	487.3	69.50%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Сходненская ул., д. 50	пн-пт 9:00-22:00; сб-вс 9:00-21:00	275.0	67.60%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Щукинская ул., д. 42, ТРЦ "Щука", 4-й этаж	09:00-22:00	316.0	64.90%	универс

Юго-Западный Административный Округ

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории Юго-Западного АО располагается 176 торговых объектов распространения книжных изданий (10,62% Москвы), в том числе:

14 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (8,7% данного формата в Москве);

104 киоска по продаже печатной продукции (10,71% киосков Москвы);

58 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,05% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет в 2025 году – 1:101154 (в 2024 – 1:68360; в 2023 – 1:49403; в 2022 – 1:51658; в 2021 – 1:53572; в 2020 – 1:53634; в 2019 – 1:49828; в 2018 году – 1:46363; в 2017 – 1:52389; в 2016 – 1:55789), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG), – 3655,27 м² (2023 – 5096,66 м²; 2023 – 4820,0 м²; 2022 – 5306,58 м²; 2021 –

5700,24 м²; 2020 – 5875,8 м²; 2019 – 5705,6 м²; в 2018 – 5627,6 м²; в 2017 – 5004,5 м²; в 2016 – 4489,8 м²).

Таблица 4.5.
Ритейл-карта Юго-Западного АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, м ²	ДОЛЯ КНИЖНОЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
№11 "ДОМ ТЕХНИЧЕСКОЙ КНИГИ"	Ленинский пр-т, д. 40	пн-пт 11.00-21.00 сб-вс 11.00-20.00	1723.7	63.0%	профиль
№14 "ДОМ КНИГИ НА ЛЕНИНСКОМ"	Ленинский пр-т, д. 86	пн-вс 11.00-20.00	585.8	63.0%	универс
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ	Голубинская ул., д. 28, 2-й этаж	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	124.0	30.0%	профиль: детская, учебная
№31 "ДОМ КНИГИ НА ПРОФСОЮЗНОЙ"	Профсоюзная ул., д. 7/12	пн-вс 11.00-20.00	352.6	63.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	ЖК "Бутово Парк", д. 8 корп.1, ТРЦ "Бутово-Парк" 2-й этаж	10:00-22:00	226.0	62.2%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Ленинский пр-т, д. 109, ТРЦ «РИО»	10:00-22:00	287.0	50.2%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Новоясеневский пр-т, д. 11, ТРЦ "Fort" 3-й этаж	09:00-22:00	242.0	58.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Профсоюзная ул., д. 102 стр. 1, ТЦ "Ареал", 3 этаж	10:00-22:00	197.0	53.6%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Профсоюзная ул., д. 126 корп. 2, ТЦ "Коньково Пассаж", 1 этаж	10:00-21:00	162.8	47.9%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Профсоюзная ул., д. 129а, ТРЦ "Принц Плаза", 3 этаж	09:00-22:00	279.0	60.8%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Профсоюзная ул., д. 56, ТДЦ "Черемушки", 4 этаж	10:00-22:00	225.7	69.4%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Профсоюзная ул., д. 61а, ТЦ "Калужский", 0 этаж	10:00-22:00	516.0	76.1%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Чечёрский пр-д, д. 51, ТРЦ "БутовоМолл" 3-й этаж	10:00-22:00	359.0	61.3%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Азовская ул., д. 24 корп. 3, ТРЦ "Азовский"	10:00-22:00	297.0	60.1%	универс

Западный Административный Округ

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории Западного АО располагается 157 торговых объектов распространения книжных изданий (9,47% Москвы), в том числе:

- 11 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (6,8%);
- 100 киосков по продаже печатной продукции (10,3% киосков в Москве);
- 46 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (8,76% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:129098 (в 2024 – 1:75006; в 2023 – 1:65314; в 2022 – 1:58166; в 2021 — 1:60695; в 2020 – 1:58213; в 2019 – 1:58041; в 2018 – 1:65834; в 2017 – 1:79061; в 2016 – 1:77466), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, отделения почты и FMCG), – 3066,39 м² (в 2024 – 4472,49 м²; в 2023 – 4124,97 м²; в 2022 – 5033,85 м²; в 2021 – 4892,74 м²; в 2020 – 5172,9 м²; в 2019 – 4770,6 м²; в 2018 – 4480,95 м²; в 2017 – 3748,26 м²; в 2016 – 3296,47 м²).

Таблица 4.6.
Ритейл-карта Западного АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, м ²	ДОЛЯ КНИЖНОЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
ЧИТАЙ-ГОРОД	Вернадского пр-т, д. 14а, ТЦ «Обувь Сити», 1-й этаж	10:00-22:00	342.0	63.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Вернадского пр-т, д. 86а, ТРЦ "Авеню", 4-й этаж	10:00-22:00	417.0	67.6%	универс
РЕСПУБЛИКА	Новорижское шоссе 22-й км, д. 1 стр. 1, ТЦ "Глобус"	круглосуточно	250.0	40.0%	универс
РЕСПУБЛИКА	Вернадского пр-т, д. 6, ТЦ "Капитолий" 3-й этаж	пн-вс 10.00-22.00	182.0	40.0%	универс
№39 "ДОМ КНИГИ В ОЧАКОВО"	Б. Очаковская ул., д. 23/8	пн-вс 11.00-20.00	646.0	63.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Киевского Вокзала пл., д. 2, ТРЦ "Европейский", 4-й этаж	пн-чт, вс 10:00-22:00; пт-сб 10:00-23:00	975.0	70.5%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Кутузовский пр-т, д. 57, ТРЦ "Океания", 3-й этаж	пн-чт, вс 10:00-22:00; пт-сб 10:00-23:00	573.0	75.8%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Можайское шоссе, д. 31, универмаг "Молодежный"	10:00-22:00	317.0	59.5%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Рублевское шоссе, д. 62, ТРЦ "ЕвроПарк", 2 этаж	10:00-22:00	177.2	53.4%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Ярцевская ул., д. 25а, ТЦ "Трамплин", 3-й этаж	09:00-22:00	335.0	55.5%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Авиаторов ул., д. 3а, ТРЦ «Небо», 3-й этаж	10:00-22:00	344.0	62.2%	универс

Северный Административный Округ

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории Северного АО располагается 160 торговых объектов распространения книжных изданий (9,66% Москвы), в том числе:

16 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (9,94% данного формата в Москве);

98 киосков по продаже печатной продукции (10,09% киосков Москвы);

46 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (8,76% объектов данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами – 1:77485 (в 2024 – 1:52953; в 2023 – 1:46494; в 2022 – 1:47445; в 2021 – 1:47445; в 2020 – 1:42440; в 2019 – 1:42336; в 2018 – 1:42022; в 2017 – 1:46046; в 2016 – 1:47100; в 2015 – 1:55642), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая магазины, киоски и FMCG), – 3334,71 м² (в 2024 - 3927,34 м²; в 2023 - 3806,91 м²; в 2022 – 4426,2 м²; в 2021 – 4572,41 м²; в 2020 – 5465,97 м²; в 2019 – 5012,6 м²; в 2018 – 4848,94 м²; в 2017 – 5039,42 м²).

Таблица 4.7.
Ритейл-карта Северного АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, М ²	ДОЛГИЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
ШКОЛА СЕМИ ГНОМОВ	Мневники ул., д. 7 корп. 1	пн-вс 10.00-20.00	120.0	70.0%	профиль: детская, развивающая
РЕСПУБЛИКА	Ходынский бульвар, д. 4, ТРЦ «Авиапарк» 3-й этаж, Универмаг "Trend Island" (вход 2)	вс-чт 10.00-22.00, пт-сб 10.00-23.00	433.0	45.0%	универс
№19 "ДОМ КНИГИ НА СОКОЛЕ"	Ленинградский пр-т, д. 78, кор.1	пн-вс 11.00-20.00	657.6	63.0%	универс
УЗНАЙ-КА!	Дмитровское шоссе, д. 25 корп. 1	10:00-20:00	220.0	90.0%	профиль: учебная литература
№28 "ДОМ КНИГИ НА ПЕТРОЗАВОДСКОЙ"	Петрозаводская ул., д. 3 корп. 2	пн-вс 11.00-20.00	438.2	63.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Дмитровское шоссе, 89, ТРЦ "XL" 2-й этаж	10:00-22:00	204.1	53.6%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Кронштадтский б-р, д. 3а, ТЦ "Гавань", 3-й этаж	10:00-22:00	560.0	69.5%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Ленинградский пр-т, д. 62а, ТЦ "Галерея аэропорт", 2-й этаж	09:00-22:00	442.0	67.9%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Ленинградский пр-т, д. 76а, ТЦ "Метромаркет" 3-й этаж	10:00-22:00	173.0	58.1%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Ленинградское шоссе, д. 16а стр. 4, ТЦ "Метрополис", 3-й этаж	10:00-22:00	473.0	61.6%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Лобненская ул., д. 4а, ТЦ "Зиг Заг", 1-й этаж	10:00-21:00	166.0	55.2%	универс

ЧИТАЙ-ГОРОД	Локомотивный пр-д, д. 4, ТРЦ "Парус", 3 этаж	10:00-21:00	142.0	53.8%	универс
CLEVER: МАГАЗИН ИЗД-ВА	Ленинградское шоссе, 16А стр. 8, ТРЦ "Метрополис" 3-й этаж	10.00-23.00	55.2	80.0%	профиль: детская книга
ЧИТАЙ-ГОРОД	Фестивальная ул., д. 2б, ТРЦ "Речной", -1 этаж	10:00-22:00	83.0	52.3%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Хорошевское шоссе, д. 27, ТРЦ "Хорошо", 3-й этаж	10:00-22:00	213.0	50.7%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Ходынский б-р 4, ТРЦ Авиапарк	10:00-22:00	480.0	70.0%	универс

Северо-Восточный Административный Округ:

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории Северо-Восточного АО располагается 188 торговых объектов распространения книжных изданий (11,35% Москвы), в том числе:

13 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (8,07% данного формата в Москве);

117 киосков по продаже печатной продукции (12,1% киосков в Москве);

58 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (11,05% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами – 1:112825 (в 2024 – 1:90988; в 2023 – 1:75691; в 2022 – 1:79587; в 2021 – 1:102327; в 2020 – 1:102489; в 2019 – 1:84234; в 2018 – 1:83762; в 2017 – 1:87683; в 2016 – 1:86700), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая магазины, киоски и FMCG), составила 1795,15 м² (в 2024 – 2651,90 м²; в 2023 – 2932,96 м²; в 2022 – 3308,45 м²; в 2021 – 2888,62 м²; в 2020 – 3362,5 м²; в 2019 – 4199,8 м²; в 2018 – 3441,56 м²; в 2017 – 3532,7 м²).

Таблица 4.8.
Ритейл-карта Северо-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, м ²	ДОЛЯ КНИЖНОЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
РЕСПУБЛИКА ДОМ КНИГИ МЕДВЕДКОВО	Б. Новодмитровская ул., д. 36 стр. 2, Дизайн- завод FLACON Заревый пр-д, д. 12	пн-вс 10.00-22.00 10.00-21.00	173.0 389.0	45% 60%	универс универс

РЕСПУБЛИКА	Вильгельма Пика ул., д. 11, ТРЦ BOTANICA 2-й этаж (пространство "Телеграф")	пн-вс 10.00-22.00	253.0	40.00%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Декабристов ул., д. 12, ТРЦ "Fort" 2-й этаж	10:00-23:00	250.0	53.30%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Дмитровское шоссе, 163а, ТРЦ "РИО"	09:00-22:00	140.0	59.10%	универс
ТАКАРУЛТА	Мира пр-т, д. 119 стр. 174	11:00-20:00	39.0	72.30%	профиль: комиксы
ЛАВКА ЧИЖИКА	Сухонская ул., д. 6, сквер по Олонецкому проезду	11:00-20:00	60.0	50.00%	профиль: детские книги
ЧИТАЙ-ГОРОД	Менжинского ул., д. 38, к. 2, стр. 2	10:00-22:00	288.0	63.50%	универс
ЧУК И ГИК	Новодмитровская ул., д. 1 стр. 13, Хлебозавод 9	12:00-21:00	150.0	70.00%	профиль: комиксы
ЧИТАЙ-ГОРОД	Мира пр-т, д. 114б, стр. 2	10:00-22:00	185.0	45.10%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Мира пр-т, д. 211 корп. 2, ТРЦ "Европолис" 2-й этаж	10:00-22:00	340.0	71.20%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Пришвина ул., д. 22, ТЦ "Александр Лэнд", 2 этаж	10:00-21:00	160.0	51.30%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Снежная ул., д. 27, ТРЦ "Свиблово", 3-й этаж	10:00-22:00	121.0	50.40%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Шереметьевская ул., д. 6 корп. 1, ТРЦ "Райкин Плаза", 3-й этаж	09:00-22:00	261.0	61.30%	универс

Восточный Административный Округ

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории Восточного АО располагается 218 торговых объектов распространения книжных изданий (13,16% Москвы), в том числе:

21 специализированный на продаже книжных изданий магазин (13,04% данного формата в Москве);

119 киосков по продаже печатной продукции (12,26% киосков в Москве);

78 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (14,86% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:72346 (в 2024 – 1:71842; в 2023 – 1:65639; в 2022 – 1:60971; в 2021 – 1:63511; в 2020 – 1:72729; в 2019 – 1:66236; в 2018 – 1:68906; в 2017 – 1:74792; в 2016 – 1:67164; в 2015 – 1:86328; в 2014 году – 1:73379), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая магазины, киоски и FMCG), – 4060,61 м² (в 2024 – 4126,53 м²; в 2023 – 3561,09 м²; в 2022

– 4309,31 м²; в 2021 – 3823,08 м²; в 2020 – 4046,8 м²; в 2019 – 3835,8 м²; в 2018 – 3863,5 м²; в 2017 – 4082,58 м²).

Таблица 4.9.
Ритейл-карта Восточного АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, М ²	ДОЛЯ КНИЖНОЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
ЧИТАЙ-ГОРОД	Большая Семеновская ул., д. 20, стр. 1, ТРЦ «Заря», цоколь	10:00-22:00	277.0	62.7%	универс
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ	Просторная ул., д. 8	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	90.0	40.0%	профиль: детская, учебная
ЧИТАЙ-ГОРОД	Большая Черкизовская ул., д. 2 корп. 1, 1 этаж жилого дома	09:00-21:00	245.0	52.3%	универс
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ	Саянская ул., 5а, цокольный этаж	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	160.0	30.0%	профиль: детская, учебная
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ	Челябинская ул., д. 15	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	160.0	40.0%	профиль: детская, учебная
№13 "ДОМ КНИГИ В ИЗМАЙЛОВО"	Измайловская пл., д. 2 стр. 1	пн-вс 11:00-20:00	651.7	63.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Вешняковская ул., д. 18, ТЦ "Вешняки", 4-й этаж	10:00-22:00	304.0	72.1%	универс
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ	Новокосинская ул., д. 22	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	80.0	30.0%	профиль: детская, учебная
№24 "ДОМ КНИГИ НА ПРЕОБРАЖЕНКЕ"	Преображенский вал, д.16	11:00-20:00	674.2	63.0%	универс
№25 "ДОМ КНИГИ В ГОЛЬЯНОВО"	Байкальская ул., д. 23	11:00-20:00	614.8	63.0%	универс
№27 "ДОМ КНИГИ "НОВЫЙ"	Энтузиастов шоссе, д. 24/43	11:00-20:00	615.2	63.0%	универс
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ	Сиреневый б-р, д. 63	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	110.0	40.0%	профиль: детская, учебная
ЧИТАЙ-ГОРОД	Зеленый пр-т, д. 81	10:00-22:00	252.0	53.2%	универс
КНИГАМАГ ДИСКАУНТЕР	Вешняковская ул., д. 13А, ТЦ "Моя ветка", 2-й этаж	10:00-21:00	70.0	80.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Новокосинская ул., д. 29	09:00-22:00	135.0	55.1%	универс
АЛИСА: КНИЖНЫЙ МАГАЗИН	Алтайская ул., д. 23/12	09:00-21:00	86.0	60.0%	профиль: учебная
ЧИТАЙ-ГОРОД	Первомайская ул., д. 42, ТЦ "Измайловский"	09:00-22:00	187.4	49.1%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Русаковская ул., д. 31, ТЦ "Сокольники", 2-й этаж	10:00-22:00	356.0	65.5%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Семеновская пл., д. 1, ТЦ "Семеновский", -1-й этаж	10:00-22:00	313.0	69.7%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Щёлковское шоссе, вл. 75, ТРЦ "Щёлковский", 4-й этаж	вс-чт 10:00-22:00; пт-сб 10:00-23:00	521.0	61.8%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Энтузиастов ш., д. 12, корп. 2	10:00-22:00	399.0	65.1%	универс

Центральный Административный Округ

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории Центрального АО располагается 165 торговых объектов распространения книжных изданий (9,96% Москвы), в том числе:

- 48 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (29,8% данного формата в Москве);
- 103 киоска по продаже печатной продукции (10,61% киосков в Москве);
- 14 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (2,67% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:16321 (в 2024 – 1:14081; в 2023 – 1:14032; в 2022 – 1:13917; в 2021 — 1:15281; в 2020 – 1:15998; в 2019 – 1:15334; в 2018 – 1:16508; в 2017 – 1:15848; в 2016 – 1:18808; в 2015 – 1:9891), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая магазины, киоски и FMCG), – 10934,24 м² (в 2024 – 11261,04 м²; в 2023 – 10702,46 м²; в 2022 – 10708,34 м²; в 2021 – 11156,13 м²; в 2020 – 11673,4 м²; в 2019 – 11879,2 м²; в 2018 – 11500,39 м²; в 2017 – 11119,80 м²).

Таблица 4.10.
Ритейл-карта Центрального АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, м ²	ДОЛЯ КНИЖНОЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
МОСКОВСКИЙ ДОМ КНИГИ №4 "ДОМ ИНОСТРАННОЙ КНИГИ"	Новый Арбат ул., д. 8 Кузнецкий мост, д.18/7	пн-вс 10.00-22.00 пн-вс 11.00-20.00	5477.8 233.2	63.0% 63.0%	универс профиль
РЕСПУБЛИКА	1-я Тверская-Ямская ул., 10	круглосуточно	461.0	50.0%	универс
BOOKASHKI / БУКАШКИ	Покровка ул., д. 45 стр. 4, этаж 0	пн-сб 11.00-20.00 вс 11.00-18.00	98.0	90.0%	профиль: детская
№9 "ДОМ КНИГИ НА ФРУНЗЕНСКОЙ"	Комсомольский пр-т, д. 25	пн-вс 11.00-21.00	596.4	63.0%	универс
РЕСПУБЛИКА	Комсомольский пр-т, 24, стр. 1, ТЦ «К24»	пн-вс 10.00-22.00	82.5	50.0%	универс
MONITORBOX: КНИЖНЫЙ МАГАЗИН	Нижняя Сыромятническая ул., д. 10 стр. 10 (Центр дизайна Artplay)	11:00-21:00	80.0	80.0%	профиль: искусство, дизайн
№10 "ДОМ КНИГИ В КАМЕРГЕРСКОМ"	Большая Дмитровка ул., д. 7/5 стр.1	пн-пт 11.00-21.00 сб-вс 11.00-20.00	837.1	63.0%	профиль
КНИЖНЫЙ ЛАБИРИНТ	Кутузовский пр-т, д. 48, ТЦ «Времена года»	11:00-22:00	165.0	50.0%	универс
РЕСПУБЛИКА	Мясницкая ул., 24/7, стр. 1	пн-вс 10.00-22.00	193.4	50.0%	универс

МОСКВА ТДК	Тверская ул., д. 8 стр. 1	10.00-22.00	750.0	85.0%	универс
МОЛОДАЯ ГВАРДИЯ ДК	Б. Полянка ул., д. 28 стр. 1	09.00-21.00	1200.0	70.0%	универс
РЕСПУБЛИКА	Цветной б-р, д. 15 стр. 1, универмаг "Цветной" 5-й этаж	пн-вс 10.00-22.00	430.0	40.0%	универс
ДОБРОЛАВКА / КНИГИ И КОФЕ	Столярный пер., д. 3 корп. 13	9:00-21:00	60.0	60.0%	профиль
У КЕНТАВРА, КНИЖНЫЙ МАГАЗИН РГГУ	Миусская площадь, д. 6 стр. 6, РГГУ, 1-й этаж	пн-пт 11:00-20:00; сб-вс выходной	135.0	90.0%	профиль
ФАЛАНСТЕР	Тверская ул., д. 17, этаж 0	пн-вс 11.00-20.00	350.0	100.0%	профиль: гуманит
ХОДАСЕВИЧ	Покровка ул., д. 6 стр. 2	11.00-21.00	25.0	75.0%	универс
ЦИОЛКОВСКИЙ	Пятницкий пер., д. 8 стр. 1, 4-й этаж (манарда)	пн-вс 11.00-22.00	140.0	99.0%	профиль: гуманитарная
ЛИСТВА, МАГАЗИН-ЛЕКТОРИЙ	Жуковского ул., д. 4 стр. 1, 3-й подъезд	пн-вс 12.00-22.00	150.0	70.0%	профиль
Я ЛЮБЛЮ ЧИТАТЬ: МАГАЗИНЧИК ДЕТСКИХ КНИГ	Большой Сухаревский пер., д. 15 стр. 1	пн-пт 10.00-19.00 сб-вс 11.00-19.00	150.0	95.0%	профиль: детская книга
ЧИТАЙ-ГОРОД	Земляной Вал ул., д. 33, ТРЦ "Атриум", 3 этаж	10:00-23:00	196.0	48.3%	универс
PRIMUS VERSUS. УМНЫЕ КНИГИ	Покровка ул., д. 27 стр. 1, 2-й этаж	пн-сб 12.00-22.00 вс 14.00-22.00	120.0	80.0%	универс
МЕДКНИГАСЕРВИС (ГЭОТАР-МЕДИА)	Садовническая ул., 13, стр. 11	9:00-20:00	75.0	80.0%	профиль
БИБЛИО-ГЛОБУС ТД	Мясницкая ул., д. 6/3, стр. 1	пн-пт 09.00-22.00, сб-вс 10.00-21.00	1100.0	72.0%	универс
БУКВЫШКА. КНИЖНЫЙ МАГАЗИН ВШЭ	Мясницкая ул., д. 20, стр. 1	пн-пт 10.00-20.00 сб 10.00-19.00	40.0	90.0%	профиль: университетская книга
ГИПЕРИОН, КНИЖНЫЙ КЛУБ	Большой Трёхсвятительский пер., 2/1 стр. 1	12.00-22.00	100.0	60.0%	профиль
МАТЕМАТИЧЕСКАЯ КНИГА	Большой Власьевский пер., д. 11, МЦНМО	вт-пт: 10.00-20.00	40.0	100.0%	профиль
ПАРХОМЕНКО: КНИЖНЫЙ МАГАЗИН	Татарская ул., д. 14, 1-й этаж	10:00-21:00	25.0	95.0%	универс
ДОСТОЕВСКИЙ	Воздвиженка ул., д. 1	10.00-22:00	252.0	60.0%	универс
БЕЛЫЕ ОБЛАКА	Покровка ул., д. 4 стр. 1	10:00-22:00	198.0	60.0%	профиль: религия, эзотерика
КНИЖНЫЙ МАГАЗИН ГАРАЖ /GARAGE BOOKSHOP	Крымский вал, 9, стр. 32	11:00-22:00	110.0	50.0%	профиль: искусство
САМОКАТ: КНИЖНЫЙ МАГАЗИН ИЗДАТЕЛЬСТВА	Малая Ордынка ул., д. 18 стр. 1	пн-сб 11:00-20:00; вс 11:00-18:00	72.0	90.0%	профиль: детская книга
КНИЖКИ С КАРТИНКАМИ	3-я Тверская-Ямская ул., д. 5	12:00-21:00	45.0	60.0%	профиль: комиксы
КНИЖНЫЙ В КЛУБЕ	Покровский б-р, д. 6/20 стр. 1, -1-й этаж	12.00-23.00	68.0	70.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Малая Сухаревская пл., д. 12, ТЦ "Садовая Галерея", -1 этаж	пн-сб 10:00-21:00; вс 11:00-20:00	674.0	61.7%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Манежная площадь, д. 1 стр. 2, ТЦ "Охотный ряд", -2 этаж	09:00-22:00	243.0	54.2%	универс
КНИЖНАЯ ЛАВКА АРХИТЕКТОРА	Рождественка ул., д. 11 стр. 4	пн-пт 10:00-18:00; сб 11:00-17:00; вс выходной	30.0	80.0%	профиль: архитектура, дизайн
АКАДЕМКНИГА: КНИЖНАЯ ЛАВКА	Шубинский пер., д. 6 стр. 1	9:00-20:00	35.0	80.0%	профиль
ВО ВЕСЬ ГОЛОС: КНИЖНЫЙ МАГАЗИН	Трубная ул., д. 21, стр. 3, пом. IX, комн. 1	12:00-21:00	45.0	90.0%	универс
ПОЛЯНДРИЯ LETTERS: КНИЖНЫЙ МАГАЗИН	Садовая-Сухаревская ул., д. 10/12	10:00-22:00	98.0	70.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Мира пр-т, д. 40, 3-й этаж	09:00-22:00	275.0	56.7%	универс
РУССКОЕ ЗАРУБЕЖЬЕ	Нижняя Радищевская ул., 2	пн-сб 10:00-22:00 вс 11:00-19:00	100.0	70.0%	универс
JANIME.RU	Сущёвская ул., 21, стр. 10, 2-й этаж	пн-вс 11:30-20:00	40.0	50.0%	профиль

НЯПИ: ГЕНШИН, АНИМЕ ГИК И К-ПОП МАГАЗИН	Малый Палашёвский пер., д. 6, 3-й этаж	11:00-21:00	68.0	40.0%	профиль
ПИОТРОВСКИЙ	Малая Никитская ул., д. 12, стр. 12	11:00-21:00	70.0	80.0%	универс
ЧЕХОВ И КОМПАНИЯ	Гончарная ул., д. 26, корп. 1	09:00-21:00	100.0	88.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Таганская ул., д. 1 стр.1, ТЦ "Звездочка", цокольный этаж	09:00-22:00	210.0	59.8%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Пресненская наб., д. 2, ТРЦ «Афимолл», 4-й этаж	10:00-23:00	352.0	67.0%	универс

Зеленоградский Административный Округ

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории Зеленоградского АО располагается 39 торговых объектов распространения книжных изданий (2,35% Москвы), в том числе:

1 специализированный на продаже книжных изданий магазин (0,62% данного формата в Москве);

25 киосков по продаже печатной продукции (2,57% киосков в Москве);

13 FMCG-объектов с присутствием книг в ассортиментной матрице (2,48% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:276162 (в 2024 – 1:270527; в 2023 – 1:131253; в 2022 – 1:83391; в 2021 – 1:83391; в 2020 – 1:83484; в 2019 – 1:82178; в 2018 – 1:81028; в 2017 – 1:58122; в 2016 – 1:56619; в 2015 – 1:73900), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая магазины, киоски и FMCG), – 172,36 м² (в 2024 – 150,41 м²; в 2023 – 272,88 м²; в 2022 – 397,12 м²; в 2021 – 414,6 м²; в 2020 – 591,54 м²; в 2019 – 422,1 м²; в 2018 – 422,81 м²; в 2017 – 900,17 м²).

Таблица 4.11.
Ритейл-карта Зеленоградского АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, М ²	ДОЛЯ КНИЖНОЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
КНИЖНЫЙ ЛАБИРИНТ	Зеленоград, Панфиловский пр-т, д. 6А, ТЦ "Панфиловский", 3-й этаж	10:00-22:00	189.0	65.0%	универс

Троицкий и Новомосковский Административные Округа

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории ТиНАО располагается 48 торговых объектов распространения книжных изданий (2,90% Москвы), в том числе:

8 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (4,97% данного формата в Москве);

10 киосков по продаже печатной продукции (1,03% киосков Москвы);

30 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (5,71% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения «новой Москвы» книжными магазинами в 2025 году составил 1:101232 (в 2024 – 1:81961; в 2023 – 1:51464; в 2022 – 1:29711; в 2021 – 1:31217; в 2020 – 1:36814; в 2019 – 1:32253; в 2018 – 1:29908; в 2017 году – 1:48609; в 2016 году – 1:40244). При этом суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая магазины, киоски и FMCG), – 1077,07 м² (в 2024 – 1389,81 м²; в 2023 – 2116,72 м²; в 2022 – 2204,96 м²; в 2021 – 2612,88 м²; в 2020 – 2189,9 м²; в 2019 – 2266,0 м²; в 2018 – 1946,9 м²; в 2017 – 1084,40 м²).

Таблица 4.12.

Ритейл-карта Троицкого и Новомосковского АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, М ²	ДОЛЯ КНИЖНОЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
КНИЖНЫЙ ЛАБИРИНТ	Первомайское пос., д. Рогозинино, ул. Луговая, д. 20А, стр. 1	10:00-22:00	192.0	60.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Внуковское пос., Корнея Чуковского ул., д. 2, 3-й этаж	10:00-22:00	251.0	59.7%	универс
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ: КАНЦТОВАРЫ. ИГРУШКИ	Сосенское п., Скандинавский б-р, д. 5 корп. 2	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	83.0	40.0%	профиль: детская, учебная
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ: КАНЦТОВАРЫ. ИГРУШКИ	Коммунарка п., Ясная ул., д. 2	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	83.0	40.0%	профиль: детская, учебная

ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ: КАНЦТОВАРЫ. ИГРУШКИ	Коммунарка п., Александры Монаховой ул., д. 84 корп. 4	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	83.0	30.0%	профиль: детская, учебная
ТЕРРИТОРИЯ: КНИГИ. МЫСЛИ. ВПЕЧАТЛЕНИЯ	Троицк, Академическая площадь, д. 3	пн-вс 09.00-21.00	189.0	70.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Сосенское пос., 21-й км Калужское шоссе, стр. 1, ТРК Мега Теплый стан	10:00-23:00	352.0	67.0%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	23-й км Киевское шоссе, д. 1, ТРЦ "Саларис" пос. Московский	10:00-22:00	384.0	72.0%	универс

Юго-Восточный Административный Округ

По состоянию на сентябрь 2025 года на территории ЮВАО располагается 149 торговых объектов распространения книжных изданий (8,99% Москвы), в том числе:

- 6 специализированных на продаже книжных изданий магазинов (3,73% данного формата в Москве);
- 91 киоск по продаже печатной продукции (9,37% киосков Москвы);
- 52 FMCG-объекта с присутствием книг в ассортиментной матрице (9,90% данного формата в Москве).

Расчетный показатель обеспеченности населения округа книжными магазинами составляет 1:255147 (в 2024 – 1:189473; в 2023 – 1:167315; в 2022 – 1:143175; в 2021 – 1:178968; в 2020 – 1:143383; в 2019 – 1:118203; в 2018 – 1:117138; в 2017 – 1:136386; в 2016 – 1:111558; в 2015 – 1:169125; в 2014 – 1:150333; в 2013 году – 1:135300), суммарная торговая площадь, выделенная под книги (включая киоски, магазины и FMCG) – 2240,74 м² (в 2024 – 2527,68 м²; в 2023 – 2393,45 м²; в 2022 – 3197,48 м²; в 2021 – 3043,26 м²; в 2020 – 3786,6 м²; в 2019 – 3416,7 м²; в 2018 – 3322,36 м²; в 2017 – 2236,80 м²).

Таблица 4.13.
Ритейл-карта Юго-Восточного АО Москвы. Книжные магазины

НАЗВАНИЕ КНИЖНОГО МАГАЗИНА	АДРЕС	РЕЖИМ РАБОТЫ	ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ, м ²	ДОЛЯ КНИЖНОЙ ВЫКЛАДКИ	КНИЖНЫЙ АССОРТИМЕНТ
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ: КАНЦТОВАРЫ. ИГРУШКИ	Коммунарка п., Александры Монаховой ул., д. 84 корп. 4	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	83.0	30.0%	профиль: детская, учебная

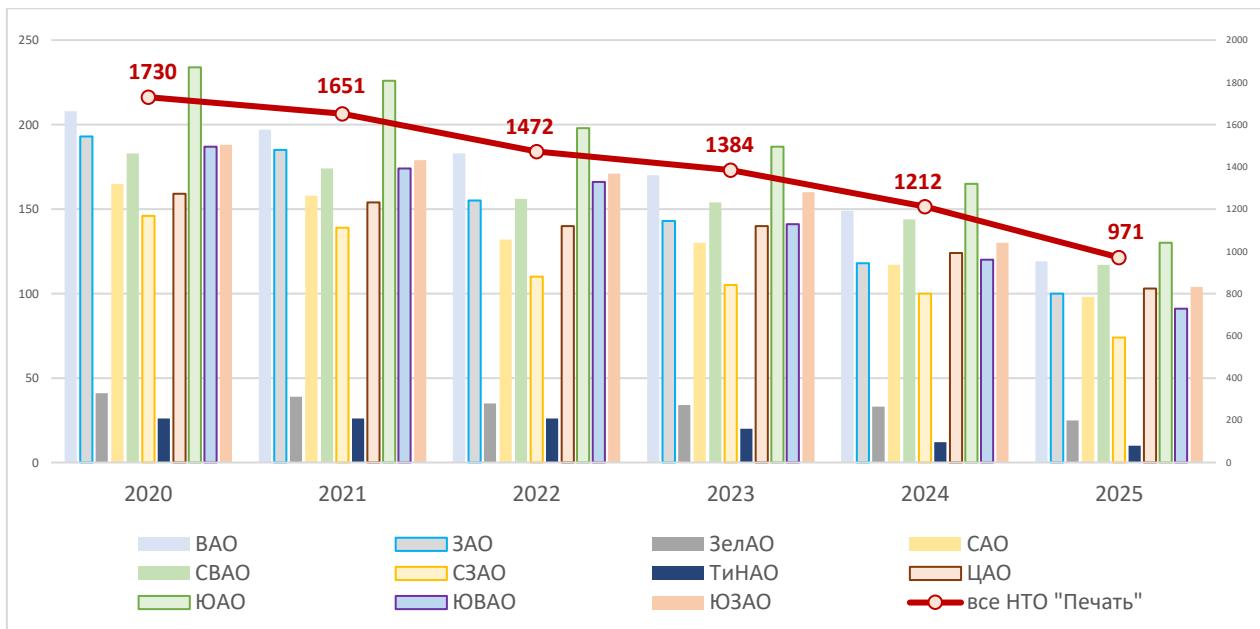
ЧИТАЙ-ГОРОД	Волгоградский пр-т, д. 78/1	10:00-22:00	947.9	70.2%	универс
ДЕТСКИЙ КНИЖНЫЙ: КАНЦТОВАРЫ. ИГРУШКИ	Шоссейная ул., д. 30	пн-сб 10:00-21:00; вс 10:00-20:00	100.0	30.0%	профиль: детская, учебная
ЧИТАЙ-ГОРОД	Генерала Кузнецова ул., д. 22, ТРЦ «Миля», 3-й этаж	10:00-22:00	203.0	53.5%	универс
ФИЛАДЕЛЬФИЯ CLC	Волгоградский пр-т, д. 17 стр. 1, 2-й этаж	пн-сб 10:00-19:00; вс выходной	54.0	60.0%	профиль: христианская
ЧИТАЙ-ГОРОД	Перерва ул., д. 43 корп. 1, ТЦ "БУМ", -1 этаж	10:00-22:00	1072.0	72.7%	универс
ЧИТАЙ-ГОРОД	Рязанский пр-т, д. 46	10:00-22:00	588.0	72.3%	универс

4.3. Формирование ассортиментного предложения для киосковой сети со специализацией «Печать» на территории г. Москва по критериям: целевая аудитория, тематика, формат, цена.

По состоянию на октябрь 2025 года на территории г. Москва находится 971 киоск печатной продукции. Наибольшее их количество размещено в Южном (130), Восточном (119) и Северо-Восточном (117) АО Москвы, самых густонаселенных, больших по площади округах мегаполиса с растущим (исключая ЮАО) населением в 2025 году.

Ежегодное сокращение (суммарно на 80-240 объектов) киосковой сети Москвы в той или иной степени характерно для всех её округов. В сравнении 2025 и 2019 гг. сеть киосков в столице сократилась примерно наполовину (-47%), потеряв 861 объект, с наибольшим числом закрытий в Юго-Восточном, Южном и Западном административных округах, а также в %-ном отношении на территории «новой Москвы» (ТиНАО).

Диаграмма 4.9.
Динамика количества объектов НТО «Печать» (вид «киоск») в административных округах Москвы в 2020-2025 гг.



Источник: адресный перечень размещения нестационарных торговых объектов «Печать» (вид «киоск») на территории города Москвы на 1.10.2020-2025 гг.

Но в августе 2025 года произошло событие, которое потенциально может остановить эту негативную тенденцию, перезагрузив киосковую сеть Москвы: при поддержке ДСМИиР Правительства Москвы, при участии Мосгорпечати, лидера киосковой дистрибуции столицы ГК «Кардос» и экспертов издательского сообщества был реализован инновационный проект, предлагающий принципиально новую модель продажи печатной продукции в нестационарном формате – медиакиоск, два экспериментальных объекта открылись на Красной Пресне (ЦАО) и на Шаболовке (ЮАО).

**Олег Бережной,
Генеральный директор Группы компаний «Кардос»**

«Был создан мини-маркет медиаконтента, где главным является его продажа как в печатном (пресса и книги), так и в цифровом формате, а весь остальной, выстроенный вокруг медиаконтента, ассортимент призван увеличить трафик посетителей. Иными словами, мы привлекаем людей в медиакиоск наличием кофе, мороженого, выпечки, снеков, воды и пр., но не с целью продажи этих товаров. Наша задача – максимально конвертировать полученный трафик в продажу именно медиаконтента. Да, медиакиоск не снимает полностью проблему дефицита места, потому что сделать даже из павильона Московский

дом книги невозможно. Здесь невозможно представить все рубрики, всех авторов огромного рынка прессы и книг. И, по сути, мы вынуждены взаимодействовать с клиентом в гибридном формате – у нас есть медиа-платформа с широким цифровым книжным ассортиментом и удобным входом через QR-код на медиа-панели, и есть определенный набор печатных изданий, который включает и привычный для посетителей книжный ассортимент киосков, и новые для нас категории книг. Сегодня мы предлагаем в медиакиоске книги в твердом переплете, топовые позиции бестселлеров маркетплейсов и, конечно, плотно взаимодействуя с книгоиздателями, выставляем самые свежие новинки детских книг, новых изданий классики и т.д. Мы стараемся сделать максимально насыщенный и сбалансированный книжный сет на ограниченной площади, чтобы привлечь, заинтересовать посетителя, пришедшего за мороженым или водой, наличным книжным ассортиментом или предлагаем ему удобный поисковик-рубрикатор для заказа нужной книги».

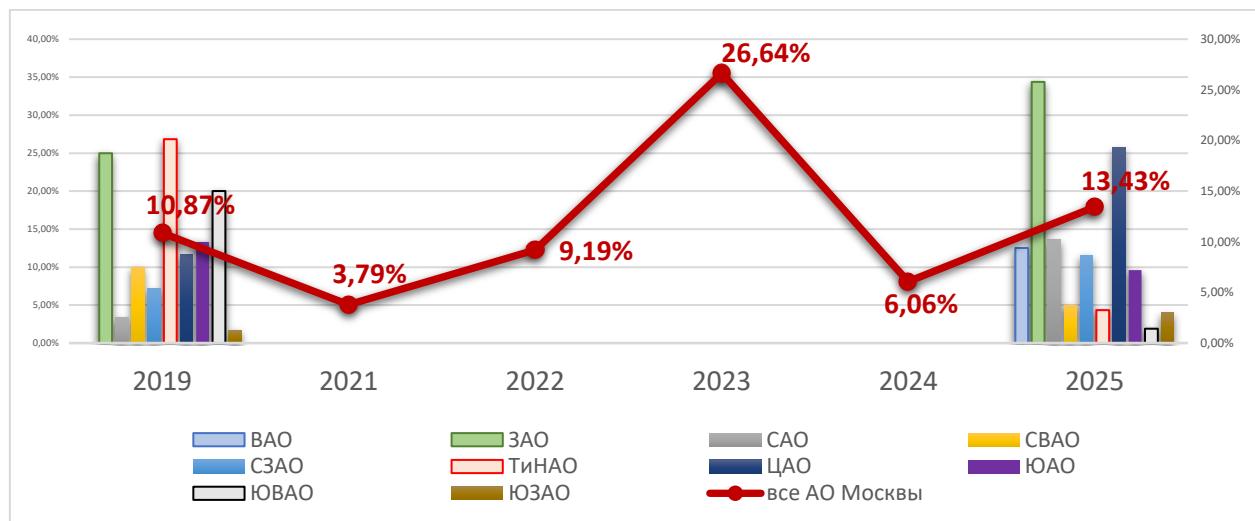
Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

В целом, сегодня мы можем говорить о том, что интерес к такому формату покупки книг как нестационарный киоск держится на уровне 11-12% от общего числа покупателей книг в Москве с диапазоном колебаний от 3,79% (2021) до 26,6% (2023). Причем, привычка покупать «по пути», в т.ч. в киосках, никак не связана с возрастом или гендерной принадлежностью жителя Москвы.

Как показал проведенный в рамках Мониторинга опрос посетителей книжных магазинов, интерес москвичей к покупке книг «по пути» (в киосках) вновь растет в 2025 году, мы видим двукратное увеличение количества голосов респондентов по данному треку с 6,06% (2024) до 13,43% (2025), что объективно ближе к медианному значению (11,75%) последних восьми лет (2018-2025) и позволяет рассматривать возвращение «покупки в киосках» на привычный для этого формата уровень с коррекцией на развитие онлайн-сервисов на книжном рынке столицы в 2025 году.

Диаграмма 4.10.

Динамика доли москвичей, предпочитающих формат покупки книг «по пути» (в киосках/на лотках), в разбивке по административным округам Москвы в 2019-2025 гг.



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных на территории АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2019-2025 гг.).

Рост интереса москвичей к покупке книг в киосках фиксируют и операторы киосковых сетей, отмечая положительную динамику продаж книжной продукции преимущественно в 3-м квартале 2025 года (LFL2024): в рублевом эквиваленте – в среднем от +15% до +25% на фоне смягчения темпов падения в натуральном выражении (экз.) – в среднем -4,67% (с диапазоном колебаний от +8% до -11%). Напомним, что в 3-квартале 2024 года продажи книг в киосковых сетях Москвы падали на 18,3% в рублях и на 20,8% в экземплярах (LFL2023) согласно данным самих компаний.

Рост книжного товарооборота в киосковых сетях Москвы во второй половине 2025 года во многом связан с растущей инфляцией: средняя цена реализованной киоском книги выросла на 26,3% (LFL2024), средний чек клиента – на 13,38% (LFL2024), при этом сохранив количество позиций на уровне 2,2. Так что, фактор цены по-прежнему нейтрален, т.е. не может рассматриваться в качестве базовой причины колебаний спроса. Средняя цена книжной покупки в канале киосковых сетей в августе-сентябре 2025 года для

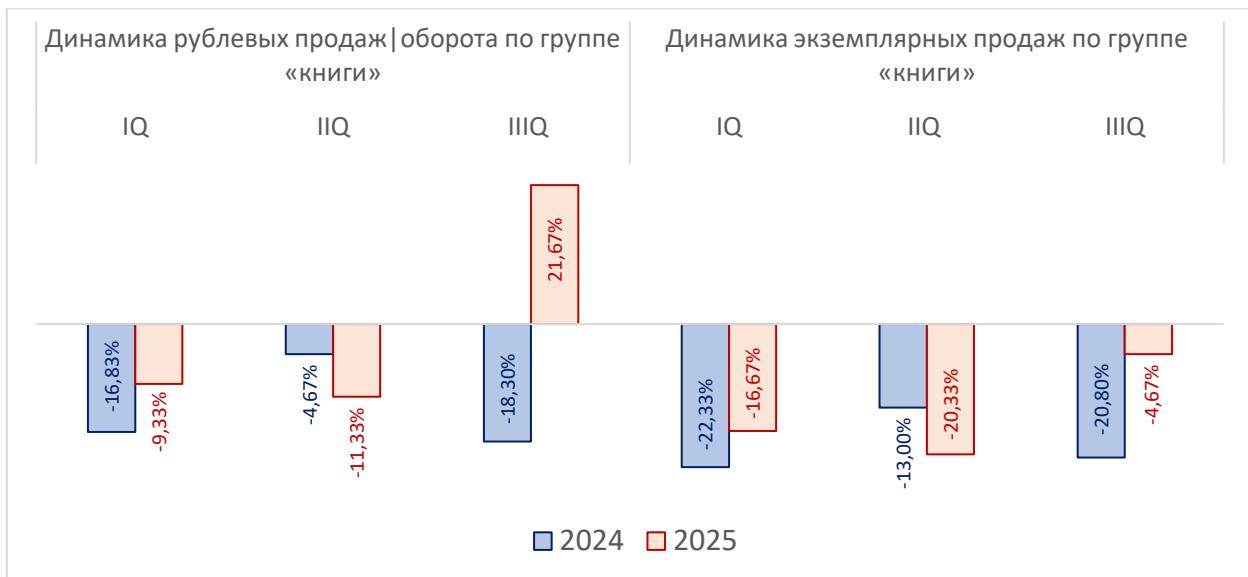
москвича по-прежнему необременительна – 279,75 руб. – и вполне конкурентоспособна даже на фоне книжной выкладки демпингующих в 2025-м fmсg-маркетов (241,57 руб.).

С октября 2024 г. по сентябрь 2025 г. книжный рынок Москвы лишился 45 книжных магазинов. Основные закрытия пришлись на первое полугодие текущего года, фактически нарушив для тысяч москвичей привычный для них ежеквартальный график посещения магазина с большим выбором книг. Привычка покупать онлайн, ограниченность витрины маркетплейсов и элементарное удобство покупки «по пути» детских книжек, классики и жанровой литературы в недорогих (до 300 руб.) изданиях небольшого объема не позволили полностью транслировать подвисший спрос в онлайн-канал. И fmсg-маркеты тут же подхватили и отчасти смогли перетянуть клиента на себя. Тот же «FixPrice» значимо улучшил ассортиментную карту, и сегодня книжная полка в этом дискаунтере выглядит вполне достойно и по качеству, и по разнообразию предложения от издателей.

Поэтому в настоящий момент задача операторов киосковых сетей – перехватить инициативу, скорректировав ассортимент и не позволив только fmсg-рознице воспользоваться внезапным преимуществом. Тем более, что клиент киоска в целом спокойно отреагировал на серьезный рост цен в 2025 году: средний чек растет, падение экземплярных продаж находится на допустимом для книжного рынка уровне – в пределах 5%.

Диаграмма 4.11.

Динамика продаж книжной продукции в киосковых сетях г. Москвы в 1-3 кв. 2024-2025 гг. (средневзвешенные значения)



Источник: экспертный опрос операторов киосковых сетей в рамках Мониторинга, октябрь 2024-2025 гг.

Объем книжной выкладки и доля книг (1,25% – 12%) в суммарном обороте квалифицирует киосковые сети как некнижный ритейл с прямой конкуренцией по книжному треку с fmсg-маркетами и розницей детских товаров. И эта конкуренция год от года будет только расти из-за выбора схожих по структуре книжных ассортиментных матриц с преобладанием художественной (развлекательной) литературы для взрослых и детских книг преимущественно развивающего характера (с наклейками, раскрасками и пр.).

**Олег Бережной,
генеральный директор Группы компаний «Кардос»**

«Дело в том, что киоски прессы имеют две специфики – чрезвычайно маленькую площадь и присутствие клиента снаружи (на улице), а не внутри помещения. Соответственно, выкладка любой продукции происходит фактически только на внешнем витринном стекле, а значит, полноценная (разнообразная) книжная витрина в киосках попросту невозможна. Отсюда универсальное правило, которое касается не только Москвы, но любого города (это скорее свойство формата, чем география), –представлять на витрине самые дешевые покетбуки, то, что прочитывается «на бегу» в транспорте. Это очень близкая позиция к журналу, газете. Это не книга в полном смысле этого слова, не то, что покупается в коллекцию, домашнюю библиотеку. Как правило, это бульварный любовный роман, детская раскраска и пр.

Кроме того, в последние годы киоски прессы фиксируют довольно быстрый отток клиентов, скажем, не пожилого возраста. Этому поспособствовали, с одной стороны, пандемия 2020 года, а, с другой, – уход из России в 2022-м крупных зарубежных издателей глянцевой, красивой, недешевой прессы («Космополитен», «Эль», «Гlamур»), которые поддерживали интерес рекламодателей к отрасли. Многие издатели печатной продукции для детей лишились лицензий Marvel, Disney, Hasbro и пр. Импортозамещения со стороны российских издательских домов в полной мере не произошло. И киосковые сети потеряли трафик, что, естественно, отразилось на продаже других ассортиментных групп, в т.ч. книг. Прорвать эту «образовавшуюся плотину», призван новый проект под названием «медиакиоск», который, по сути, меняет базовую концепцию киосковой сети, сам принцип формата общения потребителя с продавцом».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Безусловно, проект «медиакиоск» как вариант коррекции ассортиментного (прежде всего в части книг) предложения киосковой сети имеет большой потенциал, но вместе с тем, несет в себе серьезные коммерческие риски.

Во-первых, принципиальная новизна подачи товарного предложения создает у клиента медиакиоска ощущение игнорирования его запросов, его привычек, что может вылиться в отказ от покупок у наиболее консервативной части аудитории киосковых сетей. Простой пример – смена зонирования, перестановка полок в торговом зале магазина почти всегда приводит к кратковременному снижению общих продаж и росту негативных отзывов покупателей. Конечно, периодическая «встряска клиента» необходима для оживления спроса, но в условиях «охлаждения экономики» прибегать к таким мерам не рекомендуется.

Во-вторых, проектом «медиакиоск» киосковые сети заходят на книжный рынок, находящийся в состоянии рецессии, получая бонусом все его так называемые «системные проблемы». И с одной из таких проблем (в виде

перекосов ценовой политики в разных каналах книгораспространения) медиакиоск столкнулся в первый же месяц своей работы.

**Олег Бережной,
генеральный директор Группы компаний «Кардос»**

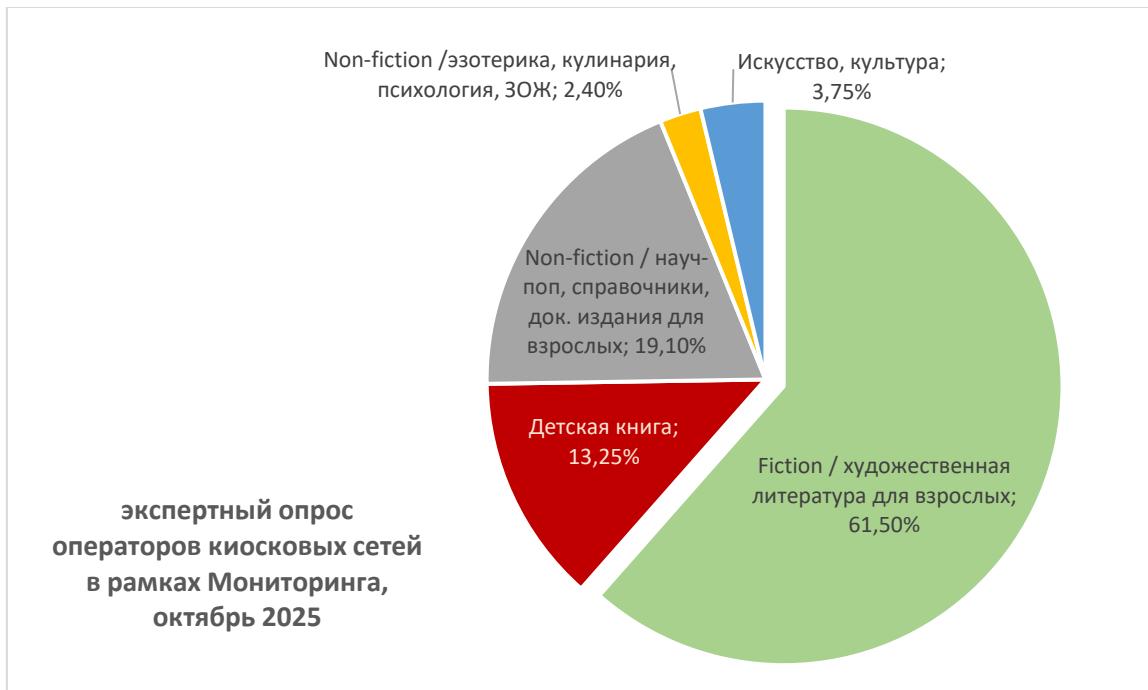
«Начав работать в формате медиакиоска, мы впервые столкнулись с колоссальным ценовым дисбалансом продаж на маркетплейсах и в физической рознице. Я не владею деталями взаимоотношений издателей с маркетплейсами, но, устроив целое расследование, выяснил, что цена поставки нам книги от издателя выше, чем цена продажи той же книги на Озоне. Мы пересмотрели в сторону снижения свою наценку, провели ряд встреч с книгоиздателями, получив промо-спец-цены на выборочные позиции, но, тем не менее, разбалансировка цен колоссальна. Насколько я понимаю, это системная проблема книжной отрасли, которая убивает онлайн продажи книг вообще. Маркетплейсы, и прежде всего Озон, устраивают невероятные дисконтные акции с запредельными скидками, измеряемыми 50-60-70%, просто убивая продажи книг в других каналах сбыта. Не знаю за чей счет, но вряд ли только за счет своих комиссионных, сегодня маркетплейсы максимально разбалансируют ситуацию на книжном рынке.

На мой взгляд, есть несколько путей выхода. Во-первых, некое глобальное системное решение, меняющее взаимодействие издателей с маркетплейсами вообще, что вероятно потребует содействия со стороны Российского книжного союза. Второй вариант – снизить ценовой диапазон тех книг, которые мы (медиакиоски) выбираем. Выяснилось, что если мы продаем качественную, в твердой обложке книгу, то, скорее всего, получаем колоссальный ценовой дисбаланс. Покупатель может, не задумываясь, купить у нас, а может проверить цену на маркетплейсе, и мы получим скандал. Наши посетители не привыкли видеть разницу в ценах более 10%, что примерно допустимо для разных каналов продаж прессы. На рынке прессы проблемы ценового дисбаланса нет вообще. Мы впервые столкнулись с этим именно в формате медиакиоска, когда приняли решение расширить ассортимент дешевых покетов и раскрасок до качественных книжных изданий. Это чужая для нас проблема, источник которой, на мой взгляд, – несбалансированные отношения издателей книжных и маркетплейсов, где маркетплейсы творят, что хотят».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Диаграмма 4.12.

Структура книжного товарооборота киосковой дистрибуции в г. Москва в 1-3 кв. 2025 года (средневзвешенные значения)



Источник: экспертный опрос (октябрь 2025), аналитика – Мониторинг

Позднее появление нового медиа-формата и его масштаб (2 киоска) фактически не скорректировали структуру книжных продаж киосковых сетей в 2025 году. Она сохраняет свои традиционные контуры с преобладанием изданий художественной (развлекательной) литературы при сопутствующем характере разделов нон-фикшн изданий для взрослой аудитории и развивающих (досуговых) изданий для детей.

Но наполнение этой структуры, по крайней мере, в части изданий для взрослой аудитории, в рейтинге продаж августа-сентября 2025 года уже заметно разнится с тем, что можно было видеть в ТОП-30 за тот же период прошлого года. Плотное сотрудничество с холдингом «Эксмо-АСТ» по проекту «медиакиоск» позволило сформировать более сбалансированное предложение клиенту в группе книжных изданий. Ассортимент уже не выглядит растрепанным, случайным набором дешевых книг, но безусловно, потребует до-настройки в ближайшие 6-12 месяцев.

Таблица 4.14.

Киосковые сети: ТОП-30 наименований бестселлеров* для взрослой аудитории в августе-сентябре 2025 г.

АВТОР	НАЗВАНИЕ	ИЗДАТЕЛЬ	ЦЕНА 1 ЭКЗ., РУБ.
1	Флоренский П.	Имена	Русский раритет 250.00
2	Авиценна (Ибн Сина)	Избранное	Русский раритет 250.00
3	Конфуций	Изречения	Русский раритет 250.00
4	Шекспир У.	Сонеты	Русский раритет 250.00
5	Донцова Д.	Такси до леса Берендея	Эксмо 380.00
6	Донцова Д.	Кладбище чужих секретов	Эксмо 380.00
7	Володарская О.	Письмо из ниоткуда	Эксмо 400.00
8	Абрамов Ф.	Вокруг да около	Вече 200.00
9	Цветаева М.	Избранное	Русский раритет 250.00
10	Лермонтов М.Ю.	Избранное	Русский раритет 250.00
11	Гете И.	Посвящение	Русский раритет 250.00
12	Канторович Л.	Полковник Коршунов	Вече 200.00
13	Леонов Н., Макеев А.	Фига в наследство	Эксмо 405.00
14	Бабель И.	Одесские рассказы	Вече 200.00
15	Засодимский П.	Хроника села Смурина	Вече 200.00
16	Донцова Д.	Алиби для землеройки	Эксмо 455.00
17	Мэттьюз П.	Укротить беспокойное сердце	АСТ 280.00
18	Беверли Д.	Леди жаворонок	АСТ 280.00
19	Боумэн В.	Сделка с герцогом	АСТ 280.00
20	Леонов Н., Макеев А.	Соседи по несчастью	Эксмо 405.00
21	Литвиновы А. и С.	Улыбка смерти на устах	Эксмо 505.00
22	Серова М.	Алмазные тени прошлого	Эксмо 420.00
23	Леонов Н., Макеев А.	Вечер мертвецов	Эксмо 405.00
24	Трутнев Л.	Живи и радуйся Вече	Вече 290.00
25	Литвиновы А. и С.	Звонок с неизвестного номера	Эксмо 430.00
26	Беверли Д.	Подарок судьбы	АСТ 280.00
27	Леонов Н., Макеев А.	Секрет под шубой	Эксмо 405.00
28	Леонов Н., Макеев А.	Тайна двух лагерей	Эксмо 405.00
29	Степанова Т.	Храм темного предка	Эксмо 470.00
30	Служитель Г.	Дни Савелия	АСТ 150.00

* рэнкинг по количеству проданных экземпляров издания за период

Источник: экспертный опрос операторов киосковых сетей в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Предполагаемое участие ГК Просвещение в проекте «Медиакиоск» по группе изданий для детей, безусловно, способствует позитивной коррекции «детского» книжного ассортимента и росту его вклада в суммарный оборот киосковых сетей Москвы в ближайшие год-два. Но пока, в августе-сентябре

2025 года, рейтинг бестселлеров для детской аудитории фактически дублирует прошлогодний ТОП.

Таблица 4.15.

ТОП-30 наименований бестселлеров* для детской аудитории в августе-сентябре 2025 г.

АВТОР	НАЗВАНИЕ	ИЗДАТЕЛЬ	ЦЕНА 1 ЭКЗ., РУБ.
1	Книжки с наклейками в асс.	Фламинго	95.00
2	Книжки-раскраски с образцами в асс.	Алфея/Алекскнига	34.00
3	Чуковский К. Сказки	Фламинго	56.00
4	Балашов Д. Бремя власти	Вече	500.00
5		Профиздат	360.00
6	Жуковский В.А., Аксаков С.Т., Пушкин А.С. Алењъкий цветочек	Профиздат	350.00
7	Пушкин А.С. Волшебные сказки	Профиздат	400.00
8	Петелина И.А. Сказки для самых маленьких	Профиздат	400.00
9		Алфея/Алекскнига	50.00
10	Симонов К. Солдатами не рождаются	Вече	500.00
11	Андерсен Х.К. Дюймовочка	Профиздат	400.00
12	Андерсен Х.К. Великие сказочники мира	Русич	500.00
13		Фламинго	57.00
14	Никитина О.В., Громова Л.А., Шелюх Н.Е. Любимые потешки	Проф-Пресс	400.00
15		Алтей и Ко	64.00
16	Сказки	Алтей и Ко	41.00
17	Киплинг Р. История Маугли	Махаон	400.00
18	Мамин-Сибиряк Д. Аленушкины сказки	Профиздат	400.00
19	Свифт Дж. Путешествия Гулливера: Путешествие в Лилипутию	Профиздат	400.00
20		Самовар	72.00
21	Водные книжки-раскраски в асс. Моя любимая книжка	Алфея/Алекскнига	42.00
22	50 развивающих заданий	Фламинго	63.00
23	Пушкин А. У Лукоморья	Русский раритет	400.00
24		Фламинго	85.00
25	Агинская Е. Большая книга русских сказок	Профиздат	1100.00
26	Раскраски-гармошки в асс.	Алфея/Алекскнига	40.00
27	Толстой Л. Война и мир	Вече	1000.00
28	Раскраски для девочек	Фламинго	42.00
29	Книжки с наклейками (80 наклеек)	Алфея/Алекскнига	93.00
30	Бурнье Д. Атлас динозавров	Эксмо	550.00

* рэнкинг по количеству проданных экземпляров издания за весь период

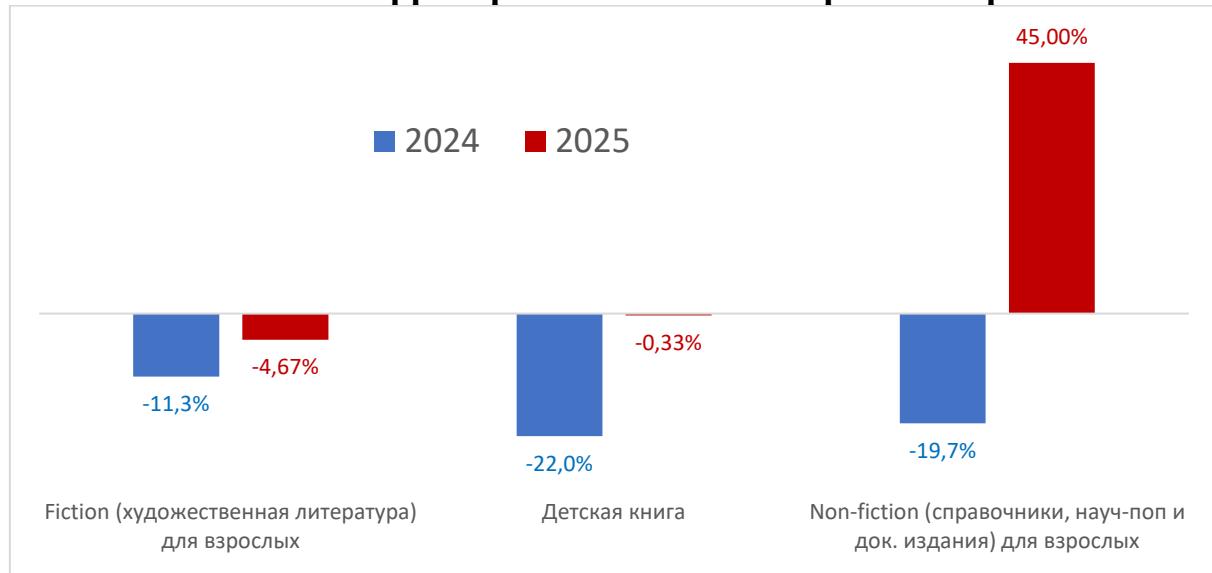
Источник: экспертный опрос операторов киосковых сетей в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Понятно, что объем продаж киосковых сетей на территории Москвы не позволяет формировать уникальный книжный ассортимент под заказ специализированным поставщикам. Понятно, что за годы работы сложился определенный стереотип книжного наполнения киосковой витрины, и у клиента есть стандартные ожидания в отношении того, как выглядит книга в киоске и сколько она примерно стоит. Начавшееся сотрудничество с ведущими издательскими холдингами страны («Эксмо-АСТ» и «Просвещение») призвано помочь выходу (или, правильнее сказать, возвращению) киоскового канала на книжный рынок Москвы, испытывающий сейчас серьезные проблемы с онлайн дистрибуцией. Но пока о потенциале этого «возвращения» говорить рано. Динамика продаж в киосковых сетях столицы в 2025 году принципиально отличается от тенденций книжного рынка с его позитивом по сегменту художественной литературы (и акцентом на триллеры), стабильной ситуацией в детской книге и с серьезным сокращением продаж нон-фикшн тематики для взрослой аудитории и образовательной (учебной) книги.

В киосковых же сетях столицы всё наоборот: в 1-3 квартале 2025 года наблюдается снижение продаж художественной литературы при фактически двукратном росте товарооборота научно-популярных, справочных и прочих нон-фикшн изданий для взрослой аудитории. Конечно, необходимо учитывать и погрешности статистики (расчет темпов динамики от малых значений), но, тем не менее, возможно именно «взрослый» нон-фикшн станет тем ядром, вокруг которого будет выстраиваться новая ассортиментная матрица проходящих перезагрузку киосковых сетей. Это позволит снять напряжение в конкуренции с fmcg-маркетами, и добавит индивидуальности киосковой витрины в составе книжной дистрибуции Москвы.

Диаграмма 4.13.

Динамика оборота по укрупненным разделам книжного ассортимента в киосковых сетях на территории Москвы в январе-сентябре 2024-2025 гг.



Источник: экспертный опрос операторов киосковых сетей в рамках Мониторинга, октябрь 2024-2025 гг.

Разумеется, инновационный проект «Медиакиоск» требует продолжения, так как его влияние на книжные продажи в канале киосковых сетей на данный момент минимально. Но говорить о его масштабировании пока рано. Проект требует до-настройки ассортиментной матрицы (не только в части книжной продукции) и с высокой вероятностью приведет к коррекции «портрета» постоянного покупателя киоска. И до масштабирования этого емкого по объему инвестиций проекта необходимо все эти «коррекции/до-настройки» завершить. Сейчас важно экспериментировать, менять ассортиментную карту, подключить актуальные промо-программы и ввести непрерывный мониторинг потребительского отклика.

Но, как бы не развивалась ситуация, в любом случае «медиакиоск» – это полноценный шаг к открытию «второго дыхания» у киосковой модели продаж печатного и электронного контента, который позволит книжному рынку сохранить физический контакт с читательской аудиторией в эпоху повальной цифровизации и безудержного каннибализма со стороны маркетплейсов.

Тема 5.

Оценка состояния канала традиционных книжных магазинов г. Москва в течение исследуемого периода – IV кв. 2024 - III кв. 2025 г. с прогнозом на конец 2025 г.

5.1. Объем продаж (млрд. руб.) в 2024 году (итог полного года).

В 2024 году объем продаж книг классическими книжными магазинами в столице составил 8,9 млрд. рублей или 45% от объема книжного рынка Москвы, что примерно сопоставимо с итогами 2023 года.

5.2. Оценка объема продаж (млрд. руб.) и доли традиционных книжных магазинов в общем объеме продаж книжной продукции г. Москва (без учета бюджетных продаж) в динамике 2020-2025 гг., включая прогнозируемые значения по итогам 2025 года.

В 2025 году каналу московских книжных магазинов пришлось выдержать комбинированный удар – банкротство книготорговой сети «Книжный Лабиринт», что значимо сократило количество объектов и суммарную площадь книжной выкладки в столице, плюс падение потребительского спроса, повлекшее за собой снижение трафика (-7,4%) и коэффициента конверсии (-5,6 п.п.) в среднем по всему пулу книжников независимо от формата, локации и объема товарооборота.

Вопреки росту цен (+17,6%) в данном канале книгораспространения, средний чек вырос только на 4,84%, ужавшись (до 3,26) по количеству позиций. Лояльность москвичей к книжным магазинам как месту покупки книг резко снизилась с 76,9% респондентов (опрос 2024) до 62,01% (опрос 2025). Классический книжный пока сохраняет приоритет в предпочтениях москвичей, но вынужден прибегать к рисковым инструментам по стимуляции трафика и к финансово затратному рестайлингу для увеличения конверсии.

**Александр Брычкин,
генеральный директор ОРС «Читай-город – Буквоед»:**

«Мы реализуем модель click&collect, то есть бронирование клиентом на витрине маркетплейса товара из ассортимента магазина. На сегодняшний день такая услуга предоставляется клиентам как через наши собственные площадки (сайт и мобильные приложения «Читай-

город» и «Буквоед»), так и через витрины Wildberries и «Яндекс.Маркет».

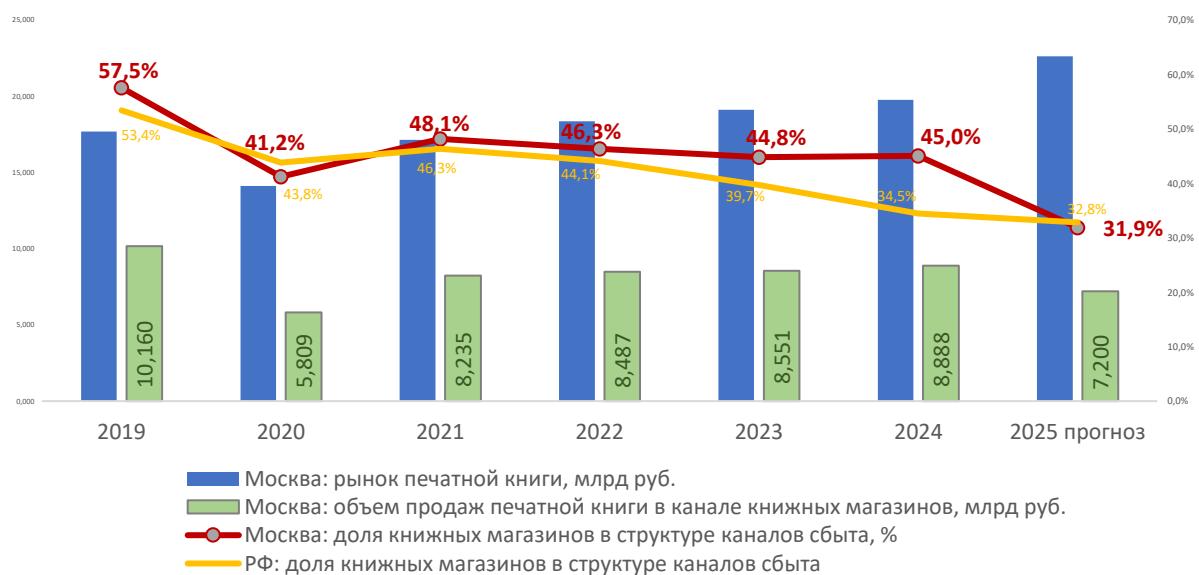
Сервис востребованный, совокупная сумма продаж с помощью click&collect в этом году составит примерно 600-700 млн. рублей, большая часть из которых приходится на собственный сайт и мобильные приложения ОРС. Маркетплейсы с момента начала сотрудничества в апреле 2025 года позволили привлечь в сеть 56 тысяч клиентов, из которых 16,5 тысяч пришло за последний месяц. Проблему с трафиком это, конечно, не решает, но динамика развития сотрудничества положительная. Важно, что 85% клиентов от маркетплейсов приходит в магазины за книгами, то есть мы интересны прежде всего как книжная сеть».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

В целом, канал книжных магазинов Москвы отработал с января по сентябрь 2025 года с падением (-12,55%) экземплярных продаж и сокращением оборота по книгам на уровне -6,62% (LFL2024), не считая безвозвратных потерь фактически ушедшей с рынка сети «Книжный Лабиринт». И ожидать принципиального улучшения ситуации в 4-м квартале 2025 года не стоит.

Диаграмма 5.1.

Оценка объема продаж и доли традиционных книжных магазинов в суммарном розничном обороте печатной книжной продукции г. Москва в 2019-2025 гг.



Разумеется, снижением пропускной способности канала книжных магазинов воспользовалась онлайн дистрибуция печатной книги, доля которой в структуре книжного рынка Москвы возрастет до 59,8% по итогам 2025 года. И бенефициарами этого роста будут исключительно маркетплейсы. Так, уже в январе-августе 2025 года продажи книг на Wildberries в Московском регионе показывают более высокие темпы LFL-динамики по сравнению с РФ в целом: +35% в экземплярах (РФ +15%) и +45% в рублях (РФ +30%).

За последние пять лет доля книжных магазинов в структуре рынка печатной книги Российской Федерации снизилась с 53,4% (2019) до 34,5% (2024) и в прогнозных значениях по итогам 2025 года продолжит снижение до уровня 32-33%. И если до последнего времени книжная розница в Москве показывала гораздо более мягкую динамику снижения долевого участия в структуре книжного рынка – в пределах 1-2 п.п. ежегодно, то в 2025 году вызванный рядом факторов коллапс привел к резкому сокращению объема канала классических книжных магазинов до 7,2 млрд рублей (или порядка 31-32% книжного рынка Москвы).

Впрочем, распределение оборота между каналами сбыта стоит воспринимать с высокой степенью условности, так как и книжные магазины практикуют онлайн-продажи, и далеко не весь объем книжной продукции, загружаемой московскими издательствами в интернет-канал, попадает затем к москвичам.

5.3. Основные тенденции, характеризующие текущую ситуацию в традиционном канале продаж книжной продукции.

Происходящее сегодня в традиционном канале книжных продаж Москвы можно охарактеризовать следующими положениями:

- расширение экспансии онлайн-канала: книжные магазины сохраняют за собой менее трети книжного рынка Москвы и демонстрируют негативные показатели продаж;
- сохраняющееся разнообразие форматов и форм книготорговли, непрерывные эксперименты и роль тестовой площадки для масштабирования книготорговых проектов в регионах;
- унификация ассортимента, однотипность предложения в сетевой книжной рознице с прямым дублированием позиций онлайн, офлайн и непрофильного ритейла, и как следствие, утрата доверия клиента к стандартному книжному супермаркету с последующим для магазина снижением конверсии;
- сокращение рекламных бюджетов и возвращение к классической POS-рекламе, к традиционным для книготорговли формам продвижения книги (оформление витрин, проведение презентаций и автограф-сессий), отказ от разнообразия взаимодействия с клиентом в онлайн формате, в том числе в связи с ужесточением законодательства «О рекламе» в части размещения рекламного контента на запрещенных (ограниченных по трафику) в РФ интернет-ресурсах;
- включение книжной розницы в зону ответственности по факту работы с книгами, созданными с участием лиц, находящихся под иностранным влиянием, и с признанной экстремистской литературой (прежде всего в части ст. 20.33 КоАП РФ – «участие в деятельности иностранной или международной организации, в отношении которой принято решение о признании нежелательной на территории РФ ее деятельности) с последующими штрафными санкциями и запретом деятельности до 90 дней.

В 2025 году книжное производство сокращается медленнее, чем падает спрос на книги. Каналы сбыта затоварены, рыночные механизмы саморегуляции отрасли не справляются, просто в силу масштабной монополии и недоразвитости этих самых механизмов. И в этих условиях субъекты книжного дела (и издатели, и книготорговцы) традиционно рассчитывают на поддержку государства, в том числе в виде прямых субсидий («детская книжная карта»), зачастую «забывая», что это чревато возвратом к цензурированию книжного контента. Готовы ли к этому руководители ведущих предприятий отрасли?

**Марина Н. Каменева,
генеральный директор ООО ТДК «МОСКВА», Заслуженный
работник культуры РФ:**

«Мне кажется, что необходимо четко сформулировать постулаты государственной политики в отношении детской книги. Они должны быть ясны и понятны как автору, так и издателю. В любом случае ответственность за содержательный посыл книги лежит на издателе. А что касается патриотической литературы, мы как книжный магазин всегда стараемся популяризировать книги этой тематики: оформляем витрины, стенды, отдельные выкладки. Особое внимание уделяем историческим книгам для детей.

Мне очень нравится идея «детской книжной карты», и я ее поддерживаю. Если использование «книжной карты» будет распространено на все оффлайн книжные магазины, то, безусловно, это сыграет позитивную роль в стабилизации их положения. Хочется подчеркнуть, что речь идет именно о книжной рознице, которая особенно нуждается в поддержке».

**Олег Новиков,
президент ИГ «Эксмо-АСТ»:**

«Мы выступаем за диалог с государством и всегда открыты для экспертной оценки новых законодательных инициатив. Ключевой принцип работы издательской группы «Эксмо-АСТ» – соблюдение всех требований законодательства РФ. Для этого во всех подразделениях внедрена многоступенчатая система проверки: книги проходят экспертизу в Российском книжном союзе, проверку редакторами и инструментами на основе ИИ».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

В 2025 году трафик московских книжных магазинов вновь вернулся к темпам снижения, характерным для 2023 года, в среднем на уровень -7,4% (от +2% до -13%). Среди причин – не только общее снижение потребительского спроса в стране, но и утрата сетевыми книжными супермаркетами индивидуальности ассортимента, предлагаемого клиенту. Выбор тех книжек, которые покупатель увидит, войдя в магазин, определяет само существование магазина как бизнес-проекта. К сожалению, эта важная и ответственная работа (формирование ассортимента) в сетевой книготорговле, т.е. в 72% книжных магазинов Москвы, выполняется в центральных офисах по факту аналитики продаж предыдущих лет и унифицирована для всех объектов сети с незначительной коррекцией на заМКАДье. Сегодня такой подход – недопустимая роскошь, и вполне способен подтолкнуть ситуацию с трафиком к сценарию 2022 года (-15,6%), а не 2024-го (-2,1%). Но приступить к решению проблемы ассортиментного наполнения книжникам столицы не просто, особенно сетевому бизнесу, чье преимущество как раз и заключается в унификации процессов, ассортиментных карт и маркетинговых решений.

Диаграмма 5.2. Динамика трафика книжных магазинов Москвы в августе-сентябре 2016-2025 гг. (средневзвешенный показатель, %)



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга октябрь/сентябрь 2016-2025 гг.

В 2025 году в Москве растет площадь книжной выкладки в расчете на один книжный магазин со 194,24 кв. м (2024) до 204,88 кв. м, впрочем, преимущественно за счет снижения доли сетевых объектов в массиве статистических данных, а не в силу отказа магазинов от сопутствующих книге товаров. Но тем не менее, стремление стать «более книжными», сохранить (возродить) атмосферу классического книжного, а не распыляться по категориям, превращая пространство магазина в некое подобие бараходки, – эта тенденция характерна для книжных магазинов Москвы на протяжении последних 2-3-х лет. И именно это помогает книжникам сегодня минимизировать потери в крайне неблагоприятных обстоятельствах.

**Марина Н. Каменева,
генеральный директор ООО ТДК «МОСКВА», Заслуженный
работник культуры РФ:**

«Магазин «Москва» имеет многолетнюю историю, и к нам приходят новые поколения москвичей, унаследовавших любовь к этому магазину от бабушек, дедушек, мам и пап. А гости столицы считают магазин «Москва» достопримечательностью и включают в список обязательных посещений. У нас высокая доля постоянных покупателей – более 75%. Мы формируем нашу ассортиментную матрицу на основе изучения покупательских предпочтений уже в течение тридцати лет. В начале 1990-х в нашем магазине был основан Отдел антикварно-букинистической литературы. Постоянно развивается и отдел интернет-продаж, который мы организовали еще в доковидные времена, и сейчас его доля составляет 20% в товарообороте. Наши продавцы – настоящие эксперты в литературе, и покупатели высоко ценят их рекомендации.

А еще, как считают наши посетители, нам удалось сохранить атмосферу «настоящего книжного», что им тоже нравится. Всё это позволило нам создать первую книжную экосистему и держаться на плаву, несмотря на трудные для книжной отрасли времена».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

5.4. Анализ конкурентной среды предприятий розничной торговли книжной продукцией (книжных магазинов) в г. Москве в 2024-2025 гг.

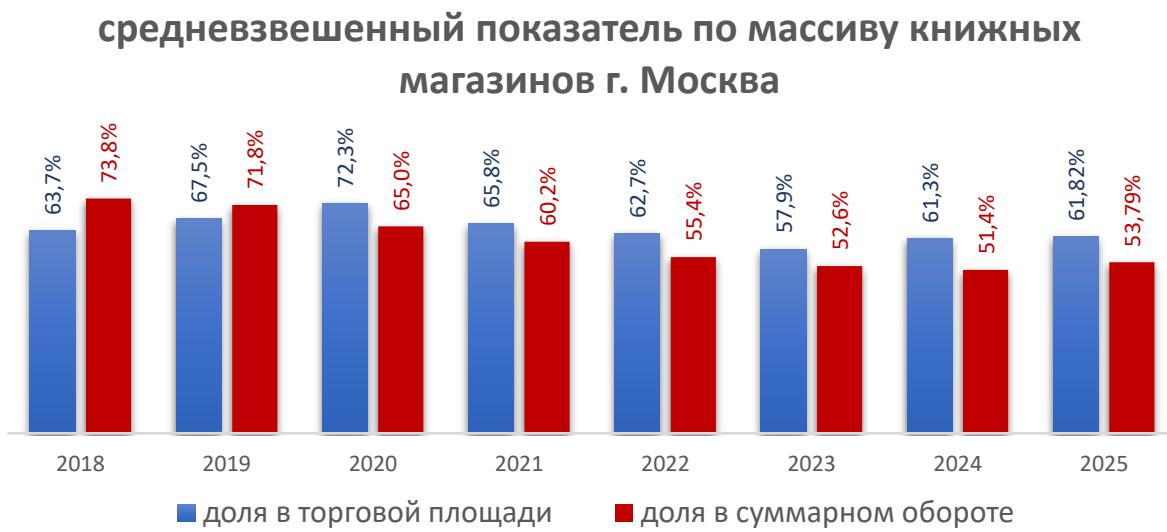
5.4.1. Формирование рейтинга книжных магазинов г. Москва (топ-10) по представленности книжной продукции в торговом зале и в обороте магазина

В последние десять лет значительное присутствие некнижных товаров и услуг в столичном книжном магазине считается нормой, вопрос лишь в объеме выделяемой торговой площади. С 2020 года отказ от широкой представленности книги в торговом зале принял неконтролируемый размах и охватил практически все форматы книжных магазинов от крупных сетевых и независимых, до кулуарных специализированных или клубного формата. Существенную лепту в сокращение объема книжной выкладки внесли и магазины гик-атрибутики, демонстрируя возможности синергии в продажах сувенирной продукции и комиксов для фанатов. В итоге, книга ежегодно теряла по 3-7 п.п. своей доли в торговой площади и на 3-5 п.п. сокращала свое участие в суммарном обороте среднестатистического книжного магазина Москвы. Иными словами, сокращение площади книжной выкладки приводило к еще большему сокращению доли книги в обороте магазина, что в конечном счете кардинально изменило ситуацию – в сравнении показателей 2018 и 2024 годов участие книги в выручке книжного магазина на 10 п.п. отстаёт от объема занимаемой ею площади торгового зала (2018 – 63,7%(S) и 73,8%(V); 2024 - 61,3%(S) и 51,4%(V)).

В 2024 году тенденция снижения объема книжной выкладки была приостановлена, можно видеть небольшой откат по размеру «книжной полки» магазина (в среднем 61,2% площади), но доля книг в обороте продолжала снижение. И только в 2025 году при сохранении прошлогоднего объема выкладки в торговом зале, тем не менее, показатель участия книги в обороте магазина потихоньку пополз верх (+2,3 п.п.).

Диаграмма 5.3.

Доля книжной продукции в торговой площади и суммарном обороте книготоргового предприятия в 2018-2025 гг., средневзвешенный показатель %



Источник: экспертный опрос в рамках Мониторинга, сентябрь/октябрь 2018-2025 гг.

В 2025 году книжная продукция может занимать от 28,2% до 99% суммарного оборота и от 30% до 100% торговой площади книжного магазина, расположенного на территории г. Москвы. И принципиальных изменений здесь не произошло, исключая опыт рестайлинга в магазинах сети «Читай-город», где доля книг в товарообороте обновленных объектов растет с 60% до 66%.

Понятно, что в книжных магазинах любой другой товар на площадке должен дополнять книжный ассортимент, должен помогать продавать книгу, а не оттягивать на себя внимание и деньги клиента. Но, судя по всему, сопутствующий ассортимент книжников в предыдущую пятилетку только затруднял книжные продажи, а не способствовал им. И пока, в 2025-м, о смене ассортиментной политики книжных магазинов говорить не приходится.

Необходимо искать баланс, который бы формально уравновесил занимаемую книгой площадь и её вклад в оборот предприятия. Ведь книжные магазины – это коммерческие предприятия, и каждый метр торговой площади

должен приносить деньги, вносить свой вклад в процветание (рентабельность) предприятия, и желательно не просто покрывать расходы, но и приносить прибыль. И этого баланса в какой-то степени достигли лидеры рейтинга (топ-10) по представленности книжной продукции в торговом зале и в обороте магазина, сохранив при этом положительные (!) темпы динамики рублевых продаж в 2025 году.

Таблица 5.1.

ТОП-10. Рейтинг книжных магазинов г. Москвы по представленности книжной продукции в торговом зале и в суммарном обороте в 2025 году

ДОЛЯ КНИГ В ТОВАРООБОРОТЕ МАГАЗИНА		& П.П.	ДОЛЯ КНИГ В ПЛОЩАДИ ТОРГОВОГО ЗАЛА	
1	Я люблю читать: Магазинчик детских книг	95.0%	0	Я люблю читать: Магазинчик детских книг 95.0%
2	Академкнига: Книжная лавка	87.0%	0	Академкнига: Книжная лавка 87.0%
3	Москва ТДК	87.0%	+2	Москва ТДК 85.0%
4	БукВышка. Книжный магазин ВШЭ	85.0%	-5	БукВышка. Книжный магазин ВШЭ 90.0%
5	Primus Versus. Умные книги	78.0%	-2	Primus Versus. Умные книги 80.0%
6	Московский Дом книги на Арбате	66.5%	-4.8	Московский Дом книги на Арбате 71.3%
7	Читай-город ТЦ Авиапарк	66.0%	-4	Читай-город ТЦ Авиапарк 70.0%
8	Лавка Чижика	62.0%	+2	Лавка Чижика 60.0%
9	Достоевский (Воздвиженка)	60.0%	0	Достоевский (Воздвиженка) 60.0%
10	Книжки с картинками	57.0%	-3	Книжки с картинками 60.0%

Источник: данные компаний, аналитика – Мониторинг

5.4.2. Формирование рейтинга книжных магазинов г. Москва (топ-10) по качеству обслуживания покупателей

Книжные магазины можно рассматривать как очаги культуры или как предпринимательство, но всё же по сути, книжная торговля – это прежде всего сфера услуг, где качество обслуживания клиентов является основополагающей характеристикой эффективного функционирования этого «очага культуры».

Качество обслуживание, как и в любой торговле, в книжной складывается из целого ряда компонентов, характеризующих

удовлетворенность клиента предложенным выбором, конкретной покупкой, а также его отношением в части лояльности к данному месту приобретения книг, желательно с высокой вероятностью повторной покупки.

Для описания всех этих удовлетворенностей клиента книжные магазины оценивают свою работу по целому ряду показателей: коэффициент конверсии магазина, актуальность книжного ассортимента (доля изданий 2024-2025 гг. выпуска), средняя обрачиваемость книжного издания (количество затраченного времени на реализацию), объем программ лояльности, средний чек клиента и т.д.

По сути, это большая и сложная работа изо дня в день, которая, к сожалению, не всегда приводит к желаемому результату. К примеру, можно предложить самый «свежий» ассортимент, но если он не устраивает клиента, то коэффициент конверсии вашего магазина будет уходить в минус, или у вас отличная обрачиваемость изданий – книжка находит своего клиента в течение месяца, но вы не проявляете особой заботы к постоянным клиентам, и они предпочтут тот магазин, где им предложили клубную карту с хорошим дисконтом.

Конечно, всё это очевидные вещи, которые называются емким словосочетанием – искусство книготорговли. Но тем интереснее посмотреть на настоящих мастеров своего дела.

Таблица 5.2.
ТОП-10. Лучший коэффициент конверсии среди книжных магазинов Москвы

	НАЗВАНИЕ МАГАЗИНА	СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ КОЭФФИЦИЕНТА КОНВЕРСИИ ЗА ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ 2025 Г.
1	Академкнига: книжный магазин издательства «Наука»	95.00%
2	Математическая книга	95.00%
3	Самокат: книжный магазин издательства	93.70%
4	Я люблю читать	80.00%
5	Locus Solus	77.00%
6	ТАКАРУТА: комиксы	71.70%
7	Книжки с картинками	66.67%

8	Моркнига	61.00%
9	Primus Versus. Умные книги	51.67%
10	Поляндряя	49.00%

Источник: данные компаний, аналитика – Мониторинг

У лидеров рейтинга (магазинов «Академкнига» и «Математическая книга») невероятные цифры – из 100 зашедших в магазин человек 95 совершают покупку. При том, что коэффициент конверсии по книжным магазинам Москвы в 2025 году находится в диапазоне от 5,9% до 95,0% при среднем значении для малых магазинчиков – 48,7% (в 2024 – 53,2%), для крупных по торговой площади предприятий – 20,13% (в 2024 – 26,9%), т.е. демонстрируя в целом отрицательную динамику к показателю 2024 года на уровне – 4,5-6,7 п.п.

Таблица 5.3.

ТОП-10. Максимальный средний чек с положительной динамикой роста год к году в январе-сентябре 2025 года среди книжных магазинов Москвы

	НАЗВАНИЕ МАГАЗИНА	СУММА ЧЕКА	ДИНАМИКА ГОД К ГОДУ
1	Моркнига	3396.67	9.00%
2	ТДК Москва	2501.00	19.00%
3	Я люблю читать	2466.67	10.00%
4	Московский дом книги на Арбате	2148.33	4.70%
5	Книжки с картинками	1875.00	10.00%
6	Листва	1860.00	5.60%
7	Республика (Тверская)	1622.33	1.00%
8	Академкнига: книжный магазин издательства "Наука"	1492.47	26.00%
9	Республика (Мясницкая)	1278.33	3.00%
10	Primus Versus. Умные книги	1255.67	14.20%

Источник: данные компаний, аналитика – Мониторинг

У тройки лидеров ТОПа книжный чек покупателя книг значимо превышает средний показатель (1679.89 руб.) по каналу книжных магазинов и демонстрирует более высокие темпы роста на фоне средневзвешенного значения в 2025 году (+4,84% LFL2024).

Поддерживать свое предложение в тонусе, следить за яркими новинками, не допустить затоваренность склада – большое мастерство, которым владеет далеко не каждый книготорговец. И если в целом, в книжных магазинах Москвы, проработавших не менее 2-3-х лет, доля ассортимента текущего года выпуска колеблется в диапазоне от 0,5% до 85%, то лидеры рейтинга 2025 года включают не менее четверти новинок в ассортиментную карту.

Таблица 5.4.

ТОП-10. Самый актуальный книжный ассортимент по состоянию на сентябрь 2025 года среди книжных магазинов Москвы

	НАЗВАНИЕ МАГАЗИНА	ДОЛЯ НАИМЕНОВАНИЙ 2025 Г. ВЫПУСКА	ДОЛЯ НАИМЕНОВАНИЙ 2024 Г. ВЫПУСКА
1	ТАКАРУТА: комиксы	55.00%	40.00%
2	Московский дом книги на Арбате	56.00%	29.50%
3	Достоевский	60.00%	20.00%
4	Книжки с картинками	40.00%	30.00%
5	Я люблю читать	40.00%	20.00%
6	ТДК Москва	33.00%	29.00%
7	Во весь голос	30.00%	37.00%
8	Детский книжный (Россошанский)	25.00%	42.00%
9	Детский книжный (Скандинавия)	25.00%	26.00%
10	Ходасевич	25.00%	25.00%

Источник: данные компаний, аналитика – Мониторинг

И наконец, лидеры среди книжных магазинов Москвы по качеству обслуживания покупателей, те, что учли все моменты и предприняли целый комплекс усилий, дабы быть максимально эффективными с точки зрения бизнеса и самыми любимыми для своих клиентов.

И это тот случай, когда размер не имеет значения. Можно быть маленьким, но эффективным, и большим, но...

Таблица 5.5.

ТОП-20 лучших книжных магазинов Москвы по качеству обслуживания покупателей в 2025 году

НАЗВАНИЕ МАГАЗИНА		ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ИНДЕКС*
1	Книжки с картинками	0.9401
2	Я люблю читать	0.9392
3	Моркнига	0.9150
4	Достоевский	0.9027
5	ТДК Москва	0.9011
6	Московский дом книги на Арбате	0.8977
7	Primus Versus. Умные книги	0.8955
8	Академкнига: книжный магазин издательства "Наука"	0.8829
9	Во весь голос	0.8761
10	Locus Solus	0.8698
11	Ходасевич	0.8654
12	ТАКАРУТА: комиксы	0.8634
13	Лавка Чижика	0.8582
14	Самокат: книжный магазин издательства	0.8534
15	Математическая книга	0.8454
16	Читай-город ТЦ Авиапарк	0.8270
17	Детский книжный (Судостроительная)	0.8229
18	Листва	0.8221
19	Республика (Мясницкая)	0.8201
20	Республика (Тверская)	0.8164

* Интегральный индекс, рассчитанный по 6 параметрам с учетом их индивидуального веса: коэффициент конверсии (35%), сумма чека (14%), оборачиваемость (17%), программа лояльности (9%), актуальность ассортимента (18%), каналы коммуникации с клиентом (7%).

Источник: данные компаний, аналитика – Мониторинг

**Ирина Балахонова,
главный редактор Издательского Дома «Самокат»**

«По мере того, как ускоряется темп закрытия онлайн книжных, нам приходится прилагать все большие изобретательности и усилий для поддержания приемлемого для нас уровня продаж. В этом нам лучше всего помогает наша заслуженная программа по привлечению детей всех возрастов к семейному чтению: в наших московском и петербургском домиках за год проводится более 400 мероприятий, подготовленных профессиональными методистами, библиотекарями и другими специалистами, в которых детям открывают мир книг и учат в нем жить радостно и свободно.

Мы вносим свой вклад в задачу вне фестивального продвижения книжности и чтения в регионах, много лет поддерживаем региональные книжные магазины и библиотеки: разрабатываем методические программы для работы с книгами и приобщения детей к чтению, оказываем поддержку в проведении мероприятий, жертвуем книги. В нашей команде есть профессиональные библиотекари и талантливые педагоги, которые проделывают колоссальную работу и ежедневно на связи с десятками коллег из библиотек разных регионов. В

городах с сильными библиотеками эффект от нашей совместной работы чувствуется на фестивалях».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

5.4.3. Формирование рейтинга книжных магазинов г. Москва (топ-10) по объему программы продвижения книг и культуры чтения и её востребованности у покупателя

Книжные магазины Москвы проводят большое количество мероприятий. Конечно, не все, но очень многие. И это не только традиционные встречи с авторами или презентации новинок, но и полноценные лектории, детские утренники, выставки и фестивали семейного чтения, экскурсии и круглые столы, концерты и спектакли. Многие по-прежнему запускают большие культурно-просветительские программы, причем зачастую исключительно на энтузиазме и в партнерстве со всеми неравнодушными коллегами из культурного около-книжного пространства. В отличие от издательств, книжные магазины в массе своей располагают весьма скромным бюджетом (в среднем до 300 тыс. руб.) – в диапазоне от условных 4 тыс. рублей магазина «Ходасевич» до 2,5 млн рублей нового «Читай-города» в ТЦ Авиапарк или 3,5 млн рублей книжного магазина «Москва» на Тверской. Разумеется, большая часть бюджета тратится на организацию культурно-просветительских мероприятий, в то время как продвижение самого магазина, его бренда ограничивается редкими публикациями в онлайн-СМИ, либо рамками партнерских программ в социальных сетях и мессенджерах.

**Александр Брычкин,
генеральный директор ОРС «Читай-город – Буквоед»**

«В 2025 году мы активно наращиваем количество интересных мероприятий в магазинах сети. Это становится возможным благодаря нашему новому формату магазинов со специально выделенным пространством для организации встреч, в том числе для масштабных событий, на 300-500 человек. С гордостью могу сказать, что в этом году за август-сентябрь мы провели больше таких встреч с авторами,

чем за весь прошлый год. Мы также активно развиваем новые форматы активностей. Например, чтения с собаками, художественные выставки. Полагаю, было бы логично встроить наши мероприятия в расписание проектов «Лето в Москве», «Зима в Москве» и иных подобных акций и фестивалей».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025

Книжники Москвы вполне комфортно ощущают себя не только на онлайн площадке собственного магазина, но и готовы задействовать онлайн-возможности, правда, в 2025 году уже в гораздо меньшем объеме. В связи с новыми требованиями закона «О рекламе», вступившими в силу с 1 сентября 2025 года, а также периодическими «замедлениями» трафика в иностранных мессенджерах, риск наступления правовых последствий за необдуманно проведенную промо-программу в интернете значительно возрос. И, очевидно, указаний ФАС по определению понятия «сетевая реклама» недостаточно для комфортной как прежде работы в онлайн-среде.

В 2025-м лишь треть участников конкурса «Лучший книжный магазин Москвы» (ДСМИиР) заявили о проведении онлайн-акций на собственных ресурсах в январе-сентябре текущего года при среднем количестве участников – 568 человек (465 чел. в 2024-м). Стоит сказать, что количество участников среднестатистического онлайн мероприятия на торговой площадке магазина остается неизменным (37-38 человек) в 2024-2025 гг., но их разнообразие по-прежнему впечатляет: здесь и цикл краеведческих лекций от проекта «Москва, которой нет» (Гиперион), и семейные «Новогодние живые концерты» Антона и Виктории Макарских (МДК на Арбате), и диалоги о христианском воспитании (Primus Versus), и чтение книг в сопровождении классической музыки (Поляндрия), и многое другое.

Таблица 5.6.
ТОП-10 книжных магазинов по объему программы продвижения книг и культуры чтения и её востребованности у покупателя

КНИЖНЫЙ МАГАЗИН		КОЛИЧЕСТВО (ОНЛАЙН + ОФЛАЙН) МЕРОПРИЯТИЙ В 1-3 КВ. 2025 Г.	ЧИСЛО УЧАСТНИКОВ, ЧЕЛ.
1	Московский дом книги на Арбате	407	329 814
2	Locus Solus	366	2 709
3	Самокат: книжный магазин издательства	292	2 951
4	Гиперион	287	5 000
5	Я люблю читать: Магазинчик детских книг	163	2 920
6	Листва	143	2 884
7	Достоевский	142	6 070
8	ТДК Москва	129	152 300
9	Читай-город ТЦ Авиапарк	77	2 420
10	Поляндрия	74	1 950

Источник: данные компаний, аналитика – Мониторинг

5.5. Анализ покупательских и читательских предпочтений посетителей книжных магазинов

По данным соцопроса, проведенного в рамках Мониторинга в конце сентября, в 2025 году москвичи как покупатели книг отчасти корректируют свои привычки, тем не менее, по-прежнему отдавая предпочтение настоящему книжному магазину с большим выбором книг – 62,01% респондентов (2024 – 76,97%) и онлайн-заказам на маркетплейсах – 39,75% (2024 – 44,24%). Но если мы говорим только об онлайн-местах покупки книжных изданий, то лидерство книжного магазина безусловно.

Впрочем, впервые за 10-летний мониторинг покупательских привычек в 2025 году доля тех, кто живет рядом с магазином, достигла столь низких значений (42,2% респондентов). Тенденция к сокращению этой категории клиентов в суммарном трафике книжных магазинов наблюдалась последние два года, но стремительное закрытие магазинов «Книжный Лабиринт» и «Читай-город» в 2025-м стало тем триггером, который «проявил» копившиеся подспудно структурные изменения в базовых потребительских моделях поведения на книжном рынке Москвы. Впрочем, покупка книги или посещение магазина с целью выбора книги по-прежнему происходит в два

раза чаще именно «рядом с домом», а не рядом с местом работы или учебы (22,97%).

И главное, – в сентябре 2025 года уже фактически треть (31,3%) клиентов специально приезжает в книжный магазин ради низких (!) цен владельцев клубных карт (35,03%) и широкого выбора (54,2%), и заметно меньше число тех, кто пришел «просто посмотреть» или за компанию (3,36%). Напомним, что близкое к сегодняшнему значению число «специально приехавших» клиентов (26-27%), наблюдалось в 2014-2015 гг. как последствие прошедшего в 2012-2013 гг. банкротства сети «Буква». Так что история повторяется.

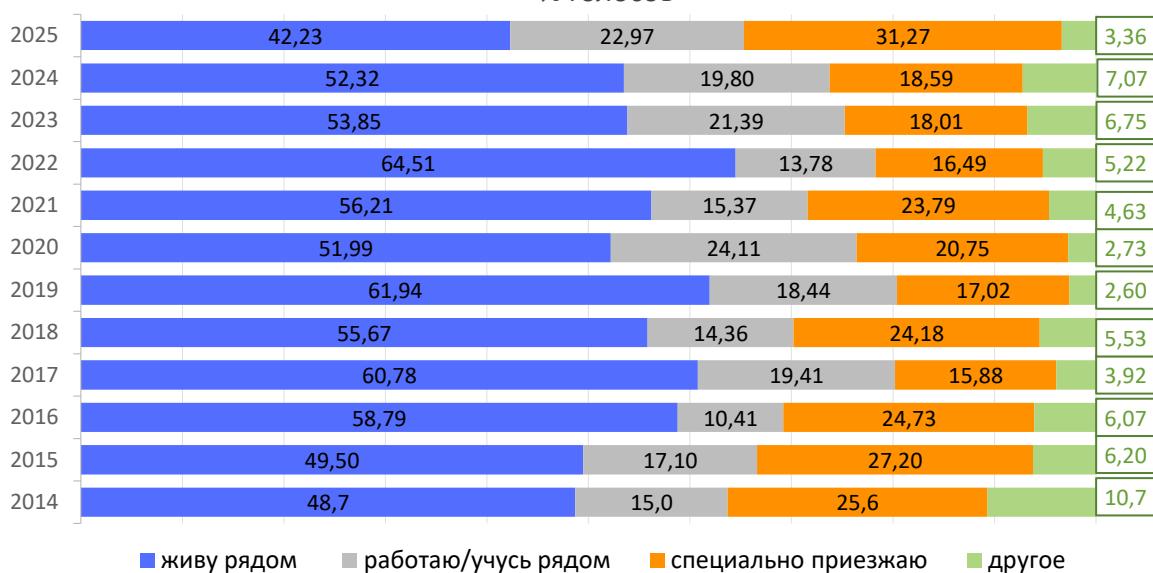
Впрочем, в сентябре 2025 года по-прежнему двое из каждого трех клиентов книжного магазина (65,19%) во всех административных округах – это москвичи, проживающими или работающими в зоне влияния торговой площадки. Иными словами, клиентский пул профильных книготорговых объектов столицы всё также более чем наполовину формируется непосредственным окружением книжного магазина или культурно-экономическим профилем района размещения, как писали в советских учебниках по книжной торговле.

Диаграмма 5.4.

Критерии выбора («любимого») книжного магазина москвичами в 2014-2025 гг.

Почему вы покупаете книги именно в этом магазине?

% голосов

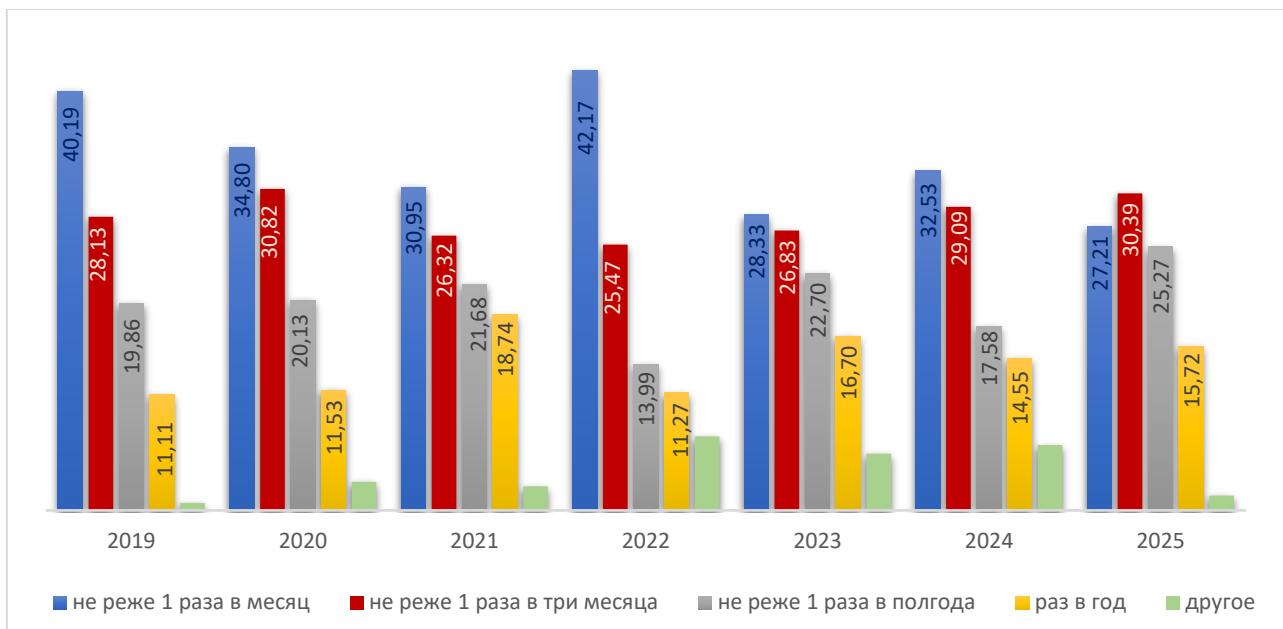


Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2014-2025 гг.).

В целом, результаты опроса в сентябре-октябре 2025 года свидетельствуют о том, что большая (57,6%) часть читающих москвичей по-прежнему покупает книги не реже одного раза в квартал, тратя от 500 рублей (71,7%), причем внутри этой группы вновь, после роста в 2024 году, снижается число тех, кто посещает книжный магазин ежемесячно (27,2%). И, наоборот, третий год подряд на значительном уровне (15-17%) держится число тех, кто посещает книжный не чаще 1 раза в год. Если сопоставить эти данные с сокращением трафика в книжных магазинах последние несколько лет, то становится очевидно, что клиентская база у книжных магазинов столицы сегодня состоит из настоящих любителей книжного чтения, тех, кто интересуется новинками и в целом, как говорится, «в теме», и по крайней мере у каждого четвертого такого книголюба сохраняется ежемесячный график посещения любимого книжного магазина.

Диаграмма 5.5.

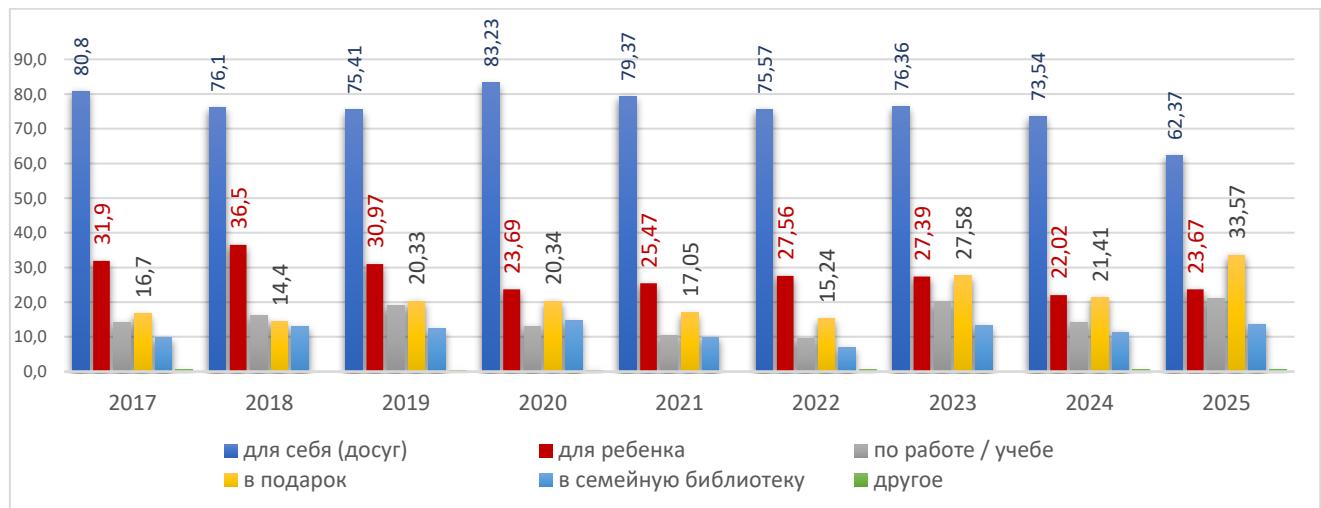
Частота покупки книг населением Москвы в 2019-2025 гг.: Как часто Вы покупаете книги? (% голосов, закрытый вопрос/один вариант ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка более 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2019-2025 гг.)

В 2025 году целью покупки москвича является, как правило, приобретение книги «для собственного досуга» (62,4%) и «для ребенка» (23,7%). Следует отметить, что доля покупок для детей второй год подряд заметно ниже показателя 2018-2019 гг. и почти сравнялась по числу посетителей, приобретающих книги «для работы/учебы» (21,0%). При этом доля тех, кто покупает книги в подарок, достигла максимального для себя уровня (33,6%) за последние 10 лет. Менее заметный, но всё же, рост (до 13,4%) демонстрирует в 2025-м доля москвичей практикующих собирание домашних библиотек (2024 – 11%; 2023 – 13%; 2022 – 7%; 2021 – 9,89%; 2020 – 14,7%; 2019 – 12,3%).

Диаграмма 5.6.
Цель приобретения (покупки) книг населением Москвы в 2017-2025 гг.
(% голосов, закрытый вопрос/ допускается более 1 варианта ответа)



Источник: Данные социологического опроса посетителей книжных магазинов, расположенных в различных АО Москвы (выборка не менее 500 человек с учетом онлайн книготорговой структуры округов, сентябрь/октябрь 2017-2025 гг.)

И всё же цифры статистики говорят о покупательских привычках и читательских предпочтениях гораздо меньше, чем опыт общения с посетителем магазина изо дня в день. Поэтому стоит завершить рассказ о сегодняшних привычках москвичей наблюдениями специалистов книжного магазина издательства «Самокат», расположенного в центре столицы, в части того, как сегодняшний читатель выбирает книги, к чьим рекомендациям склонен прислушиваться в большей степени, важно ли для него наличие общественного признания у автора книги и т.д.

**Ирина Балахонова,
главный редактор Издательского Дома «Самокат»:**

«При покупке читатели прислушиваются к друзьям, другим покупателям, находящимся в домике (магазине издательства – ред.), блогерским подборкам, а постоянные покупатели приходят и за личной рекомендацией наших продавцов.

Некоторые читатели следят и за премиальным процессом и стараются читать книги, удостоенные российских и зарубежных наград, но это, скорее, редкость. Тем не менее премиальный процесс важен, он

помогает поддерживать интерес к книге, особенно если премия известна и издательство умеет объяснять ее значимость. Высокие продажи гарантирует запуск сарафанного радио: чем больше людей книгу купило, тем больше человек о ней будет говорить и тем больше шансов у книги и у издательства в целом обеспечить необходимые для узнаваемости «5 касаний».

Переводы на другие языки, известность книги в мире также имеет значение и может быть воспринята читателем как убедительный аргумент. Профессиональные книжные критики и блогеры должны привлекать внимание читателя к важности этого факта, потому что на книжном рынке он, конечно, является одним из основополагающих аргументов в пользу покупки прав на книгу. А как русские читатели удивляются, узнав, что многие изданные нами тексты современных российских авторов переводятся на другие языки! Действительно приятно, что о нашей жизни, наших людях, наших мечтах и надеждах читатели из разных стран узнают из детских книг. Раз кто-то в другой стране потрудился перевести книгу, то это, однозначно, является индикатором признания высокого качества и текста, и иллюстраций не просто в России, но и во всем мире. Кроме того, мы очень много времени уделяем работе с театрами, успешная постановка на сцене может оказать огромное влияние на судьбу книги.

В завершении разговора хотела бы с сожалением заметить, что абсолютно любой канал собственных продаж издательства жестоко страдает от конкуренции со стороны маркетплейсов, на которых читатели часто могут найти книги по цене ниже себестоимости».

Экспертное интервью в рамках Мониторинга, октябрь 2025