

## Яндекс объявляет финансовые результаты за I квартал 2021 года

Москва — Амстердам, 28 апреля 2021 года. Яндекс (NASDAQ и MOEX: YNDX), крупнейшая российская поисковая система и интернет-портал, объявляет неаудированные финансовые результаты за первый квартал 2021 года.

### Ключевые финансовые и операционные показатели за I квартал 2021 года<sup>1,2</sup>

В миллионах рублей		Три месяца, закончившиеся 31 марта		
		2020	2021	Изменение
Результаты группы компаний на сопоставимой основе (like-for-like) с учётом результатов Яндекс.Маркета за 2020 год	Общая выручка	52 429	73 136	39%
	Выручка от продажи интернет-рекламы	32 082	35 996	12%
	Выручка от продажи интернет-рекламы за вычетом вознаграждения партнёрам	26 535	30 595	15%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	9 954	10 426	5%
	Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin), %	19,0%	14,3%	-4,7%
	Чистая прибыль/(убыток)	3 954	(4 256)	н/прим.
	Скорректированная чистая прибыль	3 873	2 203	-43%
Поиск и портал <sup>3</sup>	Доля компании на российском поисковом рынке, %	58,1%	60,0%	1,9%
	Доля поисковых запросов на устройствах на базе Android, %	55,5%	59,3%	3,8%
	Выручка	30 536	35 145	15%
	Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	24 613	28 816	17%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	14 764	16 364	11%
	Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin), %	48,3%	46,6%	-1,7%
Выручка	Выручка	14 021	26 563	89%
	Рост числа поездок сервиса Такси год к году, без учёта сервиса логистики, год к году, %	40%	24%	

<b>Такси</b>	Рост общей валовой стоимости поездок сервиса Такси год к году, без учёта сервиса логистики, год к году, %	30%	44%	
	Рост общей валовой стоимости заказов сервиса Яндекс.Еда, год к году, %	28%	147%	
	Общий скорректированный показатель EBITDA (вкл. сервис онлайн-заказа такси, фудтех-направление, каршеринг Яндекс.Драйв и сервис логистики)	(121)	3 741	н/прим.
	<i>Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin), %</i>	-0,9%	14,1%	15%
<b>Яндекс.Маркет</b>	Рост общей валовой стоимости товаров (GMV) <sup>4</sup> на маркетплейсе	7 828	17 668	126%
	Рост общей валовой стоимости товаров (GMV) <sup>5</sup> на сервисах электронной коммерции	8 637	24 711	186%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	(2 193)	(6 488)	196%
<b>Медиасервисы</b>	Число подписчиков Яндекс Плюса, млн	3,7	9,0	141%
<b>Дзен</b>	Ежедневная аудитория, млн	15,2	20,5	35%
	Время просмотра видео в % от общего времени, проведенного на сервисе	6%	25%	19%

## Финансовый прогноз

Текущие результаты позволяют прогнозировать общую выручку группы компаний Яндекса на уровне 315–330 миллиардов рублей за полный 2021 год.

Прогноз по росту выручки Поиска и портала в рублях повышается с 14 –16% (mid-teens) до 17–19% (high teens) за полный 2021 год по сравнению с аналогичным показателем за 2020 год.

Этот прогноз отражает текущую оценку, основанную на тенденциях, наблюдаемых в начале года. Он может измениться в зависимости от экономических последствий пандемии коронавируса и иных возможных последствий пандемии.

## Консолидированные результаты

Обзор ключевых **консолидированных финансовых показателей** за три месяца, закончившихся 31 марта 2020 и 2021 годов, с учётом финансовых результатов Яндекс.Маркета с 24 июля 2020 года (дата консолидации).

**В миллионах рублей**

**Три месяца, закончившиеся 31 марта**

	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<i>Изменение</i>
Выручка	47 003	73 136	56%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам*	41 644	67 735	63%
Операционная прибыль/(убыток)	5 288	(1 057)	-120%
Скорректированный показатель EBITDA	12 147	10 426	-14%
Чистая прибыль/(убыток)	5 495	(4 256)	н/прим.
Скорректированная чистая прибыль	5 148	2 203	-57%

Обзор ключевых **финансовых показателей с учётом Яндекс.Маркета** на сопоставимой основе (like-for-like) за три месяца, закончившихся 31 марта 2020 и 2021 годов.

**В миллионах рублей**

**Три месяца, закончившиеся 31 марта**

	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<i>Изменение</i>
Выручка	52 429	73 136	39%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам*	46 882	67 735	44%
Операционная прибыль/(убыток)	2 267	(1 057)	-147%
Скорректированный показатель EBITDA	9 954	10 426	5%
Чистая прибыль/(убыток)	3 954	(4 256)	н/прим.
Скорректированная чистая прибыль	3 873	2 203	-43%

\* Показатели за предыдущие периоды были пересчитаны, чтобы отразить незначительные корректировки выручки и расходов на вознаграждение партнёрам по признанию услуг, связанных с контентом.

Раскрытие выручки по сегментам отражено ниже.

**Остаток денежных средств, денежных эквивалентов и депозитов на 31 марта 2021 года:**

231,0 млрд рублей (3 051,6 млн долларов США) на консолидированной основе, включая 24,5 млрд рублей (323,9 млн долларов США) денежных средств, денежных эквивалентов и депозитов сегмента Такси.

**Обзор структуры консолидированной выручки**

**В миллионах рублей**

**Три месяца, закончившиеся 31 марта**

	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<i>Изменение</i>
Выручка от продажи интернет-рекламы	30 109	35 996	20%

Выручка, относящаяся к сегменту Такси, без учёта выручки от продажи товаров	13 242	20 733	57%
Выручка от продажи товаров	1 189	10 868	814%
Прочие доходы	2 463	5 539	125%
Общая выручка	47 003	73 136	56%

**Выручка от продажи интернет-рекламы** выросла на 20% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года и составила 49% от общей выручки компании в первом квартале 2021 года. Выручка от продажи интернет-рекламы на сопоставимой основе с учётом выручки Яндекс.Маркета в первом квартале 2021 и 2020 годов выросла на 12% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2021 года, в то время как выручка от продажи интернет-рекламы за вычетом вознаграждения партнёрам выросла на 15%. Этот рост в основном обеспечили высокие доходы от продажи рекламы в Поиске и Дзене.

**Выручка, относящаяся к сегменту Такси, без учёта выручки от продажи товаров**, в первом квартале 2021 года выросла на 57% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года и составила 28% в структуре общей выручки компании. В первом квартале прошлого года она также составляла 28%. Выручка, относящаяся к этому сегменту, включает выручку сервиса онлайн-заказа такси, логистического направления, а также выручку сервисов Яндекс.Еда и Яндекс.Драйв и не включает выручку, относящуюся к продаже товаров в Яндекс.Лавке. Рост выручки, относящейся к данному сегменту, связан с восстановлением показателей сервиса онлайн-заказа такси: количество и общая валовая стоимость поездок выросли в связи с ослаблением ограничений, вызванных пандемией коронавируса. На рост выручки также повлияли высокие результаты сервиса Яндекс.Еда и логистического направления.

**Выручка от продажи товаров** выросла на 814% в первом квартале 2021 года по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года и составила 15% от общей выручки компании. Выручка от продажи товаров включает доходы от прямых продаж на Яндекс.Маркете, доходы Яндекс.Лавки, где используется модель прямой розничной продажи непосредственно потребителям (1P), а также доходы от продаж в сегменте Устройств. Рост выручки от продажи товаров был в основном обусловлен консолидацией Яндекс.Маркета. На сопоставимой основе (с учётом доходов Яндекс.Маркета в первом квартале 2020 и 2021 годов) выручка от продажи товаров выросла на 132% в годовом исчислении. Этот рост был связан в основном с ростом выручки от прямых продаж (1P) на Яндекс.Маркете, а также с высокими показателями Яндекс.Лавки и ростом доходов от продаж в сегменте Устройств.

**Прочие доходы** в первом квартале 2021 года выросли по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года на 125% и составили 8% от общей выручки компании. Прочие доходы включают доходы от продажи подписок в сегменте Медиа-сервисов, доходы от сборов и комиссионных платежей маркетплейса Яндекс.Маркет, а также доходы Yandex.Cloud, Яндекс.Образования и других сервисов. Прочие доходы на сопоставимой основе (с учётом комиссионных и прочих доходов Яндекс.Маркета в первом квартале 2020 и 2021 годов) выросли на 83% в годовом исчислении. Рост прочих доходов связан в основном с ростом доходов

Медиауслуг от продаж подписок, а также с развитием сервиса Yandex.Cloud и ростом доходов от комиссионных сборов и платежей на Яндекс.Маркете.

## Обзор выручки по сегментам

Чтобы лучше отражать операционные показатели компании, начиная с первого квартала 2021 года Яндекс вносит следующие изменения в структуру сегментов, в соответствии с которой компания отчитывалась о финансовых результатах ранее:

- сегмент Экспериментальных направлений теперь называется «Прочие бизнес-юниты и инициативы»;
- сегмент IoT («интернет вещей») теперь называется «Устройства»;
- сегмент Устройств переходит из сегмента Поиска и портала в сегмент Прочих бизнес-юнитов и инициатив;
- Геосервисы, ранее относившиеся к сегменту Прочих бизнес-юнитов и инициатив, переходят в сегмент Поиска и портала;
- сервис Яндекс.Услуги переходит из Поиска и портала в сегмент Прочих бизнес-юнитов и инициатив.

Данные изменения применяются к предыдущим финансовым периодам ретроспективно.

## Поиск и портал

Сегмент Поиска и портала включает Поиск, Геосервисы, Почту 360, Погоду, Новости, Путешествия, голосового помощника Алису и ряд других сервисов Яндекса в России, Беларуси и Казахстане.

Ключевые операционные показатели:

- **Доля компании на российском поисковом рынке** (включая поиск на мобильных устройствах) в первом квартале 2021 года составила в среднем 60,0%. В первом квартале 2020 года она составляла 58,1%, а в четвертом квартале 2020 года — 59,7% (по данным аналитического сервиса Яндекс.Радар).
- В России **доля поисковых запросов к Яндексу на устройствах на базе Android** составила в первом квартале 2021 года 59,3%, тогда как в первом квартале 2020 года она составляла 55,5%, а в четвертом квартале 2020 года — 58,6% (по данным аналитического сервиса Яндекс.Радар).
- **Доля поисковых запросов с мобильных устройств** в первом квартале 2021 года составила 62,4% от всех поисковых запросов к Яндексу. Трафик с мобильных устройств обеспечил 54,8% выручки от продажи рекламы на странице результатов поиска в первом квартале 2021 года.

- **Количество поисковых запросов (search queries)** увеличилось по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года на 13%.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2020	2021	Изменение
Выручка	30 536	35 145	15%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	24 613	28 816	17%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	14 764	16 364	11%
Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin)	48,3%	46,6%	-1,7%

Рост выручки на 15% в первом квартале 2021 года по сравнению с аналогичным показателем год назад связан в основном с увеличением доходов от продажи рекламы на страницах Поиска — основного бизнеса Яндекса (на 18% год к году).

Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам в первом квартале 2021 года увеличилась по сравнению с первым кварталом 2020 года на 17% в связи с оптимизацией затрат на вознаграждение партнёрам, а также увеличением доли выручки от продажи рекламы на сайтах Яндекса в составе общей выручки от продажи рекламы.

Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin) в первом квартале 2021 года составило 46,6%, тогда как в первом квартале 2020 года этот показатель составлял 48,3%. Такая динамика была обусловлена в основном высоким базовым эффектом от сокращения расходов, связанных с пандемией, в первом квартале 2020 года и частично компенсирована оптимизацией затрат на вознаграждение партнёрам.

## Такси

Сегмент Такси включает сервис онлайн-заказа такси (Яндекс.Такси в России и 16 странах СНГ, Европы, Ближнего Востока и Африки, а также Uber в России и СНГ) для физических и юридических лиц, логистические сервисы, фудтех-направление (сервис доставки продуктов из магазинов и заказов из ресторанов Яндекс.Еда, а также гиперлокальный сервис доставки продуктов Яндекс.Лавка) и каршеринг Яндекс.Драйв.

Ключевые операционные показатели:

- **Число поездок сервиса Такси, без учёта сервиса логистики**, увеличилось на 24% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года.
- **Валовая стоимость поездок (GMV) сервиса Такси, без учёта сервиса логистики**, выросла на 44% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года.
- **Валовая стоимость заказов (GMV) сервиса Яндекс.Еда** в первом квартале 2021 года выросла на 147% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года.
- **Число Яндекс.Лавок** на конец марта 2021 года достигло 280.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2020	2021	Изменение
<b>Выручка:</b>			
Такси и фудтех	11 418	24 090	111%
Яндекс.Драйв	2 603	2 473	-5%
Общая выручка	14 021	26 563	89%
<b>Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA):</b>			
Такси и фудтех	872	3,633	317%
Яндекс.Драйв	(993)	108	н/прим.
Общий скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(121)	3 741	н/прим.
<b>Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin):</b>			
Такси и фудтех	7,6%	15,1%	7,5%
Яндекс.Драйв	-38,1%	4,4%	42,5%
Общее отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin)	-0,9%	14,1%	15,0%

Рост выручки в сегменте Такси на 89% в основном обусловлен хорошими результатами сервиса онлайн-заказа такси (включая услуги для B2B-клиентов) и Яндекс.Лавки, а также ростом логистического направления и сервиса Яндекс.Еда. Рост выручки сервиса онлайн-заказа такси был вызван увеличением числа поездок и их общей валовой стоимости за счёт восстановления активности населения и регулирования баланса спроса и предложения во время экстремальных погодных условий в январе и феврале 2021 года, что также положительно сказалось на отношении (рентабельности) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin). Яндекс.Лавка и Яндекс.Еда продолжили уверенный рост, несмотря на смягчение ограничений из-за пандемии коронавируса.

Общий скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA) сегмента Такси в первом квартале 2021 года составил 3 741 млн рублей, тогда как в первом квартале год назад в этом сегменте убыток по скорректированному показателю EBITDA составлял 121 млн рублей. Рост этого показателя был вызван в основном значительным улучшением скорректированного показателя EBITDA сервиса заказа онлайн-такси, а также ростом показателя доходности сервиса Яндекс.Драйв. Затраты стремительно растущих сервисов Яндекс.Лавка и Яндекс.Еда, а также инвестиции в развитие логистического направления частично повлияли на темпы роста данного показателя.

## Яндекс.Маркет

Сегмент Яндекс.Маркета включает сервис для выбора товаров и сравнения цен, маркетплейс и несколько небольших экспериментальных направлений.

Ключевые операционные показатели:

- **Валовая стоимость товаров (GMV) на Яндекс.Маркете** в первом квартале 2021 года выросла по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал прошлого года на 126%.
- **Валовая стоимость товаров (GMV) на сервисах электронной коммерции** — маркетплейс Яндекс.Маркета и сервис экспресс-доставки продуктов Яндекс.Лавка, а также валовая стоимость товаров повседневного спроса, заказанных из магазинов-партнеров через сервис Яндекс.Еда, в первом квартале 2021 года выросла по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал прошлого года на 186%.
- **Доля валовой стоимости товаров (GMV), реализованных сторонними продавцами на Яндекс.Маркете (ЗР)**, в первом квартале 2021 года достигла 66%, тогда как в первом квартале 2020 года этот показатель составлял 46%.
- **Количество наименований товаров на Яндекс.Маркете** к концу первого квартала 2021 года достигло 3,8 миллиона, тогда как в конце четвертого квартала 2020 года это число составляло 2 миллиона, а в конце первого квартала 2020 года — 0,7 миллиона.
- **Количество активных покупателей** на Яндекс.Маркете в первом квартале 2021 года выросло на 123% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составило 7,7 миллиона.
- 

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2020	2021	Изменение
Общая валовая стоимость товаров, реализованных Яндекс.Маркетом	-	17 668	н/прим.

<b>Выручка:</b>	-	7 344	н/прим.
Выручка от продажи товаров (1P)	-	4 828	н/прим.
Коммиссионные и другие доходы маркетплейса (3P)	-	684	н/прим.
Рекламные доходы (cost-per-click)*	-	1 832	н/прим.
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	-	(6 488)	н/прим.
Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin)	-	-88,3%	н/прим.

\* Рекламные доходы (cost-per-click) — это доходы, которые сервис сравнения товаров и цен получает от оплаты каждого перехода пользователя на сайт магазина. Доходы маркетплейса представляют собой доходы от прямых продаж, а также комиссионные и иные доходы от сторонних продаж по модели CPA (cost-per-action), то есть с оплатой за действие пользователя.

Финансовые результаты Яндекс.Маркета на сопоставимой основе представляют собой отдельные финансовые результаты этого сегмента за полные три месяца, закончившихся 31 марта 2020 и 2021 годов:

<b>В миллионах рублей</b>	<b>Три месяца, закончившиеся 31 марта</b>		
	<b>2020 *</b>	<b>2021</b>	<b>Изменение</b>
Общая валовая стоимость товаров, реализованных Яндекс.Маркетом	7 828	17 668	126%
<b>Выручка</b>	6 073	7 344	21%
Выручка от продажи товаров (1P)	3 485	4 828	39%
Коммиссионные и другие доходы маркетплейса (3P)	571	684	20%
Рекламные доходы (cost-per-click)	2 017	1 832	-9%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(2 193)	(6 488)	196%
Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin)	-36,1%	-88,3%	-52,2%

\* Финансовые результаты Яндекс.Маркета за полные три месяца, закончившихся 31 марта 2020 года, не учитывались в консолидированных финансовых результатах Яндекса, кроме доли, принадлежащей Яндексу, которая была отражена как убыток от инвестиций по методу долевого участия.

Рост общей валовой стоимости товаров на Яндекс.Маркете значительно ускорился и в первом квартале 2021 года составил 126% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года, тогда как в четвёртом квартале 2020 года он составлял 71% год к году. Такой рост обусловлен значительным увеличением числа заказов, активным расширением ассортимента товаров, вкладом от интеграции с подпиской Яндекс Плюс, а также повышением качества товаров и сервиса для покупателей и продавцов.

Общая выручка Яндекс.Маркета в первом квартале 2021 года выросла на 21% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года. Основной позитивный вклад внёс рост валовой стоимости товаров (GMV) на маркетплейсе, который был частично нивелирован изменениями в структуре выручки. Рекламная

выручка (cost-per-click) сервиса для сравнения цен снизилась на 9% год к году в связи тем, что продавцы стали переходить с модели оплаты за клик к комиссионной модели продаж. Доходы от прямых продаж (1P) выросли на 39% за счёт общего роста сервиса. На темпы роста доходов от прямых продаж частично повлияло снижение доли прямых продаж (1P) в общей валовой стоимости товаров, реализованных на Яндекс.Маркете. Комиссионные и прочие доходы маркетплейса от сторонних продаж (3P) увеличились на 20% за счёт роста валовой стоимости товаров и роста доли сторонних продаж (66% в первом квартале 2021 года по сравнению с 46% в первом квартале 2020 года). Этот рост был частично нивелирован снижением размера комиссии за подключение к маркетплейсу с середины января 2021 года.

Убыток по скорректированному показателю EBITDA Яндекс.Маркета в первом квартале 2021 года составил 6,5 млрд рублей, тогда как в первом квартале 2020 года он составлял 2,2 млрд рублей. Такая динамика связана в первую очередь с тем, что мы продолжали инвестировать в расширение ассортимента товаров, а также в развитие инфраструктуры доставки и исполнения заказов, и дополнительно усилили дистрибуцию и маркетинговое сопровождение сервиса после ребрендинга в четвёртом квартале 2020 года.

## Медиасервисы

В сегмент Медиасервисов входят Яндекс.Музыка, КиноПоиск, Яндекс.Афиша, а также продюсерский центр Яндекс.Студия и единая подписка на сервисы Яндекса — Яндекс Плюс.

Ключевые операционные показатели:

- **Число подписчиков Яндекс Плюса** в первом квартале 2021 года достигло 9 миллионов и увеличилось на 141% по сравнению с аналогичным показателем на конец первого квартала 2020 года.

- 

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2020	2021	Изменение
Выручка	1 433	3 486	143%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(711)	(1 257)	77%
Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin)	-49,6%	-36,1%	13,5%

Выручка в сегменте Медиасервисов в первом квартале 2021 года выросла на 143% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года. Этот рост связан в основном с ростом доходов от продаж единой подписки на сервисы Яндекса. Рост убытка по скорректированному показателю EBITDA в этом сегменте отражает затраты на контент и маркетинг на фоне возросшего спроса.

## Сервисы объявлений

Сегмент сервисов объявлений включает Авто.ру, Яндекс.Недвижимость, Яндекс.Работу и Яндекс.Объявления.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 31 марта		
	2020	2021	Изменение
Выручка	1 488	1 783	20%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(104)	385	н/прим.
Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin)	-7,0%	21,6%	28,6%

Выручка в сегменте сервисов объявлений в первом квартале 2021 года выросла на 20% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года, тогда как в четвертом квартале 2020 года этот рост составлял 13% в годовом исчислении. Ускорение темпов роста связано с увеличением доходов от размещения объявлений, услуг финансирования и страхования автомобилей, а также продажи отчетов об автомобилях на фоне восстановления цепочки поставок автомобилей и запасов дилеров. Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin) в первом квартале 2021 года достигло 21,6%, тогда как в первом квартале 2020 года этот показатель был отрицательным и составлял -7,0%. Такой рост произошёл в основном за счёт оптимизации маркетинговых затрат и повышения операционной эффективности.

## Прочие бизнес-юниты и инициативы

Сегмент Прочих бизнес-юнитов и инициатив включает направление разработки беспилотных автомобилей (Yandex SDG), Дзен, Yandex.Cloud, Яндекс.Образование, Устройства, Яндекс.Услуги и другие эксперименты.

Ключевые операционные показатели:

- **Ежедневная аудитория Дзена** в марте 2021 года составила 20,5 миллиона пользователей и увеличилась на 35% по сравнению с аналогичным показателем за март 2020 года.
- **Доля времени, которое пользователи Дзена тратят на просмотр видеороликов**, составляет примерно 25% от общего времени пользователей на сервисе.
- **Беспилотные автомобили Яндекса проехали по дорогам общего пользования** в общей сложности больше 11 миллионов километров на конец первого квартала 2021 года.

<b>В миллионах рублей</b>	<b>Три месяца, закончившиеся 31 марта</b>		
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Изменение</b>
Выручка	1 745	4 730	171%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(1 764)	(2 410)	37%
Отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке (adjusted EBITDA margin)	-101,1%	-51,0%	50,1%

Выручка в сегменте Прочих бизнес-юнитов и инициатив в первом квартале 2021 года увеличилась на 171% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года. Этот рост был связан в основном с быстрым увеличением доходов сегмента Устройств (за счёт повышенного спроса на Яндекс.Станцию доходы в этом сегменте выросли в первом квартале 2021 года на 323% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года и составили 1,7 млрд рублей). На него также повлиял рост сервисов Дзен, Yandex.Cloud, Яндекс.Услуги и Яндекс.Образование.

Убыток по скорректированному показателю EBITDA составил 2,4 млрд рублей, тогда как в первом квартале 2020 года он составлял 1,8 млрд рублей. На динамику убытков в основном повлияли инвестиции в сервис Яндекс.Услуги и в разработку беспилотных автомобилей (где убыток по скорректированному показателю EBITDA в первом квартале 2021 года составил 942 млн рублей), а также в образовательные инициативы. Хорошие результаты сервиса Дзен частично компенсировали убытки сегмента. В первом квартале 2021 года убыток по скорректированному показателю EBITDA в сегменте Устройств составил 195 млн рублей, тогда как в первом квартале 2020 года этот показатель составлял 143 млн рублей, что говорит о росте доходности в результате увеличения объёмов продаж.

### **Внутрисегментные расчёты**

Внутрисегментные расчёты выручки представляют собой элиминлируемые обороты внутри операционных сегментов, включая доходы от рекламы и внутрисегментные доходы, связанные с выплатами за использование товарного знака, виртуальные сервера, логистические услуги, а также с продажами устройств и другими операциями.

<b>В миллионах рублей</b>	<b>Три месяца, закончившиеся 31 марта</b>		
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Изменение</b>
<b>Выручка:</b>			
Выручка по всем сегментам	49 223	79 051	61%
Внутрисегментные расчёты	(2 220)	(5 915)	166%

Общая выручка	47 003	73 136	56%
<b>Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA):</b>			
Скорректированный показатель EBITDA по всем сегментам (adjusted EBITDA)	12 064	10 335	-14%
Внутрисегментные расчеты	83	91	10%
Общий скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	12 147	10 426	-14%

Внутрисегментные расчёты выручки в первом квартале 2021 года увеличились на 166% по сравнению с аналогичным показателем за первый квартал 2020 года. На сопоставимой основе (с учётом показателей Яндекс.Маркета в первом квартале 2020 и 2021 годов) внутрисегментные расчеты выручки в первом квартале 2021 года выросли на 106%. Этот рост был в основном связан с быстрым ростом сервиса Дзен, который привёл к увеличению элиминируемых оборотов вознаграждения партнёрам внутри компании. На этот рост также повлияли внутрисегментные расчёты, связанные с подпиской Яндекс Плюс (рекламная и маркетинговая поддержка в Такси и Медисервисах), а также элиминируемые обороты выручки в сегменте Поиска и портала (связанные с выплатами за использование товарного знака, платой бизнес-юнитов за аренду дата-центров, а также перекрёстными рекламными и маркетинговыми кампаниями разных сервисов).

[Полная версия пресс-релиза \(на английском языке\).](#)

-----

<sup>1</sup> Согласно правилам Комиссии по ценным бумагам и фондовым биржам о переводе единиц иностранной валюты, суммы в российских рублях были переведены в суммы в долларах США по курсу 75,7023 рубля за 1 доллар США — официальному курсу обмена Центрального Банка Российской Федерации на 31 марта 2021 года.

<sup>2</sup> Эти показатели не являются общепринятыми показателями GAAP: выручка за вычетом вознаграждения партнёрам; скорректированный показатель EBITDA; отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке; отношение (рентабельность) скорректированного показателя EBITDA к выручке за вычетом вознаграждения партнёрам; скорректированная чистая прибыль; отношение (рентабельность) скорректированной чистой прибыли к выручке и отношение (рентабельность) скорректированной чистой прибыли к выручке за вычетом вознаграждения партнёрам, финансовые результаты на сопоставимой основе, включая результаты Яндекс.Маркета, и выручка от продаж интернет-рекламы на сопоставимой основе, включая выручку Яндекс.Маркета. Подробное описание расчетов этих показателей приводится в разделе «Использование показателей, не являющихся общепринятыми финансовыми показателями в рамках ОПБУ США».

<sup>3</sup> В первом квартале 2021 года в структуру отчетности по сегментам были внесены изменения, которые применяются ретроспективно к предыдущим финансовым периодам. Более подробная информация представлена в разделе Обзор выручки по сегментам.

<sup>4</sup> Валовая стоимость товаров (GMV) — это стоимость заказов, доставленных и оплаченных по итоговой цене, включая НДС, на дату их доставки.

<sup>5</sup> Валовая стоимость товаров (GMV) направления электронной коммерции — это стоимость заказов на маркетплейсе Яндекс.Маркета и в Яндекс.Лавке, а также стоимость заказов товаров повседневного спроса из магазинов-партнеров в Яндекс.Еде, доставленных и оплаченных по итоговой цене, включая НДС.

## **Контакты**

Для прессы:

Пресс-служба компании «Яндекс»

Илья Грабовский

Тел.: +7 495 739-70-00

Электронная почта: [pr@yandex-team.ru](mailto:pr@yandex-team.ru)