

Яндекс объявляет финансовые результаты за II квартал 2021 года

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

Ключевые финансовые и операционные показатели за II квартал 2021 года^{1,2}

В миллионах рублей		Три месяца, закончившиеся 30 июня		
		2020	2021	Изменение
Результаты группы компаний на сопоставимой основе (like-for-like) с учётом результатов Яндекс.Маркета за 2020 год	Общая выручка	47 915	81 402	70%
	Выручка от продажи интернет-рекламы	26 906	39 586	47%
	Выручка от продажи интернет-рекламы за вычетом вознаграждения партнёрам	22 546	33 355	48%
	Скорректированный показатель EBITDA	6 628	5 780	-13%
	Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin), %	13,8%	7,1%	-6,7 п.п.
	Чистый убыток	(5 172)	(4 664)	-10%
	Скорректированная чистая прибыль	755	1 012	34%
Поиск и портал	Доля компании на российском поисковом рынке, %	59,6%	59,7%	0,1 п.п.
	Доля поисковых запросов на устройствах на базе Android, %	57,5%	59,5%	2 п.п.
	Выручка	25 554	39 419	54%
	Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	20 909	32 358	55%
	Скорректированный показатель EBITDA	10 991	18 226	66%
	Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin), %	43,0%	46,2%	3,2 п.п.
Такси (MLU)	Выручка	13 131	28 120	114%
	Рост числа поездок сервиса онлайн-заказа такси год к году, без учёта сервиса логистики, %	-7%	104%	н/прим.
	Общая валовая стоимость поездок сервиса онлайн-заказа такси (GMV) ³ , без учёта сервиса логистики	51 713	134 909	161%
	Общая валовая стоимость заказов сервисов фудтех-направления	9 985	17 421	74%
	Скорректированный показатель EBITDA, с учётом сервиса онлайн-заказа такси, фудтех-направления, каршеринга Яндекс.Драйв и сервиса логистики	51	1 568	н/прим.

	<i>Рентабельность скорректированного показателя EBITDA сервиса онлайн-заказа такси в % от GMV</i>	3,6%	3,5%	-0,1 п.п.
Яндекс.Маркет	Товарооборот (GMV) ⁴ на сервисах электронной коммерции	13 764	35 139	155%
	Товарооборот (GMV) на маркетплейсе	10 947	26 692	144%
	Общий скорректированный показатель EBITDA	(1 844)	(9 918)	н/прим.
Медиасервисы	Число подписчиков Яндекс Плюса, млн	4,0	9,0	128%
Дзен	Ежедневная аудитория, млн	16,8	19,2	14%
	Время просмотра видео в % от общего времени, проведенного на сервисе	14%	28%	14 п.п.

Финансовый прогноз

Исходя из текущих финансовых результатов, мы ожидаем, что общая выручка группы компаний Яндекса составит 330–340 миллиардов рублей за полный 2021 год.

Мы увеличили прогноз по росту выручки Поиска и портала в рублях с 17–19% (high-teens) до 24–26% (mid-twenties) за полный 2021 год по сравнению с 2020 годом. Мы по-прежнему ожидаем рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin) Поиска и портала в 2021 году на уровне 2020 года.

Мы ожидаем, что товарооборот (GMV) на сервисах электронной коммерции (включая маркетплейс Яндекс.Маркета, сервис доставки продуктов Яндекс.Лавка, а также товары повседневного спроса, заказанные из магазинов-партнёров через сервис Яндекс.Еда) увеличится в три раза в течение 2021 года по сравнению с 2020 годом. Также мы ожидаем, что общая валовая стоимость поездок сервиса онлайн-заказа такси, без учёта сервиса логистики, вырастет примерно на 60% в течение 2021 года по сравнению с 2020 годом.

Наш прогноз отражает текущую оценку, основанную на тенденциях, наблюдаемых на протяжении семи месяцев этого года. Он может измениться в зависимости от ситуации на рынке, в том числе под влиянием экономических и иных возможных последствий пандемии коронавируса.

Консолидированные результаты

Обзор ключевых **консолидированных финансовых показателей** за три и шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2020 и 2021 годов, с учётом финансовых результатов Яндекс.Маркета с 24 июля 2020 года (дата консолидации).

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка	41 407	81 402	97%	88 410	154 538	75%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	37 252	75 171	102%	78 896	142 906	81%

Операционная прибыль/(убыток)	116	(4 723)	<i>н/прим.</i>	5 305	(4 990)	<i>н/прим.</i>
Скорректированный показатель EBITDA	8 471	5 780	-32%	20 596	16 801	-18%
Чистая прибыль/(убыток)	(3 744)	(4 664)	25%	1 684	(7 884)	<i>н/прим.</i>
Скорректированная чистая прибыль	1 901	1 012	-47%	7 031	4 020	-43%

Обзор ключевых **финансовых показателей с учётом Яндекс.Маркета** на сопоставимой основе (like-for-like) за три и шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2020 и 2021 годов.

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2020	2021	<i>Изменение</i>	2020	2021	<i>Изменение</i>
Выручка	47 915	81 402	70%	100 344	154 538	54%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	43 555	75 171	73%	90 437	142 906	58%
Операционный убыток	(2 599)	(4 723)	82%	(486)	(4 990)	<i>н/прим.</i>
Скорректированный показатель EBITDA	6 628	5 780	-13%	16 561	16 801	1%
Чистый убыток	(5 172)	(4 664)	-10%	(1 284)	(7 884)	<i>н/прим.</i>
Скорректированная чистая прибыль	755	1 012	34%	4 611	4 020	-13%

Раскрытие выручки по сегментам отражено ниже.

Остаток денежных средств, денежных эквивалентов и депозитов на 30 июня 2021 года:

208,2 млрд рублей (2 876,6 млн долларов США) на консолидированной основе, включая 20,9 млрд рублей (288,5 млн долларов США) денежных средств, денежных эквивалентов и депозитов сегмента Такси.

Обзор структуры консолидированной выручки

<i>В миллионах рублей</i>	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2020	2021	<i>Изменение</i>	2020	2021	<i>Изменение</i>
Выручка от продажи интернет-рекламы	24 760	39 586	60%	54 869	75 582	38%
Выручка, относящаяся к сегменту Такси, без учёта выручки от продажи товаров	10 782	21 448	99%	24 024	42 181	76%
Выручка от продажи товаров	2 886	13 413	365%	4 075	24 281	<i>н/прим.</i>
Прочие доходы	2 979	6 955	133%	5 442	12 494	130%
Общая выручка	41 407	81 402	97%	88 410	154 538	75%

Выручка от продажи интернет-рекламы выросла на 60% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года и составила 49% от общей выручки компании во втором квартале 2021 года.

Выручка от продажи интернет-рекламы на сопоставимой основе (с учётом выручки Яндекс.Маркета во втором квартале 2020 года) во втором квартале 2021 года выросла на 47% по сравнению с аналогичным показателем

за второй квартал 2020 года. Выручка от продажи интернет-рекламы за вычетом вознаграждения партнёрам выросла на 48%. Этот рост в основном связан с эффектом низкой базы прошлого года, вызванным снижением доходов от продажи интернет-рекламы во время пандемии коронавируса. На рост также повлияли высокие доходы от продажи рекламы в Поиске и Дзене, а также от размещения объявлений, продажи медийной и видеорекламы в Рекламной сети Яндекса. Рост выручки от продажи интернет-рекламы был частично нивелирован снижением рекламных доходов (cost-per-click) Яндекс.Маркета. Нормализованный рост выручки от продажи интернет-рекламы по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2019 года составил 14%, а рост выручки от продажи интернет-рекламы за вычетом вознаграждения партнёрам — 16%.

Выручка, относящаяся к сегменту Такси, без учёта выручки от продажи товаров, во втором квартале 2021 года выросла на 99% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года и составила 26% в структуре общей выручки компании, что сопоставимо с долей во втором квартале 2020 года.

Нормализованный рост выручки, относящейся к сегменту Такси, без учёта выручки от продажи товаров, по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2019 года составил 44%. Выручка, относящаяся к сегменту Такси, без учёта выручки от продажи товаров, 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 связан с восстановлением показателей сервиса онлайн-заказа такси и сервиса каршеринга Яндекс.Драйв. Рост количества и общей валовой стоимости поездок в этих сервисах вызван в том числе эффектом низкой базы во втором квартале 2020 года, когда негативное влияние пандемии коронавируса на эти сервисы было максимальным. На рост выручки также повлияли высокие результаты логистического направления.

Выручка от продажи товаров выросла на 365% во втором квартале 2021 года по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года и составила 16% от общей выручки компании. Выручка от продажи товаров включает доходы от прямых продаж на Яндекс.Маркете (1P), доходы Яндекс.Лавки от прямых розничных продаж 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 во втором квартале 2020 и 2021 годов) выручка от продажи товаров выросла на 95% в годовом исчислении. Этот рост был связан в первую очередь 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 во втором квартале 2021 года выросли по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года на 133% и составили 9% от общей выручки компании. Прочие доходы включают доходы от продажи подписок в сегменте Медиа-сервисов, доходы от сборов и комиссионных платежей на маркетплейсе Яндекс.Маркета, а также доходы Yandex.Cloud, Яндекс.Образования и других сервисов. Прочие доходы на сопоставимой основе (с учётом комиссионных и прочих доходов Яндекс.Маркета во втором квартале 2020 и 2021 годов) выросли на 108% в годовом исчислении. Рост прочих доходов связан в основном с ростом доходов Медиа-сервисов от продаж подписок, а также с развитием сервиса Yandex.Cloud. Этот рост был

частично нивелирован снижением комиссионных доходов Яндекс.Маркета из-за уменьшения размера комиссии.

Обзор выручки по сегментам

Поиск и портал

Сегмент Поиска и портала включает Поиск, Геосервисы, Яндекс 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) во втором квартале 2021 года составила в среднем 59,7%. Во втором квартале 2020 года она составляла 59,6%, а в первом квартале 2021 года — 60,0% (по данным аналитического сервиса Яндекс.Радар). Эта динамика отражает в первую очередь сезонную нормализацию колебаний доли поисковых запросов на настольных компьютерах.
- В России **доля поисковых запросов к Яндексу на устройствах на базе Android** во втором квартале 2021 года составила 59,5%, тогда как во втором квартале 2020 года она составляла 57,5%, а в первом квартале 2021 года — 59,3% (по данным аналитического сервиса Яндекс.Радар).
- **Доля поисковых запросов с мобильных устройств** во втором квартале 2021 года составила 63,3% от всех поисковых запросов к Яндексу. Трафик с мобильных устройств обеспечил 56,7% выручки от продажи рекламы на странице результатов поиска во втором квартале 2021 года.
- **Количество поисковых запросов (search queries)** снизилось на 5% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года, когда число поисковых запросов существенно выросло с началом пандемии.
-

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка	25 554	39 419	54%	56 090	74 564	33%
Выручка за вычетом вознаграждения партнёрам	20 909	32 358	55%	45 522	61 174	34%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	10 991	18 226	66%	25 733	35 185	37%
Рентабельность скорректированного	43,0%	46,2%	3,2 п.п.	45,9%	47,2%	1,3 п.п.

показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)

Рост выручки на 54% и выручки за вычетом вознаграждения партнёрам на 55% во втором квартале 2021 года по сравнению с аналогичными показателями год назад связан в основном с эффектом низкой базы во втором квартале 2020 года, когда экономическая активность и спрос на рекламу упали из-за пандемии коронавируса. Нормализованный рост выручки по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2019 года составил 16%, что связано в первую очередь со стабильным ростом Поиска — нашего основного бизнеса за счёт роста доли компании на поисковом рынке, увеличения дохода от продажи мобильной рекламы, а также за счёт наших инвестиций в развитие рекламных технологий.

Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin) во втором квартале 2021 года составила 46,2%, тогда как во втором квартале 2020 года этот показатель составлял 43,0%. Этот рост в основном обусловлен повышением операционной эффективности благодаря восстановлению темпов роста выручки и оптимизации затрат на вознаграждение партнёрам.

Такси

Сегмент Такси включает транспортные сервисы: 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, каршеринг Яндекс.Драйв, логистический сервис Яндекс.Доставка; и фудтех-направление (сервис доставки продуктов из магазинов и заказов из ресторанов Яндекс.Еда, а также гиперлокальный сервис доставки продуктов Яндекс.Лавка).

Ключевые операционные показатели:

- **Число поездок сервиса Такси, без учёта сервиса логистики**, увеличилось на 104% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года.
- **Валовая стоимость поездок (GMV) сервиса Такси, без учёта сервиса логистики**, выросла во втором квартале 2021 года на 161% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года и составила 134,9 млрд рублей.
- **Валовая стоимость заказов (GMV) сервиса Яндекс.Еда** во втором квартале 2021 года выросла на 53% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года и составила 11,1 млрд рублей.
- **Валовая стоимость заказов (GMV) сервиса Яндекс.Лавка** во втором квартале 2021 года выросла на 132% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года и составила 6,3 млрд рублей. **Число Яндекс.Лавок** на конец июня 2021 года достигло 362.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Валовая стоимость заказов (GMV):						
Транспортные сервисы	52 557	138 580	164%	136 728	257 982	89%
Такси	51 713	134 909	161%	132 721	251 315	89%
Яндекс.Драйв	844	3 671	335%	4 007	6 667	66%
Яндекс.Доставка ⁵	1 706	5 834	242%	2 096	10 283	391%
Фудтех	9 985	17 421	74%	14 710	32 448	121%
Общая валовая стоимость заказов (GMV)	64 248	161 835	152%	153 534	300 713	96%
Выручка:						
Транспортные сервисы	8 475	18 526	119%	20 718	36 580	77%
Такси	7 789	15 445	98%	17 429	31 026	78%
Яндекс.Драйв	686	3 081	349%	3 289	5 554	69%
Яндекс.Доставка	720	2 318	222%	805	4 303	н/прим.
Фудтех	4 203	8 105	93%	5 895	15 190	158%
Внутрисегментные расчёты	(267)	(829)	210%	(266)	(1 390)	н/прим.
Общая выручка	13 131	28 120	114%	27 152	54 683	101%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA):						
Транспортные сервисы	925	4 901	н/прим.	1 875	10 742	н/прим.
Такси	1 872	4 706	151%	3 815	10 439	174%
Яндекс.Драйв	(947)	195	н/прим.	(1 940)	303	н/прим.
Яндекс.Доставка	(116)	(279)	141%	(185)	(501)	171%
Фудтех	(758)	(3 054)	303%	(1 760)	(4 931)	180%
Общий скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	51	1 568	н/прим.	(70)	5 310	н/прим.
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA в % от GMV:						
Транспортные сервисы	1,8%	3,5%	1,7 п.п.	1,4%	4,2%	2,8 п.п.
Такси	3,6%	3,5%	-0,1 п.п.	2,9%	4,2%	1,3 п.п.
Яндекс.Драйв	-112,2%	5,3%	117,5 п.п.	-48,4%	4,5%	52,9 п.п.
Яндекс.Доставка	-6,8%	-4,8%	2,0 п.п.	-8,8%	-4,9%	3,9 п.п.
Фудтех	-7,6%	-17,5%	-9,9 п.п.	-12,0%	-15,2%	-3,2 п.п.
Общая рентабельность скорректированного показателя EBITDA в % от GMV	0,1%	1,0%	0,9 п.п.	0,0%	1,8%	1,8 п.п.

Рост выручки в сегменте Такси на 114% в основном обусловлен хорошими результатами сервиса онлайн-заказа такси (включая услуги для B2B-клиентов) и Яндекс.Лавки, а также ростом сервиса каршеринга и логистического сервиса. Рост выручки сервиса онлайн-заказа такси на 98% и рост выручки Яндекс.Драйва на 349% был вызван увеличением числа поездок как за счёт эффекта низкой базы во втором квартале 2020 года,

так и в связи с восстановлением спроса. Несмотря на высокую базу второго квартала 2020 года выручка фудтех-направления во втором квартале 2021 года выросла на 93% по сравнению с аналогичным показателем год назад. Этот рост связан с увеличением проникновения наших сервисов доставки продуктов, а также укреплением их положения на рынке. Нормализованный рост выручки в сегменте Такси по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2019 года составил 39%, Яндекс.Драйва — 33%, фудтех-направления — 223%.

Внутрисегментные расчёты выручки в сегменте Такси представляют собой элиминируемые обороты выручки внутри сервисов и направлений группы компаний Яндекс.Такси. Рост внутрисегментных расчётов во втором квартале 2021 года на 210% по сравнению с аналогичным показателем второго квартала 2020 года связан в основном с увеличением числа заказов в сервисах фудтех-направления, доставку которых осуществлял логистический сервис Яндекс.Доставка, входящий в состав сегмента Такси.

Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA) сегмента Такси во втором квартале 2021 года составил 1 568 млн рублей, тогда как во втором квартале 2020 года он составлял 51 млн рублей. Рост этого показателя был вызван в основном значительным улучшением скорректированного показателя EBITDA сервиса заказа онлайн-такси и успехами сервиса Яндекс.Драйв: скорректированный показатель EBITDA каршерингового сервиса остаётся положительным уже четвёртый квартал подряд. Рост был частично нивелирован инвестициями в стремительно растущие сервисы Яндекс.Лавка и Яндекс.Еда (в частности, в развитие сервиса доставки заказов из сетевых продуктовых магазинов), а также затратами на развитие логистического направления.

Яндекс.Маркет

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

Ключевые операционные показатели:

- **Товарооборот (GMV) на Яндекс.Маркете** во втором квартале 2021 года вырос по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал прошлого года на 144%.
- **Товарооборот (GMV) на сервисах электронной коммерции** — маркетплейс Яндекс.Маркета, сервис экспресс-доставки продуктов Яндекс.Лавка и товары повседневного спроса, заказанные из магазинов-партнёров через сервис Яндекс.Еда — во втором квартале 2021 года вырос по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал прошлого года на 155%.
- **Доля товарооборота (GMV) сторонних продавцов на Яндекс.Маркете (ЗР)** во втором квартале 2021 года достигла 70%, тогда как во втором квартале 2020 года этот показатель составлял 56%.

- **Количество наименований товаров на Яндекс.Маркете** к концу второго квартала 2021 года достигло 16,8 миллиона, тогда как в конце первого квартала 2021 года это число составляло 3,8 миллиона, а в конце второго квартала 2020 года — 1 миллион.
- **Количество активных покупателей** на Яндекс.Маркете во втором квартале 2021 года выросло на 78% по сравнению с аналогичным показателем год назад и составило 7,1 миллиона.

Финансовые результаты Яндекс.Маркета на сопоставимой основе представляют собой отдельные финансовые результаты этого сегмента за полные три и шесть месяцев, закончившихся 30 июня 2020 и 2021 годов:

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2020 *	2021	Изменение	2020 *	2021	Изменение
Товарооборот на Яндекс.Маркете (GMV)	10 947	26 692	144%	18 775	44 360	136%
Выручка	7 189	8 828	23%	13 262	16 172	22%
Выручка от продажи товаров (1P)	3 998	6 675	67%	7 483	11 503	54%
Комиссионные и другие доходы маркетплейса (3P)	1 097	957	-13%	1 668	1 641	-2%
Рекламные доходы (cost-per-click) ⁶	2 094	1 196	-43%	4 111	3 028	-26%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(1 844)	(9 918)	н/прим.	(4 037)	(16 406)	306%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-25,7%	-112,3%	-86,6 п.п.	-30,4%	-101,4%	-71,0 п.п.

* Финансовые результаты Яндекс.Маркета за полные три месяца, закончившихся 30 июня 2020 года, не учитывались в консолидированных финансовых результатах Яндекса, кроме принадлежащей Яндексу доли, которая была отражена как убыток от инвестиций по методу долевого участия.

Товарооборот на Яндекс.Маркете во втором квартале 2021 года вырос на 144% год к году несмотря на высокое значение этого показателя во втором квартале 2020 года. В первом квартале 2021 года этот рост составлял 126%. Рост показателя во втором квартале 2021 года обусловлен рядом факторов, в том числе увеличением аудитории, значительным расширением ассортимента товаров, развитием инфраструктуры, быстрым переходом продавцов с сервиса сравнения цен (модель оплаты за клик CPC) на маркетплейс (модель оплаты за действие CPA), а также вкладом от интеграции с подпиской Яндекс Плюс.

Общая выручка Яндекс.Маркета во втором квартале 2021 года выросла на 23% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года. Общая выручка росла медленнее, чем товарооборот, из-за изменений в структуре выручки маркетплейса (доля сторонних продаж (3P) во втором квартале 2021 года увеличилась на 70% по сравнению с 56% во втором квартале 2020 года), уменьшения размера комиссии, а

также снижения выручки сервиса для сравнения цен (она снизилась на 43% год к году в связи тем, что мы активно переводили продавцов с модели оплаты за клик (CPC) на сервисе сравнения цен к комиссионной модели продаж (3P) на маркетплейсе). Доходы от прямых продаж (1P) выросли на 67% за счёт общего роста сервиса. На темпы роста доходов от прямых продаж частично повлияло снижение их доли в общем товарообороте Яндекс.Маркета. Комиссионные и прочие доходы маркетплейса от сторонних продаж (3P) снизились на 13% в связи с уменьшением размера комиссии и пересчётом комиссионных ставок при переходе большего количества продавцов на модель прямых поставок. Это снижение было частично компенсировано общим ростом товарооборота (GMV) на основе комиссионной модели продаж (3P).

Убыток по скорректированному показателю EBITDA Яндекс.Маркета во втором квартале 2021 года составил 9,9 млрд рублей, тогда как во втором квартале 2020 года он составлял 1,8 млрд рублей. Такая динамика связана в первую очередь с тем, что мы продолжали инвестировать в развитие операционной деятельности, в том числе расширение ассортимента товаров, развитие инфраструктуры доставки и исполнения заказов, снижение комиссионных сборов на маркетплейсе, и дополнительно усилили дистрибуцию и маркетинговое сопровождение сервиса после ребрендинга в четвёртом квартале 2020 года.

Медиасервисы

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

Ключевые операционные показатели:

- **Число подписчиков Яндекс Плюса** во втором квартале 2021 года достигло 9 миллионов и увеличилось на 128% по сравнению с аналогичным показателем на конец второго квартала 2020 года.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка	1 700	4 094	141%	3 133	7 580	142%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(857)	(1 732)	102%	(1 567)	(2 989)	91%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-50,4%	-42,3%	8,1 п.п.	-50,0%	-39,4%	10,6 п.п.

Выручка в сегменте Медиасервисов во втором квартале 2021 года выросла на 141% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года. Этот рост связан в основном с ростом доходов от продаж единой подписки на сервисы Яндекса, а также ростом доходов от B2B-продаж, включая доходы от

продажи рекламы на фоне общего восстановления рекламных бюджетов, доходы от продажи лицензий на оригинальные произведения КиноПоиска и сублицензий на эксклюзивные права. Рост убытка по скорректированному показателю EBITDA отражает затраты на контент и маркетинг для поддержки роста этого направления.

Сервисы объявлений

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

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка	886	1 995	125%	2 374	3 778	59%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	80	728	н/прим.	(24)	1 113	н/прим.
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	9,0%	36,5%	27,5 п.п.	-1,0%	29,5%	30,5 п.п.

Выручка в сегменте сервисов объявлений во втором квартале 2021 года выросла на 125% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года. Этот рост обусловлен эффектом низкой базы второго квартала 2020 года и главным образом вызван восстановлением доходов от размещения объявлений автодилеров. Доходы от услуг финансирования и страхования автомобилей выросли семикратно по сравнению со вторым кварталом 2020 года. Этот рост связан с развитием продукта. Нормализованный рост выручки в сегменте сервисов объявлений по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2019 года составил 24%. Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin) во втором квартале 2021 года достигла 36,5%, тогда как во втором квартале 2020 года этот показатель составлял 9,0%. Такой рост произошёл в основном за счёт роста доходов Авто.ру и, как следствие, 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 июне 2021 года составила 19,2 миллиона пользователей и увеличилась на 14% по сравнению с аналогичным показателем за июнь 2020 года.

- Доля времени, которое пользователи Дзена тратят на просмотр видеороликов, на конец июня 2021 года составляет примерно 28% от общего времени пользователей на сервисе, тогда как на конец июня 2020 года она составляла 14%.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка	2 037	4 898	140%	3 782	9 628	155%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	(1 870)	(3 169)	69%	(3 634)	(5 579)	54%
Рентабельность скорректированного показателя EBITDA (adjusted EBITDA margin)	-91,8%	-64,7%	27,1 п.п.	-96,1%	-57,9%	38,2 п.п.

Выручка в сегменте Прочих бизнес-юнитов и инициатив во втором квартале 2021 года увеличилась на 140% по сравнению с аналогичным показателем за второй 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 во втором квартале 2021 года на 196% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года и составили 1,6 млрд рублей). На него также повлиял рост сервисов Дзен и Yandex.Cloud.

Убыток по скорректированному показателю EBITDA составил 3,2 млрд рублей, тогда как во втором квартале 2020 года он составлял 1,9 млрд рублей. На динамику убытков в основном повлияли инвестиции в сервис Яндекс.Услуги, в разработку беспилотных автомобилей (где убыток по скорректированному показателю EBITDA во втором квартале 2021 года составил 1 млрд рублей) и ряд других направлений. Во втором квартале 2021 года убыток по скорректированному показателю EBITDA в сегменте Устройств составил 222 млн рублей, тогда как во втором квартале 2020 года этот показатель составлял 172 млн рублей. На динамику убытков по скорректированному показателю EBITDA в этом сегменте в основном повлиял значительный рост затрат на развитие продаж, маркетинг и разработку, частично компенсированный ростом доходности в результате увеличения объёмов продаж.

Внутрисегментные расчёты

Внутрисегментные расчёты выручки представляют собой элиминируемые 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.

В миллионах рублей	Три месяца, закончившиеся 30 июня			Шесть месяцев, закончившиеся 30 июня		
	2020	2021	Изменение	2020	2021	Изменение
Выручка:						
Выручка по всем сегментам	43 308	87 354	102%	92 531	166 405	80%
Внутрисегментные расчёты	(1 901)	(5 952)	213%	(4 121)	(11 867)	188%
Общая выручка	41 407	81 402	97%	88 410	154 538	75%
Скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA):						
Скорректированный показатель EBITDA по всем сегментам (adjusted EBITDA)	8 395	5 703	-32%	20 438	16 634	-19%
Внутрисегментные расчёты	76	77	1%	158	167	6%
Общий скорректированный показатель EBITDA (adjusted EBITDA)	8 471	5 780	-32%	20 596	16 801	-18%

Внутрисегментные расчёты выручки во втором квартале 2021 года увеличились на 213% по сравнению с аналогичным показателем за второй квартал 2020 года. На сопоставимой основе (с учётом показателей Яндекс.Маркета во втором квартале 2020 и 2021 годов) внутрисегментные расчёты выручки во втором квартале 2021 года выросли на 130%. 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 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), а также внутрисегментные расчёты, связанные с подпиской Яндекс Плюс (рекламная и маркетинговая поддержка в Такси и Медисервисах).

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

¹ 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 72,3723 рубля за 1 доллар США — официальному курсу обмена Центрального банка Российской Федерации на 30 июня 2021 года.

² 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».

³ *Валовая стоимость поездок сервиса онлайн-заказа такси (GMV) — это стоимость исполненных заказов, оплаченных по итоговой цене на дату их исполнения, включая НДС.*

⁴ *Товарооборот (GMV) направления электронной коммерции — это стоимость заказов на маркетплейсе Яндекс.Маркета и в Яндекс.Лавке, а также стоимость заказов товаров повседневного спроса из магазинов-партнёров в Яндекс.Еде, доставленных клиентам и оплаченных с учётом НДС.*

⁵ *Валовая стоимость заказов сервиса Яндекс.Доставка — это общая сумма транзакций, совершённых физическими или юридическими лицами, в обмен на услугу доставки на этапе «последней мили», включая НДС и без учёта скидок или возвратов оплаты покупателям, а также выплат и поощрений партнёрам (водителям и курьерам).*

⁶ *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 (1P), а также комиссионные и иные доходы от сторонних продаж (3P) по модели CPA (cost-per-action), то есть с оплатой за действие пользователя.*

Контакты

Для прессы:

Пресс-служба компании «Яндекс»

Илья Грабовский

Тел.: +7 495 739-70-00

Электронная почта: pr@yandex-team.ru