



Годовой отчет за 2021 год: ключевые достижения

[Годовой отчет VK](#) за 2021 год представляет подробный обзор финансовых и операционных результатов компании, корпоративных изменений и ключевых продуктовых разработок за прошедший год.

2021 год еще раз продемонстрировал, что продолжается структурный сдвиг в сторону цифровизации, а наши продукты удовлетворяют потребностям пользователей и пользуются высоким спросом. Наше постоянное развитие и успех обусловлены нашим главным активом — нашей постоянно растущей командой преданных своему делу профессионалов, которая увеличилась на 18% в 2021 году и превысила 10 000 человек. Поэтому мы выбрали тему «Наши люди» в качестве темы для годового отчета, чтобы показать лица людей, которые создают наши прорывные продукты и сервисы.

В этом блоге мы рассказываем о некоторых ключевых событиях за 2021 год. Дополнительную информацию см. в нашем [Годовом отчете за 2021 год](#).

Финансовые показатели:

В 2021 году мы продемонстрировали уверенный прогресс по всем ключевым направлениям, при этом общая выручка выросла на 18%. Онлайн-реклама, крупнейший источник доходов, ускорила рост выручки до 25% в годовом исчислении благодаря увеличению вовлеченности пользователей, совершенствованию рекламных технологий и реализации продаж. Онлайн-образование продолжило демонстрировать очень высокие результаты с ростом более чем на 70% за год. Скорректированная EBITDA увеличилась на 18% до 32 млрд руб. при стабильной рентабельности на уровне 25,3%.

Сегментные показатели:

Социальные сети и коммуникационные сервисы

В 2021 году сегмент «Социальные сети и коммуникационные сервисы» составил 48% от общей выручки Группы и показал рост выручки на 15%.

Средний показатель MAU^a по России **ВКонтакте** в 4 кв. 2021 года составил 72,5 млн человек, а средний DAU — 47 млн человек. В течение 2021 года команда ВКонтакте выпустила более 230 продуктовых и технологических обновлений для повышения вовлеченности пользователей. Основные обновления включали **запуск VK Видео** (40 млн DAU в России в 4 кв. 2021 года) и **VK Музыка**, плейлисты в Клипах (пиковое дневное количество просмотров видео в **VK Клипы** достигло 437 млн), интеграцию сетевого протокола QUIC (удвоение скорости доставки контента), снятие всех лимитов на **VK Звонки** (20 млн MAU как во ВКонтакте, так и в Одноклассниках), реакции на посты, самоуничтожающиеся сообщения, платформа монетизации для создателей контента и многое другое.

Одноклассники (ОК) завершили 4 кв. 2021 со средним MAU по России в 38 млн. ОК остается основной отечественной платформой для поздравлений с праздниками. В 2021 году пользователи ОК отправили более 37,3 млрд виртуальных подарков, 3,2 млрд открыток и более 2 млрд наклеек. ОК продолжила развивать **Моменты**, один из своих ведущих контент-сервисов, с MAU, достигшим 28 млн человек. ОК продолжала развивать развлекательные услуги, такие как игры, видео и трансляции. DAU мобильных игр превысил 10% ежедневной аудитории ОК в 4 кв., а загрузка видео выросла на 14% в 2021 году. Другие обновления включали новую версию новостной ленты, новые форматы контента, серьезные изменения интерфейса, полноценный сервис для продажи товаров через видеотрансляции, интеграцию VK Mini Apps и др.

^a MAU – число уникальных пользователей в месяц, DAU – число уникальных пользователей в день.



Электронная почта Mail.ru сохранила за собой позицию почтового сервиса №1 в русскоязычном Интернете с 16,9 млн активных пользователей в день и 45,4 млн активных пользователей в месяц только в России. Выручка от продукта выросла на 38% в 2021 году.

Выручка от продуктов **Облако Mail.ru** в 2021 году выросла на 33% год к году, а стоимость хранения в пересчете на ГБ снизилась на 28%. По состоянию на декабрь 2021 года количество платных подписчиков увеличилось на 50%.

Из 11 **Медиа Проектов** Новости Mail.ru остаются крупнейшим в Группе. Проект входит в пятерку самых посещаемых сайтов российских СМИ со средними MAU 21 млн и 250 просмотрами страниц в 2021 году. MAU Кино Mail.ru достиг 19 млн, а для Леди Mail.ru, Hi-Tech Mail.ru и Спорт Mail.ru средние MAU в 2021 году составили 11 млн, 10 млн и 8 млн соответственно.

Игры

В 2021 году нашему игровому подразделению удалось успешно справиться с вызовами глобального игрового рынка и продемонстрировать стабильный рост, в частности, благодаря диверсифицированности каталога игр. Выручка игрового сегмента выросла на 10,5% до 44 млрд руб. в 2021 году и составила 35% выручки Группы. Игровое подразделение консолидировало две студии – Playkey и Mamboo Games – и инвестировало в 12 новых студий в 2021 году. К концу года в его портфеле было 49 студий-партнеров.

Онлайн образование

Онлайн образование представлено Skillbox Holding Limited. Он включает в себя ряд брендов, в том числе Skillbox, GeekBrains, SkillFactory, Mentorama и Lerna. Онлайн образование стало отдельным отчетным сегментом в 2021 году, составив около 8% от общей выручки, и продемонстрировало рост выручки на 71%. В течение 2021 года наши платформы онлайн образования продолжали расширять свою продуктовую матрицу и собственную клиентскую базу. По состоянию на конец 2021 года Skillbox Holding Limited предоставила более 349 000 учащихся высококачественный образовательный онлайн-контент на основе более 1 500 образовательных продуктов.

Новые инициативы

Выручка **Юла** выросла на 27% до 3,8 млрд руб. в 2021 году. В 2021 году Юла продолжила бесшовную интеграцию с ВКонтакте (Объявления ВКонтакте). Ежемесячная аудитория Юлы и Объявлений ВКонтакте выросла на 18% до 39 млн благодаря продолжающейся интеграции между тематическими группами Юлы и ВКонтакте и публичными страницами пользователей. По состоянию на декабрь 2021 года интегрировано около 200 000 сообществ ВКонтакте.

Выручка **VK Digital Tech** (наши B2B-проекты) превысила 3,3 млрд руб. в 2021 году, при этом почти треть выручки пришлось на подписки на облачные сервисы. Также выросли показатели по всем программным продуктам. В 2021 году круг наших партнеров расширился за счет крупнейших представителей финансового, розничного, промышленного и телекоммуникационного сегментов рынка.

Пульс и Relap, наши рекомендательные платформы, и продажи умных динамиков также были важными источниками выручки в 2021 году. **Пульс** DAU достиг 9,8 млн в 4 кв. 2021 года, а MAU составил 77 млн. В течение 2021 года **Relap** сгенерировал более 500 млрд рекомендаций по контенту и сопоставимое количество рекламы. С этого года рекомендательные проекты представлены в составе сегменте «Социальные сети и коммуникационные сервисы».

В июне 2021 года ВКонтакте расширил линейку **умных устройств**, выпустив новый продукт — умную



колонку Капсула Мини. В 2021 году голосовой помощник **Маруся** продолжил интеграцию в сервисы по всей Группе: ВКонтакте, электронная почта Mail.ru, браузер Atom, VK Cloud Solutions, Delivery Club и другие.

Ребрендинг:

В октябре 2021 года компания открыла новую главу в своей истории: провела ребрендинг и стала VK вместо Mail.ru Group. Ребрендинг стал естественным шагом в процессе преобразования компании в ведущую российскую интернет-экосистему. Бренд VK был выбран в качестве единого для Группы, так как он связан с нашим основным активом, социальной сетью ВКонтакте, имеет максимально широкий охват, высокую узнаваемость и большой потенциал.

Корпоративные изменения:

В конце 2021 года в VK также произошли изменения в структуре акционеров (на уровне МФ Технологий). При этом у VK по-прежнему нет одного контролирующего акционера. В декабре Владимир Кириенко стал генеральным директором VK (Россия).

ESG:

В 2021 году мы продолжили улучшать раскрытие ESG информации. Мы запустили ежеквартальные презентации по ESG, а также освещали основные моменты, связанные с ESG, в наших регулярных новостных дайджестах и IR блогах в дополнение к ежегодному отчету по ESG. В 2022 году будет опубликован уже третий годовой отчет Компании по ESG.

За дополнительной информацией обращайтесь:

Контакты для инвесторов

Татьяна Волочкович

Тел.: +7 495 725 6357 доб.: 3434

Email: t.volochkovich@vk.team

Контакты для прессы

Сергей Макаров

Моб.: +7 926 818 9589

Email: se.makarov@vk.team