



PRESS RELEASE

수신: 자동차 담당 기자
배포일자: 2026년 4월 14일(화)
관련자료: 사진자료

제네시스, 국내 누적 판매 100만대 돌파

- 2015 년 국내 최초 고급차 브랜드로 출범한 이후 10 년 4 개월 만의 성과
- 2020 년 첫 연간 10 만대 돌파...2021 년 13 만 8,757 대로 역대 최대 판매 기록
- 대표 세단 G80, 국내 누적 422,589 대(42.1%) 판매되며 가장 큰 비중 차지
- 국내 시장, 글로벌 누적 판매 150 만대 중 약 64% 차지하며 실적 견인
- ... ▲디자인 및 품질 경쟁력 확보 ▲국내 고객과의 점점 지속 확대 성과

제네시스 브랜드(이하 제네시스)의 국내 누적 판매량이 2026 년 3 월 마감 기준으로 총 1,002,998 대를 기록하며 100 만대를 돌파했다고 14 일(화) 밝혔다.

2015 년 11 월 국내 최초의 고급차 브랜드로 출범한 이후 10 년 4 개월 만에 이뤄낸 성과다.

■ 세단부터 SUV, 전동화까지 풀 라인업 완성하며 고속 성장...G80, GV80, GV70 등이 판매 견인

제네시스는 2015 년 12 월, 플래그십 대형 세단 EQ900(이큐 나인헌드레드)를 독립 브랜드 첫 모델로 출시하며 국내 고급차 시장에 진출했다.

출범 이듬해인 2016 년에는 중형 세단 G80 를 라인업에 추가해 국내 시장에서 4 만 4,271 대의 판매를 기록했다.



PRESS RELEASE

이어 2017년 콤팩트 스포츠 세단 G70, 2018년 EQ900의 후속 모델 G90를 차례로 선보이며 세단 풀 라인업을 완성했고, 이를 바탕으로 2019년까지 연평균 5만대 이상의 판매량을 기록하며 꾸준한 성장을 이어갔다.

2020년 1월에는 브랜드 최초의 SUV GV80를 출시한 것을 시작으로, 3월 3세대 G80, 12월 GV70를 연달아 선보였다. 그 결과 국내 시장에서 전년 대비 90.8% 증가한 10만 8,384대를 판매하며 사상 처음으로 연간 10만대 판매 시대를 열었다.

2021년에는 G80 전동화 모델, GV60, GV70 전동화 모델을 잇따라 출시하며 전동화 라인업을 구축, 역대 국내 최대 판매 대수인 13만 8,757대를 기록했고 2022년에는 세단·SUV·전동화 모델을 아우르는 풀 라인업을 완성해 국내 누적 판매 60만대를 돌파했다.

이후 2023년부터 2025년까지 연평균 12만대 이상의 판매를 유지하며 국내 럭셔리 시장에서 확고한 입지를 이어왔다.

가장 많이 판매된 모델은 제네시스의 대표 세단 G80(G80 전동화 모델 포함)로, 누적 100만대 중 42만 2,589대(42.1%)의 판매를 기록하며 브랜드의 성장을 이끌었다.

이어서 브랜드 최초의 SUV 모델인 GV80가 18만 9,485대(18.9%) 판매돼 2위에 올랐으며, GV70(GV70 전동화 모델 포함)가 18만 2,131대(18.2%), G90가 13만 998대(13.1%)로 뒤를 이었다.

차종별로는 세단이 61.8%, SUV가 38.2%를 차지했다.



PRESS RELEASE

■ 독보적인 디자인과 품질 경쟁력으로 국내 시장 성과…국내 고객과의 접점도 꾸준히 확대

국내 시장은 제네시스의 글로벌 전체 판매 실적을 견인하고 있는 최대 시장이다.

2023 년 9 월 제네시스가 글로벌 누적 판매 100 만대를 돌파할 당시, 국내 판매량은 전체의 약 68%(약 69 만대)를 차지했으며, 올해 1 월 글로벌 누적 150 만대를 달성했을 때도 전체의 약 64%(약 98 만대)가 국내에서 이루어진 판매였다.

제네시스가 국내 시장에서 주목할 만한 성과를 거둘 수 있었던 것은, 독보적인 디자인 철학과 품질 경쟁력을 기반으로 글로벌 럭셔리 브랜드와 경쟁할 만한 새로운 기준을 제시했기 때문이다.

제네시스는 ‘역동적인 우아함(Athletic Elegance)’이라는 차별화된 디자인 철학을 바탕으로 대담한 디자인을 갖춘 모델들을 지속적으로 선보였으며, 그 결과 브랜드 출범 직후부터 ‘iF 디자인 어워드(International Forum Design Award)’, ‘레드 닷 어워드(Red Dot Award)’ 등 세계적 권위의 디자인상을 다수 수상했다.

또한, 미국 데이터 분석 기업 제이디파워(J.D.Power)가 발표하는 ‘신차품질조사(IQS, Initial Quality Study)’에서 2017 년부터 2023 년까지 7 년간 총 5 차례에 걸쳐 프리미엄 브랜드 1 위를 달성했고, ‘내구품질조사(VDS, Vehicle Dependability Study)’에서는 조사 대상에 포함된 첫해인 2020 년 전체 브랜드



PRESS RELEASE

1 위에 오르는 등 대한민국 럭셔리 브랜드의 높은 품질과 기술력을 증명하며 국내 소비자들의 기대를 만족시켰다.

지난 10 년간 국내 고객과의 접점을 꾸준히 넓혀온 것도 이 같은 성과를 견인한 주요 요소다.

2016 년 제네시스 스튜디오 하남을 시작으로 ▲제네시스 강남(2018) ▲제네시스 수지(2020) ▲제네시스 청주(2025) 등 전국 주요 거점에 브랜드 공간을 구축했으며, 2023 년에는 서울 신라호텔에 최상위 고객을 위한 VIP 전용 공간 ‘제네시스 라운지’를 개관했다.

일상의 편의를 세심하게 고려한 서비스도 강화해왔다. 2020 년 김포공항에서 시작한 ‘에어포트 서비스’를 2023 년 인천공항까지 확대해 고객이 출국부터 귀국까지 여행에만 집중할 수 있는 차별화된 경험을 제공하고 있다.

문화와 스포츠를 통한 교감도 지속하고 있다. 제네시스는 한국과 아시아의 미학을 세계에 알린다는 지향점 아래 2017 년부터 부산국제영화제를 공식 후원해왔으며, 매년 G90·GV80 등 100 여대의 의전 차량과 발전 기금을 지원하며 아시아 최대 영화제의 품격 제고에 기여한 바 있다.

스포츠 분야에서는 2016 년 KPGA 투어 포인트 타이틀 스폰서십을 시작으로 국내 남자 골프의 성장을 꾸준히 지원해왔다. KPGA 투어 최초로 도입한 ‘제네시스 포인트’는 시즌 상위 10 명에게 총 5 억 원의 보너스를 지급하며, 출전 선수들에게 동기를 부여하고 한국 골프의 전반적인 활성화에 기여하고 있다.

또한, 2017 년 출범한 ‘제네시스 챔피언십’은 갤러리 3 만 명 시대를 연



PRESS RELEASE

상징적 국제 남자 골프 대회로 자리 잡았으며 우승자에게는 상금과 함께 PGA 투어 및 DP 월드투어 출전권이 주어지는 등 국내 선수들이 세계 무대로 진출하는 실질적인 발판 역할을 해오고 있다.

제네시스는 ▲신규 거점 오픈 ▲온라인 쇼핑몰 ‘제네시스 부티크’의 채널 확장 ▲2021 년 중동에 처음 선보인 맞춤형 차량 제작 서비스인 ‘원 오브 원’의 국내 도입 등 다양한 활동을 통해 국내 고객과의 접점을 지속 확대해 나갈 계획이다.

제네시스사업본부장 이시혁 전무는 “제네시스의 국내 누적 판매 100 만대 달성은 지난 10 년간 제네시스를 선택하고 응원해 주신 국내 고객들이 함께 만든 값진 성과”라고 말했다.

이어 “대한민국에서 탄생한 럭셔리 브랜드로서 국내 시장은 제네시스의 뿌리이자 글로벌 성장의 중심”이라며, “앞으로도 국내 고객과의 깊은 유대를 강화하며, 고객이 가장 원하는 럭셔리 브랜드로서 그 역할을 다해 나갈 것”이라고 밝혔다.

<사진설명> 제네시스, 국내 누적 판매 100만대 돌파

제네시스 브랜드(이하 제네시스)의 국내 누적 판매량이 2026 년 3 월 마감 기준으로 총 1,002,998 대를 기록하며 100 만대를 돌파했다고 14 일(화) 밝혔다.