



PRESS RELEASE

배포일자: 2025년 7월 2일(수)

관련자료: 사진자료

제네시스 GV60, 오로라 캠페인 영상 2천300만뷰 돌파...전 세계적 화제

- GV60 런칭 캠페인 ‘오로라를 찾아 떠나는 여정’, 감성적 스토리텔링으로 글로벌 호응
- 북극 자연과 어우러진 GV60의 디자인과 기술력, 강렬한 인상 선사
- 전동화 비전 담은 영상으로 제네시스의 도전 정신 부각
- 영상 링크: <https://www.youtube.com/watch?v=CObuTMURzFg>

제네시스 브랜드(이하 제네시스)가 선보인 GV60 런칭 캠페인 <오로라를 찾아 떠나는 여정(In Pursuit of Northern Lights)>이 2일(수) 기준 유튜브 누적 조회수 2천360만회를 돌파하며 큰 화제를 모으고 있다.

제네시스가 지금까지 공개한 브랜드 콘텐츠 가운데 역대 최고 조회수를 기록한 이번 작품은, 브랜드 10주년을 맞아 제네시스가 보다 여유로운 시각으로 브랜드의 철학과 감성을 섬세하게 담아냈다는 호평을 받고 있다.

해당 영상은 지난 3월 10일, ‘제네시스 월드와이드’ 및 ‘제네시스 코리아’ 공식 유튜브 채널을 통해 2분 분량의 풀 버전과 이를 30초 광고 영상으로 편집한 숏 버전으로 각각 공개되었으며, 조회수는 두 채널의 두 버전을 합산한 수치다.

다큐멘터리는 오로라 탐험가이자 사진작가인 버질 레글리오니(Virgil



PRESS RELEASE

Regioni)가 부분변경된 전기차 모델 GV60 와 함께 노르웨이 트롬소(Tromsø) 등 북극 지역을 탐험하며 오로라를 찾아 나서는 여정을 담고 있다.

특히 제네시스가 추구하는 완전 전동화 비전과 도전 정신을 감각적인 영상미로 구현한 점이 돋보인다.

영상 속 신규 외장 색상인 ‘트롬소 그린(Tromsø Green)’과 새롭게 디자인된 전면 범퍼, MLA(Micro Lens Array) 기술이 적용된 두 줄 헤드램프 등 GV60 의 디자인 요소들이 자연 환경과 조화를 이루며 강렬한 인상을 남긴다.

또한 GV60 는 84kWh 용량의 4 세대 배터리와 스마트 회생 시스템 3.0 을 탑재해 극한의 추위 속에서도 안정적인 주행 성능을 발휘하는 모습이 영상에 담기며, 제네시스의 전동화 기술력에 대한 자신감을 드러낸다.

제네시스 관계자는 “브랜드의 비전과 감성을 담아낸 이번 콘텐츠에 글로벌 고객들이 큰 관심을 보여주셔서 매우 뜻깊게 생각한다”며, “앞으로도 기술력뿐만 아니라 예술성과 철학을 아우르는 다양한 콘텐츠를 통해 전동화 시대의 새로운 럭셔리 기준을 제시해 나가겠다”고 밝혔다. [끝]