



PRESS RELEASE

수신: 자동차 담당 기자
배포일자: 2023년 9월 17일(일)
관련자료: 사진자료

제네시스, 글로벌 누적 판매 100만 대 돌파 ‘고객이 가장 원하는 럭셔리 브랜드’로 나아간다

- 2015년 브랜드 출범 후 7년 10개월, 누적 판매 50만대 기록 후 2년 3개월 만
- 경쟁력 있는 신차 라인업, 차별화된 고객경험 제공 통한 시장 공략 주요
- 누적 100만대 판매 성과 넘어 브랜드 지속성장 위한 새로운 도전 지속
 - ... 전동화 시대 선도 브랜드 전환 : 2025년 이후 모든 신차 전기차로 출시
 - ... 향후 초대형 SUV 차급 신차 출시로 완성도 높은 라인업 구축 계획
 - ... 2025년말까지 제네시스 브랜드 경험 공간 전세계 300여 곳으로 확대
- “세상에 없던 제네시스만의 특별한 럭셔리 경험들을 계속 만들어 나갈 것”

제네시스 브랜드(이하 제네시스)가 글로벌 누적 판매 100만 대를 돌파했다.

제네시스는 브랜드 출범 이후 올해 8월말까지 국내 68만5,528대, 해외 31만4,770대 등 글로벌 시장에서 총 100만298대를 판매했다고 17일(일) 밝혔다.

2015년 11월 국내 최초의 럭셔리 브랜드로 탄생한 지 7년 10개월, 누적 판매 50만 대를 넘어선 지 2년 3개월 만에 판매 100만 대에 일군 성과다.

빠른 성장을 거듭하며 글로벌 럭셔리 브랜드로서 존재감을 인정받고 있는 제네시스는 ‘고객이 가장 원하는 럭셔리 브랜드’를 향한 도약을 이어간다.



PRESS RELEASE

성공적인 전동화 전환을 위해 2025년 이후 모든 신차를 전기차로 출시하고 전기차 생산지 다변화도 검토한다. 이를 통해 향후 전동화 시대를 선도하는 브랜드로 자리매김하겠다는 방침이다.

이와 함께 경쟁력 있는 라인업을 지속 선보이고 차별화된 고객경험을 강화한다. 향후 초대형 SUV 차급 신차를 추가로 출시해 라인업의 완성도를 높이고, 제네시스 전용 전시관, 제네시스 스튜디오 등 브랜드 경험 공간을 2025년말까지 전세계 300여곳에 확대 구축해 더 많은 고객들에게 제네시스의 가치를 전달할 계획이다.

제네시스사업본부장 송민규 부사장은 “제네시스는 출범 이후 고객을 위해 새로운 경험과 가치를 창조하기 위한 노력을 이어왔으며, 그 여정 속에서 의미 있는 성장을 기록했다”며 “세상에 없던 제네시스만의 특별한 럭셔리 경험들을 계속 만들어 나갈 것”이라고 말했다.

■ 경쟁력 있는 신차 선보이며 판매 급성장… G80, GV80, GV70 등 ‘효자’

제네시스는 2015년 브랜드 출범 이후 경쟁력 있는 신차들을 선보이며 글로벌 시장에서 빠르게 판매를 늘려왔다.

2015년 11월 G90(당시 국내 차명 EQ900)를 출시하며 그 해 384대를 판매한 것을 시작으로, G70, G80, GV70, GV80 등을 연이어 선보이며 2020년에는 13만2,450대를 판매, 처음으로 글로벌 연간 판매 10만대를 넘어섰다.

이어 2021년 20만1,415대, 2022년 21만5,128대를 판매한 데 이어, 올해에도



PRESS RELEASE

8월까지 14만5,529대를 판매하며 꾸준한 성장세를 기록하고 있다.

제네시스 차종 중 가장 많이 판매된 모델은 2016년 출시된 G80로, G80 전동화 모델을 포함해 글로벌 시장에서 총 38만8,757대가 팔렸다.

브랜드 첫 SUV인 GV80와 최초의 도심형 럭셔리 중형 SUV GV70도 글로벌 시장에서 각각 17만1,888대, 15만8,271대의 누적 판매를 달성했다.

■ 경쟁력 있는 라인업, 차별화된 고객 경험 제공으로 글로벌 시장 공략

제네시스가 괄목할 만한 성과를 거둘 수 있었던 것은 최고 수준의 품질 경쟁력을 갖춘 제품 라인업과 전용 브랜드 경험 공간 구축, 세심한 고객 케어 등 차별화된 고객경험을 제공하기 위한 노력이 주효했기 때문이다.

제네시스는 ‘역동적인 우아함(Athletic Elegance)’이라는 차별화된 디자인 철학을 바탕으로, 대담한 디자인과 뛰어난 성능을 갖춘 모델들을 지속적으로 선보였다.

2015년 브랜드 첫 차로 G90를 출시한 이후 세단, SUV, 전기차에 이르기까지 다양한 차종을 출시했으며, 그 결과 2020년 4개 차종에 불과했던 라인업은 현재 세단 5종, SUV 2종, 전기차 3종 등 총 10개로 늘어났다.

이 같은 독창적인 라인업을 바탕으로 제네시스는 미국, 캐나다, 중동, 호주, 유럽, 중국 등 17개 시장에 진출을 완료했다.

제네시스는 세계 여러 곳에서 제네시스 전용 전시관과 제네시스 스튜디오로



PRESS RELEASE

대표되는 브랜드 경험 공간(제네시스 스페이스)를 운영하며 럭셔리한 경험과 서비스로 ‘제네시스만의 차이’를 전달하고 있다. 브랜드 차원에서 아시아, 유럽, 미국, 호주, 중동 등 전 세계에 50여 개 거점을 구축해 세심하게 관리 중이다.

우리나라의 경우 ▲제네시스 강남, 제네시스 수지 등의 독립형 전용 전시관, ▲제네시스 스튜디오 하남, 제네시스 스튜디오 안성 등의 몰 타입(Mall type) 전시관을 운영하고 있다.

미국, 중국, 유럽 등지에서도 제네시스 스튜디오를 운영하고 있으며, 미국의 경우 ▲Genesis of Lafayette ▲Genesis of Greer ▲Genesis of Appleton ▲Genesis of Coconut Creek ('23,3. Florida) ▲Genesis of Santa Monica ▲Genesis of Atlanta 등 6개의 독립 딜러망을 구축했다.

또한 미국 뉴욕 맨해튼에는 글로벌 첫 브랜드 문화공간인 ‘제네시스 하우스 뉴욕’을 개관하고, 방문객들이 전시 차량은 물론 한국 고유의 미와 전통적 가치를 현대적으로 재해석한 다양한 문화 체험을 할 수 있도록 해 준다.

제네시스는 브랜드 경험 공간을 통해 고객들에게 다양한 제네시스 차종을 체험할 수 있는 기회를 제공하고, 차량에 대한 큐레이션을 통해 고객들에게 제네시스의 품격과 가치를 전달하고 있다.

제네시스는 글로벌 주요 기관으로부터 연이은 호평을 이끌어, 신뢰할 수 있는 럭셔리 브랜드로서의 입지를 강화하고 있다.

제네시스는 미국의 시장조사업체 제이디파워(J.D. Power)사가 발표한 ‘2022 년 신차품질조사(IQS, Initial Quality Study)’에서 프리미엄 브랜드 1 위를



PRESS RELEASE

달성했다. 해당 조사는 1987년부터 시작된 세계 최고 권위의 품질조사로, 제네시스는 2017년~2020년 4년 연속 1위, 2021년 2위에 이어 다시 1위에 오르며 최고의 품질 경쟁력을 인정받았다.

최근에는 제이디파워(J.D. Power)의 ‘2023 미국 기술 경험 지수 조사(TXI)’에서 경쟁 럭셔리 브랜드를 모두 제치고 1위를 기록하기도 했다.

한편, 제네시스는 골프에 대한 대담한 헌신(Audacious Commitment)을 통해 브랜드 가치 제고는 물론, 선수와 팬들에게 특별한 경험의 기회를 제공하고 선수들의 성장을 돕고 있다.

2016년 한국 남자 골프로 시작으로 본격적인 골프 마케팅에 나선 제네시스는 투어 최초로 포인트 상금 제도인 ‘제네시스 포인트’를 도입했으며, 7년째 타이틀 스폰서로서 제네시스 챔피언십 대회를 개최하고 있다.

해외의 경우 타이틀 스폰서로 2017년 PGA 투어 ‘제네시스 오픈’을 개최하며 후원을 시작했다. ‘제네시스 오픈’은 2020년 ‘제네시스 인비테이셔널’로 승격되며 PGA가 지정하는 특급 대회 17개 중 하나로 자리매김했다.

이 밖에도 PGA 투어와 DP 월드투어가 공동 주관하는 ‘제네시스 스코티시 오픈’의 타이틀 스폰서로 활동하고 있으며, 남성 골프 국가대항전인 ‘프레지던츠 컵(Presidents Cup)’, ‘아부다비 HSBC 챔피언십’에도 차량을 후원하고 있다.

■ 전동화, 완성도 높은 라인업 구축, 브랜드 경험 공간 확대 통해 지속 성장 추진

글로벌 누적 판매 100만 대 돌파라는 성과를 넘어, 제네시스는 브랜드의



PRESS RELEASE

지속 성장을 위한 새로운 도전을 이어간다는 계획이다.

제네시스는 2021년 9월 발표한 전동화 브랜드 비전에 발맞춰, 전동화 시대를 선도하는 브랜드로 전환하기 위한 노력을 계속한다.

제네시스는 2025년 이후 모든 신차를 전기차로 출시할 계획으로, 이를 위해 전기차 생산지를 다변화하고 글로벌 전동화 수요에 대응한다는 방침이다.

현재 GV70 전동화 모델을 생산 중인 현대차 엘라배마 공장을 비롯해 2025년 완공 예정인 HMGMA 신공장에서도 신규 플랫폼이 적용된 전용 전기차를 생산하는 등, 전기차 격전지인 북미 시장 수요에 발맞춰 나갈 계획이다.

중장기적으로는 글로벌 수요에 따라 현지 정부 정책, 부품 인프라 현황, 글로벌 전략 등을 종합적으로 살펴 최적의 전기차 생산 방안을 검토할 예정이다. 초대형 SUV 등 신규 차급의 전용 전기차 모델 출시도 고려한다.

전동화 라인업으로의 전환과 함께 원자재와 부품은 물론, 생산 공정을 포함한 브랜드의 모든 가치 사슬에 혁신을 도모함으로써 탄소 중립 달성 목표도 구체화한다.

아울러 제네시스는 제네시스 전용 전시관과 제네시스 스튜디오로 대표되는 브랜드 경험 공간을 2025년 말까지 전세계 300여 개 이상으로 확대 구축한다. 차량 구매부터 사용 경험까지 고객 맞춤형 서비스를 제공하는 등 더 많은 고객들에게 ‘손님’ 철학을 기반으로 하는 제네시스의 차별화된 고객경험을 제공할 계획이다.



PRESS RELEASE

한편, 제네시스는 판매 시장 및 라인업 확대에 발맞춰 글로벌 골프 플랫폼도 강화해 나간다는 계획이다. [끝]