新竹
IN HSINCHU

季號 FALL

015

定價 120 元

在新竹，
發掘默默閃耀的職人與產物

新竹AI進行式

G o l f a c e

綠夾克運動事業

Play Like a PROFESSIONAL

抱著對於高爾夫球運動的熱愛，Golface將最新科技導入整個高爾夫球流程，不只是針對球場、更是面向球員；不只是讓打球流程更順利，也是讓所有人的技術更精進，同時也解決了這個運動中過去不可或缺的「桿弟」漸漸消失、老去的問題。

關鍵字 KEY WORD

#高爾夫球
#自駕車
#課程

綠夾克

成立年：2013年
2017年於日本福岡成立分公司
創辦人：廖聰哲（執行長）
李將碩（營運長）
曾泓喻（設計長）
「現有」主力客戶類型：
- 高爾夫球場及球手

地址：新竹市東區慈雲路118號9F-7
資本額：$20,000,000
員工數：16人
公司特色：熱愛運動者集結處

官網

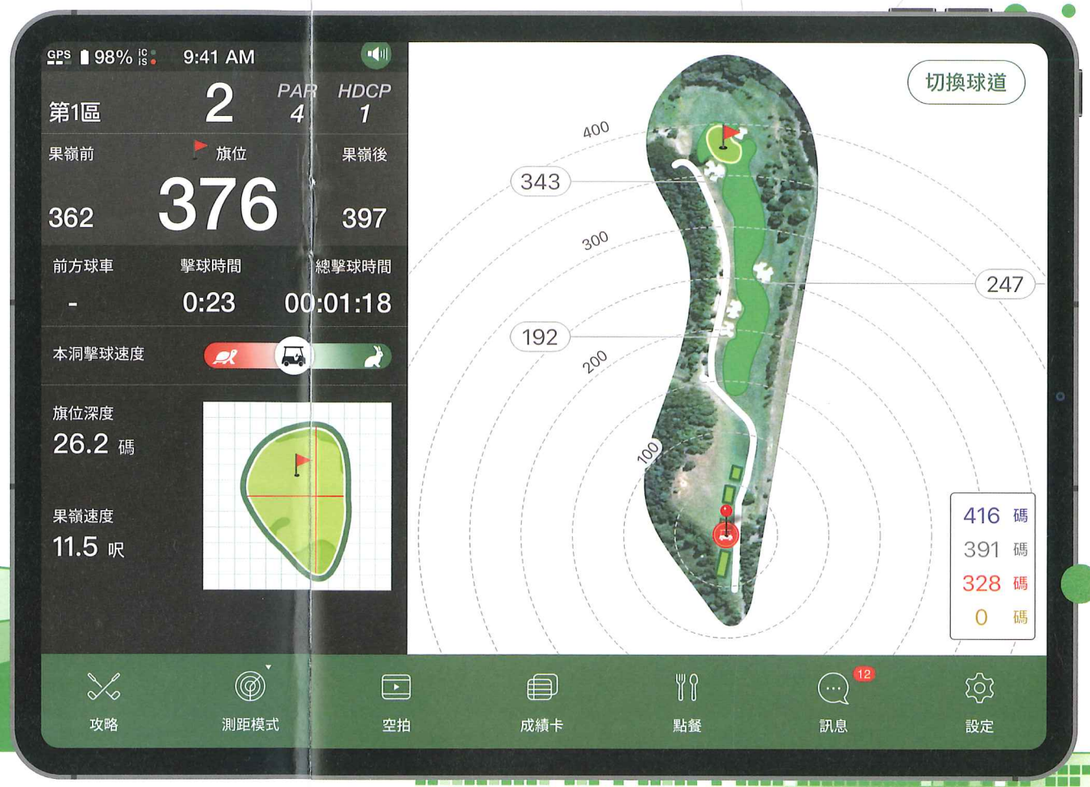
Facebook

在我們採用iPad與Golface解決方案之後，
人才斷層的問題便迎刃而解。

——南一球場副總經理　蔡君山

TECHNOLOGY

用軟體一舉改變高爾夫球傳統產業



一、球場部分

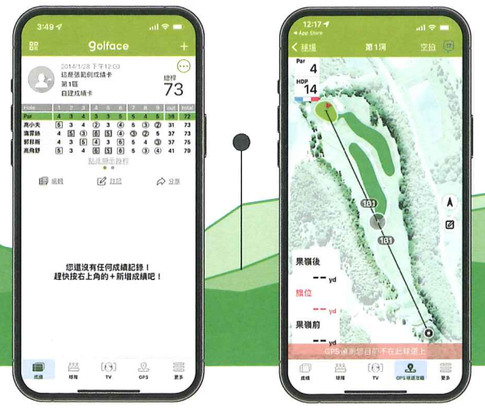
如何簡化球場預約、球場使用最佳化等等，軟體如何輔助桿弟安排整個打球流程。

二、打者部分

打球的人在如何打球前了解球場，打球時清楚知道所在狀況，並且即時知道分數，之後知道排名。

如此，喜歡運動、或曾經在電腦、遊戲機上玩過高爾夫球運動的人，基本上都可以無縫走到高爾夫球場上，揮出真的汗水。

Golface當初跨入高爾夫球產業，就是希望大幅降低所有人（特別是年輕人）進入高爾夫球世界的門檻。為了要達成這個目的，Golface從兩方面著手。





眞是太方便了！
可以預訂球場、還能揪人一起打球，
自己練的話，有揮桿姿勢監控，
還有自己專屬的計分排名，
去球場只要點開球車上的iPad
就可以知道所有訊息，
也太專業了吧！

—— 曾雅妮

以日本的最高標準來看，
Golface 在台灣的商業模式，
其實已非常足以複製至亞洲高爾夫的最大市場——日本發展

—— 福岡 StartupGOGO　岸原稔泰

EXTEND

延伸至各種高爾夫球的需要，讓所有人都變成專業

Golface在包括台灣的各國創業比賽中打出好成績，也拿下台灣與日本球場的訂單，接著他們的努力方向是：

一、打磨介面

花更多力氣最佳化Golface介面，其中很多費工小細節，需要從大量使用者數據研究按鈕的最佳位置。也需要根據國際市場不同，讓平板介面可以通用國際（例如日本人習慣的左右跟台灣人不同），同時他們也將介面，從過去以「桿弟」為主要使用者，改成「球友」直接使用來思考。



二、拓展服務

為了要讓更多人參與、精進高爾夫運動，Golface每週三都推出教學影片（已經四年）。近期也將球場訂餐系統納入服務，讓球友可以在到達下一洞之前就有餐點等著。



三、擴大市場

目前希望台灣跟日本有更多球場能夠採用Golface系統，也將開始推往北美（一萬五千個球場在等著Golface）。

四、隆重推出硬體（自駕平板車）

過去Golface是一個純軟體公司，使用場景大多是用一個平板裝在既有的球車上，由桿弟駕駛，操作平板。如今，他們正式推出智慧球車Ares，完全為Golface量身訂做，可以由球友親自操作，徹底解決高爾夫球場人力不足的普遍問題

POST IT

請想像一下，你所處的產業是否有可能 用軟體翻轉或者增加實體體驗呢？如果是，請諮詢Golface！

TAKEAWAY

關於新創與人工智慧的啟發

1 虛擬反思現實的新創

現在流行的新創大多是把人導入虛擬世界，但Golface初心是在遊戲機上發現高爾夫球運動如何有趣（有各種地形、風向、距離數據顯示），轉而決定把這些元素經由一個平板帶入真實高爾夫球世界。

2 精實創業方法

Golface新創推出產品之後，後面依據大量數據（目前已經累積四百萬筆資料）來修改介面與商業模式的時間，其實比前期還花時間。這應該是所有新創公司會採取的模式：先求快速推出，再進一步打磨、最佳化產品。

3 數據為王

Golface最具潛力的創業比喻是廖執行長說的：「我們就是高爾夫球界的GA（Google Analytics，Google開發的網路行銷分析工具）」。

4 軟體進入，再以硬體進攻

在創業一開始，只以成本較低的軟體（App）進入市場，不做硬體，而是推薦客戶廣受歡迎的iPad，如此，iPad＋App安裝在球車上，這個球場隨即進入服務範圍。公司茁壯之後，在與其他台灣新創合作推出無人管理、無人駕駛的智慧球車。循序漸進，較能讓傳統客戶接受。

5 搭上線上課程需求列車

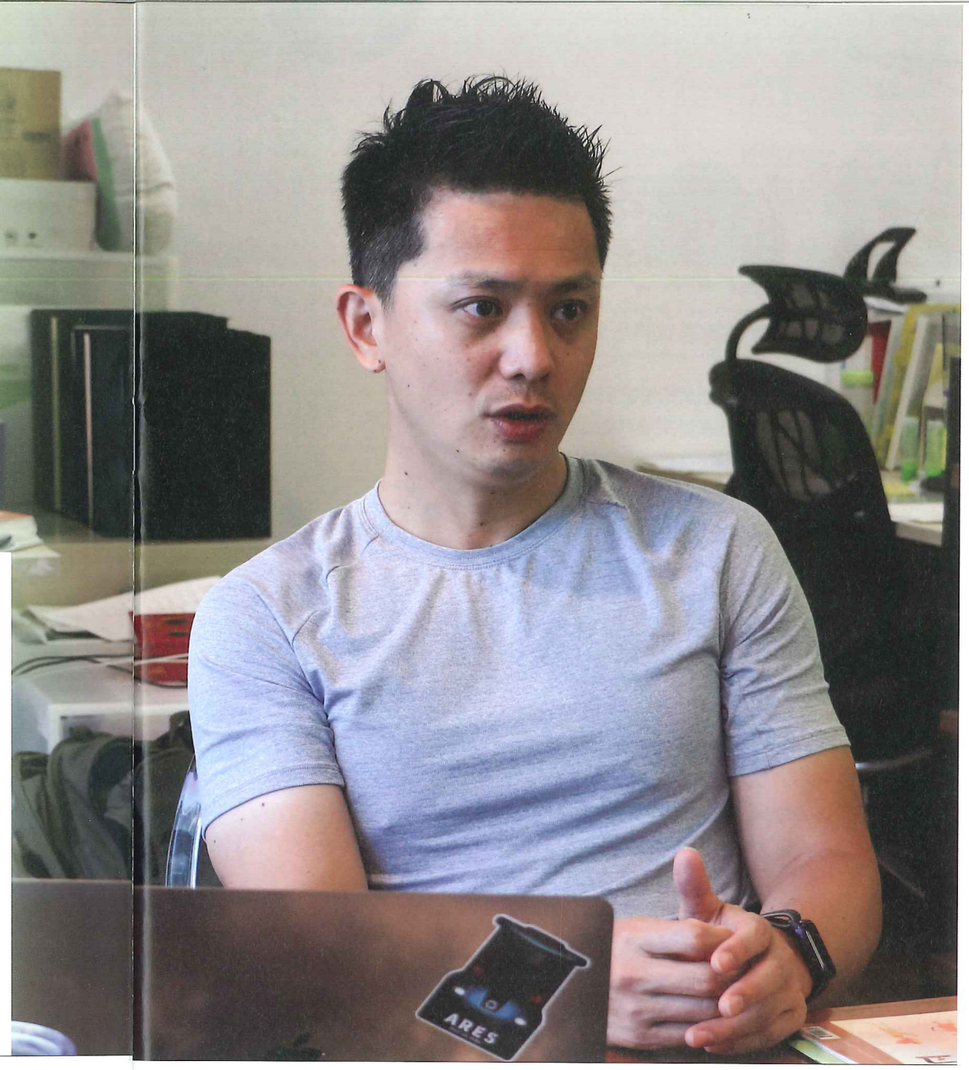
在商業模式上，創業初期以B2B（對球場）為主，後期大幅發展球友球技訓練的專業市場。

6 隨科技進步，成本逐漸降低

許多服務在Golface創業初期是成本很高的，但隨時各種技術發展，現在整體成本降低，但Golface已經建立起服務標竿了。比方說，為了要讓球友打球前可以知道「真實」球場狀態，所以當初需要花25萬拍一個球場，如今一個空拍機都不用兩萬塊。所以服務先建立，再等科技追上也可以是一種策略。

ANECDOTE

熱愛高爾夫的理工男子



我們採訪Golface執行長廖聰哲那天，他上午才跟臨時約的朋友打高爾夫球，一身輕便，不像在大部分媒體上西裝筆挺。感覺在這種狀況下，他反而能自由發揮，聊聊他深愛的高爾夫，他一手扶植的公司。

許多媒體都有說到他之所以創業，是因為玩「全民高爾夫」，因而發現線上年輕人的玩法，跟實體世界的高爾夫差異很大。在這些語句的片段廖執行長不時說出「我很愛運動」、「我是理工男」的語句。「愛運動」完全可以在他上半身有「漢草」很好感覺到。至於「理工男」，我們可以從他永遠急著要用軟體的方式，解決廠商、球友或者自己在實際打球時遇到的問題看出他的「理工魂」。

就我們的觀察，Golface就是深入單一行業，抓住客戶，逐步解決問題的標準範例。但要能做到這件事，不是只有商業頭腦、創業思維就能做到，在背後驅動的就是對於這個運動的未來想像。



「創新」竹市SBIR計畫

Golface創業時的第一桶金其中部分來自經濟部的SBIR計畫（經濟部中小企業處小型企業創新研發計畫）。在新竹的創業朋友，可以直接跟新竹市府產業發展處接洽詢問（連結請看下方QRcode），新竹市府與經濟部的合作計畫，希望加強新竹市中小企業廠商創新創業能量。本年度加強推廣項目為玻璃、食品、雲端應用，AI及IoT計畫。對本計畫有想法的企業請手刀參加，奪取你的第一桶金。

相關資訊

Golface里程碑

2016
- 以「高球運動之穿戴裝置即時資訊分析服務平台開發計畫」獲得SBIR一百五十萬補助。
- 榮獲日本Startup GO!GO!首獎—二〇一六最優秀賞。

2017
- 與西日本鐵道株式會社（簡稱西鐵）展開旅遊合作（同時成立福岡分公司）。
- 被Apple選為「iOS企業應用指南」的精選範例。

2018
- 正式與前世界球后曾雅妮簽約代言。

2019
- 獲國發基金投資兩千萬。

2020
- 與西日本新聞社、前日本PGA會長三方攜手拓展亞洲最大高爾夫市場。

2021
- 榮獲第二十九屆台灣精品獎。
- 代表臺灣參加美國消費電子展（CES）。