

113 年度文化部主管政府捐助之財團法人

績效評估報告

壹、財團法人自評：

一、財團法人名稱：財團法人中央通訊社

二、財團法人概況：

單位：新臺幣/元；%

創立日期 (以法院登記日為準)	創立基金總額	期末基金總額	原始捐助金額比率	累計捐助金額比率	113 年度補助金額	113 年度委辦金額	113 年度自籌金額比率	113 年度總收入	113 年度總支出	113 年度餘絀
85 年 9 月 4 日	10,000,000	10,000,000	100%	100%	362,996,000	60,677,657	31.45%	618,033,572	649,989,607	-31,956,035

362,996,000 元＝捐助 310,046,000 元+文化+數位出版補助 350,000 元+我是海外特派員補助 2,000,000 元+國際傳播布局 50,000,000 元+外交部社慶補助案 600,000 元。

三、財團法人整體運作情形：

(一) 113 年度重要成果說明：

1. 政經新聞工作

(1) 完成總統、立委大選報導：政經中心上下動員參與，秉持客觀、正確、即時、翔實原則，處理每則大選新聞，並適時推出選情分析、選戰策略、人物特寫、政局走向等稿件，提供讀者多元視角。

(2) 專訪政界要員及企業領袖：113 年度完成行政院長卓榮泰以

及多位新政府閣員專訪，深度剖析政策走向，以及未來施政展望；另也專訪半導體、電子、金融業，包括東京威力科創總裁張天豪、友達董事長彭双浪、Meta 技術長博斯沃斯、Google 執行長皮查伊（Sundar Pichai）及共同創辦人布林（Sergey Brin）、群聯執行長潘建成、東元董事長邱純枝、光陽董事長柯勝峯、台銀董事長凌忠嫻等多位企業領袖，闡述公司經營策略以及對景氣預測，讓讀者透過訪談深入了解議題。

- （3）持續深耕半導體領域報導：113 年度記者分赴日本、歐洲、美國等地，採訪台積電日本廠落成、德國廠建廠狀況，並走訪捷克、波蘭等地正在成形的台灣半導體聚落，也專訪晶片戰爭作者米勒，探討台灣半導體產業優勢以及對地緣政治的影響。
- （4）強化與國際企業連結：113 年度赴美採訪英特爾、Google、Apple、Meta 等大廠重大會議活動，報導最新科技產品以及產業動向，凸顯本社掌握國際趨勢。
- （5）強化編輯記者職能：持續透過標題比較、新聞比報、監看，強化編輯台職能，提升新聞質量及發稿速度，並適時規劃專題，參與新聞獎項。

2. 綜合新聞工作

- （1）第 16 屆總統副總統暨立委選舉順利完成，地方記者分頭採訪候選人下鄉行程，以及各區域立委選舉造勢相關內容。
- （2）花蓮 4 月 3 日發生芮氏規模 7.2 地震，全台有感，即時報導地震各相關新聞，並強化地方記者人力調度。
- （3）台灣代表團在巴黎奧運表現精彩，總共摘下 2 金、5 銅的成績，寫下歷屆次佳紀錄。奧運舉辦過程中也發生拳擊女將林郁婷的性別風波，本社派出採訪團隊採訪奧運現場，第一時間報導最新賽況。
- （4）完整報導第 3 屆世界棒球 12 強賽，台灣隊在賽前不被看好的情況下，拿下史上第一座成人級一級賽事的冠軍，效力中

職統一獅的外野手陳傑憲表現出色，拿下打擊王及最有價值球員獎。

3. 外文新聞工作

- (1) 113 年度專訪多位外國重要人物，凸顯中央社影響力，包括前日本首相野田佳彥、聖文森總理龔薩福、AIT 處長谷立言、泰國駐台代表文那隆、印尼駐台代表艾吏福、芬蘭駐台代表羅瑞等人。
- (2) 重大、突發新聞掌握先短稿後長稿的原則，以增加被國際媒體引用次數，包括總統及立委選舉、花蓮強震、颱風死傷、台諾斷交、兩岸軍演及船隻事件、共諜案等重大新聞，獲路透社、美聯社、CNN、BBC、紐約時報、美國之音、德國之聲、NHK、朝日新聞等國際媒體廣泛採用。全年度英、日文新聞獲得國際新聞媒體署名引用約 1,930 則次。
- (3) 113 年度加強英、日文深度報導，包括奧運專題、無家者專題、520 人物特稿、人工生殖法修法專題，以及與瑞士公媒合作的民主專題系列。並推出多則獨家專訪稿，向外國讀者介紹台灣之光，包括拳擊手林郁婷、圍棋名將許皓鋐、變裝皇后妮妃雅等人，在社群成功創造話題。
- (4) 有效改善 FocusTaiwan 社群媒體經營策略，聚焦即時新聞圖卡、短影音、限時動態等，凸顯時效上的優勢。FocusTaiwan 英文臉書 113 年追蹤人數較前一年成長 9%，突破 20 萬人，社群 X 成長 5.8%，達 7.5 萬人，IG 成長 51%，達 1.2 萬人。日文社群 X 成長 8.7%，達 10 萬人，臉書成長 4.5%，達 3.6 萬人，IG 成長 12%，達 1,700 人。印尼文臉書追蹤人數為 4,000 人。113 年 FocusTaiwan 英文網流量較 112 年成長 10.4%，達 1,188 萬頁 (PV)，日文網流量成長 17.6%，達 579 萬頁，印尼網流量達 16.7 萬。
- (5) 113 年共發出 234 則英、日、印尼文影音，總觀看次數破 678 萬，影音則數較去年(11 則)成長 21 倍，觀看次數較去年(8.7 萬)成長 78 倍。其中，破 5000 次觀看共 91 則(含 58 則破萬次觀看)。其中，獨家訪問在花蓮地震挺身護嬰的護理師，

日文影音在社群 X 平台達 146 萬觀看次數，破外文中心紀錄。

- (6) 113 年 7 月推出印尼文新聞網站，運用 AI 輔助新聞產製，聚焦報導在台印尼移工和移民關注的新聞議題，11 月推出聽新聞功能，讓讀者能線上收聽印尼語播報新聞。

4. 國際暨兩岸新聞工作

- (1) 巴黎奧運於 2024 年 7 月~8 月登場，台灣隊收穫 2 金 5 銅共 7 面獎牌，由綜合中心體育人員主導，駐巴黎特派及特約配合周邊或賽事採訪，特別是報導文化部「文化奧運」系列活動，文稿照片及影音質量俱優，創造高流量。編譯組及各地特派亦配合發稿，報導各國選手精彩表現及奧運軼聞。
- (2) 2024 美國總統選舉於 11 月 5 日投開票，川普及共和黨在總統選舉及參、眾議院選舉獲勝。隨著川普內閣 2.0 就位，台海、中國議題；俄烏戰爭；美國對其他國家加徵關稅；川普政府規範外國晶片投資；驅逐非法移民等議題，所有駐美記者持續投入關注及報導，駐北京與上海記者也持續關注中國反應。
- (3) 美中台局勢面臨更多挑戰，2024 年台美都進行總統選舉，國際暨兩岸中心秉持一貫公正與深入原則，完整解析報導國際輿論如何解讀台灣選舉與美國選舉的內涵，駐美特派也在美國大選後撰發多則深入、精闢的美選分析稿，有助讀者了解美選結果意涵及對美台中關係、區域及全球政經的影響。
- (4) 美國與印太國家互動更趨緊密，駐東亞與南亞各地記者全面報導各國軍事演習，各地特派報導包括菲律賓、日本、澳洲等多國參與的聯合軍演，以及駐洛杉磯特派深入採訪兩年一度的環太平洋軍演，為日後同仁採訪環太軍演建立教戰守則。
- (5) 洛杉磯野火肆虐，災損慘重，駐洛杉磯特派前往重災區採訪，撰發多則文圖及影片。編譯組也即時、持續撰發災情報導及火勢惡化原因、災情及救災措施。
- (6) 韓國總統尹錫悅 12 月初突然宣布戒嚴令後又取消，駐首爾

特派及編譯組持續報導戒嚴令風波及後續國會彈劾、民眾抗議、尹錫悅陣營反應以及韓國政情變化。

5. 數位新聞工作

- (1) 持續精進社稿加值工作，靈活應用本社照片、外電照片及影音素材，豐富主網站內容；適時產製整理包、圖表、社群圖卡等多樣化報導型式，透過 FB、IG、LINE、電子報等平台宣傳推廣中央社新聞、提升流量。
- (2) 強化重大新聞照片隨採隨發時效，提供客戶即時及更高品質的影像產品，充實社內影像資料庫內容。
- (3) 配合國家通訊社任務及政府施政目標，完整記錄、報導政府政策內容的圖像影音與體育國際賽事，派任平面攝影記者支援社內各中心專題、出版專案拍攝。

6. 媒體實驗工作

- (1) 印尼文網站建置，於網站後台設置 AI 輔助翻譯功能。
- (2) 搭配淨零碳排網站建置，設計對話機器人，讓讀者可以與機器人對話互動，快速獲取淨零碳排相關知識與新聞。
- (3) 主網站後台即時共編平台自 113 年中開始規劃開發，預計 114 年 7 月進行測試。除即時共同編輯協作功能可加快編審流程，也將為編輯搭載更多 AI 輔助功能（如改錯字、自動配圖建議、影音轉逐字稿、自動摘要、新聞時間軸等）。
- (4) 持續發展 3D 呈現，提供讀者不同的數位敘事體驗。奧運專題「唐嘉鴻物理腦團隊的奧運奪金秘策」拍攝選手唐嘉鴻的招牌動作貓跳並製作 3D 模型，逐格解析，上線獲好評，並入圍卓越新聞獎敘事創新獎。11 月瞄準棒球 12 強賽熱潮，推出「怪物級投手暴增、球速天花板不斷衝破…火球盛世來臨？」成功吸引球迷目光。

7. 新聞學院工作

- (1) 藉由百年社慶機會，邀得 18 國、18 家外媒，24 人參加相關活動。同時計與 13 家國際媒體簽訂無償合作協議。

- (2) 建置並維運淨零專網，匯集國內外最新淨零趨勢訊息，提供系統性資訊，協助廠商與民眾獲得淨零新知。
- (3) 持續出版「全球中央」月刊，內容獲金鼎獎入圍肯定。

8. 資訊工作

- (1) 核心系統包括：中英日等主要網站以及 CNews 編審發、記者進稿系統等，順利完成上雲計畫，並搭配 CDN 服務提升網站承載能力，提供穩定的服務品質。面對 DDOS 攻擊，透過 GCP 後端快速的資源調配與防禦規則優化，有效阻擋，強化資安防禦，提升數位韌性。另透過建立 Active Directory(AD)來實現資料安全和高效管理。
- (2) 運用本社豐富的編採及出版專業，配合業務單位對外爭取專案，提高收益，包括每月出版《石油通訊》、中國生產力中心 SIIR 服務誌、5 月《曾貴海詩選》英西文翻譯集、11 月曾虛白先生新聞獎典禮手冊、12 月第十一屆《臺北學》成果彙編等代編案。及本社自行發行《全球中央》雜誌、出版《碳交易 28 堂課》、《中央社 100 年：自由永續之路》、《職人之路：26 個國手的故事》及《2025 世界年鑑》，擴大影響力。
- (3) 結合本社「歷史的今天」及「典藏照片」產品，自 112 年 2 月 21 日開始每日編寫「開箱老照片」，以圖文打響中央社影像空間知名度，建立老照片資料庫品牌。

9. 影音工作

- (1) 業務專案影片後製包裝剪輯共 61 支；年度內共完成 31 場串流直播作業。
- (2) Podcast 平台共製作 90 集，累積 9.6 萬次下載數。
- (3) YouTube 頻道所有影片累積觀看次數約 2200 萬次，相較去年提升 71%，頻道訂閱數共增加 4 萬人，相較去年提升 94%；直式短影音 Shorts 當年度共製作 147 支，共累積 312 萬觀看次數；社群貼文共製作 191 篇，累積共 474 萬次曝光。
- (4) 全球視野節目年度製作共 250 集，觀看次數約 54 萬次觀看。
- (5) 製作 SOT 及短影音共計逾 2000 則、自製 4 組新聞專題，並

配合新聞部製作 32 組專訪（題）。

10. 業務行銷工作

- (1) 新聞產品銷售：整體收入提升，成功爭取部分中小型新創媒體訂用本社新聞產品，惟產品獨特性及必需性仍有成長空間。
- (2) 爭取專案辦理：積極爭取公部門標案，並規劃專案，適時向企業提案。
- (3) 辦理百年社慶：陸續辦理系列活動包括百年風華攝影暨文物展、國際媒體論壇暨社慶酒會、邁向零碳永續新時代系列論壇(台北、台中、高雄場)，廣邀國內外貴賓共襄盛舉。
- (4) 增加廣告營收：113 年整體廣告收入 2,643 萬 1,420 元，較 112 年增加 298 萬元。持續規劃廣告套裝方案，紙本網路廣告搭配，爭取客戶預算。
- (5) 訊息服務收入提升：113 年訊息收入較前年增加近 580 萬元，成長率約 24.39%。持續洽談曝光通路並爭取新客戶，力求客戶數與收入同步持續成長。

(二) 是否符合原捐助章程及設立目的：是

(三) 原捐助目的是否已透過年度目標之達成而實現：是

(四) 財務收支情形：(如有財務短絀情形應說明原因，並應於「伍、策進作為」，填列策進作為)

113 年業務收入 594,620,472 元，業務外收入 23,413,100 元，總收入為 618,033,572 元；總支出 649,989,607 元，收支相抵計短絀 31,956,035 元，主要係勞務收入減少所致。

四、財團法人績效評估：

項次	年度 工作項目	目標值 (衡量指標)	達成度 (%)	辦理(執行)情形
1	辦理國內外新聞報導業務，服務大眾傳播媒體。			
1-1	主網站全年瀏覽頁數	155,550,000 日平均 425,000	100%	238,421,609 日平均 651,425

項次	年度 工作項目	目標值 (衡量指標)	達成度 (%)	辦理(執行)情形
1-2	外文網站全年 瀏覽頁數	14,600,000 日平均 40,000	100%	17,849,613 日平均 48,769
1-3	全年採用本社 新聞之客戶數	140 家	100%	141 家
1-4	全年採用本社 新聞照片之客 戶數	50 家	100%	60 家
1-5	全年採用本社 影音新聞之客 戶數	9 家	100%	12 家
1-6	國外採訪駐點	30 個	100%	34 個駐點(39 人)
1-7	全年重大、獨 家、領先新聞 則數	400 則	100%	928 則
1-8	攝影記者全年 發稿數	17,500 張	100%	27,055 張
1-9	影音專題數	6 個	100%	9 個
2	辦理國家對外新聞通訊業務，促進國際對我國之瞭解。			
2-1	國際新聞媒體 署名引用數	1,500 則次	100%	1,930 則次
3	加強與國際通訊社合作，增進國際新聞交流。			
3-1	與本社新聞交 流之國外(含大 陸)傳播機構數	20 個	100%	39 個
3-2	本社代理世界 各大通訊社新 聞及相關產品 之家數	10 家	100%	15 家
4	開展多元營運，提升競爭力，善盡媒體社會責任。			
4-1	全年自籌款比 率	35.56%	88%	31.45%

項次	年度 工作項目	目標值 (衡量指標)	達成度 (%)	辦理(執行)情形
4-2	內容平台、社內作業系統、專案開發及改版數	10 個	100%	11 個
4-3	篩選、典藏攝影記者未發稿數位照片	完成 105 年 7 月至 107 年 1 月底未發稿照片篩選、入庫(共計 20 個月)	100%	完成 105 年 7 月至 107 年 2 月底未發稿照片篩選、入庫(共計 21 個月)
4-4	各類出版品代編數	7 本	100%	10 本
4-5	綜合性及各種專業性之在職訓練場次	80 場	100%	111 場
4-6	凝聚同仁向心力、加強團隊精神之活動	4 場	100%	8 場
4-7	本社實習學生人數	25 人	100%	33 人
4-8	本社接待之學生及機關團體參訪活動	10 場	100%	12 場
4-9	本社舉辦之新聞獎學金、新聞競賽活動	3 場	100%	3 場

註 1：年度目標達成度：計算公式為實際值／目標值，最高以 100%計；可視實際執行情形，適度修正本表。

五、策進作為(針對年度目標達成度未達 80%及財務短絀者，應臚列待改進項目及策進作為)：

年度目標達成度均達 80%以上，惟針對本社 113 年財務短絀部分，未來，將努力開拓收入來源，爭取新聞業外收入，以國家通訊社之謹慎態度、國際優勢、新聞專業，持續朝企業提案、推廣各類產品以求爭取營收，達到自籌款目標。針對大型企業，

將積極提供客製化產品內容或承接委辦案，除了以增加社內收入為目的外，亦爭取本社能見度與知名度，讓民間企業更加認識與了解本社。

貳、業務督導單位綜合評估：(文化部填寫)

一、年度工作項目或目標達成情形、重要成果及策進作為之綜合評估說明：

本部針對中央社之營運，業依據「財團法人法」、「中央通訊社設置條例」及「文化部主管政府捐助之財團法人監督辦法」進行監督管理，經檢視其年度工作成果、財務管理、績效評估及行政管理等各方面工作項目、目標及重要成果，尚符合相關規定。

二、評估結果(1.良好、2.尚可、3.待改進)：1.良好。

三、其他建議：無。