

# 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：財團法人中央廣播電臺

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 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	年 度 補 助 金 額	年 度 委 辦 金 額	年 度 自 籌 金 額 比 率	年 度 總 收 入	年 度 總 支 出	年 度 餘 絀
86.9.19	49,660,600	4,443,628,521	100%	100%	450,420,000	24,273,712	13.76%	550,444,530	616,065,532	-65,621,002

註：

年度補(捐)助金額=文化部年度補助數 450,420,000 元。

自籌金額比率=【總收入數 550,444,530-政府年度補(捐)助金額 450,420,000-年  
度委辦金額 24,273,712】/總收入數 550,444,530=13.76%

### 三、財團法人整體運作情形：

#### (一) 年度重要成果說明：

##### 1. 「善用多語優勢、輸出台灣價值」

###### (1) 強化重大新聞及時事報導，向國際傳遞台灣重大訊息

- i. 2024 總統副總統及立法委員選舉相關報導，依選舉前中後三個階段完整而深入的報導分別有：針對 2024「新政局新挑戰」系列專題，計 7 集；專訪華府智庫分析台灣大選與美  
中台關係；訪問海外與香港民主人士觀察分析總統選後的中國對台策略，並製播系列報導，計 4 集；隨行採訪各黨總統候選人環台車掃及晚會行程，並於開票日進行開票影音實況轉播。選後，製作 40 集「選後兩岸情勢觀察」系列報導。
- ii. 首次爭取到奧運採訪證，以華語記者搭配法語特約主持人共同合作進行採訪。共發布 140 則新聞及 49 則影片。採訪賽事、運動員等訊息外，也報導駐法代表處及文化部所推出的文化奧運臺灣場相關訊息。YouTube 和 FB 上的影片觀看數，合計達 58 萬以上。
- iii. 強化內外部規範，以確保新聞和節目製播品質。本年度制訂「中央廣播電臺 AI 應用準則」、「選舉與公民投票新聞製播指引」2 項內部規範，做為各語新聞節目製作之守則。參與由無國界記者組織(Reporters Without Borders, RSF)發起之 JTI(Journalism Trust Initiative)認證，依該認證完成 18 個類別、130 項標準的自評作業，成為臺灣第一家公開發表「透明度報告」的媒體，代表央廣對新聞專業的堅持與公信力獲得國際公認及肯定。
- iv. 與國際媒體合作新聞報導，提供國際正確台灣訊息。憑藉多語新聞報導量能，透過合作，固定提供海外華文電臺（如加

拿大華僑之聲、德州中文台) 台灣新聞，落地播出；遇有重大事件時，則透過與國外媒體合作，提供即時在地的連線報導，如 403 花蓮大地震即與 12 家國外媒體合作進行報導。

(2) 積極參與國際事務及強化與國內外媒體及學術機構合作，擴大國際影響力量能，完成下列事項：

- i. 與國內 7 所大專院校簽署產學合作備忘錄，並根據各校特色規劃不同的合作方案，讓學生能夠接觸到最新的國際傳播實務，掌握全球傳播趨勢。
- ii. 匯集了國家安全與傳播領域的專家，獲得國發會經費補助，推出「媒體韌性學習資源雙語創新方案」。製作 32 支華英語課程影片、舉辦 2 場實體課程，並出版《解密中國：習近平統治下的共產黨與解放軍》手冊，為媒體從業者提供專業的報導指導。
- iii. 拜會立陶宛國家廣播電視臺 (LRT) 及歷史悠久的立陶宛通訊社 (ELTA) 並簽署合作協議，提供英語、俄語及烏克蘭語節目服務深化兩國民眾互動，同時提升 Rti 央廣在中歐的影響力，合作內容涵蓋新聞與資訊交換，共同對抗假訊息，並在人才培訓及媒體專業提升上，攜手合作。
- iv. 在國內，與原住民族廣播電臺 Alian96.3 攜手合作，規劃進行節目、新聞共享與共製，並合力推動東南亞地區的廣電交流，透過多語服務，將臺灣原住民族文化推向國際。
- v. 與馬來西亞 BFM 旗下中文數位財經平台《財今》合作，推動亞洲財經議題的討論，並針對共同感興趣的主題進行節目連線互訪，展現 Rti 央廣國際化的多元合作成果。
- vi. 與泰國 Asia Centre 簽署合作備忘錄，合作舉辦「數位安全講座」，進一步加深國際社會對臺灣的理解與支持。同時參與 Asia Centre 在曼谷舉行的第九屆國際研討會「Asia

Centre's 9th International Conference」，本次會議主題為《限縮的亞洲民主空間：抵抗與回擊》。Rti 央廣籌辦 2 場論壇，分別為：《跨越疆界與族群：撐民主》、《跨越疆界與族群：擴大多元與聲音》。兩場論壇彰顯了 Rti 央廣在推動民主、言論自由和多元文化方面的貢獻，體現作為公共媒體在國際舞臺上的重要角色，吸引超過 200 位來自各國政治代表、非政府組織、學術界及媒體界人士共同參與。

vii.5 月 7 日於我駐德國代表處的協助下，在德國柏林舉辦「全球動盪下的台灣策略」國際論壇，邀請熟悉台灣國際關係和經濟發展的專家以「翻頁：2024 全球大選年的國際新頁」為題，重點討論台灣政府如何應對全球變化的策略，以及國際社會如何在其全球議題中納入台灣。此外，第二場會議「聲音的力量：在國際舞台上彰顯台灣」，則帶與會者踏上音樂和聲音之旅，探討軟實力如何成為台灣與國際社會連接並促進世界各地不同社群之間理解的主要選擇，並討論如何傳遞現代台灣的多樣性和活力給世界各地的人們。出席貴賓包括來自媒體、學界、政界等逾 60 位關心台灣現況的人士及重要意見領袖，包括 AIB 國際廣播協會、德台協會、艾德諾基金會皆派代表出席，討論熱烈。

### (3) 擴大境內外語受眾服務

i. 承製內政部移民署委託「新住民心力量」廣播節目，每週製作 2 集節目於警察廣播電臺頻道和各個 Podcast 平臺播出，擴大對境內新住民的服務。

ii. 為深化境內外語聽友之連結，舉辦多項大型活動，包含：4 月 21 日「臺灣 Kartini 音樂節」、4 月 13 日舉辦俄羅斯語活動「細說紅樓夢」分享會、6 月 23 日泰語聽友見面會和首次電影欣賞會、8 月 28 日首次舉辦「臺阿座談會」，9 月

30 日接續推出全新阿拉伯語 Podcast 節目《Hello from Taiwan》。

- iii. 為拓展境外聽友服務，赴德國、日本舉辦聽友會，分別有：5 月赴德國柏林、奧德腦和維也納舉辦聽友會、在睽違五年後，9 月再度赴日本東京和大阪舉辦聽友會，更應福岡聽友之熱情請求，於 12 月 14 日在臺灣，舉辦一場與日本九州視訊連線聽友會。
- iv. 參與臺港經濟文化合作策進會主辦第二屆「2024 好友港節市集」，Rti 央廣粵語 Live Podcast 首次參展，央廣粵語攤位兩日總計互動、實體廣告觸及人次近 4,000 人，相關線上直播節目總觀看次數達 10,588 次。

#### (4) 辦理境內外語聽友意見調查

為更深入了解境內外語人口對於媒體近用的想法，了解對於訊息的實際需求，本年度以國內印、泰、越籍人士為對象，進行為期 2 個月的網路調查，共取得 2,844 份有效樣本，而其中高達七成五為 Rti 央廣受眾，超過九成九同意 Rti 央廣所提供的資訊，較其他管道，更為可信。

## 2. 「順應科技潮流、轉型新興傳媒」

### (1) 數位平臺營運成效：

- i. APP 留用數累計 61,875，較 112 年 51,478 成長 20%。
- ii. 官網 Podcast 點閱數達 783,790 次，較 112 年 584,707 增加 34.05%。
- iii. 新媒體用戶累計數達 633,909 人，較 112 年 538,571 年增加 17.70%

iv. 官網點閱數達 23,381,374 次<sup>1</sup>，較 112 年 16,904,518 增加 38.31%。

v. 網路廣播收聽數達 940,193 次，較 112 年 726,483 增加 29.42%。

(2) 全新聲音體驗，精選 3 語言節目合併宣傳收效

精選華語、德語及越南語三大語言 Podcast 節目，針對豐富多元的內容規劃社群行銷宣傳企劃，將收聽數前三名的熱門節目與潛力新星節目配對，透過主節目帶動新節目的曝光與提升影響力。組合包含：華語節目《這樣看中國》及《臺灣怎麼想？》、越南語節目《發現臺灣》及《跟著 Rti 去旅行》、德語節目《文化與社會》及《寶島之旅》。越南語節目《發現臺灣》播放數較 2023 年同期成長逾 1 倍，華語節目《這樣看中國》播放數更增加近 12 倍。此外，在「Rti Events 央廣情報讚」臉書粉專發布的宣傳貼文總觸及人數突破 87 萬。

(3) 特別企劃「Rti 央廣腦癢央短影音」系列短影音節目，合計製播近 300 支影片，上架 Facebook、YouTube 及 Instagram 等平臺，創造 1 千多萬的觀看流量。影片主題涵蓋國際時事、兩岸關係、民生政策、節慶習俗、文化觀點等，成功地透過社群平臺擴大觸及全球的年輕華語文使用族群，傳達臺灣現況並遏制假訊息傳播。

### 3. 「關注兩岸發展、報導真實中國」

(1) 製作「洞察中國」新聞影片，力遏認知作戰

獲得陸委會補助經費製作針對中國的社會脈動、經濟趨勢、政治與外交動向等主題節目，自 7 月起每週製作 4 集、每集

---

<sup>1</sup> 點閱數(網頁瀏覽數)之計算包括新聞、華語、外語及專題(含其他資訊頁面)等四大類，此處為四類之加總，年度 KPI 值則只計算前三類。

約 10 分鐘影片，在央廣官網和 Youtube 頻道播出，共計上架 96 支影片，3 千多萬曝光率及百萬觀看數。

(2) 中國相關專題及新聞製播：

製播中國新聞專題報導共 379 篇、採寫編輯中國與兩岸新聞共 3,610 則。

(3) 「洞察中國」數位典藏資料庫計畫：

i. 針對重大中國新聞與兩岸新聞，邀請台灣學者專家撰寫分析稿件，共計 235 篇。

ii. 為中國社會運動與民主抗爭留下紀錄，由香港及海外民運、維權、社運人士撰寫文稿，共計 460 篇。

iii. 「微信上的中國」系列報導 18 篇。

(4) 中國、兩岸相關議題節目廣播網頁點閱數：達 142,862 次，較 112 年 151,636 次，下降 5.79%。

(5) 中國、兩岸相關議題節目網路廣播收聽數：達 58,947 次，較 112 年 61,926 次，下降 4.81%。

(6) 中國大陸受眾互動數與網路線上客服

中國聽網友互動數 333,852 次，其中微博互動數為 327,614 次，較 112 年(總互動數 404,476 次、微博互動數 3,390,098 次)略減；傳統來信及收聽報告數達 2,219 件，亦較前一年度(2,577 封)略減。

(7) 中國、兩岸議題節目 Podcast 下載數：合計 75,597 次。

(8) 全年於微博平臺執行 12 次線上直播活動，直播內容類型多元，擴大中國大陸民眾對台灣之正確認識。

#### 4. 「創造附加價值、健全財務能力」

(1) 彙集各語主持人及海內聽友故事，出版《短波時代》專書，並於國內舉辦推廣宣傳活動。

- (2) 活化央廣各項資源，積極向民間業者及政府部門爭取服務收入，健全財務，自籌收入達 1 億 2 萬 4,530 元。
- (3) 配合國家推動關鍵基礎設施防護計畫，完成保二總隊警員進駐，並再次獲得關鍵基礎設施演習優等獎。
- (4) 活化國家廣播文物館，籌設常設展及舉辦活動，增加民眾對央廣角色與任務、國際廣播功能與必要性之了解，列舉本年度三大重要活動如下：
  - i. 「生聲不息」常設展，以二戰時期發射機水冷卻循環機組為主題，帶領民眾遨遊本館發展史，了解廣播與生活的關聯，學習水冷卻循環系統機組運作原理。
  - ii. 配合數位發展部數位產業署攜手嘉義縣政府導入 5G 數位應用，選定國家廣播文物館建置「虛實互動導覽」APP，以館內悠久歷史為背景，建立創新 AR 體驗，以「新」、「舊」科技融合為主題，讓參與者了解廣播歷史文化資訊同時，也能體驗最新科技技術魅力。
  - iii. 3 月參加由民間團體阮劇團主辦的「草草戲劇節」，成為戲劇節衛星場館之一，與民雄城鎮文化據點，特別規劃了講座、工作坊與專場演出，深化在地連結。
- (5) 參加國內外重要競賽獲獎：

全年新聞、華外語節目共計參加 12 個國內外競賽，入圍 37 個獎項，獲得 12 個獎項。較 112 年整體競賽數、入圍數和獲獎數(參加 11 個國內外競賽、入圍 23 個、獲獎 8 個)，總體成績均有提昇。

(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)：

1. 勞務收入決算數 7,440 萬 5,582 元，較預算數 7,054 萬 3,000 元，增加 386 萬 2,582 元，約 5.48%，主要係委辦收入增加所致。
2. 政府補助基本營運收入決算數 4 億 5,042 萬元，與預算數 4 億 5,042 萬元相同。
3. 財務收入決算數 2,435 萬 52 元，較預算數 2,706 萬元，減少 270 萬 9,948 元，約 10.01%，主要係租賃收入減少所致。
4. 其他業務外收入決算數 126 萬 8,896 元，較預算數 150 萬元，減少 23 萬 1,104 元，約 15.41%，主要係出售廢料收入等較預估減少所致。
5. 勞務成本決算數 4 億 8,667 萬 509 元，較預算數 5 億 1,784 萬 9,000 元，減少 3,117 萬 8,491 元，約 6.02%，主要係員額控管得宜，用人費用減少及折舊減少等所致。
6. 管理費用決算數 1 億 2,447 萬 8,053 元，較預算數 1 億 6,488 萬 7,000 元，減少 4,040 萬 8,947 元，約 24.51%，主要係員額控管得宜，用人費用減少及業務費摺節開支等所致。
7. 財務費用原無預算數，決算數 2 萬 8,710 元，主要係因本臺國際代播業務產生之收入，合約以新臺幣計價，發票開立日與實際收到款項時間不一，所產生之匯兌損失。
8. 其他業務外支出決算數 488 萬 8,260 元，較預算數 541 萬

元，減少 52 萬 1,740 元，約 9.64%，主要係資產報廢損失較預估減少所致。

9. 以上總收支相抵後，計短絀 6,562 萬 1,002 元，較預算短絀數 1 億 3,862 萬 3,000 元，減少短絀 7,300 萬 1,998 元，約 52.66%，主要係用人費用、折舊減少及業務費摺節開支等所致。

#### 四、財團法人績效評估：

1. 中央廣播電臺依據「中央廣播電臺設置條例」第四條，由董事會核定之「善用多語優勢、輸出台灣價值」、「順應科技潮流、轉型新興傳媒」、「關注兩岸發展、報導真實中國」、「創造附加價值、健全財務能力」等 4 大營運方針，並依各營運方針之屬性訂定年度 4 大工作目標。
2. 為衡量各工作目標之達成度，即依業務項目訂立相關衡量指標，合計 11 項指標。鑒於各類業務有其主、從性，即依此分配該項指標於目標達成之貢獻度權重，以反應各業務之成效。

主管部會	財團法人	年度工作目標	績效指標	113 年達成情形			說明
				目標值	指標權重	達成情形	
文化部	財團法人中央廣播電臺	善用多語優勢，輸出台灣價值	1. 各語節目之受眾回應	≥ 90%	15%	80.8%	目標值： 傳統&電子來信數： 目標值：37,000 筆 達成值：31,626  社群媒體經營成果數： 目標值：5,120,000 次 達成值：3,971,315  公共信件回覆率及回覆時效： 目標值：100% 達成值：100%

主管部會	財團法人	年度工作目標	績效指標	113年達成情形			說明
				目標值	指標權重	達成情形	
			2.各語相關組織之連結與經營	≥90%	10%	100%	目標值： 國內外該語言之公民營組織合作數： 目標值：27單位。 達成值：38 外語境內聽友拓展數： 目標值：800人次 達成值：3,594人次 國內外各語言之社群媒體合作及網路直接合作數： 目標值：13場 達成值：24場
		順應科技潮流、轉型新興傳媒	3.數位平台營運	≥90%	10%	99%	目標值： Podcast行銷成效(播放數)： 目標值：508,000。 達成值：791,134 社群行銷企劃製作數： 目標值：10檔。 達成值：10檔 黏著度： 目標值：118秒。 達成值：206秒 網站流量： 目標值： 15,100,000。 達成值：21,925,028 網站點聽： 目標值：710,000。 達成值：940,193

主管部會	財團法人	年度工作目標	績效指標	113年達成情形			說明
				目標值	指標權重	達成情形	
			4.播音系統營運	≥90%	10%	96.8%	目標值： 設備更新維護 目標值：62項。 達成值：60項
			5.資訊安全、作業流程及設備數位化	≥90%	10%	96.7%	目標值： 資訊系統運作穩定度： 目標值：99.54% 達成值：99.86% 資訊安全達成數： 目標值：15項。 達成值：17項。
		關注兩岸發展、報導真實中國	6.中國、兩岸議題節目回應	≥90%	20%	99.0%	目標值： 中國、兩岸相關專題製播數： 目標值：300則 達成值：429則 中國、兩岸相關議題廣播節目網頁點閱數： 目標值：每年62,000人次。 達成值：60,537人次 中國、兩岸議題節目網路廣播收聽數： 目標值：每年60,000人次。 達成值：58,947人次 中國、兩岸議題節目之受眾互動暨社群媒體經營成果： 目標值：360,000 達成值：414,135 中國兩案議題節目Podcast下載數 目標值：60,000

主管部會	財團法人	年度工作目標	績效指標	113年達成情形			說明
				目標值	指標權重	達成情形	
							達成值：75,597
	創造附加價值、健全財務能力	7.品牌宣傳	≥90%	5%	95.5%	媒體發稿暨新聞露出價值(PRValue) 目標值：26,400,000 達成值：35,285,150	
國內活動觸及人次 目標值：48,096 人次 達成值：52,100 人次							
社群互動數 目標值：38,600。 達成值：37,768							
		8.國際影響力	≥90%	5%	98.9%	目標值： 國內單位合作交流數： 目標值：65 個單位 達成值：91 個單位	
						海外活動觸及人次： 目標值：750 人次 達成值：733 人次	
		9.人員、財產法規優化	≥90%	5%	100%	目標值： 1. 內部教育訓練出席率 目標值：預計達90%。 達成值：≥90% 2. 外部專業訓練	

主管部會	財團法人	年度工作目標	績效指標	113年達成情形			說明
				目標值	指標權重	達成情形	
							<p><u>目標值</u>：預計達成率 90%。 <u>達成值</u>：100%</p> <p>3. 總務法規修正 <u>目標值</u>：≥90%。 <u>達成值</u>：100%</p> <p>4. 設備教育訓練 <u>目標值</u>：達 172 人次 <u>達成值</u>：175 人</p>
			10. 財務收支	≥90%	5%	100%	<p>目標值：</p> <p>1. 以 113 年度年初已簽約專案總額新臺幣 8,200 萬元為基準，預期再增創 10.0%(約 820 萬) <u>目標值</u>：≥ <u>8,200,000</u> 達成值： 8,571,236</p> <p>2. 113 年短絀金額目標 ≤\$138,623,000 達成值： 65,621,002</p>
			11. 落實內控內稽風險管理	≥90%	5%	100%	<p>目標值：</p> <p>各作業循環正確率達 ≥90%。 達成值：100% 抽查無缺失項數 56/ 抽查數 56=100%</p>

註 1.年度目標依央廣於 113 年預算書所提之四大營運方針而設，各項目標之達成情形則依各計畫之工作內容設定對應之績效指標。

註 2.鑒於各項績效指標於目標達成之貢獻度有所差異，因此針對各項績效指標設定其權重數。有關目標達成情形之計算公式如下：

目標 1 成效 = { 績效指標 1-1 達成率 [ (目標值/達成值) % ] \* 績效指標 1-1 之權重 } + { 績效指標 1-2 達成率 [ (目標值/達成值) % ] \* 績效指標 1-2 之權重 } + { 績效指標 1-3 達成率 [ (目標值/達成值) % ] \* 績效指標 1-3 之權重 } + { 績效指標 1-4 達成率 [ (目標值/達成值) % ] \* 績效指標 1-4 之權重 } + { 績效指標 1-5 達成率 [ (目標值/達成值) % ] \* 績效指標 1-5 之權重 } (其他目標達成度，以此公式類推計算)

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）：

項次	待改進項目	策進作為
1	財務短絀--加強開源措施	<p>有關財務改善作為，央廣除了持續積極厲行各項節流措施外，在開源方面，將善用本臺擁有 20 種語言團隊之優勢，搭配影音團隊製播多語言、跨媒體之優質廣播及影音節目，尋求國內民間企業合作，爭取跨平台授權收益。</p> <p>此外，也將利用央廣臺本部、各分臺及微波站等既有之空間設備，洽尋公民營事業機關合作，多元運用央廣硬體資源及土地空間。</p> <p>積極爭取中央政府各單位及各縣市地方政府委辦業務，除維持現有陸委會、勞動部、外交部、移民署、民主基金會、中華郵政等委辦業務外，亦朝爭取行政院、僑委會、農業部、教育部、交通部觀光署及各縣市地方政府合作，以及向民間企業尋求贊助。期盼在政府補助預算之外，積極爭取各種可能之創收，降低對政府財政依存度。</p>

## 貳、業務督導單位綜合評估：

### 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：

(一) 113 年度訂有 4 項年度工作目標 11 項績效指標，其中除「工作目標：善用多語優勢，輸出台灣價值」之績效指標「各語節目之受眾回應」略低於目標值(目標值 $\geq$  90%、達成情形 80.8%)外，其餘均達成所訂目標值。

(二) 央廣 113 年辦理內控制度年度自評與委外稽核，及定期向董事會陳報稽核結果及分析改善報告與制度檢討，於績效指標「落實內控內稽風險管理」達成所訂目標值，各作業循環正確率為 100%，後續仍有待央廣各層級人員切實落實辦理。

(三) 綜上，央廣整體達成值為 94.35%，達合格基準 80%以上。

### 二、評估結果 (1.良好、2.尚可、3.待改進)：1.良好。

三、其他建議：在財務收支方面，仍請央廣加強開源措施減少財務短絀，積極爭取各種可能之創收，提升年度自籌金額比率。