

107 年度文化部主管政府捐助之財團法人

績效評估報告

108 年 4 月 16 日核定

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	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
85 年 9 月 4 日	1000 萬	1000 萬	100%	100%	286,462,533	47,645,694	48.79%	652,476,466	505,354,154	147,122,312

三、財團法人整體運作情形：

(一) 107 年度重要成果說明：

1. 政經新聞工作

(1) 多元報導、分析政府各項新政策，包括年金改革、勞基法修正、前瞻基礎建設、五缺解決方案、加速投資台灣方案，促進轉型正義條例、空氣污染法修正、公投法修正等。

(2) 隨行採訪總統蔡英文「英捷專案」中美洲四友邦之旅以及「永續南島，攜手共好」太平洋友邦之旅，各發出近百則的新聞與照片。

(3) 專訪國家元首及政府重要官員、企業知名人士，凸顯本社影響力：包括總統蔡英文、行政院長賴清德、行政院副院長施

俊吉、內政部長徐國勇、外交部長吳釗燮、財政部長蘇建榮等政府首長；美國在台協會辦事處處長梅健華等駐台使節，以及誠品董事長吳旻潔等企業界人士。

- (4) 製作專題，深入報導重要政策與議題：如離岸風電、APG 洗錢防制評鑑、看懂純網銀、福衛五號升空、公投法上路亂象等。
- (5) 參加新聞獎獲肯定：「有線電視的機會與挑戰」專題，獲 107 年度消費者權益報導獎平面獎項特優；「499 之亂誰是贏家？」，獲同獎項平面媒體類平日報導獎；深度採訪離岸風電相關議題，撰發「向海借地以風為電，離岸風電的機會與挑戰」專題，獲現代財經新聞獎報紙類優勝。

2. 綜合新聞工作

- (1) 規劃世界盃專案，並與數位新聞中心合作推出世界盃足球賽專網，完整呈現世界盃賽事內容。
- (2) 派員採訪雅加達亞運，即時報導中華隊選手的出色表現。
- (3) 與政經新聞中心及數位新聞中心合作完成九合一選舉相關新聞內容規畫與採訪、專訪等。
- (4) 推出「文化+雙週報」，強化本社在文化新聞的影響力。

3. 外文新聞工作

- (1) 國際媒體採用本社外文新聞報導則數成長。美聯社及路透社採用本社報導，融入相關報導再發稿供全世界媒體訂戶使用的最為明顯例證。在地緣區域方面，香港南華早報、東京日本時報、新加坡海峽時報，也經常引述報導本社有關政治和外交事務的重大新聞。此外，西班牙埃菲社、彭博社、美國有線電視新聞網、衛報等媒體亦常引述採用本社新聞報導。建立本社在國際新聞有關台灣事務報導的堅實地位，新聞交流成效顯著。
- (2) 本社報導蔡總統推崇已故美國參議員馬侃在美國政界聲望崇隆，與台灣有深厚情誼。該則報導因美聯社轉發，被引述採用計 105 次。美聯社並明確指出，消息來源是台灣的「官方

通訊社」，蔡總統為「台灣總統」。此為本社對國際報導，強化台灣在全球事務能見度，並於國際舞台展現的實際例證之一。

4. 國際暨兩岸新聞工作

- (1)「搶救低薪大作戰」專題動員亞洲各地特派員，報導全球化下各國低薪狀況，以圖表與數字分析各國青年低薪現況及政府策略，報導引起各媒體跟進討論，爭相報導。「台灣不想要的名聲」首度在海外專訪因涉電信被外國警察逮捕的台灣青年，報導同樣吸引電視媒體跟進。
- (2)重大國際事件不缺席，接連派遣特派記者與駐地記者共同採訪板門店文金會與新加坡川金會，加上編譯組配合稿件，駐地記者加支援人手，報導快速、完整、翔實。
- (3)「2018 世足賽」專題與數位新聞中心、綜合新聞中心攜手製作，並動員歐洲、俄羅斯、美洲與東北亞特派員報導，除了賽程與賽果外，呈現各國球迷多樣化反應與足球運動文化，網頁生動吸引許多讀者。
- (4)重大國際災難優先報導海外台灣人狀況，包括印尼地震、海嘯與日本地震等重大天災，直接派員第一線採訪，並即時提供海外台人旅客狀況及海外駐處行動。
- (5)中國非洲豬瘟疫情蔓延，動員北京、上海與香港特派，快速掌握疫情動態與中方反應，提供第一手資訊。除了中國大陸，駐越南與東南亞記者也高度警戒，即時報導越南疫情擴散，台商反應等。
- (6)美中貿易戰擴大，駐華府與北京記者聯手報導兩強相爭第一手資訊，駐多倫多記者也完全投入華為財務長孟晚舟被捕事件，滾動式報導提高事件的衝擊性與張力。
- (7)恢復土耳其安卡拉駐點，報導中東、南歐與北非等地重要新聞。

5. 數位新聞工作

- (1)主網站改版 9 月底上線，App 同步改版，版面更清爽簡潔，

並加強接頁功能，拉長讀者停留時間。響應式設計解決多螢閱讀障礙的問題，且更利於網站與 App 的更新。

- (2) 運用卡片模板製作多組卡片新聞專題，包括挺「平權」或挺「愛家」公投 拚完連署然後呢、我家不是我家 過度觀光燒起歐洲人心中那把火，以及塑膠吸管為什麼不能回收等專題，切合時事，透過卡片快速、清楚解釋相關資訊，頗受好評。
- (3) 資訊圖表與社群圖卡進化，例如宣導非洲豬瘟、公投怎麼投、流感疫苗、颱風假與選舉假加班費的資訊圖表，都在社群上廣獲分享與好評；更率先推出英語、越南語、泰語、印尼語等多語言非洲豬瘟防疫宣導版本。
- (4) 花蓮震災發生後，攝影記者火速趕赴現場拍回多面向的照片、即時影音，以空拍機拍攝的雲門翠堤大樓現場影片更成為成功大學 3D 解析的影像來源，有助於各界了解地震損害情形及搶救方向。
- (5) 與媒體實驗室合作，製作多項運用創新形式呈現的大型專題，包括川金會互動對話聊天室、利用台灣金牌選手故事與歷來得牌互動圖表的亞運特輯、回顧限塑政策 16 年的數據型專題，以及與政經、綜合兩中心合作完成的九合一專題，其中九合一選舉專題的村里得票地圖，更引發大量討論與迴響。

6. 資訊工作

- (1) 打造數位匯流整合服務，完成主網站改版、次網頁 5 個平台整合改版，建置世足賽專網、文化+網站以及電子書城，提供使用者和客戶更便捷服務。
- (2) 改善核心作業系統功能與流程，新增 CNews 多圖文進稿、圖文配對、關鍵字建置，開發跨平台跨瀏覽器的簡易版影音網頁進稿系統；翻新多項辦公室自動化系統 (OA) 程式功能，大幅簡化操作同仁作業流程；並汰換 195 台老舊電腦、更新主機虛擬化版本，提升工作效率、強化資安。
- (3) 發揮本社國際新聞優勢，《全球中央》深入解析川普施政、習近平時代、法國新政局、俄國總統選情等國際時事，推出人工智慧、東南亞崛起、實驗大學、美中科技對決、新共居時

代等 24 個封面故事與專題，並強化知性、實用性文章，增闢「背包筆記」旅遊單元及英文〈多益全球職場通〉單元。

- (4) 運用本社新聞專業，承接《石油通訊》月刊代編、桃園市政府青年事務局《看見夢想的力量》專書代編，品質獲客戶肯定。
- (5) 完成文化部老照片數位典藏案，提交 20 萬張 Tiff 檔高品質的數位照片；執行文化部國家文化記憶庫案，透過跨部門合作，以本社老照片內容，重新考證編寫相片詮釋資料，撰寫主題故事及製作影音。

7. 影音工作

- (1) 設計直播架構，自行組建系統於九合一大選做 3 個現場直播，並提供社內平台露出。
- (2) 基於社內海外特派新聞影音新聞呈現，突顯本社海外駐點優勢，積極協助影音教育訓練，提升特派員須具備播稿能力。
- (3) 善用本社與國際通訊社交流合作所取得的國際新聞影片資源，編輯製播重點國際新聞，突顯本社國際新聞優勢。
- (4) 協助製作文化部國家文化記憶庫、國發會就業金卡等專案，從各種不同型態任務中學習更多影音製作技能。

8. 業務行銷工作

- (1) 提升廣告收入：強化直客廣告爭取。聯播廣告部分，全面檢視並調整與廣告機制廠商之合作版位與廣告型態，引進新廠商或廣告模式。網路及雜誌廣告部分，規劃配套銷售或優惠方案，吸引企業長期刊登。
- (2) 維持新聞產品收入：因應新媒體成長趨緩，傳統客戶持續式微，維持新聞收入成為一大課題。107 年度主要在維持新聞收入，並視市場需求調整產品價格或銷售方式。
- (3) 提升專案收入占比：全力衝刺爭取專案收入，專人定期瀏覽政府採購網，評估可承接標案；同時主動出擊，規劃政府單位或企業提案。
- (4) 次網頁改版：整合各主題次網頁，重新規劃版面、強化內容，

並結合各項提案規劃，爭取收入。

(5) 辦理「我是海外特派員」活動：首次規劃辦理「我是海外特派員」活動，獲各界廣泛迴響，總計 107 年度校園巡迴全台 34 所大專院校觸及約 2,400 位學生，並辦理北、中、南 3 場培訓營，約 270 位學生參與。其中，開訓典禮邀請時任行政院長賴清德出席、成果分享會邀請副總統陳建仁參與。

(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)

107 年業務收入 478,313,426 元，業務外收入 174,163,040 元，總收入為 652,476,466 元；總支出 505,354,154 元，收支相抵計賸餘 147,122,312 元。

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	578,000,000 日平均 1,600,000	100%	1,097,816,594 日平均 3,007,717
1-2	外文網站年瀏覽頁數	145,000,000 日平均 395,700	100%	175,469,389 日平均 480,738
1-3	全年採用本社新聞之客戶數	100 家	100%	113 家
1-4	全年採用本社新聞照片之客戶數	50 家	100%	56 家
1-5	全年採用本社影音新聞之客戶數	9 家	100%	10 家
1-6	國外採訪駐點	27 個	100%	27 個

項次	年度 工作項目	目標值 (衡量指標)	達成度 (%)	辦理(執行)情形
1-7	全年重大、獨家、領先新聞則數	100 則	100%	105 則
1-8	攝影記者全年發稿獲媒體採用數	5,000 張	100%	6,220 張
1-9	影音專題數	6 個	100%	10 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	外文新聞網站發稿量	17,650 則 日平均 48 則	84%	14,873 則 日平均 40.75 則
2-2	僑委會統計之全球採用本社新聞之華文媒體數	45 家	100%	54 家
2-3	國外華文客戶滿意度	90%	100%	97.43%
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	30 個	100%	56 個
3-2	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%	10 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	39%	100%	48.79%
4-2	內容平台、社內作業系統、專案開發及改版數	9 個	100%	10 個
4-3	老照片數位化張數	20 萬張	100%	201,074 張

項次	年度 工作項目	目標值 (衡量指標)	達成度 (%)	辦理(執行)情形
4-4	綜合性及各種 專業性之在職 訓練場次	80 場	100%	122 場
4-5	凝聚同仁向心 力、加強團隊精 神之活動	4 場	100%	6 場
4-6	本社實習學生 人數	45 人	100%	45 人
4-7	本社接待之學 生及機關團體 參訪活動	10 場	100%	16 場
4-8	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 84%以上，且無財務短絀情形。

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：

本司針對中央社之營運，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