

108 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	108 年度補助金額	108 年度委辦金額	108 年度自籌金額比率	108 年度總收入	108 年度總支出	108 年度餘絀
85 年 9 月 4 日	10,000,000	10,000,000	100%	100%	318,146,000	58,009,567	31.33%	547,760,955	525,722,217	22,038,738

318,146,000 元=捐助 310,046,000 元+數位典藏補助 3,400,000 元+海外特派員補助 1,500,000 元+AI 人臉辨識 3,200,000 元

三、財團法人整體運作情形：

(一) 108 年度重要成果說明：

1. 政經新聞工作

- (1) 秉持正確、領先、客觀、翔實原則，報導 2020 總統、立委大選相關新聞，並與綜合新聞中心及數位新聞中心合作完成大選專網。
- (2) 以「美中貿易戰火下台商—從台灣到越南」獲得「財經新聞報導獎—報紙類」首獎；以「數位匯流掀眼球爭奪戰 消費者

剪線潮下的生機」、「OTT 數位經濟浪潮來襲—消費者拿回收視主動權」，分獲平日報導獎、專題報導獎佳作。

- (3) 重大新聞加強人物及分析稿，藉此強化記者採寫技巧，整體採寫水準提升。
- (4) 改善編輯台編校流程，透過主管依編輯職能派稿並追蹤，編輯被反覆要求改標，藉由工作訓練提升編輯台改稿下標能力。
- (5) 強化編輯台新聞發稿能力，包括臉書貼文改寫、短稿撰發等，減輕記者負擔，並強化時效性。

2. 綜合新聞工作

- (1) 2020 東京奧運，各國備戰，強化報導台灣選手選拔培訓，以及在奧運會前各項賽事中表現。並在奧運前推出包括影音與照片、圖表的專題。
- (2) 出版文化+週報，深度報導各項文化議題，由綜合新聞中心地方組、國際暨兩岸新聞中心駐外人員合作，挖掘各地及各國的文化議題，強化文化新聞報導。
- (3) 多元開發地方風土民情、人文關懷、山川水文、節慶、歷史、旅遊等軟性新聞，並適時以專題方式呈現。

3. 外文新聞工作

- (1) 落實「辦理國家對外新聞通訊業務，促進國際對我國之瞭解」法定任務，處理即時及重大新聞，均獲國際主要媒體採用，外文新聞已成為國際社會瞭解台灣現況以及重大消息的主要管道。
- (2) 強化 Focus Taiwan 英文網站等外文新聞報導。完成英文網站改版，加強與網路使用者的互動。
- (3) 強化外文新聞服務品質。加強社群媒體的經營，拉近與網路使用者的距離。
- (4) 加強外文人才培訓，並開放大學外文及新聞等科系學生實習，108 年度達 14 人次。

4. 國際暨兩岸新聞工作

- (1) 美中貿易戰、川普彈劾案、美國售台 F-16V 戰機、英國國會改選、印尼與印度大選、日本新皇室即位等要聞，均提供新聞解讀、歷史沿革與圖表說明，新聞報導趨向議題與多媒體式完整呈現。
- (2) 各組人員均熟悉圖片、影音及圖表產製需要及程序，文字報導與上述內容配合，採訪及編譯人員間協調均較過往熟練。夜間人員亦能支援較複雜的新聞呈現，如配圖及修正等。新聞圖片、影音連結比例較去年顯著提升，重要與具代表性影像來源增加，網頁重大新聞可讀性與話題性明顯提高。
- (3) 人員熟悉主要國際兩岸新聞來源與搜尋方向，報導貼近輿論需求，帶動議題與後續跟進。來源除主要大型媒體，擴大至獨立及網路媒體來源，廣度顯著提升。駐外記者掌握駐地及區域大事，如香港反送中、中南海權力變化、英國脫歐、法國社會運動等重要議題，適時提供觀察分析，維繫高端讀者。
- (4) 突發事件如紐西蘭槍擊案、加州地震與美國副總統彭斯政策性演說等，不分時段採滾動式報導，與數位人員完整配合，國際兩岸新聞流量與點閱無須羶腥色也能創造領先讀者群，新聞包含圖表、影像及分析為必要 SOP，駐外記者親自採訪要聞，並提供影像。

5. 數位新聞工作

- (1) 開發 LINE 機器人，擴大嵌入社群貼文、影音素材之能量，節省人力作業，並豐富社稿加值素材。
- (2) 與資訊中心協力完成 AMP 網頁後，搜尋導流效益提升，主網站掌握熱門議題，在世界 12 強棒球賽期間，統整賽程預告、戰績、直播、賽事精華，並於中華隊賽事提供文字直播，獲得大量搜尋連入。另外，循例整理且長期深受讀者信賴的統一發票、颱風停班停課、跨年活動懶人包等，也持續提供讀者最即時、最正確的資訊。
- (3) 優化卡片新聞專題、資訊圖表、新聞視覺化呈現，快速針對委內瑞拉政局、亞馬遜森林大火、泰國簽證新制等議題推出一次看懂整理；香港反送中事件發展以時間軸呈現，即時製

作理工大學衝突地圖；以視覺媒材輔助報導，讓讀者更貼近新聞現場。

- (4) 攝影記者擴大打擊區，除了廣泛嘗試不同角度的新聞照片，也開始以文字、現場側記把攝影記者眼中的氛圍帶給讀者，獲得廣泛迴響，在同業圈贏得讚許。

6. 資訊工作

- (1) 提升老照片品質與深化詮釋資料，執行 108 年國家文化記憶庫及新聞照片數位典藏專案，完成 20 萬張底片高解析度數位化及 8,860 筆詮釋資料，為歷史資料數位化貢獻心力。
- (2) 代編國家人權博物館《杜鵑山的迴旋曲》中文、日文版及《轉型正義之路》專書，展現本社新聞專業與外文長才，深獲客戶肯定。
- (3) 集結文化+團隊精心採訪的「台語進行式」單元，與印刻合作出版《做伙走台步》新書，透過林強、澎恰恰等 24 篇動人故事，為我們生長的土地，豐富母語的高度，展開更多樣的層次，新書獲行政院長蘇貞昌於臉書專文大力推薦。
- (4) 完成主網站 AMP 版本、SEO 優化以及主網站推文系統，大幅提升主網站搜尋流量與 Alexa 排名。開發影音進稿系統跨瀏覽器版本、CNews 文字照片雙看板功能、CNews 及主網站關鍵字功能，提供同仁更便利服務。
- (5) 完成異地機房防火牆汰換，將異地機房對外服務主機獨立成一安全防護區塊，有效防禦阻擋對岸網軍攻擊，增進整體安全防護能力。

7. 影音工作

- (1) 「我是海外特派員」影音教育訓練：入選學員接受一般影音訓練，其中獲選 4 人再經密集訓練，分赴海外駐點實習，期間傳回駐地影音新聞，協助新聞製播。
- (2) 新增動態圖表影片製作能力，如近年總統立委大選重要數據回顧，中美貿易戰重點等均嘗試以動畫形式呈現，吸引年輕讀者關注；曾虛白先生新聞獎 promo 影片以動畫呈現，突顯

現今部分社群媒體傳播新聞虛假問題嚴重。

- (3) 新增台灣大車隊新聞影片露出平台，突顯海外特派採訪國際重大事件的第一手報導。
- (4) 配合國家專題，赴日本東京採訪東京都知事小池百合子等重要官員，搶先報導 2020 東京奧運倒數一週年，東京都的籌備狀況和規劃企圖。並與華視新聞合作露出專題，落實公廣集團媒體合作。
- (5) 如期完成執行文化部文化記憶庫、中油查德案、國發會就業金卡等多項專案，及新聞部九二一地震 20 年、六四事件及美麗島事件等新聞專題，亦同步提升同仁規劃採訪製作能力。

8. 業務行銷工作

- (1) 強化專案收入占比：持續以專案多元化方式經營，108 年度開發專案如承接重要部會外文網站維運，突顯國際化及外語專業之強項、多項出版業務，如代編（政府刊物/書籍出版、海外影像紀實）、新聞活動專案（如陸委會和平工作坊、兩岸青年公民新聞營、台達媒體沙龍講座）等。
 - (2) 強化《全球中央》月刊廣告與發行：廣告部分持續推廣套案優惠，爭取客戶購買。另規劃公益贈閱方案，邀請認同理念的企業機構共襄盛舉，提供給各地國、高中學生、地方圖書館、社福機構等，不僅提升發行量，同時有效增進國人國際觀及鼓勵閱讀。
 - (3) 提升地方業務：聯繫、拜訪地方公私單位，主動提案或推廣出版品，爭取預算。多個地方政府皆已同意採購出版品《做伙走台步》，作為推廣台語文閱讀之書籍。
 - (4) 持續辦理「我是海外特派員」校園活動：辦理第 3 屆「我是海外特派員」活動，除深耕校園外，並彰顯在新聞專業、國家通訊社定位之重要性。廣邀企業共襄盛舉贊助活動經費，並爭取政府單位補助，以負擔活動成本。
- (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)

108年業務收入521,305,073元,業務外收入26,455,882元,總收入為547,760,955元;總支出525,722,217元,收支相抵計賸餘22,038,738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	695,000,000 日平均1,850,000	100%	774,665,141 日平均 2,122,370
1-2	外文網站年瀏覽頁數	155,000,000 日平均424,657	100%	188,632,063 日平均516,800
1-3	全年採用本社新聞之客戶數	100家	100%	110家
1-4	全年採用本社新聞照片之客戶數	50家	100%	58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	28個	96%	27個
1-7	全年重大、獨家、領先新聞則數	100則	100%	271則
1-8	攝影記者全年發稿數	16,000張	100%	19,030張
1-9	影音專題數	6個	100%	8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	900則次	100%	1,190則次

項次	年度 工作項目	目標值 (衡量指標)	達成度 (%)	辦理(執行)情形
2-2	僑委會統計之 全球採用本社 新聞之華文媒 體數	45 家	84%	38 家
2-3	國外華文客戶 滿意度	90%	100%	98%
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%	34 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%	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	36.86%	85%	31.33%
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	老照片數位化 張數	20 萬張	100%	201,125 張
4-4	各類出版品代 編數	5 個	100%	6 個
4-5	綜合性及各種 專業性之在職 訓練場次	80 場	100%	86 場
4-6	凝聚同仁向心 力、加強團隊精 神之活動	4 場	100%	5 場
4-7	本社實習學生 人數	45 人	100%	50 人
4-8	本社接待之學 生及機關團體	10 場	100%	20 場

項次	年度 工作項目	目標值 (衡量指標)	達成度 (%)	辦理(執行)情形
	參訪活動			
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