

財團法人中央通訊社

總說明

中華民國 111 年度

壹、概況

一、設立依據

本社係依總統 85 年 1 月 17 日華總字 8500013980 號公布之『中央通訊社設置條例』設立，同年 7 月 1 日組成董、監事會開始運作，並於 8 月 1 日由前行政院新聞局核准設立，而以中央政府捐助新臺幣 1,000 萬元為創立基金，9 月 4 日辦妥法人登記。

二、設立目的

- (一) 辦理國內外新聞報導業務，服務大眾傳播媒體。
- (二) 辦理國家對外新聞通訊業務，促進國際對我國之瞭解。
- (三) 加強與國際新聞通訊社合作，增進國際新聞交流。

三、組織概況

(一) 依設置條例第五條規定，本社設董事會，置董事 9 人至 15 人，其中 1 人為董事長，均由行政院院長就下列人員遴聘之：

- (1) 對大眾傳播富有研究之專家、學者。
- (2) 大眾傳播事業人員。
- (3) 社會公正人士。

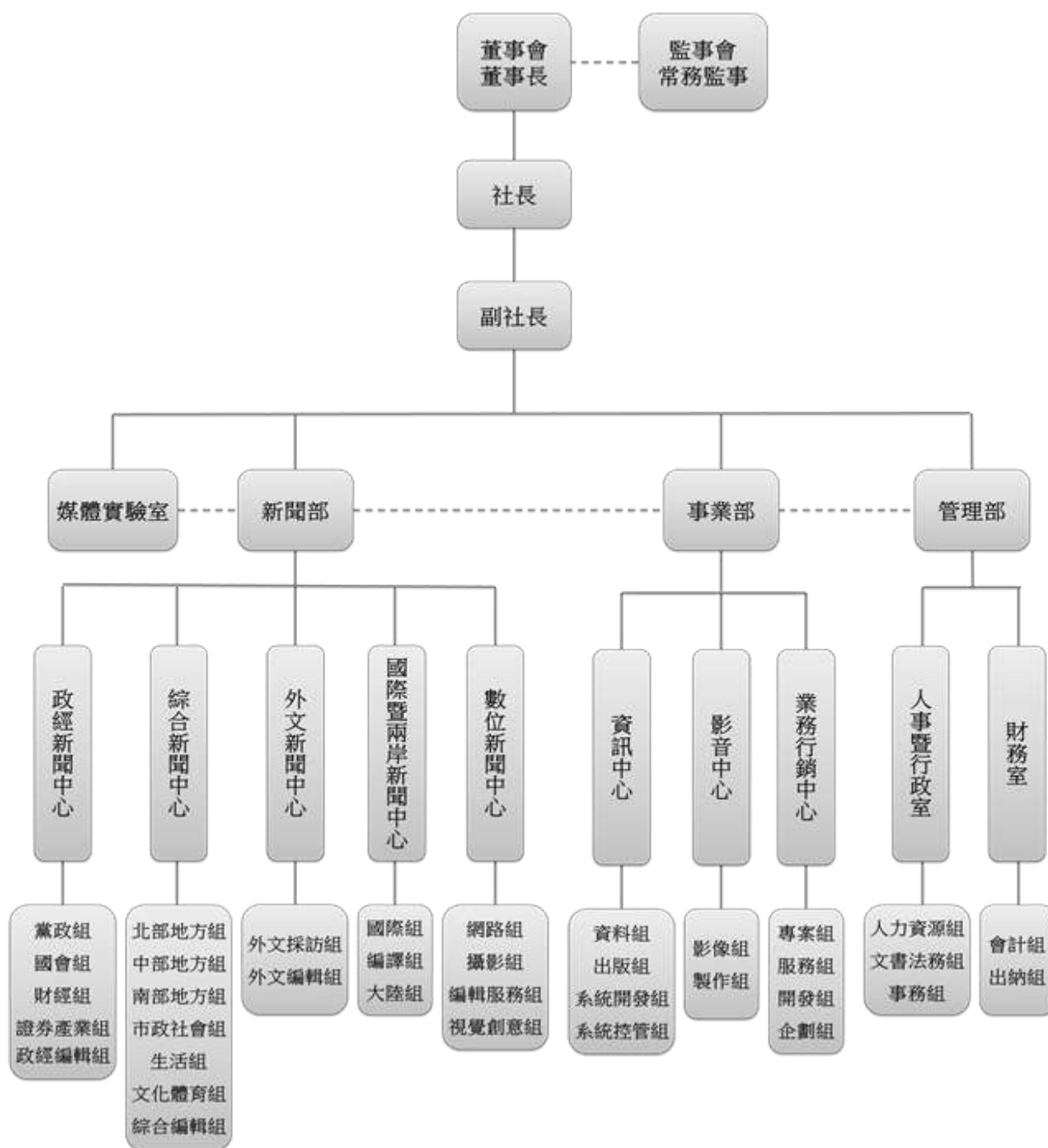
前項董事，其具有同一黨籍者，不得超過董事總額二分之一。

(二) 本社設監事會，置監事 3 人至 5 人，其中 1 人為常務監事，均由行政院院長就下列人員遴聘之：

- (1) 對大眾傳播富有研究之專家、學者。
- (2) 大眾傳播事業人員。
- (3) 社會公正人士。

前項監事，其具有同一黨籍者，不得超過監事總額二分之一。

(三) 本社組織系統如下：



說明：本表「實線」表示指揮系統，「虛線」表示協調配合系統。

貳、工作計畫或方針

本社為國家通訊社，肩負設置條例所定三項法定任務，111年工作計畫以強化新聞質量，擴大影響力；多元開發商機，爭取自籌收入；善盡公共媒體社會責任為主軸。

新聞表現方面，秉持正確、領先、客觀、翔實、平衡原則，報導國內外新聞，提升國人國際視野，服務國內外媒體及閱聽大眾；經營管理方面，力守傳統新聞市場，積極開拓媒體新興商機，提升經營績效；社會責任方面，持續發揮公共媒體職能，闡揚並領導優質新聞傳播環境。

茲臚列本社 111 年工作計畫主要內容如下：

一、計畫名稱

(一) 新聞部

1. 政經新聞工作：

- (1) 九合一選舉：2022 年縣市長選舉是 2024 年總統大選前哨戰，將聚焦報導並適時分析朝野政黨提名、合縱連橫，以及相關選戰策略、各陣營要角輔選等。
- (2) 疫後經濟變化：2019 冠狀病毒疾病（COVID-19，俗稱武漢肺炎）疫情改寫全球經濟風貌，台灣成為全球半導體供應鏈重建的關鍵，除追蹤政府措施包括參與國際供應鏈重整、經貿合作、資金回流、鬆綁人才來台等，以及如台積電等國際大廠產業動態，並定期推出專題報導。
- (3) 規劃重要專訪：持續加強製作企業專訪，包括新創、中小企業等，爭取訪問國內外國際級大廠 CEO，以及火線上的新聞人物，強化報導質量，凸顯影響力。
- (4) 參與新聞獎：針對政經變化、公共政策、財經與消費議題，規劃新聞專題，參與各項新聞獎競賽。

2. 綜合新聞工作：

- (1) 武漢肺炎疫情持續延燒，注意國內未來發展以及國產疫

苗等進程。

- (2) 縣市長選舉將於 11 月舉行，關切各縣市選情以及縣市議員各黨派的情況。
- (3) 2022 亞運將在中國杭州舉行，關注中華代表團的備戰與表現。

3. 外文新聞工作

- (1) 提昇重大新聞發稿速度。
- (2) 加強領班同仁對重要新聞的判斷、處理能力及核稿表現。要求外文記者定期撰發特稿或深度報導。加強編輯撰寫分析稿、特稿能力，以及製作英、日文圖表和影音的能力。
- (3) 致力英文與日文社群媒體經營 (Facebook 粉絲頁、Twitter)，加強互動與觸及，增加本社外文新聞影響力與知名度。
- (4) 追蹤報導我國武漢肺炎疫情、疫苗施打率，以及後疫情時代的經濟復甦、國際局勢、產業轉型和生活型態。
- (5) 持續關注拜登主政下的台美關係發展、兩岸局勢及台日關係。
- (6) 關注 2022 年縣市長選舉結果和影響。

4. 國際暨兩岸新聞工作：

- (1) 2022 年為國際選舉年，德國、韓國、菲律賓與香港等都將舉行領導人大選，選舉結果將改變區域形勢，多國外交政策也將調整。除回顧多位領導者長期執政的功過外，同時評估新國際局勢發展及對台影響。
- (2) 關注武漢肺炎疫情發展，疫苗研發與廣泛施打效果。武漢肺炎疫情至今，全球主要國家政經局勢變化，大國如美、中、印度等勢力消長。國際供應鏈調整，對台廠與各國布局的衝擊。

(3)拜登政府上台一年後，對台與對中政策評估。報導台海局勢在美中對峙白熱化下的變化，以及美、日、中西太平洋軍事部署及戰略競爭。

(4)中東國家卡達首度舉辦世界盃足球賽，除賽程期間賽事與賽果報導外，強調疫情影響與世足移師中東地區的特殊性、顯著性。

5. 數位新聞工作：

(1)精進主網站例行編務工作，除力求內容正確、標題簡要易懂，也重視視覺呈現，包含新聞照片運用、資訊圖卡製作品質等，加強編輯新聞判斷及新聞知識等，更有效率產出 Q&A 及一次看等整理報導。

(2)落實影像資料庫歸檔時效性，以因應網絡配圖的實際需求，提高本社資料庫價值。

(3)配合社方政策，落實重大新聞短影音製發，提升可讀性。

6. 媒體實驗室工作：

(1)掌握新媒體趨勢，持續研究推動媒體編採流程創新方式。

(2)提升讀者新聞閱讀體驗，理解讀者並設計滿足讀者需求之功能。

(3)製作文字、圖像、影音、數據與視覺設計匯流之數位專題。

(二) 事業部

1. 資訊工作：

(1)篩選歷年未發稿照片電子檔，補強圖說，輔以人臉辨識編目，豐富影像空間內容，建立快速便捷的檢索環境，提升市場競爭力。

(2)汰換大尺寸專業型平台式掃描機器設備，提升掃描品質

與效能，掃瞄社內庫藏紙本，以多元保存歷史及文化資料，為國家數位典藏計畫盡一份心力。

- (3) 運用新聞專業採訪、編輯、攝影等優勢，以多元角度出版《世界年鑑》及《全球中央》月刊，並適時配合業務中心，爭取與執行代編刊物專案，增加營收。
- (4) 打造數位匯流平台，提供網站多元服務。主動研發數位載具新技術與掌握 SEO（搜尋引擎優化）變化，應用於網站及行動載具，以提供更人性化、便利操作介面；並配合媒體實驗室及業務專案之需求，強化本社形象、提升流量，協助商機發展。
- (5) 核心系統嘗試導入雲端解決方案，持續建構更完整的異地中心運行架構，並導入網站應用程式防火牆 WAF 系統，強化資安防禦能力，在面對突發狀況時可支撐核心業務不中斷，並依資通安全法需求，導入資訊安全管理系統標準，完成 ISO27001 資訊安全管理系統驗證。

2. 影音工作：

- (1) 配合社內專案，規劃相關人力及軟硬體需求，協助製播聲音廣播型新聞內容，以掌握新興媒體傳播型態受眾族群，並整合社內新聞及相關專題資源，拓展傳播效益。
- (2) 影音媒體載具規格日新月異，客戶專案規格需求日亦增高。適時提升海內外同仁影音產品拍攝規格，逐年汰換社內後製軟硬體，確保專案執行順利，並符合客戶需求。
- (3) 鼓勵同仁適時調整影音新聞產製模式，在不失專業及新聞嚴謹度的前提下，嘗試挑戰更具新意的播報和剪輯方式，以提高影音內容吸睛度，並著重在社群媒介露出及提升影響力。

3. 業務行銷工作：

- (1) 增加專案收入：維持舊有專案，並於原基礎上尋求擴增機會。另積極開發新案，主動規劃並拜訪洽談。

- (2)銷售新聞產品：持續保持客戶互動，依實際使用情況收取合理授權費用，並洽談新案。開發媒體之外客戶類型，進一步提升新聞產品收入。
- (3)提升廣告收益：不定時檢視聯播廣告合作內容，適時引進不同廣告模式刺激收入。同時致力開發直客廣告，規劃套案吸引客戶下單。

(三)管理部

1. 人事暨行政室工作：

- (1)配合中央流行疫情指揮中心政策，持續做好武漢肺炎疫情各項防疫措施，確保營運不中斷。
- (2)彙整各部門 111 年度工作成果及 112 年度工作計畫，提報董監事會審議，並報請主管機關備查。
- (3)依據財團法人法每半年召開董事會議，另配合社內重大法規修正、大型標案相關需求，機動召開董事會議，辦理相關行政作業。

2. 財務室工作：

- (1)落實預算編列及執行，下修 111 年度業務費預算 5%，作為「管控目標」計畫，每月提供各主管執行情況。
- (2)委請會計師事務所辦理 110 年度財務及稅務簽證。
- (3)110 年度決算提報監事會議審議通過後，連同會計師財務簽證報告，函送主管機關循決算程序辦理。
- (4)籌編 112 年度預算，陳報主管機關循預算程序辦理。
- (5)加強固定資產管理，強化閒置資產、報廢資產處理工作，使資源有效及最高配置。

(四)國際影音串流平台專案

- (1)擴充多元且質量兼具之新聞及節目內容：以自製新聞節目為主要內容，透過「新聞不分時區」概念的滾動式製播，將台灣每日要聞與可讀性高的新聞議題，呈現在國

際與網路世界。

- (2) 跨媒體合作交流：善用國內各媒體既有資源，依照其參與意願及製作能量進行合作，將國內媒體所製作精緻優良之節目作品，向國際介紹與傳播，使台灣媒體產業能以「國家隊」陣容之一員，展現製作成果。
- (3) 量化質化研究目標閱聽人(TA)，強化內容：致力打造成為台灣代表性的數位媒體，提供包括台灣文化、歷史與社會的精緻節目內容，增加閱聽人對台灣的了解，並透過市場調查專業機構進行問卷調查研究，協助平台了解TA需求。

二、計畫重點

秉持正確、領先、客觀、翔實等原則，報導國內外新聞，精進即時新聞及深度報導，服務國內外媒體及閱聽大眾；積極佈局海外駐點、強化駐外採訪人力，並持續與外國通訊社及媒體機構交流合作，促進國際新聞交流，向國人呈現多面向觀點。掌握新媒體趨勢，提供網站多元服務，持續以創新呈現形式推出數位專題網頁，提升讀者新聞閱讀體驗。維持既有客戶市場，積極開發專案收入，整合資源妥善執行國際影音串流平台專案；適時引進不同廣告模式，提升廣告收益。落實管理效能，持續做好 2019 冠狀病毒疾病（COVID-19，俗稱武漢肺炎）疫情各項防疫措施，確保營運不中斷；落實預算編列及執行，有效管控各項財務收支。

三、經費需求

本社 111 年度經費預算編列：業務支出費用編列 8 億 9,990 萬 6 千元，銷貨成本編列 4 億 7,822 萬 4 千元，其中新聞部門費用編列 3 億 5,526 萬 3 千元，事業部門費用編列 1 億 2,296 萬 1 千元，另管理費用編列 7,260 萬 6 千元，勞務成本編列 3 億 4,907 萬 6 千元，業務外支出編列 445 萬 8 千元，總計經費需求 9 億 436 萬 4 千元。

四、預期效益

重大新聞事件獨家、領先，各類觀點多元呈現，爭取閱聽大眾信賴感，發揮公共媒體角色；強化國家通訊社職能，

積極與外國媒體交流合作，擴大我國國際能見度。優化本社網站及行動載具操作介面，提升流量，協助商機發展。積極拓展業務機會，進一步提升新聞產品收入。強化管理效能，發揮公共媒體角色，善盡社會責任。

參、本年度預算概要

一、收支營運概況

- (一) 本年度銷貨收入 1 億 2,386 萬 2 千元，較上年度預算數 1 億 1,740 萬 2 千元，增加 646 萬元，約 5.50%，銷貨收入增加係因已爭取串流平台採購新聞產品，預估新聞收入增加。並評估疫情結束後，廣告收入亦可能增加，提升銷貨收入。
- (二) 本度勞務收入 4 億 4,412 萬 5 千元，較上年度預算數 1 億 1,104 萬 8 千元，增加 3 億 3,307 萬 7 千元，約 299.94%，勞務收入增加主因為爭取到文化部影音串流平台一案，故預算數大幅上升。同時將持續爭取政府標案，開發新聞活動專案等，維持原有收益。
- (三) 本年度受贈收入 489 萬元，較上年度預算數 246 萬元，增加 243 萬元，約 98.78%，依實際達成率調整目標。
- (四) 年度政府補助基本營運收入 3 億 1,004 萬 6 千元，與上年度預算數相同。
- (五) 本年度財務收入 1,319 萬 7 千元，較上年度預算數 1,428 萬 6 千元，減少 108 萬 9 千元，約 7.62%，主要係利息收入減少及租金收入減少所致。
- (六) 本年度其他業務外收入 824 萬 4 千元，較上年度預算數 907 萬 9 千元，減少 83 萬 5 千元，約 9.20%，主要係雜項收入減少所致。
- (七) 本年度銷貨成本 4 億 7,822 萬 4 千元，較上年度預算數 4 億 5,311 萬 7 千元，增加 2,510 萬 7 千元，約 5.54%，主要係人事費增加，因員額增加所致。
- (八) 本年度管理費用 7,260 萬 6 千元，較上年度預算數 6,539 萬 7 千元，增加 720 萬 9 千元，約 11.02%，主要係人

事費增加，因員額增加所致。

- (九) 本年度勞務成本 3 億 4,907 萬 6 千元，較上年度預算數 4,196 萬 4 千元，增加 3 億 711 萬 2 千元，約 731.85%，主要係國際影音平台標案增加人事及業務費所致。
- (十) 本年度財務費用 80 萬 4 千元，較上年度預算數 60 萬元，增加 20 萬 4 千元，約 34%，主要係外幣兌換損失。
- (十一) 本年度其他業務外支出 365 萬 4 千元，較上年度預算數 324 萬 3 千元，增加 41 萬 1 千元，約 12.67%，主要係編列原住民代金不足額所致。
- (十二) 以上總收支相抵後，111 年度預算經費收支兩平。

二、現金流量概況

- (一) 業務活動之淨現金流入 2 億 482 萬 1 千元。
- (二) 投資活動之淨現金流出 1 億 4,451 萬 4 千元，係增加不動產、廠房及設備 2,436 萬元，包括增加房屋及建築 699 萬元、機械及設備-資訊設備 1,263 萬元、交通及運輸設備 10 萬元、什項設備 464 萬元，增加遞延資產 1 億 1,924 萬 5 千元，減少流動金融資產 2 萬 3 千元，增加其他資產 93 萬 2 千元。
- (三) 籌資活動之淨現金流出 351 萬 4 千元，減少其他負債 351 萬 4 千元，係存入保證金減少 351 萬 4 千元。
- (四) 現金及約當現金之淨增 5,679 萬 3 千元，係期末現金及約當現金 3 億 6,293 萬 5 千元，較期初現金及約當現金 3 億 614 萬 2 千元增加之數。

三、淨值變動概況

本年度係編列收支平衡預算，期末淨值 4 億 64 萬 9 千元，與期初淨值同。

肆、前年度及上年度已過期間預算執行情形及成果概述

一、前年度決算結果及成果概述

(一) 決算結果

- 1. 銷貨收入決算數 1 億 1,545 萬 6 千元，較預算數 1 億 2,931 萬 8 千元，減少 1,386 萬 2 千元，約 10.72%，主要係 109 年受 COVID-19 疫情影響，多數媒體廣告收入驟降，進而

影響採購新聞來源，而影響中央社新聞授權收入。

2. 勞務收入決算數 1 億 1,217 萬 1 千元，較預算數 9,679 萬 2 千元，增加 1,537 萬 9 千元，約 15.89%，主要係本社各項產品或服務轉配套或包裹方式銷售(列為專案)，並持續努力爭取公、私單位專案收入。
3. 受贈收入決算數 372 萬 3 千元，較預算數 300 萬元，增加 72 萬 3 千元，約 24.10%，主要係持續推動全球中央月刊公益贈閱方案，並擴大爭取公私部門捐贈。
4. 政府補助基本營運收入決算數 3 億 1,004 萬 6 千元，與預算數相同。
5. 財務收入決算數 1,444 萬 7 千元，較預算數 1,398 萬元，增加 46 萬 7 千元，約 3.34%，係自有房舍調整租金所致。
6. 其他業務外收入決算數 870 萬 4 千元，較預算數 808 萬 4 千元，增加 62 萬元，約 7.67%，係雜項收入增加所致。
7. 銷貨成本決算數 3 億 9,919 萬 8 千元，較預算數 4 億 4,419 萬 3 千元，減少 4,499 萬 5 千元，約 10.13%，主要係 COVID-9 影響，各中心減少出國採訪致業務費支出減少。
8. 管理費用決算數 5,964 萬 9 千元，較預算數 6,507 萬 2 千元，減少 542 萬 3 千元，約 8.33%，主要係擲節業務費支出所致。
9. 勞務成本決算數 5,233 萬 7 千元，較預算數 4,384 萬 6 千元，增加 849 萬 1 千元，約 19.37%，主要係標案增加勞務成本人事與業務費支出所致。
10. 財務費用決算數 419 萬 2 千元，較預算數 60 萬元，增加 359 萬 2 千元，約 598.67%，主要係兌換損失所致。
11. 其他業務外支出決算數 209 萬 3 千元，較預算數 750 萬 9 千元，減少 541 萬 6 千元，約 72.13%，主要係擲節開支所致。
12. 以上總收支相抵計賸餘 4,707 萬 8 千元，較預算數 0 元，增加 4,707 萬 8 千元。主要係勞務收入增加及擲節支出成效所致。

(二) 執行成果概述：

開發多元商機，提升專案收入；受疫情影響相關專案，則

配合機關更改為線上等執行內容。辦理「國際影音串流平台」專案，培育外文新聞人才、組成專業團隊，發揮本社外文、國際新聞及影音等跨媒體服務內容。

二、上年度已過期間預算執行情形(截至 110 年 6 月 30 止執行情形)

1. 銷貨收入執行數 5,277 萬 3 千元，較預計數 5,870 萬 1 千元，減少 592 萬 8 千元，約 10.10%，主要係新興媒體衝擊及疫情影響致銷貨收入減少。
2. 勞務收入執行數 1 億 2,762 萬 9 千元，較預計數 5,552 萬 4 千元，增加 7,210 萬 5 千元，約 129.86%，主要係同仁努力爭取社外專案及標案等所致。
3. 受贈收入執行數 71 萬 6 千元，較預計數 123 萬元，減少 51 萬 4 千元，約 41.79%，主要係受疫情影響，企業資金緊縮，捐助意願亦受影響。
4. 政府補助基本營運收入執行數 1 億 7,201 萬 6 千元，與預計數 1 億 7,201 萬 6 千元相同。
5. 財務收入執行數 1,772 萬 9 千元，較預計數 714 萬 3 千元，增加 1,058 萬 6 千元，約 148.20 %，主要係處分資產收益所致。
6. 其他業務外收入執行 389 萬 2 千元，較預計數 454 萬元，減少 64 萬 8 千元，約 14.27%，主要係雜項收入減少所致。
7. 銷貨成本執行數 1 億 9,885 萬 5 千元，較預計數 2 億 2,655 萬 9 千元，減少 2,770 萬 4 千元，約 12.23%，主要係人事費及業務費擰節開支所致。
8. 管理費用執行數 2,692 萬 3 千元，較預計數 3,269 萬 9 千元，減少 577 萬 6 千元，約 17.66%，係擰節業務費所致。
9. 勞務成本執行數 5,122 萬 6 千元，較預計數 2,098 萬 2 千元，增加 3,024 萬 4 千元，約 144.14%，主要係執行國際影音平台增加人事費及業務費。
10. 財務費用執行數 6 萬元，較預計數 30 萬元，減少 24 萬元，約 80%，係擰節開支所致。

11. 其他業務外支出執行數 117 萬 3 千元，較預計數 162 萬 1 千元，減少 44 萬 8 千元，約 27.64%。
12. 以上總收支相抵後，計賸餘 9,651 萬 8 千元，較預計數 1,699 萬 3 千元，增加 7,952 萬 5 千元，約 467.99%，主要係政府補助基本營運收入已撥入 55.48%及同仁努力爭取專案等致收益增加所致。

伍、其他:無。