

財團法人中央通訊社

總說明

中華民國 112 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。

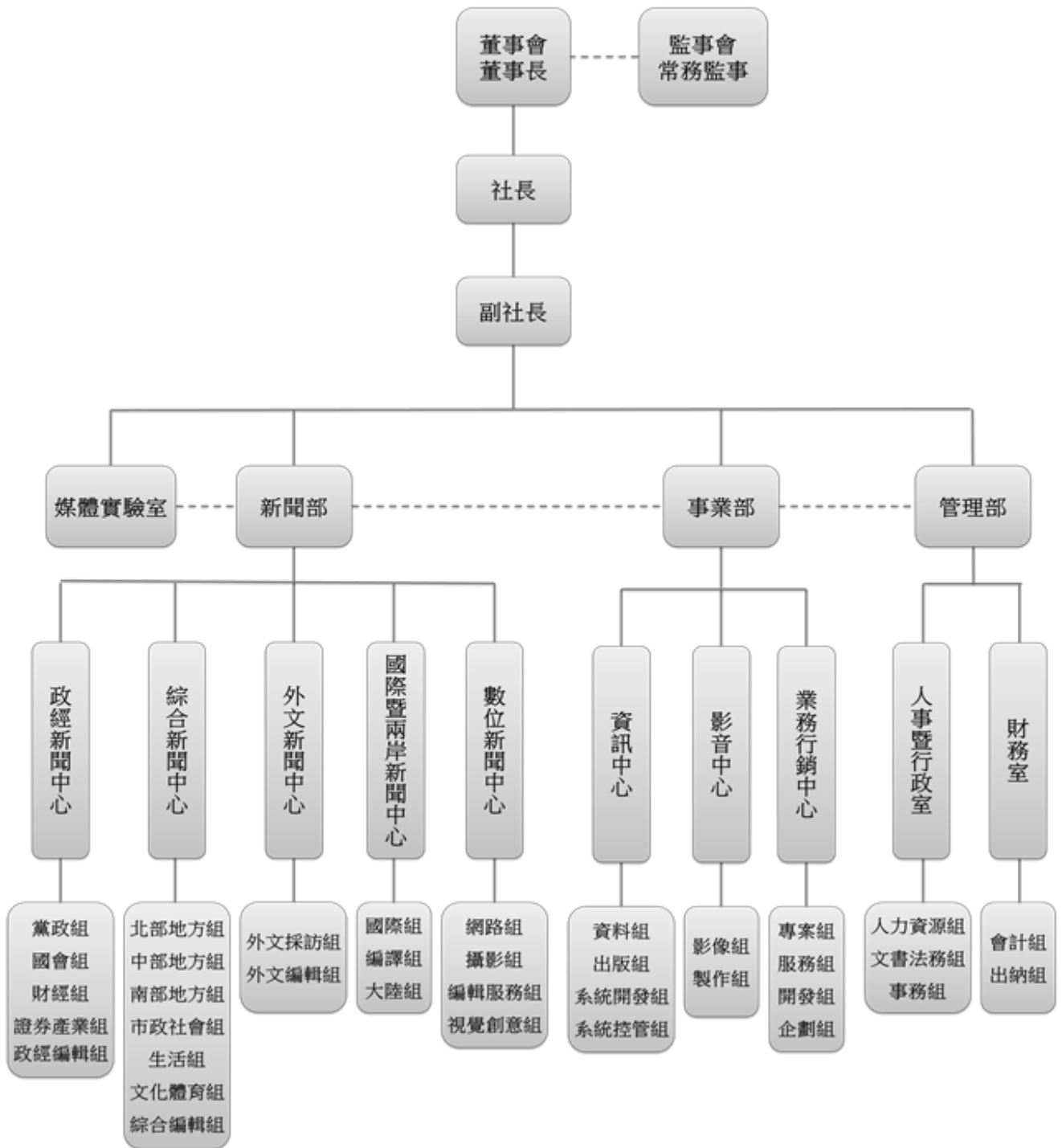
前項董事，其具有同一黨籍者，不得超過董事總額二分之一。

(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，112 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，為打造優質新聞傳播環境貢獻心力。

本社 112 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. 因應 2024 總統大選，採訪各黨提名布局、競選活動，透過專訪或下鄉巡迴採訪等方式，深入報導。
2. 2025 淨零碳排，牽動台灣能源轉型以及產業結構調整，適時透過專題呈現議題發展。
3. 後疫情時代貿易戰及地緣政治角力，廣泛影響台灣政治、經濟層面，報導整體經濟、產業動態以及轉型升級等各個層面，提供多元角度分析。
4. 強化政府首長、重要企業領袖、火線新聞人物專訪，透過面對面的採訪，挖掘更多更具價值的新聞內容，提升報導品質。
5. 重要公共政策、財經與消費議題，規劃新聞專題，參與各項新聞獎競賽，增進新聞權威及專業性。

(2)綜合新聞工作

1. COVID-19 疫情已延燒 3 年，全球都逐漸走向共存，後 COVID-19 時代，台灣各行各業尤其是旅遊、餐飲能否走出疫情，將是觀察重點。

2. 新一屆縣市長上任，將視年底選舉結果，觀察各縣市的情況，尤其台北市將換上新市長，未來台北市的情況將是重點。
3. 杭州亞運做為 2024 年巴黎奧運前哨戰，將驗證台灣代表團的成績，報導將聚焦在羽球、射箭、體操、棒球、柔道等項目。

(3) 外文新聞工作

1. 關注 2022 年九合一選舉後的國內政治局勢和政黨版圖、兩岸關係走向。聚焦 2024 年總統大選政黨提名及布局、選戰策略及攻防。
2. 繼續關注 COVID-19 疫情後續發展，是否出現新的變種病毒及政府因應措施，追蹤報導後疫情時代的經濟復甦、國際局勢、產業轉型和生活型態。
3. 持續聚焦拜登主政下的台美關係發展、九合一選舉及中共「二十大」後兩岸關係走向，及台歐關係是否持續升溫趨勢。
4. 2023 年大型國際運動賽事包括杭州亞運、世大運、亞洲盃足球賽等，關注台灣代表團的備戰與表現。
5. 加強領班、編輯和記者對重要新聞的判斷、處理能力，並加強發稿速度和落實新聞查證工作。要求外文記者定期撰發特稿或深度報導，並加強編輯製作圖表和影音的能力。

(4) 國際暨兩岸新聞工作

1. 全球後疫情時代，政府與民間國際活動預計陸續恢復。台灣官方高層出訪與重要國際會議將安排舉行，正副總統有機會出訪邦交國與過境重要國家，高層官員與代表出席年度國際組織會議，駐外人員提前規劃採訪計畫。
2. 總統大選將於 2024 登場，預料各黨參選者會在夏秋季前往美國或其他國家參訪，進行政策說明與僑界活動。國際暨兩岸新聞中心將與政經新聞中心協調安排採訪。
3. 烏克蘭戰事預料趨緩，歐洲政治與經濟版圖將有全新局面。除官員提高與歐洲各國互動外，相關會議也將恢復舉行，駐外記者與編譯強化歐洲新聞報導。
4. 國際局勢預料因俄羅斯侵略烏克蘭影響與中國軍力快速在西太

平洋擴張，美、歐與俄、中對峙將加劇，強化涉及台灣的相關國際活動採訪規劃與執行。

5. 國際重大天災人禍新聞事件，強化報導台灣官方與民間的參與。

(5)數位新聞工作

1. 持續精進網站經營品質，包括加值社稿、掌握網站自主撰稿要訣、新聞圖表規劃與產製；藉由主網站編排與社群推廣，呈現本社專業的新聞內容，爭取曝光、滿足讀者資訊需求。
2. 強化攝影記者發稿時效與品質，鼓勵攝影記者參與更多新聞專題企劃。

(6)媒體實驗室工作

1. 持續觀察國內外新媒體趨勢與發展，研究、推動適合本社之數位敘事專題，並保持一定之實驗性。
2. 持續導入數位工具，與新聞部、資訊中心合作，提升編採工作效率與流程競爭力。

(二)、事業部

(1)資訊工作

1. 運用本社新聞採訪與編輯專業，編印《2024 世界年鑑》及企畫主題專書或新聞專業書籍，發揮媒體社會責任，反映社會現況。並適時配合業務中心，爭取與執行代編刊物專案，挹注本社營收。
2. 補強老照片圖說、人臉辨識編目，以豐富影像空間，加快檢索效率。
3. 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承攬專案之需求，以強化本社形象、提升流量，協助商機發展。

4. 核心系統導入開源搜尋引擎 Elastic Search 並建置叢集架構，有效利用其優勢提升搜尋效能，降低資源負載強化穩定度。

(2) 影音工作

1. 持續提升 Podcast 節目製作量能，規劃補足相關人力，朝內容多元應用及各平台多媒介呈現。
2. 持續協助提升海外特派影音拍攝品質，就新聞內容後製及設備支援上，做好完善支援及溝通。
3. 提升影片製作能力，以契合當前網路影片觀看模式。
4. 適時提升攝影棚軟硬體設備，確保錄音錄影品質具專業水準。
5. 配合社內資訊部門規劃，落實影音資源備份機制，確保影音資料儲存安全性。

(3) 業務行銷工作

1. 維持新聞收入：一方面維持既有收入，另一方面開發媒體之外的客戶類型，同時積極維權，爭取客戶採購本社新聞產品。
2. 爭取專案營收：主動拜訪公私部門，積極提案。每日瀏覽政府電子採購網標案，評估適宜標案積極爭取。
3. 爭取網廣收入：規劃各類廣告方案、運用 HOWLIFE 好生活網資源，爭取直播客刊登廣告。同時與聯播廣告商合作，引入聯播廣告提升整體營收。
4. 提高《全球中央》收入：從廣告、發行兩大面向爭取收入；數位浪潮下強化電子書市場，開闢新的財源。

(三)、管理部

(1) 人事暨行政工作

1. 本屆董、監事會將於 112 年 6 月 30 日任滿，新屆董、監事會將於同年 7 月 1 日成立，配合辦理相關行政作業和法人登記變更等事宜。
2. 後疫情時代持續推動必要防疫措施，備足防疫物資，確保社務正常運作。

3. 新建置之辦公室自動化作業系統上線運作，協助辦理相關教育訓練，讓同仁熟悉操作。
4. 志清大樓管理委員會將辦理大樓耐震補強工程，配合辦理相關因應措施。

(2)財務工作

1. 強化會計功能：每月提報各單位主管相關業務費支用情況，提供各項費用明細，協助各單位有效達成經費控管。
2. 辦理預、決算：
 - A. 完成 112 年 1-12 月會計月報。
 - B. 完成 111 年度決算。
 - C. 完成 113 年度預算。
 - D. 配合會計師完成 111 年度財務及稅務查核簽證。
3. 強化財務功能：辦理台幣定期存款，以增加收益；掌握客戶繳款狀況，避免呆帳損失。

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，服務國內外媒體及閱聽大眾，提供多元觀點及深度剖析之新聞報導；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，提升我國於國際間之影響力；掌握新媒體趨勢，提供網站多元服務，嘗試各種面向策略數位專題，提升讀者新聞閱讀體驗；穩定既有產品收入，積極開發新客戶市場，適時引進不同廣告模式，提升廣告收益，爭取多元自籌收入；落實管理效能，完備法令規章，做好各項防疫措施，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，提升財務資料之準確性及可靠性；擴大校園影響力，加強學子國際視野及人才培訓，發揮公共媒體角色。

三、經費需求

本社 112 年度經費預算編列：業務支出費用編列 5 億

7,055 萬 5 千元，銷貨成本編列 4 億 5,853 萬 2 千元，其中新聞部門費用編列 3 億 3,691 萬 5 千元，事業部門費用編列 1 億 2,161 萬 7 千元，另管理費用編列 7,277 萬 7 千元，勞務成本編列 3,924 萬 6 千元，業務外支出編列 284 萬 1 千元，總計經費需求 5 億 7,339 萬 6 千元。

四、預期效益

重大新聞事件獨家、領先，客觀呈現各類多元觀點，報導兼具深度及廣度，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，爭取國際話語權；優化本社網站及行動載具操作介面，提升流量及提供多元服務，開發新商機；拓展業務範疇，靈活應用行銷策略，提升自籌收入；強化管理效能，有效擷節開支，善盡社會責任，追求永續發展。

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 2,359 萬 4 千元，較上年度預算數 1 億 2,386 萬 2 千元，減少 26 萬 8 千元，約 0.22%，銷貨收入減少係因國外訂戶預算縮減，影響新聞產品銷售情況。
- (二) 本年度勞務收入 1 億 1,538 萬元，較上年度預算數 4 億 4,412 萬 5 千元，減少 3 億 2,874 萬 5 千元，約 74.02%，勞務收入減少主因為未承接文化部國際影音串流平台一案。
- (三) 本年度受贈收入 662 萬 8 千元，較上年度預算數 489 萬元，增加 173 萬 8 千元，約 35.54%，係依實際達成率調整目標。
- (四) 本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 1,012 萬 8 千元，較上年度預算數 1,319 萬 7 千元，減少 306 萬 9 千元，約 23.26%，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 762 萬元，較上年度預算數 824 萬 4 千元，減少 62 萬 4 千元，約 7.57%，主要係雜項收入減少所致。
- (七) 本年度銷貨成本 4 億 5,853 萬 2 千元，較上年度預算數 4 億 7,822 萬 4 千元，減少 1,969 萬 2 千元，約 4.12%，主要係人事費減少 729 萬 3 千元，因員額減少所致，業務費減少 1,239 萬 9 千元，因擰節開支所致。
- (八) 本年度管理費用 7,277 萬 7 千元，較上年度預算數 7,260 萬 6 千元，增加 17 萬 1 千元，約 0.24%，主要係業務費增加，因固定資產攤提折舊所致。
- (九) 本年度勞務成本 3,924 萬 6 千元，較上年度預算數 3 億 4,907 萬 6 千元，減少 3 億 983 萬元，約 88.76%，主要係未承接國際影音串流平台標案所致。
- (十) 本年度財務費用 42 萬元，較上年度預算數 80 萬 4 千元，減少 38 萬 4 千元，約 47.76%，主要係減少外幣兌換損失。
- (十一) 本年度其他業務外支出 242 萬 1 千元，較上年度預算數 365 萬 4 千元，減少 123 萬 3 千元，約 33.74%，主要係擰節開支所致。
- (十二) 以上總收支相抵後，112 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 1,334 萬 7 千元。
- (二) 投資活動之淨現金流出 1,763 萬 2 千元，係增加不動產、廠房及設備 2,316 萬元，包括增加房屋及建築 864 萬元、機械及設備 1,180 萬元、交通及運輸設備 6 萬元、什項設備 266 萬元，減少遞延資產 532 萬 4 千元，減少流動金融資產 4 萬 3 千元，減少其他資產 16 萬 1 千元。
- (三) 籌資活動之淨現金流入 50 萬 1 千元，增加其他負債 50 萬 1 千元，係存入保證金增加 50 萬 1 千元。
- (四) 現金及約當現金之淨減 378 萬 4 千元，係期末現金及約當現金 1 億 5,787 萬 9 千元，較期初現金及約當現金 1

億 6,166 萬 3 千元減少之數。

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 4,004 萬 5 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 1,239 萬 7 千元，較預算數 1 億 1,740 萬 2 千元，減少 500 萬 5 千元，約 4.26%，主要係 COVID-19 疫情影響，多數媒體減少採購新聞預算。
2. 勞務收入決算數 2 億 4,947 萬 4 千元，較預算數 1 億 1,104 萬 8 千元，增加 1 億 3,842 萬 6 千元，約 124.65%，主要係增加 110 年國際影音串流平台營運與影音內容製作案專案收入。
3. 受贈收入決算數 317 萬 2 千元，較預算數 246 萬元，增加 71 萬 2 千元，約 28.94%，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 2,476 萬 1 千元，較預算數 195 萬元，增加 2,281 萬 1 千元，約 1,169.79%，主要係因應會計制度修正，將租金收入由其他業務外收入科目調整至財務收入，及 110 年處分資產收益所致。
6. 其他業務外收入決算數 846 萬 5 千元，較預算數 2,141 萬 5 千元，減少 1,295 萬元，約 60.47%，主要係因應會計制度修正，將租金收入科目調整至財務收入。
7. 銷貨成本決算數 4 億 939 萬 5 千元，較預算數 4 億 5,311 萬 7 千元，減少 4,372 萬 2 千元，約 9.65%，主要係 COVID-19 影響，減少出國採訪致業務費支出減少。
8. 管理費用決算數 5,665 萬 7 千元，較預算數 6,539 萬 7 千元，減少 874 萬元，約 13.36%，主要係擰節業務費支出所致。
9. 勞務成本決算數 1 億 9,732 萬 5 千元，較預算數 4,196 萬 4 千元，增加 1 億 5,536 萬 1 千元，約 370.22%，主要係承接

國際影音串流平台專案而增加人事與業務費支出所致。

10. 財務費用決算數 167 萬 7 千元，較預算數 60 萬元，增加 107 萬 7 千元，約 179.50%，主要係兌換損失所致。
11. 其他業務外支出決算數 386 萬 5 千元，較預算數 324 萬 3 千元，增加 62 萬 2 千元，約 19.18%，係防疫相關支出所致。
12. 以上總收支相抵計賸餘 3,939 萬 6 千元，較預算數 0 元，增加 3,939 萬 6 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

開發多元專案承攬，提升勞務收入；受疫情影響相關專案，配合機關更改為線上直播等執行內容，如監察院漁工記者會，辦理線上及實體記者會直播，並開啟其他機關記者會辦理及直播相關業務。另因應「國際影音串流平台」專案(至 111/11/24 止)，辦理鉅額標案業務，維運類似 OTT 之相關影音內容專案。

二、上年度已過期間預算執行情形(截至 111 年 6 月 30 日止執行情形)

1. 銷貨收入執行數 5,311 萬 7 千元，較預計數 6,193 萬 1 千元，減少 881 萬 4 千元，約 14.23%，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 3 億 5,746 萬元，較預計數 2 億 2,206 萬 3 千元，增加 1 億 3,539 萬 7 千元，約 60.97%，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 161 萬 1 千元，較預計數 244 萬 5 千元，減少 83 萬 4 千元，約 34.11%，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 6,684 萬 4 千元，與預計數 1 億 6,684 萬 4 千元相同。
5. 財務收入執行數 1 億 4,949 萬 8 千元，較預計數 659 萬 9 千元，增加 1 億 4,289 萬 9 千元，約 2,165.46 %，主要係處分資產收益所致。
6. 其他業務外收入執行 559 萬 1 千元，較預計數 412 萬 2 千元，增加 146 萬 9 千元，約 35.64%，主要係雜項收入增加所致。
7. 銷貨成本執行數 2 億 2,336 萬 4 千元，較預計數 2 億 3,911

- 萬 2 千元，減少 1,574 萬 8 千元，約 6.59%，主要係人事費及業務費擰節開支所致。
8. 管理費用執行數 2,950 萬 4 千元，較預計數 3,630 萬 3 千元，減少 679 萬 9 千元，約 18.73%，係擰節業務費所致。
 9. 勞務成本執行數 2 億 6,421 萬 6 千元，較預計數 1 億 7,453 萬 8 千元，增加 8,967 萬 8 千元，約 51.38%，主要係執行國際影音串流平台標案增加人事費及業務費。
 10. 財務費用執行數 4 萬 5 千元，較預計數 40 萬 2 千元，減少 35 萬 7 千元，約 88.81%，係擰節開支所致。
 11. 其他業務外支出執行數 208 萬 9 千元，較預計數 182 萬 7 千元，增加 26 萬 2 千元，約 14.34%，係處分資產相關規費。
 12. 以上總收支相抵後，計賸餘 2 億 1,490 萬 3 千元，較預計數 1,182 萬 2 千元，增加 2 億 308 萬 1 千元，約 1,717.82%，主要係政府補助基本營運收入已撥入 53.81%。

伍、其他:無。