

2026大學品牌力



104人力銀行 職涯永續長 王榮春

2026年1月7日

2026大學品牌力

報告架構



2026大學品牌力 使用說明書

什麼是大學品牌力？

學校知名度、學生好感度的有機整合，社會大眾對於學校的整體印象與概念。由學生及校友的學研能力/就業力/性格態度、學校的聲譽/校風/辦學方針/軟硬實力、傳統媒體/社群媒體/口碑傳播、校友薪資與高階領導力等多重因素形成。

誰？怎麼用？

- 高中職學生/家長：評估選校選系
- 大學生：了解企業如何衡量大學及校友品牌力、評估選課/轉系/轉校之參考
- 學校：掌握企業觀點，檢視辦校的階段性成果
- 企業：聘僱員工的參考

怎麼做？

2026年用12大指標共計105項小指標，透過大數據資料庫、近千份企業問卷、教育部大專校院校務資訊公開平臺(各大學自提公開資訊)、國際評比公開資訊，綜合評比國內超過120所大學。

為什麼104人力銀行要做？

累積超過914萬名求職會員、47.7萬家徵才企業會員，97.6%上市櫃公司都在104付費徵才。為發揮數據責任(data responsibility)影響力，同時實踐ESG全球人才永續並響應USR大學社會責任，自2024年起開始，2026年為連續第三年發布。

2026大學品牌力 研究設計

1

確立指標

- 六大構面共計**12**大指標，再細化為**105**小指標
- 12大指標：職務能力、未來能力、學群聘僱力、性格優勢、知名度、學術聲望**、產學力*、研發力*、國際力*、高階領導力**、永續力**、學群薪資力*
- 12大指標涵蓋：
 - 學校與學生
 - 職場與產學研
 - 企業端與人才端
 - 現在與未來
 - 硬技能與軟實力
 - 軟體與硬體
 - 國內與國外
 - 民間與政府
 - 學校自提與外部評比
 - 大數據與問卷調查

註：* 指標優化。** 指標新增

2

資料來源

- 104人力銀行求職求才資料庫
- 104人力銀行徵才企業問卷
(上述大數據資料共計**418萬**筆)
- 教育部「大專校院校務資訊公開平台」
- 國際評比：
 - QS世界大學排名
 - THE泰晤士高等教育世界大學排名
 - CWUR世界大學排名中心

3

計分方式

- 各校各指標依原始值排列產出PR值。其中，部分指標容易受到學校規模影響，依師生人數或系所數平準原始值，加入排序
- 各指標PR值依常態分布，七級配分
- 回歸市場。依徵才企業問卷得出企業如何用12大指標衡量《大學品牌力》，得出12大指標權重
- 各校各指標的七級配分，依12大指標權重，加權計分
- 加總各項加權計分，得出《大學品牌力》總分。總分越高，排名越前

4

獎項分類

- 總排名
- 12大指標排名
- 18學群排名
- 新銳獎：總排名依學校成立時間在35年以內(PR25)相對年輕學校
- 躍升獎：總排名含前31名(PR75)，並依2026年比2025年進歩名次較多的學校
- 學制標竿獎：總排名依公立一般大學、私立一般大學、公立技專校院、私立技專校院
- 地區領航獎：總排名依學校所在地分為北部、中部、南部、東部及離島

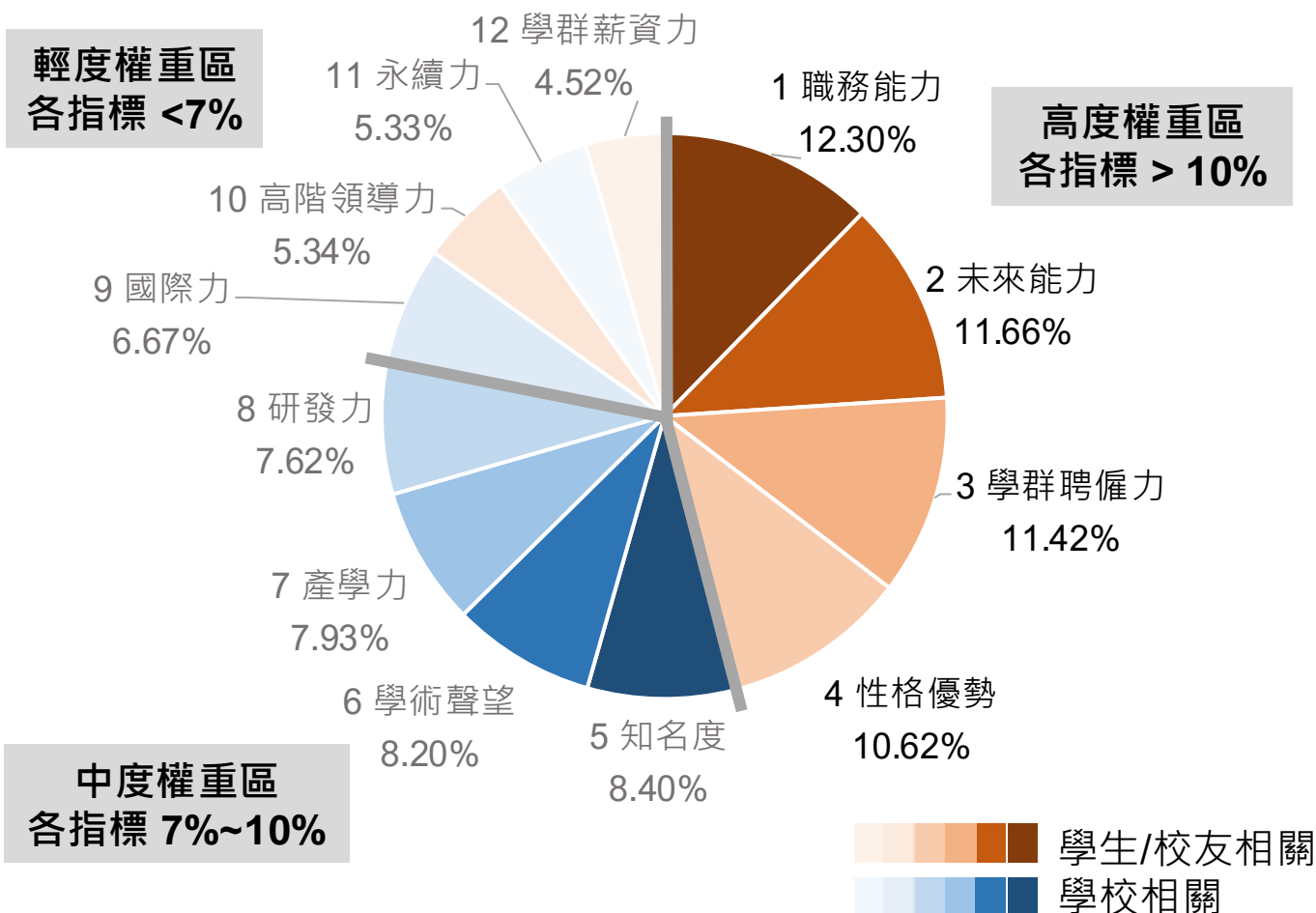
2026大學品牌力

總排名 解析

1. 軟實力超越硬指標
2. 穩健均衡超車頂尖高牆
3. 五大私校突圍
4. 專業賽道制霸
5. 華麗轉型新戰場

企業在乎軟實力，勝過硬實力

企業衡量大學品牌力的12指標排序及權重

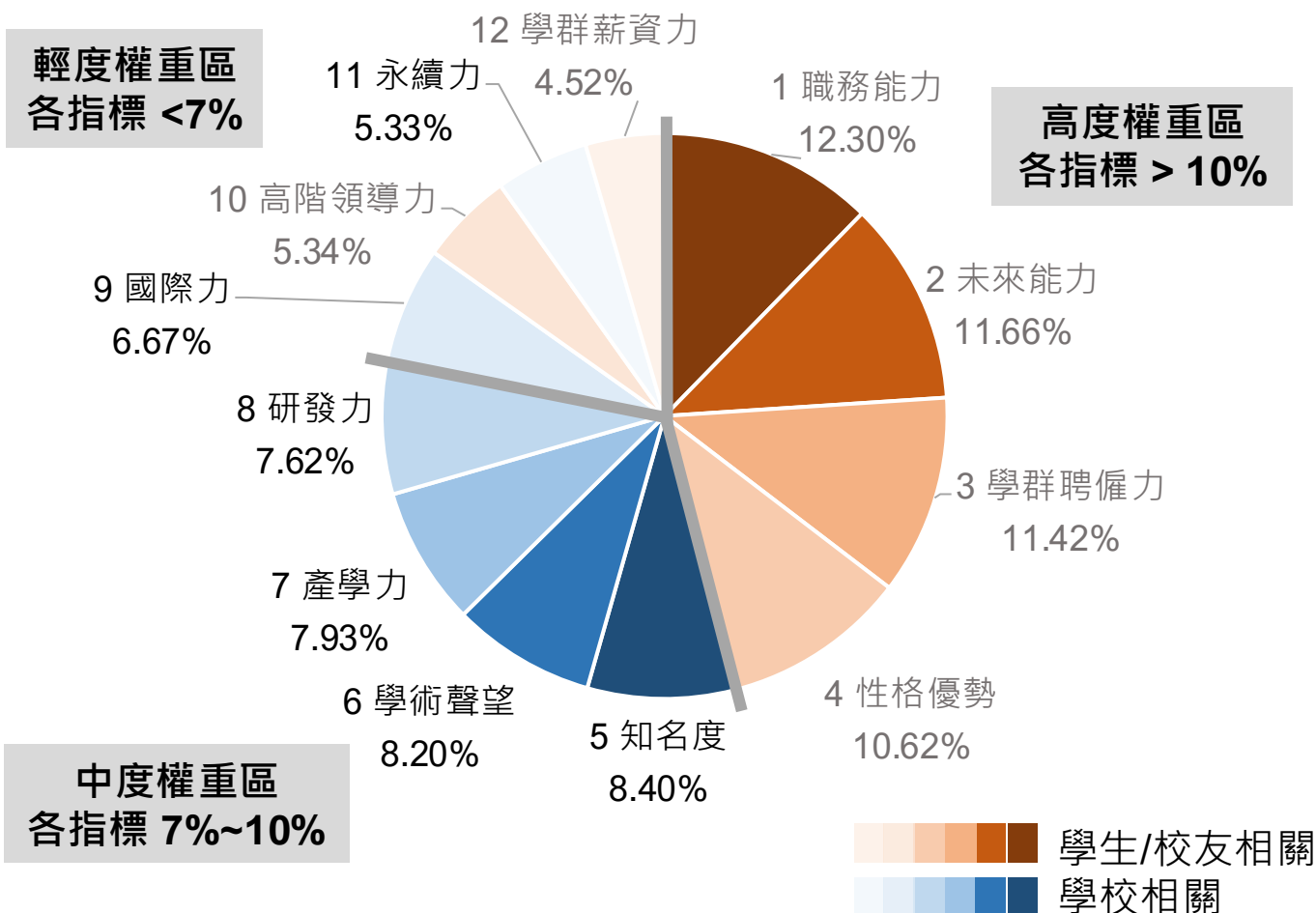


企業優先用學生及校友的「軟實力」衡量大學品牌力，「高度權重區」4項指標有3項為軟實力(職務能力、未來能力、性格優勢)。

- **職務能力12.3%**：企業最重視畢業生具備即戰力，能夠勝任工作崗位所需的專業技能和執行能力。
- **未來能力11.66%**：強調學生的潛力和適應性，例如創新能力、學習新知的能力、解決未來挑戰的能力。
- **學群聘僱力11.42%**：企業聘用該校特定學群畢業生時的意願和評價。
- **性格優勢10.62%**：重視學生的軟技能和個人特質，例如團隊合作、溝通、責任心等。

企業在乎個人指標，勝過機構指標

企業衡量大學品牌力的12指標排序及權重



企業更重視專業人才精準化與人才即戰力。

- 學群聘僱力從第5的中度權重區、升到第3的高度權重區，學群專業成為企業聘僱直接且量化的聘僱指標之一。
- 產學力從第3的高度權重區、降到第7的中度權重區；知名度、學術聲望、研發力、國際力、永續力各居中度及輕度權重區。企業更看重直接取得優秀「人才」，期待學校透過產學研等合種方式，最終提升並展現「培育人才能力」。
- 學群薪資力維持「低度權重區」末位，屬於個人軟硬實力與機構產學研之後的附隨指標。

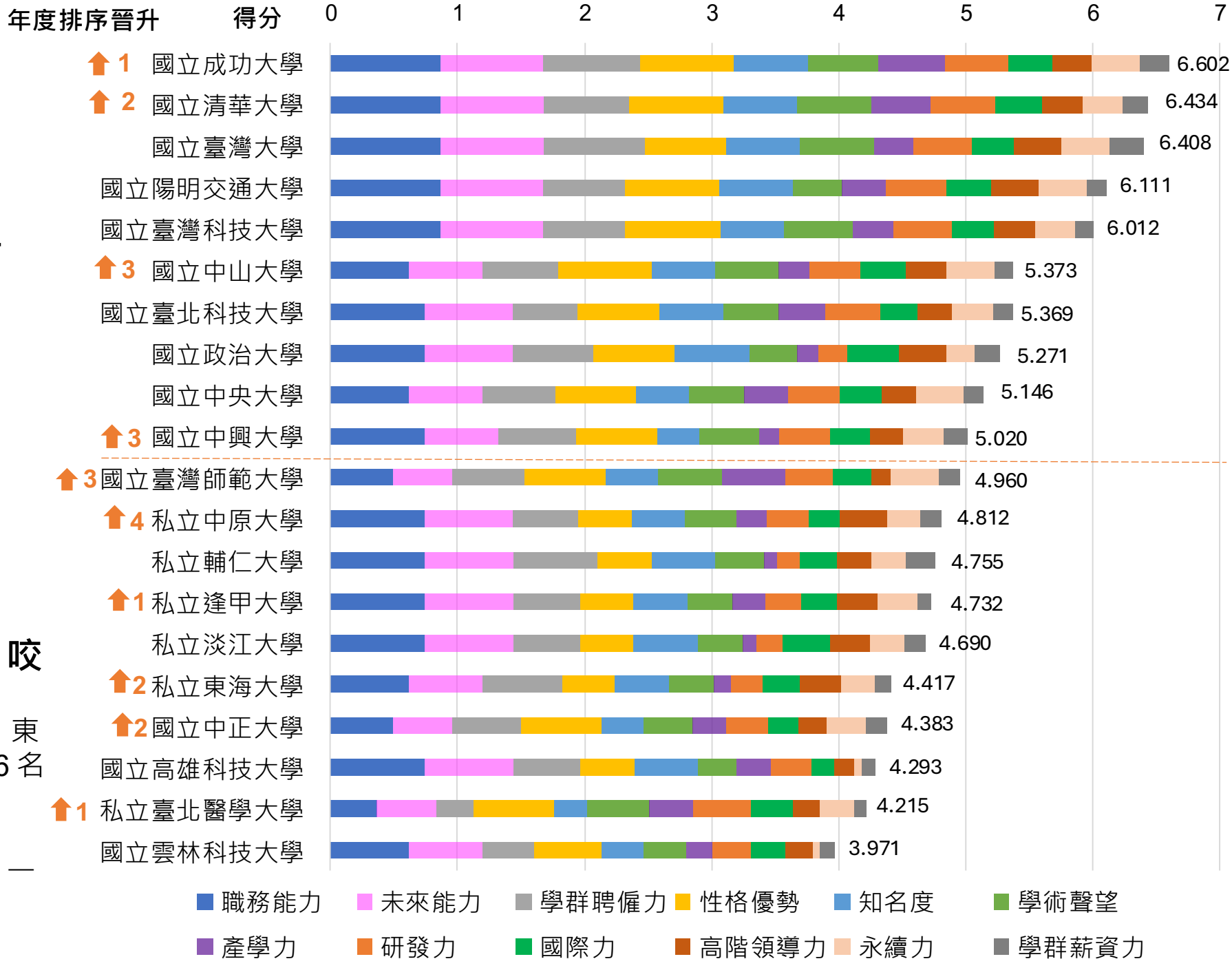
二十強出列！

前十強 巔峰霸主皆為國立

- 成大挺進1名奪冠
- 清大強升2位躋身亞軍
- 臺大居前3強
- 陽明交大第4
- 臺科大居5
- 中山晉升3名、第6
- 北科大居7，前十唯二科大
- 政大第8
- 中央第9
- 中興彈升3名首次入十

前二十強 領先梯隊私立緊咬

- 臺師大彈升3名，居11
- 中原、輔仁、逢甲、淡江、東海五大私校成群，居12~16名
- 中正晉升2名，居17
- 高科第18
- 北醫升1，居19，醫學院唯一入榜
- 雲科第20



總排	學校	2026大學品牌力 12指標各校排序												12指標排1數量
		高度權重區				中度權重區				低度權重區				
		職務能力	未來能力	學群聘僱力	性格優勢	知名度	學術聲望	產學力	研發力	國際力	高階領導力	永續力	學群薪資力	
1	國立成功大學	2	2	2	4	3	2	1	1	5	6	2	3	2
2	國立清華大學	3	3	3	5	2	1	3	1	3	9	8	5	2
3	國立臺灣大學	1	1	1	8	1	1	6	3	5	3	1	1	7
4	國立陽明交通大學	5	4	6	3	4	7	5	2	4	1	3	11	1
5	國立臺灣科技大學	4	5	5	2	6	2	6	3	5	7	9	15	
6	國立中山大學	17	16	10	1	11	3	9	5	3	13	5	14	1
7	國立臺北科技大學	6	6	17	7	7	5	4	4	8	20	7	12	
8	國立政治大學	7	7	7	9	5	7	12	12	1	2	22	4	1
9	國立中央大學	14	15	11	6	12	5	5	5	5	15	6	11	
10	國立中興大學	13	13	9	13	18	4	12	5	7	14	10	6	
前十強 巔峰霸主：國立臺灣大學														
1.成大極致穩定！高度權重區火力掩護(職務能力、未來能力、學群聘僱力)，中度權重區關鍵側翼包抄(產學力、研發力)，以穩健中堅、全面均衡的總和實力成為最終贏家。														
2.清大挺進前三甲！中度權重區展現2項關鍵勢力(學術聲望、研發力)，強悍逆襲搶下總排2。														
3.臺大超級頂尖！12指標拿下7項第1，居所有大學之冠。尤其高度權重區表現亮眼(職務能力、未來能力、學群聘僱力、知名度、學術聲望、永續力、學群薪資力)，僅性格優勢稍弱，總排名居3。														
4.陽明交大「高階領導力」拔尖！智慧醫療、半導體電資、科研創新，展現最具領導的潛質與決策影響力。														
5.臺科大產學研兼俱！學術聲望、性格優勢、研發力，霸榜前3。														
6.中山「性格優勢」第1，職場最具辨識度的品牌標籤。學術聲望、國際力居3，同現高強品牌力。														
7.北科大產學研發、實務強權！品牌力緊扣工業技術與產業應用的核心。														
8.政大人文社科標竿！「國際力」連續3年第1，「高階領導力」居2，商管金融、社科傳播人文具備強大品牌號召與影響力。														
9.中央低調實力派！產學研底蘊深厚，中度權重區多項居5。														
10.國中興首進前十，農林、生科、理工展現深厚學術根基，學術聲望居4，研發力、學群薪資力挑戰前5。														

總排	學校	2026大學品牌力 12指標各校排序												12指標 排1數量
		高度權重區				中度權重區				低度權重區				
		職務能力	未來能力	學群聘僱力	性格優勢	知名度	學術聲望	產學力	研發力	國際力	高階領導力	永續力	學群薪資力	
1	國立成功大學	2	2	2	4	3	2	1	1	5	6	2	3	2
2	國立清華大學	3	3	3	5	2	1	3	1	3	9	8	5	2
3	國立臺灣大學	1	1	1	3	1	3	2	3	1	7	7	1	7
4	國立交通大學	4	4	4	2	4	2	4	2	4	1	3	11	1
5	國立陽明交通大學	5	5	5	1	5	4	5	4	5	2	9	15	
6	國立中山大學	6	6	6	2	6	3	6	3	6	13	5	14	1
7	國立東海大學	7	7	7	3	7	5	7	5	7	20	7	12	
8	國立中央大學	8	8	8	1	8	6	8	6	8	15	6	11	
9	國立臺北科技大學	9	9	9	4	9	7	9	7	9	14	10	6	
10	國立中興大學	13	13	9	13	18	4	12	5	7	14	10	6	
11	國立臺灣師範大學	23	20	11	10	13	3	2	6	8	62	4	8	
12	私立中原大學	12	12	18	26	14	6	9	8	11	5	18	9	
13	私立輔仁大學	8	8	4	32	8	7	14	14	8	16	20	2	
14	私立逢甲大學	11	11	16	28	15	8	8	10	9	11	12	26	
15	私立淡江大學	9	9	16	27	10	8	14	13	2	10	19	8	
16	私立東海大學	15	14	8	41	16	8	13	11	8	12	16	19	
17	國立中正大學	25	26	14	12	19	7	8	8	11	26	13	10	
18	國立高雄科技大學	10	10	15	34	9	10	8	8	16	45	29	24	
19	私立臺北醫學大學	43	39	32	11	29	3	5	3	5	34	15	31	
20	國立雲林科技大學	19	18	22	15	18	9	10	9	10	28	29	22	

2026大學品牌力

關鍵指標 解析

高度權重區的4大指標：

1. 「職務能力」首重主動積極，加重團隊溝通
2. 「未來能力」首重心理韌性，加重AI韌性
3. 「學群聘僱力」專業技壓群雄仍見特色攻頂
4. 「性格優勢」責任核心，合作優先於個人競爭



TOP 3

1. 臺大：溝通協調、主動積極、**分析思考**
2. 成大：主動積極、溝通協調、**團隊合作**
3. 清大：主動積極、溝通協調、**分析思考**

高度權重指標1：職務能力。首重「主動積極」，加重「團隊溝通」

62.9%

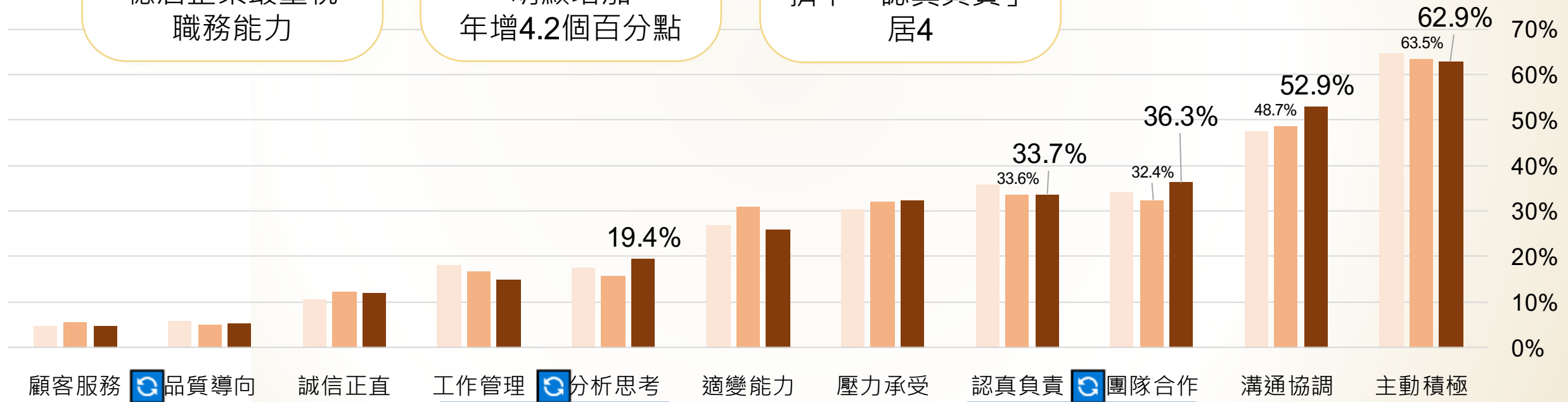
「主動積極」居首
連續3年
穩居企業最重視
職務能力

52.9%

「溝通協調」居次
企業重視程度
明顯增加
年增4.2個百分點

36.3%

「團隊合作」居3
企業重視排序彈升
擠下「認真負責」
居4



Q：當企業聘僱大學新鮮人時，最希望新鮮人具備哪些「職務能力」？(可複選3項)

Q：依您近期的聘僱經驗，哪三個學校的畢業生最具備您上述希望的「職務能力」？

■ 2026年占比 ■ 2025年占比 ■ 2024年占比

🔄 代表2026年與2025年排序互換



TOP 3

1. 臺大：創新思考力、社會智力、設計思維
2. 成大：社會智力、認知負荷管理、持續學習
3. 清大：設計思維、創新思考力、社會智力

高度權重指標2：未來能力。首重「心理韌性」，加重「AI韌性」

55.6%

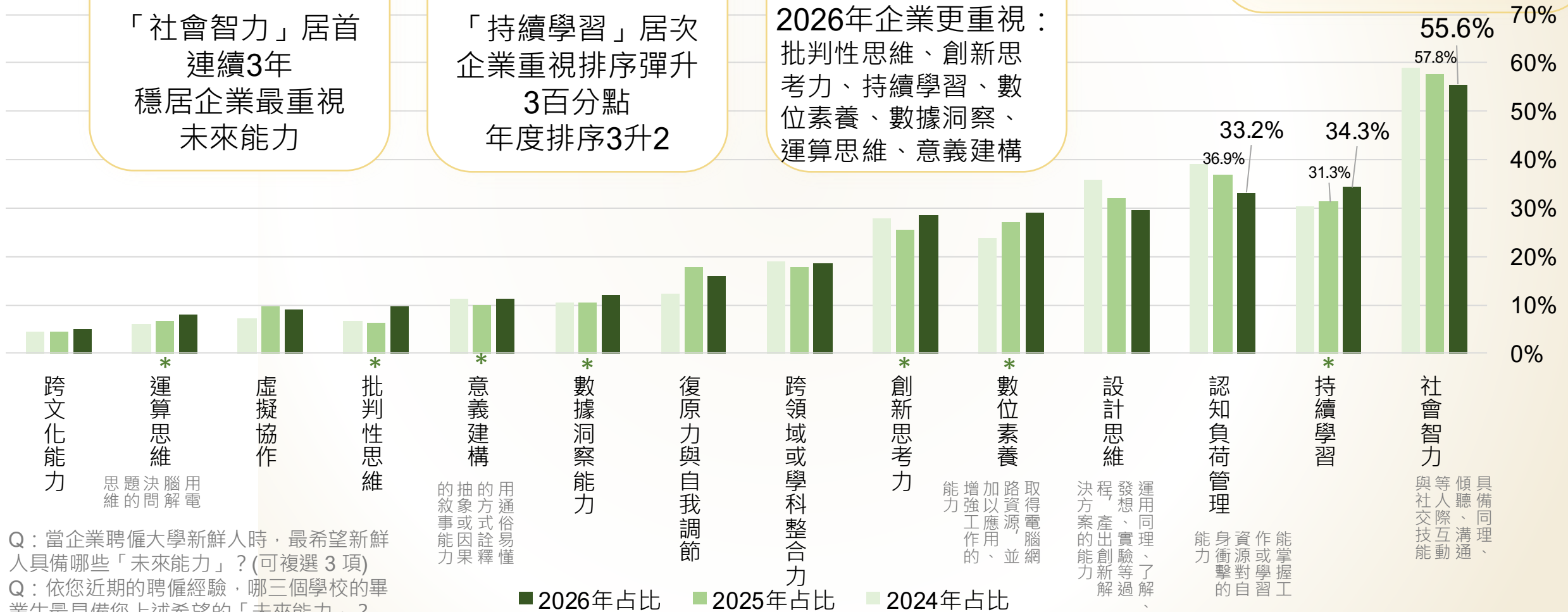
「社會智力」居首
連續3年
穩居企業最重視
未來能力

34.3%

「持續學習」居次
企業重視排序彈升
3百分點
年度排序3升2

AI

2026年企業更重視：
批判性思維、創新思考力、持續學習、數位素養、數據洞察、運算思維、意義建構



高度權重指標3：學群聘僱力。專業領域地盤，特色攻頂！

18學群 x TOP 3共54席次

15席

臺大

7席

政大

6席

成大

3席

清大

各2席

陽明交大
東吳
臺師大

各1席

世新、銘傳、文藻外語、中興、屏科大、中央、輔仁、東海、北教大、彰師大、臺體、國體、高餐旅、北醫、中國醫藥、臺藝大、北藝大



TOP 3

- 臺大：技壓群雄，涵蓋文法商理工農醫等核心學群
- 成大：工程、建築設計強勢攻頂
- 清大：資訊、數理化、工程擠進頂尖梯隊

政大學群集中商管社科、缺乏理工，學群聘僱力總分受限，未進前3。藍字為2026年新進TOP 3

名次	大眾傳播學群	工程學群	文史哲學群	外語學群	生命科學學群	生物資源學群
1	私立世新大學	國立成功大學	國立臺灣大學	國立臺灣大學	國立臺灣大學	國立臺灣大學
2	國立政治大學	國立臺灣大學	國立政治大學	文藻外語大學	國立陽明交通大學	國立中興大學
3	私立銘傳大學	國立清華大學	國立臺灣師範大學	國立政治大學	國立成功大學	國立屏東科技大學
名次	地球與環境學群	法政學群	社會與心理學群	建築與設計學群	財經學群	教育學群
1	國立臺灣大學	國立政治大學	國立臺灣大學	國立成功大學	國立臺灣大學	國立臺灣師範大學
2	國立中央大學	國立臺灣大學	國立政治大學	國立臺灣大學	國立政治大學	國立臺北教育大學
3	國立成功大學	私立東吳大學	私立輔仁大學	私立東海大學	私立東吳大學	國立彰化師範大學
名次	資訊學群	遊憩與運動學群	管理學群	數理化學群	醫藥衛生學群	藝術學群
1	國立臺灣大學	國立臺灣體育運動大學	國立臺灣大學	國立臺灣大學	國立臺灣大學	國立臺灣藝術大學
2	國立清華大學	國立體育大學	國立政治大學	國立清華大學	私立臺北醫學大學	國立臺北藝術大學
3	國立陽明交通大學	國立高雄餐旅大學	國立成功大學	國立成功大學	私立中國醫藥大學	國立臺灣大學

Q：若需聘僱「○○領域」畢業生，您會優先考慮哪些學校？(可複選 3 項)

高度權重指標4：性格優勢。負責任通行職場核心，合作優先個人競爭



TOP 3

1. 中山：負責任、**思辨性**、**適應性**
2. 臺科大：負責任、**思辨性**、**適應性**
3. 陽明交大：負責任、**思辨性**、**適應性**

53.4%

「負責任」居首
連續3年
穩居企業最重視
性格優勢

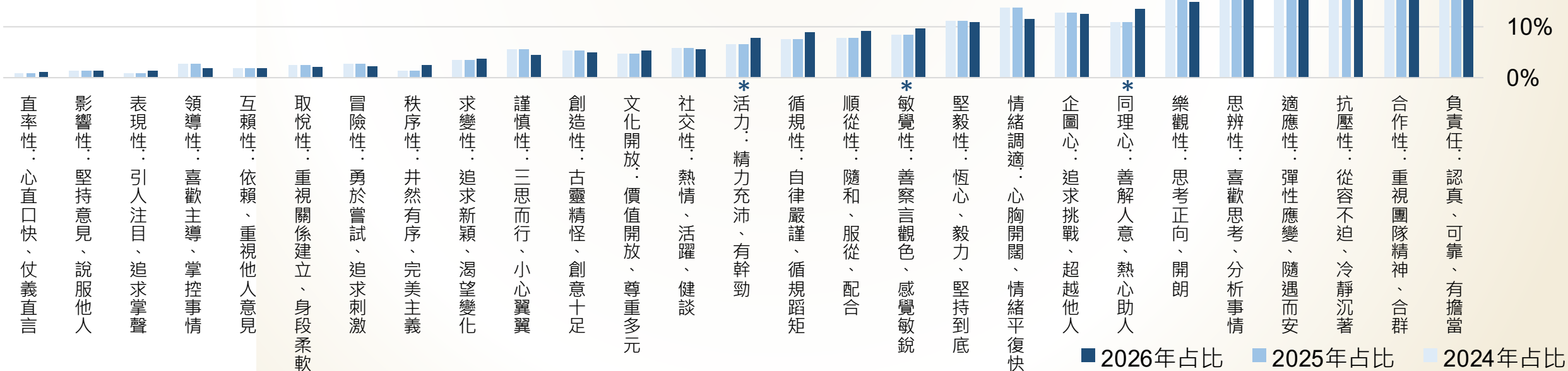
38.8%

「合作性」居次
企業重視程度增3
個百分點
年度排序4升2

36.8%

「抗壓性」居3
企業重視程度略降
*轉向同理心、敏覺
性、活力

Q：當企業聘僱大學新鮮人時，最希望新鮮人具備哪些「性格優勢」？(可複選3項)
→依104人力銀行資料庫，分析哪些學校畢業的求職會員，最具備企業偏好的「性格優勢」



2026大學品牌力

特色指標 解析

高階領導力

(校友長期職涯)

1. 學校品牌與大型企業的深度綁定
2. 臺大全能型領導，陽明交大與政大特定產業話語權
3. 路遙知馬力！(高階領導)英雄不怕(學群)起薪低

學群薪資力

(畢業生短期起薪)

1. 臺大薪資溢價，橫跨多數專業領域
2. 輔大打破國立大學壟斷，新鮮人展現最強薪資變現力
3. 成大展現硬核工程與管理能力的「薪資穩定器」

指標10
高階領導力
(校友長期職涯)

定義：

1.高階主管：曾經在上市櫃公司、或員工人數百人以上的大型企業，不限產業與職務，擔任過總經理、執行長、副總經理，技術長、資安長、財務長、行銷長、人資長，廠長等求職會員人數

2.高階主管占比：
$$\frac{\text{該校求職會員中，擔任過上市櫃或百人以上大型公司高階主管人數}}{\text{該校求職會員人數}}$$

TOP 1 陽明交大
高科技產業
技術決策核心

每1萬名校友，有59.5位擔任高階主管。
校友與台灣半導體及資通訊產業深層連結，在上市櫃科技公司擔任技術長CTO、廠長、研發副總等關鍵職務的密度高，具備將「專業技術」轉化為「組織管理」的能力，在以科技帶動的台灣企業中，最容易進入核心決策圈

TOP 2 政大
金融與營運
商管決策智囊

每1萬名校友，有59.4位擔任高階主管。
展現人文、法律與商管領域的領導權威，在大型金融體系、零售總部、跨國企業擔任財務長CFO、行銷長CMO與人資長CHRO、品牌長CBO，在上市櫃企業的營運管理與資金分配決策中，擁有強大的跨校脈絡與領導實力

TOP 3 臺大
跨領域
全面型領導品牌

每1萬名校友，有58.8位擔任高階主管。
校友總數與產業分布最廣，研究樣本(分母)高於陽明交大及政大，以致排名居3。但高階主管人數(分子)依然有絕對優勢，同時具備技術驅動領導、管理與財務驅動的領導，在科技、金融、民生消費等多元產業具有決策領導權

指標12

學群薪資力

(新鮮人短期起薪)

TOP 1 臺大

全方位

「高薪制霸」

18 學群中拿下15項7級滿分。僅建築與設計、教育、遊憩與運動為少數弱勢區塊

TOP 2 輔仁

文法商與傳播

「薪資黑馬」

大傳與生物資源拿下7級滿分，醫藥衛生、財經、社會心理等9大學群也穩定獲得6分

TOP 3 成大

專業技術與管理

「穩健強者」

18 學群中拿下15項滿分。僅建築與設計、教育、遊憩與運動為少數弱勢區塊

求職會員中，2021-2025該校最高學歷大學畢業**第一份正職工作月薪**，依18學群分類，由高而低排列PR值再七級分配

排序	學校	資訊學群	工程學群	數理化學群	醫藥衛生學群	生命科學群	生物資源學群	地球環境學群	建築設計學群	藝術學群	社會心理學群	大眾傳播學群	外語學群	文史哲學群	教育學群	法政學群	管理學群	財經學群	遊憩運動學群	總分	平均
1	臺大	7	7	7	7	7	7	7	2	7	7	7	7	7	2	7	7	7	1	110	6.11
2	輔仁	4	4	1	6	6	7	1	4	6	6	7	5	6	6	6	4	6	6	91	5.06
3	成大	7	6	7	7	2	1	6	7	2	7	2	5	7	2	7	7	7	1	90	5

2026大學品牌力

多元獎項 排名

學制標竿獎

地區领航獎

躍升獎

新銳獎

學制標竿獎

將各校總分依PR值排序，再依「國私立」x「學校設立別」，各取總分最高的前3所

國立一般大學

- 1 成功大學
- 2 清華大學
- 3 臺灣大學

私立一般大學

- 1 中原大學
- 2 輔仁大學
- 3 逢甲大學

國立技專校院

- 1 臺灣科技大學
- 2 臺北科技大學
- 3 高雄科技大學

私立技專校院

- 1 朝陽科技大學
- 2 南臺科技大學
- 3 正修科技大學



地區領航獎

將各校總分依PR值排序，再依「地區別」x「學校設立別」，各取總分最高的前3所
 東部及離島因校數少，不分「學校設立別」，僅取總分最高的前1所

北部

臺北市、新北市、基隆市、新竹市、桃園市、新竹縣及宜蘭縣

一般大學

- 1 清華大學
- 2 臺灣大學
- 3 陽明交通大學



技專校院

- 1 臺灣科技大學
- 2 臺北科技大學
- 3 臺北商業大學

中部

臺中市、苗栗縣、彰化縣、南投縣及雲林縣

一般大學

- 1 中興大學
- 2 逢甲大學
- 3 東海大學

技專校院

- 1 雲林科技大學
- 2 朝陽科技大學
- 3 勤益科技大學

南部

高雄市、臺南市、嘉義市、嘉義縣、屏東縣

一般大學

- 1 成功大學
- 2 中山大學
- 3 中正大學

技專校院

- 1 高雄科技大學
- 2 屏東科技大學
- 3 南臺科技大學

東部及離島

花蓮縣、臺東縣、澎湖縣、金門縣、連江縣

一般大學 及 技專校院

- 1 東華大學

躍升獎

2026年總分排名前31所學校(PR75)，取年度排名躍升最多的前3所

1 中國醫藥大學

2026年排名31，年度**躍升 20名**

其中

- 指標6：「學術聲望」排名3
- 指標7：「產學力」排名10
- 指標8：「研發力」排名5

2 臺灣海洋大學

2026年排名26，年度**躍升 8名**

其中

- 指標6：「學術聲望」排名8
- 指標7：「產學力」排名9
- 指標8：「研發力」排名6

3 長庚大學

2026年排名22，年度**躍升 6名**

其中

- 指標6：「學術聲望」排名3
- 指標7：「產學力」排名7
- 指標8：「研發力」排名3
- 指標9：「國際力」排名10



新銳獎

截至目前，學校創立時間在35年以內(PR25)相對年輕的學校，取總分最高的前3所

1 雲林科技大學

成立34年，2026年**排名20**

其中

指標6：「學術聲望」排名9

指標7：「產學力」排名10

指標8：「研發力」排名9

指標9：「國際力」排名10

2 朝陽科技大學

成立31年，2026年**排名27**

其中

指標7：「產學力」排名6

3 東華大學

成立31年，2026年**排名32**

其中

指標6：「學術聲望」排名7



2026大學品牌力

結論觀點

1. 學生校友「軟實力」衡量品牌力直接且重要指標
2. 企業期待高等教育人才培力，同步展現職場即戰力
3. 校際之間「全面均衡」與「專業賽道」雙軌競爭
4. 「AI 韌性」與「心理韌性」成為未來必備能力
5. 學校品牌與特定產業領導力的深度綁定

2026大學品牌力

今天之後

takeaway

1 企業期待 符合我的想像嗎？

企業衡量大學品牌力的12大指標，排序和權重和我想的一樣嗎？哪裡一樣？哪裡不一樣？

2 走在正確的 願景之路嗎？

企業對學校的表現，符合我的預期嗎？我目前的選擇和做法，更接近、還是更遠離個人或學校的願景呢？

3 標竿借鑑，精 準補強！

我心中理想的學校列表、競品之間，各有哪些強勢和弱勢？彼此的距離遠近？有策略調整的空間嗎？

4 品牌再進化

如何用矩陣四象限「指標的優勢與弱勢」x「學校願景的符合與不符合」，覆盤檢視學校的品牌力？

2026大學品牌力 今天之後

Online - merge - Offline

1 前進全國484所高中職

印製1萬6千份2026年《大學品牌力》實體專刊及海報，預計接觸全國超過1萬6千名學生及650位師長

2 「升學就業地圖」上架2026年《大學品牌力》專頁

2025年網頁瀏覽量達4,435萬次，年增幅高達30%。
高中職、大學生、家長共同了解畢業出路的第一選擇

<https://guide.104.com.tw/career/college-brand/>

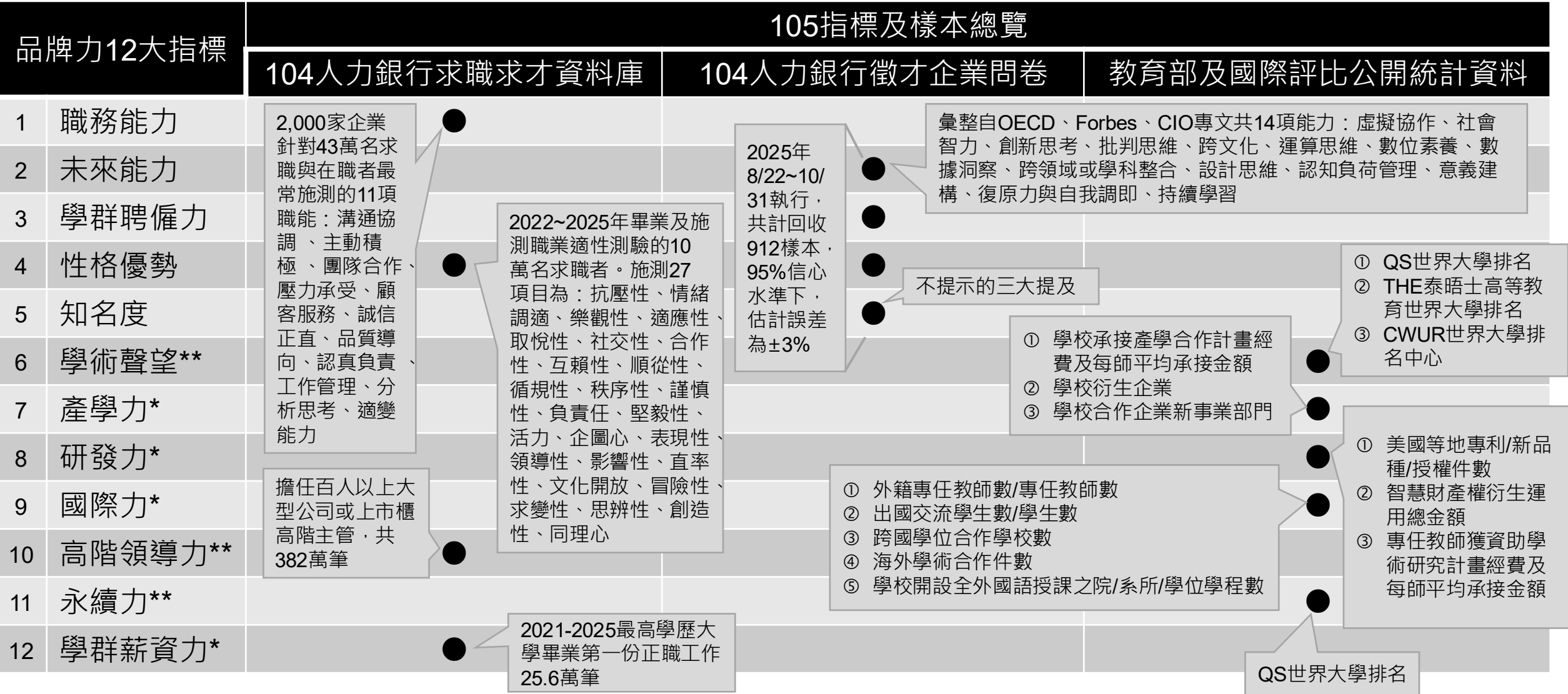


2026大學品牌力

附件

1. 指標總覽
2. 受訪企業輪廓
3. 計分方式
4. 指標定義補充
5. 指標定義補充_學術聲望

2026大學品牌力 指標總覽



註：* 指標優化。 **指標新增

2026大學品牌力 受訪企業輪廓

企業有效樣本：912份

產業	占比
電子資訊 / 軟體 / 半導體相關業	28.84%
一般製造業	18.86%
批發 / 零售 / 傳直銷業	9.65%
建築營造及不動產相關業	7.46%
醫療保健及環境衛生業	5.48%
住宿 / 餐飲服務業	4.82%
法律 / 會計 / 顧問 / 研發 / 設計業	3.95%
文教相關業	3.07%
金融投顧及保險業	2.96%
大眾傳播相關業	2.19%
政治宗教及社福相關業	2.08%
運輸物流及倉儲	1.86%
旅遊 / 休閒 / 運動業	1.10%
農林漁牧水電資源業	0.66%
一般服務業	0.11%
其他	6.91%
總計	100.00%

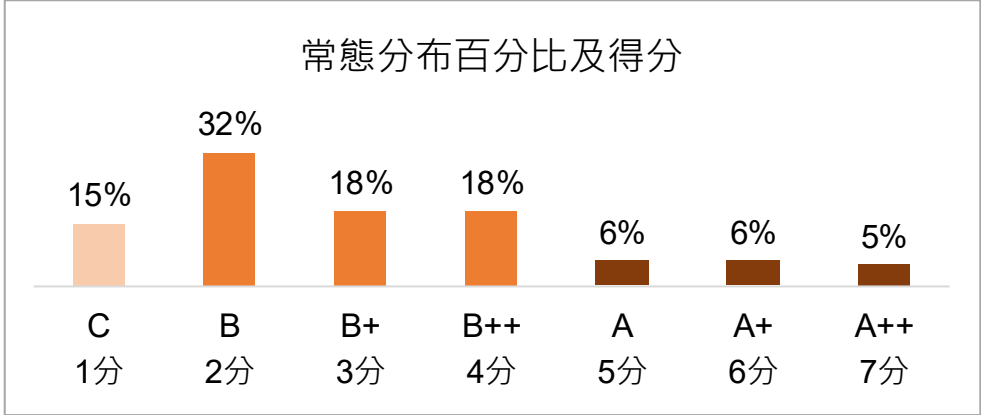
員工人數	占比
500人以上	18.75%
250~499人	9.32%
100~249人	14.80%
30~99人	25.88%
10~29人	19.08%
5~9人	9.54%
4人以下	2.63%
總計	100.00%

受訪者身份	占比
人資相關人員	40.24%
中高階主管	27.96%
基層主管	16.45%
資深專業人員/資深人員	9.43%
企業負責人/創辦人	3.51%
其他	2.41%
總計	100.00%

類型	占比
未在台上市 / 上櫃 / 興櫃之台資	65.68%
已在台上市 / 上櫃 / 興櫃之台資	21.05%
外商	12.39%
其他	0.88%
總計	100.00%

2026大學品牌力 計分方式

- ❶ 將各校的唯一指標，按原始值由高而低排序。
- ❷ 依常態分布百分比統計表，七等級配分。
- ❸ 逐一計算十二大指標得分。若單一大指標內含多個小指標，採同類指標平均值計分。
- ❹ 依企業問卷對各指標的重視程度產出「加權平均數」，再將各項分數加總，總分愈高、排名愈前。下表以A大學為例：



PR 96~100，A++等級，獲7分
PR 90~95，A+等級，獲6分
PR 84~89，A等級，獲5分
PR 66~83，B++等級，獲4分
PR 48~65，B+等級，獲3分
PR 16~47，B等級，獲2分
PR 0~15，C等級，獲1分

A大學 品牌力指標		PR 值	等級	七等級 配分	指標 權重	七等級配分 加權得分	得分
1	職務能力	96	A++	7	12.30%	0.861	加總為 6.1033 (滿分7分)
2	未來能力	93	A+	6	11.66%	0.6996	
3	學群聘僱力	96	A++	7	11.42%	0.7994	
4	性格優勢	91	A++	6	10.62%	0.6372	
5	知名度	96	A++	7	8.40%	0.588	
6	學術聲望	92	A+	6	8.20%	0.492	
7	產學力	94	A+	6	7.93%	0.4758	
8	研發力	92	A+	6	7.62%	0.4572	
9	國際力	88	A	5	6.67%	0.3335	
10	高階領導力	92	A+	6	5.34%	0.3204	
11	永續力	80	B++	4	5.33%	0.2132	
12	學群薪資力	89	A	5	4.52%	0.226	

2. 未來能力

- 虛擬協作：可人機或雲端/遠端共組虛擬團隊
- 社會智力：具備同理、傾聽、溝通等人際互動與社交技能
- 運算思維：用電腦解決問題的思維
- 數位素養：取得電腦網路資源，並加以應用、增強工作的能力
- 設計思維：運用同理、了解、發想、實驗等過程，產出創新解決方案的能力
- 認知負荷管理：能掌握工作或學習資源對自身衝擊的能力
- 意義建構：用通俗易懂的方式詮釋抽象或因果的敘事能力

6. 學術聲望

①QS世界大學排名 (使用指標：Academic Reputation)

<https://tw104.pse.is/8ewp34>

②THE泰晤士高等教育世界大學排名 (使用指標：Research Environment + Research Quality)

<https://tw104.pse.is/8ewp6x>

③CWUR世界大學排名中心 (使用指標：Research Rank)

<https://tw104.pse.is/8ewpd5>

7. 產學力

教育部「大專校院校務資訊公開平臺」各校自提公開資訊

①學校承接產學合作計畫經費及每師平均承接金額 <https://tw104.pse.is/8ewppu>

②學校衍生企業 <https://tw104.pse.is/8ewptc>

③學校合作企業新事業部門 <https://tw104.pse.is/8ewpxr>

8. 研發力

教育部「大專校院校務資訊公開平臺」各校自提公開資訊

①美國等地專利/新品種/授權件數 <https://tw104.pse.is/8ewq3m>

②智慧財產權衍生運用總金額 <https://tw104.pse.is/8ewq79>

③專任教師獲資助學術研究計畫經費及每師平均承接金 <https://tw104.pse.is/8ewqak>

9. 國際力

教育部「大專校院校務資訊公開平臺」各校自提公開資訊

①外籍專任教師數/專任教師數 <https://tw104.pse.is/8ewqeh>

②出國交流學生數/學生數 <https://tw104.pse.is/8hr6kn>

③跨國學位合作學校數 <https://tw104.pse.is/8ewqkz>

④海外學術合作件數 <https://tw104.pse.is/8ewqp4>

⑤學校開設全外國語授課之院/系所/學位學程數 <https://tw104.pse.is/8ewqrf>

10. 高階領導力

參考《轉型再成長》圖39 Maxwell領導力的五個層級，層級1職位position基於職務/職權的領導力。本研究不含層級2~5的領導力，依序為：permission源自彼此關係的領導力、production來自於生產績效的領導力、people development受惠於能力發展的領導力、pinnacle以身做則的領導力。本研究定義的職務/職權高階主管：例如總經理、財務長、行銷長、技術長、永續長、副總、廠長等

11. 永續力

QS世界大學排名 (使用指標：Sustainability Score)

<https://tw104.pse.is/8ewpl3>

2026大學品牌力 指標定義補充_學術聲望

特徵	QS 世界大學排名	THE 泰晤士高等教育世界大學排名	CWUR 世界大學排名中心
綜合差異	聲譽導向。極度重視學術界與產業界的主觀評價（共佔45%）。	研究與教學平衡導向。強調研究環境、品質與教學資源的綜合實力。	硬指標導向。唯一不依賴調查問卷或大學提交資料的排名，僅使用公開客觀數據。
主要重點	學術聲譽、雇主評價、國際化程度。	研究品質、研究環境、教學聲譽。	校友菁英成就（獲獎/擔任高管）、硬性研究數據。
指標數量	5 大類別 (Lens)，共 9 個指標	5 大支柱 (Pillars)，共 18 個細分指標	4 大面向，共 7 個指標
學術聲譽	權重 30% (學術聲譽調查)	權重 33% (研究聲譽 18% + 教學聲譽 15%)	不使用 (0%)
論文引用	權重 20% (單位教職引用率)	權重 30% (由引用影響力、研究實力、卓越性等組成)	權重 40% (研究產出、高品質期刊、影響力、引用數各10%)
校友/就業	權重 20% (雇主聲譽 15% + 就業成果 5%)	權重 4% (產業收入 2% + 專利 2%)	權重 50% (校友就業 25% + 教育品質/校友獲獎 25%)
教學	僅使用「師生比例」 (10%)	權重 29.5% (含聲譽、師生比、博士授予比等)	權重 25% (以「教育品質」即校友獲重大獎項人數衡量)
國際化	權重 15% (國際學生5%+國際職員5%+國際研究網絡5%)	權重 7.5% (國際學生、職員、合著各2.5%)	不使用 (無直接指標)

註：分析表僅供參考，詳情請依各官網為準
資料來源：[QS World University Rankings: Methodology](#)、[THE - World University Rankings 2026: methodology](#)、[CWUR - METHODOLOGY](#)



Thank you.