

# 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

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

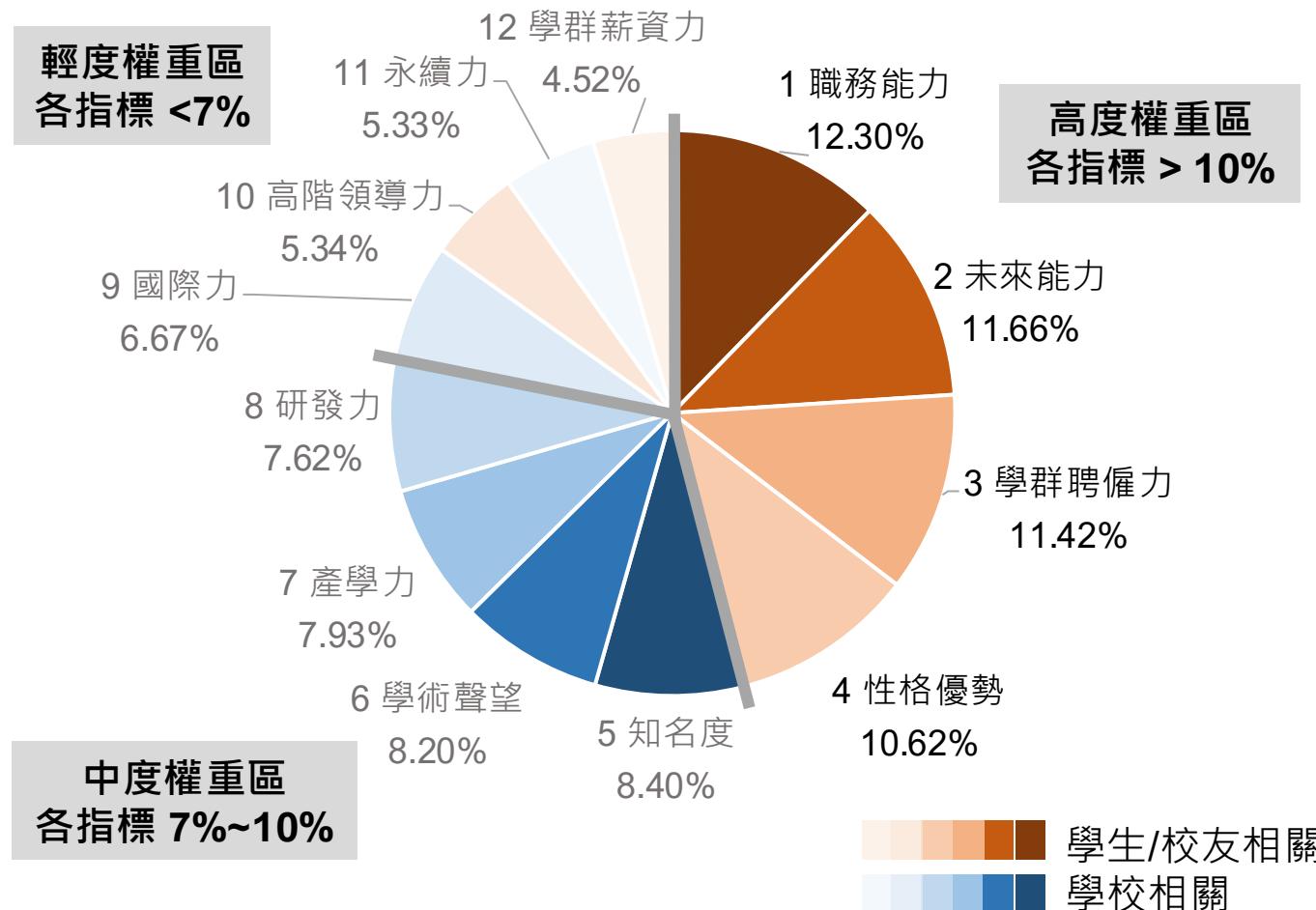
- **總排名**
- **12大指標**排名
- **18學群**排名
- **新銳獎**：總排名依學校成立時間在35年以內(PR25)相對年輕學校
- **躍升獎**：總排名含前31名(PR75)，並依2026年比2025年進步名次較多的學校
- **學制標竿獎**：總排名依公立一般大學、私立一般大學、公立技專校院、私立技專校院
- **地區領航獎**：總排名依學校所在地分為北部、中部、南部、東部及離島

# 2026大學品牌力 總排名 解

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

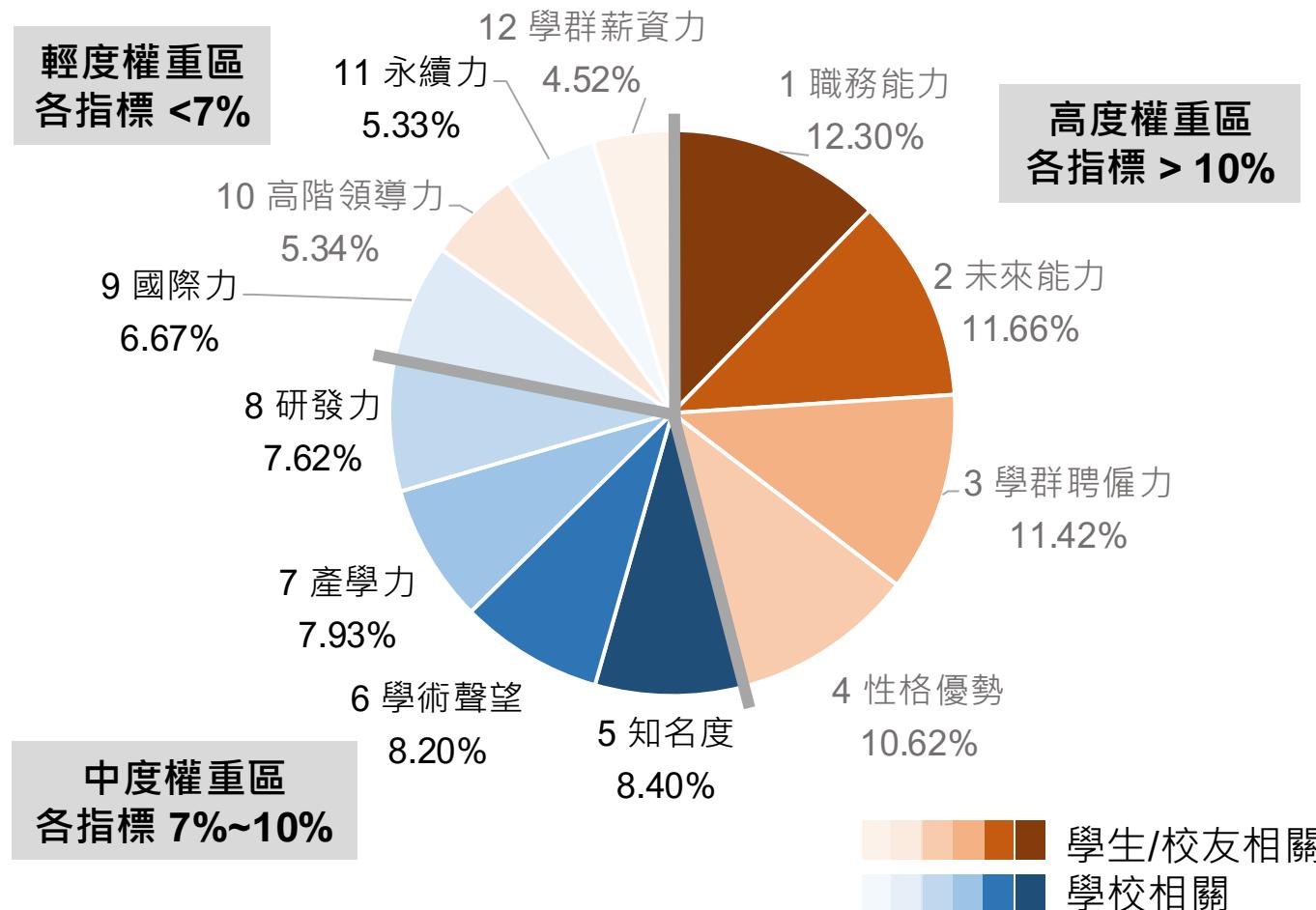


企業優先用學生及校友的「軟實力」衡量大學品牌力，「高度權重區」4項指標有3項為軟實力(職務能力、未來能力、性格優勢)。

- 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。

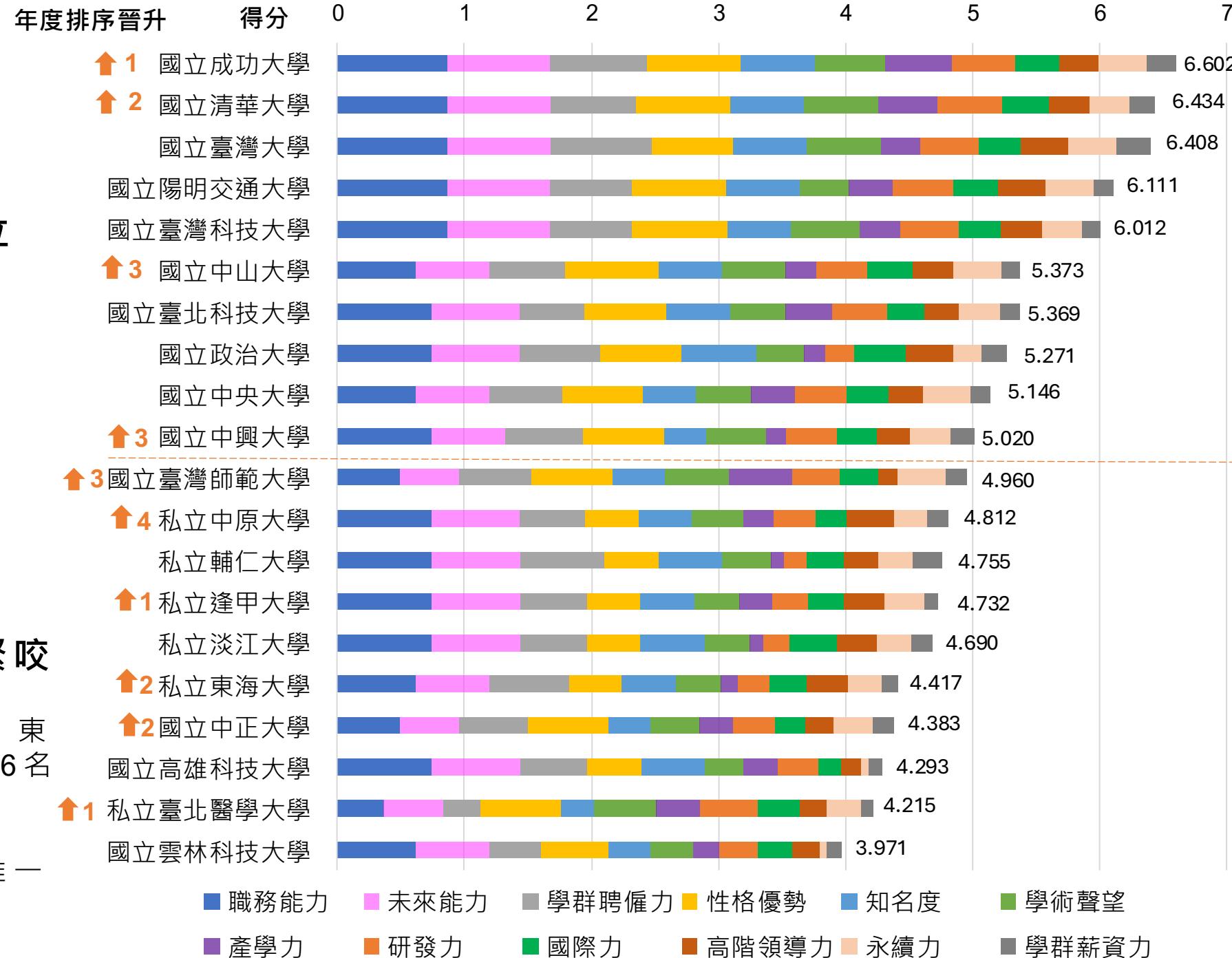
# 二十強出列！

## 前十強 巍峰霸主皆為國立

- 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		

# 前二十強 巍峰霸主

11. 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. 申正人性格優勢」第1，職場最具有辨識度的品牌標籤。學術聲望、國際力居3，同現高強品牌力。13

17. 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 8 16 45 29 24  
8 攻大立社科標榜！「國際化」連續3年第1、「高階領導力」居2、商管金融、社科傳授人立具備「品牌戰略與影響力」

8. 政人入文社科榜半！「國際力」連續3年第一，「高階領導力」居2，商官金融、社科傳播入文具備強人品牌號白銀  
8. 由由低調實力派臺灣研底蘊深厚，年度權重區多項民5。

由圖首推前士，農林、生科、理工展現深厚學術根基，學術聲譽居410研發力9、學群薪資力挑戰前5。29

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	5	2	1	3	1	3	9	8	5	5	2	
3	國立臺灣大學	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	
4	臺師大	實質制霸！3項指標拿下前4(產學力、學術聲望、永續力)，師培成功轉型，具備衝擊前五實力的品牌新強權。													
5	逢甲	五大私校」以職場實力定義品牌力！透過深耕特定領域與職場銜接，成功從「規模競爭」轉向「專業價值競爭」。													
6	中原	中原明交「高階領導力」居5，超過多所國立大學，工程師搖籃，同為高階經理人孵化器。													
7	輔大	「學群薪資力」居2，僅次臺大，展現神級薪資的兌現能力。學門齊全，「學群聘僱力」居4。													
8	淡江	「學群薪資力」居2，僅次臺大，展現神級薪資的兌現能力。學門齊全，「學群聘僱力」居4。													
9	東海	逢甲中度權重區表現均衡，與產業連結度極深，研發成果有效轉化為產業應用。													
10	淡江	淡江「國際力」居2，僅次政大，跨境就業深度國際化，以專業指標展現驚人爆發力。													
11	東海	多數指標齊平均衡，博雅與實務並進的私校標準，「國際力」居8相對突出。													
12	中正	中正中度權重區相對勝出，展現高學術純度與地方產業守護者的獨特風格，學術紮實、南台灣社會科學與研發的基石。													
13	高科大	中正中度權重區相對勝出，展現高學術純度與地方產業守護者的獨特風格，學術紮實、南台灣社會科學與研發的基石。													
14	逢甲	高科大產學研深度連結的南部霸主！具前十強的堅強實力(職務能力12、未來能力、知名度、學術聲望、產學力、研發力)													
15	北醫	北醫「學術聲望」居3、「研發力」居3、「國際力」居5，國際醫學專業賽道的知識權威。													
16	雲科大	北醫「學術聲望」居3、「研發力」居3、「國際力」居5，國際醫學專業賽道的知識權威。													
17	國立中興大學	雲科大職場對接的中部技職旗艦，「學術聲望」、「研發力」、「產學力」、「國際力」躋身前十強。													
18	國立臺灣師範大學	國立中興大學	23	20	11	10	13	3	2	6	8	62	4	8	
19	私立中原大學	12	12	18	26	14	6	9	8	11	5	18	9		
20	私立輔仁大學	8	8	4	32	8	7	14	14	8	16	20	2		
21	私立逢甲大學	11	11	16	28	15	8	8	10	9	11	12	26		
22	私立淡江大學	9	9	16	27	10	8	14	13	2	10	19	8		
23	私立東海大學	15	14	8	41	16	8	13	11	8	12	16	19		
24	國立中正大學	25	26	14	12	19	7	8	8	11	26	13	10		
25	國立高雄科技大學	10	10	15	34	9	10	8	8	16	45	29	24		
26	私立臺北醫學大學	43	39	32	11	29	3	5	3	5	34	15	31		
27	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

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

**高度權重指標1：職務能力。首重「主動積極」，加重「團隊溝通」**



**TOP 3**

- 臺大：溝通協調、主動積極、**分析思考**
- 成大：主動積極、溝通協調、**團隊合作**
- 清大：主動積極、溝通協調、**分析思考**

**62.9%**

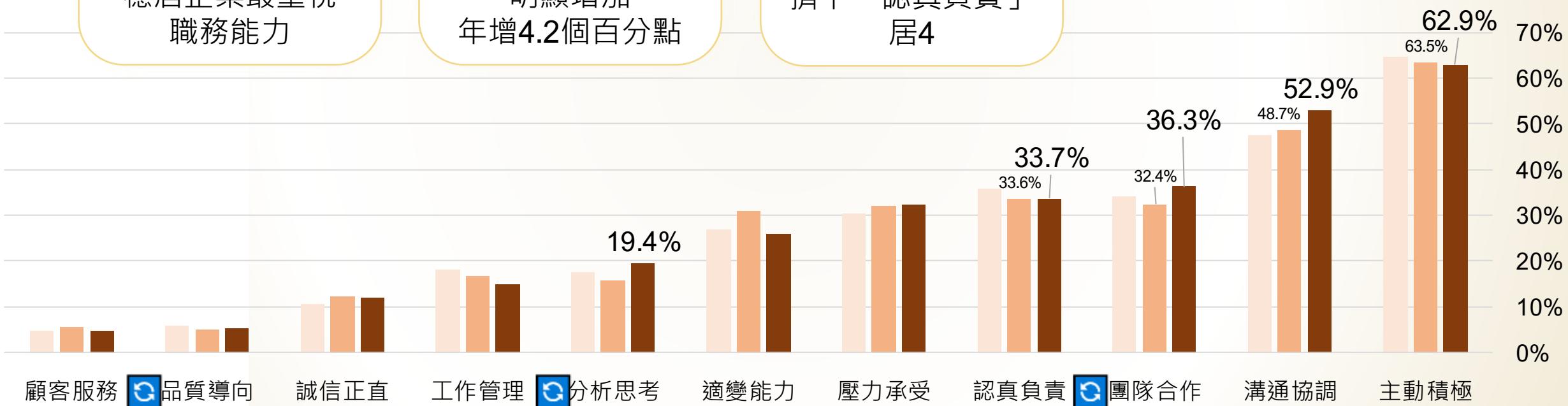
「主動積極」居首  
連續3年  
穩居企業最重視  
職務能力

**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  
生最具备您上述希望的「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

### 高度權重指標2：未來能力。首重「心理韌性」，加重「AI韌性」



#### TOP 3

- 臺大：創思力、社會智力、設計思維
- 成大：社會智力、認知負荷管理、持續學習
- 清大：設計思維、創思力、社會智力

# 55.6%

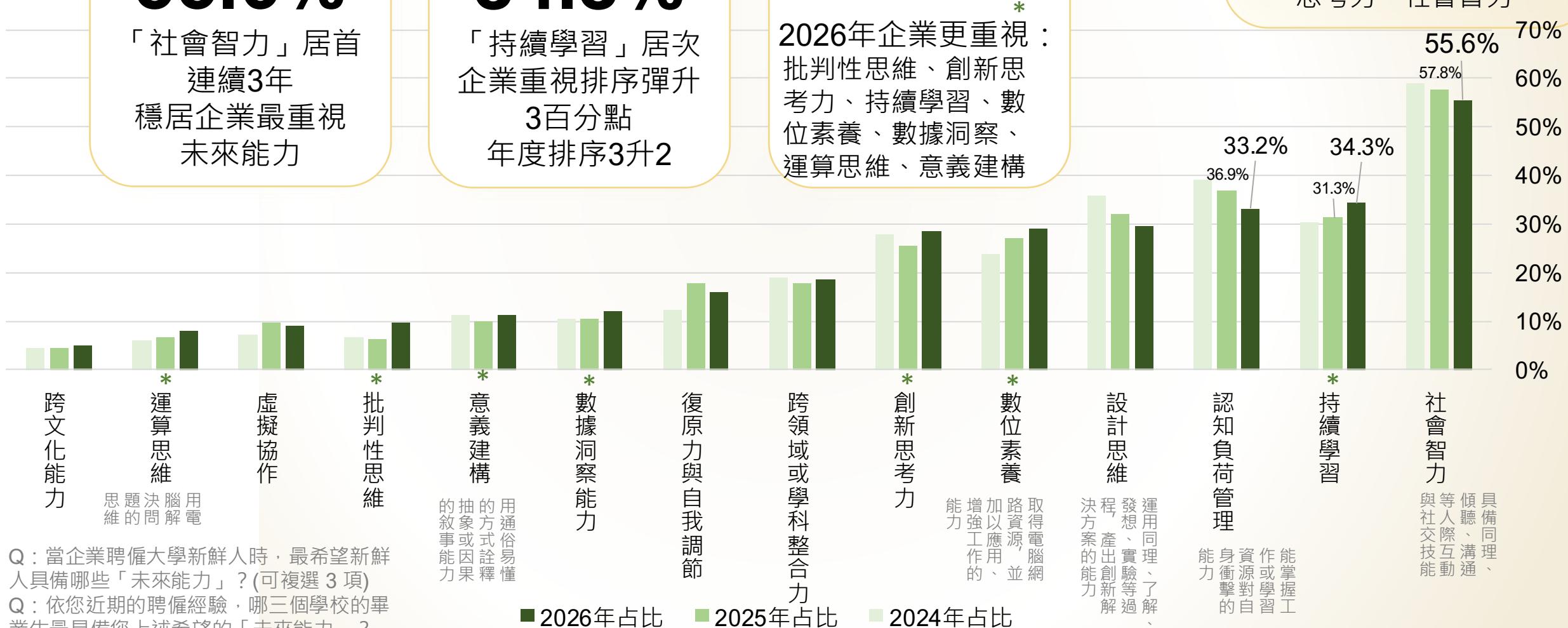
「社會智力」居首  
連續3年  
穩居企業最重視  
未來能力

# 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	<b>國立政治大學</b>	國立臺灣大學	<b>國立政治大學</b>	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「OO領域」畢業生，您會優先考慮哪些學校？(可複選 3 項)

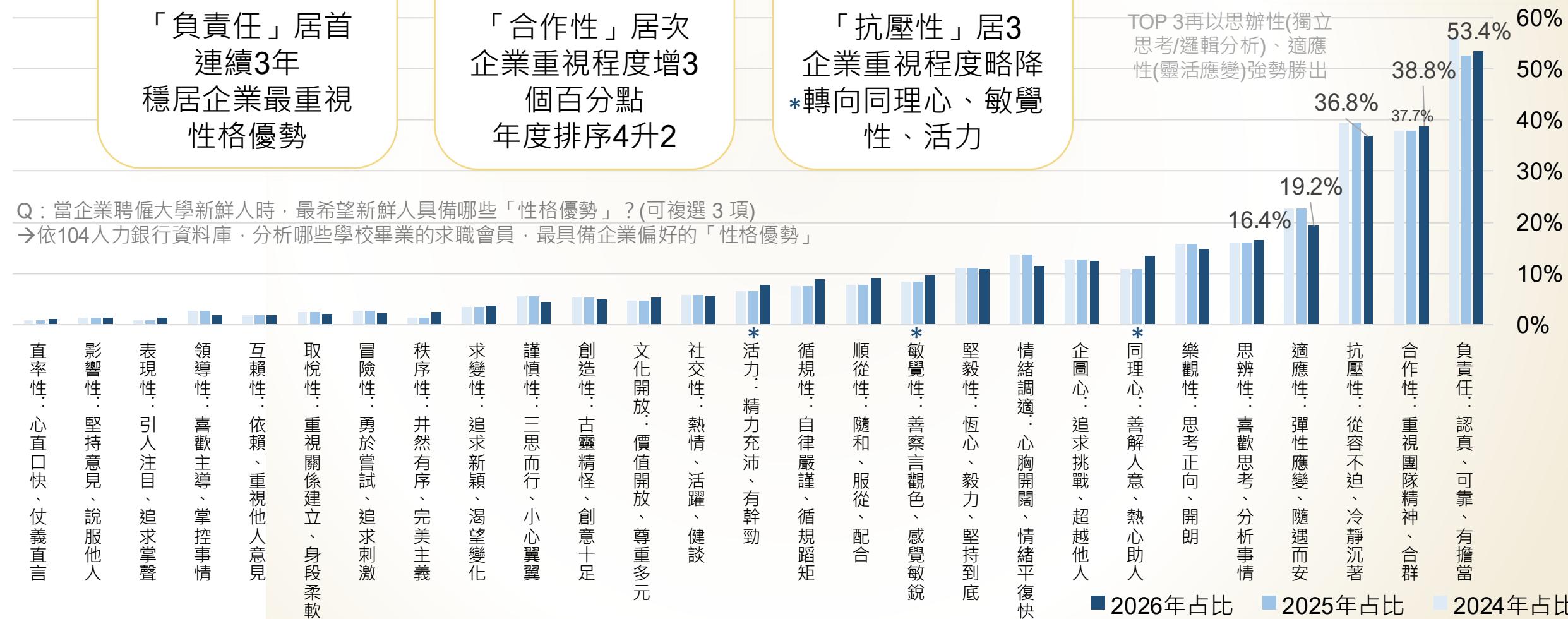
**高度權重指標4：性格優勢。負責任通行職場核心，合作優先個人競爭**



# 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**

**TOP 3再以思辦性(獨立思考/邏輯分析)、適應性(靈活應變)強勢勝出**



# 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訊通訊產業深層連結，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

地區領航獎

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  
「指標的優勢與劣勢」  
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

## 品牌力12大指標

### 104人力銀行求職求才資料庫

2,000家企業針對43萬名求職與在職者最常施測的11項職能：溝通協調、主動積極、團隊合作、壓力承受、顧客服務、誠信正直、品質導向、認真負責、工作管理、分析思考、適變能力

擔任百人以上大型公司或上市櫃高階主管，共382萬筆

1 職務能力

2 未來能力

3 學群聘僱力

4 性格優勢

5 知名度

6 學術聲望\*\*

7 產學力\*

8 研發力\*

9 國際力\*

10 高階領導力\*\*

11 永續力\*\*

12 學群薪資力\*

## 105指標及樣本總覽

### 104人力銀行徵才企業問卷

2025年8/22~10/31執行，共計回收912樣本，95%信心水準下，估計誤差為±3%

- ① 外籍專任教師數/專任教師數
- ② 出國交流學生數/學生數
- ③ 跨國學位合作學校數
- ④ 海外學術合作件數
- ⑤ 學校開設全外國語授課之院/系所/學位學程數

彙整自OECD、Forbes、CIO專文共14項能力：虛擬協作、社會智力、創新思考、批判思維、跨文化、運算思維、數位素養、數據洞察、跨領域或學科整合、設計思維、認知負荷管理、意義建構、復原力與自我調節、持續學習

### 不提示的三大提及

- ① 學校承接產學合作計畫經費及每師平均承接金額
- ② 學校衍生企業
- ③ 學校合作企業新事業部門

2022~2025年畢業及施測職業適性測驗的10萬名求職者。施測27項目為：抗壓性、情緒調適、樂觀性、適應性、取悅性、社交性、合作性、互賴性、順從性、循規性、秩序性、謹慎性、負責任、堅毅性、活力、企圖心、表現性、領導性、影響性、直率性、文化開放、冒險性、求變性、思辨性、創造性、同理心

2021-2025最高學歷大學畢業第一份正職工作25.6萬筆

- ① QS世界大學排名
- ② THE泰晤士高等教育世界大學排名
- ③ CWUR世界大學排名中心

- ① 美國等地專利/新品種/授權件數
- ② 智慧財產權衍生運用總金額
- ③ 專任教師獲資助學術研究計畫經費及每師平均承接金額

### QS世界大學排名

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%

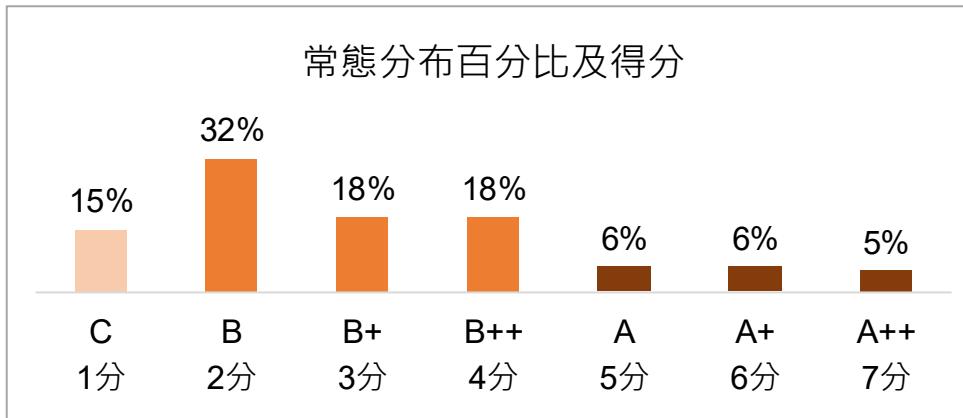
受訪者身份	占比
人資相關人員	40.24%
中高階主管	27.96%
基層主管	16.45%
資深專業人員/資深人員	9.43%
企業負責人/創辦人	3.51%
其他	2.41%
總計	100.00%

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

① 將各校的單一指標，按原始值由高而低排序。

② 依常態分布百分比統計表，七等級配分。



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

③ 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。

④ 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：

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	

# 2026大學品牌力 指標定義補充

## 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	<b>聲譽導向。</b> 極度重視學術界與產業界的主觀評價（共佔45%）。	<b>研究與教學平衡導向。</b> 強調研究環境、品質與教學資源的綜合實力。	<b>硬指標導向。</b> 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	<b>5 大類別 (Lens)</b> , 共 9 個指標	<b>5 大支柱 (Pillars)</b> , 共 18 個細分指標	<b>4 大面向, 共 7 個指標</b>
學術聲譽	<b>權重 30%</b> (學術聲譽調查)	<b>權重 33%</b> (研究聲譽 18% + 教學聲譽 15%)	<b>不使用 (0%)</b>
論文引用	<b>權重 20%</b> (單位教職引用率)	<b>權重 30%</b> (由引用影響力、研究實力、卓越性等組成)	<b>權重 40%</b> (研究產出、高品質期刊、影響力、引用數各10%)
校友/就業	<b>權重 20%</b> (雇主聲譽 15% + 就業成果 5%)	<b>權重 4%</b> (產業收入 2% + 專利 2%)	<b>權重 50%</b> (校友就業 25% + 教育品質/校友獲獎 25%)
教學	僅使用「師生比例」 ( <b>10%</b> )	<b>權重 29.5%</b> (含聲譽、師生比、博士授予比等)	<b>權重 25%</b> (以「教育品質」即校友獲重大獎項人數衡量)
國際化	<b>權重 15%</b> (國際學生5%+國際職員5%+國際研究網絡5%)	<b>權重 7.5%</b> (國際學生、職員、合著各2.5%)	<b>不使用</b> (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](#)

104

Thank you.