Legacy

把節目與舞台技術做成可以反覆工作的現場

Legacy 是以台灣為基地的現場音樂展演品牌與營運體系。它在 2009 年 12 月於台北華山開出第一個場館，之後把工作延伸至台中、旅館、百貨與臺北流行音樂中心。它提供的服務，包括安排自己的售票節目、承接外部活動，以及讓燈光、音響、票務、前後台和觀眾服務在同一個晚上配合運作。[1, 2]

理解 Legacy，最有用的單位是「一場演出怎麼被做成，下一場又如何接著發生」。舞台可以反覆使用，演出的編制、票價、主辦者和觀眾卻一直改變。機構必須保留足夠穩定的設備與專業，同時容納每次不同的音樂。它的擴張，因而也是把技術、節目判斷與風險承擔帶到新場所的過程。

這篇研究以台灣場館、節目和核心營運法人為中心，資料截至 2026 年 10 月 6 日；2026 年的亞洲擴展另外按已宣布計畫和已可見活動區分。品牌的公開聲量、公司的法定位置與實際工作，分別需要自己的證據。

千人場館如何成為一門事業

2009 年 12 月 4 日《Taipei Times》的開幕報導，記錄 Legacy Taipei 當晚由崔健演出，首月另有林生祥、巴奈、伍佰，以及海外樂團。記者訪場時工人仍在施工，部分音響系統尚未全部就位。這個不甚完美的開端，顯示大型設備與開幕檔期從一開始就必須同時管理。[3]

把現場演出放進日常休閒，是當時經營者陳彥豪對外說明的方向。這需要節目接續出現、場地準時交付，才能讓第一次來的人願意再回來。[4]

共同創辦人馬天宗帶入的是劇場技術與製作管理經驗。2023 年中央社訪談確認，他曾在美國從技術設計轉入製作統籌與營運，回台後同時參與音樂、劇場與文化空間。這段前史對 Legacy 有意義的地方，在於把製作看成一種可組織的工作：目標、預算、技術與人員要能互相配合；他的其他劇場與電影計畫，仍是不同事業。[5]

2013 年的陳彥豪訪談已把早期節目策略說得相當明確：讓較有票房把握的主流演出，與獨立音樂節目搭配，支持較小的演出機會。這是經營者對早期做法的說明，足以辨認節目組合的邏輯，無法當成今天各類節目的實際收入比例。[6]

馬天宗在 2025 年《今周刊》的回顧，進一步談到票房拆帳，以及早年以每月約新臺幣 400 萬元票房作為損益兩平的規劃尺度。這個數字適合用來理解當時如何安排大小節目，不能套用到如今五個台灣場館，更不等於已審計的月營收。[7]

從這兩個年份的說法可看出，Legacy 起初就要處理兩種時間：單場演出的成敗，以及整個月、整個年度能否維持。新人可能值得做，卻還沒有足夠觀眾；成熟藝人的檔期則未必按營運需要到來。策劃節目因此包含對音樂的判斷，也包含安排等待、空檔與風險的能力。

[External image / 外部圖片] Legacy Taipei 舞台、觀眾、空場與後台照片組圖

Legacy Taipei 官方場地照片組圖：演出、空場、後台與不同座席安排，呈現同一空間如何因用途而改變。 Legacy；未標示攝影者 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

品牌背後有不同的責任主體

核心營運法人為若谷股份有限公司。公司設立於 2006 年，2010 年更名為若谷；這與 2009 年的品牌開幕，是三個不同時間。[8]

官網節目署名，則呈現品牌裡的工作分化。台北場次可由若谷主辦；台中節目出現若霖股份有限公司；「大團誕生」由若谷與街聲共同主辦；另有演出只以 Legacy 為場地，由外部公司主辦。這些名稱會影響誰接洽藝人、誰販售節目與誰處理異動，不能全部簡化為「Legacy 辦的」。[9]

其中一項關係有正式契約程序的公開證據。臺北流行音樂中心 2023 年的 Live House A 招商公告，列若谷為得標廠商，頁面狀態為已完成簽約。北流的年度評鑑報告補出時序：A、B 兩館於 2023 年 11 月底完成評選，2024 年第一季簽約。2024 年 9 月 14 日，A 館以 Legacy TERA 正式進駐營運。[10, 11, 12]

這裡，北流提供並管理公共文化設施，若谷承接場館經營。場館品牌、營運契約與建物權屬不能互換。公開公告足以確認由誰承租經營，尚未讓租期、租金、收益分成與全部履約條件都變得可見。這也使 TERA 成為一項新的長期營運責任，超過替某次演出換大舞台的意義。

選一組音樂人也在設計一條進場路徑

「大團誕生」提供了比抽象扶植口號更具體的入口。2018 年一場官方節目說明，寫明全年九場開發場，每場從 StreetVoice 徵選中選出三組新團，再搭配推薦嘉賓，走進華山售票演出。網路作品的篩選和實體舞台，由不同工作者與平台接起來。[13]

到 2026 年 9 月 3 日的開發場四，節目頁仍列若谷與街聲共同主辦，並列出波羅密、鯊魚煙囪與由政大金旋特別獎進入的煮過頭。它的入口已不宜被理解為只有單一網路徵選。當晚採站席，單人預售新臺幣 300 元，另有多人套票與身障票。[14]

對新人而言，共同演出讓一組音樂人不必獨力承擔整個千人場的吸引力；對場館而言，同場組合讓不同受眾有機會相遇。這是由節目安排可辨認的機制。至於某團後來成名，有多少應歸功於這場演出，仍需追查後續售票、作品、巡演和樂團自身的工作，不能把登台名單當成培育成效的排行榜。

Legacy 也以系列節目維持不同世代的入口。2026 年「鐵漢柔情」陳建年台中場採全區對號入座，預售票 1,680 元、身障票 840 元，並設會員優先購。相同品牌可以容納站席的新團聯演，也可以用座席、較高票價與預先購票，安排成熟歌手的專場。[15]

系列名稱的實際作用，在於讓選題、行銷、場館與觀眾期待有一個可延續的容器。每一年的演出者仍需重新接洽，節目也必須適應他們的新作品與生活階段。機構保留的是策劃與交付的能力，而非讓每位表演者都沿著同一條升級路線前進。

[External image / 外部圖片] Legacy Taichung 的舞台、觀眾和場館設備組圖
Legacy Taichung 的官方場地組圖，包含站席演出、座席與後台。場館服務所需的設施不只在舞台上。 Legacy；未標示攝影者 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

演出還沒開門 技術工作已經開始

2026 年查閱的節目企劃職缺，把提案、演出接洽、票務接口、受眾分析和後台行政放在同一個職位中，並要求兼顧節目趣味與年度票房目標。策劃因此同時處理藝術合作與交付。[16]

接下來的轉交，需要技術資料。2021 年受訪時，Legacy 製作經理林子彧描述，確認演出後會了解練團與彩排、索取分軌音檔，再以表單和演出團隊核對器材及執行方式；有些案子的準備持續兩三個月，最後才進入裝台、試音、彩排與撤場。這是具名工作者的經驗，不能把其準備期當成全館所有節目的固定工期。[17]

兩項材料合起來，呈現了一條可查的工作序列：節目企劃先使演出成立，演出團隊提出音樂與技術需求，技術人員把需求轉成可在指定空間執行的配置。票賣出去以前與以後，都還有不會出現在海報上的調整。這裡的「專業場館」，包含替外來團隊減少每次重新摸索的成本。

官方設備表把這種協作固定在可交接的文件裡。TERA 的 2024 年 12 月 5 日版本，分列前台擴聲、舞台監聽、麥克風與通訊系統，載明控台型號、軟體版本和數量。前台使用 Avid S6L，監聽使用 Yamaha DM7，另有個人混音與無線監聽設備。[18]

台北館的同日版本則是另一份清單，不能把 TERA 的配置倒套回華山。標準化在這裡的意義，是演出製作人有文件可拿來比對，知道要自備什麼、哪些部分需要另作協商；它不表示每個場館相同，或每一場都能直接沿用同一份設定。[19]

設備表中的前台擴聲與監聽分工，也提示了一個常被觀眾忽略的差異：台下擴聲和台上監聽必須同時處理。文件降低溝通的不確定，仍需排練與現場反應配合。[20, 21]

撤場之後還有下一場

音響師職缺列出的工作，同時包括自辦與外租場次、演前技術會議、器材圖面核對、裝拆台、控台執行，以及樂器和場館設備保養。保養是下一場演出的前提。[22]

2026 年 4 月的業者升級消息，說明 TERA 依製作方回饋調整燈光配置、增加近四十組電腦燈並改用 grandMA3；同篇亦表示台北、台中長期同步設備更新與服務流程。這些是機構公開的維護策略，不是獨立驗證的滿檔率或音質評比。[23]

其值得注意的地方，是投資並未在開幕停止。一種原本足以接案的配置，可能因演出型態、隨團技師的工作習慣和控制系統演進而需要調整。維護既是修理，也包括重新安排設備之間的接口。若忽略這部分，場館會只剩開幕時的資產價值，卻失去被新製作團隊持續使用的能力。

人員的能力也必須更新。2024 年 Legacy 的國際交流音響工作坊，由若霖與 Legacy 主辦、北流協辦，台灣安達斯與捷越音響提供硬體協力，邀 Jim vanBergen 以場館設備進行現場混音實作。這是一個結合營運公司、公共場館與技術供應商的學習安排。[24]

同年與臺北市影視音實驗教育機構的合作，將基礎線材、擴聲監聽、燈光控台與編程帶進五日課程，規劃讓學生跟隨技術人員參與真正演出的裝台和彩排。2026 年北流演唱會學院又由 Legacy 製作經理王悅丞教授現場音訊。這些可查紀錄顯示專業向外傳授的路徑；課程參與不等於已受聘，更不足以證明整個業界的人力缺口已解決。[25, 26]

若谷的招募頁在查閱日自填員工二十人，音響師月薪區間為 32,000 至 36,000 元，節目企劃為 36,000 至 40,000 元。這是招募條件與雇主自填數字，不能代替全體員工薪資、工時與工作經驗。[27]

觀眾服務把演出的承諾落到現場

售票是觀眾與主辦單位建立關係的開始。Legacy 的一般購票頁把自辦節目主要導向 iNDIEVOX，並提醒外部主辦場次依各節目辦理。預售與現場售票、不同票種和退票窗口，都需要有人保持一致。[28]

但一般頁面與單場公告並非永遠同步。例如一般頁仍寫身障票以傳真預購，2026 年陳建年場次卻明列 iNDIEVOX 線上訂購。研究因此保留兩者的版本差異，實際購票應以該場最新資訊核對。資訊維護也是觀眾服務的一部分，不能因燈光音響良好就視為自然完成。[29, 30]

外部主辦者的文件，尤其能看見場館並非唯一的服務主體。Live Nation 為 2026 年 8 月 29 日回聲樂團華山場公布的辦法，將服務台、票務、周邊取貨、入場安檢及演後簽名分開安排；預購取貨與現場購買也使用不同窗口。這份文件由主辦者發布，不能把所有人員直接算作 Legacy 員工。[31]

這些小分工影響一場演出能否順利開始：同一個觀眾可能要先取貨、再處理票券或座位、最後進場。舞台上的時間表，必須與外場的時間表接起來。資訊不一致、隊伍交叉或臨時異動，會把壓力送到最靠近觀眾的工作者身上。

演出不能如期進行時，機構責任更清楚。官網保留原訂 2024 年 11 月 21 日謝帝台北場的延期公告，列 ICON Promotions 為主辦，說明巡演行程變動、全額退票與由主辦方負擔手續費，另按支付方式交給票務系統辦理。這是可確認的責任分配，尚非退款全部完成的證據。[32]

從選題、技術交接、售票到異動後的退款，演出的生命週期超過開場與謝幕。Legacy 的公共角色，也發生在把這些不同單位的訊息留在同一個可查入口之中。

[External image / 外部圖片] Legacy MAX 的空曠場地、演出配置與後台組圖
信義劇場 Legacy MAX 的官方場地照片，展示空場、座席、演出與後台。 Legacy；未標示攝影者 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

空間組合擴大了用途 也擴大了固定承諾

Legacy 的場所並非一種可原封不動複製的店型。華山利用既有建物；mini@amba 把八十至一百二十人的演出放進旅館；2014 年台中館提供另一座城市的據點；2017 年 MAX 則透過新光三越 A11 場地合作發展。每個位置都有不同的尺度與外部合作方。[33]

這種組合讓一個品牌可以處理不同節目，而不必用同一個場子容納所有需求。小型演出需要較少觀眾便可能形成密度；較大的製作需要更多設備、後台與售票容量。場館間可以提供連續的選項，但移到更大空間是否適合，仍取決於實際觀眾、演出內容和成本。

TERA 把這個選項推向更大尺度的場館。北流五週年刊物記載，它的設備配置預算約新臺幣六千萬元，並把可兼容音樂與科技展示的彈性列為定位。這是場館方刊物中的投入說明，不能當成若谷全部投資額或最終決算。[34]

擴張也不能被簡化成搬遷。TERA 開幕後，華山的 Taipei 仍保有節目，2026 年 9 月的大團誕生就是

一個明確例子。[35]

官網另留有 mini@好丘的歷史名稱，卻不足以單憑舊頁面認定其目前營運狀態。本文將場地新增、歷史館名與現行活動各自保存。[36]

2026 年 TERA 的外部節目也顯示，場館可以服務其他公司。例如八月的 Summer Lineup Concert，官網列拾光傳媒為主辦，票價與入場規則由該節目另行提出。場館提供基礎設施，外部主辦提供內容與其觀眾，兩者在同一空間協作。[37]

因此，營運上的彈性來自兩個層次：自己安排節目，以及讓別人的節目使用場館。早期拆帳理念，不能改寫成永遠不收場租的政策；公開場租入口沒有提供足以通用於各館各時段的現行報價，也不應拿一個歷史媒體估價推算今天每場成本。[38]

[External image / 外部圖片] Legacy Mini 的沙發、小桌與唱片牆
Legacy Mini 官方場地照片中的沙發與小桌配置，對應品牌擴展至較小型、可停留空間的嘗試。
Legacy；未標示攝影者 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

金流必須分清它付的是什麼

門票、場租或製作服務、企業贊助、資本投入與政府補助，給機構的能力不同。門票跟著節目；設備投資往往要先發生；補助則受指定用途和核銷安排約束。公開資料尚無各項收入及成本的完整拆分，因此無法判定哪一類業務目前是主要利潤來源。

永豐銀行 2020 年的正式新聞稿，寫明連續第六年冠名贊助台北館，並提供卡友購票折扣。這能確認當年的品牌與行銷合作，不能以「永豐 Legacy」的館名判定銀行擁有場館，也不能把舊優惠當成現行合約。[39]

公共支持同樣有明確的項目。文化部影視及流行音樂產業局的 2024 年第四季表，列若谷「Legacy Presents《千人展 II》系列演出」於 4 月 15 日核定補助新臺幣 170 萬元。另一份年度決算表，則列該案第一期 51 萬元、第二期 68 萬元已撥。[40, 41]

兩份文件的數字分屬核定承諾與當年度列示的撥款；後者合計 119 萬元，不能直接改稱最終補助總額，也不能從差額推定遭刪減。它們真正讓我們看到的是：節目得先組織起來，支出與支持款項卻可能分期出現。補助有助於完成特定計畫，仍不等於支付整座場館在演出之間的全部維護。

當場館擴充，單場成功與全年延續之間的落差反而更需要管理。更多設備提供更多服務可能，也意味著維修、更新、訓練與閒置期間的負擔。現有資料足以指出這些可見的承諾，尚不能計算每館損益兩平點、現金準備或不同節目間的實際補貼。

董事會可以看見 控制的最上游仍須留白

2025-04-29 變更的公示，列若谷發行 4,550,500 股，中子文化持 2,359,800 股（約 51.86%），並占七席董事中的四席：董事長馬天宗、張培仁、黃曉薇、陳彥豪。同一法人股數不可因多名代表相加。[42]

黃曉薇在此承擔的是法人代表董事責任，任期與來源詳見關係索引。這與她在中子、街聲的公開管理職稱不同，也不能推出她個人持股或親自決定每檔節目。[43]

更上游的投資，也有上市公司正式文件可查。永豐餘投控 2026 年第二季合併財報列其百分之百持有永豐餘全球；後者在 6 月 30 日持有 Neutron Innovation（BVI）Ltd. 6.5%，帳面金額 788 千美元，附註標示持有公司為被投資公司董事或監察人。[44]

同一基準日，永豐金控的第二季合併財報，列永豐創投持有 Neutron Innovation（BVI）Limited 6.02%，帳面金額新臺幣 43,667 千元。這是另一條具名法人投資，持有人並非冠名合作的永豐銀行；兩筆少數持股不能自行加總成已共同表決的集團。[45]

歷史文件還留下不同性質的連結。永豐金 2014 年公開說明書所附 2012 年度財報，將「中子創新公司」列在當時董事長配偶相關事業。這項正式關係人披露應以當年的會計期間理解，不能移作 2026 年最終控制的證明。[46]

本文保留這些公開資本線索，也保留其間尚未補全的一段：本輪未取得中子文化完整的政府原始公示內容，因此沒有把先前二級登記彙整所列的 BVI 持股直接升格為完整控制鏈。更沒有取得最上游股東名冊、表決協議與預算否決安排。公司的正式治理，可比傳聞說得更清楚；實際如何分配某個案子的預算與人事，仍需具體決策文件。

治理與工作之間，最可靠的連接不是把所有成果歸給董事，而是回到已可查的分工：若谷簽場館契約；節目人員承擔企劃與票房；技術人員處理交付與維護；外部主辦和票務公司有各自責任。這些角色共同使公司的法定承諾成為一場能被觀眾經驗的演出。

疫情揭露了不能輕易替代的收入

2020 年的停演，使節目組合暫時失去作用。陳彥豪當時對吹音樂表示，Legacy 已將節目一路暫停至六月，改做跨部門內訓並尋求紓困；他也認為當時台灣付費直播市場與製作成本，難以直接替代實體演出。這是疫情初期的判斷，不能當作今日直播產業的結論。[47]

2021 年另一次封閉帶來新的打擊。Roomie 訪談記錄，陳彥豪說台北、台中從五月中至七月底合計五十六場取消或延期，影響金額超過新臺幣二千一百萬元。該數字是業者受訪估算，文中未提供可重算的財報口徑，不能當作淨虧損。[48]

這兩次停演指向一個具體限制：固定舞台提高平常的交付效率，但當觀眾無法進場時，音樂人的演出、場館服務和售票同時停下來。訓練可以保存能力，無法自行補回原有現金流。機構仍要面對薪資、租用與設備，演出暫停也會向外影響依專案工作的技術人員。

簡妙如以 2020 至 2022 年田野完成的研究，提醒不能只以場館大小比較韌性。複合餐酒收入、承租公有或民有空間、國際演出比重與用人方式，都改變停演的後果。這項跨機構分析有助於理解 Legacy 所處的條件，不能拿其他場館的欠薪或離職經驗直接套在 Legacy。[49]

因此，規模與資本可能提供較多協調資源，並不構成永遠安全的保證。疫情後仍能開館，不能替代對員工負擔、補助條件與實際成本的追問；同樣地，沒有找到完整虧損數字，也不能寫成沒有受到傷害。

從多館營運走向跨城市合作

2025 年文策院與中子創新的合作備忘錄，將街聲、Legacy 和簡單生活節置於同一品牌體系，提出人

才、交流與國際市場等合作方向。這是一項機構合作宣告；備忘錄本身沒有證明每個品牌已取得同樣的資金、客戶或成果。[50]

到 2026 年 4 月，Legacy 宣布「出海計劃」，鎖定胡志明市、吉隆坡、上海與東京，預計先展開上海場館及日本合作。馬天宗的說明把實體據點、場館合作與音樂交流放在一起，並未將四地都描述成已完成自有分館。[51]

上海的活動已有較具體的外部痕跡。秀動列有 Legacy Shanghai 場地頁及 2026 年演出；騰訊音樂人官方微博的八月公告，也把新勢力計畫總決賽安排於上海該場地。這足以支持場館名稱進入當地演出與票務工作，仍不足以確認開幕日、經營法人、持股或品牌授權條件。[52, 53]

跨城市發展會把 Legacy 原有的能力重新拆開檢驗。設備可以採購，場地可以簽約，節目卻需要當地音樂人、觀眾與主辦者；原有表單和流程也必須與不同制度相接。哪些能力可以共享、哪些必須重新建立，是這一階段真正值得追蹤的問題。

截至研究日，最清楚的機構成果，是讓一套昂貴而專業的演出條件能被不同音樂人與製作單位反覆使用。它把發現作品、編排節目、技術溝通、售票及觀眾服務接起來，也把部分知識帶進訓練與文件。這套能力仍依靠具名工作者、外部合作方、場館契約和觀眾的反覆購票；對其財務穩定、完整勞動經驗與海外延續性，公開證據尚不足以作全面判定。

來源與註釋

除另註外，來源查閱日期均為 2026 年 10 月 6 日。場館及公司數字依其各自版本，不合併推算。經營者訪談、品牌新聞稿、正式登記、財報與獨立研究分開使用。相關辨識、資料缺口及既有脈絡承接，另見同次交付的《Legacy 研究導讀與關係索引》。

---

1. Legacy，關於 Legacy。現行品牌頁；包含歷史館名，不能單憑名稱列示推定各館當期營運。↩
2. Legacy，2026 年節目總覽。以八、九月署名為例；動態列表的單場連結分列下註。↩
3. David Chen，〈Aiming for a new legacy〉，《Taipei Times》，2009-12-04。同期採訪與記者訪場；正文不沿用該報的私人持股說法。↩
4. David Chen，〈Aiming for a new legacy〉，《Taipei Times》，2009-12-04。同期採訪與記者訪場；正文不沿用該報的私人持股說法。↩
5. 趙靜瑜，〈為台灣劇場打造一個不漏水的桶子〉，中央社文化＋，2023-06-04。馬天宗受訪及其製作管理前史。↩
6. StreetVoice，〈Live House 間並非競爭對手〉，2013-03-07。頁尾註明轉引影視及流行音樂產業局 TAVIS 訪談；與轉載不計作兩份獨立驗證。↩
7. 馬揚異，〈Legacy 為下一輪音樂盛世搭舞台〉，《今周刊》1468 期，2025-02-05。原刊網頁本輪只顯示標題及簡介；經營細節承接 2026-10-05 已交付研究及可見的 Zinio 同期文章預覽，保留為受訪者歷史回顧，不標作本輪重新取得全文。↩
8. 經濟部，若谷股份有限公司公示資料。公司基本資料及董監事欄，原始公示。↩
9. Legacy，2026 年節目總覽。以八、九月署名為例；動態列表的單場連結分列下註。↩

10. 臺北流行音樂中心，Live House A 招商公告，2023-09-28。現行頁標示得標若谷及完成簽約；公告日並非簽約日。↩

11. 臺北流行音樂中心，112 年度營運績效評鑑暨分析報告，PDF 第 10 頁、印刷第 9 頁。封面核定日期 2024-08-26，檔名含 0827；本文按內頁而非檔名定日期。↩

12. 臺北流行音樂中心，大事記，2024-09-14 條。正式進駐營運日期。↩

13. Legacy，2018 The Next Big Thing 大團誕生開發場四，演出日 2018-06-07。徵選與主辦署名。↩

14. Legacy，2026 The Next Big Thing 大團誕生開發場四，演出日 2026-09-03。名單、校園特別獎入口、票種與場地。↩

15. Legacy，陳建年 2026 鐵漢柔情台中場，演出日 2026-08-09。座席、票價、會員及線上身障票資訊。↩

16. 若谷，104 公司及招募頁。2026-10-06 可讀的音響師、節目企劃職缺與公司自填資料；不代表全體在職條件。↩

17. 謝濬如，〈Legacy 音響工程師林子彧〉，樂手巢，2021-09-23。當時角色及前期技術流程；不推定其 2026 年仍任同職。↩

18. Legacy，TERA 器材清單，文件版本 2024-12-05，第 1–2 頁。官網於研究日仍提供此版，與 2026 升級消息分開看。↩

19. Legacy，Taipei 器材清單，文件版本 2024-12-05，第 1–3 頁。配置文件不能單獨證明每場實際使用或設備所有權。↩

20. 謝濬如，〈Legacy 音響工程師林子彧〉，樂手巢，2021-09-23。當時角色及前期技術流程；不推定其 2026 年仍任同職。↩

21. Legacy，TERA 器材清單，文件版本 2024-12-05，第 1–2 頁。官網於研究日仍提供此版，與 2026 升級消息分開看。↩

22. 若谷，104 公司及招募頁。2026-10-06 可讀的音響師、節目企劃職缺與公司自填資料；不代表全體在職條件。↩

23. 吹音樂，〈Legacy TERA 重金投入強化旗艦規格〉，2026-04-13。內容為業者升級及營運說明；與 PlayMusic 等同日近同文報導視為同一來源家族。↩

24. 北流，Legacy 國際交流音響大師工作坊，2024-07-31 公告，課程 2024-08-26 至 28。主辦、協辦、硬體協力與課程安排。↩

25. 臺北市政府文化局，與 Legacy 合作培植技術人才，2024-04-16 更新。屬課程事前安排，未據此宣稱每一環節皆已執行完成。↩

26. 北流，第二屆北流演唱會學院通識課程，2026-06-28 現場音訊課程及王悅丞簡介。角色以該年課程為時間錨點。↩

27. 若谷，104 公司及招募頁。2026-10-06 可讀的音響師、節目企劃職缺與公司自填資料；不代表全體在職條件。↩

28. Legacy，購票辦法。一般說明與單場公告有版本差異；不作現行全部場次的統一規則。↩

29. Legacy，陳建年 2026 鐵漢柔情台中場，演出日 2026-08-09。座席、票價、會員及線上身障票資訊。↩

30. Legacy，購票辦法。一般說明與單場公告有版本差異；不作現行全部場次的統一規則。↩

31. Live Nation Taiwan，回聲樂團入場辦法，2026-08-29 場次。服務窗口、安檢、票務與演後安排；屬主辦者文件。↩

32. Legacy，謝帝 COMMUNITY LIFE 延期退票公告，原演出日 2024-11-21。公告標明主辦 ICON Promotions；僅確認已公布的退款安排。↩

33. Legacy，關於場地。各館沿革、場租入口與配置。台北站席目前寫一千人；正文不將歷史報導的一千二百人當作通用容量。↩

34. 臺北流行音樂中心，五週年英文特刊第 58–59 頁。TERA 設備預算與用途，出版方兼場域管理方，不屬獨立工程決算。↩

35. Legacy，2026 The Next Big Thing 大團誕生開發場四，演出日 2026-09-03。名單、校園特別獎入口、票種與場地。↩

36. Legacy，關於 Legacy。現行品牌頁；包含歷史館名，不能單憑名稱列示推定各館當期營運。↩

37. Legacy，Summer Lineup Concert 2026，演出日 2026-08-09。場館與外部主辦者分別署名。↩

38. Legacy，關於場地。各館沿革、場租入口與配置。台北站席目前寫一千人；正文不將歷史報導的一千二百人當作通用容量。↩

39. 永豐銀行，〈永豐贊助 Legacy Taipei〉，2020-03-02。冠名贊助及當年卡友優惠。↩

40. 文化部影視及流行音樂產業局，《113 年度截至第四季補助民間團體情形季報表》，印刷及 PDF 第 24 頁，官方 PDF。核定日期 2024-04-15、若谷千人展 II 170 萬元；已檢視原始表格。↩

41. 文化部影視及流行音樂產業局，《113 年度補捐獎助其他政府機關團體私人經費報告表》，PDF 第 49 頁，官方 PDF。千人展 II 第一期與第二期已撥欄；只計此案，不將同頁其他計畫併入。↩

42. 經濟部，若谷股份有限公司公示資料。公司基本資料及董監事欄，原始公示。↩

43. 臺中國家歌劇院，2024 NTT 藝術行政課程師資。黃曉薇的管理職稱為該年公開介紹，與 2025–2028 法人董事任期分開。↩

44. 永豐餘投資控股，《民國 115 及 114 年第 2 季合併財務報告暨會計師核閱報告》，官方 PDF。第 23、69、74 頁；原檔及關鍵表格已核閱。788 千美元是期末帳值。↩

45. 永豐金融控股，《民國 115 及 114 年第 2 季合併財務報告暨會計師查核報告》，官方 PDF，第 172 頁。原檔及表格已核閱；股數單位為千股、金額為新臺幣千元。↩

46. 永豐金控，《2014 年現金增資公開說明書》，官方 PDF，所附 2012 年度財報印刷第 42 頁、PDF 第 267 頁；另以第 325 頁投資表對照。原檔與關係人表已核閱，不據以推定現況。↩

47. 徐韻軒，〈零收入的三個月〉，吹音樂，2020-04-27。Legacy 段落為陳彥豪受訪說法，平台與研究對象同屬關聯音樂體系。↩

48. Roomie，〈樂團與音樂祭主辦現在都在做什麼〉，2021 年疫情訪談。五十六場與二千一百萬元均為受訪者提供的影響估計。↩

49. 簡妙如，〈COVID-19 中的 Live House〉，《文化研究》37，2023 年秋，頁 103–152；本文主要參照頁 118、123–125 的方法與場館比較。該研究不能替代 Legacy 個別財務與員工調查。↩

50. 文策院，〈協助臺灣獨立音樂產業化〉，中央社訊息平台，2025-05-26。投稿機構新聞稿，非中央社獨立新聞採訪。↩

51. 吹音樂，〈Legacy 啟動出海計劃〉，2026-04-17。業者宣布的城市及合作計畫，與完成開館分開。↩

52. 秀動，Legacy Shanghai 場地頁。搜尋索引可見場地與 2026 演出；原頁本輪無法穩定重取，僅作輔助，不以歷史場次標籤倒推更名日。↩

53. 騰訊音樂人官方微博，〈新勢力計畫全國總決賽公告〉，2026-08-07，新浪顯示原發布者為認證帳號。用於核對上海場地進入另一主辦者的活動安排，非資本關係證據。↩