



TWICE组合十年历程与魅力调研报告

成员魅力剖析：九人九色的个人特质

TWICE是来自JYP娱乐的九人女子偶像团体，由韩国、日本、台湾成员组成，各有鲜明个性与才华，正如粉丝所称“九人九色”。成员之间优势互补，形成了TWICE独特的团队魅力¹²。下表概括九位成员的个人特点、性格标签以及她们在团体中的定位：

成员 (本名)	个人特点与专长	性格标签与粉丝印象	团体中的互补角色
林娜琏 (Im Nayeon)	定位/特长： 领唱、领舞，团队Center ¹ 。嗓音清亮稳健，舞台表现力强，常负责歌曲开头部分。	性格： 开朗活泼，亲和力强，有标志性“兔牙”笑容。粉丝称她为“假忙内”（假年纪最小者），因其古灵精怪爱玩的一面，也因细心照顾队友被视作团宠。	作用： 作为最长练习生出身的成员之一（练习5年），娜琏出道即承担中心位置，以充沛能量带动舞台氛围，平衡团队中其他成员的内向特质 ³ 。她的自信与活力为组合注入阳光气息，在团队中提供稳定的主唱实力和开场吸引力。
俞定延 (Yoo Jeongyeon)	定位/特长： 领唱。声线中低沉稳健，和声能力突出。以短发造型出道，早期塑造了TWICE的帅气中性形象。	性格： 外表冷酷帅气，私下却温柔体贴，有“大姐”风范。粉丝印象她率直坦诚，喜欢照顾成员，擅长烹饪。	作用： 定延以稳健的嗓音和台风支撑现场演唱，被誉为团队的“稳固支柱”。她的成熟冷静与可靠性格，在成员中起到安定作用，在舞台上平衡了其他成员的娇柔可爱风格，为组合增添中性魅力，吸引多样粉丝群。

成员 (本名)	个人特点与专长	性格标签与粉丝印象	团体中的互补角色
平井桃 (Hirai Momo)	定位/特长: 主舞担当, 副唱、副Rapper ⁴ 。舞蹈实力突出, 被著名编舞师Lia Kim盛赞为“天上派来的舞者”, 几乎看一遍就能完美再现并升华编舞 ⁵ 。	性格: 可爱直率, 爱美食 (著名的“jokbal猪脚爱好者”), 偶尔迷糊呆萌, 因此有“吃货萌神”形象。但在舞台上却充满爆发力和性感魅力。	作用: Momo以超群的舞蹈功底担当表演中心, 其舞姿为团队舞台增色。作为日本籍成员, 她克服语言障碍融入韩国团队, 其勤奋 (曾在节目淘汰后因才华被追加进团) 激励了团队士气。她在队内提供顶尖舞台表现, 平衡了vocal成员的站位, 让TWICE舞台更加赏心悦目。
凑崎纱夏 (Minatozaki Sana)	定位/特长: 副唱。声线甜美, 韩语发音标准。以aegyo (撒娇) 著称, 创造流行语“shy shy shy”。	性格: 开朗可爱又不失迷糊, 粉丝称她为“撒娇皇后”。在综艺中反应机敏、金句频出, 也以亲切主动的性格圈粉无数。	作用: Sana的甜美形象为团队带来亲和力 and 可爱担当。在《Cheer Up》中一句俏皮的“shy shy shy”引发全韩国的病毒式模仿热潮 ⁶ , 大幅提升了TWICE的大众认知度。她日语母语的优势也帮助团队打开日本市场。Sana在队内负责活跃气氛, 以温暖的性格关怀成员, 增强团队凝聚力。
朴志效 (Park Jihyo)	定位/特长: 队长, 主唱 ⁷ 。嗓音高亢有力, 擅长稳健高音, 是团队歌曲的核心唱功担当。	性格: 领导力强, 成熟稳重又不失幽默, 被粉丝昵称“朴队”和“God Jihyo” (因她实力出众且训练时间最长, 粉丝以此表达敬佩) ⁸ 。她富有母性关怀, 常照顾成员起居, 被形容为团队的“大妈”兼精神支柱。	作用: 志效8岁起进入JYP, 苦练10年终出道 ⁹ 。出道时成员匿名投票全票推选她为队长, 可见其可靠程度 ¹⁰ 。她以出色唱功和台风引领舞台, 关键时刻稳定军心。志效善于沟通和协调, 在团队遭遇困难 (如成员伤病、舆论压力) 时发挥领导作用, 十年如一日带领TWICE前行, 是组合持续发展的灵魂人物。
名井南 (Myoui Mina)	定位/特长: 主舞、副唱 ⁷ 。自幼习芭蕾, 舞姿优雅细腻, 擅长现代舞和形体表现。声线柔美, 负责歌曲抒情段落。	性格: 内向安静, 气质高雅恬静, 有“黑天鹅”之称。喜欢游戏和安静独处, 粉丝眼中的她温柔又略带神秘。2019年曾因焦虑症暂停活动, 经过休养以坚强意志回归。	作用: Mina以其优雅的舞蹈风格为团队增添柔美力量, 平衡了劲烈的舞蹈部分。作为日本成员, 她在跨文化交流中发挥桥梁作用。她勇敢面对心理健康挑战 (公开休养勇气获业界称赞 ¹¹), 让团队更重视成员身心关怀。在舞台上Mina安静却存在感强, 丰富了TWICE表演的层次, 是团队不可或缺的“静雅”力量。

成员 (本名)	个人特点与专长	性格标签与粉丝印象	团体中的互补角色
金多贤 (Kim Dahyun)	定位/特长： 领Rapper，副唱 ¹² 。说唱节奏感出色，音色独特亮眼；同时钢琴十级，舞蹈基本功扎实。曾在练习生时期因自创的“老鹰舞”视频走红网络。	性格： 爽朗逗趣，号称“搞笑担当”。因为肤色白皙昵称“豆腐”，在综艺中毫无偶像包袱，常做夸张表情与模仿，引人发笑。待人真诚有礼，信仰虔诚（知名的饭拍中她在颁奖礼为队友祈祷）。	作用： 多贤为团队带来欢笑和活力，缓解紧张气氛。她出色的综艺感和亲和力拓宽了TWICE的粉丝群体，吸引许多因她性格入坑的观众。舞台上，多贤以稳定rap和清晰舞蹈队形支撑表演；舞台下，她的乐观鼓舞士气，丰富了团队的亲近感，使粉丝社区氛围更加温暖。
孙彩瑛 (Son Chaeyoung)	定位/特长： 主Rapper，副唱 ¹² 。词曲创作才华出众，参与创作了多首团队歌曲（截至2025年已在42首歌曲署名 ¹³ ¹⁴ ）。美术功底深厚，亲自为专辑设计元素与纹身艺术展现个性。	性格： 文艺慵懒风，低调内敛但思想独立。偏好中性打扮，曾以超短发形象打破韩国女爱豆常规造型。粉丝觉得她酷劲十足又带点害羞，是团队的“酷盖”。	作用： 彩瑛为团队贡献了创意和独特视角。她参与作词作曲体现了TWICE逐渐自主的音乐转型 ¹⁴ 。她的艺术审美也融入团队形象，使TWICE概念更具多元化。性格上彩瑛不争不抢，默默努力，在队内扮演稳定器角色，与多贤的活泼形成反差组合，丰富团队的性格层次。
周子瑜 (Chou Tzuyu)	定位/特长： 领舞、门面担当，副唱，年纪最小的忙内 ¹² 。以出众美貌著称，多次入选全球最美丽面孔榜单。舞姿柔美精准，拥有出色镜头表现力。	性格： 腼腆害羞，待人礼貌谦逊。初期因韩语不熟较安静，随着成长愈发自信从容。粉丝眼中的子瑜善良温暖，有时展现可爱反差的“小恶魔”幽默。	作用： 子瑜作为台湾籍成员，承担了TWICE进军华语市场与国际舞台的桥梁角色。出道初期曾因在节目展示国旗引发风波，但16岁稚嫩的她勇敢面对道歉风波，人气不降反升，成为现象级话题人物 ¹⁵ 。她的坚持和成长激励着团队。舞台上，子瑜站在边翼以出色舞蹈和视觉吸引观众目光；生活中，忙内的谦逊努力为团队树立榜样，体现了TWICE包容多元文化和共同成长的精神。

（注：上述按成员韩语年龄序排列。定位为官方或公众认知的团队担当；粉丝印象为社群常见评价。）

总体来看，TWICE的九位成员各有所长，声乐、舞蹈、综艺感等方面“缺一不可”。更难得的是成员之间情同手足，私下氛围如家人一般融洽²。正是多元互补的特质与真挚紧密的团魂，让TWICE在竞争激烈的偶像界独树一帜、经久不衰。每位成员独特的魅力汇聚在一起，形成了TWICE绚丽斑斓的整体形象，吸引了不同喜好的广大粉丝群体。粉丝常说：“喜欢TWICE，总有一个理由会戳中你。”这正印证了成员魅力的丰富多样。

组合发展历程：从出道新星到国际顶尖

TWICE自2015年出道至今，经历了从新人到“国民女团”、再到全球顶尖K-pop偶像的成长之路。以下按照时间顺序梳理其重要发展节点、音乐作品风格转变及取得的主要成绩：

2015：由《SIXTEEN》出道，新人初露锋芒

2015年中，朴轸永通过生存节目《SIXTEEN》选拔成员，最初确定7人，但最终又增补了观众票选人气最高的子瑜和表现突出的Momo，组成九人团体TWICE¹⁶。2015年10月20日，TWICE发行首张迷你专辑《The Story Begins》，主打曲《Like OOH-AHH》正式出道¹⁷。初期反响虽算平平，但凭借后续舞台宣传和口碑发酵，出道曲在发行一个月后逆袭打入韩国音源榜前十¹⁸。12月，TWICE斩获Mnet亚洲音乐大奖新人奖，年末首次登上歌谣大战舞台表演¹⁹。出道当年的努力为她们赢得了“怪物新人”的称号。值得一提的是，组合名“TWICE”寓意通过“耳朵一次、眼睛一次”给予观众两次感动，官方粉丝名“ONCE”则体现了“得到一次关爱，便以两倍爱回报”的偶像-粉丝情感²⁰。这些理念为TWICE此后的发展奠定了初心。

2016：现象级爆红，确立国民女团地位

2016年是TWICE事业的突破年。这年4月发行的第二张迷你专辑《Page Two》，主打曲《Cheer Up》一经推出便横扫韩国产业排行榜：歌曲旋即登顶Gaon单曲榜，成为TWICE首支冠军单曲²¹。《Cheer Up》以轻快曲风和“综艺应援”MV风格风靡全国，更凭借朗朗上口的副歌拿下2016年Gaon年度单曲销量冠军²¹。尤其是成员Sana在歌曲中俏皮唱出的“shy shy shy”一词爆红网络，成为流行文化迷因，引发全民模仿²²⁶，极大提升了TWICE的国民认知度。年内，《Cheer Up》为TWICE赢得多个年度歌曲大奖²¹；后续10月发表的迷你三辑《TWICEcoaster: LANE 1》及主打《TT》亦大获成功——《TT》音源蝉联Gaon榜4周冠军，MV中可爱鬼马的“TT哭泣”手势再度引发话题²³²⁴。截至2016年底，TWICE发行的4张韩语专辑累计销量突破120万张²⁵。出道仅一年多，她们已站稳韩国一线女团地位，被媒体誉为新生代“国民女子团体”²⁶。

2017：进军日本市场，首次巡演告捷

2017年，TWICE继续乘胜追击，并将版图拓展到海外。6月，组合与日本华纳签约，在日本正式出道，发行精选辑《#TWICE》收录韩日双语代表作²⁷。该专辑首周即登Oricon公信榜亚军，创两年来K-pop歌手在日专辑最高首周销量纪录²⁷。紧接着推出的日文单曲《One More Time》也热卖百万，令TWICE成为首个同年获得日本唱片协会专辑和单曲双白金认证的韩团²⁷。在韩国本土，TWICE则发布了首张正规专辑《Twicetagram》及主打歌《Likey》，实现韩国歌手首次同时登顶美国Billboard世界专辑榜和世界数位歌曲榜的壮举²⁸。这一年，TWICE开启了成军后的首次演唱会巡回——2月至6月在韩国曼谷等地举办“TWICELAND”巡演，场场爆满；年末又马不停蹄地投入日本Showcase，巩固了亚洲区域人气²⁷²⁹。年底统计显示，TWICE在日本年终艺人榜位列第3，成为韩流女子团体在日本最成功的代表³⁰。通过活跃的日韩“双线”发展，TWICE在亚洲流行乐坛的影响力迅速攀升。

2018：成绩稳固高企，多元风格尝试

2018年，TWICE延续高产姿态，年内连发多张音源，尝试更多元的音乐风格。4月推出迷你五辑《What Is Love?》，同名主打以活泼甜蜜曲风再获Gaon月榜冠军。7月的夏日特别专辑《Summer Nights》带来清凉舞曲《Dance The Night Away》，MV在海岛取景展现团员健康活力美，成为夏季代名曲之一。11月发行的迷你六辑《YES or YES》及热情表白主题同名主打，继续横扫各大音源和专辑榜单。与此同时，TWICE在日本的人气也持续飙升：2月和5月先后发布日文单曲《Candy Pop》《Wake Me Up》，皆获日本Oricon日榜冠军；9月发行首张日语正规专辑《BDZ》，登顶Oricon专辑榜，并于年底举行首次日本Arena巡回演唱会。值得关注的是，这一年TWICE开始在音乐作品中融入成员创作才能，如定延作词的《Love Line》、彩瑛参与作词的《Missing U》等歌曲面世，昭示着组合逐步挑战自我、拓宽艺术参与度的新阶段³¹³²。总体而言，2018年的TWICE在巩固销量和奖项成绩的同时，也为日后概念和音乐的转型埋下伏笔。

2019：风格转型与挑战突破

2019年被视为TWICE的重要转折点之一。这年4月发行的迷你七辑《Fancy You》，主打歌《Fancy》一改以往糖果系的可爱风，尝试更成熟炫目的流行舞曲风格³³。新造型新曲风大获成功，《Fancy》音源成绩亮眼，体现了TWICE风格转型的市场认可。同年9月推出的迷你八辑《Feel Special》，主打歌由朴轸永为她们量身打造，歌词蕴含成员之间互相扶持和粉丝给予力量的真实故事背景（据称灵感来自成员Mina暂别期的心路历

程)。这首温情又充满力量的歌曲在艰难时期鼓舞了无数歌迷，成为TWICE传递温暖能量的代表作之一。2019年也是TWICE迎接**重大挑战**的一年：成员Mina因罹患焦虑症中途暂停巡演行程，JYP罕见地公开了她的病情说明，引发K-pop业界对于艺人心理健康的讨论和关注¹¹。尽管暂缺一员，TWICE依然以专业精神完成了该年的《Twicelights》世界巡演，并特别在演唱会上为Mina保留位置，表达等待同伴归来的决心。值得一提的是，5月开始的“Twicelights”巡回是TWICE首次规模覆盖欧美的演唱会之旅，7月在美国洛杉矶等地开唱，场场爆满，宣告了她们正式进军北美市场的新篇章³⁴。11月，TWICE发行第二张日语专辑《&TWICE》，继续刷新日本销量纪录。年底统计显示，出道四年的TWICE已实现韩国三大颁奖礼大奖、专辑总销量亚洲领跑，并成为**首个举办日本巨蛋巡演的韩国女团**（2019年3月启动的日本巨蛋巡演五场动员约21万人次）³⁵²⁹。这一系列成就证明了TWICE在转型和挑战中蜕变得更加成熟，也为其迈向全球舞台打下基础。

2020–2021：克服逆境，迈向全球

2020年在全球疫情阴影下，TWICE依然保持活跃步伐。6月发行迷你九辑《More & More》，同名主打尝试热带浩室曲风，融合复古与电子元素；10月推出正规二辑《Eyes wide open》，主打〈I Can't Stop Me〉致敬80年代合成器流行乐，展现了更成熟华丽的复古概念。这两张专辑皆空降韩国各大榜单冠军，并打入Billboard 200专辑榜前位，展现出TWICE在全球市场的号召力²⁸。受疫情影响，她们于2020年改以线上形式与粉丝互动，举办“Beyond LIVE – TWICE: World in A Day”线上演唱会，依然吸引了来自129个国家的数万观众实时观看，体现出强大的全球人气。**2021年**，TWICE继续拓展国际版图：10月发布了首支全英文单曲《The Feels》，这首迪斯科流行情歌不仅让全球歌迷眼前一亮，更打入了美国Billboard Hot 100第83名和英国单曲榜第80名，成为TWICE首支进入西方主流榜单的歌曲³⁶。同年11月发行的第三张韩语正规专辑《Formula of Love: O+T=3》深入探索EDM和City Pop等风格，展现出音乐多样性。2021年也是TWICE陆续解锁个人与团体新领域的一年：成员多贤、彩瑛等在专辑中承担更多词曲创作；组合接连登陆美国知名节目（如《史蒂芬科拜尔深夜秀》）献唱，引发西方媒体关注；12月，她们举办第四次世界巡回演唱会《III》，在首尔启航后于2022年初登陆美国5座城市，场场门票秒空。至此，TWICE成功克服了疫情带来的阻碍，不断创新内容并拥抱全球观众，实现了从亚洲顶尖走向世界知名的飞跃。

2022–2023：全员续约，创新高峰

2022年对TWICE而言具有里程碑意义。这一年是组合七年合约期满之时，却没有出现常见的“7年魔咒”解散或人员变动——7月JYP娱乐官宣TWICE九名成员**全员完成续约**，展现了团队非凡的凝聚力和对未来发展的共同信念³⁷。全员续约后，组合很快以迷你十一辑《Between 1&2》在8月强势回归，主打〈Talk that Talk〉延续了复古合成器流行风，并融入粉丝互动元素（MV中隐藏密码致敬粉丝名），专辑销量和榜单成绩再创新高。值得关注的是，成员们开始在专辑中深度参与制作：如志效作曲的《Trouble》、多贤作词的《Gone》等歌曲，彰显了TWICE音乐上的自主进步³⁸¹⁴。此外，TWICE开启更多**个人活动**：6月，娜琏发行首张个人迷你专辑《IM NAYEON》，主打歌《POP!》风靡一时，她也成为组合中首位Solo出道的成员³⁹⁴⁰；其他成员则参与电视剧OST、综艺嘉宾等各种领域，展现多面才艺。**2023年**，TWICE继续攀登事业新高峰。3月发行迷你十二辑《Ready To Be》，收录的英文先行曲《Moonlight Sunrise》在美国告示榜成绩亮眼，主打〈Set Me Free〉强调独立自信主题。8月，队长志效推出个人迷你专辑《ZONE》，双主打曲展示了她作为Solo歌手的全能实力。7月，三位日本成员Momo、Sana、Mina组成子团“MISAMO”在日本发行迷你专辑《Masterpiece》，主打曲凸显成熟R&B风，为TWICE集体活动之外增添亮点。这年TWICE还举办了**第五次世界巡回演唱会**“Ready To Be”，规模和影响力再升级：她们不仅在首尔连续开唱，还在日本东京巨蛋、大阪巨蛋实现三巡（场场爆满），并于6月成为**首支登上美国洛杉矶SoFi体育场开唱的韩国女团**，创造历史纪录³⁹。持续打破自我纪录的同时，TWICE也不忘回馈粉丝——10月，她们推出出道八周年特别单曲《生日》，以及在韩国举办大型展览“Together 1&2”回顾粉丝与组合共同走过的旅程，现场氛围温馨感人。经过这两年的洗礼，TWICE以全新的契约期、更加丰富的作品形式，迈入组合发展的第二阶段。

2024–2025：十周年见证，持续书写传奇

2024年，在高强度日程后TWICE稍作喘息并筹备更大的计划。据报道，她们于这一年完成了第十三张韩语迷你专辑《With YOU-th》，该专辑发行后登上美国Billboard 200专辑榜第1位，成为TWICE首张夺下Billboard冠军的作品²⁸（标志着她们在西方主流市场取得前所未有的突破）。**2025年**，TWICE迎来了出道10周年的重要里

里程碑。这一年组合以全新专辑《THIS IS FOR》回归歌坛，专辑名称寓意“献给粉丝、献给彼此”，表达了十年历程的感恩与决心⁴¹。与此同时，第六次世界巡回演唱会拉开帷幕，巡演清单首次出现台湾站——11月TWICE在高雄国家体育场举办出道以来**首场台湾演唱会**，5万座位门票开售3分钟即售罄，不得不紧急加场¹⁵。这场演出对成员子瑜意义非凡：她在6月14日生日当天的直播中激动地向粉丝朗读亲笔信，含泪表示“出道十多年，终于能带着骄傲回到家乡开演唱会”，并由衷感谢一路等待她的家乡父老和支持的ONCE们⁴²⁴³。随后，TWICE更宣布将于2026年3月登上台北巨蛋开唱，成为第一支登陆该地标性场馆的K-pop女团⁴⁴。为了纪念十周年，组合推出了专属纪实电影《ONE IN A MILLION》，于2025年10月在韩国、台湾等地影院同步上映⁴³。这部影片通过回顾TWICE的成长点滴和台前幕后故事，向粉丝传递“ONECE与TWICE共同成就彼此”的主题，也标志着她们十年征程的新起点。至此，TWICE已在全球范围内缔造了诸多纪录：韩国国内专辑销量累计超千万，日本获得数十张白金唱片认证，YouTube上多支MV播放量破5亿，在音乐、巡演、影响力各方面稳居现象级女团行列³⁹⁴⁵。展望未来，TWICE仍在不断挑战自我、书写新的传奇。十年的历程证明，这九位女孩用努力和真心撑起了“亚洲第一女团”之名，也让我们有理由期待她们在下一个十年继续闪耀。

持续挑战精神：自我革新与长青秘诀

TWICE能够在竞争激烈的偶像行业中立足十年、长盛不衰，背后离不开她们**持续挑战自我、不断突破舒适圈**的拼搏精神。具体而言，主要体现在以下几个方面：

- **参与创作，提升音乐自主性**：出道初期，TWICE主要演唱公司制作人提供的作品。但随着经验累积，成员们主动学习创作，逐步参与到专辑制作过程中。从2017年彩瑛和志效首次参与填词《Eye Eye Eyes》开始，团队创作氛围渐浓³⁸。截至2025年，九位成员在逾130首歌曲中署名词曲创作⁴⁶¹⁴。例如，主唱志效擅长抒情创作，曾独立作词《Cactus》等深情曲目；忙内子瑜也有参与作词粉丝回馈歌《21:29》的经历⁴⁷³²。尤为瞩目的是Rapper line：多贤和彩瑛近年来成为团队内创作产量最高的成员——多贤创作的《QUEEN》《Cruel》《Gone》等歌广受好评，彩瑛则以42首词曲版权位列成员之首⁴⁸¹⁴。成员们风格各异的创作也为团队音乐注入了新鲜活力：“**每个女孩写的歌都有她们自己的风格：志效走心，多贤要么失恋神曲要么女孩宣言，彩瑛酷帅自信……**”⁴⁹。通过参与词曲，TWICE不断挑战从偶像歌手向创作艺人的转变，不仅拓宽了曲风（尝试R&B、City Pop等），也令歌曲更贴近她们自身经历，真诚打动听众。这种自我革新使她们在激烈的K-pop市场中保持音乐上的**竞争力和新鲜感**。
- **尝试个人活动，发掘多维才艺**：为了突破团体活动的局限，TWICE成员近年来积极开展**个人企划**，挑战不同领域。在音乐上，娜琏和志效先后发行个人Solo专辑，尝试与团体截然不同的曲风与形象：娜琏以俏皮复古风Solo出道，获Billboard专辑榜进入Top10的亮眼成绩³⁹；志效Solo则展现成熟R&B实力，印证了主唱多样可能性。日本小分队“MISAMO”的出现也是一次创新尝试，Momo、Sana、Mina合体演绎日语作品，突出了各自长项（Momo强劲舞台掌控、Sana甜美声线、Mina优雅舞姿），既迎合日本市场又丰富了团体作品类型。除音乐外，成员们还进军演艺和时尚领域：定延曾客串网剧、担任电台DJ；多贤长期担任音乐节目MC，以机智口才增加曝光；子瑜成为美妆品牌代言人，展现模特魅力等。这些个人活动一方面**磨炼了成员个人能力**，另一方面也将新经验反哺团队。例如，成员在外部舞台学到的新表演技巧、新审美理念，会运用到团队回归中，让TWICE舞台持续进化。这种“团体+个人”并行的发展模式，正是TWICE保持长青的秘诀之一：每个人都在成长，组合自然焕发出历久弥新的活力。
- **拓展海外市场，打破地域壁垒**：从早期主攻韩国市场到后来布局日本，再到如今迈向欧美，TWICE始终**勇于开拓新天地**。她们早在2017年就大胆进军日本，并迅速站稳脚跟，成为日本家喻户晓的韩流女团²⁷；2019年起又瞄准欧美，通过举办北美巡演、发布英文单曲等方式积累海外人气。与环球唱片旗下厂牌Republic Records的合作，更为她们打开了美国主流市场的大门²⁸。事实证明，这些努力卓有成效：《The Feels》登陆欧美主要音乐榜单³⁶、多张专辑跻身Billboard 200前十³⁹，2023年更站上美国大型体育场舞台创造历史⁵⁰。不仅如此，TWICE的多语种沟通能力也在挑战中提升：成员们在韩语之外积极学习日语、英语，进行全球宣传时能熟练用外语问候粉丝。例如2020年发布的日文曲《好想见你》（Fanfare）和2021年的英文歌《The Feels》，都体现了她们克服语言障碍、直面不同文化受众的

努力。正是通过**不断走出舒适区、适应海外环境**，TWICE实现了粉丝群从亚洲扩展到全球的飞跃。在海外打拼的经历也锻炼了团队应对陌生场合和多元文化的能力，使她们更加从容自信地站在世界舞台。

- **直面困难挑战，永不言弃的团队意志**：十年旅途中，TWICE并非一帆风顺，也曾遭遇挫折和低谷。然而正是在困难关头，她们展现出顽强的**挑战精神**。例如2019年Mina因心理疾病休息时，其余成员以9人缺席1人的不完整阵容坚持完成巡演，并在舞台上为Mina留出空位，演唱时手牵手表达“等你回来”的坚定信念。这份团队情谊令人动容¹¹。又如成员定延在2020年因健康问题暂别数月，复出时一度对状态不自信，其他成员便主动调整舞台站位和编舞力度以照顾她，粉丝也用掌声和应援给予厚爱，最终帮助定延重拾信心归队。这些经历证明了TWICE内部强大的互助机制：当个人陷入低谷，团队一起撑腰共渡难关。这种**同甘共苦、永不放弃**的精神也传递给了粉丝。正因如此，TWICE才能保持完整体活动至今，没有成员退出或团体解散的遗憾。在外部挑战方面，TWICE也曾面对舆论压力甚至争议事件。例如子瑜出道初期卷入国籍风波，不得已公开致歉。然而团队和粉丝选择了守护年仅16岁的她，共同熬过了那个困难时期，子瑜本人更以谦逊态度继续努力，最终化危机为契机，赢得更多支持¹⁵。这些经历铸就了TWICE愈挫愈勇的品格。成员们在各种挑战中培养出的抗压力和适应力，成为她们长期保持竞争力的重要因素。无论市场潮流如何更替，TWICE始终用行动证明：“努力不会背叛”，不断以全新的自己面对明天。这种坚持不懈的挑战精神，正是TWICE长青的不竭动力。

综上所述，TWICE在音乐创作、个人发展、全球拓展和克服困难等方面，始终秉持着挑战自我、精益求精的态度。这种精神不仅帮助她们度过行业低谷、突破成长瓶颈，也通过音乐与行动激励了粉丝和业界同行。TWICE的故事诠释了偶像组合如何通过不断学习与进步，实现从新人到传奇的蜕变，为K-pop乃至流行音乐圈树立了积极的榜样。

粉丝关系与互动文化：与ONCE的双向奔赴

TWICE的成功离不开粉丝“ONCE”的支持，而她们也在偶像与粉丝互动方面营造了独特温馨的文化氛围。TWICE与ONCE之间可谓**双向奔赴、彼此成就**，主要体现在以下几个方面：

- **官方应援体系与粉丝文化**：TWICE出道伊始便重视粉丝归属感的建立。从粉丝名“ONCE”的由来（意指“一次付出爱，收到两次爱的回报”）²⁰到问候口号“One In A Million”，都传达出成员对粉丝的重视和感激。官方应援色选用充满少女感的杏桃色和荧光洋红色，象征着TWICE音乐的甜蜜与活力⁵¹。应援棒Candy Bong设计成糖果造型，寓意粉丝给予的甜蜜能量；从一代到三代产品不断升级，见证了组合和粉丝一路走来的成长。而在演出现场，ONCE们整齐划一的彩色应援海洋和应援口号，是TWICE每次舞台的坚强后盾。应援口号往往别出心裁，例如十周年演唱会上粉丝高呼“Ten years with TWICE!”并串联历年歌曲名称表白，让成员们感动落泪⁵²。TWICE也多次在获奖感言中表示：“没有ONCE就没有今天的TWICE”，将荣耀归功于粉丝。偶像与粉丝间这种密切的互动和仪式感，营造了专属的粉丝文化，使双方关系更加紧密。
- **真诚回馈粉丝：音乐与活动中的情感交流**：TWICE善于通过音乐作品直接向粉丝表达爱意与感谢。比如《One In A Million》这首歌曲，从歌名到歌词都传递出“你是独一无二”的讯息，成员们在舞台结尾常深情合唱“You gotta know that you’re one in a million”，借此鼓励粉丝珍视自我⁵³。再如《21:29》，这首收录于2019年专辑《Feel Special》的B侧歌，是TWICE首次九人共同参与作词的粉丝回馈曲。歌词灵感源自成员们读到粉丝来信后的感动，她们在21点29分（对应“TWICE”、“ONCE”、“9位成员”之寓意）连夜写下这首歌，以音乐作为给粉丝的回信⁵⁴。歌曲发行后，许多ONCE表示被歌词中偶像的真情告白所打动，拉近了彼此心距。除了音乐上的回应，TWICE也通过各种暖心举动回馈粉丝：在周年纪念日，成员们常手写长信或录制视频向粉丝致谢；每次巡演安可环节，她们会准备**惊喜舞台**或特别致辞表达不舍与感恩。例如2023年演唱会尾声，定延含泪朗读给粉丝的信件，感谢大家多年不离不弃的支持，台下粉丝一起高喊“永远在一起”作为回应，场面温馨感人。TWICE还为粉丝创作专属歌曲，如日语曲《Thank You, Family》表达对粉丝如家人般的情感，《Candy》描绘粉丝带来的甜蜜力量等。这些真诚的音乐与互动，让粉丝深刻体会到偶像的爱，形成了**良性循环的情感纽带**。

- 丰富多样的粉丝互动形式：** TWICE与ONCE的互动不局限于舞台和音乐。在日常，她们通过社交平台、粉丝见面会等多种途径与粉丝交流，营造了独特的社群氛围。每逢回归期，成员们会轮流在VLIVE（直播平台）开启直播，与全球ONCE聊天互动，分享幕后趣事或专辑介绍，耐心解答粉丝提问，如朋友般亲切随和。此外，TWICE在粉丝签名会和见面会上以高质量的fan service（粉丝服务）著称：她们认真记住常来签售的老粉丝名字，与粉丝握手对视、贴心询问近况，甚至会准备小礼物回馈。这些细节让粉丝备受感动，韩网曾流传“TWICE现场活动男粉女粉画风差异”的趣帖，称赞她们对不同性别粉丝都同等热情尊重，赢得了各年龄层支持⁵⁵。此外，TWICE官方定期推出粉丝参与企划，如粉丝歌舞挑战赛、应援口号征集等，增强ONCE群体的参与感和凝聚力。组合还有自制综艺《TIME TO TWICE》等系列网络节目，在其中展示成员日常玩闹的一面，供粉丝快乐追看。这些丰富的互动形式，让ONCE们不仅欣赏TWICE的舞台，更仿佛参与到她们的生活点滴之中，社群氛围格外融洽。可以说，TWICE成功打造出一个**温暖有爱的粉丝大家庭**，偶像与粉丝间不仅是明星与支持者的关系，更像是相互陪伴成长的朋友。
- 重大时刻的彼此陪伴与承诺：** 在TWICE的发展历程中，偶像与粉丝共同度过了许多重要时刻，彼此留下珍贵回忆。每年的出道日（10月20日），ONCE都会在网上发起应援活动，刷话题、做数据，用实际行动送上生日祝福；而成员们则常在这天零点准时发布合照或长文感谢粉丝“一路相伴守护”。当TWICE在颁奖典礼上获大奖时，成员们也总会鞠躬致谢ONCE，甚至将奖杯献给粉丝——例如2016年拿下首个年度歌曲大奖时，队长志效哽咽表示：“这个奖属于所有Once，没有你们就没有TWICE的今天。”反过来，在TWICE经历低谷时，ONCE们也给予了无条件的守候：2019年Mina停工期间，大批粉丝自发在社交媒体为她打气，留言“健康最重要，我们等你”；2020年成员定延因焦虑暂停时，粉丝不仅没抱怨，还联合捐款以她名义做公益应援，传递正能量。偶像和粉丝之间这种**双向的理解和支持**，让彼此在重大时刻都不孤单。例如2022年全员续约发布后，TWICE发表长文致谢粉丝多年陪伴，并承诺“未来也一起走花路”；ONCE们则用实绩回应，在随后的专辑销售和演唱会应援上再次给予TWICE“出道即巅峰，巅峰更辉煌”的盛况¹⁵。十周年之际，成员与粉丝更是在多个场合互赠惊喜与告白——TWICE透过电影《ONE IN A MILLION》记录了粉丝陪伴自己的点滴，而粉丝则在影院包场应援，高举灯牌写下对偶像的感谢。可以说，TWICE与ONCE早已超越了一般的偶像饭圈关系，而是一种相互成就、紧密难分的共同体。正如粉丝口号所言：“一次Once，终身Once”，TWICE也用行动回应：“Once收到的爱，我们会以Twice奉还”²⁰。这种无可替代的情感连接，是TWICE历久弥新的源泉。

总之，TWICE与粉丝之间形成了独特而深厚的羁绊：以真心换真心，以热爱共热爱。从官方设定到日常互动，她们始终践行着对粉丝的承诺，也因此收获了粉丝海枯石烂的支持。良好的粉丝关系不仅为TWICE带来了稳定的人气和强大的应援，更成为她们面对压力与挑战的最大底气。可以预见，在未来的岁月里，这份偶像与粉丝间的双向奔赴仍将继续书写更多感人篇章。

灵感提炼与“Claude Code Skills”对应

TWICE十年的奋斗故事，不仅对粉丝和业界有启发，对于构建AI助理的“思考引导”和“决策支持”技能也提供了别具一格的灵感。以下我们从TWICE的经历和特质中提炼出几点启示，并对应设想一些可应用于**Claude Code Skills**（AI提示工程）的思路：

- 多角色思维（Persona Matrix）：** TWICE九位成员各有鲜明个性，这启发我们在AI思考时引入**多种人格视角**来丰富分析维度。就像TWICE组合因多元互补而决策更全面，AI在辅助用户决策时也可模拟不同性格/专长的“顾问团”。**Claude技能灵感：** 设计一个提示模板，让AI分别以九种不同角色来审视问题，例如：“想象九位风格各异的顾问（如同TWICE成员）：一位乐观积极（娜琏风格），一位冷静理性（定延风格），一位大胆创新（Momo风格），一位亲和共情（Sana风格），一位领导统筹（志效风格），一位优雅保守（Mina风格），一位幽默乐观（多贤风格），一位艺术前卫（彩瑛风格），一位谨慎观察（子瑜风格）。请整合这九种视角，对用户的问题提出见解和方案。” 通过这种**“九色思维帽”**的方法，Claude可以帮助用户跳出单一思维陷阱，从多个角度看待问题，正如粉丝从不同成员身上获得多元启发一样，达到**突破思维僵局**的效果。

- 挑战分解模型 (Challenge Breakdown)**：TWICE能够成功克服诸多挑战，往往是因为她们懂得将大目标拆解、逐一攻破。这启发我们在AI决策支持中引入**问题分解**的技能，参考偶像的挑战精神。**Claude技能灵感**：设计提示模板，比如：“将用户面临的挑战视作一次‘演唱会筹备’。首先确定目标舞台（最终目的），然后像准备巡演那样分步骤规划：选曲=分析问题，彩排=尝试解决方案，应急预案=风险评估，粉丝互动=反馈收集。逐步说明每个阶段的任务和要点。” 通过这种具象化的比喻引导，Claude可以帮助用户理清思路，把复杂问题按照TWICE攻克难关的思路**拆解成可执行的环节**。仿佛用户在策划一次TWICE级别的演出，将畏难情绪转化为井井有条的行动方案，提升解决问题的信心和效率。
- 情感激励与成长指导 (Inspirational Coaching)**：TWICE的故事中充满了成员相互鼓励、粉丝激励偶像的温馨场景。例如歌曲《Feel Special》传递的暖心支持，Mina休养时成员粉丝陪伴等。这种**正向情感激励**对于决策过程中的信心构建十分重要。**Claude技能灵感**：让AI具备“暖心教练”角色，在给出分析和建议之外，加入情绪支持和成长引导的话语。例如提示Claude：“像朴志效鼓舞成员那样，先给予用户肯定和共情（‘你的困惑很正常，你已经很努力’），再给出建设性意见。引用TWICE歌词中的积极短语或改编励志口号，以增强用户信念。” 此技能借鉴了TWICE关怀粉丝的口吻和方式，让AI的建议不只是理性分析，还有**情感温度和激励力量**，帮助用户在决策过程中保持积极心态，勇敢前行。
- 多模态记忆与联想 (Multimodal Memory)**：TWICE通过丰富的舞台、影像和故事与粉丝建立了深刻记忆点。对Claude来说，也可以利用**多模态信息**启发创意决策。**Claude技能灵感**：提示AI结合不同类型的信息资源模拟思考。例如：“想象自己在观看TWICE演唱会现场（视觉）、倾听她们励志歌词（听觉语言）和阅读成员的成长故事（文本）。综合这些感官记忆，联想一个解决用户问题的新思路。” 这样Claude可以调用仿真的视觉、听觉、文本记忆片段来拓展联想维度，有点类似粉丝听歌看舞蹈得到灵感。通过多模态模拟，AI或许能跳出现有知识框架，给出更具创造性的解决方案。这种技能受TWICE多元舞台感染力的启发，让AI像偶像综合运用歌舞影像触动人心一样，**调动不同“思维频道”启迪智慧**。
- 角色扮演换位 (Empathic Role-play)**：TWICE的九位成员在综艺中经常玩角色扮演游戏，从彼此视角出发考虑问题，增进了团队理解。这提示我们可以引导AI进行**立场转换**，帮助用户审视问题的各方。**Claude技能灵感**：创建一个多角色模拟的模板，比如：“针对用户的问题，以三种角色回答：1）‘乐天派好友’角度（如Sana般替用户高兴或安慰）；2）‘严格导师’角度（如定延般理性指出问题）；3）‘贴心队友’角度（如娜琏般提供实际帮助）。每种角色给出不同风格的建议，最后再综合评价。” 通过这种方法，Claude在单次对话中提供了**多种语气和立场的答案**，用户可以从中获得全面的参考。这类似于TWICE成员之间互相扮演对方、体会不同立场，从而解决内部分歧的做法。对于用户而言，这种Claude技能让他们仿佛拥有一整个TWICE队友团，从多角度出发为其出谋划策，提高决策正确率和满意度。
- 持续学习与迭代 (Continuous Improvement Loop)**：TWICE十年不断进步的历程本身，就是一个持续学习迭代的范例。Claude也可以借鉴此理念，在互动中不断优化自己的建议。**Claude技能灵感**：引入一个“**阶段性回顾**”的提示策略，比如：“在为用户提供方案后，请像TWICE每次回归后总结舞台表现一样，询问用户反馈，根据反馈调整下一步建议。” 让AI学会在对话过程中自我反思和改进，正如TWICE每次专辑都会吸收粉丝和市场意见改进风格一样。这种技能使AI具备**动态优化能力**，确保建议越来越贴合用户需求，体现出类似TWICE不懈打磨舞台的专业精神。

以上这些Claude技能的设想，均源自TWICE的真实故事和特质映射。偶像的**多维人格、团队协作、挑战精神、情感连接**等要素，巧妙应用于AI的提示工程中，可以丰富AI的思考路径和对用户的支持方式。举例来说，在实际咨询场景中，可以组合这些灵感形成具体的提示语：

用户问题示例：“最近工作总提不起劲，缺乏动力怎么办？”

Claude技能应用：引导Claude先用“暖心教练”口吻安慰用户，引用TWICE歌曲《Feel Special》的意境鼓励他¹¹；再调用“多角色思维”，分别以乐观派和理性派给出两个视角的建议；然后用“持续学习”询问用户感受，根据反馈调整建议强度。

通过这样的综合运用，Claude的回答将既有人情味又有深度逻辑，帮助用户从迷茫走向行动。正如TWICE通过九种魅力陪伴粉丝度过低谷，Claude也可借鉴这股力量，给用户带来启发和支持。

结语： TWICE从2015年一路走来，用实力和真心赢得了粉丝的拥戴，树立了长期发展的范例。她们九位成员的魅力剖析、十年历程的点滴、坚持挑战的精神以及与粉丝间的暖心故事，不仅是宝贵的流行文化现象，更为AI助理的人性化和高效化提供了灵感火花。从九人九色到一心一意，TWICE的传奇仍在继续。而这些凝结的经验与智慧，也将通过“Claude Code Skills”等新形态，继续发光发热，帮助更多人突破思维桎梏，在人生舞台上尽情盛放。

参考资料：

1. Kat Moon, “Everything to Know About K-Pop Group Twice” , Time Magazine (2019) 29 34 11
2. 维基百科：TWICE词条（2023年版） 56 27 28 36
3. Nayeon Worked on Her Solo EP..., Vulture 访谈 (2022) 39
4. Soompi 韩文娱乐新闻：Lia Kim评Momo舞蹈 5
5. Reddit 论坛：ONCE汇总的成员创作歌曲列表 31 14
6. HAKKA News 客家新闻网：TWICE十周年台湾演唱会报道 (2025) 15 42 43
7. Kpopbeen 专栏：“Who is the Leader of TWICE?” (2025) 10 9 8 1 2
8. 维基百科：TWICE发展历程章节 57 22 35
9. TWICE Fandom Wiki：“21:29”歌曲页面 54
10. Koreaboo 新闻：朴志效 “God Jihyo” 称号由来 8 (通过Kpopbeen引用)

1 2 7 8 9 10 12 Who Is The Leader Of Twice? Roles, Achievements & More

<https://kpopbeen.com/who-is-the-leader-of-twice/>

3 TWICE的个性是什么样的？

https://www.reddit.com/r/twice/comments/ke6yda/what_are_twices_personalities_like/?tl=zh-hans

4 6 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 30 35 36 51 56 57 TWICE - 维基百科，自由的百科全书

<https://zh.wikipedia.org/wiki/TWICE>

5 Choreographer Lia Kim Picks TWICE's Momo As Most Talented Idol Dancer | Soompi

<https://www.soompi.com/article/1253649wpp/choreographer-lia-kim-picks-twices-momo-talented-idol-dancer>

11 29 34 45 What to Know About K-Pop Group Twice | TIME

<https://time.com/5671342/twice-k-pop-everything-to-know/>

13 14 31 32 38 46 47 48 49 Songs written by members : r/twice

https://www.reddit.com/r/twice/comments/13gk4pd/songs_written_by_members/

15 42 43 44 TWICE宣布2026台北大巨蛋開唱 開創K-pop女團首秀 - 客新聞 HakkaNews

<https://hakkanews.tw/2025/10/01/232269/>

33 Why 2015 Was A Transformative Year For K-Pop - Grammy

<https://grammy.com/news/why-2015-was-a-transformative-year-for-k-pop-bts-twice-seventeen>

37 ONCE & TWICE 7TH ANNIVERSARY : The Promise of ... - Reddit

https://www.reddit.com/r/kpop/comments/y8503r/twice_once_twice_7th_anniversary_the_promise_of/

39 40 50 Interview: Twice’ s Nayeon on Making Her Solo Debut

<https://www.vulture.com/2022/06/nayeon-twice-interview-solo-debut-pop.html>

41 TWICE公開主打曲《THIS IS FOR》MV! 並向粉絲表達感謝

<https://www.kpopdays.com/archives/120544>

52 TWICE 有意義的歌曲 - Reddit

https://www.reddit.com/r/twice/comments/1bn812n/twice_meaningful_songs/?tl=zh-hant

53 「希望以後有更多好日子」盤點6首經典Fan Song，感受偶像對粉絲 ...

<https://news.agentm.tw/292193/>

54 21:29 | Twice Wiki | Fandom

<https://twice.fandom.com/wiki/21:29>

55 韓網評論翻譯站- TWICE男粉絲和女粉絲的線下後記差異[女粉絲] 今天 ...

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1367170522085173&id=100063767145171&set=a.656502223152010>