

WorkBuddy 的“湾擎时刻”

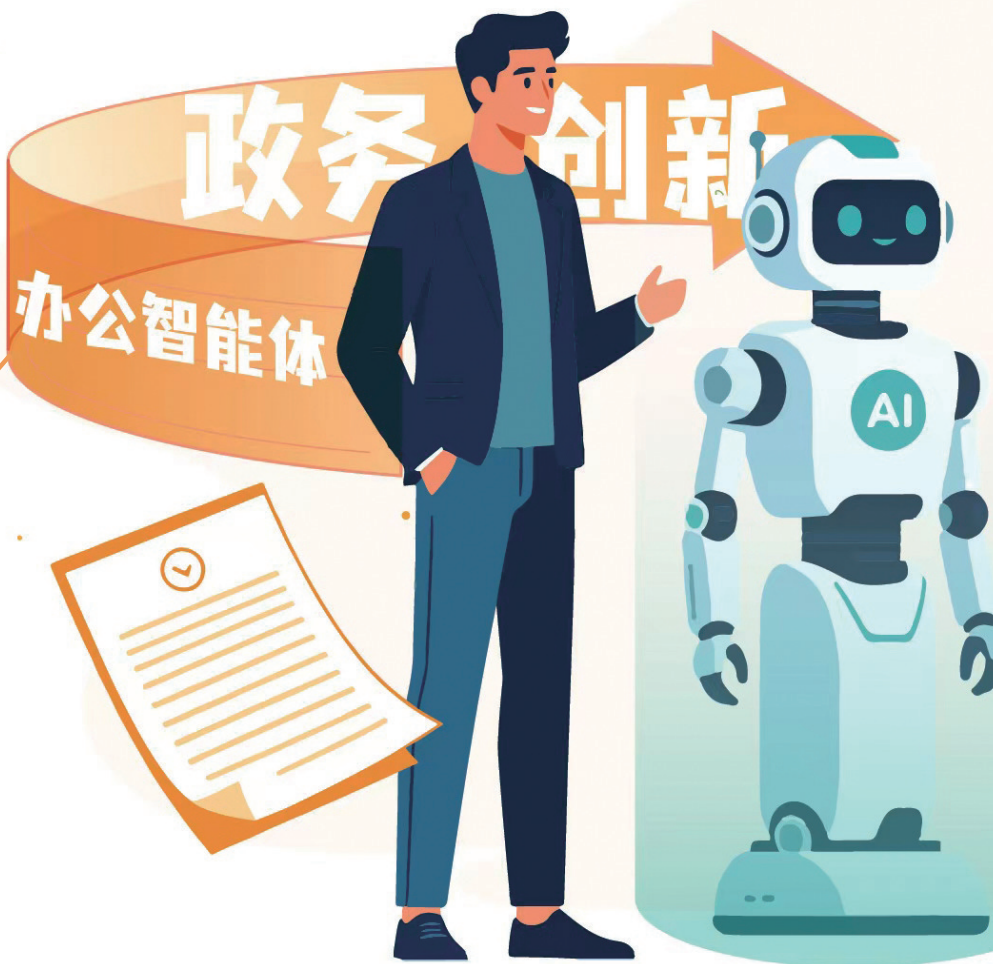
看这款 AI 办公智能体

2026年8月18日,在广州一场名为“擎动湾区、智启新程”的发布仪式上,基于广东省政务智能“湾擎”中枢创新研发的湾擎·WorkBuddy 政务智能应用正式上线。现场既有广东各级政数系统官员,也有专程到场的中国信通院等国家级机构专家代表,热切关注着“敢为人先”的广东再一次“先行先试”。

这并不是WorkBuddy的第一次亮相。数月前,这款由腾讯研发的AI办公智能体,从代码助手(其前身CodeBuddy 面向程序员)破圈为覆盖HR、行政、运营、制造等泛办公人群的效率工具,上线约一个季度,月活就突破2000万。这一次的“湾擎时刻”,让它走进全国首个省级政务智能中枢,成为广东公职人员手边的“AI工具箱”。

当一款成熟的AI办公智能体,遇上广东政务这片高要求、高价值的试验田,一场关于AI究竟如何真正“干活”的实践就此展开。

■新快报记者 郑志辉

一场正在发生的
生产力革命AI
办公

2026年注定会被写进AI办公的编年史。这一年,AI办公智能体开始真正走进电脑桌面,替用户“动手干活”。据易观分析数据,6月份,国内17款主流桌面端AI原生办公智能体的月度总访问量突破6000万次,而在3月份,这一数字还仅为2000万次。

为什么是办公场景?

中信建投在8月28日的研报中分析指出:这是AI从高端市场向大众市场拓展的必经之路。此前的AI编程工具服务全球约5000万程序员,而AI办公工具的潜在用户是全球超10亿知识工作者,规模扩大20倍,乐观情形下有望创造万亿美金级市场空间。海内外厂商由此齐聚:Anthropic推出Claude Cowork,OpenAI的Codex 月活超2000万,xAI推出Grok Bot;国内腾讯、阿里、字节三个月内密集完成整合。

但热闹之下,企业到底缺什么?

IDC在2026年5月发布的《中国AI Agent 市场概览》报告显示,截至一季度仍有超过60%的中国企业处于了解评估和试点阶段,仅有18%的企业将智能体纳入了核心业务流。Gartner同年4月的报告也指出,仅17%的组织已部署AI智能体。全球范围内,据IDC数据,70%的企业AI项目从未进入持久、可重复的生产阶段,88%的AI概念验证未能进入大规模生产部署。

换句话说,市面上的AI产品大多还在“能聊”的阶段,离“能干活”还有距离。

WorkBuddy的起点,比大多数人想象的要低得多。

它最初源于腾讯云一个十几人的AI代码助手团队。2026年1月,在Claude Cowork 展示出“AI自主完成任务”的方向之后,腾讯云开发者AI产品负责人汪晟杰基于已有智能体平台提出WorkBuddy的想法,和一位运营同事用一个周末、两个通宵赶出了初代版本。

彼时,面向程序员的AI编程工具已不少,但财务、HR、运营、市场等非技术岗位员工也有强烈提效需求却苦无工具。WorkBuddy正是在这个缝隙里诞生:砍掉复杂代码配置,支持单句指令发起任务,口语化描述需求即可拿到成品。极低门槛让大量非技术白领瞬间涌入。

2026年3月9日WorkBuddy正式上线后,用户访问量远超预期,上线

“周末产物” 三个月冲到行业第一

当月PC端月访问量达885万,环比增速831%。到6月,这个数字突破2097万,单款产品流量超过第二名与第三名之和。

为什么能“跑”得这么快?腾讯集团云与智慧产业事业群CEO汤道生把答案归结为一整套AI原生的工作方法。过去做产品,要先写文档、评审、排期再开发;WorkBuddy团队却是“先让AI把东西做出来,大家围着一个能跑的原型看效果、提意见、再调整”。上线短短三个月,团队就迭代了40多个版本。

真正让WorkBuddy从“一款好产品”变成“腾讯的战略级产品”的,是全集团层面的饱和式投入。据腾讯内部人士透露,腾讯创始人马化腾几乎从不缺席WorkBuddy的产品会,算力、技术和市场资源需求大多快速获批;团队从十几人扩展到100多人,截至8月初已

迭代52个版本。此外,腾讯没有把WorkBuddy限定在自研的混元模型之上,而是同时接入DeepSeek、GLM、Kimi等模型。

目前,按DAU计,WorkBuddy已成为国内最受欢迎的效率智能体工具之一,并率先实现了Win、Mac、鸿蒙、安卓等主流操作系统的全覆盖。以此为底座,WorkBuddy深度集成腾讯文档、腾讯会议、IMA、企业微信、腾讯乐享等产品,能够串联起完整的企业工作流。

中信建投分析认为,近期海内外Work Agent的集中爆发,与此前落地的Agent不同,办公领域的Agent在走向平台化,互联网厂商是平台经济的赢家,经验丰富,对市场、用户的认知以及画像的把握更充分;办公Agent的好用与可调用的工具强关联,而大厂在IM等领域的优势突出。

走进工厂 企业端的真实验证

WorkBuddy的爆发不只在C端流量,在B端同样快速渗透。

今年4月,日化龙头上海家化联合腾讯智慧零售启动WorkBuddy企业版试点,到8月已在九大部门规模化落地,整体平均提效超4.5倍,67%的用户已将WorkBuddy用于垂直业务场景,63%用于数据处理,57%用于自动化与运维。

提效最极致在供应链物流。上

海家化B2C业务覆盖天猫、京东、抖音等平台,7类账单18个月累计约6000万行数据,过去整套月度分析需5至6个人天。运营经理张樱把处理步骤交给WorkBuddy生成Python脚本,用历史数据持续验证并沉淀为Skill,最终月度账单分析从2人天缩至15分钟,整套月度工作压缩到20分钟以内,单项提效最高150倍。品牌营销部则将约七成PPT周报改

为HTML网页,展示更直观且可持续更新。

更深层的变化是组织经验流转:员工把成熟流程沉淀为Skill,一个部门跑通的能力其他部门即取即用。上海家化表示,WorkBuddy已不再是个体提效工具,而是逐步转变为嵌入业务流程的“数字员工”。

这一验证,为它进入更复杂的政务场景提供了底气。