

告别“赛马” AI办公开启“三国杀”

中经记者 李静 北京报道

每当一款AI办公产品的积分耗尽,互联网从业者王先生就会打开另一款。“哪家积分耗尽就用另一家接管。”他的电脑里同时装着WorkBuddy、TRAE和千问办公等。过去半个月里,国内AI办公市场突然提速。阿里把QoderWork、悟空和MuleRun收拢为“千问办公”;

三巨头赛马收官

前期多个办公智能体产品的落地也带来了实际效果,各家厂商对AI在办公环节的有效性有了更清晰的判断。

过去半年,AI办公智能体经历了一场产品层面的集中爆发。腾讯内部同时跑着QClaw、WorkBuddy、CodeBuddy等产品,阿里并行推进QoderWork、悟空、MuleRun,字节也有TRAE IDE、TRAE Work等多条产品线。这种“赛马机制”在早期探索阶段是常态——没有人知道用户最终会接受哪种形态的产品。但市场给出的答案比预期来得更快。7月20日,易观发布的《2026年Q2中国AI办公智能体市场报告》显示,今年6月,纳入统计的17款主流桌面端AI原生办公智能体平台合计月访问量已突破6000万次,其中腾讯WorkBuddy以2097万次月访问量位居第一,超过第二、第三名之和。字节TRAEIDE国内版1279万次,阿里QoderWork788万次。同时按照易观报告中的产品数据计算,腾讯以WorkBuddy、Code-Buddy、QClaw和Marvis这4款AI办公智能体合计月访问量达到3262万,占到整个大盘的一半。

在用户规模快速扩张的同时,竞争逻辑也在发生变化。当越来越多的产品具备类似的基础能力时,真正稀缺的不再是“有没有Agent”,而是用户每天打开电脑后第一个点开谁。“我们认为这类智能体未来将成为企业中员工日常办公的统一入口,这也是为什么大厂现在发力这一市场的关键因素。”IDC中国研究经理孙振亚对《中国经营报》记者说道。在办公场景下,文档、表格、邮

件等深度绑定原生智能体,切换成本远高于打开一个网页。谁先占住桌面入口,谁就拿到了先发优势。在易观发布报告的同日,7月20日,腾讯率先把QClaw产品中心整体并入WorkBuddy所在的云产品六部;7月30日,字节将飞书产品团队并入豆包产品团队,飞书负责人谢欣向豆包负责人赵祺汇报;8月3日,阿里把QoderWork、MuleRun、悟空(QwenWork)开启公测,由上任不足两个月的钉钉CEO陈宇森统筹。

“厂商收拢产品,主要是因为前期内部赛马已经产生了重复投入,也会导致企业采购时很迷茫,不知道该买哪一个。”孙振亚对记者直言。易观高级分析师陈晨也认为,前期多个办公智能体产品的落地也带来了实际效果,各家厂商对AI在办公环节的有效性有了更清晰的判断,产品的收敛整合就是这种确定性投入的反映。相比之下,腾讯暂时仍保持WorkBuddy、CodeBuddy、QClaw多线并行。腾讯云CodeBuddy & Work-Buddy负责人刘毅此前对记者表示:“所有的智能体产品,我们也在全盘统一看用户场景和价值。”三家的路径也各有侧重,孙振亚指出,字节拥有豆包的用户流量和飞书的办公套件能力;腾讯正围绕WorkBuddy整合腾讯效率工具;阿里则试图把千问模型、阿里云与钉钉的企业能力连接起来。

补贴仍在加码

虽然大厂给予用户在AI智能体上的免费额度不断增加,但用户忠诚度却未必同步上升。与整合相伴的,是看得见的价格战。新整合成立的千问办公,在公测权益上颇为激进。截至8月4日,新用户首次注册可获得2000积分,有效期90天;8月3日至9日的限时活动中,用户每日登录分别可获500、1000和2000积分,当日有效。个人标准版和高级版的月付价格分别为98元和198元,公测期间8折优惠。腾讯的动作同样不弱。WorkBuddy免费体验版每月提供500Credits(积分);个人付费档月标价从99元至999元不等,连续包月可享7折。企业旗舰版、企业专享版在7—9月底限时开展双倍积分活动,新购、续费、扩容客户均可获得等量赠送Credits。7月6日,腾讯正式发布混元Hy3大模型,并由WorkBuddy首发接入,同步开启为期两周的限时免费活动。7月20日,Work-Buddy官宣将Hy3大模型免费期延长至8月5日,后来又宣布延长至8月31日。

免费的节奏,恰好卡在用户即将流失的那一刻。一位用户在网络上回忆自己的使用曲线:WorkBuddy刚出就开始用,每天送100积分,用了几天积分不够用了就没怎么用,后来突然发通知说Hy3大模型免费用,“能免费用那就使劲薅呗”。字节方面,豆包企业版目前面向飞书企业客户内测,已打通飞书企业知识库、权限体系与协作能力。豆包企业版搭配飞书领航版的联合订阅套餐仅面向企业客户销售,只支持年付,三档年单价分别为1188元、2488元、5488元/席。尤其值得注意的是,个人版豆包暂未开放与个人飞书账号、知识库数据互联互通。今年年初,开源项目Open-Claw(龙虾)爆红、智能体概念走热;飞书也顺势升级了其内置智能体飞书Aily。从事跨境电商的魏先生日常通过飞书与同事沟通,他对飞书内置智能体评价不高:“是

流量第一不是终局

个人用户贡献流量和反馈,企业用户才能贡献更稳定的席位费、调用费与续费。

办公智能体的增长已经可见。易观数据显示,2026年6月,17款主流桌面端AI原生办公智能体平台合计访问量突破6000万次,为3月2000万次访问量的3倍。QuestMobile2026中国移动互联网半年报告显示,WorkBuddy近3个月活跃用户规模增长115.3%。但这两组数据都说明AI办公市场正在升温。



7月2日,北京,参观者在2026数字经济产业博览会上观看全景AI办公助手。

视觉中国/图

一个不错的智能体工具。”但他紧跟着补充:“不过用多了要交费。”但飞书内置智能体并未形成产品破圈。孙振亚对记者指出:飞书原来的思路在IDC的智能体分类里面,是比较典型的应用内智能体的思路。“AI融合到文档、会议、多维表格等不同产品里,是能够带来一定的效果的,但普通用户很难形成一个统一认知,这是一个关键问题。”虽然大厂给予用户在AI智能体上的免费额度不断增加,但用户忠诚度却未必同步上升。王先生那句“哪家积分耗尽,就用另一家接管”,说明目前不同产品之间仍存在明显的多平台切换行为。还有用户发问:“腾讯、阿里和字节,这三家会不会在AI智能

体上重复补贴大战呢?”“免费使用可以帮助产品快速拉动用户、积累任务数据,但免费使用只能降低体验门槛,并不能形成护城河。”孙振亚判断。陈晨则直言:“几家大厂都有能力走免费策略,但真正的价值在于能够借此完成用户习惯的培养和生态绑定。”市场宣传层面的竞争同样在升温。有网友感叹“满世界都是WorkBuddy的广告”。过去半年,千问在市场宣传层面一直打得很凶。QuestMobile数据显示,2026年上半年AI应用硬广投放TOP10中,千问以35.9%比例占据广告投放第一位,对于此次重磅推出的千问办公,阿里大概率也会舍得花钱投放广告。

立景创新冲刺港股 年入348亿难解客户集中之困

中经记者 陈佳岚 广州报道

近日,据港交所披露,立景创新科技股份有限公司(以下简称“立景创新”)递交主板H股招股书,联席保荐人为中信证券(香

全球第二的光学模组龙头

立景创新成立于2018年,前身为光宝科技旗下相机模组事业部。招股书援引弗若斯特沙利文的数据显示,按2025年收入计,立景创新在全球消费电子摄像头模组领域排名全球第二、中国第一。其中,中高端智能手机摄像头模组领域同样位列全球第二、中国第一,笔记本电脑与平板电脑摄像头模组

客户集中度高

然而,亮眼的业绩增长之下,客户集中度问题仍突出。招股书显示,2023年、2024年及2025年以及截至2026年5月31日的报告期内(以下简称“报告期内”),立景创新来自前五大客户的收入占比分别为77.9%、88.7%、90.0%和90.1%。其中,对最大客户(客户A)的依赖尤为明显——来自客户A的收入占比从2023年的39.9%飙升至2025年的71.0%,2026年前5个月仍高达68.2%。“大客户订单量大、合作持久,有助于降低运营成本并提升效率。深度合作可促进技术交流和产品优化,加速创新。”科方得智库研究负责人张新原对记

港)、中金香港。

公开资料显示,立景创新主营精密光学模组解决方案,产品覆盖消费电子、汽车电子、智慧办公、XR与机器人新兴赛道,自研COB、倒装芯片核心工艺,兼具设

领域则排名全球第一。以2025年出货量计,全球每6台笔记本电脑中就有1台搭载了立景创新的摄像头模组。据悉,公司是全球唯一一家能同时服务两大智能手机系统生态的精密光学解决方案提供商。截至2025年年底,立景创新已覆盖全球超340家客户。

记者留意到,该公司曾于

计、自动化智造能力。

《中国经营报》记者留意到,这家背靠立讯精密“王氏家族”、深度绑定苹果供应链的光学龙头,3年间营收从152亿元飙升至348亿元,净利润复合增速逼近

2025年11月28日首次递表,因未能在6个月的有效期内走完审核流程,招股书于2026年5月28日失效。此次为再次申请。首次递表时,公司披露的最近一个完整年度(2024年)营收为279.14亿元、净利润10.52亿元。而此次递表,公司披露了2025年全年业绩,营收达347.55亿元,同比增长

够稳定订单来源,但也让公司的盈利空间受到直接制约。立景创新招股书显示,2023年至2025年,公司整体毛利率分别为12.0%、10.8%和10.8%,并不高。值得注意的是,立景创新并未在招股书中言明客户A/供应商A具体是谁,但外界普遍认为指向苹果。立景创新在招股书中指出,与客户A/供应商A的业务关系自2009年开始,而高伟电子恰好是2009年切入苹果供应链体系,成为苹果前置摄像头模组核心供应商。2020年年底,立景创新便以21.96亿元拿下高伟电子44.87%股份,持股份额后续

70%,演绎了果链企业的增长神话。然而,光环之下亦暗藏隐忧,其对客户A的收入依赖度持续上升,与立讯精密体系的关联交易,正拷问着这家光学模组巨头的业务独立性与估值成色。

24.5%;净利润达16.90亿元,同比增长60.6%。2023年至2025年,公司营收从152.48亿元增至347.55亿元,3年间营收翻了一倍,营收复合年增长率达51.0%,净利润复合年增长率达69.6%。2026年前5个月,公司录得收入136.24亿元、净利润7.76亿元,同比分别增长14.7%和48.5%。

增超70%。记者亦留意到,与诸多果链公司一样,立景创新同样面临果链“依赖症”,且这一“依赖症”不久前登陆港股的立讯精密更高,立讯精密港股招股书显示:2023年至2025年,立讯精密来自客户A/供应商A的收入占比由75.2%降至56.7%。此外,立景创新贸易应收款项高企也是不容忽视的风险。截至各报告期末,公司贸易应收款项(扣除亏损拨备)分别为41亿元、61亿元、75亿元及60亿元。公司提示称,可能面临客户延迟付款甚至违约的风险,这对公司的现金流量和营运资金将造成压力。

立讯精密“王氏家族”的光学版图

立景创新不仅客户集中度高,其关系、供应链也深度嵌入“立讯系”。

招股书显示,立景创新的控股股东为立景有限公司,直接持股48.06%。立景有限公司由创始人王来喜持股56.34%,景汕有限公司持股43.66%。景汕有限公司则由王来春(王来喜胞姐)、王来胜及王来娇三兄弟姐妹各持约三分之一。

王来喜为公司创始人兼执行董事,此前曾于2004年至2018年担任立讯精密总经理。王来春任立景创新非执行董事兼董事长,同时,王来春也是A股“果链”龙头立讯精密的董事长兼总经理。

这也意味着,立景创新与立讯精密无直接股权关系,但同属“王氏家族”控制。

而就在不久前的2026年7月9日,立讯精密在港交所完成上市,实现“A+H”股布局。如今立景创新再度递表,意味着立讯精密背后的“王氏家族”正在精密光学赛道打造又一个上市平台。

作为立讯系的重要成员,立景创新在港股上市后将如何与立讯精密形成资本和业务层面的协同?记者就此向立景创新、立讯精密发送了采访函,但截至发稿,未获公司回复。

这种深度绑定也引发了公司业务独立性的关注。根据招股书披露,立景创新与立讯精密及其关联方之间的持续关联交易,2026年至2028年的建议年度上限合计分别高达约32.99亿元、36.33亿元和39.80亿元,呈逐年递增趋势。其中,由立景创新旗下港股上市公司所主导的采购协议,占据了上述总额的90%以上,表明高伟在采购端扮演了主要角色,进一步凸显了立景创新在关键供应链环节对立

讯精密的深度依赖。

新智派新质生产力会客厅联合创始人袁帅对记者分析,立景创新与立讯系的深度绑定,在本次IPO中亦隐含多重风险:其一,业务独立性存疑,双方实际控制人高度重叠,供应链与客户资源存在深度交织,若无法证明业务获取的独立性,则可能出现同业竞争或利益输送,中小股东权益易受损;其二,大额关联交易的公允性面临考验,双方大额的关联交易是否符合市场公允价格、是否存在通过关联交易调节利润的情况,都需要企业拿出充分的证据证明,将成为监管与投资者的核心关切;其三,风险传导效应不容忽视,立讯系本身同样高度绑定核心终端客户,若立讯精密自身经营出现波动,风险很容易通过关联交易传导至立景创新,导致后者的经营稳定性受到影响。

尽管立景创新对与立讯精密的关联交易关系未作出更多解释,但此次二次递表,立景创新亦表示,公司已就管理层驻港、联席公司秘书资质、持续关联交易等事项向联交所取得监管豁免。

袁帅还认为,机构投资者对于“客户集中+关联交易”的组合风险通常会给予明显的风险折价,一方面会大幅提升企业经营的不确定性,核心客户订单调整或关联方经营出现波动,都会直接影响企业的业绩表现;另一方面这种组合也会增加企业的合规风险与财务核查难度。只有当企业能够充分证明自身的不可替代性、关联交易完全符合市场公允原则并且已经在逐步推进客户与供应链的多元化布局,才能一定程度上抵消这种风险折价,获得更合理的估值水平。