

规范监管“隐私号” 工信部试点启用700专用号段

中经记者 谭论 北京报道

经过长期的草莽扩张后,我国中间号产业迎来规范监管。

日前,工业和信息化部(以下简称“工信部”)发布了《关于开展号码保护服务业务试点的通知》(以下简称《通知》),要求规划700号段作为号码保护服务业务的专用号段,日后用户在拨打或接听电话时,看到“700”开头的15位长号码时,就可以认定本次通话使用了号码保护服务,对方看不到用户的实际号码。

兴于需求 渐生各种不法乱象

市场的巨大需求与缺乏统一规范现状,为产业乱象埋下了伏笔。

回溯我国中间号市场的兴起,与2010年前后电商、O2O(线上到线下)及网约车等互联网新业态的爆发式增长背景密不可分。彼时,随着移动互联网普及,线上购物、叫外卖、打车等便捷服务开始快速兴起,也让用户真实手机号直接暴露给商家、骑手或司机的频度大幅上升,使得信息泄露导致的骚扰电话开始增多。

这一痛点,也迅速催生了中间号的使用需求。2014年前后,阿里通信“亲心小号”上线,小规模试水用户副号服务;同期,滴滴出行也开始通过临时号码隔离司机与乘客的真实手机号,拉开了我国中间号的发展大幕。

到了2015年,运营商开始跟进。当年年末,中国移动推出面向个人用户的“和多号”服务(原“一卡多号”业务),允许用户同时申请3个虚拟号码,标志着运营商正式进入中间号领域。2016年,中国联通则推出企业级产品“移客通”,将中间号服务扩展至电商、物流等行业。

一位中国联通内部员工告诉记者,根据当时的调研,2015年,仅电商和外卖两大领域我国每天产生的中间号调用量就已突破千万

而所谓号码保护专用号段,也叫“中间号”,即运营商或云通信平台提供的一种虚拟号码服务。用户通过绑定真实号码和中间号进行通话,系统将通话转接,以减少个人手机号泄露风险,实现隐私保护。由于其并不直接对应实体SIM卡,而是作为用户真实手机号码的中间代理,因此,也是一种临时的、非真实的手机号码,故也常被业内称为“虚拟号”、“隐私号”或“小号”。

目前,中间号已广泛应用于快递物流、外卖配送、网约车等场景领域。如在网约车服务中,司机和乘客

次,这也成为运营商大幅布局的基础。随后几年,这一数字呈现几何级增长,中间号的需求逐渐变得“不可或缺”,并成为大型互联网平台的标配。

然而,市场的巨大需求与缺乏统一规范现状,也为产业乱象埋下了伏笔。中国信息通信研究院技术与标准研究所业务与网络研究部主任张大庆此前公开指出,中间号业务高速扩张,带来了用户接到来电难以分辨企业服务真伪,以及部分“散乱差”机构批量出售中间号、实现骚扰营销甚至诈骗等严重问题。

一家提供外呼服务的厂商前负责人告诉记者,此前在没有专用号段的情况下,很多业内企业会自行采购大量普通手机号码作为中间号池,且为了规避实名制注册成本,会从虚拟运营商购买大量不需实名认证的“小号”,导致了大量骚扰电话滋生。

“中间号的‘匿名’特点让拨打人在进行外呼业务时顾忌较少,会有非工作时段、延时、反复拨打骚扰接听人等大量违规操作,同时也有企业会转卖一些虚拟号码,使其流入电信诈骗市场。”该人士表示。

客通过平台临时分配的中间号进行通信,相互隐藏真实电话号码;在购物及物流中,平台生成中间号,隐藏收件人的实际号码,商家和快递员可通过该号码联系收件人。

根据《通知》,工信部设置了三个月试点准备期、三个月过渡期和两年正式试点期,要求存量业务在过渡阶段结束后,将全部使用700专用号码开展号码保护服务业务。

对此,Omdia电信战略分析师杨光认为,此次《通知》的正式出台,在释放产业加强有序监管信号的同

时,也再度响应了市场对于中间号产业规范发展的诉求。“电信诈骗是这几年通信业暴露的顽疾,也是公众格外关心的议题,此次出台专用号段试点,也反映了官方对解决该问题的决心和关切。”杨光表示。

值得注意的是,据工信部官方微信消息,7月14日,中央第四指导组就“着力整治利用虚拟号码诈骗扰民问题”专项工作赴中国联通开展下沉调研,并与三大运营商就此问题进行了深入交流,再度凸显出官方对此问题的高度重视。



而另一位中国通信标准化协会人士告诉记者,业内甚至出现过利用中间号进行非法注册、刷单等行为,给监管带来巨大挑战,也一度让该协会接到众多加强中间号标准化规范的呼声。

显然,在这一时期,尽管中间号在保护用户隐私方面发挥了积极作用,但其在号码资源分配、服务质量保障以及防范滥用方面的短板也日益凸显,成为亟待解决的行业痛点。

统一标准 堵住不法滥用漏洞

根据《通知》,工信部将组织对700专用号码进行标记,显性提示用户该号码为号码保护服务专用号码。

正是在上述背景下,工信部开始规划并推出号码保护服务的政策构想。记者注意到,早在今年4月,工信部发布《工业和信息化部关于开展号码保护服务业务试点的通知(征求意见稿)》,并公开对外征求意见。

而在此份征求意见稿中,工信部首度提出了将700号段作为号码保护服务业务的专用号码资源,管理位长11位,使用位长15位。

在业内看来,这也是官方就外界对于中间号缺乏规范统一标准的回应。此前,张大坤曾公开指出,中间号业务不易识别,涵盖基础运营商手机号码、移动转售企业号码、95号码、运营商务代码,导致用户无法判断来电号码属性,同时,号码容量不能满足业务长远发展需求。

因此,在此次正式发布的《通知》中,700号段、15位号长的统一标准得以确立。根据《通知》,工信部将组织对700专用号码进行标记,显性提示用户该号码为号码保护服务专用号码。

电信独立分析师付亮认为,此次试点出台的最大价值,首先在于统一了标识,未来当用户看到700开头的电话,就能明确知道这是受保护的通话或信息,从而提升用户对中间号服务的认知度和信任度。

同时,杨光指出,专用号段的启用,也是官方探索减少电信诈骗的一种尝试。如果试点证明有效,无疑能使号码资源的分配、回收和循环利用更加透明和规范,有效堵住此前中

间号被各种不法滥用的漏洞。据工信部统计,截至目前,我国号码保护服务业务日均订单量至少为3.5亿。面对如此量级的业务需求,工信部指出,规划700专用号码,在形式上可以与手机号码明显区分,方便用户识别,在数量上可以满足未来快递、外卖、网约车等场景千亿级的码号资源需求。

同时,记者注意到,《通知》也从多方面系统部署了试点工作。在完善政策制度方面,《通知》明确了业务定义和业务参与方,明晰了应用平台提供方、基础电信业务经营者、业务使用方等三方参与主体的责任边界和相关要求,强化合规经营、防范治理电信网络诈骗、加强商业营销电话防控等业务管理要求,限制应用平台提供方“转租转售”。

此外,根据《通知》部署,试点工作将分为准备阶段、过渡阶段和试点阶段三个时间段。其中,准备阶段为自《通知》印发之日起3个月内,预计为2025年10月1日前;过渡阶段预计自2025年10月1日起至2025年12月31日,其间,存量业务使用的码号资源应在过渡阶段内完成调整迁移工作;最后则是进入为期2年的正式试点阶段,预计自2026年1月1日至2027年12月31日。

工信部表示,进入此阶段后,将全面验证号码保护服务业务实现模式、社会效果和安全保障能力。获得试点批文和码号资源使用证书的企业,可根据实际业务发展情况向工信部申请提前退出试点、补充或退回码号资源。

云英谷“卖身”失败转战H股 国内半导体赴港上市潮起

中经记者 秦泉 北京报道	头云英谷科技股份有限公司(以下简称“云英谷”)正式向港交所递交招股书。此次IPO,云英谷拟将募资用于支持 AMOLED TDDI	芯片的研发、优化以及拓展其应用场景、支持 Micro-OLED 及 Micro-LED 显示驱动背板的研发及优化、战略投资或收购等。	《中国经营报》记者统计发现,不只是云英谷,2025年以来,已有10家半导体企业提交港股IPO申请。对于此番半导体企业	密集登陆港股,多位业内人士在接受采访时表示,半导体企业集中赴港上市,背后是一种“融资逻辑+市场策略”的组合选择。从融	资效率来看,港股市场在审核节奏、包容度和上市门槛上,相较A股尤其是科创板、创业板,仍具备一定灵活性。
--------------	--	--	--	--	--

几经辗转

从2023年年初雄心勃勃地筹备科创板IPO,到2024年年底与汇顶科技(603160.SH)展开并购谈判,再到2025年3月交易失败,如今又计划转战港股上市,云英谷的资本运作之路可谓一波三折,充满了戏剧性的转折。

云英谷科技成立于2012年,总部位于深圳,其核心团队来自清华大学、香港科技大学等高校,深耕显示驱动芯片领域十余年。

在其成立初期,云英谷主要通过向京东方、天马、夏普等面板生产企业授权其开发的显示技术IP来获取专利授权收入。2016年,随着各大面板厂商纷纷加大对AMOLED产线的投资,云英谷抓住这一市场机遇,开始涉足AMOLED驱动芯片领域。经过两年的研发攻坚,2018年,云英谷成功将多项算法技术整合到驱动芯片中,并实现了在手机产品上的量产应用。

此后,云英谷的发展势头迅猛,到2024年,其Micro-OLED显示背板在全球市场的占有率达到40.7%。根据弗若斯特沙利文的报告,以2024年销售量计,云英谷科技是中国内地第一大、全球第五大AMOLED显示驱动芯片厂商。

云英谷在资本市场也获得了

众多投资机构的青睐。天眼查信息显示,云英谷已完成十二轮融资,投资方包括红杉中国、基石投资、祥峰投资、中金资本等市场化投资机构,以及华为哈勃、小米长江基金、高通、京东方、维信诺等产业资本旗下的投资基金。在资本的支持下,云英谷的估值不断上升,2024年4月,以85亿元人民币的估值入选《2024胡润全球独角兽榜》,位列第976名。

凭借技术积累和资本助力,云英谷开始筹备上市事宜。2023年1月,云英谷与中金公司签订辅导协议,正式启动A股IPO计划。选择以科创板第五套标准(市值+研发投入)申请上市。

然而,随着科创板对未盈利企业的审核趋严,叠加半导体行业上市窗口期收窄,公司最终于2023年3月撤回申请。云英谷财务数据显示,2022—2024年期间,云英谷的营业收入从5.51亿元增长至8.91亿元,但同期净亏损分别为1.24亿元、2.32亿元和3.09亿元,三年累计亏损达6.65亿元。

A股上市计划搁浅后,云英谷将目光转向并购重组。2024年11月,A股触控芯片领域的龙头企业汇顶科技发布公告,拟通过发行股份及支付现金的方式收购云英谷

的控制权。

这一消息在市场上引发强烈反响,汇顶科技在指纹识别和触控芯片领域经验丰富,云英谷的显示驱动芯片业务与其形成互补,可构建完整的解决方案。

但双方的谈判最终未能达成一致。在谈判过程中,估值分歧成为核心问题。汇顶科技从初始方案开始,一直是以收购云英谷控制权为目标。汇顶科技对云英谷进行了初步的尽调和评估工作,经过多轮沟通,最终交易各方未就交易对价等商业条款达成一致。2025年3月3日,汇顶科技公告称“交易各方未能就交易对价及其他商业条款达成一致”,这场持续三个月的并购计划宣告终止。

“卖身”失败后,云英谷近日正正式向港交所递交招股书。产业观察家王磊对记者表示,港股对未盈利科技企业的包容性为云英谷提供了机会。根据港交所18C章(针对特专科技公司)规则,特专科技公司即使尚未盈利,只要满足市值、研发投入等条件即可上市。云英谷作为全球第五大AMOLED显示驱动芯片厂商,符合“已商业化公司”标准(市值≥40亿港元,收入≥2.5亿港元),且研发投入占比达27.2%,远超15%的门槛。

港股“迎芯”潮

云英谷并非今年唯一一家选择赴港上市的半导体企业。港交所推出的18C章节吸引了大量尚未盈利但具备高成长潜力的半导体企业。数据显示,上半年有超过180家企业向港交所递交上市申请,是2024年全年70家的两倍多。

据记者不完全统计,2025年上半年,共有30余家半导体相关企业向A股递交了IPO申请,有10家半导体企业单独向港股递交首次上市申请。仅6月份,向A股和港股递交上市申请的共有6家企业。

对此,鹿客岛科技创始人兼CEO卢克林对记者分析道:“半导体企业扎堆赴港上市,背后逻辑清晰。港股市场国际化程度高,汇聚全球资金,资金来源多元,规模庞大,能满足半导体企业大规模融资需求。同时,港股上市流程相对高效,审核周期较短,契合半导体行业快速发展的节奏。此外,港股估值体系灵活,对新兴产业包容性强,半导体企业有望获得合理估值,提升融资效率。对融资而言,港股为企业提供广阔融资渠道,助力企业快速筹集资金,加速研发与产能扩张,提升国际影响力,

拓展海外市场。”

“从融资效率来看,港股市场在审核节奏、包容度和上市门槛上,相较A股尤其是科创板、创业板,仍具备一定灵活性。”在努曼陀罗商业战略咨询商业顾问霍虹屹看来,“对于一些尚未盈利但具备技术成长性的初创型芯片企业,港股在盈利要求上的‘适度友好’构成了吸引力,尤其是18A制度(允许未盈利生物医药公司上市)带动的制度创新,也在向更多硬科技企业延伸。”

近年来,港交所也在持续优化上市规则,例如,2018年4月,推出18A章允许未盈利的生物科技公司上市;2023年3月,推出18C章允许未有收入、未有盈利的“专精特新”科技公司上市;2025年5月正式推出“科企专线”,建立特专科技公司(18C章)和生物科技公司(18A章)的专属上市支持机制,允许以保密形式提交上市申请。

而在部分业内人士看来,这股本半导体赴港“上市潮”还将延续一段时间。

“这股本‘港股潮’预计还会持续一段时间,”资深产业观察家梁振鹏说道,“主要基于以下判

断:一是半导体行业资本需求持续旺盛;二是A股IPO排队时间仍较长;三是国际资本对中国半导体行业关注度提升。但长期来看,随着A股注册制改革深化和科创板发展,部分企业可能会重新权衡选择。未来2—3年可能仍是半导体企业赴港上市的高峰期。”

霍虹屹认为,在短期内,仍有不少排队企业希望借助当前政策窗口与行业红利完成上市“卡位”,尤其是尚未盈利但技术领先的中早期芯片设计企业,它们将继续视港股为“可落地”的融资路径。

“风口不是机会,真正的机会是在风过之后还能站着的企业。”霍虹屹补充道,“中长期来看,这种趋势能否持续,将取决于两个关键变量,一是港股市场本身对科技公司估值体系的成熟度,能否形成更稳定的产业资本支持力量;二是企业自身的基本面与成长能力,是否能支撑住IPO后的股价表现与二级市场融资能力。更重要的是,市场对科技公司的热度终将回归冷静,企业若没有持续的技术突破与商业兑现能力,无论在哪个市场,最终都难逃价值回归。”