

规范监管“隐私号” 工信部试点启用700专用号段

中经记者 谭伦 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。

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

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的现状，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。

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期结束后，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。

统一标准 堵住不法漏洞

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。

而在此次征求意见稿中，工信部首次提出了将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、运营商业务代码，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。获得试点批文和号码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

在“卖身”计划搁浅后，近日，国内AMOLED显示驱动芯片龙

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，加速技术研发与产能扩张，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，这股半导体赴港“上市潮”还将延续一段时间。“这股‘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。”