

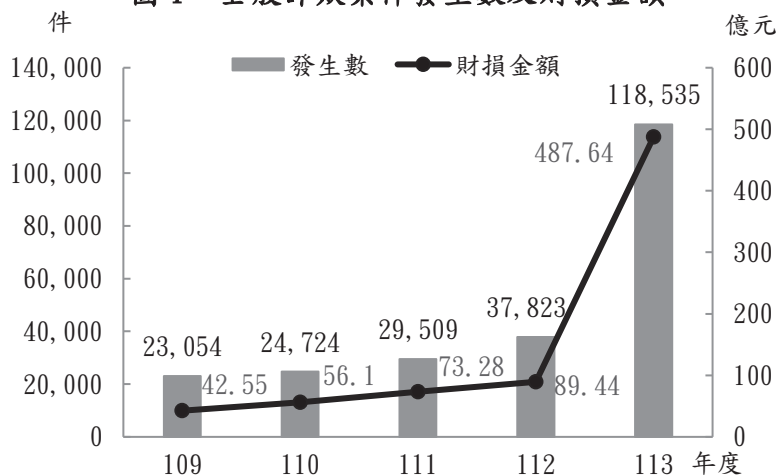
三、重要審核意見

(一) 推行網路廣告實名制與下架網路詐騙訊息等防詐措施，有助從源頭防範網路詐騙，惟網路防詐措施之深度及廣度仍須持續提升，相關業者之監督管理作業，尚待檢討加強。

行政院於 113 年 11 月 28 日通過新世代打擊詐欺策略行動綱領（下稱打詐綱領）2.0 版，由數位發展部負責數位經濟防詐工作，內容包含強化網路廣告平臺業者之實名認證，要求業者應驗證委託刊播者及出資者之身分，並於廣告中揭露；開發詐騙樣態分析防詐工具，透過大數據分析、機器學習與自然語言處理等技術，每日巡查 5 千至 1 萬筆網路廣告，藉由公私協力機制，自動化通報加速下架作業；建置「第三方支付服務業虛擬帳號查詢平臺」，協助檢警調單位更快速查找虛擬帳號所屬第三方支付業者，加速圈存受詐款項，降低民眾損失等。數位發展部為辦理相關業務，另責由所屬數位產業署（下稱數產署）執行智慧防詐與數位信任應用發展計畫辦理相關工作，計畫期程為 113 至 116 年度，其中 113 年度計畫經費 2 億 9,795 萬元。經查執行情形，核有下列事項：

1. 國內詐欺案件及財損金額年年上升，其中投資詐欺案件以透過網路詐騙最為普遍，占比約近 8 成，允宜提升網路詐騙防制措施之深度及廣度，有效降低詐騙危害：依據內政部警政署（下稱警政署）統計全般詐欺犯罪數據，國內詐欺案件及財損金額自 109 年度之 2 萬 3,054 件、42 億 5,506 萬餘元，上升至 113 年度之 11 萬 8,535 件、487 億 6,417 萬餘元，國內詐欺案件及財損金額年年上升（圖 1）。另檢視 113 年度全般詐欺案件類型，其中假投資詐欺財損金額 361 億 3,016 萬餘元、網路購物詐騙財損金額 10 億 8,127 萬餘元，兩者合計 372 億 1,143 萬餘元，占總財損金額 76.31%。復據警政署刑事警察局分析，當前高發之投資詐欺案件，主要係被害人點選網路詐騙廣告後，詐騙集團再利用 Line 通訊軟體聯繫被害人進行詐騙，約占 79.8%，凸顯透過網路詐騙最為普遍。政府為防制及打擊詐騙危害，於 113 年 7 月 31 日制定公布詐欺犯罪危害防制條例（下稱詐防條例），依該條例第 3 條第 2 項第 4 款規定，數位經濟相關產業主管機關（數位發展部），負責防制詐欺犯罪相關之網路廣告平臺、第三方支付服務及電商等管理措施。又數位發展部依據行政院核定之打詐綱領相關推動重點，於 113 年度建置

圖 1 全般詐欺案件發生數及財損金額



註：1. 警政署考量為符合實際治安現況，自 113 年 9 月起，詐欺案件發生數計算方式由「1 案 1 發生數」改為員警受理報案「1 被害人 1 發生數」。

2. 資料來源：整理自警政署提供資料。

「網路詐騙通報查詢網」，下架約 5 萬則詐騙訊息，並與金融機構聯手合作，成立「鷹眼識詐聯盟」，利用 AI 等技術阻斷詐騙集團金流，及推行廣告實名制，要求各大社群平臺進行廣告實名認證，從源頭防範網路詐騙等。惟 113 年度網路詐騙案件及財損金額仍較以往年度上升。又近年來生成式 AI 等新興科技技術興起，數位發展部現況推動之相關數位經濟防詐作為，仍面臨諸多風險與挑戰，舉如：建置「網路詐騙通報查詢網」提供民眾通報及下架詐騙廣告，完成通報案件審核與通知網路廣告平臺業者下架約需 4 至 5 天，與詐騙集團透過 AI 技術仿冒名人生成詐騙廣告僅需數秒，存有明顯落差；推動網路廣告實名制，惟防制海外公司、人頭公司或已解散公司刊登詐騙廣告，仍待相關平臺業者配合；由各目的事業主管機關判斷網路廣告或社群平臺貼文內容是否涉及詐騙，存有主觀認定與誤判之風險等。經函請數位發展部研擬因應對策，提升網路詐騙防制措施之深度及廣度，以有效降低詐騙危害。據復：已要求廣告平臺業者提交身分驗證實施作法，並要求業者訂定詐欺防制計畫，主動對詐欺採取因應策略及相關措施，另持續運用科技工具，於網路廣告平臺掃描詐騙案件並通知下架，114 年 2 月詐騙案件數較 113 年 11 月下降約 41%，財損金額減幅約 23%。

2. 詐防條例自 113 年 7 月 31 日制定公布後逾 6 個月，尚未督促納管網路廣告平臺業者完成託播者身分驗證實施作法，及要求平臺業者提送詐欺防制計畫，影響詐欺廣告源頭追溯成效：依據 113 年 7 月 31 日制定公布施行之詐防條例第 30 條第 2 項規定，網路廣告平臺業者對其網路廣告服務，應驗證委託刊播者及出資者之身分，並對其網路廣告服務遭利用為詐欺犯罪之風險進行分析評估，據以訂定詐欺防制計畫，每年發布詐欺防制透明度報告。按數位發展部訂定之「一定規模之網路廣告平臺計算基準」(113 年 9 月 16 日生效)，國內網路廣告平臺業者適用詐防條例規定者，計有 Google LLC (Google、YouTube)、LY Corporation (LINE)、Meta Platforms, Inc. (Facebook、Instagram)、TIKTOK PTE. LTD. (TikTok) 等 4 家業者經營之 6 個平臺。數位發展部於 113 年 12 月 11 日函請上開 4 家業者於 113 年 12 月 25 日前提送廣告託播者身分驗證實施作法及相關佐證資料，案經該部審查後，或因佐證資料不足，或因尚有需釐清事項，截至 114 年 2 月底止均尚未通過審查，數位發展部亦未依詐防條例第 30 條第 2 項規定，要求網路廣告平臺業者提送詐欺防制計畫，難以確認業者是否已訂定網路廣告刊播管理政策及程序、詐欺防制管理機制是否妥適等，均影響防制詐欺廣告與源頭追溯。經函請數位發展部研謀改善，以確保詐欺廣告刊播源頭追溯成效。據復：相關業者已提送其身分驗證機制補充說明或佐證資料，刻正辦理審查作業中，並已要求 4 家網路廣告平臺業者提送詐欺防制計畫，後續將檢視業者所訂計畫是否完備，以確保業者落實源頭管理。

3. 詐防條例未明訂業者下架網路廣告平臺所刊登或播送之內容涉及詐欺嫌疑者完成期限，允宜積極研議相關作業機制，以確保詐騙貼文儘速下架，降低民眾受詐風險：依詐防條例第 33 條規定，網路廣告平臺業者經目的事業主管機關或司法警察機關通知其經營之平臺所刊

登或播送之內容，有涉及詐欺犯罪嫌疑情事者，應先行限制接取、瀏覽或移除與詐欺犯罪有關之內容。「網路詐騙通報查詢網」113年10月至12月通報案件，計有10萬2,675件，據數產署分析，其中屬內容之詐騙案件（舉如：詐騙相關社群貼文、投資社團、業配文、偽冒名人帳號等）約占8成以上，惟因上開條例並未明訂業者下架完成期限，未能確保詐騙貼文儘速下架。經函請數位發展部研議相關作業機制，以降低民眾誤信詐騙內容之風險。據復：已要求納管之網路廣告平臺業者於詐欺防制計畫提出刊登或播送內容涉詐時之應對及通報機制，以降低民眾誤信之風險。

4. **數產署建置第三方支付服務業產業聯防平臺，協助業者共同防堵詐騙案件，惟聯防平臺尚無個人用戶示警功能，影響防制成效：**數產署為協助第三方支付業者落實防制洗錢及打擊詐騙，於113年度智慧防詐與數位信任應用發展計畫項下建置第三方支付服務業產業聯防平臺（下稱聯防平臺），並訂定相關作業機制，投入經費合計1,250萬元，由第三方支付業者將疑似詐騙之客戶名單資訊上傳聯防平臺，相互示警高風險客戶，並於聯防平臺提供偵測工具，協助第三方支付業者落實審查客戶及確認實質交易內容，共同防堵詐騙案件。聯防平臺於113年8月上線，參與者為已通過數產署第三方支付服務業能量登錄之64家業者，截至113年底止已有10家第三方支付業者於平臺通報39家可疑客戶名單。經查，使用第三方支付之用戶包含個人（如：獨立自然人賣家、部落客、直播主、代購等）、公司行號、法人或團體等，惟聯防平臺僅能上傳公司、法人或團體之高風險用戶，尚無個人用戶示警功能。據數產署統計，現行第三方支付使用者，約有一半為個人用戶，又詐騙集團透過向第三方支付申請虛擬帳號收受詐騙款項，較以收購人頭帳戶作為收款工具容易。經函請數位發展部研議強化聯防平臺高風險個人用戶示警功能，以提升第三方支付業者共同防堵詐騙案件效能。據復：已於聯防平臺系統新增允許業者上傳高風險自然人資料功能，並將持續優化介面，提升操作便利性。

（二） 規劃建置「網路詐騙通報查詢網」，有助提供民眾即時查詢與通報可疑網路詐騙廣告，惟部分功能與警政署「165全民防騙網」相同或類似，且不具備報案功能；未明確訂定委託建置系統之功能需求，影響原定113年底上線期程；未規範通報涉詐案件機關處理時限且缺乏下架案件追蹤檢核機制；AI自動掃描詐騙廣告範圍與內容不足，允宜研謀改善，以提升防制詐騙廣告政策成效。

數位發展部為從源頭降低民眾受詐風險，責由所屬數位產業署（下稱數產署）規劃建置公開平臺供民眾即時查詢、通報可疑網路詐騙廣告，同時利用人工、程式及AI等方式對可疑廣告進行分流，將可疑廣告交由政府機關或各業者判斷及處理，在民眾尚未遭受財產損失前，做預防性下架處理。數產署於113至116年度智慧防詐與數位信任應用發展計畫項下，委託財團法人工業技術研究院（下稱工研院）建置「網路詐騙通報查詢網」系統網站及APP，並委託台北市電腦