

數發部與Google、LINE及Meta公私協力強化網路防詐措施

日期：113/08/30 資料來源：數位發展部

數位發展部今(30)日攜手Google、LINE、Meta三大平臺，召開強化網路防詐措施記者會，林宜敬次長表示，政府與平臺業者的聯防將可大幅提升打詐力度，數發部將持續與三大平臺合作，致力打擊網路詐騙，並期望透過公私協力，全面提升網路安全，共同構築一個更安全、更透明的數位環境，讓臺灣民眾都能安心使用數位服務。

林次長表示，數發部積極推動「數位發展三支箭」政策，其中首支箭便是針對數位經濟產業的防詐工作，也是建構數位信任體系最為關鍵的一環。今年7月底通過的「詐欺犯罪危害防制條例」將賦予網路廣告平臺業者防詐義務，未來數發部將與業者透過公私協力機制，強化網路詐騙廣告的下架機制，以確實保障民眾的財產安全，建構安心的數位生活環境。

數發部指出，為整合各社群媒體平臺偽冒訊息檢舉管道，全新開發數位防詐工具「網路詐騙通報查詢網」，目前正進行內部封閉測試中，未來將提供民眾通報詐騙網址的服務，從源頭降低民眾的受詐風險。對於平臺上許多盜用名人肖像的詐騙內容，數發部於5月下旬啟用「公眾人物反詐通報專用郵箱」，目前已與44位名人建立通報管道，並且部分名人回饋表示偽冒情形已有初步獲得控制；未來「數發部網路詐騙通報查詢網」將整合「公眾人物反詐通報專用郵箱」，同步邀請名人參與系統測試，後續將蒐集使用者意見並持續精進系統功能。

Google、LINE、Meta三大平臺皆表示會全力支持政府打擊詐騙，並且詐騙已是全臺灣、平臺與數位經濟產業共同面臨的最大挑戰，公私協力合作可以更有效地改善網路環境安全。平臺業者將持續與數發部、刑事警察局、金融監督管理委員會及各政府機關密切合作，共同應對防制網路詐騙。

Google、LINE及Meta於記者會中分別發表了與數發部合作推動的網路防詐強化措施：

Google表示，自2020年起就在全球推出廣告主驗證計畫（即俗稱的廣告實名制），由於金融廣告易遭濫用，更在2022年在臺灣推出金融廣告驗證計畫，只允許受臺灣監管機構授權的單位刊登金融服務的廣告。為進一步提升廣告透明度並降低詐騙風險，Google更積極更新各項廣告政策，於2023年推出「廣告資訊公開中心」，讓任何人都能快速搜尋廣告主的資訊，並透過「廣告放送量受限政策」降低不肖人士以新帳號放送大量廣告的可能性。

LINE表示，作為擁有2,200萬月活躍用戶的影響力平臺，對於網路濫用的應對責任重大，嚴格管理站內廣告的直接投放，僅允許經金管會核准的金融機構投放投資商品廣告。此外自2023年起，主動偵測並處置涉及金融投資詐騙的高風險帳號，更建立合作通道，截至2024年7月底，已停權10,419個涉詐帳號。LINE還於1對1與群組聊天室、個人檔案、LINE社群，與LINE官方帳號的單向溝通情境（例如有陌生好友丟訊息時），加註警語「請留意聊天室中潛在的詐騙行為」，並透過LINE TODAY台北電影節直播等平臺積極協助數發部宣導防詐教育，提升民眾的警覺性與防詐意識。

Meta表示，正積極與數發部合作，在五大面向上全面開展防詐措施，首先是運用AI技術全面偵測與移除詐騙內容，其次為快速下架由政府部門通報的詐騙廣告，第三是與臺灣執法機關合作、共同打擊詐騙犯罪，第四為要求金融服務業廣告主需完成身份驗證、讓民眾一眼識別廣告出資者，最後是與政府機關與非營利組織長期推動全民防詐教育與宣導。希望透過五大面向全面打詐，與全臺灣共同阻絕詐騙。