

# 內政部新世代打擊詐欺策略行動綱領

## 「識詐」(宣導教育)執行策略

### 壹、依據

- 一、行政院 111 年 7 月 15 日院臺法字第 1110021967 號函核定「新世代打擊詐欺策略行動綱領」。
- 二、內政部 111 年 7 月 28 日台內警字第 1110870490 號函。

### 貳、目的

落實「新世代打擊詐欺策略行動綱領」-「識詐」(宣導教育)面，以「行政一體」之決心及創新思維，推動新形態宣導策略，從中央各部會延伸至各地方政府局處單位，協力執行防詐宣導，有效提高民眾識認詐騙手法知能，達到使民眾有感減害之目標。

### 參、執行方式

#### 一、背景說明

為了展現「打擊詐騙、守護治安」的決心，行政院訂頒「新世代打擊詐欺策略行動綱領」，其中「識詐」(宣導教育)面由內政部統籌，以每年宣導觸及 1,000 萬人次為目標值。

#### 二、精進宣導 123 2.0

為建立「識詐」(宣導教育)面更有效之宣導模式，提升防詐資訊觸及率，本部(警政署)推出新型態之「精進宣導 123 2.0」策略，以「1 個決心」、「2 個主軸」、「3 個路線」，將防詐宣導能量提升至更高層次，發揮更有力的識詐強度。

##### (一)1 個決心

- 1、建立政府各部會(各局處)之合作模式，將宣導工作提升至「國家主導」層級，使防詐資訊跳出同溫層，透過行政一體、異質機關跨界合作概念，共同展現承擔防詐宣導責任之決

心，期將防詐訊息觸及層面擴大至鋪天蓋地。

(1) 特定業務對象

與教育、兵役、衛政、社政等相關部會(局處)共同合作，及於學校、軍營、醫療院所、社會福利機構、長照中心、樂齡大學等場合、運用節慶聚會等時機辦理宣導活動，更精準地針對目標族群及易遭詐之高風險族群投放適宜宣導素材。

(2) 跨域語言族群

與民政、勞政、原民、客家、新住民等相關局處合作，及透過移工活動場所、新住民團體、原住民部落、客家村莊、宗教宮廟等，提供多語言及跨域文化防詐資訊，以有效地傳遞防詐概念。

(3) 多元宣導管道

與交通、捷運、新聞、文化、觀光、旅遊、環保等相關局處合作，辦理主題宣導活動，及運用捷運、車站、公車客運、音樂表演藝術場館、觀光景點等人潮聚集場合廣發宣導訊息，擴大宣導覆蓋率。

(4) 識詐防禦觀念

與經濟、財稅、法治、地政、消費者服務中心等相關局處合作，宣導投資理財、電信及網路詐騙手法、詐騙犯罪相關法律常識，並與當地金融機構建立互助機制，強化民眾正確消費態度及相關金融、法律知識。

- 2、各地方政府應運用治安會報時機推動防詐宣導觀念，以地方政府首長之重視及參與，建置打詐縣市隊為主軸，帶動各局處單位協力推動防詐宣導。由地方政府團隊及警察機關召集、培訓防詐宣導專業人員，組織「防詐宣導團」，透過地方政府首長、各機關主官(管)之重視與參與，提升民眾信任感，提高接收宣導資訊意願。

**(二)2 個主軸**

## 1、見招拆招，主題式重點出擊

- (1) 以轄區各類詐騙案件受理增減趨勢為基礎，針對高發、突增、輿論矚目詐欺案況，研析詐騙手法及防制宣導方向。
- (2) 輔以轄區人口組成、生活特性習慣及城鄉差異等地區特性，規劃合適之宣導方式，列為重點宣導主題，形成熱門防詐議題，增強民眾防詐概念，達到停損減害。
- (3) 以點狀、短時間密集強打方式宣導，運用視覺化或融入流行迷因（meme）文化，使防詐訊息迅速傳播並強化民眾分享動力，建構群體防詐意識。

甲、製作防詐圖文，畫面簡單明瞭清楚，以重點文字凸顯防詐宣導資訊。

乙、參考網路流行語或梗圖，融入防詐宣導資訊，藉話題熱度順勢推廣。

丙、以機關正向、專業、親切之形象，掌握呈現風格及幽默分寸，強化接收者之感受印象。

## 2、分齡分眾，地毯式廣泛放送

針對不同目標族群或易遭詐高風險族群，規劃延續性帶狀宣導計畫，以深入族群或因地制宜方式傳遞防詐信息，使宣導能量漸進式、地毯式普及至鋪天蓋地，形成全民防詐意識，對詐騙話術手法的警覺性，成為一種新生活態度。

### (1) 依年齡分群：

依不同年齡族群之生活習慣、日常喜好、關心議題，及被害風險，設定不同宣導主題，投放適宜宣導素材，引起共鳴。

甲、學生、年輕族群流行網路購物、最新 3C 或電玩產品訊息、明星名人演唱會及周邊商品。

乙、青壯年族群關心食衣住行娛樂、財經投資理財、工作求職資訊。

丙、中老年族群普遍關心社會新聞、連續劇、歌唱、購物、

綜藝、宗教性或政論型節目。

(2) 依群體共同性分眾

運用不同職業、身分、宗教文化族群常聚集之處所，包含實體聚會場所、通勤及聚餐場所，以及網路社群、交流網站、群組、論壇等線上聚集平臺，或涉及一般民眾為滿足食衣住行育樂需求之特定處所，使宣導資訊有效觸及目標族群。

- 甲、學生族群常駐留補習班、速食店、連鎖咖啡店及校園、運動場所。
- 乙、上班族群聚會餐飲服務業門市、運動中心、健身房、電影院、KTV 等場所。
- 丙、銀髮族群定期聚會或不定期參加村里民活動中心、長照中心、樂齡大學等場所舉辦之活動。
- 丁、通勤族群途經公車站、捷運站、火車站、客運站站內大廳、美食街、月臺、車廂內等。
- 戊、宗教族群聚會於教會、廟宇等特定宗教場合。
- 己、特定期間（例如兒童節、父親節、母親節、情人節、購物節、週年慶等時機）民眾密集前往親子場館、百貨公司、大賣場等場所。
- 庚、其他與民眾日常生活所需高度相關之場所（例如量販店、便利商店、飲料門市、生鮮超市、藥局、美容美髮、文具雜貨店等各類生活物資相關業者門市）。

(3) 依地區性分區

根據地區特性制定不同宣導模式，使宣導訊息融入在地文化及生活習慣，採近距離、地毯式廣泛散布宣導資訊方式，增加宣導訊息觸及廣度。

- 甲、大都會地區運用人潮聚集地較大型且易受矚目之傳播媒介（如電視牆託播、電影正片前廣告），或較小型但高密度之傳播媒介（如便利商店門市、連鎖零售業門

- 市)，投放易於吸引關注、短篇幅之防詐宣導影音素材。
- 乙、都會地區利用轄區內社區管理委員會召開區分所有權人大會場合進行口頭宣講，並與各社區大樓管委會、保全、守衛建立密切聯繫管道，以深入了解轄內居民遭遇詐騙案況及接收防詐資訊情形。
  - 丙、非都會地區活用地里民廣播系統、地方廣播電臺、地方電視臺等媒介置入防詐宣導訊息，投放代言人口述性宣導影片增加親切感。
  - 丁、偏鄉地區多運用走動式宣導（如配合村里鄉長聯繫訪視、在地居民各式集會、警察機關勤區訪查時機），並鼓勵民眾多與親友家人分享討論防詐相關資訊。
  - 戊、旅遊觀光屬性較強縣市，於轄內之知名景點、旅遊設施，針對人流聚集處加強發送宣導訊息，使防詐資訊與民眾密接。

### (三)3 個路線

#### 1、媒體傳播

運用平面、電視、廣播、網路（含社群媒體）等 4 大媒體傳播管道，使宣導訊息如病毒感染般快速傳遞。強化宣導內容與訊息接收者之間的鏈結引力，並使習慣接收不同類型媒體資訊之族群，全面納入防詐資訊網羅範圍。

##### (1) 內容吸引關注

迎合民眾閱聽習慣及喜好，將宣導訊息運用風格特色、重點吸睛之內容，使宣導訊息精簡而引人入勝，易聽易讀易懂，增加接受度；並適當加入合宜之詼諧幽默感，淡化民眾對政府機關之刻板印象，優化宣導效果。

##### (2) 配合媒體屬性

針對平面、廣播、電視、網路等不同媒體之風格屬性，設計專屬呈現方式，強化宣導主題重點，加強宣導訊息存在感。

### (3) 合作宣導機制

透過地方公務機關運用公務傳播管道互為支應，及積極運用特定族群及在地媒體管道，擴大深化宣導層面。

- 甲、各式官方網站、社群媒體平臺，如 Meta (臉書) 官方粉絲專頁、Instagram 官方帳號、YouTube 官方頻道等推播宣導訊息。
- 乙、運用地方性平面刊物、電視臺、廣播電臺，及地標性或知名建物電視牆、宗教宮廟及在地商家網路平臺或電子看板、跑馬燈等媒介。
- 丙、運用各式地方性網路社群媒體，如在地人社團、生活交流分享群組、轄內高中 (職)、大專院校學校網頁，及學生族群常用之論壇 (Dcard 及 Meteor) 等。

## 2、實體宣導

防詐宣導形成團隊力量，充分應用於實體宣導活動，透過宣導團與目標族群間直球對決之宣導模式，使宣導資訊傳遞由單一場域之點狀、延伸至區域性線狀，再形成在地化面狀之防詐守備範圍。

### (1) 公務機關體系

廣用村里長系統、警察機關各類服務屬性勤務、配合其他公務機關辦理團體活動，於村里民大會、區分所有權人會議、治安座談會及各式活動時機，以口頭宣講交流模式掌握民眾接獲詐騙資訊來源，並鼓勵民眾討論詐騙議題，與民眾建立良好溝通管道，使民眾有感政府機關重視，增加主動尋求防詐資訊意願。

### (2) 社團機構、民間企業

結合同濟會、獅子會、扶輪社、校友會、同鄉會、老人會等各社團辦理大型活動場合，及與民眾日常生活需求相關之民間企業門市、商務據點，凡民眾有機會駐足停留之場合，密集傳遞防詐宣導訊息，使防詐意識能嚴絲合縫全面

普及，增加民眾被動觸及防詐資訊頻率，強化防詐概念成為基本生活常識。

### 3、資源共享

#### (1) 中央廚房提供素材

本署掌握全國涉及詐騙案件之各式最新資訊，利用相關資訊製作高品質宣導素材，以中央廚房概念提供各部會及各警察機關運用各式公務或在地多元宣導管道推播，有助於落實見招拆招、主題式重點出擊之宣導主軸。

#### (2) 融入在地特色

各警察機關可依機關屬性或針對在地民眾設計具專屬性之宣導素材，融入地方特色文化，使宣導素材與民眾日常生活產生密切連結，引發共鳴，實踐分齡分眾、地毯式廣泛放送之宣導主軸。

#### (3) 建置共享資料庫

各單位製作之宣導素材彙整為資料庫，可運用雲端空間分門別類並即時更新，供各單位互為參考運用，刺激創意發想；另請各單位宣導團隊成員積極交流，針對素材製作提供建議，提升素材品質，也藉由粉絲專頁互相分享、回應，活化宣導團隊戰力。

甲、宣導素材如同防詐宣導團之彈藥庫，除能精確針對各式詐騙手法提示重點，並應思考使素材本身具備足夠影響力，發揮深植人心之效。

乙、素材之設計製作需具備對詐騙手法之充分理解及注入專業宣導能力，防詐宣導團成員應隨時充實自身專業知能，並相互密切交流支援、檢討策進，使傳遞之防詐資訊與時俱進。

丙、各地方政府應將防詐宣導視為重要業務項目，竭力推動，避免宣導作為或素材流於制式，以期達到事半功倍之效果。

## 肆、督導考核

- 一、本部（警政署）擔任業務幕僚機關，推動「新世代打擊詐欺策略行動綱領」之「識詐」（宣導教育）面，規劃相關策略及具體方案落實執行。
- 二、本部（警政署）配合國家發展委員會，管考識詐面各協辦部會辦理防詐宣導方案之執行進度及績效。
- 三、「新世代打擊詐欺策略行動綱領」自 111 年 6 月 1 日至 113 年 5 月 31 日（計 2 年）實施，為配合行政院管考政策，將請各地方政府提報執行成果。
- 四、中央政府機關將自行或委託具公信力之學術單位、民間機構、媒體等，對民眾就防詐宣導及地方首長重視之感受程度，以民調、研究案等方式進行意見調查分析，相關結果做為執行成果之重要參考。

伍、本執行策略如有未盡之處，將視執行成效滾動式修正。