

# 認識警政和Line高層也沒用 謝金河：我已愛莫能助

▼ 受害者報案、判決定讞，臉書還在流傳「謝金河」廣告。

平台等通報才下架，跟不上詐騙緊搭時事、科技增生。

謝金河認識警政署長也沒用，只能請秘書每天緊盯並舉報。

在 連續匯了兩筆錢之後，周小姐相信，這次跟著「老師謝金河」操作，一定不會錯。

去年六月，她在臉書看到理財名人、財信傳媒董事長謝金河招募投資群組的廣告，當時台灣股市從年初的一萬八千點，一路攢破一萬五千點。加入Line群組的她心想，這次一定要扳回一城。

周小姐在群組觀察了兩個月，眼看許多群友都開始獲利，吃美

食、四處旅遊，決定也加入「大戶合作計劃」，透過開通、儲值大戶帳戶，當股票在盤中漲停時，便能分配到大戶提早買進的份額，再當沖賣出，保證獲利。

穩賺不賠，正是詐騙集團最愛使用的話術。直到帳面獲利無法出金領取，周小姐才發覺事態不對，趕緊報警處理。

在周小姐案件審理的同時，謝金河正受刑事局之約，成為反

詐廣告代言人。

周小姐的官司終於在今年八月判決定讞。但同時，詐騙集團非但沒有收手，反倒變本加厲。

**騙走七百萬，只開罰五萬**

根據資策會軟體院監測，八月二十三日臉書單日新增六十一則謝金河冒名廣告，是六月監測以來次高。（見表2）

更諷刺的是，周小姐這起詐欺

■ 臉書詐騙廣告氾濫，謝金河等名人都是詐團下手目標，即使多次檢舉，相似廣告仍重複出現。



## 10大遭冒名人物，9個是投資名人

表1 遭冒名人物的臉書詐騙廣告數（則）

名次	冒名人物	廣告數
1	股海老牛	1766
2	朱家泓	1163
3	謝金河	682
4	阿格力	640
5	邱沁宜	626
6	黃若薇	613
7	市場先生	563
7	陳重銘	563
9	杉本來了	543
10	懶錢包	499

註1：黃若薇為1111人力銀行發言人  
 註2：資料統計區間為6月1日至10月20日  
 資料來源：資策會軟體院

案件，共牽涉十四名被害人，總計被詐超過七百萬元，最終僅有一名提供金融帳戶的人頭，以「幫助犯」的名義判有期徒刑六個月、併科罰金五萬元。

周小姐當然沒有見過「老師謝金河」，投放廣告、Line群組裡的犯嫌依然逍遙法外，等著下一個周小姐上鉤。

隨著詐欺受害者不斷增加，謝金河本人也深受其擾。他早已在三年前就報警，在臉書最珍貴的置頂貼文版位上，他放的正是反

詐訊息，請大眾一同檢舉冒名詐欺廣告。但顯然沒有作用。

「我們被冒用後不斷去舉報，舉報完之後又來，你怎麼辦？我們能夠發揮的力道非常有限，愛莫能助，也充滿無力感，」名列遭冒用排行榜第三，謝金河本人接受採訪時說。

十五分鐘的採訪，他說了無數次愛莫能助。一開始認真報案，但也沒用，所以他已不報案。他認識警政署長、刑事局長、Line與Google台灣總經理也沒用，唯一能做的就是請秘書盯網站假訊息，舉報下架。

「受害者被騙後，來找我求公道，但我也愛莫能助，因為到底誰用了我名字去詐騙，老實講我也不知道，」他說。

五月三十日，政府終於完成「證券投資信託及顧問法七十條之一」修法，要求社群平台在接獲刑事局通報後，須在二十四小時內下架詐騙廣告，否則將面臨連續罰款。

刑事局更找了資策會、金管會等單位合作，透過撰寫爬蟲程式，如同在網路巡邏的員警，搶在第一時間抓住新的詐騙廣告。

臉書今年截至九月，確實也配合下架了一萬零六十九則冒名投資詐騙廣告。但在第一線刑警眼裡，這樣的作為只是杯水車薪。

因為警方今天通報、檢舉得再辛苦，明天臉書還是會讓新一批類似的詐騙廣告上架。

### 檢舉才下架，跟不上科技增生

這數量究竟有多少？

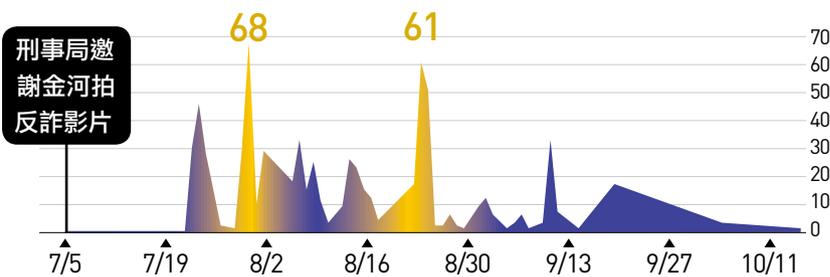
《天下》獨家取得資策會軟體院從六月一日至十月二十日，依照刑事局提供的詐騙關鍵字，在臉書廣告檔案庫蒐報到的三萬六千多筆不重複廣告資料，重新分類計算後發現，平均每天至少有二七〇則詐騙廣告新上架。

即便六月底投信投顧法修正正式上路，臉書詐騙廣告數不但沒有減少，八月甚至飆到每日近四八八則。

行政院政務委員羅秉成認為，詐騙團一定已在用AI，所以詐騙增生更快。這是合理懷疑，但其實根本不用這麼高科技，市面上早有快速架站工具。（見左頁）

其中，詐騙集團最愛使用的對象，以投資界KOL如股海老牛、朱家泓等被冒用得最猖獗，

表2 反詐大使謝金河被登詐騙廣告，一天最高68則  
當日冒充謝金河的臉書詐騙廣告上架數（則）



註：臉書詐騙廣告上架日期，以開始刊登當下計算  
資料來源：資策會軟體院

排名第三的謝金河，也有近七百筆冒名廣告。（見表1）

「Meta目前還是用消極抵抗的方式，你通報我一定下架，可是我就不審查，」刑事局打擊詐欺犯罪中心資通研析股股長王濟，說到臉書母公司Meta就有氣，「相同的文案投了一百次，已經有十個被下架，你為什麼其他九十個還繼續讓它發布？」

▶ 幕後追蹤：詐團愛用神器「竇塔面板」們

## 每天上架臉書270則 釣你的廣告怎麼生出來？

根據資策會軟體院統計，4個月內，依照刑事局提供的詐騙關鍵字，臉書平均每天有270則詐騙廣告新上架。

常見的一種類型是連結至一頁式網頁，另一種是導向Line ID加好友，但中間會透過特定網域進行轉址。

不論是哪一種，都需要擁有大量且能快速增生的網域，來躲避檢警的追緝。詐騙集團是如何做到？

### 從詐團常用網址回推

即使詐團皆會透過第三方網域網站購買，隱藏真實買家身分，但仍有些蛛絲馬跡可循。

首先是網址中常出現「.top」、「.xyz」或「.shop」，這是所謂的頂級網域，比大眾常見的「.com」，這類的頂級網域因購買價格較低，成為詐騙集團愛用的選擇。

《天下》從下架的詐騙網頁反推，

發現這些詐騙網頁會出現同樣的預設頁面，上面用簡體中文寫著「恭喜，站點預設成功！」它們很可能都是利用同一個快速架網工具創建。

這個工具叫做「竇塔面板」，是來自中國的快速架站工具之一。但中國政府已要求竇塔落實實名制，坊間因此出現破解版和同類型工具。

像竇塔這種類型的架站工具，最大的功用是降低架設網站的門檻，即使只有初階的工程背景，也能輕易架站成功。

### 一鍵創建上百網站

《天下》實際測試安裝，發現除了一開始需輸入安裝腳本的指令，其餘真的只要拖拉點選即可完成架站。

用在詐騙上，很可能降低詐騙集團工程師程度的要求。

其更強大的功能，在於支援「批次創建」，也就是可以一鍵快速建立大量新網站。這讓詐騙集團一次可以架設上百個網站，大幅增加阻止詐騙的難度。

這也是為什麼，詐騙網站總是春風吹又生，癱瘓台灣警政系統。（張玟榕撰文、楊時鈞研究）



以謝金河為例，在資策會軟體院蒐集的詐騙廣告期間內，七月二十二日出現第一則謝金河詐騙廣告，內容聲稱要贈書回饋公益，王濟表示當時即有請Meta下架，但在接下來的三個月內，竟還有兩百零三則相似內容持續上

架臉書，除了贈送數量、書名不同外，其餘文案幾乎複製貼上。謝金河批評，台灣對不實醫療廣告，連代言人都要負連帶責任；但平台商連詐騙廣告這種錢也在賺，卻沒有受到任何懲罰，實在不可思議。

「臉書在台灣賺很多廣告費，卻沒有負擔任何的審查責任，而且碰到問題沒有善意去解決，」謝金河點名，臉書是姿態最高的平台。他主張社群平台帳號，應該採實名制，迄今也無人響應。《天下》曾多次詢問Meta，但



獨家數據  
3.6萬則臉書  
詐騙廣告解析

Meta表示不方便接受採訪。

最前端的水龍頭關不緊，刑事局只好追在詐騙集團後頭，盡量檢舉，減低廣告的存活時間。

### 緊跟热搜词人，瓦格納都能用

不過，詐騙集團腦筋動得更快，除了持續快速製作廣告，還會緊跟熱門時事，創造出新話題的廣告文案，增加查緝成本。

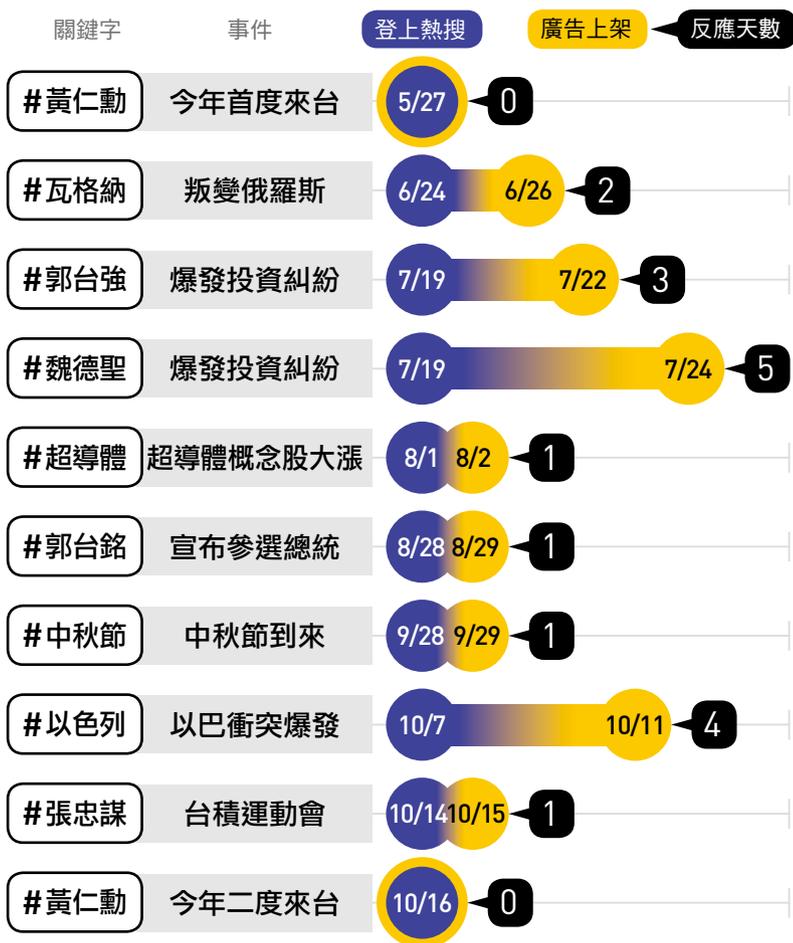
「詐騙集團很跟上時事，」主責蒐集詐騙廣告專案的資策會軟體院組長陳棟易也感到頭疼。

以輝達執行長黃仁勳為例，五月二十七日剛結束台大演講，當天臉書就出現冒名廣告，聲稱「近期我回台受到非常多稱讚，感謝大家長期以來的支持，」因此組建股市交流群，要帶領台灣支持者「走上股市獲利大道」。

七月導演魏德聖與中影董事長郭台強鬧出財務糾紛，詐團也僅花三天，便刊登兩人的冒名詐騙廣告，隔空對罵之餘也送書，拉攏支持者加入各自的投資群組。

為了看懂詐騙集團跟上時事的速度快，〈天下〉抓取與資策會軟體院詐騙廣告資料同期間的Google每日前十大熱搜關鍵字，

表3 緊跟時事，詐團最快當天就登廣告  
2023年近期熱搜關鍵字與對應臉書廣告上架日期



註：以事件登上Google Trend每日搜尋趨勢後，至出現首則相關詐騙廣告作為反應時間  
資料來源：資策會軟體院、Google Trend

發現竟有一六四則、超過一成三的熱搜關鍵字，都被詐團利用。從國際情勢的瓦格納叛變普丁、到國內郭台銘宣布參選，詐團都僅花一到兩天時間，就讓相關內容的廣告上架。（見表3）

「現在的投資詐騙，都有專門的小編、設計團隊，」防詐達人、Gogolook資深全球產品策略總監劉彥伯對這現象並不意外。

趁平台消極管理，加上跟緊時事，詐團得以快速產生大量詐騙廣告，抓不勝抓。攤開今年的判決書，至少超過兩成投資詐欺來自臉書、近八成透過Line。

當網路成為失控的詐騙樂園，光靠事後下架顯然無法從源頭有效管理，如何阻擋詐騙訊息孳生，減少民眾誤信的機會，是台灣社會更需直面解決的問題。■