

# 疫情常态化下诈骗犯罪的演化与防治

## ——基于口罩诈骗犯罪分析

■ 朱 柠

**摘 要** 2020 年，新冠肺炎疫情大面积爆发以来，骗子利用人们对疫情的恐慌和物资的短缺，实施口罩诈骗大发国难财。随着公安机关严打整治和节后口罩产能复苏，口罩骗局逐步退出舞台，但其背后潜藏的社交媒介诈骗规律变化，对新常态下公安机关和社会各界防范治理电信诈骗工作提出了全新挑战。本文从口罩诈骗这一“简易模型”骗局入手，以小见大探寻“后疫情”时期社交媒介骗局底层逻辑，并结合实战经验梳理提炼“链式向网状演化、剧本向情境演化、集团向散户演化、社交向社群演化”诈骗规律；在此基础上，借鉴系统思维、上游思维、成本思维、社群思维“四个思维方式”提出源头防治策略，为各级反诈主体持续掀起新型犯罪研判治理提供参考。

**关键词** 口罩诈骗 社交媒介骗局 电诈规律演化 模型思维

2020 年初，一场来势汹涌的新冠肺炎疫情以惊人速度肆虐武汉、辐射全国；随着习近平总书记总动员令的发出，从中央到地方、从党员干部到广大群众迅速反应、同舟共济战疫情保稳定，充分彰显一国应对重大突出公共卫生事件能力和社会治理能力。然而，骗子却利用人们对疫情的恐慌和物资的短缺，大肆发起国难财，以口罩诈骗为代表的涉疫电信诈骗出现爆发式增长，造成恶劣社会影响。为依法惩治涉疫违法犯罪，2 月 6 日，两高两部联合出台司法文件统一司法适用标准，最高人民法院、最高人民检察院、

公安部、司法部联合印发《关于依法惩治妨害新型冠状病毒感染肺炎疫情防控违法犯罪的意见》，明确要求从快从严打击以口罩为代表的涉疫违法犯罪，并取得突出成效；根据国家反诈中心发布的数据，截止 3 月 24 日，全国累计侦破涉疫电信诈骗案件 14786 件、抓获犯罪嫌疑人 6605 名、涉案金额超 4.88 亿元；以发破案数全国最多的广东为例，仅 2 月份就接报涉疫诈骗警情 5580 起，其中以售卖口罩为名的诈骗警情占比高达 88.21%。

随着节后国内口罩产能提升，口罩骗

作者：广东省潮州市公安局指挥中心三级警长

局也如昙花一现，很快退出舞台；但“回头”审视这一场口罩危机和骗局，“素人骗子”“临时起意诈骗”“零基础零成本”“动辄赃款过百万”等关键词背后，却潜藏着更大的危机和风险。如果说以往电信诈骗是高密度协作的团伙诈骗，那么在利益多元、信息网络高度发达的今天，利用微信、QQ、抖音、微博、论坛等社交媒介、平台实施网络侵财诈骗（下文简称“社交媒介诈骗”）却是“零启动成本”的事情，如以买卖游戏装备实施诈骗、利用众筹平台诈捐骗捐、交友软件内红包诈骗、闲鱼 App 二手交易诈骗等；另一方面，电诈犯罪“门槛”降低也意味着防范治理难度的加大，普通人可能因一时贪念成为网络诈骗的主犯，而现有涉诈骗管控举措却无法囊括所有潜在诈骗分子，如在此次疫情诈骗中，年纪涉疫诈骗作案年龄段以 20-30 岁青年为主，另有部分在校学生。最小的仅 14 岁，该案系梅州警方侦破的口罩诈骗案，偶像艺人黄智博也参与行骗。为更好防治电信网络诈骗犯罪，有必要从口罩诈骗类案这一“简易模型”骗局入手，深度挖掘新常态下社交媒介诈骗底层逻辑和演化趋势，对提升反诈工作水平、巩固推动社会治理现代化具有深远的现实意义、指导意义。

## 一、口罩诈骗警情多发高发的背景原因

（一）突发全民性的公共事件为诈骗活动提供了“流量加持”

流量是信息时代财富创造的前提保障，也是电信网络犯罪躲不开、绕不过的“纪律规则”。作为本世纪黑天鹅事件之一，新冠肺炎疫情从单体确诊到全民战“疫”不过一个月时间，期间正值新春佳节，群众居家隔离

离各方面接触到的新闻信息几乎都与疫情防控有关，加之春晚抗疫朗诵节目急速“加塞”、民俗活动紧急叫停、假期无限延长、股市全面崩盘等，将这一起公共卫生事件推向至高点，全民抗疫也天然成为电诈犯罪分子蹭热点、引流量的超级 IP。专家学者、网红大 V 基于安全防护的呼吁，恰好被诈骗分子利用，成为口罩等稀缺防疫物资销售推广的“免费广告”。特别是 2 月份以来，全国防疫形势严峻，面对线下商店口罩“存量吃紧”、企业停产口罩“增量骤减”的双重压力，通过线上无接触式购买口罩成为普通群众减少感染、应急防护的必然选择。

（二）特定节点下的社会网络为诈骗活动提供了“条件掩护”

技术进步与政策优化赋予新常态下人、车、物、信息流转的高效率，也让社会网络连接更加紧密，但在战疫“大事件”和新春“大节点”的交织叠加下，真实世界里政府自上而下的防控政策、虚拟世界中万物互联的半熟社会，无形之中为诈骗作案提供了外围“掩护”。从公安机关已破案件看，政府调控征用、海关抽检查扣、物流停滞收租、货运司机被感染隔离等拙劣可笑的借口，对普通群众来说却极具迷惑性，更一度成为骗子拖延推脱、掩人耳目的说辞。与此同时，网络社交媒介的发展促成了“半生不熟”的人际关系，对微信好友“知道但不了解”的现象广泛存在于各类网购行为，骗子身份真假难辨；加上口罩诈骗大多“点对点”进行，骗子单方提供的产品图片、电子证据、聊天记录等，普通群众无法第一时间验证真伪，以至于让上述看似“逻辑自恰”的购销证据成为诈骗行为最好的“伪装”。

（三）稀缺市场中的购销博弈为诈骗活动提供了“套利空间”

疫情的爆发式增长，让口罩市场与产能严重断层，成本价仅 0.07 元的医用口罩迅速跻身高壁垒稀缺商品行列，广大群众“持币代购”看似掌握主动权，面对的却是“一罩难求”的卖方市场。诈骗分子正是利用了广大群众“有钱买不到货”的现实处境，在聊天中故意透露“存货不多清仓在即”的假象，成功调动受害者的恐慌情绪，继而诱骗其转账。个别诈骗分子向受害者承诺“未发货的全额退款”，看似“厚道”，实则退为进，行为的背后是骗子对受害人“即便退款线下也买不到货”两难境遇的把握；事实上，诈骗犯罪败露前仅有少数人主动要求退款。美国行为经济学家丹尼尔·卡尼曼在《思考快与慢》一书中将人类思考模式拆分为依赖直觉的“快思考”和理性主导“慢思考”，在这场口罩购销博弈中，受害者极易受不良情绪影响而在仓促间做出错误决策，为嫌疑人诈骗作案提供了潜在套利机会。

## 二、口罩诈骗犯罪主要流程及手段

“开局一人一机、半小时入金三万”，这是口罩诈骗的真实写照，也揭露了类案高发的深层原因，即“低启动成本+高回报收益”，这种近乎稳挣不赔的“买卖”吸引了各行业钻营逐利的投机者蜂拥入局，其中尤以债台高筑的赌徒最为突出。总体上看，口罩骗局大致分为三个阶段。

### （一）建立供需关系，撒网钓鱼

有别于杀猪盘、冒充公检法等集团式诈骗，口罩骗术显得“势单力薄”，其底层逻辑与前些年盛行的利用网络虚假贩卖游戏装备、苹果手机等并无二致，均是“愿者上钩式”撒网钓鱼类骗术。不少诈骗分子在审讯中表示从新闻中了解到口罩骗术，因“一

时贪念”冒充起医药代表、海外代购、归国富豪、医生护士，并通过微信、QQ、抖音等社交媒介广泛发布口罩购销广告“撒网钓鱼”。从已破案件来看，广告文案有如下特点：一是展示实力。在文案中宣称找到了可靠生产商、供货商甚至谎称系家族企业，货品正、渠道好、物流快，意图向潜在客户传递“正规靠谱”等暗示信息。二是提供折扣。如讲明价格区间为 2-15 元/个，提示 1000 个起订，如达到更高量级，单个价格减免 0.2 元等，有的还玩起了社交电商“拼团返利”，目的是确保最小套利。三是满足需求。声称无论爱心捐赠、集团采购、个人自用均能供应，不同类别品牌口罩应有尽有、货单发票一应俱全，为的是满足各潜在客户群需要。少数骗子还会主动联系朋友圈中发布需求的客户，精准推送广告文案诱骗获利，但无论哪种形式，共同特点是不支持货到付款。

### （二）建立信用契约，瞒天过海

口罩骗局属远程“点对点”购物诈骗，缺乏第三方资金安全保障。为取得买家信任，骗子除从网上下载展示资质实力的仓储车间图片、企业经营证书、质检报告外，还提供视频看验货、签订电子合同、身份信息验证等。此外，一些骗子还自创圆谎套路瞒天过海。如自导自演类骗局：一人分饰批发商、渠道商、业务员等角色，通过注册多个微信号，自制与供货商的虚假聊天记录，向客户营造正常交易、努力催单的假象。诱“敌”深入类骗局：骗子高价买进一些口罩后，先小挣差价卖出一小部分，甚至不惜租用顺风车运载以骗取客户信任，待卖家二次下单（一般为几万以上大单）付款后直接拉黑。苦情人设类骗局：骗术总有败露的一天，低段位骗子谎称自己也是受害者，以“多个单子货款被厂商压着还不回来”博取同情；高段位

骗子上演“苦肉计”，直接到公安机关报警“喊冤”，通过在派出所做笔录证明自己被骗。花样繁多的伎俩，其诈骗套路仍是建立“信用约定”，骗子根据客户要求“量身定制”证明材料，意在模拟真实交易场景，让受害者获得“一切尽在掌控”的心理错觉而放松警惕。事实上，买家交涉时的掌控感，却也在骗子的掌控之中。

### （三）建立裂变业态，迭代升级

与杀猪盘持续诱导受害者“加仓”参与网络赌博、虚假投资不同，口罩诈骗属“一锤子买卖”，绝大多数骗子得手后便找借口拖延或直接拉黑受害人，另一边等待新目标“上钩”重复诈骗直至被警方抓获。与此同时，一些骗子开始思考如何升级骗术，“创造”诈骗收益新增长点。从公安机关掌握的情况看，除小部分师徒“传帮”共享诈骗所得外，另有三类值得注意。“初级—替换标的”。伴随住宅小区封闭管理和企业节后复工复产，用于甄别疑似患者的额温枪成为疫情风口下又一紧俏物资，骗子瞄准了“商机”，将口罩骗术“移花接木”到额温枪、消毒液等防疫物资上，实施新一轮电信诈骗。“中级—非法吸存”。部分骗子利用起订量较大和拼单购买模式，吸引有需求者扩散信息，寻找拼团者和“下线”买家，构建一拖三“口罩资金盘”非法吸收公众存款，大量现金迅速汇集到源头卖家手中，一旦卖家跑路，“下线”则财、物两空。“高级—老戏新唱”。经过业余骗子的“口罩洗礼”后，群众防骗意识逐步提高；此时，一些专业骗子“套上”了正规公司（如欧露科技公司）马甲，搭建钓鱼网站伺机作案；有的重操“冒充公检法”老本行，以涉嫌贩卖假口罩之名轮番海外留学生和内地民众，令人防不胜防。

## 三、新常态下社交媒介诈骗的演化趋势

口罩诈骗是肺炎疫情下的产物，随着口罩产能复苏和政府疫情的管控而明显减少、直至退出舞台。然而，这种依托网络社交媒介连接诈骗的手法，本身兼具“轻量级、高成功率”特点，稍加演化变种，在未来较长时间内仍将保持生命力，这就要求我们透过表象看本质，立足新常态新特点钻研“后疫情”时期网络社交诈骗的趋势变化，把握防治工作主动权。

（一）流程结构上，自上而下“链式诈骗”向中心辐射“网状诈骗”发展演化

长期以来，黑灰产为网络犯罪提供了源源不断的技术资源支持，且呈现“上游信息获取、中游精准诈骗、下游洗钱套现”的链式结构，链条上各犯罪主体既各自独立又相互依存，上游根据中游的资源“需求”整合贩卖个人信息、制造木马病毒、搭建钓鱼网站，中游依靠下游将账面诈骗成果转化为真实“收益”。事实上，绝大多数社交媒介诈骗也是各犯罪主体自上而下的“流水作业”，如婚恋 APP 上的交友诈骗，有的团伙公开出售已实名认证的成套账号，另有专门用“高富帅”“美白甜”人设账号诈骗网友的团伙。而在口罩诈骗案中，链式诈骗上下游的角色权重明显弱化，取而代之的是以嫌疑人为中心，网络黑灰产、新技术新业态、各类治安要素与中心自由连接而成“单点辐射”网状诈骗结构（图 1）。此时，犯罪嫌疑人的真实身份更像是产品经理，是“想法的提供者、信息的整合者和风险的承担者”，可依据诈骗过程需要，将人、车、物、技术、产品、平台等“创造性”组合一体，进而促

成虚假交易、掩盖犯罪事实，如签署电子合同博取信任、伪造与供应商的虚假交易记录、利用短视频平台直播带货、自费租用顺风车运载小批量口罩为第二次行骗创造条件等；在一些案例里面，骗子与政府人员、企业负责人的聊天内容都是事先设计好的，当事人在毫不知情的情况下被利用摆弄，成为骗子自白脱罪的“证人”。

不难发现，上述技术、产业本身与网络诈骗并无关联，但在特定场景中被骗子调配组合，反而成为违法犯罪的“辅助工具”。从这个角度看，网状诈骗结构里，处于中心位置的嫌疑人占据诈骗作案的绝对主动权，因骗取材、因骗施策或成趋势，并伴随技术业态的迭代而升级。

### （二）骗局演绎上，环环相扣“剧本诈骗”向灵活多变“情境诈骗”发展演化

近年来，以杀猪盘为代表的剧本诈骗尤为突出，此类骗局利用受害者对剧本人设的情感依附将其“套牢”，以环环相扣的话术模板，诱导受害者参与金融投资与网络赌博。而在口罩诈骗案中，骗局虽也按照“引流—诈骗—拉黑”的步骤循序推进，但诈骗周期较短（从几分钟到几天都有），考虑到“时间紧急生命无价”，购销双方都奔着

同一标的“接洽”商谈，既没时间“养猪”，也就无需假扮成退伍军官、IT 精英、金融白领等对受害者进行“情感绑架”（口罩诈骗中假冒供应商只为博取信任辅助诈骗），一味“走剧情”反而拖了行骗节奏。事实上，口罩诈骗虽有套路，却没有固定话术剧本，买家年龄、性别、职业、购买能力纯属随机，问题咨询五花八门，更加考验嫌疑人“见招拆招”的应变能力。骗子必须在有限时间内，以贴心的导购、诚意的折扣、轻松的话术、自恰的逻辑尽可能还原、营造真实网购情境，让受害者在熟悉的生活消费场景中放松警惕。从已破案件看，一些骗子还假装“担心”客户花冤枉钱而建议：“我们普通人买外科医用口罩就行，便宜点儿”。有的骗子则假惺惺的表示：“听你说要做慈善捐赠，我们公司全部口罩成本价出货一分不挣”。这种根据实际情景、具体对象而临时组织的话术，在口罩诈骗类案里比比皆是、真假难辨（图 2）。

总体上看，社交媒介上的剧本诈骗有固定的行骗群体，如针对大龄单身男女的“杀猪盘”等，而随着越来越多“剧情”被揭穿，骗子“一招鲜吃遍天”的幻想将逐步破灭。相反，情境式诈骗模拟了真实交易场景，灵

### 自上而下【链式诈骗】向中心辐射【网状诈骗】发展演化

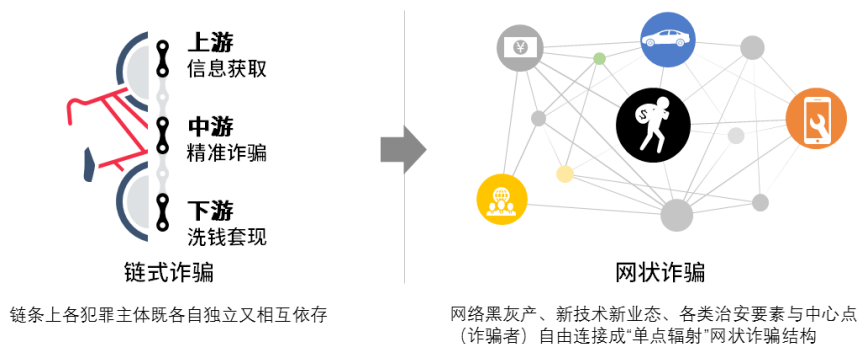


图 1 流程结构上的发展演化

### 环环相扣【剧本诈骗】向灵活多变【情境诈骗】 发展演化

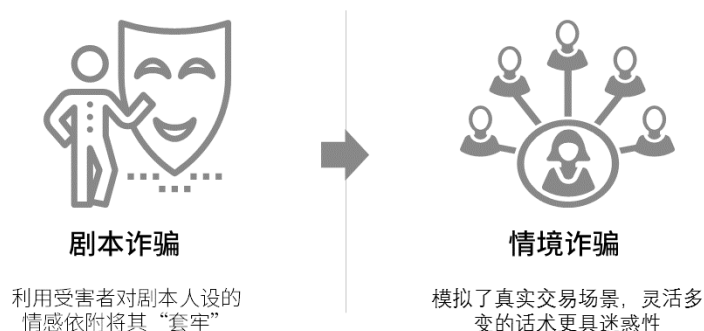


图2 骗局演绎上的发展演化

活多变的话术更具迷惑性，或成未来社交媒介诈骗的新增长点。

(三)组织架构上，高端专业“集团诈骗”向临时起意“散户诈骗”发展演化

在传统印象里，电信网络诈骗是一项智能化、专业化、集团化新型违法犯罪，有着精细的内部分工，有完整的“诈骗闭环”；还以“新晋”社交媒介诈骗“杀猪盘”为例，团伙中有负责对剧情人设精心包装的资料组、与受害人培养感情并引流的话务组、搜寻侵害对象的供料组、搭建维护平台的技术组等。相反，疫情风口下参与口罩诈骗的基本都是“散户”。经济学上有这样的论断，“有50%的利润，资本家就铤而走险；为了100%的利润，他就敢践踏一切法律；有300%的利润，他就敢犯任何罪行。”骗子虽不是资本家，但因对利益的狂热追逐而误入歧途，加上口罩诈骗几乎为零的犯罪启动成本，操作上“一人一机一账号”即可独立完成整个诈骗流程，上至偶像明星、高校学生，下至贩夫走卒、网络赌徒，均有人在这场“道德VS利益”的心理抗争中败下阵来。受歪心邪念的驱使，普通人“零基础”参与无技术、无剧本、无成本“三无”网络诈骗的风险将大大增加，如因口罩诈骗落网

的浙江小伙方永胜，面对他人的善意劝阻，竟表示“富贵险中求”，不惜以身试法，最后被判处有期徒刑2年8个月、罚金35万元，成为疫情之下口罩诈骗典型案例。

相较于“大而重”集团诈骗，“小而轻”散户诈骗去规模化的特征明显。3月份以来，口罩骗局多发趋势虽得到有效遏制，但普通人为赚快钱临时起意，利用社交媒介诈骗作案的可能性依然存在，将极大分散公安机关的警力技术资源。新常态下，随性即发的散户诈骗需引起重视（图3）。

(四)骗术迭代上，单一维度“社交诈骗”向跨越领域“社群诈骗”发展演化

疫情终会过去，口罩诈骗也将退出历史舞台，但社交媒介骗局背后对大众心理、社会现象、经济规律的研究和利用，为骗子“翻新孵化”新诈骗手法提供了思路，且随着社交网络的发展向各领域渗透蔓延。微博易公司副总裁徐志斌在其《小群效应》一书中提到，“在现阶段社交网络中，人们已经由大广场、大社交圈分享的状态，进入了小群沟通和分享的状态。”这里的小群，指的便是基于信任、需求、爱好而聚合一起的“强关系”社交关系的群体结构。如果说“杀猪盘”“卖茶妹”等社交骗局，主要还是基于

## 高端专业“集团诈骗”向临时起意“散户诈骗” 发展演化

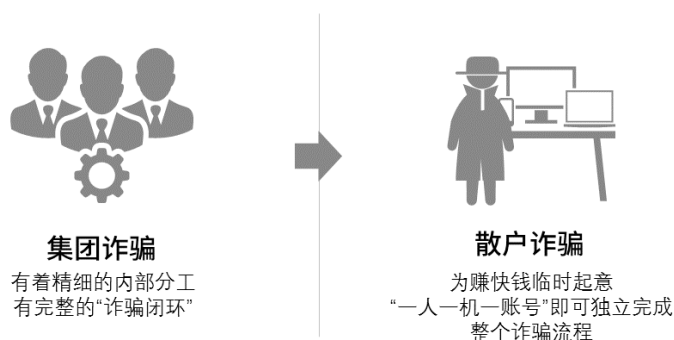


图 3 组织架构上的发展演化

剧本套路，利用部分人对金钱的贪婪、对情感的渴望等来筛选诱骗受害者；那么，“巧妙”借助社群关系链对特定人群的“圈养”效应，针对性研发诈骗手法“一网打尽”群中潜在受害者（图 4）。从这个角度来看，社群诈骗波及范围更广、对人迷惑更强、侵害群体更多，目前已出现的有：利用开学季等节点在家长群中假冒老师诈骗学杂费培训费，利用网络直播等新业态在直播间内假冒“场控”诈骗粉丝充值费等，利用名人效应假冒偶像工作室、脂粉、站姐等以出售“爱豆”动态信息及周边为幌子诈骗“饭圈女孩”应援资金；利用社交电商、未来集市等新模式在各社群里实施非法集资、传销、金融诈骗。不难发现，进入互联网下半场，骗子“打点连线结网”能力相较编造故事剧本将变得越来越重要，但其底层逻辑仍离不开口罩类诈骗中对心理学、社会学、经济学等领域规律的利用。

相较于传统撒网钓鱼式社交诈骗，从特定群体出发“钻研”融合生活消费场景的社交媒介骗局，无疑“性价比”更高、容错率更强。考虑到社群的多元性多维度，未来社交骗术或将像病毒一样，只要稍加变种便可“寄生”在不同领域圈层的社群，对群成员

持续诈骗获利，必须高度警惕。

### 四、社交媒介骗局的源头防治策略

疫情发生以来，各地口罩诈骗案的“闪电侦破”，彰显了公安机关超强战斗力和战“疫”必胜的信念决心。“回头看”口罩类案的审讯审判记录，许多骗局的发生源起于“挣快钱”的错误金钱观，施骗者虽大多有赌博、投机取巧等“恶习劣迹”，但本质并非十恶不赦的职业骗子，部分案件主犯还是涉世未深、价值观尚未成型的青少年学生，令人唏嘘感叹。古语有言“上医治未病”出自《黄帝内经》，指的是最好的医生能在病症发作之前就把病治好，对口罩诈骗一类临时起意的网络社交骗局来说，“事后打击”固然能对犯罪活动予最严厉惩处，但“源头防治”无疑更为重要，是真正让受害者规避风险、减少损失的必然路径，也是发现挽回潜在诈骗分子，应对社交媒介骗局往“四类趋势”演化，推进国家治理体系和治理能力现代化进程中一项有力举措。

（一）突出系统思维，把握好“降维打击”这一思路理念，搭建信用验证体系，确保诈骗分子发现于早

### 单一维度“社交诈骗”向跨越领域“社群诈骗” 发展演化

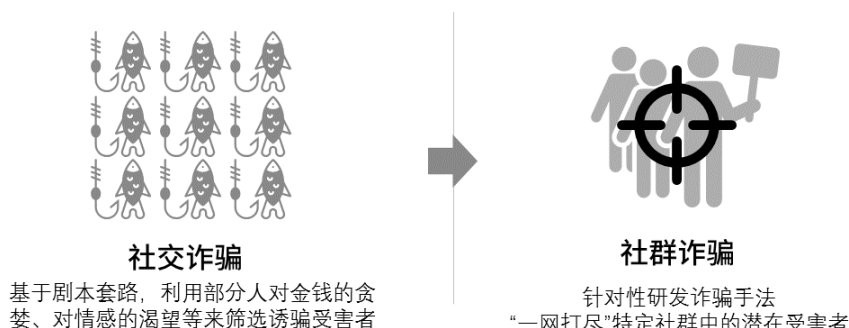


图 4 骗术迭代上的发展演化

“降维打击”一词出自知名科幻作家刘慈欣的小说《三体》，本意是多维空间的物体进入低维空间后，将失去稳定性，甚至导致物体本身毁灭，如互联网同质产品中免费相对于付费就是一次降维打击(抽离“价格”维度)。社交媒介骗局是时代进步的衍生品，现阶段完善的物流、社交、支付系统等，在带给生活便利的同时，也构成诈骗犯罪的存续系统与条件维度，其中促使骗子肆无忌惮作案敛财的一个维度便是网络环境里个体信用认证渠道的缺失。口罩骗局中，买家即便通过视频语音验证、签订电子合同、查看卖家个人信息等，仍不能完全杜绝骗子诈骗货款、以次充好的情况，发货与否也只能靠卖家自觉，付款一方往往处于被动。对此，可在现有社会征信体系基础上，借鉴广州警方推出的微信认证小程序“网证 CTID 真你”设计理念和“健康码”三色预警反馈机制，开发针对移动网络支付的“人+账号”融合捆绑的简易实名信用验证小程序，通过对散户卖家信用“单对单”的前置筛查识别潜在骗子，剥离犯罪存续系统中的关键因素，以实现网络诈骗的降维打击。具体而言，在等级设置上，为简化认证程序，考虑使用绿、黄、红三色标记个体动态信用；其中，绿色

代表无任何失信记录；黄色代表无购销失信记录，但有借贷延期的其他不良记录；红色代表有网络购销失信记录；以上信用等级实时动态更新，且实行一票否决制以约束散户卖家。在验证方式上，买家与陌生人达成初步购销意向后，将验证小程序分享至卖家进行“实名+人脸+账号”三合一认证，卖家要如实填写交易物品、金额和快递单号等信息，待被验证方完成人像采集验证后，提由后台大数据匹配计算并将结果推送认证发起人，完成验证闭环。在结果运用上，买家可依据三色信用反馈谨慎决定是否继续交易，对付款后发现买家诈骗套利等，还可通过小程序举报；此外，对网络购销失信人员，可依事态严重程度给与限制消费、封停账号、轨迹管控、信贷管制等惩戒；对已查证利用社交媒介实施诈骗的犯罪嫌疑人，应将其纳入涉诈前科、高危人群，通报当地公安机关并对其教育（图 5）。

（二）突出上游思维，把握好“前置预警”这一核心要义，狠抓集中分类研判，确保诈骗土壤铲除于早

相对于事后破案，社交媒介诈骗防治工作常常“重要而不紧急”，但从“控增量减存量”的思路来看，迫切要求各级联席办成



社交媒介骗局的源头防治策略

## 突出系统思维

把握好“降维打击”这一思路理念，搭建信用验证体系，确保诈骗分子发现于早



### 在等级设置上

使用绿、黄、红三色标记个体动态信用；实时动态更新，并实行一票否决制以约束散户卖家



### 在验证方式上

达成初步购销意向后，对卖家进行“实名+人脸+账号”三合一认证，由后台大数据匹配计算并将结果推送认证发起人



### 在结果运用上

限制消费、封停账号、轨迹管控、信贷管制；纳入涉诈前科、高危管控人群……

图 5 降维打击

员单位强化“上游思维”预警研判，始终保持对业态、热点、类案的敏锐洞察力，对潜在隐患做出预警提醒，坚决铲除网络社交诈骗滋生土壤（图 6）。一是业态研判。民众接受新业态、新名词、新模式需要过程，其中的时间差、认知偏差与信息不对称，为骗子“大展拳脚”提供潜在机会。各级联席办成员单位要结合本领域，加强新业态风险隐患暨管理漏洞的专题研判，特别是对存在较多套利空间的直播带货、短视频“种草”、小程序开店、社交语音包、AI 换脸技术、网售处方等新兴业态，要重点摸排研判诈骗规律，并及时公之于众以遏制犯罪在群体中蔓延。二是热点研判。骗子爱追热点早已不是新鲜事，诸如巴黎圣母院大火后的募捐诈骗、《庆余年》热播中兜售假视频资源、“双 11”期间利用以助力盖楼实施诈骗等，这类与热点相伴而生的骗局周期虽短但切入时机“精准”、手法简单但骗术伪装“精妙”。为此，要对以往热点事件及衍生骗局进行全面梳理分类，在新热点发生后迅速组织类比研判，向社会发出防骗预警。事实上，早在 2003 年非典疫情期间就已出现假冒口罩采购商实施诈骗的行为，公安机关如能在新冠疫情发生之后，结合当前便捷的社交、支付技术特

点发出线上防疫物资采购的防骗预警，将有助于震慑犯罪、提醒民众。三是类案研判。“每一宗社交诈骗案件背后都有多宗类似案件”，对已发诈骗案件，要从初始阶段便抓好警情监测和类案研判，穷尽办法拓展每个诈骗账号和账户线索，助益破案率提升，争取在短时间内出现警情由增到减的拐点。如深圳警方在疫情防控初期，就建立了“反诈中心全天候监测涉疫警情、市区两级反诈攻坚队提级研判、反诈民警拓线串并破案”的联动机制，在此技术上，结合情报研判产品迅速联合腾讯公司、三大运营商等实施技术反制，及时精准关停涉疫账号，对微信群、QQ 群内涉疫销售广告，全部强行风险提示和快速阻断，有效压控了涉疫电诈案件。

（三）突出成本思维，把握好“制造移情”这一方式手段，做实精准教育引导，确保诈骗念头消除于早

自诺贝尔经济学奖获得者贝克尔（Becker）首开犯罪的经济学分析后，从犯罪产出和收益角度分析犯罪产生原因、运行规律、社会危害，已成为新常态下犯罪防治研究的新思路。在口罩诈骗一类的社交媒介骗局中，许多嫌疑人被金钱冲昏头脑而无视后果，落网后又悔不当初，主要原因是没有

社交媒介骗局的源头防治策略

## 突出系统思维

把握好“降维打击”这一思路理念，搭建信用验证体系，确保诈骗分子发现于早



### 在等级设置上

使用绿、黄、红三色标记个体动态信用；实时动态更新，并实行一票否决制以约束散户卖家



### 在验证方式上

达成初步购销意向后，对卖家进行“实名+人脸+账号”三合一认证，由后台大数据匹配计算并将结果推送认证发起人



### 在结果运用上

限制消费、封停账号、轨迹管控、信贷管制；纳入涉诈前科、高危管控人群……

图6 前置预警

算好诈骗的“收益成本账”，或是只把“犯罪成本”等同于“惩罚成本”，如前文中大放厥词的骗子方永胜，就把“诈骗行为等同于坐牢3年”。事实上，诈骗犯罪成本还包括机会成本、信用成本等。从这个角度来看，如能在骗局发生之前，教育引导潜在骗子感知、认识诈骗后果及各种不良影响，触发其负罪感和懊悔情绪，将在一定程度上预防犯罪。对此，可借鉴游戏设计领域触发玩家情感的常用策略，以“制造移情”这一方法手段，让蠢蠢欲动的骗子提前看到诈骗的严重后果，体会诈骗对自身和家庭的多重伤害，进行达到教育引导、矫治犯罪心理的目的(图7)。在教育对象上，公安机关、教育部门、街道居委、村镇干部要把青少年（此年龄段心智尚不成熟），喜欢“走捷径挣快钱”的赌徒，无业刑释人员等作为主要关注群体，对其中无固定收入但存在高消费行为（购买高价手机、频繁出入娱乐场所、入住高档酒店等）的人员要重点排查，了解其思想动态和经济来源。在教育内容上，要在公民道德教育、诚信教育、理想教育基础上，着重加入犯罪成本警示教育，让教育对象清醒认识到参与网络诈骗除受到法律严惩外，将遭受良心上、名誉上、精神上、肉体上的损失与

痛苦，承受失去学业和稳定职业收入、快乐安宁家庭生活、行动自由等机会成本，以及因诈骗“透支信用”备受道德谴责、出狱后创业就业受阻、婚嫁困难等难以挽回的现实成本，不断引导其树立正确人生观价值观，保证不触碰法律红线。在教育方式上，要摒弃单一说理形式，更加注重“摆事实摆结果”宣传诈骗不良后果和直接影响，利用新旧媒体优势，通过“以案说法”警示教育、诈骗犯罪公开宣判报道等清晰揭露网络诈骗败露所付出的代价，让教育敲打真正取得预期效果。

（四）突出社群思维，把握好“阵地宣传”这一工作要求，提升群众反诈意识，确保诈骗行为防范于早

相较于朋友圈这样的“大广场”，现阶段人们更愿意将好东西精准推荐给小圈子、小社群里的密友和亲人。这种基于小社群的“强关系”分享引发的巨大社交传播结果、转化结果的现象，对现阶段防范社交媒介诈骗裂变扩散提出新挑战。为更好预防此类社交媒介诈骗，各级反诈主体要跳脱传统宣传工作的固定思维，要结合社群用户“两强三近”特点（即强粘性、强连接，地域、兴趣、年龄相近）实施精准宣传，千方百计与

社交媒介骗局的源头防治策略

## 突出成本思维

把握好“制造移情”这一方式手段，做实精准教育引导，确保诈骗念头消除于早



### 在教育对象上

把青少年、赌徒，无业刑释人员等作为主要关注群体，对其中无固定收入但存在高消费行为的人员要重点排查



### 在教育内容上

着重加入犯罪的机会成本、信用成本、现实成本等警示教育，不断引导其树立正确人生观价值观，保证不触碰法律红线



### 在教育方式上

注重“摆事实摆结果”宣传诈骗不良后果和直接影响，揭露网络诈骗败露所付出的代价，让教育敲打真正取得预期效果

图 7 制造移情

各种“狗推、跑分、刷量”抢占“流量高地”以提升群众反诈意识。具体而言，要在传统“有奖举报”政策、反诈主题游行、法制课堂等的基础上，做好两方面工作。一方面，打牢社交媒介反诈提醒主阵地。抖音、全民K歌等社交软件，以及婚恋、二次元、影视娱乐等论坛网站聚集了大量粉丝，上述网络空间也成了社交骗局重灾区；为此，要按照“谁接入、谁运营、谁负责”原则，要求责任企业在软件主操作界面发出防范诈骗严正提醒，对已掌握骗局进行分类，以清单体精准投放不同社群用户“以正视听”，并发动有影响力的社群大V转发、制作反诈提醒。同时，督促开发数据算法、模型对账号进行扫描监测，对存在“短时间内频繁群发私信给其他无关账号”“反复诱导用户加微信私聊”“被其他用户举报”等账号进行识别并纳入重点核查对象，对明显存在诈骗嫌疑的账号予以封停，并将其公之于众提醒社群用户谨防上当。另一方面，研发推广识别社交骗局主平台。社交平台上许多骗局之所以得逞，除了诈骗套路升级，还有一个原因是尚无对骗局的精准识别系统。正所谓“当局者迷旁观者清”，社群中人有相同兴趣目标，有时候反而难以做到相互提醒，如近期一些

电商打折让利群里面出现的“一折抢购耐克鞋”“扫码免费领电饭煲”等购物骗局，警方虽多次发出类似骗局的预警，但仍有不少群众上当。为此，可借鉴腾讯反诈实验室与金融部门合作推出的用于识别投资理财骗局的“灵鲲金融风险查询举报中心”微信小程序，在此基础上研发用于鉴别社交媒介骗局的查验系统，由主管部门根据已发网络骗局动态更新信息库，并借助电商优惠群、学生家长群、明星粉丝群等各类社群的营销运营精准推广。如此一来，既有效应对花样繁多的“还原于”真实生活消费情境的社交媒介骗局，也有助于普通群众识别举报，对提升群众反骗技巧和能力多有助益。

### 参考文献：

- [1]刘宇. 电信网络诈骗犯罪侦查取证研究 [D]. 2016
- [2]黄永春、郑丰收. 合成与协作：电信网络诈骗犯罪防控的实践与思考 [J]. 河北公安警察职业学院学报, 2016. 16
- [3]王晓伟. 治理电信网络诈骗犯罪：现状、问题与对策 [J]. 社会治理, 2017. 1
- [4]秦峰. 综合施策治理电信网络诈骗犯罪 [J]. 法制博览, 2017. 24
- [5]杜远辉. “非接触式”诈骗犯罪的手段与侦查研究 [J]. 湖北警官学院学报, 2012. 25
- [6]安凯. 网络“非接触式”侵财犯罪特点及侦查对策研究 [J]. 江苏警官学院学报, 2018. 33

责任编辑 黄新春