SHOPLINE

品牌電商
資安保護入門指南

資安趨勢解析 | 資安保護策略

INFORMATION SECURITY

目錄

CHAPTER 1

資安趨勢解析

CHAPTER 2

資安保護策略

CHAPTER 1

資安趨勢解析

全球資安發展趨勢觀察

在全球高度數位化的現在，「資訊安全」儼然成為企業營運的必修課，然而，資安議題深又廣，不僅需要在防禦範圍、駭客攻擊手法、資安弱點及員工資安意識等諸多面向扎根，更要與時俱進地升級資安保護技術，才能降低資安危機事件發生的可能。

放眼過往資安威脅的演進，早在 1980 年代就有電腦病毒的出現，而近代最廣為人知的，莫過於千禧年的 ILOVEYOU 蠕蟲（Love Bug），此蠕蟲會覆寫受感染電腦上的重要檔案，也會對受害者 Email 中寄件人名單寄出病毒信，將感染規模持續擴大；爾後，隨著科技發展與行動裝置的普及，也開始出現針對手機的病毒，亦有針對 Mac OSX 作業系統等惡意程式（Leap）出現，基本上資安威脅都伴隨著大眾生活不斷演進，可以說是「哪裡有商機，哪裡就有攻擊」。

而綜觀近三年的資安威脅，變化多端的「勒索軟體」層出不窮，其攻擊精準又快速，另外有企業因「雲端服務攻擊」與「供應鏈攻擊」等損失慘重，也不乏看見時下火熱的 AI 人工智慧被有心人士惡意使用來竊取不法收益。面對這些潛在資安威脅，企業資安保護技術需持續迭代，像是防毒軟體、防火牆（Firewall）、入侵偵測系統（IDS）與入侵防護系統（IPS）的出現，及 AI 人工智慧導入端點偵測及應變機制（EDR）的運用，都可以為企業挹注更多防護量能。

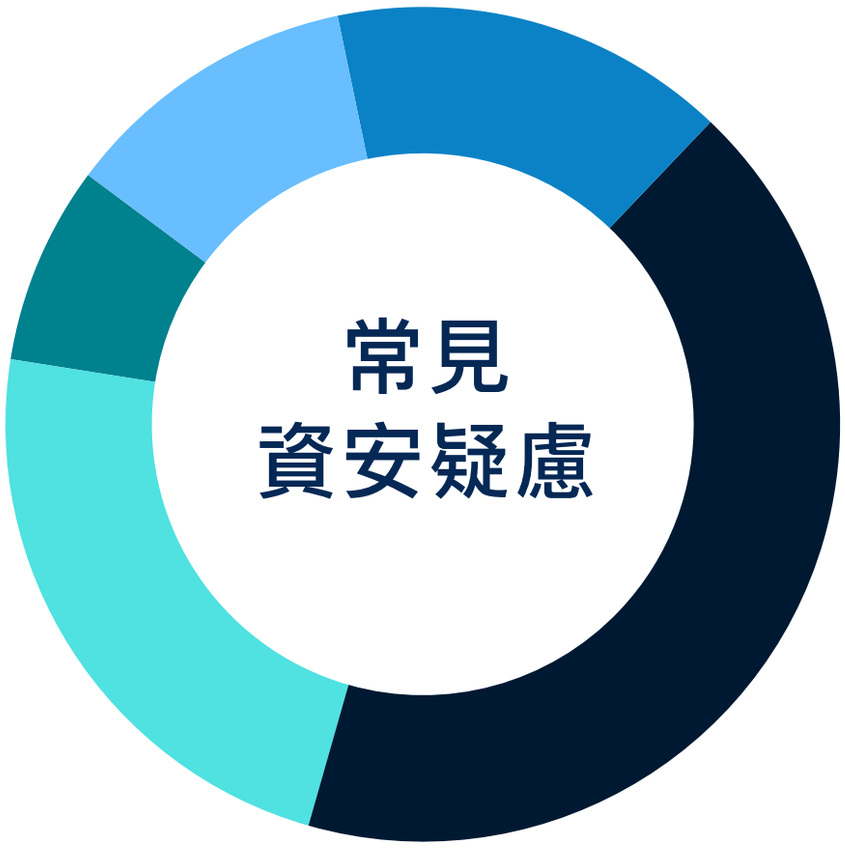
另一方面，根據 Fortinet《 2024 全球資安威脅預測 》報告顯示，2024 年資安攻擊可能會鎖定醫療、金融等關鍵事業，並且攻擊更具有規模化；再來有觀察到「零時差攻擊」數量將持續攀升，且進階持續性威脅（APT）也因 AI 應用與 5G 普及的影響，使其變得更具多變性與破壞性，並且使得「社交工程」手段更具威脅性，以上都是須持續關注的議題。

品牌商家常見資安疑慮

在瞭解全球資安面臨到的挑戰後，根據遠見《 2023 資安長大調查 》中顯示，台灣上市櫃公司對於企業面臨的資安問題，有 65.1% 的企業表示最棘手的是「資安人才」的缺乏，其次則是資安政策法遵議題佔了 36%、認為企業文化已根深蒂固難以改變也有 28.8% 的比例。

然而，駭客攻擊導致資安外洩等事件頻傳，基本上不僅限於大企業與上市櫃公司，只要你擁有具有價值的資料（如消費者個資、產品研發資料等），都有可能成為攻擊目標，甚至駭客不僅會找尋企業資安防護漏洞，更有可能透過一些手段來欺騙與操弄公司內部人員心理，進而讓其上當受騙而洩漏機敏資料。

由此可見，資安保護不僅僅只是在軟硬體與工程技術等方面的提升，在「人」的面向更需要資安人才的加入，以及強化培養員工資安意識。此外，SHOPLINE 透過問卷調查現有商家對於資安議題的疑慮，結果如下：



- 資安攻擊手段與種類 12%
- 企業資安事件 15%
- 資安事件應對方式 23%
- 其他問題 8%
- 保護品牌資安作法 42%

依據結果顯示，SHOPLINE 商家對於「品牌如何保護資安」議題最感興趣，同時也想瞭解「資安事件的應對方法」與「資安攻擊手段」。因此本書後續內容將依照上述主題，提供商家們基礎的資安保護相關知識。

常見資安攻擊種類介紹

在規劃資安保護策略之前，必須先來瞭解近年常見的資安攻擊究竟有哪些，而台灣是全球供應鏈關鍵據點，亦是駭客常來造訪的地區，根據 Fortinet《 2023 上半年全球資安威脅報告 》指出，亞太地區偵測到超過 4,120 億次惡意威脅，其中台灣佔比逾五成（55%），相當每秒就有近 1.5 萬次攻擊發生。此外根據《 iThome 2023 資安大調查 》顯示， 台灣「社交工程」與「勒索軟體資安事件」是企業最擔憂的資安威脅，且社交工程更是各種攻擊的源頭，因此本書將盤常見的攻擊手段盤點如下：

1 社交工程
Social Engineering

通過誘騙詐欺等手段（如釣魚信件等），誘導受害者進行某些操作以達成攻擊目的之手段，近年更衍伸出各種誘騙手段結合且具有針對性的「混合型社交工程」，讓受害者上當後造成嚴重損失。

2 勒索軟體即服務
Ransomware-as-a-Service，RaaS

以惡意程式碼加密鎖住受害者系統或檔案，並向其勒索金錢後，才重啟使用與存取權限。

3 分散式阻斷服務攻擊
Distributed Denial of Service，DDOS

透過向目標發送大量請求使其超出處理能力，導致網站或伺服器無法正常運作。

4 蠕蟲病毒
Worm

一種會自己複製並且能夠自動散播到其他電腦的電腦病毒，不需要使用者幫忙也不用附著在其他檔案上。它們經常透過利用網路上的漏洞迅速傳播，造成許多電腦感染並帶來嚴重的損失。常見的像是 Wannacry、DoublePulsar 等。

常見資安攻擊種類介紹

5 進階持續性威脅

Advanced Persistent Threat，APT

是精心策劃的針對性攻擊，以長期網路攻擊配合病毒等多方位持續攻擊來達成目標，近年 AI 人工智慧技術也常會被有心人士拿來強化 APT 的攻擊破壞性。

6 惡意軟體

Malware

藉由病毒、木馬程式、間諜軟體等在受害者的設備上執行惡意操作來達成攻擊目的。

7 SQL 注入

SQL Injection

利用應用程式未適當驗證數據的攻擊方式，在輸入字段中插入惡意 SQL 代碼以竊取數據庫中的資訊等操作。

8 跨網站指令碼攻擊

Cross-site Scripting，XSS

將惡意的 JavaScript 代碼嵌入到目標網頁上，當使用者瀏覽目標網頁時執行代碼來竊取資料。

9 零時差攻擊

Zero-Day Vulnerability

利用尚未被企業或軟體開發商發現或修補的漏洞進行攻擊。

而對於公司內部有資安相關人員的企業來說，能夠針對各種攻擊進行即時的排查與處理，但對尚未有充足資源的商家來說，多加瞭解資安威脅與過往案例，勢必能夠協助商家提高警覺，減少風險。

社交工程攻擊手段介紹

根據台灣資安署指出，多數資安威脅是因內部人員點擊「釣魚連結」所致，顯示企業內部對於社交工程的防備意識尚有進步空間。本書也進一步分享常見社交工程類型：

魚叉式釣魚
Spear Phishing
基於特定個人或組織受害目標進行研究來客製化釣魚資訊。如偽裝品牌客服鉅細靡遺描述你消費紀錄讓你受騙；而將目標鎖定企業高階主管以獲得更機敏之資料的魚叉式攻擊又稱為「捕鯨」。

假託
Pretexting
製造虛假情形以迫使受害人吐露平時不願洩露的資訊。像假冒某專業技術人員來電與受害者說明特殊情況，需要受害者提供財務或個人資料進行身份確認來排解問題，藉機取得個資來謀財。

假冒 / 偽裝
Impersonation / Masquerading
攻擊者偽裝成人或組織進行欺詐行為，如假裝成公司 IT 人員，請同事提供登入資訊等。有些假冒身份會透過「問卷調查」、「有獎問卷」等強化可信度，藉此騙過公司成員。

釣魚
Phishing
透過「偽造電子郵件」、「假簡訊」、「詐騙網站」等形式讓受害者降低警戒心，以欺騙受害者點擊惡意附件或網站連結；亦有透過聲音與聊天的類型則會冒用身份引導受害者採取行動。

下餌
Baiting
透過能激起好奇與貪欲事物來引誘受害者上當。像公共場合來路不明的隨身碟都常加入惡意軟體來等待受害者將其插入電腦中。

恐嚇軟體
Scareware
透過假警報與資訊讓受害者以為自身電腦受到惡意軟體與病毒感染，需要進一步安裝更多建議修復程式來處理（此為惡意軟體），再由惡意軟體取得更多資訊。

肩窺
Shoulder Surfing
攻擊者親自或使用遠端工具，直接監視受害者輸入的資訊，如觀看他人輸入密碼。

尾隨 / 搭順風車
Tailgating / Piggybacking
尾隨他人進入需要憑證或安全管理區域；搭順風車則為其中一人知情並允許攻擊者利用其存取權限來達成目的，像是假裝員工身份使他人誤認而協助幫忙等。

CHAPTER 2

資安保護策略

個人資安保護建議做法

針對個人資安保護基本原則就是要「提高警覺」，以下提供七種建議作法：

一、基本使用裝置防毒

在電腦與手機安裝掃毒與防毒軟體 /APP，做到最基礎的保護。

二、強密碼設定與管理工具

密碼建議「設定 8–12 碼，包含英文大小寫及特殊符號」，且推薦個人在各平台密碼可設定 3 組不重複密碼進行替換，也可以用 1Password、Proton Pass 等密碼管理工具來管理登入密碼。此外，可避免弱密碼的使用，以下為常見弱密碼列表（參考 NordPass 台灣地區弱密碼排行）：

弱密碼排名	密碼	駭客破解所需時間	密碼被使用次數
1	admin	< 1 秒	8,430
2	123456	< 1 秒	8,035
3	a123456	< 1 秒	6,843
4	12345678	< 1 秒	3,730
5	1qaz2wsx	< 1 秒	3,542

三、對釣魚訊息提高警覺

對於收到的 Email 或簡訊都先用「看」的，並留意信件寄件者資訊是否正確（其信箱名稱 / 地址 / 簽名檔等拼字是否正確），而帶有不明連結或按鈕、附件檔案、QR code 等千萬不要點擊與掃碼，更不要在信件或簡訊中進行「帳號登入」、「信用卡資訊輸入」、「提供重要證件」等，可先查證再說，倘若想要查證信件中的連結是否安全，可以透過一些知名的資安檢測網站（如：Safeweb / Virustotal / TRENDMICRO）確認其安全性，而釣魚信件的寄件人信箱常會假冒你熟悉的公司、品牌，並用相似名稱混淆你，在內文與信內網址等都會包含許多「拼寫錯誤」或「文法錯誤」，甚至以台灣公司來說，基本上也不會出現簡體字等內容，因此覺得可疑時請向寄件者確認，若無法聯絡寄件者，再次強烈建議勿點連結或附件檔案，而對於釣魚網站連結，也可以加入「資策會安心點瀏覽器插件」來提醒自己。

＊釣魚信件示意圖

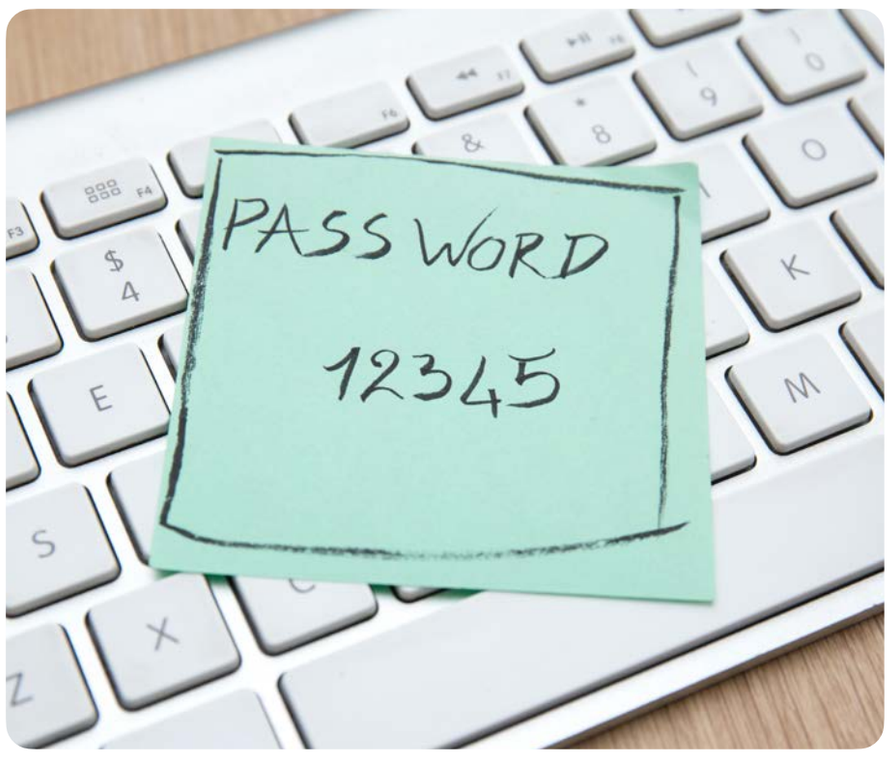
個人資安保護建議做法

四、公私訊息管道需分開

請勿使用公務信箱接收私人信件，或訂閱非公務用途之網站訊息，切勿轉寄公司內部資訊至私人信箱與儲存空間中；涉及機敏資料，勿將人情凌駕於資安保護原則上，遇到同業親友詢問公司機密資訊等情況，皆須保持警覺並瞭解動機，勿輕易談論與提供憑證授權等。

五、避免公開資訊洩漏線索

現在只需要透過照片與影像中「一丁點」線索，駭客就能找到你的位置與資訊，甚至他們會用意想不到的手法來得知個人或是企業的重要情報。如個人或是公司公開的照片、影片等資訊中，就可能有機會造成你的權益受損，像是照片「檔案資訊」有時會包含 GPS 定位資料等，這都是你可能在表面上「看不見」的線索。



另外像是有些人會習慣把各種平台密碼記錄在便條紙上，並張貼於電腦螢幕、辦公座位區等，亦或是記錄在電腦的記事本中，這些資訊都有機會發生洩漏的可能，因此個人相關的重要資訊切勿讓他人輕易取得。

六、避免將重要資訊餵給 AI 工具

由於坊間有眾多 AI 工具屬於開源的系統，因此在使用這些工具時，應該避免將個人的機敏資訊提供給 AI，以減少重要資訊散佈出去的可能，像是聯發科就有開發內部使用的生成式 AI 平台 DaVinci（達哥），讓員工可以安心使用 AI 工具所帶來的便利性。

七、培養資訊安全知識

時刻保持資訊安全知識的累積，並且瞭解各種資安攻擊手段，勢必能在碰上危機時能更加冷靜，同時也能針對可能的漏洞與弱點進行補強，防止品牌在被攻擊後持續擴大損失範圍。

品牌官網資安保護方法

品牌商家在保護官網資安方面，除了每位員工做好個人資安保護外，針對「品牌官網」的基礎保護方面，亦可以參考以下方法：

1 商店後台權限管理與密碼定期更換

依據「職務內容」設定後台管理員帳號的權限，避免所有使用者皆有全權，且人員能定期更換商店後台登入密碼，與登入後台使用的 Email 帳號也建議定期變更密碼；另外日常公司用電腦、公務機等裝置務必定期掃毒，同時勿使用公共電腦或公共網路來操作後台管理。

2 商店後台登入「雙重驗證」與「限制登入 IP」

商店後台開啟登入「雙重驗證 OTP」，降低駭客入侵機率，同時可以設定限制網站後台登入的 IP 位址，多重關卡增加駭客入侵難度。

3 阻擋機器人：Google reCAPTCHA 驗證

在註冊帳號、登入帳號或是下單結帳時，可加入 reCAPTCHA 防止機器人不斷用不同帳號密碼嘗試登入，以確保資料傳輸的安全性。

4 開啟金流端 3D 認證

為避免顧客信用卡遭盜刷而產生「扣回爭議帳款」，建議商家應開啟金流端 3D 驗證。

5 隱藏顧客重要資訊並限制資料匯出權限

按權限設定隱藏重要資訊，僅讓負責相對應工作的人員能看到該看的資訊；在隨貨附上的單據不含完整顧客資料，以避免顧客未妥善銷毀而導致個資外洩。在匯出網站資料時可能因多次匯出到不同電腦中，導致中毒電腦外洩資料，因此在資料匯出時需要限制匯出權限外，也要隱藏重要顧客資訊，如電話隱藏後 3 碼等。

遇上資安危機處理流程

當商家遇上任何資安危機時，亦可以參考以下方法：

STEP 1：成立事件應變小組

建議在第一時間籌組事件應變小組，成員可以有公關（發言人）、法務、IT等成員。另外需要指定此小組的組長，負責整體指揮和協調應變行動。

STEP 2：評估現況並阻止擴散

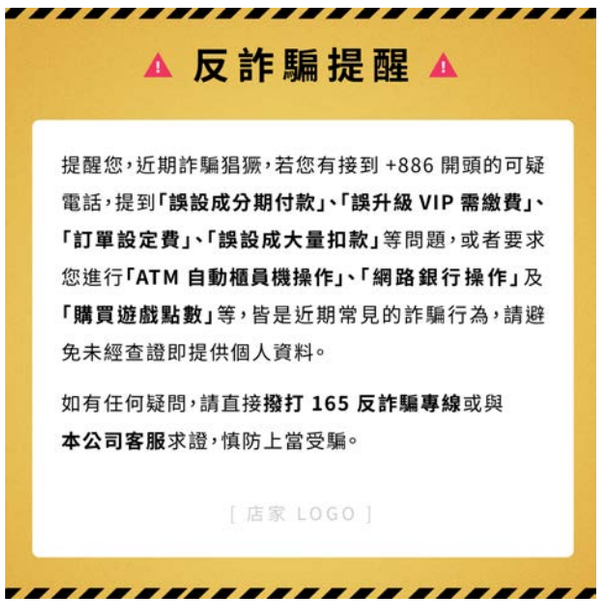
釐清「攻擊手法與規模」、「感染源」與「影響範圍」，並由應變小組成員布達給內部相關團隊、回報給後端人員知曉以深入調查，必要時，亦需調度好應對問題的客服人員等，盡可能快速確認事件的細節狀況並做初步回應策略，以爭取後續復原時間。

STEP 3：調查並蒐集相關證據

遇到任何資安威脅時，在釐清攻擊狀況後勢必需要找到攻擊源頭，並盡快排除問題，才能妥善封鎖問題根源並進行後續回復，這部分必須仰賴工程師與技術人員，或協同資安專家進駐處理；倘若判斷可能是「合作廠商」造成資安事件發生，亦可請該廠商進行相關調查，以釐清權責。另外一定要「蒐集攻擊相關證據」，妥善紀錄包含人、事、時、地、物等資訊，以保障商家自身及顧客權益，同時像個資外洩等事件可能會牽扯到法律訴訟，為確保後續處理能有所依據，建議要詳實紀錄、保存受攻擊之證據。

STEP 4：通報 165 並發表聲明

一定要通報 165 反詐騙專線，假如是被偽冒網站的話也可以進行釣魚網站通報，同時於公開管道(社群平台、企業官網、通訊軟體等)告知顧客與合作夥伴情況，及保持品牌客服管道暢通，隨時分享處理進度。



STEP 5：強化資訊安全保護網

在威脅排除後，最重要的是「預防下次情況的發生」。建議商家在事後覆盤時針對資安漏斗進行強化，制定改善計畫，若商家缺少資安人才的配置，也推薦尋找坊間專業資安保護公司（數聯資安、如梭科技等），進行資安滲透測試等，同時也推薦商家定期安排公司內部同仁進行資安主題教育訓練，培養資安意識來強化整體公司防詐免疫力（素材參考：165 防詐宣導影片）。

SHOPLINE 資安規格書

一、商店前後台與第三方金流串接

符合台灣個人資料保護法與主管機關數發部規範/遵守 APEC 認證資訊安全保護（CBPR）

- **【使用 SSL / TLS1.2（ 含 ）以上等級的安全憑證來進行傳輸加密協定】**：防止數據傳輸過程中遭他人竊取、更改
- **【可疑 IP 判斷阻擋機制】**：即時擋下 DDos 攻擊，並同時確保系統的高效運作
- **【每季進行資安弱點掃描】**：確保系統沒有中高風險安全漏洞，避免駭客入侵
- **【每年委由第三方進行滲透測試】**：由公正第三方進行模擬駭客攻擊測試，提升系統資訊安全
- **【配置兩位全職人員專職處理資訊安全】**
- **【資料儲存於 AWS 新加坡伺服器】**：資料儲存在新加坡，所有用戶的資料皆遵循最小權限原則進行存取，且資料庫最高權限管理團隊為台灣團隊
- **【使用硬碟加密技術進行資料保存】**：以高規格保護商店資料
- **【Watchmen 商譽保護服務（夥伴服務）】**：提供全台 SHOPLINE 商家註冊 Whoscall 認證號碼，讓商家來電或簡訊號碼顯示為經過認證的安全名單，提升顧客接聽率與回撥率，更降低受騙風險
- 【SHOPLINE 加入**台灣 TWCERT 資安聯盟**】：以聯盟情資分享管道，來達到跨域資安威脅聯防綜效。

二、金流服務 SHOPLINE Payments

符合台灣金融法規與安全規範 / 支付卡產業資料安全標準 (PCI DSS) 最高安全準則

- **【服務串接符合 PCI DSS Level 1】**：有效控制持卡人資料，包括預防、檢測和對安全事件之適當反應，從而減少信用卡詐騙

三、網路商店功能

- 【**商店登入雙重驗證**】：有效大幅降低駭客入侵機率
- 【**指定登入 IP**】：限制商店後台登入 IP 防止駭客入侵
- 【**Google reCAPTCHA 註冊驗證**】：防止駭客使用機器人不斷用不同帳號密碼嘗試登入，同時確保資料傳輸的安全性
- 【**隱藏訂單明細**】：遵循最小權限原則，避免資料給不需要看到的人看到
- 【**匯出報表雙重驗證**】：確保商店資料下載安全
- 【**隱藏報表內顧客的部分個資**】：遵循最小權限原則，避免資料給不需看到的人看
- **【新增「反詐騙宣導」預設分頁、頁尾新增反詐騙警語】**：幫助商家強化顧客反詐騙意識

夥伴服務：Gogolook

Gogolook 是一間致力於建構全球信任網絡， 以電話號碼資料庫和 AI 技術為核心打造不同應用場景的信任科技（TrustTech）， 提供企業和個人風險管理解決方案。而 Gogolook 合作身為 SHOPLINE 強力的合作夥伴，其也提供了「Watchmen 商譽保護服務」方案給予 SHOPLINE 商家，讓商家可以註冊「Whoscall 認證號碼」，將品牌的來電或是簡訊（限 Android 系統）號碼顯示為「經認證的安全名單」，使品牌在 700 多萬個 Whoscall 用戶端，能夠明確顯示出企業名稱、電話目的等，以減低品牌顧客受到詐騙的風險，同時也能提高顧客接聽品牌來電的機率。

此外，商家也能使用「偽冒偵測系統」服務，其可以替品牌 24 小時全面性地監控品牌是否「有遭偽冒的狀況」發生，透過 AI 技術即時偵測品牌電話號碼與簡訊的偽冒狀況，立即阻絕可能發生的詐騙行為，打造完整的監測、預警、防護的一站式服務，與 Whoscall 結合運用，即時保護你的品牌商譽與顧客權益。

SHOPLINE

全球智慧開店平台

立即搜尋 SHOPLINE

免費試用
網路開店

免費獲取
開店資源

點擊圖案追蹤
SHOPLINE 社群