

胡歌会不会来？真的来了！

青年民警把“803反诈”视频号做成全国“双一流”

青年人物

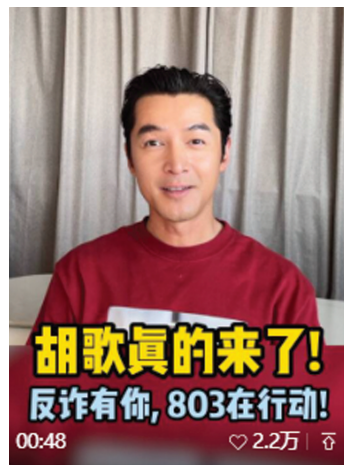
当心理测试仪的毫秒级精度遇见短视频的流量逻辑，当心理学的严谨分析融合互联网的传播规律，上海市公安局“803反诈”宣传团队、刑侦总队青年民警丁维龙完成了一场跨界破局。1994年出生的丁维龙研究生时期在中国公安大学攻读警务心理学专业，这段经历让他养成了刻在骨子里的严谨。凭借科学化的内容数据分析，“803反诈”全平台关注数11个月内从8000上升到140万。

从视频策划零经验到反诈视频栏目播放量上亿次，从胡歌参演的反诈影片《21世纪电子画皮》到《诈骗犯的自白》系列，丁维龙让反诈宣传既有硬核干货的厚度，又有流量爆款的热度。“我希望我们的每一个反诈视频，都能激活观众大脑潜意识的免疫应答。”丁维龙说道。

青年报记者 陈泳均

出圈 用数据思维做反诈宣传视频

采访当天，推开“803反诈”宣传团队的办公室门，映入眼帘的是一面充满实干气息和青春活泼感的墙面，墙上贴着一周发布作品预览表，还有一枚打印出来的平台涨粉专属徽章。根据



“803反诈”宣传团队发布的视频。

第三方平台数据，“803反诈”账号在小红书和B站双平台政务号（反诈垂类）中双双做到了全国第一。

“团队刚组队时，发一条视频的自然播放量不过几千，很多都是团队成员发动身边朋友点赞。”丁维龙回忆道。此前他在重案、反诈、调研的轮岗经历，让他习惯用证据说话，而反诈宣传则是全新领域。“在脑电波实验中，每秒需要2000个采样点的采集，所谓‘无数据不结论’，差一点就会谬以千里。”丁维龙把这种严谨的做事习惯用于反诈宣传中，定下团队视频评判标准：“作品好不好，数据说了算。”

每天一早，丁维龙都会打开“803反诈”多个平台的账号后台，把完播率、转发率、评论区逐一分析，再和团队逐一拆解。“评论区观众问有哪些手机操作可以防诈，这个痛点要重点做。”他

的视频平台浏览记录清一色都是全国公安的反诈视频，从选题方向到镜头语言，逐一借鉴、对比和优化。

账号的大涨粉始于一次大胆的尝试。在一次团队讨论会上，有成员提到近期看到一个外地公安视频，“吐槽”领导提出离谱的反诈宣传要求，想邀请胡歌来拍反诈视频，数据很不错。团队也有成员担心胡歌行程忙，资源难对接，不一定能邀请到。丁维龙分析这类视频的传播逻辑，极高的任务难度和自身资源的不匹配，恰恰制造出一个荒诞的戏剧矛盾，精准戳中了职场人的“痛点”。他当即建议“先拍一条‘领导要求联系胡歌做反诈’的短视频试试水，但要把真实感做足。”视频里，民警和领导的有趣互动，以及“胡歌会不会来”的悬念，意外戳中了网友的笑点，视频播放量快速破百万，账号关注数快速增长。



丁维龙在反诈宣传录制现场。

本版均为受访者供图

破圈 为反诈彩蛋远赴青海玉树拍摄

如何延续视频热度，推出有干货的反诈视频？丁维龙牵头策划进阶版的反诈影片《21世纪电子画皮》。“短视频的热度是暂时的，我们要做一部有深度、能让人记住的作品。”他把目光锁定在高发的“杀猪盘”及情感交织的投资理财诈骗上。最终，团队选定了一个极具戏剧张力的真实案例，一名男性犯罪嫌疑人，冒充女性实施“杀猪盘”诈骗。被害人深陷其中，无法自拔。为了让反诈影片既有流量吸引力，又不失反诈干货的“硬核”，在剧本创作阶段，他和团队反复研究诈骗嫌疑人的

每一句话术、被害人的每一个情绪转折。

更有挑战的是影片彩蛋的拍摄。当时胡歌刚结束海外工作，即将奔赴青海玉树的电影剧组，参演彩蛋的档期只有进组前的短短一天。“为了延续此前的热度，也为了让反诈宣传触达更多年轻人，再远我们也要去。”丁维龙带着摄影团队跨越3000多公里，抵达海拔4000米的青海玉树。刚下飞机，强烈的高原反应就给了他们一个下马威。“过程有些辛苦，但最终彩蛋的效果很好。”丁维龙说。

《21世纪电子画皮》反诈视频打造期间，丁维龙把“数据验证”贯穿始终。视频正式发布前，团队专门针对不同年龄段、不同职业的受众开展了近500人的问卷调查，问卷结果显示“开头铺垫过长”“希望增加反转”。于是团队果断重拍开头，把嫌疑人的诈骗过程提前，用“拜祖师爷”的荒诞场景开篇。功夫不负有心人，这部反诈视频最终成为一款真正出圈的爆款作品，全平台播放量突破2000万次，单部作品为账号新增粉丝近25万人，远超前面50期原创作品涨粉的累积总和。

创新 让诈骗服刑人员自白诈骗套路

“同样是讲反诈知识，民警讲反诈，老百姓有时候会左耳进右耳出；但换成志愿者、社区阿姨，甚至快递小哥开口，听众反而更愿意听进去。”这是丁维龙在一线走访时的真切感触。这个反差让丁维龙陷入思考，反诈宣传的关键，是找到让观众“听得进、记得住”的角色。

“骗子是最懂骗局逻辑的人，他们对受害人的心理拿捏更精准。如果能让他们亲口把那些精心设计的骗术一层层拆开，摆在阳光下，效果会不会完全不一样？”于是，丁维龙萌生了一个别具创意且大胆的想法，让诈骗服刑人员亲口拆解骗术，拍摄一

档《诈骗犯的自白》视频。

然而，这档视频栏目从创意到落地，丁维龙和团队也有很多顾虑，如何让诈骗服刑人员愿意开口？如何确保他们的供述真实可信，又不引发猎奇争议？丁维龙联系了上海市监狱管理局，选择认罪态度好、判决已生效且诈骗手法具有典型性的服刑人员以打马赛克的形式对着镜头自白。

一次与服刑人员的对话，有一组数据让丁维龙印象深刻：在情感诈骗中，犯罪团伙每接触10个目标，5个能建立恋爱关系，其中1个被诈骗，并且在两周内得手。这个高频案发的比例让团

队更深刻地意识到，做好反诈宣传迫在眉睫。“反诈宣传要和办案人员一样懂案子，才能戳中核心痛点，让观众信服。”丁维龙说，团队会通过被骗人还原、执法记录仪回看等方式，精准复刻骗子的关键话术和受害者的心理转变节点，让视频中的每一个场景都有现实依据。

在反诈宣传这场与诈骗分子的争分夺秒中，丁维龙和“803反诈”宣传团队就像接力赛中的跑者，用一条又一条爆款视频传递警示、筑牢防线，让反诈“免疫记忆”扎根人心，守护千家万户的财产安全，书写青年民警的使命与担当。

【对话】

把反诈做成年轻人愿意看的内容

青年报：了解到团队还尝试过以飞行嘉宾的形式在脱口秀线下舞台开展反诈宣传，为何想和脱口秀演员合作？

丁维龙：年轻人是电信网络诈骗中受骗率较高的群体，脱口秀又很受年轻人欢迎。我们合作的是一名上海本地很有知名度的沪语脱口秀演员，恰巧他正在筹备一场线下交友主题的专场活动，这个场景天然契合情感类诈骗的宣传场景，双方一拍即合。我们和脱口秀演员的反诈宣传合作，不是简单地带个流量、拍个视频，而是用他们的舞台信任感和语言体系，把反诈信息翻译成观众愿意听的内容。

青年报：在反诈视频中，你会如何结合警务心理学开展工作？

丁维龙：我们在视频中会结合警务心理学中的“认知偏差干预”。骗子常用“确认偏误”，让受害人只愿意相信符合自己期待的信息。我们的反诈内容就会反向设计“认知扰动”，比如“你真的就这么幸运，天上掉下来的‘好事’偏偏砸中你？”“他真的那么完美、那么有钱，却这么快‘一聊钟情’？”我们反诈视频的本质是心理学里的行为预演，让观众在安全环境中体验被骗的心理过程，从而形成“心理

抗体”。

青年报：作为跨界青年民警，你觉得“年轻”和“懂互联网传播”这两个特质，在助力“天下无诈”、避免“自嗨式宣传”上有哪些作用？

丁维龙：“年轻”这个词我更愿意替换成保持理解新鲜事物的能力和意愿。我们可以不盲目跟风，但必须保持谦逊和好奇，去理解视频背后的传播逻辑，而不是轻易否定。“懂传播”让我有能力把反诈知识翻译成受众愿意看、记得住、用得上的内容，真正、有效吸引观众的目光。

结婚启事

2026年5月7日 星期四 农历 丙午年癸巳月辛巳日

新郎柯金与新娘王默涵
于公历2026年5月7日正式
结为夫妻。

特此登报，敬告亲友，亦
作留念。

喜结良缘 同喜同贺