

花了十四万元买的 全新劳力士 变『非国行二手』？ 能『退一赔三』吗？

“全新国行”疑似成 “非国行二手”

薛先生是个手表爱好者，一直想买一块劳力士格林尼治型“可乐圈”，这款表凭借红蓝双色陶瓷表圈的高颜值，一直很受表友追捧，“全新国行”行情不低。他通过社交平台认识了自称是在劳力士授权经销商担任销售的小杨，两人通过微信聊上了。

一番沟通下来，小杨承诺，这款劳力士是国行全新全套未使用，价格144000元，另外需要支付800元刷卡手续费，总共144800元。薛先生觉得价格合理，又有公司担保，就爽快答应了。

双方约定在劳力士服务中心完成交易。交易当天，薛先生按约定支付了全部款项，小杨也当场出具了一份加盖公司公章的销售单，上面写着“劳力士126710BLRO-0002 国行全新全套未使用”，此后还开了正规发票。

本以为万无一失，可薛先生事后向劳力士官方核实却发现：这家销售公司并非劳力士授权经销商。他随即怀疑，自己买到的并非“全新国行”，而是商家以二手表冒充全新表，甚至可能为走私货。为维护自身权益，薛先生向法院提起诉讼，主张“退一赔三”。

老板：“销售员不是公司员工”

法庭上，双方针锋相对、各执一词。薛先生坚持认为，自己正是冲着

在高端腕表圈，不少“表迷”为求安心，宁愿加价也要认准“全新国行”。市民薛先生为了买一块热门劳力士格林尼治型“可乐圈”，支付14万余元，却发现手表与商家承诺的“全新国行全套未使用”严重不符。一怒之下，他将商家告上法庭，要求“退一赔三”，索赔43万余元。上海市浦东新区人民法院近期开庭审理了该起买卖合同纠纷案，并作出一审判决。

案外人小杨向薛先生出具了加盖商家公章的销售单且为薛先生开具发票，商家也未提供证据证明薛先生对小杨与商家之间的真实关系明确知晓，因此在无相反证据证明的情况下，可认定商家与薛先生之间具有买卖的真实意思表示，双方成立买卖合同关系。

对于争议焦点二，“欺诈”是指一方当事人故意告知虚假情况或者故意隐瞒真实情况，诱使对方当事人作出错误的意思表示。消费者权益保护法中针对经营者构成欺诈设定了惩罚性赔偿制度，也就是通常所说的“退一赔三”。但惩罚性赔偿的适用场景应限于商家对此明知，且主观上存在恶意，即商家通过欺诈消费者来谋取不正当利益，常见的有商家“以假充真”“以次充好”等。

本案中，薛先生以涉案产品非“国行”“全新”为由，认为商家构成欺诈。对此，法院认为国行与非国行的主要区别在于货物来源以及价格差异，但质量及主要功能一般不存在任何区别。商家虽未能对涉案产品是“国行”提供证据予以证明，但鉴于涉案产品是否为国行并不影响核心功能，且实际上涉案产品交付后，薛先生已在官方售后服务中心完成相应服务，虽然该中心并不具有产品鉴定资质，但可说明涉案产品并不存在实质性瑕疵，同时薛先生未提供证据证明涉案产品在核心功能、材质等方面存在显著差异，故法院实难认定商家所售商品存在假品、次品等情形。

关于薛先生主张涉案产品并非全新的问题，法院认为所谓全新，按照通常理解应为未使用。薛先生未提供证据证明涉案产品已经被他人使用而非全新产品，其仅以涉案产品经过多次买卖而认定为非全新，依据尚不充足，故薛先生主张商家所售商品为非全新而构成欺诈，法院难以认同。综上，薛先生的诉讼请求缺乏事实及法律依据，法院不予支持，法院判决驳回薛先生的全部诉讼请求。案件受理费9592元，由薛先生负担。

“全新国行”的承诺才购买，销售单据加盖公司公章，具有法律效力，商家已构成消费欺诈。

而公司负责人汪先生表示，自己与小杨并不认识，否认小杨为他公司的员工。汪先生解释，小杨是从其他渠道购入手表，擅自使用公司单据并加盖公章，属于个人行为。同时，交易地点在劳力士服务中心而非公司门店，薛先生当时自愿完成交易，应视为对手表状态予以认可，现在主张欺诈于法无据。

庭审中，周先生出庭作证，表示自己和小杨是同行，这块手表是他从别人手里买的，然后卖给了小杨。此后，按照小杨的要求，找汪先生的公司开具了销售单并盖了章。另外，薛先生承认，劳力士服务中心确实给他做了表带截取服务，但该中心并不负责鉴定手表是否为全新。

法院：双方构成买卖关系，但不支持“退一赔三”

法院认为，消费者的合法权益受法律保护。本案的主要争议焦点在于，第一，薛先生是否与商家成立买卖合同关系；第二，商家是否构成欺诈。

对于争议焦点一，商家作为理性的民事主体，应当知晓公章是公司对外做出意思表示的重要外在表现形式，理应以妥善保管。本案中，

消息树

价格大跌！1克拉钻石已经下探至1000多元

随着培育钻石技术的成熟，10年前需要数万元才能入手的1克拉钻石，如今同等品质的产品价格，已下探至1000多元。从“稀缺高价”到“1克拉千元即可入手”，越来越多的消费者表示“买早了”“后悔了”。

事实上，钻石销量和价格双双大幅下跌的趋势，已持续数年。早在2023年9月，央视财经曾报道，在之前的一年里，有证书的

钻石价格下跌了35%到40%。其中，50分到3克拉的钻石受冲击最严重，同期销量也下降了30%到35%。

“基本没有人会去回收碎钻，除非是用很便宜的价格。”一位从事珠宝行业的交易商告诉记者，一般只有大克拉（指1克拉以上）的天然钻石才有资格被回收。但在这个时候，人们就会发现那些早前花了大价钱买来的钻石其实

并不保值，一般回收的行情是原价的4-6折，具体还要看货品的成色、品牌来定。

此外，价格越来越低的培育钻石也严重挤压了天然钻石的生存空间。据报道，2025年，在全球钻石珠宝市场中，培育钻石销量占比已超过40%，较2019年增长超过8倍。

与此同时，近年来，培育钻石零售价格较峰值下跌超50%。如今1

克拉培育钻石价格已从8000元跌至3500元，不及同等品质天然钻石价格十分之一。

目前，我国的人造金刚石产业规模全球领先，下游产品日益丰富。《2024年中国珠宝行业发展报告》中提到，据不完全统计，2024年中国培育钻石产量约2200万克拉，同比上涨144.44%，占全球总产量的63%。

（综合自深圳新闻网、央视财经、第一财经等）