

「一顆永流傳」的鑽石，既是尋常情侶的定情信物，也是不少珠寶商的頂級收藏。不過長期以來，鑽石並非擁有明確價值衡量標準的商品，亦未能如同黃金般進入大宗交易市場。隨着近年金融市場持續波動，避險產品需求漸增，有鑽石業界代表正嘗試打造「商品化鑽石」，長遠更可能推出鑽石期貨，希望為投資者提供全新選項。



◆Diamond Standard公司創辦人金尼手持旗下「鑽石幣」。網上圖片



◆美國初創企業推出「鑽石幣」，嘗試將鑽石價值標準化。網上圖片

據《華爾街日報》報道，美國初創企業「Diamond Standard」(DS)正嘗試讓鑽石價值標準化，成為新型可投資資產。該公司擬明年透過美國明尼阿波利斯穀物交易所，在芝加哥商品交易所電子交易平台推出鑽石期貨，還會在紐約交易所發行對應的「交易型開放式指數證券投資基金」(ETF)，將鑽石納入指導商品基金投資指數中。

涉色澤淨度車工 估值偏差大

相較早已實現金融商品化的黃金，鑽石在投資領域還有較大發展空間。不過在現時市場，多數鑽石都是普通民眾購買自用，屬投資級的名貴鑽石則多流入拍賣行，成為珠寶商爭相競拍對象。這也讓鑽石升值速度一直不溫不火，商品流動性也大打折扣。

鑽石自身的特殊性，也讓實現價值標準化困難重重。現時衡量鑽石品質，需綜合考慮色澤、淨度、克拉和車工等標準，評級機構通常以主觀評估來估價，使鑽石缺乏等價交易所需的可替代性。例如將一條金條一分為二，兩份較小金條總價值仍與原金條相若，但天然鑽石卡數愈高，價格便愈昂貴，兩顆0.5卡鑽石的總價，顯然不會與一顆完整的1卡鑽石相若。

強化流通性可替代性成挑戰

DS公司去年推出的「鑽石幣」(Diamond Coin)就是鑽石價值標準化的新嘗試。這種鑽石幣由8至9粒細小鑽石組成，總重量介乎3.125至3.4克拉，所有鑽石配合採用區塊鏈技術的芯片，封存在一個透明的塑膠樹脂圓盤中。DS為每枚鑽石幣定價5,000美元(約3.9萬港元)，允許其在市場自由流通，公司還計劃推出價值10枚鑽石幣的「鑽石條」(Diamond Bar)，以及價值20枚鑽石幣的「鑽石期貨合約」。

DS公司如今每周需要從全球採購約1萬顆滿足最低標準鑽石，滿足鑽石幣流通需求。鑽石行業知名分析師濟姆尼茨基提醒，推行鑽石幣需要加強其流通性，才能建立可持續市場。如今全球鑽石原石價格雖較去年峰值稍有回落，但預計仍會處於高位。分析估計如何長期採購充足的鑽石，仍是DS公司的挑戰。

美國貝恩諮詢公司合夥人林德則認為，除了流動性不足、定價不透明外，缺乏可替代性是鑽石進入交易市場的最大障礙，「解決該問題料會是釋放投資需求的第一步，這或許才是科技發展和人工智能的用武之地。」

◆綜合報道

全球鑽石原石價格指數 近年急漲

濟姆尼茨基全球鑽石原石價格指數



數據按周統計，以2007年鑽石原石價格作為「100」基數

資料來源：濟姆尼茨基

鑽石評級標準

克拉 (Carat)

○鑽石重量單位，也被稱為鑽石卡數。天然鑽石卡數愈大，價格便愈高。此外，當鑽石超過指標重量(如0.5卡、1卡、2卡)時，價格會有較大升幅。但有些鑽石打磨商為令鑽石達到某些重量，或會選擇犧牲鑽石的某些切割角度，令切割質素較差的鑽石可賣出高價。

顏色 (Colour)

○無色鑽按「透明無色」至「淺黃色」色階確定其色澤的微細分別，「透明無色」最為稀有，價格也最高。除無色白鑽外，其他顏色的「天然彩鑽」較為罕見，價值亦相當高。

淨度 (Clarity)

○鑽石的純淨度，即鑽石內含多少「內含物」的微小瑕疵。幾乎所有鑽石都附有獨特的「內含物」和「表面花紋」。淨度分為3級，最高級別的無瑕疵鑽石最稀有，是指在十倍放大鏡下看不到其內部有任何特徵，亦看不見有表面特徵或刮痕，價格也最高。

車工 (Cutt)

○鑽石的車工評級取決於亮光 (Brilliance)、火彩 (Fire) 和閃爍 (Scintillation)，車工理想的鑽石能將光芒如鏡般由一個瓣面反射至另一個。相反，切割得較薄的鑽石則令光線無法充分折射，影響火彩與明亮度，令其整體看起來暗淡無光。

消費者信心指標 (Confidence)

○因天然鑽石十分稀有，或有不實商戶利用仿製品和廉價礦石「魚目混珠」。消費者對天然鑽石的信任程度，也會間接影響其價格。

◆綜合報道



◆人造鑽石技術不斷進步。網上圖片



◆鑽石婚戒需求在去年激增。網上圖片

人造鑽石技術提升 撼動天然鑽石市場

透過技術加工製成的人造鑽石，近年開始嶄露頭角。隨着技術不斷進步，人造鑽石與天然鑽石的化學成分和晶體結構完全相同，外觀也非常接近，加上其成本偏低，價格較天然鑽石更具吸引力。業界有分析認為人造鑽石的發展，或會長遠影響整個鑽石市場。

料每年增速達30%

全球去年生產約900萬克拉的人造鑽石，僅為1.16億克拉的天然鑽石開採量的7%。不過美國貝恩諮詢公司的統

計顯示，人造鑽石批發價已從2017年約為天然鑽石的55%，下跌至去年的14%，零售均價也只有天然鑽石的30%。估計到2025年，全球人造鑽石產量有望增至2,930萬克拉，維持每年約30%的增速。

包括跨國鑽石巨擘De Beers在內，眾多珠寶商近年亦推出人造鑽石商品。分析指出，人造鑽石相對平價，能夠吸引對鑽石裝飾有興趣卻資金不足的年輕群體，也有機會創造全新時尚產業，打開除婚戀需求以外的鑽石新銷路。

研究珠寶行業發展趨勢的美國諮詢公司Tenoris統計指出，截至本月，人造鑽石婚戒佔美國所有鑽石婚戒銷售額約10%。前者銷售額較去年僅下跌約12%，遠低於後者的51%。Tenoris指出，疫情趨緩後的復性消費，推動鑽石婚戒需求在去年激增，但今年有明顯回落，加上人造鑽石與天然鑽石婚戒均價差距接近500美元(約3,900港元)，相信部分消費者會有意選擇人造鑽石節省開支。

◆綜合報道

吸大機構參與成關鍵

DS公司創辦人金尼宣稱，全球鑽石供應總值約為1.2萬億美元(約9.4萬億港元)，但投資者及機構持有鑽石價值僅佔其中1%。相較而言，黃金的全球供應總值約為9萬億美元(約70萬億港元)，投資者及機構持有約30%，說明鑽石仍有投資發展空間。鑽石幣價格近期回落至約5,700美元(約4.4萬港元)，買賣價差(即最低賣出價格和最高出價之間的差距)均值約為1%，說明其流動性較佳，優於部分業界人士預期。

分析指出，此前亦有機構嘗試推行「標準化鑽石」，但並未十分成功，現時鑽石幣的市場規模依然較小，還需不斷提升關注度。鑽石行業分析師濟姆尼茨基就表示，會否有大型機構參與投資鑽石幣非常關鍵，這將有望吸引更多買家，提升產品流動性，長遠影響鑽石市場。

◆綜合報道



◆分析指「鑽石幣」需不斷提升關注度。網上圖片

「鑽石幣」按年升值近兩成 創辦入：發展空間大

◆評級機構通常以主觀評估來估算鑽石檔次。網上圖片

初創推「鑽石幣」標準化價格 長遠冀攻期貨市場

鑽石「商品化」 仿黃金打造避險產品