

邮票

投资技巧



陕西旅游出版社

邮票投资技巧

彭振武 著

陕西旅游出版社

(陕)新登字第 012 号

责任编辑 马凌云

封面设计 黄华斌

邮票投资技巧

彭振武 著

陕西旅游出版社出版发行

(西安长安路 32 号 邮政编码 710061)

新华书店经销 西安空军工程学院印刷厂印刷

787×1092 毫米 32 开本 8.5 印张 160 千字

1997 年 7 月第 1 版 1997 年 7 月第 1 次印刷

印数:1-10000

ISBN 7-5418-1432-6/G·369

定价:12.80 元

目 录

第一章 中国邮市鸟瞰	(1)
第一节 马鞍型发展的新中国邮市	(1)
沉睡的新中国邮市	(2)
改革与新中国邮市的成长	(5)
中国集邮经济意识的觉醒	(8)
第二节 邮票投资动力说	(11)
国家增收	(11)
分流闲资	(13)
艺术欣赏	(16)
保值增值	(19)
第三节 中国邮市展望	(66)
中国近期邮市走势	(66)
远景看好的中国邮品	(70)
第四节 狂飚突起的台港澳邮市	(72)
宝岛邮商开店忙	(72)
临近 1997 年的香港邮市	(74)
价格节节登高的澳门邮市	(76)
第二章 邮票、集邮品的种类和集邮的类别	(79)
第一节 邮票的种类	(79)
普通邮票	(79)

纪念邮票	(80)
特种邮票	(81)
航空邮票	(82)
欠资邮票	(82)
包裹邮票	(83)
附捐邮票	(83)
军用邮票	(84)
加字改值邮票	(85)
小型张	(85)
小全张	(86)
小本票	(86)
附票	(88)
连票	(88)
变体邮票	(89)
第二节 集邮品的种类	(90)
普通邮资信封	(90)
纪念邮资信封	(91)
航空邮资信封	(91)
美术邮资信封	(91)
普通邮资明信片	(91)
纪念邮资明信片	(92)
特种邮资明信片	(92)
贺年邮资明信片	(92)
风光邮资明信片	(93)
邮资邮筒	(93)
首日封	(94)

中国集邮总公司加字小型张	(95)
原地封	(95)
首航封	(96)
纪念封	(96)
明信片	(96)
纪念张	(97)
外展封	(97)
邮折	(97)
极限明信片	(98)
邮戳	(99)
实寄封	(99)
集邮品志号	(99)
第三节 集邮的类别	(100)
传统集邮	(101)
专题集邮	(102)
航天集邮	(103)
邮政史集邮	(103)
邮政用品集邮	(103)
极限集邮	(104)
文献集邮	(104)
青少年集邮	(105)
现代集邮	(105)
第三章 邮票投资入门	(106)
第一节 初涉邮市的准备	(106)
订阅邮刊	(106)
观察邮市	(114)

广交邮友·····	(117)
观摩邮展·····	(120)
第二节 邮票投资应遵循的原则·····	(120)
量体裁衣的原则·····	(121)
突出重点的原则·····	(123)
品相至上的原则·····	(124)
红不赶、黑不丢的原则·····	(125)
第三节 邮票投资方式的选择·····	(127)
欣赏性投资·····	(127)
储蓄性投资·····	(128)
商业性投资·····	(131)
第四节 邮票和集邮品的购进·····	(134)
新邮预订·····	(135)
票品交换·····	(136)
市场购买·····	(137)
通信邮购·····	(140)
拍卖竞价·····	(142)
第四章 邮票投资择向·····	(143)
第一节 邮票投资择向上的误区·····	(143)
图解政治选题的邮票·····	(143)
用金粉着色的邮票·····	(145)
面值过高的小套邮票·····	(146)
美感不足的邮票·····	(148)
使大众产生排斥心理的邮票·····	(148)
印刷、纸张低劣的邮票·····	(150)

第二节 邮票投资的主攻方向·····	(150)
民族特色鲜明的邮票·····	(150)
艺术表现力强的邮票·····	(152)
表现形式独特的邮票·····	(154)
取材系列化的邮票·····	(157)
多枚大套邮票·····	(159)
面值较低的邮票·····	(160)
发行量较少的邮票·····	(162)
存世量不多的邮票·····	(170)
新票种中的首发邮票·····	(171)
印刷精美的邮票·····	(172)
小型张、小全张·····	(172)
第三节 集邮品投资的主攻方向·····	(174)
纪念邮资封·····	(174)
纪念邮资明信片·····	(178)
实寄封·····	(181)
第五章 邮票价格涨跌预测及其应变·····	(182)
第一节 影响邮票价格的社会因素、	
自然因素及其应变·····	(182)
政策环境的宽严·····	(182)
邮票调价的疏密·····	(185)
银行利率的高低·····	(186)
股市行情的涨落·····	(187)
邮讯见报的多寡·····	(189)
海外市场的需求·····	(190)
集邮新人的增减·····	(191)

发行时间的长短·····	(192)
自然气候的冷暖·····	(194)
第二节 影响邮票价格的心理因素及其应变·····	(194)
趋美心理·····	(195)
认同心理·····	(195)
从众心理·····	(196)
求全心理·····	(197)
求异心理·····	(198)
第三节 影响邮票价格的人为因素及其应变·····	(198)
邮局截留票品·····	(198)
大户操纵市场·····	(203)
市场误传信息·····	(207)
第六章 邮票投资的市场操作技巧·····	(210)
第一节 邮票买入时机把握·····	(210)
低潮期的邮票买入时机把握·····	(210)
初潮期的邮票买入时机把握·····	(212)
高潮期的邮票买入时机把握·····	(213)
第二节 邮票的卖出时机把握·····	(213)
邮票的实际成交价格上涨节奏放慢·····	(214)
邮票的价格开始进入僵持状态·····	(215)
不利邮市的政策出台·····	(216)
大户同时大量抛售邮票·····	(216)
第三节 邮票买入的现场操作技巧·····	(217)
先转市场后买票·····	(217)
让卖方开价·····	(220)
还价的技术要领·····	(221)

第四节 邮票卖出的现场操作技巧·····	(225)
主动介绍买主注意的邮品·····	(225)
针对买主心理进行连带性邮品推介·····	(228)
预测邮票的价格前景·····	(230)
在对比中说服买方·····	(231)
灵活掌握邮品价格·····	(232)
第五节 积压票品的处理·····	(233)
先抛售后补进·····	(234)
不抛售只补进·····	(235)
组装年册及时销售·····	(236)
第七章 邮品的鉴别方法·····	(238)
第一节 鉴别假邮品的一般方法·····	(238)
鉴别邮品的常用工具·····	(238)
假邮品的种类·····	(239)
识别假邮品的十种方法·····	(240)
识别“花纸头”的七种方法·····	(242)
识别“商业票”的方法·····	(244)
第二节 假邮品鉴别举隅·····	(245)
《壬申年》特种邮票真伪识别·····	(245)
《益鸟》小型张真伪识别·····	(245)
《红楼梦》等小型张真伪识别·····	(246)
1977—3 邮资封真伪识别·····	(246)
桉树邮资片真伪识别·····	(247)
台湾小全张真伪识别·····	(247)
《欠资邮票》(第1组)真伪识别·····	(248)
《邮联三大》小型张错票真伪识别·····	(248)

第三节 邮票品相的鉴别方法.....	(249)
齿孔鉴别.....	(249)
图案鉴别.....	(250)
票面鉴别.....	(250)
背胶鉴别.....	(250)
邮戳鉴别.....	(251)
文字鉴别.....	(251)
金粉鉴别.....	(251)
第八章 邮票的收藏与保护.....	(252)
第一节 常用集邮工具与使用.....	(252)
第二节 邮票的收藏与保管.....	(253)
邮票收藏十忌.....	(253)
防止邮票发霉的技巧.....	(256)
首日封的收藏与保护.....	(257)
邮资封、片的收藏与保护	(257)
第三节 邮票去污的基本方法.....	(258)
邮票上的霉点去除方法.....	(258)
邮票上的黄斑去除方法.....	(259)
邮票上的污迹去除方法.....	(259)
邮票粘连后的处理方法.....	(260)

第一章 中国邮市鸟瞰

第一节 马鞍型发展的新中国邮市

1840年5月1日，是个值得纪念的日子。这一天，世界上第一枚邮票——黑便士邮票在英国诞生。

随着“均一邮资法”的普遍认同和推行，邮票开始以它的方寸天地、五彩色调、传书功能，将世界各国和地区绚丽多姿的自然风光，独领风骚的国粹珍宝，情调特异的民俗民情，光照千秋的历史文化，彪炳汗青的名流功臣，有口皆碑的建设成就展现在不同国度，不同民族，不同肤色，不同语言的人们面前。邮票作为“国家名片”、“小型艺术品”，以它不可抗拒的魅力和诱惑，迅速成为人们怡情养性、陶冶情操、充实生活的工具，成为人们了解历史，了解自然，了解世界的重要窗口之一。

自从有了邮票，由于邮票的文化价值，便有了邮票业余爱好者和收藏者，世界上产生了国际集邮联合会；自从有了集邮者，由于邮票交换的需要，便有了邮票交易市场和邮票经营者，世界上出现了国际邮商联合会。

沉睡的新中国邮市

中国邮票不乏奇珍上品。清代珍邮有“四珍”，民国时期珍邮有“五宝”。1949年10月9日新中国第一套邮票发行后，在近3000种新中国邮票中，佳邮珍品更是好戏连台，数不胜数。世人都道好的JT邮票中的佳作放着不说，单是在新中国早期发行的邮票中，受到世界邮人赞誉的就不少。1958年发行的《关汉卿戏剧创作700周年》纪念邮票中的第1枚“望江亭”，1958年发行的《儿童》特种邮票中的第4枚“放船”，1958年发行的《林业建设》特种邮票中的第1枚“森林资源”等，均以精良的设计，分获英国《集邮者年鉴》1958年和1959年“世界十大名邮”桂冠。1980年和1981年分2组发行的《中国古代钱币》特种邮票，也获得美国集邮家和钱币家协会颁发的1982年国家年度奖。《关汉卿戏剧创作700周年》小全张，《梅兰芳舞台艺术》小型张和无齿票，《黄山风景》、《金鱼》、《菊花》特种邮票和《牡丹》小型张等一大批具有浓郁民族特色，艺术表现力丰富的邮票，受到世界各国集邮者的青睐，成为邮市骄子。1952年发行的《军人贴用》邮票中的“蓝军邮”等，也因存世稀少，而成为邮市上的抢手货。

中国佳邮，不能算少；编组邮集的物质基础，不算不牢。以中国邮品为题材的邮集，也曾摘取过世界性邮展大金奖的桂冠。这一殊荣虽出自日本友人之手，但也表明，中国编组世界级高水平邮集的资源并不贫乏。不过最先带着中国邮集立足于世界邮坛的不是中国人，这也不能不说是新中国集邮文化的悲哀，是千百万新中国集邮爱好者的悲哀。

这种悲哀形成的原因何在？最基本、最主要的原因是，中国集邮文化经济的滞后，而根子则在“左”的思想和“左”的政策禁锢上。

从新中国诞生到 1979 年的 30 年时间里，中国邮票的交流基本处于一种自我封闭的状态，处于一种以物易物的原始交换状态，处于一种无价无市或有价无市的交换停滞状态，处于一种“马路游击队”的地下交换状态。“文革”期间，干脆连集邮也加以取缔，以致几乎使这一时期的新中国集邮处于一种空白状态，邮品的交换更是令人谈虎色变。

集邮文化经济的滞后，必然结出集邮文化落后的苦果。这是因为，首先，集邮在于“集”。这种“集”，一方面是人去收集，去整理，去鉴赏，去研究；另一方面，这种鉴赏、研究和组集必须建筑在邮品集合的物质基础上。没有这个基础。要编组高水平的邮集，就成了无源之水，无本之木。试想，当代人要编组中国清代邮集，就靠一家子人祖宗留下的几件邮品能行吗？就靠自己生活圈子里的几个亲朋好友的施舍能行吗？没有邮品交换市场，集邮家去哪里找好邮品来配集？邮集怎么能上等级水平呢？其次，邮品的美学鉴赏价值和文物价值往往是依托邮品的经济价值实现的，并且当邮品价格出现地域性失衡时，邮品将由价格较低的国家或地区流向价格较高的国家或地区。正是邮品经济价值的显示，才使得一大批珍邮佳品得到保护，得以世代相传，从而汇集成灿烂的集邮文化。以 T46《庚申年》为例，1980 年 2 月金猴发行时，面值仅 8 分，但发行靠推销。当然，用金猴发信，是平常事，实寄封的收集，也很少有人问津。当十二生肖在新中国邮票上走过一个轮回后，当金猴再次出现在普通信函上时，却受到

邮政部门的特殊礼遇。金猴还是那个金猴，邮票还是那枚邮票，为何在国家邮政部门也变得身价不同了？原因只有一个，这就是扶摇直上的价格，将金猴内在的美学欣赏价值和市场前景看好的文物价值淋漓尽致、不遮不掩的表现出来了。在我们以往的历史中，一些好的邮品就因其经济价值的显示不足，而被当成废纸、当成柴烧了。也有不少好的邮品，在近年进入市场，主要是通过拍卖显示其自身价值后，才成为了集邮家邮集中璀璨夺目的明珠。邮市是块磁石，价格是根杠杆。当中国集邮文化和集邮文化经济处于停滞、倒退的时候，世界集邮文化和邮市却方兴未艾，这一进一退带来的必然结果，是中国佳邮珍品的大量流失。近年出现的新中国早期邮品和“文革”邮品“出口转内销”现象，就是价值规律使然。再次，高层次的集邮文化必须建筑在集邮文化普及的基础上才有可能建立起来。邮品进入邮集，最忌讳的是矫揉造作，最注重的是自然朴实，能够反映一个时期邮政通信的本来面目。要做到这一点，单凭集邮家的闭门造车，是难以达到这一境地的。唯有千百万群众的参与、创造与实践，才能实现这一目标。从中国和世界集邮文化发展的情况看，只有当集邮文化和集邮文化经济结合在一起的时候，即邮品的美学价值、文物价值和经济价值统一的时候，人们才会焕发空前的热情，加入到集邮大军的行业中来，只有这个时候，我们才能说集邮文化的春天来了。

中国集邮文化，根深叶茂，博大精深，但也历经坎坷。只有当沉睡的中国集邮经济意识觉醒之时，当中国集邮市场全面开放之时。中国集邮文化这只雄狮，才会大振雄威，巍然屹立于世界民族之林。

改革与新中国邮市的成长

“盛世文物，乱世饥民”。当1979年中共十一届三中全会拉开改革开放的序幕后，我国在综合国力提高的同时，国民生活水平也逐步得到提高和改善。1980年，国家决定恢复集邮活动，并于当年8月、次年9月和第3年4月，先后3次调整了邮票价格。人民群众物质生活条件的改善，邮票价格的上扬，宽松的政治、经济环境，使中国民间邮市得以苏醒，邮票拍卖活动也于1985年在广州敲响了第一槌。这些条件，促成中国集邮热于1984年底至1985年初走向第一次高潮，全国集邮大军也由1980年的10多万人，猛增到500万人。标志这次集邮高潮形成的是1985年4月T103《梅花》邮票和小型张的问世。

一种思维模式，一股势力，在短时期内是难以改变和解体的，为了不让“铜臭”亵渎高雅神圣的集邮文化，为了不让面值仅2元一枚的邮票眨眼间卖到4元、7元。1985年5月24日，高出《梅花》小型张面值1元，且为《梅花》小型张发行量4.35倍的T106《熊猫》小型张发行了。一时间，受邮市价格鼓舞的邮人跌入了斗桶，邮市形势直转急下，面值3元一枚的《熊猫》小型张跌破面值。随之而来的各地邮市被取缔，国家邮票严重滞销。1978年5月发行，发行量仅250万套，国家定价7.12元的T28《奔马》邮票，也只以面值在邮人间私下成交。从此，中国邮票价格跌入低谷，邮票市场也沉寂了2年。

1987年10月，中共十三大召开，改革春风在中国大地上再度吹荡。伴随城市经济体制改革浪潮的兴起，邮品拍卖的

槌声又重新在中华大地上敲起。因邮市萧条而造成经营受损的国家邮票发行部门，也通过发展和健全集邮组织，减少邮票发行量以适应市场需要等措施，来活跃集邮活动。在这样的氛围中，中国民间自发集邮市场重振旗鼓，邮品价格大幅度上扬，新中国大地上又一次出现了集邮热。到1988年11月25日 T131《三国演义》（第1组）邮票和小型张发行，中国第二次集邮热达到高潮。刚好4个月，也就是1989年3月25日，一瓢冷水又从天而降，面值高出《三国演义》小型张2元，发行量比《三国演义》小型张多出196万枚的《马王堆汉墓帛画》小型张出世。2个月后，这枚小型张在邮市上以低于面值30%的价格出售也无人问津了。由此而引发的邮票价格滑坡，再度使中国邮市陷入困境。

1990年，中国改革开放的步伐加快，同年2月10日，邮电部、国家工商行政管理总局、公安部、国家税务局、海关总署联合发布了《关于允许个体工商户经营邮票和集邮品的联合通知》，1990年10月，国家第8次调整邮票价格，这些都为邮市的重新活跃注入了活力，也为第三次集邮热潮的兴起奠定了市场和思想基础。到1991年6月，T162《杜鹃花》邮票和小型张发行，中国第三次集邮热以空前的规模，以突破以往邮品交换规则的态势进入高潮。从1990年到1991年，仅1年时间，中国集邮者队伍中的“正规军”——中国集邮协会会员就由978186人增加到了1331162人，增长了36.2%；地、市、县集邮协会也由1448个发展到了1889个，增长了25.6%。还出现北京月坛公园邮票市场、上海太原路邮票市场、南昌八一公园邮票市场、成都暑袜街邮票市场、武汉航空路邮票市场、南京中华门邮票市场、天津文化一宫邮