

把握4大原则，从艺术鉴赏中走向成功投资

◎彭振武 著

Demystifying Precious Metal Coins Investing

彭振武谈

金银纪念币投资要领



把握4大原则，从艺术鉴赏中走向成功投资

◎彭振武 著

Demystifying Precious Metal Coins Investing

金银纪念币投资要领

本书共分6章，不仅系统地介绍了金银纪念币投资的基本知识与方法，重要的是对作者16年来金银纪念币投资经验进行了总结与归纳，提出了让普通投资者便于理解的实用规则。

本书适合普通投资者，亦适合专业投资者参考。

图书在版编目 (CIP) 数据

彭振武谈金银纪念币投资要领/彭振武著. —北京: 机械工业出版社, 2009.8

(大众理财顾问丛书)

ISBN 978-7-111-27647-0

I. 彭… II. 彭… III. 纪念币—投资—基本知识 IV. F832.48

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第117012号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑 李 鸿

责任编辑 雷文英

装帧设计 郝子逸

责任印制 王书来

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2009年8月第1版·第1次印刷

170mm×239mm·9印张

标准书号: ISBN 978-7-111-27647-0

定价: 22.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部负责调换

本社购书热线: (010) 68326294 88379072 88379130

投稿热线: (010) 88379832

封面无防伪标均为盗版

做趋势投资者（代序言）

风险投资于普通大众而言，是一场以金钱为筹码的战争，是一场以智力为依托的博弈，是一场与狼共舞的搏杀。在这样的游戏中，普通投资者要规避风险并获利，要笑到最后，要笑得最好，做趋势投资者是个不错的选择。

经济周期理论告诉我们，全球经济也好，一国（地区）经济也罢，抑或是一个市场的运行，它如同春夏秋冬、昼夜交替一样，潮起潮落，总是循着衰退——萧条——复苏——繁荣——高潮这个轨迹周而复始地运行。

所谓趋势投资者，就是当一个市场处于复苏和繁荣初期时，果断切入市场，以低于价值的价格吸筹建仓，然后长线战略持有，待到这一市场步入高潮，进入疯狂状态时，悉数斩仓套现，实施胜利大逃亡。实践证明，做趋势投资者获利高而风险小。

做趋势投资者，就要真正把握拟进入市场和拟投资品种的本质特征和运行规律，做自己熟悉的事情。我是由爱好集邮而步入投资殿堂的。1985年，我在南方一个县的县委组织部工作，其

时，我的一位同事已是集邮爱好者。在他的引领下，我也对这花花绿绿的小纸片着迷起来。当时，中国邮票市场还处于“草根”般的初创阶段，但其良好的市场成长性和赚钱效应已在投资市场匮乏的中国大地泛起层层涟漪。在这一时期，虽然邮票一日三价，但我只买不卖；不过，却对这个市场观察、分析、研究了起来。我发现，大凡成长性好，抗跌性强的邮票，都具备特、美、稀、廉的特质，即题材具有中国风格、中国气派，中国老百姓喜闻乐见；美轮美奂，让人爱不释手，具有较高的美学鉴赏价值；发行量或存世量较少或适中；性价比较高。因此，在往后邮票的购买上，我一改以全为主的集藏思路，采取重点突破的投资思路，将家庭每月有限的节余资金集中投放到特、美、稀、廉的邮票上。1992年，邓小平南巡讲话后，我们家搞起了“一家两制”。我妻子停薪留职，以家里收藏的邮票作为资本，开起了邮票商店。到1997年3月，当中国邮票市场进入疯狂状态时，我们将手中持有的全部邮票悉数斩仓套现，获取了远远高于这个市场平均利润的高企利润，并成功地实施了胜利大逃亡。这是我们在投资市场挖到的属于自己的第一桶金，完成了家庭私人资本的原始积累。

风险投资，只有做行家里手，才能做到胜率高而风险小。但在这个世界上，谁都不可能生来就是投资的高手。这就需要学习、学习、再学习，实践、实践、再实践。学习风险投资，首先要有正确的方法。这就是要善于将复杂问题简单化，要善于抓主要矛盾、抓关键，要善于抓住投资市场带共性特征的东西，举一反三。其次，要选几本好书读读，从理论上把握拟进入市场的基本原理和运行规律。最后，也是最重要的一点，是参与，是实践，是将心与市场连接起来。我有不少朋友，见面就与我谈投资，但总舍不得将存在银行的银子拿出来。因此，多年过去了，还是靠工薪收入养家糊口。学习风险投资，只有自己的钱投到了市场，才会用心对这个市场观察、分析、研究，才能最终成为这个市场的行家里手。当然，初涉市场，就像刚学游泳一样，只能到浅水区玩玩。而不应下得海来就往深水区跳，若那样，恐怕性命就难保了。比如，炒纸黄金，初始阶段按最低交易

门槛买10克玩玩就可以了。10克黄金,按目前价格也就2000元左右,即使亏损10%,抑或亏损20%,那也是从二楼往一楼跳,没有性命之忧。只有待对黄金投资市场真正弄明白了,才可到这个市场去搏风斩浪,一显身手。

做趋势投资者,就要把握大势,顺势而为,做战略投资者。20世纪80年代后期,我开始关注美元与非美强势货币的相互关系。当时,以网络经济为龙头的美国新经济持续高速增长,长达120个月。在此期间,我先后委托朋友以3.2元和5.8元兑换1美元的价格买入一些美元。2000年4月,美国新经济泡沫破灭。2001年9.11以后,我套现美元并增加资金投入,在2500元左右的价格,买入央行发行的1盎司熊猫投资金币,到目前市价达7000元仍持有。2005年,当上证指数在1000点左右时,我将家中余钱投入资本市场,到2007年4月获利套现,并从2007年4月28日开始,以3900元/枚的价格投资《西游记·悟空拜师》等金银纪念币,到目前获利60%以上,仍将持有。从1997年4月到2009年2月,我还先后投资过人民币连体钞、第三版人民币、商品房、欧元和英镑等,现已全部套现,获利不菲。另外,重大疾病等健康保险也每年缴费近4万元,且缴费已达十多年。实践证明,在风险投资市场要赚钱并不是很难,关键是要看准大势,做长线投资者,做趋势投资者。

做趋势投资者,就要善于精选市场,精选品种。不少投资者总热衷于抢机遇,赶场子,追涨杀跌。其实,风险投资市场多的是机遇,怕的是机遇来了而弹尽粮绝了。风险投资的第一要务是安全,是保本。第二、第三要务还是安全和保本。一位100万元的投资者,一年中只要抓住一次机遇,赚10%,这在中国,三口之家其生活就很滋润了。但100万元缩水成了10万元,再靠风险投资赚回100万元,恐怕就有点难了。当然,本大利大,但风险也大,这是投资市场的铁律。

在风险投资市场,机遇有的是。比如欧元,1999年1月甫出生就遭遇强大的美国经济打压,不到一年时间,就对美元贬值了30%多。但到2000

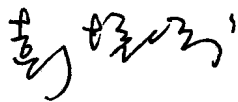
年4月以后，无论谁持有欧元等非美强势货币或黄金，到2008年7月都能获取40%以上的年均收益率。再到2008年7月以后，欧盟、英国、澳大利亚、加拿大、俄罗斯等主要经济体因美国金融危机拖累，其经济的基本面比美国还糟。因此，持有非美强势货币还不如买入美元，但持有黄金则收益颇丰。这是不是说，持有黄金永远只赚不亏？答案是否定的。一旦美国经济步入复苏，走向繁荣，迈向高潮，就很可能“十年黄金不如铁”了。但从这时起，你抛售黄金和非美强势货币，转而买入美元长线战略持有，你就赚了。股票与债券也一样，当股市全线飘红时，债券二级市场抛盘一片，债券价格下降；而当股市持续下挫时，大量避险资金涌入债券市场，债券供小于求，价格走高。风险投资市场总是“东边日出西边雨”，怕就怕机遇在而钱不在了。因此，风险投资，一定要精选市场，精选品种。比如，投资股票，牛市时可以炒消息，炒内幕，甚至炒ST。中小盘股的供求关系容易改变，弹性系数也高，的确好玩。而熊市时，就要高度关注所投资股票的业绩，关注市盈率，关注行业在周期性调整中的前景。这样，即使股价下挫，可能红利分配也能远远高于一年期定期存款的收益，你还怕什么？风险投资不怕市场的一时涨跌，最怕的是在追涨杀跌中将老本玩完了。2008年，股神巴菲特抄底美元资产，到目前，老巴的抄底资产已巨幅缩水。但是，请相信，坚持价值投资理念的老巴是能笑到最后的。

做趋势投资者，就要善于掌控好自己的现金流。风险投资，只有市场是对的。通常情况下，投资领域的行家能够看准大势，但谁都难以次次准确预测到市场的每日起伏。如果有人说他可以，那么，我肯定地告诉你，要么他是不学无术的伪专家，要么他是靠满口胡言混饭吃的骗子。因此，作为投资者，其风险投资的钱，必须是闲钱，必须保证家庭生活有充足的现金流。这样，即使投入的资本价格连连下挫，也不要紧，就权当打个三年“解放战争”、八年“抗日战争”吧！只要我们看准了市场，选对了品种，市场一旦走过衰退、萧条，步入复苏、繁荣、高潮，咸鱼也就翻身了。在风险投资中，最可怕的是，拿了家里孩子上学的钱、父母和自己救

命的钱、平日养家糊口的钱，甚至借贷来的钱去赌命。这样，一旦投入资本持续缩水，就只能从几十层楼上往下跳；待到肉全部割掉了，市场反转行情出现了，但子弹全部打光了，最终只能眼睁睁看着别人大把大把数钞票了。

做趋势投资者，就要善于调整好自己的投资心态，一旦投入就暂离市场。风险投资，不少人大势看准了，市场和品种选对了，现金流也掌控好了，但就是赚不到钱，甚至大牛市玩成了大熊市。这其中的原因，就在于天天盯着K线图想玩玩技术。若看到K线图垂直飙升，就怕失去了赚大钱的机遇，想追追涨；若看到K线图垂直下挫，又怕亏了老本，想跳跳楼，成天将自己弄得神经兮兮的。作为普通投资者，首先应明白一个道理：你是在与狼共舞，而狼是要吃人的。狼不通过技术性拉升，能用自己的1元钱吸引100元钱，从而改变市场的供求关系吗？狼不通过技术性震荡洗筹，能在普通投资者看到希望时拿到廉价的筹码吗？狼不调控好筹码，能在散户资金持续涌入市场时全身而退吗？普通投资者要跟狼玩，你的资金能打拼过狼吗？你游兵散勇能斗过成建制的狼吗？你的专业水准和实战经验能赛过狼吗？处于劣势的你，要获胜，唯有把握大势，进行战略投资，与狼打持久战。玩技术，玩短线，无非是给证券公司、银行打工，给狼送钞票。

用非专业化语言，与广大普通投资者讨论专业化的事情，写普通大众能看懂的书、实用的书、多赚钱而不亏本的书，一直是我的期盼。过去这些年，我写了十多部这方面的书，但愿这套丛书能给读者一些帮助和启迪。



2009年2月18日于广州

目 录

做趋势投资者（代序言）

第1章 中国金银纪念币市场发展的3个阶段	1
1.1 海外发行阶段	1
1.2 国内市场初创阶段	6
1.3 市场转型阶段	13
第2章 金银纪念币的基本特点	17
2.1 国家法定货币	17
2.2 标具面额只具象征意义	18
2.3 材质与成色标准高	21
2.4 限量绝版发行	23
2.5 美学价值高	24
第3章 金银纪念币的投资动因	27
3.1 艺术鉴赏价值高	27
3.2 横跨贵金属和艺术品两个投资市场	29
3.3 市场供求关系易改写	32
3.4 投资安全可靠	33

第4章 金银纪念币的品种优选	34
4.1 遵循特、美、稀、廉原则	34
4.2 用价值投资理念精选品种	41
第5章 金银纪念币市场运行规律把握	119
5.1 金银纪念币市场一般运行规律	119
5.2 金银纪念币切入时机判断	121
5.3 金银纪念币抛售时机判断	124
第6章 适宜投资的群体和投资应注意的问题	128
6.1 投资金银纪念币应具备的条件	128
6.2 投资金银纪念币应注意的问题	131
附录	133

中国金银纪念币市场 发展的 3 个阶段

金银纪念币，又称贵金属纪念币。它是以黄金、白银、铂金等贵金属为材质，为纪念本国或世界的重大事件，或领袖人物、科学家、艺术家，或有意义的事物如名胜古迹、珍稀动植物而特别发行的国家法定货币。金银纪念币投资，属于艺术品投资的范畴。

中国金银纪念币市场的形成和发展，历经了 3 个阶段。目前，这个市场正处在由“贵族收藏品”向“大众收藏品和投资工具”过渡的阶段。

1.1 海外发行阶段

1979 年 10 月，国务院正式授权中国人民银行发行新中国第一套金银纪念币——《中华人民共和国成立 30 周年》本色金币。从这时起，到 1993 年的 14 年中，中国金银纪念币的发行与市场投放有一些鲜明的特点。

生产和销售决定于国际市场，其销售主要在海外 中国金银纪念币市

场拓展前期，中国人民银行经销部主要负责开拓国际金银纪念币市场，先后与美国、德国、日本、加拿大、新加坡、比利时、瑞士等国家，以及中国台湾、中国香港等地区代理商建立了稳定的业务关系。

随着国际市场的逐渐扩大，经国务院批准，中国金币总公司于1987年成立，并在中国香港、美国、欧洲等国家和地区建立了中资的长城硬币投资有限公司，使中国现代贵金属纪念币的经销网络日益扩大。

这种情形的出现，主要基于两个方面的原因：一方面，我国金银纪念币的发行宗旨，是为了贯彻对外开放政策，扩大与世界各国的经济文化往来，实现贵金属的增值并创汇。这个宗旨决定了金银纪念币的发行是外向型的、窗口性的、全球性的。另一方面，我国金银纪念币的发行，起步于改革开放之初，当时我国国民收入水平普遍很低，购买力也很低。在国内，金银纪念币不可能形成市场。

发行量在调整中渐次与市场对接 作为改革开放最早产物之一的中国金银纪念币，一经面市，就接受了来自市场的巨大挑战，其发行量在国际市场供求关系的影响下不断调整，其发行机制首开中国市场经济的先河。

1979年初，中国人民银行根据中央关于改革开放的战略以及海外一些人士的建议，向中央提出了发行金币的构想。是年，中国人民银行发行了《中华人民共和国成立30周年》纪念币。这套金币共4枚，重量1/2盎司，发行量7万枚。由于发行量过大，这套金币面市后，销售情况很不理想。紧接着，中国人民银行根据国际市场的需求情况，对金银纪念币的发行量作出了极大的调整。同年稍后发行的《国际儿童年》金银纪念币，其1盎司金币的发行量500枚，1盎司银币的发行量2000枚。1980年先后发行的《中国奥林匹克委员会》20克金银纪念币、《第13届冬奥会》16克金币和30克银币，其发行量均为500枚。

从1981年开始，这类以纪念重大事件和历史人物为题材的金银纪念币，其发行量又根据国际市场供求关系的变化进行了调整。这年发行的《辛亥革命70周年》1/2盎司纪念金币、1982年发行的《第12届世界足

球赛》1/4 盎司纪念金币和1983年发行的《马可·波罗》10克纪念金币，其发行量均为1 500枚。此后，这类纪念币的发行量起伏较大。如1989年发行的《中华人民共和国成立40周年》20盎司金币和1/4盎司金币，其发行量分别为100枚和15 000枚；1989年和1990年发行的《第11届亚洲运动会》第1组和第2组8克金币，其发行量均为10 000枚。

但从1991年开始，中国人民银行根据国际市场的销售情况，对金银纪念币的发行量再次进行了调整。是年发行的《第1届世界女子足球锦标赛》1盎司金币，其最大发行量为1 900枚。同年发行的《辛亥革命80周年》1盎司金币和8克金币，其最大发行量分别为1 800枚和3 900枚。

这一时期发行的系列题材金银纪念币，清晰地勾画出了中国金银纪念币的市场化之旅。从1981年开始发行的《辛酉（鸡）年》、《壬戌（狗）年》、《癸亥（猪）年》、《甲子（鼠）年》、《乙丑（牛）年》和《丙寅（虎）年》规格均为8克金币和15克银币各1枚，其金币发行量为5 000枚；银币发行除《壬戌（狗）年》和《丙寅（虎）年》分别为15 000枚和16 000枚外，其他生肖银币的发行量均为10 000枚。

但从1987年发行《丁卯（兔）年》生肖纪念币始，至1990年《庚午（马）年》生肖纪念币止，由于生肖系列纪念币受到市场的追捧，其发行品种不断增加，其发行量也呈扩容趋势。比如，1988年发行的《庚辰（龙）年》12盎司金币，其发行量为500枚；5盎司金币发行量为3 000枚；1盎司金币发行量为10 000枚；8克金币发行量为7 500枚。

此后，金银纪念币发行量又呈逐步下调趋势。到1992~1996年这一阶段，中国金银纪念币的发行量缩至谷底。比如，1992~1996年生肖纪念币的发行量：12盎司金币和5盎司金币均为99枚，1盎司金币为1 900枚，8克金币为5 000枚；1盎司银币为8 100枚；1盎司铂金币为300枚。

中国金银纪念币的计划发行量，即最大发行量，与实际发行量并不一致。这其中有的是因技术和质量的原因而实际铸造量不足，也有的是因铸造后销售不畅而大量熔毁。因此，这一时期发行的不少金银纪念币，市场

极为少见。与此相适应，在供求关系影响下，即使是同一题材、同一系列、同一规格的金银纪念币，在目前市场上价格亦悬殊极大。

铸币成色和材质在调整中提升 中国金银纪念币在发行早期，其成色即含金量稍微低一些。比如，1979年发行的《中华人民共和国成立30周年》，其4枚金币的成色均为91.6%；同年发行的《国际儿童节》，金币成色为90%，银币成色为80%；1980年发行的《第13届冬奥会》，金币成色为91.6%，银币成色为85%。

1987年发行的《詹天佑诞辰125周年》12盎司银币，首次将铸币的成色调整为99.9%。1988年发行的《戊辰（龙）年》12盎司、5盎司金币，开了中国生肖金银纪念币99.9%含金量的先河。此后，含金量低于99.9%的金银纪念币逐步在发行中退出，并最终被99.9%成色的铸币取代。

从1982年开始发行的熊猫投资金银币和以熊猫为题材的金银纪念币，亦完成了铸币成色提升的过程。1993年以前，熊猫投资金银币和以熊猫为题材的金银纪念币，其成色均为99.9%。但从1994年始，大规格的12盎司和5盎司熊猫金币，其成色调整为99.99%。

中国金银纪念币成色的提升，是中国金银纪念币发行机制与市场不断磨合的结果。中国金银纪念币在这一时期的发行市场，主要在东南亚地区。而东南亚人和中国人一样，不但对黄金情有独钟，而且对“足金”孜孜以求。正因为如此，低成色的金银纪念币，其表现远逊色于高成色的金银纪念币。为适应市场，中国金银纪念币和投资金银币的成色，高于欧美国家发行的金银币成色，也就成了一个必然的趋势和科学的市场定位。

与此同时，中国贵金属纪念币的材质也在调整中提升。中国贵金属纪念币中，有几个特殊的成员：1980年发行的《中国奥林匹克委员会》铜质纪念币1套4枚，同年发行的《第13届冬奥委会》铜质纪念币1套4枚，1982年发行的《第12届世界杯足球赛》12克铜锌合金纪念币，1983年和1984年发行的《熊猫》1元铜制币，以及1989年发行的《熊猫》1

盎司钯制币。这些铸币由于材质价值过低，受到市场冷落。因此，很快就被淘汰出局。

相反，在这一时期，材质价值高于黄金的铂金纪念币应运而生。1987年，中国人民银行开始发行《熊猫》1盎司铂金币；1988年，中国人民银行发行了《戊辰（龙）年》1盎司铂金币，并形成了铂金生肖纪念币系列。

铸币规格、形状等在调整中创新发展 中国金银纪念币在发行之初，主要是小规格纪念币。但这一时期发行的小规格金银纪念币难以吸引经济实力雄厚的海外收藏者的眼球。因此，在1984年发行的《熊猫》金币中增加了12盎司规格；1986年发行的《孙中山诞生120周年》纪念币中首现了5盎司银币；1987年发行的《熊猫》金银币中，增添了5盎司金币和5盎司银币；同年发行的《丁卯（兔）年》金银纪念币中，增添了5盎司银币；1988年发行的《戊辰（龙）年》生肖金银币，增添了12盎司金币和银币。此后，大规格纪念币的发行成为常态，并朝更大规格方向发展。

这一时期，金银纪念币的表现形式也处于不断探索之中。1990年以前，中国金银纪念币均为金、银、铂、铜、钯等单一材质。但从是年始，中国人民银行陆续发行了金芯银环形式的双金属币。如1990年发行的 $1/2 + 1/5$ 盎司《第3届香港钱币展览会》金芯银环双金属纪念币；1991年发行的 $1/4$ 盎司《第1届香港国际钱币展销会》金芯银环双金属纪念币；1992年发行的《熊猫》 $1/10 + 1/20$ 盎司金芯银环双金属纪念币等。到1993年，在中国金银纪念币这个大家族中，又喜添了梅花形状的 $2/3$ 盎司《癸酉（鸡）年》生肖纪念金币。至此，新中国圆形铸币的一统天下被打破。

发行要素在调整中逐步完善和统一 中国金银纪念币的发行要素是在市场实践中逐步完善和健全的。

中国早期金银纪念币标注的重量单位比较混乱，并不统一。大部分金银纪念币使用的重量单位与国际贵金属重量单位相一致，如1盎司、 $1/2$

盎司和 1/4 盎司等；但也有部分金银纪念币仍沿袭国内通常使用的重量单位——克，如 1 克、2 克、8 克、16 克、15 克和 27 克等；还有极少数的金银纪念币甚至沿袭了中国传统的重量单位——两，如 1993 年发行的 18 两《观音》纪念金币。

在这一时期，中国金银纪念币重量标注逐步与国际接轨，除 10 公斤、1 公斤金银纪念币外，其他金银纪念币的重量一般为 12 盎司、5 盎司、1 盎司、1/2 盎司、1/3 盎司、1/4 盎司、1/10 盎司和 1/20 盎司。克、两等退出金银纪念币重量单位标注之列。

在这一时期，中国金银纪念币的面额标注也逐步走向规范。1982 年，中国人民银行首发投资金币《熊猫》，因考虑与金银纪念币的区别，没有标注面额。但此后发行的金银币均按国际惯例标注面额，以示国家法定货币。

与此同时，这一时期金银纪念币的标注面额也逐步与材质和重量相对应。由于金银纪念币的标注面额是象征性的，在中国金银纪念币发行的早期，其标注面额与材质和重量并不挂钩。如 1985 年发行的 15 克《乙丑（牛）年》生肖纪念银币、1 盎司《庆祝西藏自治区成立 20 周年》纪念银币，以及 1/2 盎司《联合国妇女 10 周年》纪念银币，尽管重量不一，但其标注面额同为 10 元。又如同年发行的 1 盎司《熊猫》金币、1/3 盎司《中国杰出历史人物》纪念金币，其标注面额同为 100 元。此后，经过不断的调整，除公斤币和双金属币外，其他铸币均按材质和重量的比例关系标注面额。

1.2 国内市场初创阶段

这一阶段或称“回归”阶段，始于 1993 年。这年，中国金币总公司首次在北京召开了国内经销会议，欲借毛泽东同志诞辰 100 周年这股东风，拓展国内市场。为了纪念毛泽东，中国人民银行首次推出了金银纪念

币海外版和国内版^①，并同时在国内外两个市场发行。一代伟人的风采和影响力，强大的宣传攻势，恰好与正处于红火状态的邮票、普通纪念币、电话纪念卡市场形成呼应，迅速吸引了邮票、普通纪念币收藏者和经营者的眼球。这款金银纪念币一经面市，便供不应求，价格扶摇直上。

《毛泽东诞辰100周年》金银纪念币在国内市场的首发成功，使发行者看到了国内市场的广阔前景。其后发行的《中国古典文学名著·三国演义》、《香港回归》等金银纪念币，上市后价格便高开高走，受到市场热力追捧，并导致前期在海外发行的金银纪念币回流国内市场。到1997年4月，中国金银纪念币以高出发售价格数倍的利润，站稳国内市场。至此，中国金银纪念币国内、国外两个市场并存的格局形成。在这一阶段，中国金银币的市场拓展也具有鲜明特点。

发行量整体呈扩容趋势且张弛有度 1993年前后，中国金银纪念币正处在一个发行品种扩容，但发行量缩容的阶段。在这一阶段，每年发行的品种多达100个左右，但每个品种的发行量却不大。

例如，极受收藏者青睐的生肖纪念币，1993年发行的《癸酉（鸡）年》1/2盎司梅花形金币发行量为2300枚，12盎司、5盎司和1盎司金币发行量分别为99枚、99枚和1900枚；同题材的银币，2/3盎司梅花形银币发行量为6800枚，12盎司、5盎司和1盎司银币发行量分别为500枚、1000枚和9000枚；同题材的1盎司铂金币发行量为300枚。就连《毛泽东诞辰100周年》这样的重大题材，其发行量亦不太大。《毛泽东诞辰100周年》5盎司金币发行量仅为100枚，1/2盎司国内版金币发行量为5000枚，1/2盎司海外版金币发行量为2500枚；同题材的5盎司银币发行量为1500枚。同年发行的《观音》18两金币发行量为88枚，1盎司、1/2盎司、1/4盎司、1/10盎司和1/20盎司精制金币（背面观音像旁有祥云）

① 海外版铸币背面多铸了一个字母“S”。国内版1/2盎司金币发行量5000枚，海外版1/2盎司金币发行量2500枚。