

fof基金是比较受欢迎的基金，分为外部fof和内部fof两种，其产品的特点、优势大相径庭，那内部fof和外部fof的区别是什么？

内部FOF

所谓内部FOF，指的是基金公司发行FOF产品，其所投资的公募基金集中于本基金公司的基金产品。对于公募基金公司来说，内部FOF的运作简单易行，而且能实现更好的风险控制，在FOF的发展前景尚未明朗之前，推广内部FOF是相对更加经济、安全的选择。

例如，景顺长城此前基金组合，分别为激进型套餐、稳健型套餐以及保守型套餐。这三款套餐组合均为景顺长城旗下的基金产品，标的基金的比例由景顺长城配置，且在有效期限内始终以固定的配置比例发售。

据观察，由基金公司为主体来发行FOF产品，大部分会沦为内部FOF。

原因是基金公司之间互为竞争关系，如果某家基金公司发行了外部FOF产品，在对其他基金公司产品调研过程中，由于绝大部分基金公司对同行的FOF调研有抵触情绪，使得这家基金公司会很难获得其他基金公司真实有效的信息，其外部FOF的运作就会变得较为艰难。

这也表明了，由基金公司作为主体来发行外部FOF产品实际上是不大合适的。

此外，在资产配置越来越讲究“私人订制”的背景下，由于单个基金公司的公募产品数量有限，其FOF资产配置多元化和个性化的效果会大打折扣。而对比之下，外部FOF产品由于更加开放、多元化的特质而具备更多市场发展潜力。

外部FOF

所谓外部FOF产品，即第三方独立基金销售机构作为发售基金产品的主体，在代销其他公募基金产品的基础上，结合自身的投研分析、技术等能力将其所代销的基金产品打包成一种新型的基金组合。外部FOF产品能把不同基金公司的产品根据不同的需求和主题融合在一起，更加具备多元化。

据观察，某电商互金平台了外部FOF产品，同时也该平台合作基金公司内部FOF产品。其中，该平台外部FOF产品所投标的包括其合作基金公司的所有基金产品，分为激进型、稳健型以及保守型三大类产品，且配置的基金品种、比例信息均公开

。据该平台官网信息介绍，上述这些外部FOF产品均由该平台组建的投研团队进行开发和运营。

与此同时，该平台所合作基金公司的内部FOF产品所投标的仅局限于该基金公司旗下基金产品，每一家基金公司旗下的产品也均归类为激进型、稳健型和保守型三类产品。

据不完全统计，该电商的互金平台所代销的基金合计仅288只，为数不多，而其在代销产品数量有限的基础上，寻找到了适用于状态的销售方式——外部FOF和内部FOF同时进行。

由此，在基金代销平台所代销的产品为数不多的背景下，上述平台的销售方式提供了一种新思路，即把内部FOF产品和外部FOF产品结合的方式将产品“打包”销售。这对于该基金代销平台欲重点某些基金产品而言，这样“内外”结合的销售方式实际上起着双重推广的效果。