

乳铁蛋白加持，价格就能翻倍？

揭秘婴幼儿辅食「高端化」背后的「焦虑生意」

社交平台上，一条“千万不要去母婴店”的分享下，一位宝妈写道，她只想买包尿不湿，导购却紧跟着推荐DHA、叶黄素。“话里话外的意思，好像不给孩子补，孩子就会生病。”另一位宝妈说，老人去给6个月大的婴儿买磨牙棒，结果被说服，拎回了两大包儿童火腿肠。

一些家长在育儿方面存在的焦虑感，正催生围绕婴幼儿辅食的产业链条向“高端化”发展。

母婴店里划“长高专区” 多种辅食卖得贵

2025年12月底，记者走进济南某连锁母婴店，发现货架被划分出“长高专区”“免疫力能量站”等区域。

当记者在“长高专区”查看时，导购员赶忙过来介绍：“每个宝宝都要补钙，等到医院查出来缺钙时再补就晚了。”当记者进一步追问，添加这些补充剂究竟有多大用处时，导购员说：“坚持补钙，孩子会比预期身高多长5到10厘米。”

在奶粉区，乳铁蛋白、DHA、ARA、OPO结构脂、益生菌等已是成分表上的“标配”，有机奶源、A2β-酪蛋白等较为生僻的概念进一步将产品推向高端。

“这款奶粉含有95%高纯度乳铁蛋白，能很大程度增强宝宝免疫力。”导购员推介的一罐750克奶粉，售价308元，约合0.4元/克。而货架上同品牌一款不含乳铁蛋白的普通配方奶粉，900克售价158元，约合0.18元/克。

某母婴店已离职的一名导购员告诉记者，她曾工作的母婴店除了售卖母

婴产品，还会提供婴儿游泳、洗澡等服务。她应聘的是给宝宝洗澡的岗位，培训师却要求她必须熟记店内数十种产品的信息，日常工作，还要向带宝宝来洗澡的家长推荐DHA。“可以告诉家长，之前有个患多动症的孩子，



济南某连锁母婴店内展示的奶粉功效宣传页

吃了DHA之后，现在成绩名列前茅。”培训师这样说。

婴幼儿辅食区产品更是琳琅满目，从单纯的米粉、果泥，发展到磨牙饼干、零食泡芙，再到鳕鱼肠、果糕蜜饯，这些辅食包装精美，价格是普通食品的3到10倍。

以某品牌婴儿面条为例，按咀嚼难度分为5个阶段，180克统一售价39.8元。导购人员解释，这是“科学分段”。然而，记者比对发现，5阶面条的配料表完全一致，仅是形态略有不同。

不同成本的产品 代工厂原料相差大

周女士在青岛拥有一家婴幼儿食品代工厂，为一些品牌和实体店供货。

周女士发在朋友圈里的内容，按照日期整齐排列。打蛋液、挤花、做米糕，每一张图片都透着精致“手作”的温度。

“这些图，客户直接拿走用。”周女士的客户多是在社交平台上展示“亲手制作”的店主们，需要这些素材来展示制作过程。周女士说：“我们有食品相关的许可证，但他们大多不要。他们告诉客人，东西全是自己做的。”

除此之外，还有部分品牌选择代工厂加工，只需要告知产品形式和成本控制。不同成本的产品，使用的原料相差很大。

“成分看起来都是‘淡奶油’，但不同产品之间差别太大了。”周女士说，同样净含量的淡奶油，多的上百元一瓶，少的十几元一瓶。

这些差异最终体现在产品上。以

婴幼儿辅食中常见的溶豆为例，“用新鲜鸡蛋和奶粉制作的溶豆，每斤成本在150元左右，市面上50元一斤的产品，有的是用乳清粉、蛋清粉制作的。”周女士说。

辅食私房店利润高 品质难以统一和追溯

柒柒的辅食工作室里，飘着淡淡的蒸食香气。不同于工厂的大规模、大投入，这间工作室的经营只有她一个人，每天成交几十单。

“食材成本不高。”她说，“比如，一盒4个的婴幼儿馒头，成本5元，能卖30多元。”她认为，婴幼儿食品这门生意毛利率高。

在一个几百人的宝妈社群里，柒柒每天都会发一些采购新鲜蔬菜、制作糕点、处理食材的图片或短视频，顾客看到这些画面，仿佛自己也参与了为宝宝亲手制作食物的过程。

山东营养学会妇幼营养专委会秘书长、山东大学附属儿童医院营养科主治医师孙青表示，此类私房生产往往品质难以统一和追溯，生产环境、原料和成品通常不受婴幼儿食品国家标准的约束和监管。

“目前的婴幼儿食品营销中，存在就某一种有效成分夸大其词的现象，比如，有些奶粉添加了DHA就说能促进大脑发育，实际上更应关注产品中这些物质的含量。”孙青提醒，食物中的某些成分确实可以起到一定的促进作用，但那都是理想摄入情况下得出的科学研究结果。建议各位家长以安全优质的天然食物为选择基础，引导婴幼儿养成良好的饮食习惯。

据2026年1月7日《大众日报》
记者 贾涵宇 胡迎迎

