

Ca cao Việt Nam: Hành trình biến hạt nhỏ thành “vàng nâu” quốc tế

06:13 02/12/2025

Việt Nam nổi tiếng là quốc gia xuất khẩu nông sản lớn, với gạo, cà phê, cao su, trà và điều là những mặt hàng chủ lực. Giữa bản đồ nông nghiệp ấy, ca cao vẫn còn khiêm tốn, nhưng đang được xem là “vàng nâu” tiềm năng.

Diện tích trồng ca cao cả nước chỉ khoảng 3.000 ha với sản lượng hạt khô gần 3.500 tấn/năm, tập trung ở Tây Nguyên, Đông Nam Bộ, Đồng bằng sông Cửu Long và Duyên hải Nam Trung Bộ, thấp hơn nhiều so với cà phê hay điều.



Hạt ca cao thô sau khi lên men.

Mặc dù sản lượng còn hạn chế, chất lượng ca cao Việt Nam được đánh giá cao. Chuyên gia Olivier Nicod cho rằng, hương vị ca cao Việt Nam nhờ quy trình lên men và phơi sấy cải tiến, đặc biệt tại Bến Tre, phù hợp cho phân khúc chocolate thủ công cao cấp. Một số lô hạt ca cao Việt Nam từng được xếp vào nhóm “tốt

nhất thế giới”, tạo hình ảnh nguyên liệu chất lượng trên thị trường quốc tế, nơi giá trị gia tăng cao hơn nhiều so với ca cao đại trà.

Tuy nhiên, ngành chế biến chocolate trong nước vẫn còn quy mô nhỏ. Các xưởng thủ công chủ yếu phục vụ thị trường ngách, du lịch hoặc nội địa, chưa đủ năng lực xuất khẩu lớn. Thói quen tiêu thụ chocolate tại Việt Nam chưa phổ biến, phần lớn dựa vào sản phẩm nhập khẩu. Khoảng cách giữa tiềm năng nguyên liệu, năng lực chế biến và thị trường khiến ca cao Việt Nam chưa thể bứt phá.



Thành phẩm chocolate được làm từ ca cao.

Các chuyên gia đề xuất ba giải pháp chính. Thứ nhất, nâng cao chất lượng nguyên liệu ngay tại vùng trồng, cải thiện kỹ thuật lên men, phơi sấy, khuyến khích canh tác xen canh và chia sẻ giá trị công bằng với nông dân, vốn hiện chỉ nhận khoảng 6–7% giá trị một thanh chocolate. Thứ hai, đầu tư công nghệ hiện đại để tạo ra sản phẩm chuẩn quốc tế, đồng nhất chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm. Thứ ba, thúc đẩy liên kết giữa doanh nghiệp, chuyên gia quốc tế và hệ sinh thái khởi nghiệp, tận dụng phụ phẩm ca cao như vỏ hạt để làm trà, bột dinh dưỡng hay phân bón hữu cơ, xây dựng kinh tế tuần hoàn.

Với nguồn nguyên liệu chất lượng, sự hỗ trợ công nghệ và liên kết doanh nghiệp, ca cao Việt Nam có tiềm năng trở thành sản phẩm xuất khẩu cao cấp, nâng tầm thương hiệu nông sản Việt trên thị trường quốc tế. Đây là cơ hội để “vàng nâu” Việt Nam không chỉ dừng ở tiềm năng mà trở thành ngành hàng chiến lược bền vững.

