

Cà phê Việt trước bài toán mới: Không chỉ bán hạt, phải bán giá trị

06:06 26/10/2026

Xuất khẩu cà phê Việt Nam đang đứng trước một nghịch lý: Lượng hàng tăng nhanh nhưng giá trị chưa tăng tương ứng. Khi nguồn cung thế giới dần phục hồi và lợi thế giá cao không còn như trước, dư địa tăng trưởng của ngành sẽ phụ thuộc nhiều hơn vào chất lượng, chế biến, truy xuất nguồn gốc và khả năng xây dựng giá trị riêng cho cà phê Việt.

Lợi thế sản lượng không còn đủ tạo tăng trưởng

Niên vụ 2025-2026, Việt Nam xuất khẩu khoảng 1,8 triệu tấn cà phê, tăng 21% so với niên vụ trước, nhưng kim ngạch chỉ đạt khoảng 8,5 tỷ USD, tăng khoảng 1%. Chênh lệch lớn giữa tốc độ tăng lượng và giá trị cho thấy ngành cà phê đang đứng trước một bài toán mới: bán được nhiều hơn chưa chắc thu về nhiều hơn.

Theo Hiệp hội Cà phê - Ca cao Việt Nam (VICOFA), sản lượng cà phê niên vụ 2025-2026 ước đạt gần 1,9 triệu tấn, tăng 6-10%. Robusta tiếp tục chiếm hơn 90% tổng sản lượng, giữ vị trí chủ lực trong cơ cấu xuất khẩu.

Tuy nhiên, giá cà phê đã giảm đáng kể sau giai đoạn tăng cao. Tại Tây Nguyên, cuối tháng 9/2026, giá cà phê phổ biến khoảng 93.000-93.600 đồng/kg, thấp hơn nhiều so với mức 115.000-118.000 đồng/kg cuối năm 2025.



Cà phê Việt Nam đang đứng trước yêu cầu chuyển từ xuất khẩu nguyên liệu sang nâng giá trị thông qua chất lượng, chế biến sâu và truy xuất nguồn gốc.

Trong 9 tháng năm 2026, Việt Nam xuất khẩu khoảng 1,45 triệu tấn cà phê, trị giá 6,57 tỷ USD, tăng 16,3% về lượng nhưng giảm 6,9% về giá trị. Giá xuất khẩu bình quân đạt 4.524 USD/tấn, giảm khoảng 20% so với cùng kỳ.

Diễn biến này phần nào phản ánh sự thay đổi của thị trường thế giới khi triển vọng nguồn cung cải thiện. Theo Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO), sản lượng cà phê toàn cầu niên vụ 2025-2026 ước khoảng 183,6 triệu bao, tăng 4,4%, trong khi tiêu thụ dự kiến giảm 0,8% xuống 180,6 triệu bao.

Khi cán cân cung - cầu không còn nghiêng mạnh về phía thiếu hụt, khả năng duy trì mặt bằng giá cao sẽ khó khăn hơn. Đây là lúc lợi thế về sản lượng của Việt Nam cần được bổ sung bằng những lợi thế khác.

Giá trị nằm ở chất lượng, chế biến và khả năng đáp ứng tiêu chuẩn

Một tín hiệu đáng chú ý là phân khúc cà phê chế biến đang tăng trưởng nhanh hơn về giá trị. Niên vụ 2025-2026, Việt Nam xuất khẩu khoảng 142.600 tấn cà phê chế biến, thu về 1,5 tỷ USD, tăng 15% về lượng và 14% về giá trị so với niên vụ trước.

Dù cà phê nhân vẫn chiếm tỷ trọng lớn, sự phát triển của cà phê rang xay, hòa tan và các sản phẩm chế biến sâu cho thấy doanh nghiệp đang từng bước tìm cách giữ lại nhiều giá trị hơn trong nước. Đây cũng là hướng giúp ngành giảm

bớt sự phụ thuộc vào giá nguyên liệu trên thị trường thế giới.

Tuy nhiên, chế biến sâu chỉ thực sự tạo khác biệt nếu đi cùng chất lượng ổn định, công nghệ, thương hiệu và hệ thống phân phối. Nếu chỉ xuất khẩu sản phẩm chế biến nhưng vẫn cạnh tranh chủ yếu bằng giá, dư địa gia tăng giá trị sẽ hạn chế.

Cùng với đó, yêu cầu về truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn môi trường đang trở thành một phần của giá trị sản phẩm. EU tiếp tục là thị trường quan trọng khi chiếm hơn 38% lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam. Theo VICOFA, những lô hàng đáp ứng yêu cầu của Quy định chống phá rừng của EU (EUDR) có thể được người mua trả thêm khoảng 50 USD/tấn.

Điều này cho thấy tuân thủ tiêu chuẩn không còn đơn thuần là chi phí để duy trì thị trường. Nếu được tổ chức tốt, dữ liệu vùng trồng, truy xuất nguồn gốc và quy trình sản xuất bền vững có thể trở thành một lợi thế thương mại.

Thị trường cũng đang mở rộng theo hướng đa dạng hơn. Trong 9 tháng năm 2026, xuất khẩu cà phê sang Trung Quốc đạt khoảng 54.600 tấn, trị giá 279,6 triệu USD, tăng lần lượt 48,8% và 53,1%. Tại Mỹ, lượng xuất khẩu tăng 46%, trong khi giá trị chỉ tăng 13,8%, một lần nữa cho thấy bài toán giá trị vẫn là thách thức lớn.

Trong bối cảnh Brazil và Uganda tăng sản xuất, chế biến Robusta, Việt Nam sẽ khó duy trì lợi thế chỉ bằng quy mô. Ngành cà phê vì vậy cần chuyển từ tư duy “bán được nhiều hàng” sang “bán được sản phẩm có giá trị cao hơn”.

Để làm được điều này, doanh nghiệp cần đầu tư sâu hơn vào vùng nguyên liệu, chất lượng hạt, công nghệ chế biến, thương hiệu và hệ thống phân phối; đồng thời phối hợp với nông dân để kiểm soát truy xuất nguồn gốc ngay từ vùng trồng.

Với nền tảng sản lượng lớn và vị thế hàng đầu về Robusta, Việt Nam vẫn có lợi thế đáng kể trên thị trường thế giới. Nhưng trong chu kỳ mới, lợi thế đó chỉ được chuyển thành tăng trưởng bền vững nếu mỗi tấn cà phê xuất khẩu tạo ra nhiều giá trị hơn thay vì chỉ tăng về số lượng.

Nam Sơn (t/h)