

Cây từ Indonesia giúp Việt Nam dẫn đầu xuất khẩu, thu về hơn 210 triệu USD, được mệnh danh “vàng nâu triệu đô”.

15:01 08/09/2025

Hiện nay, Indonesia vẫn đóng vai trò là nhà cung cấp chủ lực cho Việt Nam đối với loại cây lâu đời này, giữ vị trí quan trọng trong chuỗi cung ứng và góp phần đáng kể vào sự phát triển hoạt động xuất khẩu của nước ta.

Việt Nam hiện giữ vị trí số một thế giới về xuất khẩu quế, với diện tích trồng đạt khoảng 180.000 ha. Tuy nhiên, để duy trì lợi thế cạnh tranh, ngoài nguồn cung nội địa, nước ta vẫn phải nhập khẩu thêm quế từ các thị trường lớn như Indonesia, Trung Quốc,...

Theo số liệu từ Hiệp hội Hồ tiêu Việt Nam (VPSA), trong tháng 8 vừa qua, Việt Nam nhập 330 tấn quế với giá trị 0,8 triệu USD, giảm 33,2% so với tháng trước. Trong đó, nguồn cung từ Indonesia chiếm áp đảo với 318 tấn, tương ứng 96,4% tổng lượng nhập.

Lũy kế 8 tháng năm 2025, lượng quế nhập khẩu của Việt Nam đạt 3.102 tấn, trị giá 7,4 triệu USD, giảm lần lượt 4,0% về lượng và 5,1% về kim ngạch so với cùng kỳ 2024. Indonesia và Trung Quốc tiếp tục là hai đối tác lớn, cung ứng lần lượt 2.221 tấn và 346 tấn cho thị trường trong nước.



Ảnh minh họa (nguồn: Internet)

Ở chiều ngược lại, tính đến hết tháng 8/2025, Việt Nam đã xuất khẩu 83.045 tấn quế, mang về 210,4 triệu USD. So với cùng kỳ 2024, xuất khẩu tăng 18,9% về lượng và 32,0% về giá trị. Trong đó, Ấn Độ là thị trường tiêu thụ lớn nhất với 33.058 tấn, tiếp đến là Mỹ với 8.751 tấn.

Việt Nam hiện giữ ngôi đầu thế giới về xuất khẩu quế, dù sản lượng chỉ đứng thứ ba sau Indonesia và Trung Quốc. Năm 2022, kim ngạch xuất khẩu quế đạt gần 300 triệu USD, chiếm 18,2% sản lượng và 34,4% thị phần toàn cầu. Đến năm 2024, Việt Nam xuất khẩu 99.874 tấn, trị giá 274,5 triệu USD, tăng 11,7% về lượng và 5,2% về giá trị so với năm trước.

Diện tích trồng quế cũng tăng mạnh, từ 13.863 ha năm 2000 lên 186.000 ha năm 2023, tập trung chủ yếu ở Yên Bái (47,8%) và Lào Cai (33,3%). Thị trường xuất khẩu ngày càng đa dạng, trong đó Ấn Độ chiếm 35,9% tổng lượng năm 2024, Mỹ là thị trường lớn thứ hai với mức tăng 9%, còn Bangladesh tăng trưởng mạnh tới 42,5%.

Về doanh nghiệp, Prosi Thăng Long dẫn đầu với 14,9% thị phần, tương ứng 14.891 tấn trong năm 2024. Các đơn vị khác như Gia vị Sơn Hà, Tuấn Minh, Senspices Việt Nam và Olam Việt Nam cũng góp phần quan trọng.

Tuy nhiên, các thị trường nhập khẩu lớn đang siết chặt yêu cầu về truy xuất nguồn gốc, chứng nhận hữu cơ, tiêu chuẩn kỹ thuật và an toàn thực phẩm. Trước áp lực này, doanh nghiệp Việt Nam buộc phải đầu tư vào vùng nguyên liệu, công nghệ chế biến và hệ thống kiểm định. Xu hướng phát triển bền vững,

liên kết với nông dân xây dựng vùng nguyên liệu hữu cơ, áp dụng tiêu chuẩn quốc tế như HACCP, GMP, USDA Organic hay EU Organic đang trở thành con đường tất yếu để nâng cao năng lực cạnh tranh và giá trị xuất khẩu lâu dài.

Hà Trần (t/h)