

Chế biến sâu - “chìa khóa” nâng giá trị ca cao Việt trên thị trường toàn cầu

06:33 06/04/2026

Dù sở hữu nguồn nguyên liệu ca cao được đánh giá thuộc nhóm chất lượng cao hiếm hoi trên thế giới, Việt Nam vẫn chưa tận dụng hết tiềm năng của ngành hàng này. Thực tế, thị trường chocolate trong nước đang phụ thuộc lớn vào hàng nhập khẩu, chiếm tới khoảng 60% thị phần bán lẻ. Nghịch lý này đặt ra yêu cầu cấp thiết phải đẩy mạnh chế biến sâu, gia tăng giá trị và xây dựng chuỗi cung ứng bền vững cho ca cao Việt Nam.

Trong những năm gần đây, Việt Nam từng bước ghi dấu trên bản đồ ca cao thế giới. Mỗi năm, lượng xuất khẩu dao động từ 2.000–3.500 tấn, thấp hơn nhiều so với các quốc gia sản xuất lớn. Tuy nhiên, điểm mạnh của Việt Nam không nằm ở sản lượng mà ở chất lượng. Theo Tổ chức Ca cao Thế giới, hạt ca cao Việt thuộc nhóm “fine flavor” – dòng ca cao hương vị đặc biệt, có giá trị cao trên thị trường quốc tế.

Sản phẩm ca cao Việt đã hiện diện tại nhiều thị trường như Nhật Bản, châu Âu và Hoa Kỳ. Đây là nền tảng quan trọng để phát triển các dòng chocolate cao cấp, thay vì chỉ dừng lại ở xuất khẩu nguyên liệu thô như hiện nay.



Ca cao trồng tại Việt Nam đạt chất lượng đặc biệt.

Trong bối cảnh hội nhập văn hóa, thị trường tiêu thụ chocolate tại Việt Nam cũng tăng trưởng mạnh. Sự phổ biến của các dịp lễ như Valentine, Giáng sinh hay nhu cầu quà tặng doanh nghiệp đã khiến chocolate trở thành sản phẩm quen thuộc, đặc biệt trong giới trẻ. Xu hướng tiêu dùng cũng chuyển dịch sang các dòng chocolate đen, ít đường, giàu cacao – phân khúc có giá trị cao.

Tuy nhiên, chuỗi giá trị trong nước vẫn còn nhiều hạn chế. Phần lớn ca cao vẫn được xuất khẩu dưới dạng nguyên liệu, trong khi sản phẩm chocolate chế biến sâu chưa đủ sức cạnh tranh về chất lượng, mẫu mã và thương hiệu. Bên cạnh đó, chi phí đầu tư cho sản xuất và bảo quản chocolate, đặc biệt là dòng tươi, còn cao, khiến nhiều doanh nghiệp lựa chọn nhập khẩu thay vì tự sản xuất.

Dẫu vậy, tín hiệu tích cực đã xuất hiện khi nhiều doanh nghiệp và hợp tác xã bắt đầu đầu tư bài bản vào chế biến sâu. Một số thương hiệu “Made in Vietnam” đã đưa chocolate Việt ra hơn 20 quốc gia, từng bước khẳng định vị thế trên phân khúc cao cấp. Lợi thế của ngành ca cao Việt là quy mô nhỏ, cho phép tập trung vào chất lượng và hương vị đặc trưng – yếu tố được thị trường quốc tế đánh giá cao.

Ở cấp độ sản xuất, sự liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân đang đóng vai trò quan trọng. Trước đây, cây ca cao từng bị xem là cây trồng phụ với giá trị thấp, nhiều nông dân đã chặt bỏ. Hiện nay, nhờ mô hình hợp tác và bao tiêu sản phẩm, giá ca cao lên men đạt 150.000–230.000 đồng/kg, mang lại thu nhập ổn định cho người trồng.

Các doanh nghiệp tiên phong không chỉ thu mua mà còn đầu tư vào đào tạo kỹ thuật, xây dựng vùng nguyên liệu và hỗ trợ thiết bị sơ chế. Một số mô hình còn tổ chức thử nếm, đánh giá chất lượng và thưởng giá cao hơn cho sản phẩm đạt chuẩn, qua đó tạo động lực nâng cao chất lượng toàn chuỗi.

Song song đó, việc xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc cũng đang được chú trọng. Mỗi lô sản phẩm được ghi chép chi tiết từ vùng trồng, quy trình chế biến đến chất lượng, đáp ứng yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường quốc tế.

Theo Forest Trends, thị trường chocolate toàn cầu đạt hơn 130 tỷ USD năm 2024 và dự kiến tăng lên gần 173 tỷ USD vào năm 2030. Các xu hướng như sản phẩm hữu cơ, thuần chay và không đường đang phát triển nhanh, mở ra cơ hội lớn cho những quốc gia có nguồn nguyên liệu chất lượng như Việt Nam.

Tuy nhiên, để tận dụng được cơ hội này, ngành ca cao cần chuyển đổi theo hướng minh bạch, kiểm soát chất lượng toàn chuỗi và tăng cường liên kết giữa các tác nhân. Việc đầu tư vào chế biến sâu, xây dựng thương hiệu và đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế sẽ là yếu tố then chốt giúp ca cao Việt Nam nâng cao giá trị, giảm phụ thuộc vào xuất khẩu thô và từng bước chinh phục thị trường cao cấp toàn cầu.

Nam Sơn