TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Giữ đà xuất khẩu cà phê: Bài toán không còn nằm ở sản lượng

06:20 25/07/2026

Sản lượng xuất khẩu tăng nhưng kim ngạch giảm cho thấy ngành cà phê Việt Nam đang bước vào giai đoạn cạnh tranh mới, khi giá bán không còn duy trì ở mức cao như năm trước. Trong bối cảnh nguồn cung toàn cầu dần phục hồi và các thị trường nhập khẩu ngày càng khắt khe, dư địa tăng trưởng của ngành sẽ phụ thuộc nhiều hơn vào chất lượng, chế biến sâu và khả năng mở rộng thị trường thay vì chỉ gia tăng khối lượng xuất khẩu.

Giá giảm làm thay đổi bức tranh xuất khẩu

Nửa đầu năm 2026, xuất khẩu cà phê Việt Nam tiếp tục duy trì quy mô lớn trên thị trường quốc tế, song hiệu quả về giá trị không còn như giai đoạn trước.

Theo Bộ Nông nghiệp và Môi trường, riêng tháng 6/2026, Việt Nam xuất khẩu khoảng 150 nghìn tấn cà phê, đạt 552,6 triệu USD. Lũy kế 6 tháng đầu năm, lượng xuất khẩu đạt 1,1 triệu tấn, tăng 9,7% so với cùng kỳ năm trước, nhưng kim ngạch chỉ đạt 4,78 tỷ USD, giảm 14,4%.

Nguyên nhân chủ yếu đến từ việc giá xuất khẩu bình quân giảm mạnh sau giai đoạn lập đỉnh trong năm 2025. Khi thị trường thế giới bước vào chu kỳ điều chỉnh, tăng trưởng về sản lượng không còn đủ để bù đắp mức giảm của giá bán.



Việc đẩy mạnh chế biến sâu, nâng cao chất lượng và đa dạng hóa thị trường được xem là giải pháp quan trọng giúp ngành cà phê duy trì năng lực cạnh tranh trong bối cảnh giá thế giới biến động và nguồn cung toàn cầu gia tăng. Ảnh AI

Diễn biến này phản ánh thực tế rằng ngành cà phê đang chịu ảnh hưởng trực tiếp từ biến động cung - cầu toàn cầu. Sau thời gian thiếu hụt nguồn cung khiến giá tăng mạnh, triển vọng sản lượng tại các quốc gia sản xuất lớn đang dần cải thiện, tạo áp lực điều chỉnh đối với giá cà phê thế giới.

Ở góc độ thị trường, Liên minh châu Âu (EU) vẫn là khu vực tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam. Tuy nhiên, nhu cầu giữa các quốc gia thành viên đang có sự phân hóa. Một số thị trường vẫn duy trì nhập khẩu ổn định, trong khi nhiều nước giảm mua do lượng tồn kho cao và sức tiêu dùng phục hồi chậm.

Ngược lại, khu vực châu Á đang nổi lên như động lực tăng trưởng mới. Tại nhiều nền kinh tế Đông Bắc Á, mức tiêu thụ cà phê tiếp tục mở rộng nhờ thu nhập người dân tăng, hệ thống bán lẻ hiện đại phát triển và xu hướng sử dụng cà phê trong giới trẻ ngày càng phổ biến. Điều này mở ra cơ hội để doanh nghiệp Việt Nam đa dạng hóa thị trường, giảm dần sự phụ thuộc vào các khu vực truyền thống.

Nâng giá trị thay vì chỉ tăng sản lượng

Dù giá cà phê thế giới có xu hướng phục hồi trong những ngày đầu tháng 7 do lo ngại gián đoạn nguồn cung ngắn hạn, nhiều tổ chức phân tích vẫn cho rằng

áp lực giảm giá sẽ quay trở lại khi Brazil và Indonesia bước vào vụ thu hoạch mới với sản lượng dự kiến tăng.

Brazil tiếp tục giữ vị trí quốc gia xuất khẩu cà phê lớn nhất thế giới, trong khi Indonesia được kỳ vọng phục hồi mạnh sau giai đoạn sản lượng suy giảm. Nguồn cung bổ sung từ hai quốc gia này sẽ khiến cạnh tranh trên thị trường quốc tế trở nên gay gắt hơn trong nửa cuối năm.

Trong nước, giá cà phê tăng theo diễn biến quốc tế nhưng lượng hàng còn lại trong dân không nhiều. Nguồn cung hạn chế khiến các doanh nghiệp phải tăng cường thu mua để thực hiện các hợp đồng xuất khẩu đã ký, kéo theo chi phí vốn và áp lực tài chính gia tăng.

Trong bối cảnh đó, việc duy trì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sẽ phụ thuộc nhiều hơn vào khả năng nâng cao giá trị thay vì mở rộng sản lượng.

Một hướng đi đang được nhiều doanh nghiệp lựa chọn là gia tăng tỷ trọng cà phê rang xay, cà phê hòa tan, cà phê đặc sản (specialty coffee) và các sản phẩm chế biến sâu. So với xuất khẩu cà phê nhân truyền thống, các sản phẩm này mang lại giá trị gia tăng cao hơn, đồng thời đáp ứng xu hướng tiêu dùng mới tại nhiều thị trường.

Song song với chế biến sâu, việc xây dựng vùng nguyên liệu đạt các tiêu chuẩn quốc tế, mở rộng diện tích sản xuất bền vững, đáp ứng các quy định về truy xuất nguồn gốc và giảm phát thải cũng sẽ trở thành yếu tố quan trọng giúp cà phê Việt Nam duy trì lợi thế cạnh tranh.

Trong dài hạn, lợi thế của ngành cà phê sẽ không chỉ được đo bằng vị trí trong nhóm các quốc gia xuất khẩu lớn nhất thế giới, mà còn bằng khả năng nâng tỷ trọng sản phẩm có giá trị cao trong cơ cấu xuất khẩu. Khi cạnh tranh toàn cầu chuyển từ giá sang chất lượng, thương hiệu và phát triển bền vững, đây sẽ là nền tảng để cà phê Việt Nam giữ vững thị phần và tạo dư địa tăng trưởng ổn định trong những năm tới.

Nam Sơn *(t/h)*