

Giữ ngôi đầu xuất khẩu hồ tiêu: Cuộc cạnh tranh giờ nằm ở chất lượng

06:13 30/07/2026

Việt Nam tiếp tục giữ vị trí quốc gia xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất thế giới với thị phần hơn 36% toàn cầu. Tuy nhiên, khi dư địa mở rộng thị phần ngày càng thu hẹp và các thị trường nhập khẩu liên tục nâng cao tiêu chuẩn kỹ thuật, lợi thế cạnh tranh của ngành hồ tiêu không còn nằm ở sản lượng mà chuyển sang chất lượng, tính minh bạch và phát triển bền vững.

Lợi thế thị phần lớn nhưng áp lực cạnh tranh ngày càng cao

Sau nhiều năm giữ vị trí dẫn đầu thế giới về xuất khẩu hồ tiêu, Việt Nam đang bước vào giai đoạn phát triển mới. Nếu trước đây mục tiêu là mở rộng sản lượng và gia tăng thị phần, thì hiện nay bài toán đặt ra là làm thế nào để duy trì vị thế trong bối cảnh các yêu cầu từ thị trường nhập khẩu ngày càng khắt khe.

Theo số liệu của Cục Hải quan, trong 6 tháng đầu năm 2026, Việt Nam xuất khẩu 146.000 tấn hồ tiêu, thu về 950,2 triệu USD, tăng 18,5% về lượng và tăng 12,1% về giá trị so với cùng kỳ năm trước. Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường tiêu thụ lớn nhất với hơn 36.000 tấn, trị giá khoảng 260 triệu USD. Bên cạnh đó, xuất khẩu sang Thổ Nhĩ Kỳ, Thái Lan, Hà Lan, Ai Cập, Pakistan và Philippines cũng ghi nhận mức tăng trưởng tích cực.



Ngành hồ tiêu Việt Nam đang đẩy mạnh chuyển đổi sang mô hình sản xuất bền vững, đáp ứng các tiêu chuẩn ngày càng khắt khe của thị trường xuất khẩu. Ảnh minh họa.

Đáng chú ý, số liệu của Ủy ban Thương mại quốc tế Hoa Kỳ (USITC) cho thấy trong 5 tháng đầu năm 2026, hồ tiêu Việt Nam chiếm gần 80% lượng nhập khẩu của Hoa Kỳ và hơn 80% về giá trị. Trong khi đó, nguồn cung từ Indonesia và Ấn Độ đều sụt giảm.

Theo đánh giá của Cục Hải quan, việc nắm giữ thị phần quá lớn cũng đồng nghĩa dư địa mở rộng thị trường không còn nhiều. Điều này buộc doanh nghiệp phải chuyển từ mục tiêu tăng sản lượng sang nâng cao giá trị gia tăng thông qua chế biến sâu, xây dựng thương hiệu và cải thiện chất lượng sản phẩm.

Áp lực còn đến từ việc các thị trường lớn như EU, Hoa Kỳ và Hàn Quốc liên tục cập nhật quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, truy xuất nguồn gốc, phát triển bền vững và phát thải carbon. Trong năm 2025, EU đã phát đi 66 cảnh báo đối với nhóm hồ tiêu và gia vị, trong đó Việt Nam có 6 cảnh báo liên quan đến dư lượng hóa chất và phẩm màu công nghiệp. Dù số lượng không lớn, đây vẫn là tín hiệu cho thấy các tiêu chuẩn nhập khẩu đang ngày càng nghiêm ngặt.

Xây dựng chuỗi giá trị bền vững để giữ vững vị thế số một

Theo Hiệp hội Hồ tiêu và Cây gia vị Việt Nam (VPSA), muốn duy trì lợi thế cạnh tranh trong giai đoạn mới, ngành hồ tiêu cần chuyển từ mô hình sản xuất truyền thống sang chuỗi giá trị bền vững, đáp ứng đồng thời các yêu cầu về

chất lượng, môi trường và truy xuất nguồn gốc.

Hiện VPSA đang triển khai chương trình sản xuất hồ tiêu theo hướng phát thải thấp với các giải pháp như quản lý dịch hại tổng hợp (IPM), tăng sử dụng chế phẩm sinh học, giảm phân bón hóa học, xây dựng hệ sinh thái canh tác và nâng cao đa dạng sinh học.

Nhiều doanh nghiệp cũng đã chủ động chuyển đổi mô hình sản xuất. Điển hình, chương trình của SIMEXCO Đắk Lắk hướng tới kinh tế tuần hoàn và nông nghiệp tái sinh với mục tiêu giảm khoảng 15% lượng phát thải mỗi năm, đồng thời mở rộng mạng lưới trang trại canh tác bền vững.

Kết quả bước đầu cho thấy các mô hình này không chỉ giúp giảm chi phí sản xuất khoảng 24%, cắt giảm từ 13,5-21,5% lượng phát thải khí nhà kính mà còn duy trì năng suất, nâng cao chất lượng sản phẩm và hạn chế dư lượng hóa chất.

Theo VPSA, xu hướng tiêu dùng trên thế giới đang thay đổi khi người mua không chỉ quan tâm đến chất lượng hạt tiêu mà còn đánh giá quy trình sản xuất, trách nhiệm môi trường và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn ESG, Net Zero. Vì vậy, xây dựng chuỗi giá trị minh bạch từ vùng nguyên liệu đến chế biến và xuất khẩu sẽ là yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh của hồ tiêu Việt Nam trong những năm tới.

Các chuyên gia nhận định, giữ vững vị trí số một thế giới không còn là câu chuyện của sản lượng hay thị phần, mà phụ thuộc vào việc ngành hồ tiêu có tạo dựng được hình ảnh một nguồn cung chất lượng cao, an toàn và phát triển bền vững hay không. Đây cũng là hướng đi để nâng giá trị xuất khẩu và củng cố thương hiệu hồ tiêu Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Nam Sơn (t/h)