

Ngành chè Việt Nam trước cơ hội bứt phá trong năm 2026

07:02 25/02/2026

Những tín hiệu tích cực ngay từ đầu năm 2026, đang mở ra kỳ vọng mới cho ngành chè Việt Nam. Trong bối cảnh thương mại nông sản toàn cầu còn nhiều biến động, kết quả xuất khẩu tháng 1 cho thấy sự phục hồi rõ nét cả về sản lượng lẫn giá trị, tạo nền tảng thuận lợi cho mục tiêu tăng trưởng theo hướng bền vững.

Theo thống kê của Cục Hải quan, tháng 1/2026, Việt Nam xuất khẩu 12.390 tấn chè, đạt kim ngạch gần 21 triệu USD, tăng 28% về lượng và 27% về giá trị so với cùng kỳ năm 2025. Mức tăng này không chỉ phản ánh nhu cầu thị trường cải thiện, mà còn cho thấy nỗ lực thích ứng của doanh nghiệp trước những thay đổi về tiêu chuẩn và thị hiếu tiêu dùng quốc tế.

Điểm đáng chú ý là cơ cấu thị trường xuất khẩu đang có sự dịch chuyển mạnh mẽ. Nga, Ấn Độ và Ba Lan tiếp tục ghi nhận mức tăng trưởng tích cực, trong khi Philippines nổi lên như một thị trường tăng trưởng đột biến với mức tăng ba chữ số. Trái lại, Pakistan – từng chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu xuất khẩu lại giảm sâu, chỉ còn 7,5% trong tháng 1/2026. Sự thay đổi này cho thấy, doanh nghiệp Việt đang từng bước đa dạng hóa thị trường, giảm lệ thuộc vào một số đối tác truyền thống và chủ động tìm kiếm cơ hội mới.



Chè ngày càng được phổ biến tại nhiều nơi trên thế giới, tạo thị trường rộng lớn cho chè Việt

Tuy nhiên, mở rộng thị trường không còn đơn thuần là câu chuyện gia tăng khối lượng. Các nước nhập khẩu ngày càng siết chặt quy định về an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc, chứng nhận hữu cơ và trách nhiệm môi trường. Khi tiêu chuẩn về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật hay phát thải carbon được nâng cao, những sản phẩm không đáp ứng yêu cầu gần như không thể thâm nhập vào hệ thống phân phối chính thống. Điều này buộc ngành chè phải chuyển đổi mạnh mẽ, tập trung nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng.

Năm 2026 vì thế được xem là thời điểm bản lề để ngành chè chuyển từ tăng trưởng “chiều rộng” sang “chiều sâu”. Thay vì duy trì mức giá xuất khẩu bình quân khoảng 1.600–1.700 USD/tấn, mục tiêu đặt ra là nâng giá trị thông qua chế biến sâu, xây dựng thương hiệu và phát triển vùng nguyên liệu đạt chuẩn quốc tế.

Thực tế, nhiều địa phương đã bắt đầu định hình hướng đi mới. Tại tỉnh Thái Nguyên, các hợp tác xã phát triển trà Shan Tuyết theo hướng hữu cơ, chú trọng quy trình canh tác bền vững và kể câu chuyện văn hóa vùng cao gắn với sản phẩm. Nguyên liệu được thu hái từ cây chè cổ thụ sinh trưởng ở độ cao lớn, nơi điều kiện khí hậu đặc thù giúp búp chè tích tụ hương vị riêng biệt. Việc phân hạng sản phẩm và định giá dựa trên công phu chế biến giúp chè đặc sản từng bước tiếp cận phân khúc cao cấp.

Tương tự, tại Sơn La, nhiều đơn vị đã đầu tư vào chế biến sâu, phát triển thương hiệu thay vì xuất khẩu nguyên liệu thô. Hướng đi này không chỉ nâng cao giá trị mỗi tấn chè mà còn tạo cơ hội tiếp cận các hệ thống bán lẻ hiện đại tại châu Âu, Bắc Mỹ và Trung Đông – nơi yêu cầu cao về tính bền vững và bao bì thân thiện môi trường.

Ở quy mô doanh nghiệp lớn, Tổng công ty Chè Việt Nam (Vinatea) đang đẩy mạnh tái cơ cấu vùng nguyên liệu, áp dụng các tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP và nâng cấp nhà máy chế biến. Các dòng sản phẩm chè túi lọc, chè hòa tan, chè thảo mộc được phát triển nhằm đáp ứng xu hướng tiêu dùng mới, khi người mua ngày càng quan tâm đến yếu tố sức khỏe và trải nghiệm.

Xu hướng toàn cầu cho thấy, chè không còn chỉ là mặt hàng nông sản phổ thông mà đang trở thành sản phẩm gắn với lối sống xanh và bền vững. Do đó, xây dựng thương hiệu chè Việt đòi hỏi chiến lược đồng bộ từ quy hoạch vùng nguyên liệu, liên kết sản xuất theo chuỗi, áp dụng tiêu chuẩn quốc tế đến đầu tư công nghệ chế biến sâu.

Với nền tảng tăng trưởng tích cực ngay từ đầu năm, cùng quyết tâm chuyển đổi mô hình sản xuất, ngành chè Việt Nam có cơ hội nâng cao vị thế trên thị trường quốc tế trong năm 2026. Nếu tận dụng tốt xu hướng tiêu dùng mới và tiếp tục đa dạng hóa thị trường, giá trị xuất khẩu chè hoàn toàn có thể bứt phá, thay vì chỉ tăng trưởng dựa vào sản lượng như trước đây.

Nam Sơn (t/h)