

Ngành điều 2026: Đa dạng thị trường, tăng tốc chế biến sâu

05:54 20/02/2026

Bước sang năm 2026, ngành điều Việt Nam khởi động với nhiều tín hiệu tích cực, tiếp nối đà tăng trưởng ấn tượng của năm trước. Theo số liệu từ Cục Hải quan, tháng 1/2026, cả nước xuất khẩu 50,6 nghìn tấn hạt điều, đạt kim ngạch 34,7 triệu USD. So với tháng 12/2025, lượng và trị giá giảm trên 25% do yếu tố mùa vụ và kỳ nghỉ Tết, song nếu so với cùng kỳ năm 2025, xuất khẩu tăng mạnh 35% về lượng và 36,1% về trị giá. Giá xuất khẩu bình quân đạt 6.841 USD/tấn, nhích nhẹ so với các tháng trước.

Hai thị trường chủ lực là Hoa Kỳ và Trung Quốc tiếp tục chiếm gần 37,5% tổng lượng xuất khẩu. Đáng chú ý, nhiều thị trường lớn như Đức, Canada, Anh, Nhật Bản, Thái Lan đều ghi nhận mức tăng trưởng hai con số so với cùng kỳ, cho thấy nhu cầu tiêu thụ hạt điều vẫn duy trì tích cực.

Năm 2025 đánh dấu cột mốc quan trọng khi xuất khẩu hạt điều đạt 766.585 tấn, tương đương 5,22 tỷ USD, tăng 5,7% về lượng và lập kỷ lục mới về kim ngạch. Hạt điều chính thức gia nhập nhóm nông sản xuất khẩu trên 5 tỷ USD, trở thành mặt hàng lớn thứ ba sau rau quả và cà phê. Lần đầu tiên, Trung Quốc vượt Hoa Kỳ để trở thành thị trường nhập khẩu lớn nhất với kim ngạch 1,115 tỷ USD; Hoa Kỳ đạt 975 triệu USD, tiếp theo là Hà Lan với 495 triệu USD.



Kim ngạch xuất khẩu nhân điều của Việt Nam đạt trên 5,43 tỷ USD năm 2025

Theo Hiệp hội Điều Việt Nam, nhu cầu tại Trung Quốc tăng nhờ xu hướng tiêu dùng thực phẩm tốt cho sức khỏe và sự phục hồi kinh tế. Trong khi đó, tại Hoa Kỳ, việc hạt điều nhân sơ chế được hưởng mức thuế 0% tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp gia tăng thị phần. Tuy nhiên, thị trường này cũng cho thấy sự dịch chuyển rõ rệt sang các sản phẩm chế biến sẵn, đòi hỏi doanh nghiệp phải đầu tư mạnh hơn cho chế biến sâu.

Thực tế, giá điều hiện thấp hơn khoảng 5% so với óc chó, hạnh nhân hay hạt dẻ cười, tạo lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu. Song, bài toán nguyên liệu vẫn là thách thức lớn. Hơn 50% lượng điều thô phục vụ chế biến của Việt Nam phải nhập khẩu từ châu Phi. Một số quốc gia như Bờ Biển Ngà đang hạn chế xuất khẩu điều thô để phát triển công nghiệp chế biến nội địa, khiến nguồn cung toàn cầu có nguy cơ cạnh tranh gay gắt hơn.

Để chủ động nguồn nguyên liệu, nhiều doanh nghiệp đã đầu tư nhà máy ngay tại châu Phi hoặc xây dựng vùng nguyên liệu trong nước thông qua liên kết với hợp tác xã. Mô hình bao tiêu sản phẩm không chỉ giúp ổn định nguồn cung mà còn chia sẻ lợi ích với nông dân, hướng tới chuỗi giá trị bền vững.

Ở chiều phát triển sản phẩm, xu hướng chế biến sâu đang trở thành chiến lược dài hạn. Thay vì tập trung vào điều rang muối truyền thống, doanh nghiệp đẩy mạnh các dòng sản phẩm giá trị gia tăng như sữa hạt điều, bơ điều, thực phẩm dinh dưỡng, sản phẩm dành cho người ăn chay và ăn kiêng. Khi làm chủ công nghệ chế biến và đa dạng hóa danh mục sản phẩm, ngành điều sẽ giảm phụ thuộc vào một vài thị trường hoặc dòng hàng đơn lẻ, hạn chế rủi ro biến động

giá.

Năm 2026 được dự báo tiếp tục thuận lợi khi nhu cầu tiêu thụ hạt điều tăng tại Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Nga và các nước ASEAN. Xu hướng tiêu dùng thực phẩm có nguồn gốc thực vật mở ra không gian mới cho sản phẩm chế biến sâu.

Từ nền tảng tỷ đô đã được thiết lập, ngành điều Việt Nam đang đứng trước cơ hội tái định vị: không chỉ giữ vững vai trò dẫn đầu thế giới về xuất khẩu điều nhân, mà còn nâng cao giá trị gia tăng, củng cố tính bền vững và từng bước xây dựng thương hiệu mạnh trên thị trường toàn cầu.

Nam Sơn (t/h)