

Ngành trà Việt muốn tăng biên lợi nhuận phải đi bằng “con đường SPS” và chế biến sâu

14:29 29/05/2026

Ngành trà Việt Nam đang đứng trước cơ hội lớn để tái định vị trên bản đồ xuất khẩu toàn cầu khi xu hướng tiêu dùng thế giới ngày càng ưu tiên các sản phẩm chất lượng cao, an toàn và có giá trị gia tăng. Tuy nhiên, để bước vào nhóm thị trường mang lại biên lợi nhuận cao như Hoa Kỳ và EU, doanh nghiệp trà buộc phải chuyển mạnh từ xuất khẩu nguyên liệu sang chế biến sâu, đồng thời nâng chuẩn nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm và tiêu chuẩn SPS quốc tế.



4 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu trà đạt 34,4 nghìn tấn, thu về 58,5 triệu USD, giảm 3,8% về lượng nhưng tăng 1,2% về giá trị so với cùng kỳ năm 2025. Ảnh minh họa

Thị trường xuất khẩu dịch chuyển mạnh, giảm phụ thuộc vào đối tác truyền thống

Theo số liệu từ Cục Hải quan, tháng 4/2026, Việt Nam xuất khẩu khoảng 8,8 nghìn tấn trà, đạt kim ngạch 15,8 triệu USD. Dù lượng xuất khẩu giảm nhẹ 0,8%, giá trị lại tăng 6,4% so với cùng kỳ năm trước. Giá xuất khẩu bình quân đạt khoảng 1.799 USD/tấn, tăng 7,2%.

Lũy kế 4 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu trà đạt 34,4 nghìn tấn, thu về 58,5 triệu USD, giảm 3,8% về lượng nhưng tăng 1,2% về giá trị so với cùng kỳ năm 2025. Giá xuất khẩu bình quân đạt 1.704,2 USD/tấn, tăng 5,1%. Đây được xem là tín hiệu cho thấy ngành trà đang bắt đầu dịch chuyển sang phân khúc có giá trị cao hơn, dù mức giá hiện tại vẫn thấp hơn đáng kể so với nhiều quốc gia xuất khẩu trà lớn trên thế giới.

Đáng chú ý, cơ cấu thị trường xuất khẩu trà đang thay đổi rõ rệt. Đài Loan vươn lên trở thành thị trường nhập khẩu trà lớn nhất của Việt Nam với 3,8 nghìn tấn, kim ngạch 7 triệu USD, tăng mạnh cả về lượng lẫn giá trị. Giá xuất khẩu sang thị trường này đạt hơn 1.831 USD/tấn, cao hơn mặt bằng chung của toàn ngành.

Trong khi đó, nhiều thị trường truyền thống lại ghi nhận xu hướng suy giảm mạnh. Xuất khẩu trà sang Trung Quốc giảm cả lượng và giá trị, còn thị trường Pakistan lao dốc tới hơn 70%. Việc phụ thuộc vào các thị trường tiêu thụ trà giá thấp đang bộc lộ rõ rủi ro khi nhu cầu và chính sách nhập khẩu biến động.

Ngược lại, các thị trường mới như Ấn Độ, Philippines, Hoa Kỳ hay một số nước Đông Nam Á lại ghi nhận tốc độ tăng trưởng tích cực. Đặc biệt, xuất khẩu sang Philippines tăng hơn gấp đôi cả về lượng và giá trị. Điều này cho thấy doanh nghiệp trà Việt đang phản ứng khá linh hoạt trong việc mở rộng thị trường, giảm dần sự lệ thuộc vào một vài đối tác lớn.

Các chuyên gia đánh giá, xu hướng đa dạng hóa thị trường đang giúp ngành trà tăng khả năng chống chịu trước biến động thương mại toàn cầu. Tuy nhiên, để duy trì tăng trưởng dài hạn, ngành trà không thể tiếp tục cạnh tranh chủ yếu bằng giá rẻ.



Các doanh nghiệp ngành trà cần tập trung đầu tư mạnh vào khâu chế biến sâu và nâng cao nghiêm ngặt các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm (SPS). Ảnh minh họa

Chế biến sâu và tiêu chuẩn SPS là “vé vào cửa” thị trường lợi nhuận cao

Bài toán lớn nhất của ngành trà hiện nay không chỉ là mở rộng thị trường mà là nâng cấp chất lượng xuất khẩu. Thực tế cho thấy phần lớn trà Việt Nam vẫn đang xuất khẩu dưới dạng nguyên liệu thô hoặc sơ chế, khiến giá trị gia tăng thấp và khó cạnh tranh tại các thị trường cao cấp.

Trong bối cảnh các quốc gia nhập khẩu ngày càng siết chặt hàng rào kỹ thuật, đặc biệt là các tiêu chuẩn SPS về kiểm dịch thực vật, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và an toàn thực phẩm, doanh nghiệp trà Việt không còn nhiều lựa chọn ngoài việc đầu tư mạnh vào chế biến sâu và chuẩn hóa toàn bộ chuỗi sản xuất.

Đây được xem là “tấm vé bắt buộc” nếu muốn thâm nhập sâu hơn vào các thị trường khó tính nhưng có biên lợi nhuận rất cao như Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu (EU). Những thị trường này không chỉ yêu cầu chất lượng sản phẩm ổn định mà còn đòi hỏi khả năng truy xuất nguồn gốc, sản xuất bền vững và đáp ứng nghiêm ngặt các tiêu chuẩn môi trường.

Song song với đó, ngành trà Việt vẫn có thể tiếp tục khai thác lợi thế cạnh tranh về giá tại các thị trường ngách giàu tiềm năng ở Trung Đông và Đông Nam Á. Đây là những khu vực có nhu cầu tiêu thụ lớn, tốc độ tăng trưởng cao và phù

hợp với nhiều dòng sản phẩm trà chế biến của Việt Nam.

Giới chuyên gia cho rằng, giai đoạn tới sẽ là cuộc cạnh tranh không còn nằm ở sản lượng xuất khẩu mà ở năng lực kiểm soát chất lượng và giá trị chế biến. Doanh nghiệp nào đầu tư bài bản vào công nghệ chế biến sâu, vùng nguyên liệu sạch và tiêu chuẩn SPS quốc tế sẽ có cơ hội bứt phá mạnh về biên lợi nhuận cũng như vị thế thương hiệu trên thị trường toàn cầu.

Ngành trà Việt đang đứng trước cơ hội tái định vị giá trị. Nhưng để bước vào “sân chơi lợi nhuận cao”, con đường duy nhất là nâng chuẩn chất lượng và chuyển dịch từ xuất khẩu nguyên liệu sang xuất khẩu giá trị gia tăng.

Hoàng Phương