TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Quảng bá và nâng tầm thương hiệu cà-phê Việt Nam ra thị trường toàn cầu

09:55 16/11/2025

Việt Nam hiện là quốc gia đứng thứ hai thế giới về sản lượng cà-phê Robusta, với khoảng 1,5 triệu tấn xuất khẩu mỗi năm, chiếm 18% tổng lượng cà-phê xuất khẩu toàn cầu và 43% thị phần Robusta. Tuy nhiên, dù sản lượng lớn, cà-phê Việt Nam, đặc biệt là Robusta, vẫn chưa thực sự nổi bật trên thị trường quốc tế. Chất lượng cà-phê Robusta Việt Nam được đánh giá khác biệt, đa dạng và thơm ngon, nhưng nhận diện thương hiệu còn hạn chế.



Chủ tịch VICOFA Nguyễn Nam Hải phát biểu tại hội thảo.

Nhằm nâng cao giá trị và quảng bá thương hiệu cà-phê Việt Nam ra toàn cầu, ngày 15/11, tại phường Buôn Ma Thuột, Hiệp hội Cà-phê – Ca-cao Việt Nam (VICOFA) phối hợp với Công ty đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP), Hiệp hội Cà-phê đặc sản toàn cầu (SCA) và Simexco Daklak tổ chức tọa đàm "Giải pháp quảng bá và phát triển thương hiệu cà-phê Robusta và cà-phê đặc sản Việt Nam". Sự kiện này nằm trong khuôn khổ hợp tác giữa VICOFA và TPP về chiến

lược quảng bá cà-phê Việt ra thế giới.

Chủ tịch VICOFA Nguyễn Nam Hải cho biết Việt Nam có khoảng 730.000 ha cà-phê, trong đó 95% là Robusta, chủ yếu tại các tỉnh Tây Nguyên, với Đắk Lắk chiếm diện tích lớn nhất khoảng 213.000 ha. Hằng năm, hơn 91% sản lượng xuất khẩu là cà-phê nhân sống, chỉ 9% còn lại chế biến thành cà-phê rang xay và hòa tan. Do đó, Việt Nam đứng thứ hai về sản lượng nhưng giá trị thương hiệu chưa tương xứng.



Phát triển sản xuất cà-phê theo hướng nông nghiệp sinh thái, kinh tế xanh và tuần hoàn sẽ góp phần nâng tầm thương hiệu cà-phê Việt Nam.

Đắk Lắk được xem là “thủ phủ” cà-phê Việt Nam với nhiều chương trình nâng cao giá trị cà-phê như tái canh bền vững, sản xuất theo chuẩn 4C-EUDR, số hóa 35% diện tích cà-phê, đồng thời tổ chức Lễ hội Cà-phê Buôn Ma Thuột định kỳ 2 năm một lần, xây dựng chỉ dẫn địa lý cà-phê Buôn Ma Thuột được bảo hộ tại 32 quốc gia. Tỉnh cũng ban hành Đề án “Thành phố Cà-phê Thế giới” và hỗ trợ các nhà đầu tư để phát triển thương hiệu cà-phê Việt Nam.

Nhằm đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu khắt khe và xu hướng tiêu dùng quốc tế, VICOFA định hướng ngành cà-phê phát triển theo hướng nông nghiệp sinh thái, kinh tế xanh và tuần hoàn, gắn với truy xuất nguồn gốc, tín chỉ carbon và chỉ dẫn địa lý. Đối với cà-phê đặc sản, đề án phát triển giai đoạn 2021-2025 đặt mục tiêu diện tích 11.500 ha, sản lượng 5.000 tấn, và đến 2030 mở rộng lên 19.000 ha với sản lượng 11.000 tấn.



Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Lắk Nguyễn Thiên Văn phát biểu tại buổi tọa đàm.

Đồng thời, Hiệp hội Cà-phê Buôn Ma Thuột thúc đẩy liên kết nông dân – doanh nghiệp – nhà khoa học – chính quyền, ứng dụng công nghệ 4.0 trong truy xuất nguồn gốc, giám sát chất lượng từ vườn đến ly, phát triển chuỗi giá trị bền vững và kinh tế tuần hoàn. Phó Chủ tịch UBND tỉnh Đắk Lắk Nguyễn Thiên Văn nhấn mạnh cam kết đồng hành phát triển chuỗi cà-phê đặc sản, từ giống, canh tác, chế biến đến rang xay và pha chế, đưa cà-phê Buôn Ma Thuột trở thành thương hiệu quốc gia, được người tiêu dùng toàn cầu biết đến.

Buổi tọa đàm cũng thu hút nhiều ý kiến từ doanh nghiệp, tổ chức quốc tế nhằm đề xuất giải pháp quảng bá và phát triển thương hiệu cà-phê Việt Nam tại Mỹ và toàn cầu, khẳng định vị thế cà-phê Việt trên bản đồ thế giới.

Nam Sơn *(t/h)*