TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Xuất khẩu cà phê vượt 6 tỷ USD: Sức bật mới từ thị trường và tiêu chuẩn xanh

05:58 03/09/2026

Dù kim ngạch giảm so với mức nền kỷ lục của năm trước do giá xuất khẩu hạ nhiệt, ngành cà phê Việt Nam vẫn duy trì quy mô xuất khẩu lớn trong 8 tháng đầu năm 2026. Khi nhu cầu tại các thị trường chủ lực ổn định, nguồn cung được cải thiện và yêu cầu về phát triển bền vững ngày càng rõ nét, cà phê Việt đang đứng trước cơ hội tạo thêm dư địa tăng trưởng trong giai đoạn cuối năm.

Trong 8 tháng năm 2026, Việt Nam xuất khẩu gần 1,7 triệu tấn cà phê, thu về hơn 6 tỷ USD. Khối lượng xuất khẩu tăng hơn 10% so với cùng kỳ năm trước, trong khi kim ngạch giảm 11,2% do mặt bằng giá xuất khẩu không còn ở mức cao như năm 2025.

Tuy nhiên, trong bối cảnh năm 2025 là năm ngành cà phê lập kỷ lục với kim ngạch khoảng 8,9 tỷ USD, kết quả của 8 tháng đầu năm nay vẫn cho thấy sức duy trì đáng chú ý của ngành hàng này. Sản lượng xuất khẩu tiếp tục tăng, thị trường được mở rộng và nhu cầu từ các đối tác lớn vẫn là nền tảng quan trọng cho tăng trưởng.

Thị trường xuất khẩu tiếp tục mở rộng

EU và Hoa Kỳ vẫn là những thị trường tiêu thụ quan trọng đối với cà phê Việt Nam. Trong khi đó, các thị trường châu Á, đặc biệt là Trung Quốc, đang được kỳ vọng trở thành động lực tăng trưởng mới trong những năm tới.

Sự đa dạng hóa thị trường cũng đang giúp ngành cà phê giảm dần sự phụ thuộc vào một số khu vực truyền thống. Trong năm 2025, nhiều thị trường lớn ghi nhận mức tăng trưởng tích cực, trong đó Đức dẫn đầu về giá trị nhập khẩu cà phê Việt Nam, tiếp theo là Italy, Tây Ban Nha, Nhật Bản, Hoa Kỳ và Nga.



Việc nâng cao chất lượng, phát triển vùng nguyên liệu bền vững và đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế đang mở ra dư địa tăng trưởng mới cho xuất khẩu cà phê.

Một số thị trường khác cũng tăng trưởng mạnh như Canada, Thái Lan và Hàn Quốc. Việc mở rộng thị trường không chỉ giúp gia tăng đầu ra mà còn tạo dư địa để doanh nghiệp phân phối rủi ro khi nhu cầu hoặc chính sách thương mại tại một khu vực có biến động.

Theo giới chuyên môn, triển vọng của ngành cà phê trong thời gian tới sẽ không chỉ phụ thuộc vào sản lượng mà còn nằm ở khả năng nâng cao giá trị sản phẩm. Cà phê chế biến, cà phê có chứng nhận bền vững và các sản phẩm đáp ứng yêu cầu truy xuất nguồn gốc sẽ ngày càng đóng vai trò quan trọng.

Tiêu chuẩn xanh mở ra cuộc cạnh tranh mới

Một trong những yếu tố đáng chú ý đối với xuất khẩu cà phê Việt Nam là việc Quy định chống phá rừng của Liên minh châu Âu (EUDR) dự kiến chính thức áp dụng từ ngày 30/12/2026, ngoại trừ một số nhóm doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ theo quy định.

Yêu cầu mới sẽ tạo ra áp lực lớn đối với các quốc gia xuất khẩu cà phê khi sản phẩm phải đáp ứng các tiêu chuẩn về nguồn gốc và không liên quan đến hoạt động phá rừng. Tuy nhiên, đây cũng có thể là cơ hội cho những doanh nghiệp chuẩn bị tốt về vùng nguyên liệu, dữ liệu truy xuất và chứng nhận sản xuất bền vững.

Hiện khoảng 30% diện tích cà phê của Việt Nam đã có các chứng chỉ sản xuất bền vững. Đây được xem là nền tảng quan trọng để ngành hàng nâng cao khả năng đáp ứng những yêu cầu ngày càng khắt khe từ các thị trường nhập khẩu.

Bên cạnh yếu tố tiêu chuẩn, diễn biến thời tiết cũng có thể tác động đến giá cà phê trong thời gian tới. Mưa nhiều tại Brazil đang ảnh hưởng đến tiến độ thu hoạch, trong khi nguy cơ nắng nóng và khô hạn tại châu Á vào cuối năm 2026 và năm 2027 có thể gây áp lực lên nguồn cung. Lượng tồn kho ở mức thấp cũng được xem là yếu tố hỗ trợ thị trường.

Theo dự báo, xuất khẩu cà phê Việt Nam trong những tháng cuối năm vẫn có thể duy trì xu hướng tích cực, với sản lượng cả năm tăng khoảng 8-10% nhờ nguồn cung cải thiện và nhu cầu tại các thị trường lớn ổn định.

Sau giai đoạn tăng trưởng nóng về giá trị, ngành cà phê Việt Nam đang bước vào một chu kỳ cạnh tranh mới, nơi sản lượng không còn là lợi thế duy nhất. Khả năng đáp ứng tiêu chuẩn xanh, phát triển vùng nguyên liệu bền vững, đầu tư chế biến sâu và mở rộng thị trường sẽ quyết định vị thế của cà phê Việt trên bản đồ thương mại toàn cầu. Với nền tảng xuất khẩu hơn 6 tỷ USD chỉ sau 8 tháng, ngành hàng này vẫn còn nhiều dư địa để tiếp tục tăng tốc trong chặng đường phía trước.

Nam Sơn *(t/h)*