



BÁO CÁO THỊ TRƯỜNG

NĂM 2025

CÀ PHÊ



MỤC LỤC

I. NGÀNH CÀ PHÊ THẾ GIỚI 2025.....	5
1.1. TÌNH HÌNH SẢN XUẤT CÀ PHÊ THẾ GIỚI NĂM 2025	5
1.1.1. Sản lượng cà phê khu vực Nam Mỹ.....	6
1.1.2. Sản lượng cà phê khu vực châu Á và châu Đại Dương	8
1.1.3. Sản lượng cà phê khu vực châu Phi	9
1.1.4. Sản lượng cà phê khu vực Trung Mỹ và Mexico	11
1.2. TÌNH HÌNH TIÊU THỤ CÀ PHÊ THẾ GIỚI.....	13
1.2.1. Tiêu thụ cà phê khu vực Châu Phi	15
1.2.2. Tiêu thụ cà phê khu vực Trung Mỹ và Mexico	19
1.2.3. Tiêu thụ cà phê khu vực Nam Mỹ.....	22
1.2.4. Tiêu thụ cà phê khu vực Bắc Mỹ	25
1.2.5. Tiêu thụ cà phê khu vực châu Á và châu Đại Dương	27
1.3. THƯƠNG MẠI CÀ PHÊ THẾ GIỚI NĂM 2025.....	31
1.3.1. Xuất khẩu cà phê thế giới năm 2024/2025.....	31
1.3.2. Nhập khẩu cà phê thế giới năm 2025.....	35
1.3.3. Biến động giá cà phê thế giới.....	36
II. NGÀNH CÀ PHÊ VIỆT NAM 2025.....	37
2.1. TÌNH HÌNH SẢN XUẤT CÀ PHÊ.....	37
2.1.1. Diện tích, năng suất cà phê.....	37
2.1. SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ VIỆT NAM.....	41
2.2. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH TÁI CANH CÀ PHÊ VIỆT NAM.....	43
2.3. THƯƠNG MẠI CÀ PHÊ	45
2.3.1. Xuất khẩu cà phê Việt Nam.....	45
2.3.2. Tình hình xuất khẩu cà phê Việt Nam trong niên vụ 2024/2025 ...	47
2.3.3. Tình hình xuất khẩu của các doanh nghiệp trong niên vụ 2024/2025	48
2.4. DIỄN BIẾN GIÁ CÀ	50



2.5.	TỔNG QUAN CHÍNH SÁCH CÀ PHÊ	51
2.4.1.	<i>Chính sách hỗ trợ sản xuất và chế biến cà phê.....</i>	51
2.4.2.	<i>Chính sách hỗ trợ thương mại cà phê Việt Nam.....</i>	54
2.4.3.	<i>Một số chính sách của một số thị trường xuất khẩu</i>	56
III. TRIỂN VỌNG CÀ PHÊ NĂM 2026		58
3.1.	THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI.....	58
3.1.1.	<i>Xu hướng giá</i>	58
3.1.2.	<i>Xu hướng thị trường tiêu thụ.....</i>	59
3.1.3.	<i>Xu hướng nhu cầu tiêu thụ</i>	60
3.2.	THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM.....	61



DANH SÁCH BẢNG BIỂU

Bảng 1: Diện tích, năng suất cà phê theo địa phương năm 2025.....	40
Bảng 2: Bảng so sánh kết quả tái canh giai đoạn 2014-2020 tại Tây Nguyên	44

DANH SÁCH HÌNH

Hình 1: Sản xuất cà phê thế giới từ niên vụ 2019/20 đến 2024/25	6
Hình 2: Sản xuất cà phê khu vực Nam Mỹ	7
Hình 3: Sản lượng cà phê khu vực châu Á và châu Đại Dương	9
Hình 4: Sản lượng cà phê khu vực châu Phi	11
Hình 5: Sản lượng cà phê khu vực Trung Mỹ và Mexico.....	13
Hình 6: Tiêu thụ cà phê toàn cầu.....	13
Hình 7: Tiêu thụ cà phê châu Phi	19
Hình 8. Tiêu thụ cà phê của khu vực Trung Mỹ và Mexico	22
Hình 9: Tiêu thụ cà phê khu vực Nam Mỹ.....	25
Hình 10: Tiêu thụ cà phê khu vực Bắc Mỹ	26
Hình 11. Tiêu thụ cà phê khu vực châu Á và châu Đại Dương	30
Hình 12: Xuất khẩu cà phê nhân toàn cầu niên vụ 2021/2022 đến 2024/2025.....	32
Hình 13: Tỷ lệ xuất khẩu các chủng loại cà phê toàn cầu.....	34
Hình 14: Nhập khẩu cà phê của các nước trong niên vụ 2024/2025.....	36
Hình 15: Diễn biến giá cà phê Robusta giao kỳ hạn trên sàn giao dịch London từ tháng 10/2024 đến nay	37
Hình 16: Diện tích và sản lượng cà phê Việt Nam	38
Hình 17: Sản lượng Việt Nam giai đoạn 2010-2024.....	42



Hình 18: Xuất khẩu cà phê theo lượng và kim ngạch	45
Hình 19: Giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2024-2025.....	47
Hình 20: Biến động giá cà phê nhân xô thu mua của một số thị trường trong nước	50



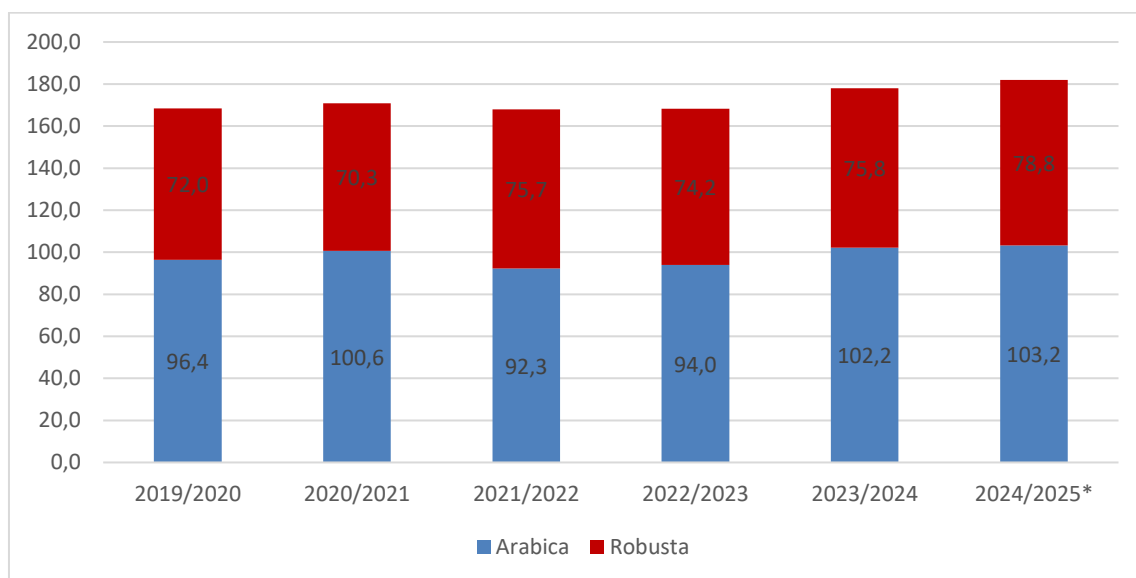
I. NGÀNH CÀ PHÊ THẾ GIỚI 2025

1.1. Tình hình sản xuất cà phê thế giới năm 2025

Trong giai đoạn từ niên vụ 2019/20 đến 2024/25, sản xuất cà phê toàn cầu duy trì xu hướng ổn định, dao động quanh mức 165–180 triệu bao mỗi năm. Theo số liệu của Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO) cho thấy tổng sản lượng toàn cầu tăng từ 168,4 triệu bao trong niên vụ 2019/20 lên 180,8 triệu bao vào niên vụ 2024/25, tương ứng với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 1,4% mỗi năm. Mặc dù có giai đoạn sụt giảm trong năm 2021/22, xu hướng chung vẫn thể hiện sự phục hồi rõ rệt của ngành cà phê sau các cú sốc thời tiết và biến động thị trường toàn cầu.

Xét về cơ cấu chủng loại, cà phê Arabica tiếp tục chiếm ưu thế với tỷ trọng trung bình khoảng 56–58% tổng sản lượng toàn cầu, trong khi Robusta chiếm khoảng 42–44%. Sản lượng Arabica biến động mạnh hơn do phụ thuộc vào chu kỳ thời tiết tại khu vực Nam Mỹ, đặc biệt là Brazil. Cụ thể, sản lượng Arabica giảm từ 100,6 triệu bao (2020/21) xuống còn 92,3 triệu bao (2021/22) do ảnh hưởng của hiện tượng La Niña và sương giá nghiêm trọng tại miền Nam Brazil. Tuy nhiên, sản xuất đã phục hồi từ 2022/23 và dự kiến đạt 103,2 triệu bao vào 2024/25. Ngược lại, Robusta duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định hơn, tăng từ 72,0 triệu bao năm 2019/20 lên 77,6 triệu bao năm 2024/25, phản ánh xu hướng mở rộng sản xuất tại các quốc gia Đông Nam Á và châu Phi như Việt Nam, Indonesia và Uganda.

Sự biến động trong sản lượng cà phê toàn cầu giai đoạn này chủ yếu chịu tác động của yếu tố khí hậu, chi phí đầu vào và năng suất canh tác. Năm 2021/22 đánh dấu mức giảm sâu nhất do hạn hán kéo dài và sương giá tại Brazil, khiến nguồn cung toàn cầu thắt chặt, giá cà phê tăng cao. Sau đó, từ 2022/23 trở đi, điều kiện thời tiết thuận lợi hơn, cùng với việc tái canh cây trồng và ứng dụng công nghệ nông nghiệp, đã góp phần khôi phục sản lượng. Bên cạnh đó, nhu cầu tiêu thụ cà phê hòa tan tăng mạnh sau đại dịch COVID-19 cũng thúc đẩy các nước sản xuất Robusta mở rộng diện tích, đặc biệt là tại Việt Nam – quốc gia dẫn đầu thế giới về xuất khẩu cà phê Robusta.

**Hình 1: Sản xuất cà phê thế giới từ niên vụ 2019/20 đến 2024/25**

Nguồn: ICO, 2025

**số liệu ước tính*

1.1.1. Sản lượng cà phê khu vực Nam Mỹ

Trong niên vụ 2024/2025, sản lượng cà phê của khu vực Nam Mỹ ước đạt 88,02 triệu bao, chiếm 47,3% tổng sản lượng cà phê toàn cầu, phản ánh vai trò then chốt của khu vực này trong chuỗi cung ứng cà phê thế giới. Tuy nhiên, con số này giảm 1,43% so với niên vụ trước, cho thấy tác động rõ rệt của biến đổi khí hậu – bao gồm hiện tượng khô hạn, sương giá và nhiệt độ cực đoan – cùng với biến động giá cả và nhu cầu trên thị trường quốc tế. Các yếu tố này làm gia tăng chi phí sản xuất, gây rủi ro cho năng suất và ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của người trồng cà phê trong khu vực.

Tại Brazil, quốc gia dẫn đầu thế giới về sản xuất cà phê, tổng sản lượng Arabica và Robusta được dự báo đạt khoảng 65,0 triệu bao, tăng nhẹ 300.000 bao so với niên vụ trước. Mức tăng này chủ yếu đến từ nhóm Robusta (cà phê Conilon), với sản lượng dự kiến tăng 3,1 triệu bao, đạt mức kỷ lục 24,1 triệu bao. Nguyên nhân chính là do điều kiện mưa thuận lợi tại các bang sản xuất chủ lực như Espírito Santo và Bahia, giúp quá trình ra hoa và phát triển quả diễn ra ổn định. Ngược lại, sản lượng Arabica được dự báo giảm 2,8 triệu bao, còn 40,9 triệu bao, do tình trạng hạn hán kéo dài và nhiệt độ cao tại Minas Gerais và São Paulo,

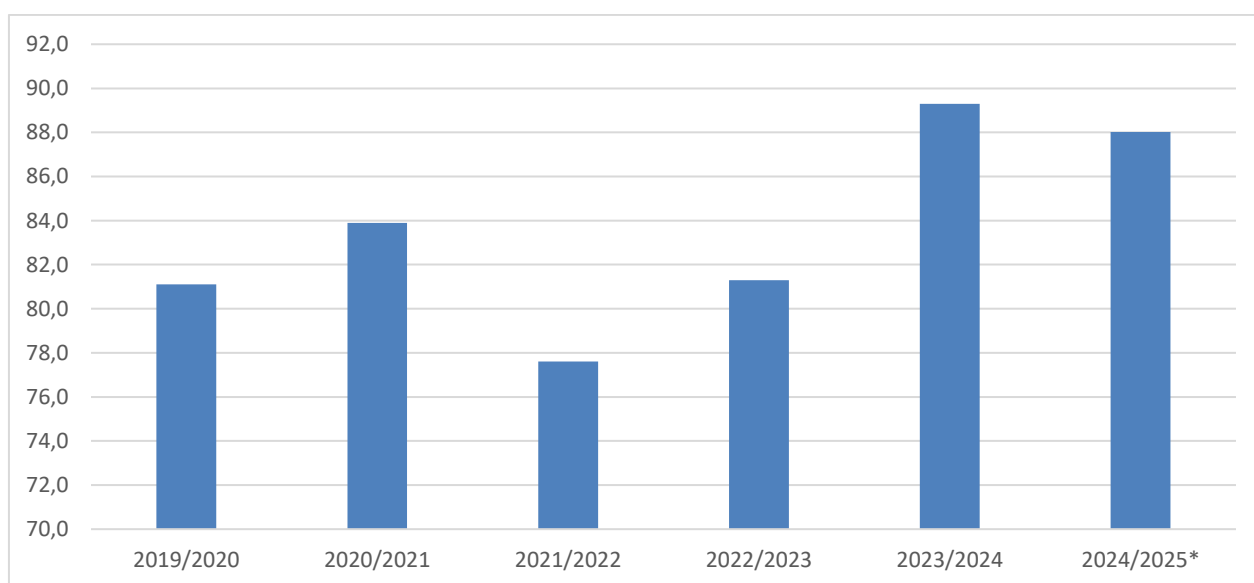


hai vùng chiếm hơn 60% sản lượng Arabica của cả nước. Sự suy giảm này làm giảm tỷ trọng Arabica trong cơ cấu sản xuất, đồng thời tạo áp lực lên nguồn cung xuất khẩu. Ngoài ra, xuất khẩu cà phê Brazil được dự báo giảm do giá cà phê quốc tế tăng cao, khiến nhiều quốc gia nhập khẩu hạn chế việc tái tích trữ để chờ giá hạ nhiệt.

Trong khi đó, Colombia ghi nhận niên vụ cà phê 2024/2025 thành công nhất trong hơn ba thập kỷ, với sản lượng đạt 14,87 triệu bao, tăng 17% so với niên vụ trước và cao hơn mức dự báo ban đầu (14 triệu bao). Thành công này có được nhờ điều kiện thời tiết ổn định, cùng với việc triển khai hiệu quả chương trình tái canh và cải thiện giống cây trồng do Liên đoàn Cà phê Quốc gia Colombia (FNC) dẫn dắt. Hiện quốc gia này có khoảng 840.000 ha diện tích trồng cà phê, với hơn 540.000 hộ nông dân phụ thuộc trực tiếp vào cây cà phê làm sinh kế chính. Nhờ duy trì năng suất ổn định và chất lượng hạt cao, Colombia tiếp tục giữ vị trí nhà sản xuất cà phê lớn thứ ba thế giới, sau Brazil và Việt Nam, đồng thời củng cố thương hiệu cà phê Arabica chất lượng cao trên thị trường quốc tế..

Hình 2: Sản xuất cà phê khu vực Nam Mỹ

ĐVT: Triệu bao



Nguồn: ICO



1.1.2. Sản lượng cà phê khu vực châu Á và châu Đại Dương

Trong niên vụ 2024/2025, sản lượng cà phê của khu vực Châu Á – Thái Bình Dương ước đạt khoảng 50,7 triệu bao, tăng 1,6% so với niên vụ trước. Đây là khu vực sản xuất cà phê lớn thứ hai thế giới, chỉ sau Nam Mỹ, và tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong việc ổn định nguồn cung toàn cầu. Sự tăng trưởng nhẹ này phản ánh khả năng thích ứng của các quốc gia trong khu vực trước những biến động của khí hậu và thị trường, đặc biệt là xu hướng mở rộng diện tích trồng và cải thiện năng suất ở các vùng trồng trọng điểm.

Việt Nam tiếp tục giữ vị trí quốc gia sản xuất cà phê lớn nhất khu vực, với sản lượng ước đạt 29–30,1 triệu bao (loại 60 kg), chủ yếu là cà phê Robusta. Điều kiện khí hậu nhiệt đới cao nguyên, cùng với hệ thống canh tác thâm canh và áp dụng công nghệ tưới tiết kiệm nước (như kỹ thuật tưới luân phiên khô ướt – AWD) đã giúp duy trì năng suất ổn định. Bên cạnh đó, chương trình “1 triệu ha cà phê chất lượng cao, giảm phát thải” đang được triển khai cũng góp phần nâng cao giá trị và khả năng cạnh tranh của cà phê Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Indonesia đứng thứ hai trong khu vực với sản lượng khoảng 10,7–10,9 triệu bao, trong đó phần lớn là Robusta, được trồng chủ yếu tại các đảo Sumatra, Sulawesi và Java. Mặc dù đối mặt với mưa lớn kéo dài và dịch bệnh trên cây cà phê, Indonesia vẫn duy trì sản lượng ổn định nhờ mở rộng diện tích trồng tại các vùng cao nguyên có điều kiện khí hậu mát mẻ. Các chương trình phục hồi cây trồng và chuyển đổi sang giống kháng bệnh cũng đang góp phần ổn định nguồn cung Robusta trong dài hạn.

Ấn Độ là quốc gia có sản lượng cà phê lớn thứ ba của khu vực, đạt khoảng 6,2 triệu bao, bao gồm cả hai giống Arabica và Robusta. Các vùng trồng chủ yếu nằm tại bang Karnataka, Kerala và Tamil Nadu. Dù diện tích trồng không tăng đáng kể, sản lượng cà phê của Ấn Độ được hỗ trợ nhờ điều kiện thời tiết thuận lợi và việc áp dụng mô hình canh tác xen canh cây gia vị – một đặc điểm đặc trưng giúp duy trì độ phì nhiêu của đất và giảm chi phí sản xuất.

Ngoài ba quốc gia chủ lực trên, một số nước khác trong khu vực cũng có đóng góp nhất định vào tổng sản lượng cà phê. Trung Quốc đạt khoảng 1,9 triệu bao, tập trung chủ yếu ở tỉnh Vân Nam với sản phẩm hướng đến phân khúc

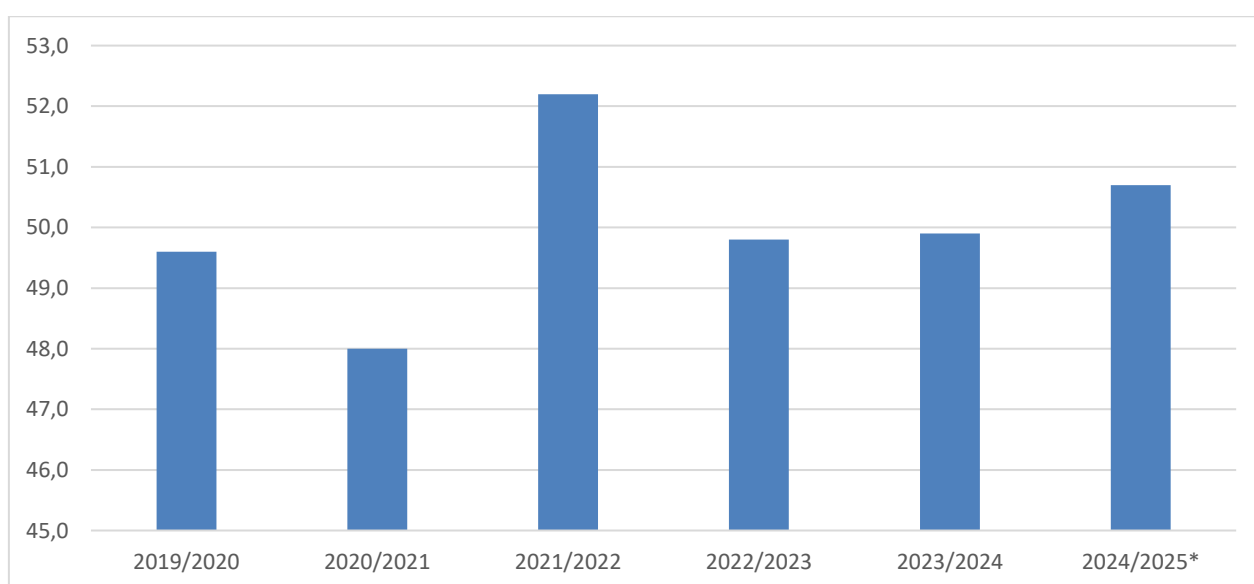


Arabica chất lượng cao. Malaysia (1,4 triệu bao), Thái Lan (0,9 triệu bao), Papua New Guinea (0,84 triệu bao) và Timor Leste (khoảng 1 triệu bao) là những quốc gia có quy mô nhỏ hơn nhưng đang dần mở rộng diện tích canh tác nhằm đáp ứng nhu cầu xuất khẩu và thị trường nội địa. Tổng sản lượng của các nước này đóng góp khoảng 2–3 triệu bao, góp phần củng cố vị thế của khu vực trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu.

Nhìn chung, sản xuất cà phê tại khu vực Châu Á – Thái Bình Dương duy trì tính ổn định và khả năng tăng trưởng bền vững, đặc biệt nhờ sự dẫn dắt của Việt Nam và Indonesia trong phân khúc Robusta. Trong bối cảnh nhu cầu cà phê hòa tan và pha trộn tăng mạnh trên thế giới, khu vực này được dự báo sẽ tiếp tục mở rộng sản xuất, đồng thời chuyển dịch dần sang hướng sản xuất xanh, giảm phát thải và nâng cao chất lượng hạt nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường và thị hiếu tiêu dùng quốc tế.

Hình 3: Sản lượng cà phê khu vực châu Á và châu Đại Dương

DVT: Nghìn bao



Nguồn: ICO

1.1.3. Sản lượng cà phê khu vực châu Phi

Trong niên vụ 2024/2025, sản lượng cà phê của khu vực Châu Phi được ước đạt khoảng 20,9 triệu bao, tăng nhẹ so với mức 20,1 triệu bao của niên vụ 2023/2024. Mức tăng trưởng khiêm tốn này phản ánh sự phục hồi từng phần của



ngành cà phê tại nhiều quốc gia sau giai đoạn suy giảm do thời tiết bất lợi và chi phí đầu vào tăng cao. Mặc dù chỉ chiếm khoảng 11–12% tổng sản lượng cà phê toàn cầu, Châu Phi vẫn giữ vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng cà phê thế giới, đặc biệt ở phân khúc cà phê Arabica chất lượng cao và các giống bản địa mang đặc trưng hương vị riêng biệt.

Ethiopia tiếp tục là quốc gia sản xuất cà phê lớn nhất của Châu Phi, với sản lượng đạt khoảng 10,6 triệu bao trong niên vụ 2024/2025. Đây là nơi được xem là cái nôi của cây cà phê Arabica, và ngành cà phê vẫn là trụ cột kinh tế quốc gia, đóng góp hơn 25% kim ngạch xuất khẩu nông nghiệp. Nhờ điều kiện khí hậu ôn hòa vùng cao nguyên và mô hình canh tác hữu cơ truyền thống, cà phê Ethiopia nổi tiếng về chất lượng và hương vị đặc trưng, được thị trường quốc tế ưa chuộng trong các phân khúc cao cấp. Trong niên vụ 2024/2025, sản lượng của nước này ổn định nhờ lượng mưa thuận lợi tại các khu vực trồng trọng điểm như Sidamo, Yirgacheffe và Harrar, cùng với các chương trình khuyến khích canh tác bền vững do chính phủ và tổ chức quốc tế hỗ trợ.

Uganda, quốc gia đứng thứ hai của khu vực, ghi nhận sản lượng khoảng 6,7 triệu bao, chủ yếu là cà phê Robusta. Trong những năm gần đây, Uganda đã nỗ lực cải thiện năng suất và chất lượng sản phẩm thông qua chương trình trồng mới giống Robusta kháng sâu bệnh, đồng thời tăng cường năng lực chế biến sau thu hoạch để nâng cao giá trị xuất khẩu. Việc duy trì ổn định sản lượng ở mức cao giúp Uganda tiếp tục củng cố vị thế là một trong những nhà cung ứng Robusta hàng đầu thế giới, chỉ sau Việt Nam.

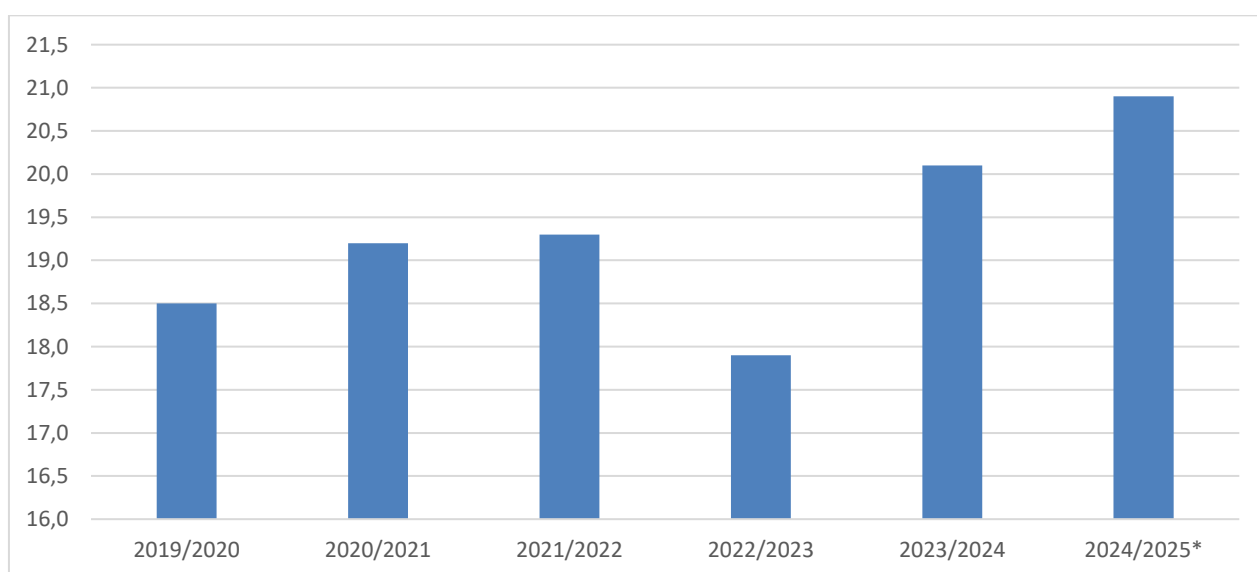
Ngoài hai quốc gia chủ lực, một số nước khác cũng đóng góp đáng kể vào tổng sản lượng cà phê của châu lục. Tanzania ghi nhận sản lượng khoảng 1,3 triệu bao, chủ yếu là Arabica trồng tại vùng Kilimanjaro và Mbeya. Bờ Biển Ngà, quốc gia từng có ngành cà phê phát triển mạnh, đạt 1,2 triệu bao, với xu hướng khôi phục diện tích trồng tại khu vực phía Tây. Kenya, nổi tiếng với cà phê Arabica có hương vị chua thanh đặc trưng, đạt 0,75 triệu bao, chủ yếu hướng đến xuất khẩu sang châu Âu và Bắc Mỹ. Các quốc gia này, dù quy mô sản xuất còn hạn chế, vẫn giữ vai trò quan trọng trong đa dạng hóa nguồn cung cà phê của Châu Phi, góp phần đảm bảo ổn định sản lượng khu vực trong dài hạn.



Nhìn chung, Châu Phi đang phục hồi sản xuất một cách bền vững, nhờ sự hỗ trợ của các chương trình phát triển nông nghiệp, đầu tư cơ sở hạ tầng chế biến, và cải thiện chất lượng hạt. Trong bối cảnh nhu cầu tiêu thụ cà phê đặc sản (specialty coffee) tăng nhanh trên toàn cầu, khu vực này có tiềm năng mở rộng thị phần, đặc biệt ở phân khúc Arabica cao cấp. Tuy nhiên, biến đổi khí hậu, thiếu vốn đầu tư và năng suất thấp vẫn là những thách thức chính đối với ngành cà phê Châu Phi trong giai đoạn tới.

Hình 4: Sản lượng cà phê khu vực châu Phi

DVT: triệu bao



Nguồn: ICO

1.1.4. Sản lượng cà phê khu vực Trung Mỹ và Mexico

Trong niên vụ 2024/2025, sản lượng cà phê của khu vực Trung Mỹ và Mexico được ước tính đạt khoảng 18,51 triệu bao, giảm khoảng 1% so với niên vụ 2023/2024. Mức suy giảm này phản ánh tác động tiêu cực của điều kiện khí hậu bất ổn, bao gồm khô hạn kéo dài và mưa bất thường trong giai đoạn ra hoa và thu hoạch, ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất và chất lượng hạt cà phê. Dù vậy, khu vực này vẫn giữ vai trò trọng yếu trong chuỗi cung ứng cà phê toàn cầu, đặc biệt ở phân khúc cà phê Arabica chất lượng cao, vốn là loại cà phê chiếm ưu thế trong cơ cấu sản xuất của các quốc gia Trung Mỹ.



Mexico, quốc gia nằm ở rìa phía bắc của vành đai cà phê, được dự báo đạt sản lượng khoảng 3,87 triệu bao, phần lớn là cà phê Arabica. Các vùng trồng chính như Chiapas, Veracruz và Oaxaca sở hữu điều kiện sinh thái thuận lợi – độ cao trung bình đến cao, khí hậu ôn hòa và đất bazan màu mỡ – tạo nên hương vị đặc trưng cho cà phê Mexico. Tuy nhiên, sản xuất vẫn chịu ảnh hưởng từ thiếu lao động nông nghiệp và dịch bệnh trên cây cà phê, đặc biệt là bệnh gỉ sắt lá (coffee leaf rust), buộc nhiều nông hộ phải chuyển sang mô hình canh tác bền vững hoặc hữu cơ để thích ứng dài hạn.

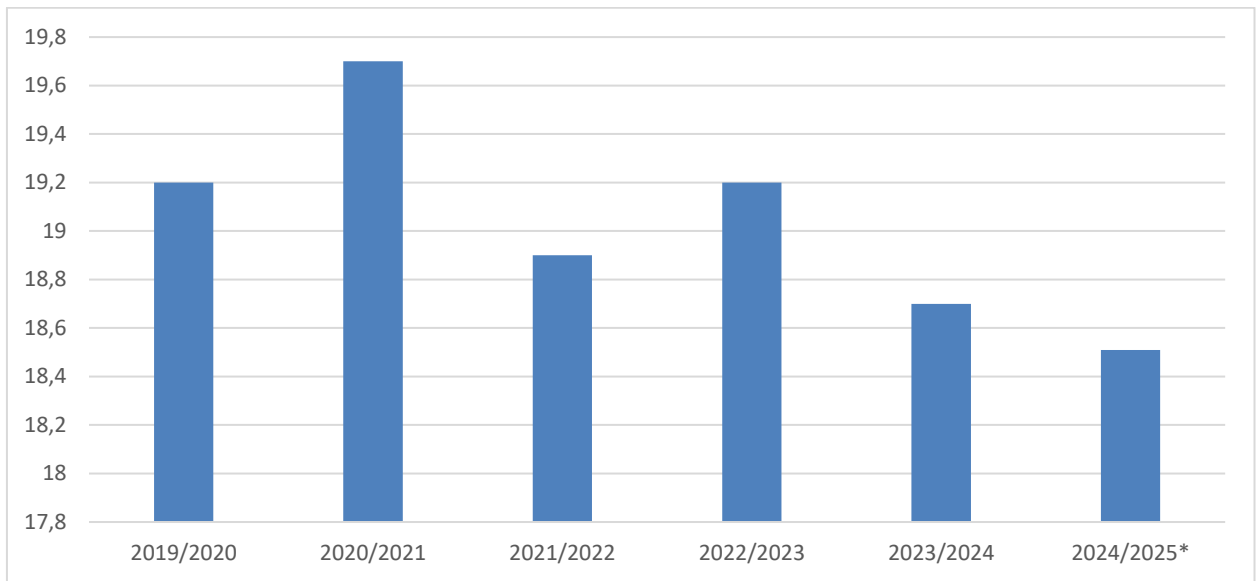
Honduras, nhà sản xuất cà phê lớn nhất khu vực, được dự báo đạt 5,5 triệu bao, cho thấy sự phục hồi nhẹ so với niên vụ trước. Sự cải thiện này đến từ điều kiện thời tiết thuận lợi hơn và việc triển khai hiệu quả các chương trình hỗ trợ kỹ thuật do chính phủ và các tổ chức quốc tế tài trợ. Những chương trình này tập trung vào nâng cao năng suất, cải thiện chất lượng hạt và ứng phó với biến đổi khí hậu, giúp Honduras tiếp tục duy trì vị thế là một trong những nhà xuất khẩu cà phê Arabica lớn của thế giới.

Guatemala và Costa Rica cũng duy trì vai trò quan trọng trong thị trường cà phê đặc sản (specialty coffee), với sản lượng lần lượt khoảng 3,5 triệu bao và 1,3 triệu bao. Cả hai quốc gia này đều nổi tiếng nhờ tiêu chuẩn cao trong canh tác, thu hoạch và chế biến, đặc biệt là quy trình rửa ướt (washed process) giúp giữ trọn hương vị tinh khiết của cà phê Arabica. Guatemala tập trung vào các vùng trồng như Antigua và Huehuetenango, nơi có độ cao lý tưởng và đất núi lửa giàu khoáng chất. Costa Rica, mặc dù có quy mô nhỏ hơn, vẫn được đánh giá cao về chất lượng và tính bền vững, với nhiều nông trại đạt chứng nhận quốc tế như Rainforest Alliance và Fair Trade.

Nhìn chung, Trung Mỹ và Mexico tiếp tục giữ vị thế nhà cung cấp cà phê Arabica cao cấp trên thị trường quốc tế, đóng góp quan trọng vào phân khúc cà phê đặc sản toàn cầu. Tuy nhiên, tác động của biến đổi khí hậu, chi phí lao động tăng cao và áp lực cạnh tranh từ các nước sản xuất quy mô lớn (như Brazil và Colombia) đặt ra yêu cầu cấp thiết cho khu vực này trong việc đẩy mạnh tái canh, đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao năng lực chế biến sâu. Triển vọng trung hạn cho thấy khu vực vẫn duy trì vai trò quan trọng về chất lượng, thương hiệu và tính bền vững trong chuỗi giá trị cà phê thế giới..



Hình 5: Sản lượng cà phê khu vực Trung Mỹ và Mexico

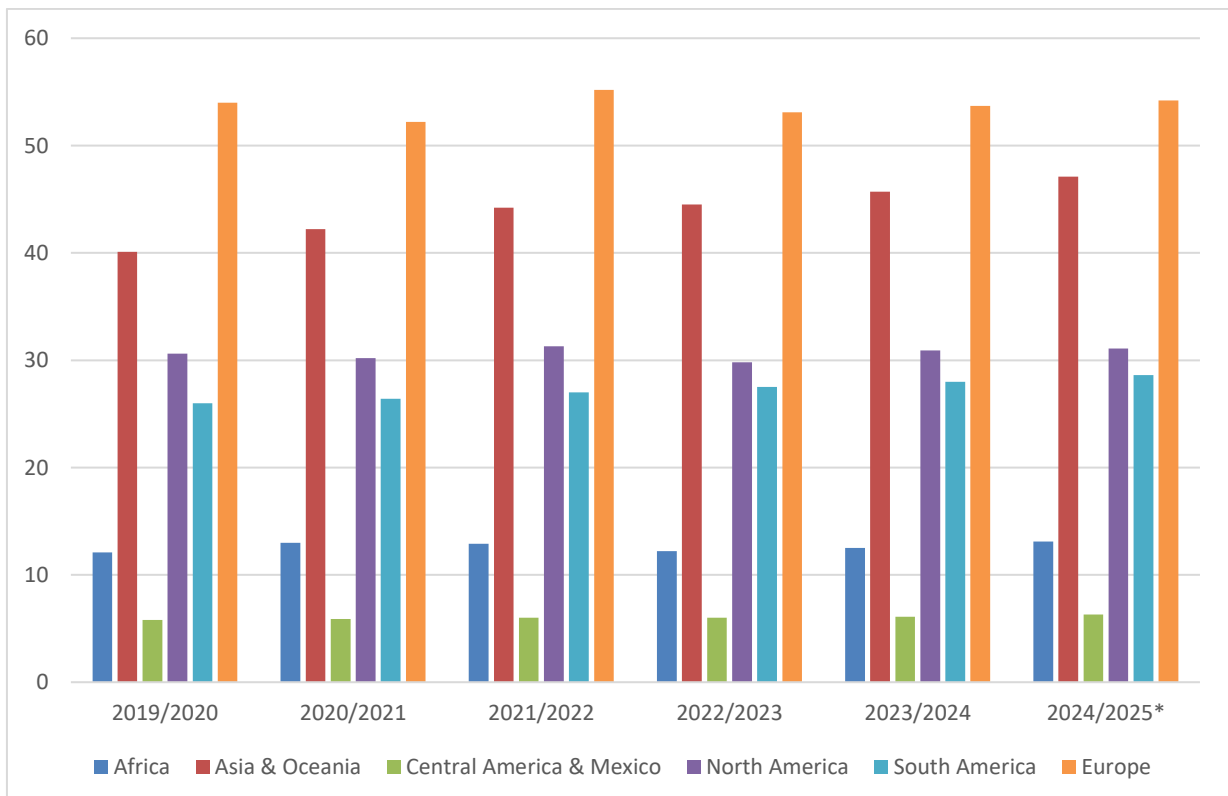


Nguồn: ICO

1.2. Tình hình tiêu thụ cà phê thế giới

Hình 6: Tiêu thụ cà phê toàn cầu

ĐVT: triệu bao



Nguồn: ICO



Tiêu thụ cà phê thế giới năm ghi nhận xu hướng tăng trưởng ổn định, phản ánh vai trò bền vững của cà phê như một trong những đồ uống được tiêu thụ rộng rãi nhất toàn cầu. Theo các tổ chức chuyên ngành, tổng lượng tiêu thụ toàn cầu được ước tính đạt mức kỷ lục mới, nhờ sự mở rộng của thị trường và nhu cầu ngày càng đa dạng. Sự phục hồi của các hoạt động dịch vụ, đặc biệt là ngành nhà hàng – khách sạn và chuỗi cà phê thương mại sau đại dịch, đã góp phần đáng kể vào mức tăng này. Đồng thời, thói quen uống cà phê tại nhà tiếp tục duy trì, nhờ sự phổ biến của máy pha cà phê cá nhân và các sản phẩm cà phê hòa tan chất lượng cao. Trong bối cảnh đó, cà phê không chỉ là một loại thức uống, mà còn trở thành một phần của văn hóa tiêu dùng toàn cầu, gắn liền với phong cách sống, năng suất lao động và xu hướng trải nghiệm cá nhân hóa.

Về cơ cấu thị trường, châu Âu và Bắc Mỹ vẫn là hai khu vực dẫn đầu về mức tiêu thụ bình quân đầu người, trong khi châu Á – Thái Bình Dương tiếp tục là khu vực có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất. Các nền kinh tế đang phát triển như Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc và Việt Nam nổi lên như những động lực mới của nhu cầu tiêu thụ, khi tầng lớp trung lưu mở rộng và văn hóa cà phê hiện đại ngày càng phổ biến. Đáng chú ý, tại các đô thị lớn ở châu Á, mô hình quán cà phê kết hợp không gian làm việc, sáng tạo hoặc trải nghiệm nghệ thuật đang định hình lại hành vi tiêu dùng của giới trẻ. Trong khi đó, châu Phi và khu vực Mỹ Latinh – vốn là những vùng sản xuất truyền thống – cũng chứng kiến sự gia tăng tiêu thụ nội địa, cho thấy xu hướng dịch chuyển từ xuất khẩu nguyên liệu thô sang phát triển thị trường trong nước và chuỗi giá trị cà phê chế biến sâu.

Xét theo chủng loại, cà phê Arabica vẫn chiếm tỷ trọng cao trong tiêu thụ toàn cầu, dao động khoảng 62%, nhờ hương vị tinh tế và giá trị cảm quan vượt trội. Tuy nhiên, cà phê Robusta đang dần gia tăng thị phần, đặc biệt trong các sản phẩm cà phê hòa tan, cà phê pha lạnh và cà phê rang xay đậm vị – vốn được ưa chuộng tại các thị trường mới nổi. Bên cạnh đó, cà phê đặc sản (specialty coffee) tiếp tục mở rộng phân khúc tiêu thụ, nhất là ở các thị trường phát triển, nơi người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cao hơn cho sản phẩm có truy xuất nguồn gốc rõ ràng, chứng nhận bền vững, và hương vị độc đáo. Xu hướng tiêu dùng cà phê “có trách nhiệm” – gắn với yếu tố môi trường, xã hội và công bằng thương mại – trở thành



tiêu chí quan trọng, buộc các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng phải điều chỉnh chiến lược phát triển để đáp ứng yêu cầu mới của người tiêu dùng.

1.2.1. Tiêu thụ cà phê khu vực Châu Phi

2.4.2.2. Ethiopia

Trong niên vụ 2024/2025, Ethiopia được dự báo sẽ tiêu thụ khoảng 3,7 triệu bao cà phê trong nước, tương đương khoảng 50% tổng sản lượng hàng năm của quốc gia này. Đây là một tỷ lệ tiêu thụ nội địa cao hiếm thấy trong số các nước sản xuất cà phê lớn trên thế giới, thể hiện vai trò đặc biệt của cà phê trong đời sống kinh tế, văn hóa và xã hội của người dân Ethiopia. Mức tiêu thụ bình quân đầu người đạt khoảng 2,3 kg/năm, cao hơn đáng kể so với mức trung bình của nhiều quốc gia xuất khẩu cà phê khác.

Tình hình tiêu thụ cà phê nội địa của Ethiopia phản ánh sự kết hợp giữa truyền thống văn hóa lâu đời và xu hướng hiện đại hóa trong hành vi tiêu dùng. Cà phê từ lâu đã là biểu tượng văn hóa và xã hội của người Ethiopia, gắn liền với nghi lễ bunna, một hình thức pha chế và thưởng thức cà phê truyền thống mang tính cộng đồng cao. Trong các nghi lễ này, cà phê không chỉ là đồ uống mà còn là phương tiện giao tiếp, biểu trưng cho lòng hiếu khách và sự gắn kết giữa các thế hệ. Việc duy trì nghi thức này giúp tiêu dùng cà phê trở thành một phần không thể tách rời của bản sắc dân tộc, tạo nền tảng vững chắc cho nhu cầu nội địa ổn định trong dài hạn.

Bên cạnh yếu tố văn hóa, quá trình đô thị hóa nhanh chóng và sự mở rộng của hệ thống quán cà phê hiện đại đang tạo động lực mới cho thị trường tiêu thụ trong nước. Sự phát triển mạnh của các chuỗi cà phê nội địa và quốc tế, đặc biệt tại thủ đô Addis Ababa và các trung tâm đô thị lớn, đã thúc đẩy nhu cầu đối với các sản phẩm cà phê chế biến sâu, cà phê hòa tan và cà phê đặc sản (specialty coffee). Giới trẻ Ethiopia, chịu ảnh hưởng từ lối sống đô thị và toàn cầu hóa, ngày càng ưa chuộng các hình thức tiêu dùng tiện lợi, qua đó mở rộng phân khúc thị trường cà phê trong nước.

Tuy nhiên, sự gia tăng tiêu thụ nội địa cũng tạo ra cạnh tranh đáng kể với xuất khẩu, đặc biệt đối với các dòng Arabica chất lượng cao, vốn là nguồn thu ngoại tệ chủ lực của Ethiopia. Khi nhu cầu trong nước tăng mạnh, giá cà phê nội



địa có xu hướng tăng, làm giảm lượng cà phê dành cho xuất khẩu và gây biến động cục bộ trên thị trường thế giới. Mặc dù vậy, mô hình này được đánh giá là bền vững về kinh tế và xã hội, vì nó giúp cân bằng giữa thu nhập từ xuất khẩu và giá trị tiêu dùng nội địa, đồng thời khuyến khích nâng cao chất lượng sản phẩm và phát triển thương hiệu quốc gia.

Trong giai đoạn tới, tiêu thụ cà phê nội địa của Ethiopia được dự báo tiếp tục tăng trưởng ổn định, nhờ sự cải thiện thu nhập bình quân đầu người, tốc độ đô thị hóa cao và thay đổi lối sống hướng đến các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn. Điều này củng cố vị thế của Ethiopia không chỉ là một trong ba nhà sản xuất cà phê Arabica lớn nhất thế giới, mà còn là một thị trường tiêu thụ cà phê năng động và đặc thù, nơi sự giao thoa giữa truyền thống và hiện đại định hình mô hình phát triển bền vững cho ngành cà phê quốc gia..

2.4.2.2. Tanzania

Trong niên vụ 2024/2025, tiêu thụ cà phê nội địa của Tanzania được dự báo đạt khoảng 85.000 bao, tăng so với 77.000 bao của niên vụ trước, tương ứng mức tăng khoảng 10,4%. Sự gia tăng này phản ánh tác động tổng hợp của quá trình đô thị hóa nhanh chóng, mức thu nhập ngày càng cải thiện và sự lan tỏa của văn hóa cà phê hiện đại, đặc biệt tại các thành phố lớn như Dar es Salaam và Arusha. Tuy nhiên, mặc dù có xu hướng tăng, trà vẫn giữ vị thế là thức uống phổ biến nhất tại Tanzania, do giá thành rẻ hơn và gắn liền với thói quen tiêu dùng truyền thống của người dân.

Để thúc đẩy tiêu thụ nội địa, chính phủ Tanzania đã triển khai một loạt chính sách khuyến khích và chiến dịch truyền thông cộng đồng, bao gồm việc mở các quầy cà phê giá rẻ, hỗ trợ các hợp tác xã rang xay nhỏ, và tổ chức các lễ hội quảng bá văn hóa cà phê. Những nỗ lực này nhằm thay đổi thói quen tiêu dùng, nâng cao nhận thức của người dân về giá trị kinh tế – xã hội của ngành cà phê, đồng thời hỗ trợ nông dân tiêu thụ sản phẩm trong nước. Dù vậy, mức tiêu thụ nội địa vẫn còn rất thấp so với tổng sản lượng quốc gia, khi phần lớn cà phê Tanzania vẫn được xuất khẩu dưới dạng hạt thô, chủ yếu sang châu Âu và châu Á.



Các yếu tố kinh tế – xã hội có ảnh hưởng đáng kể đến hành vi tiêu dùng cà phê trong nước. Tăng trưởng kinh tế ổn định, đặc biệt trong nhóm dân cư đô thị và trung lưu mới nổi, đã mở rộng phân khúc người tiêu dùng trẻ ưa chuộng lối sống hiện đại và sản phẩm có tính biểu tượng cao như cà phê. Tuy nhiên, khả năng chi trả, giá bán lẻ và mức độ tiếp cận sản phẩm vẫn là những yếu tố giới hạn chính, đặc biệt tại khu vực nông thôn, nơi thu nhập còn thấp và mạng lưới phân phối chưa phát triển. Ngoài ra, sự cạnh tranh gay gắt từ ngành trà – vốn có giá rẻ hơn và hương vị quen thuộc – khiến cà phê khó chiếm ưu thế tuyệt đối trong thói quen đồ uống hàng ngày của người dân.

Bên cạnh đó, các rào cản về cơ cấu và hạ tầng chế biến cũng đang kìm hãm sự phát triển của thị trường nội địa. Hệ thống rang xay và phân phối quy mô nhỏ, cùng với chi phí sản xuất cao và thiếu đầu tư vào công nghệ chế biến sâu, khiến giá cà phê thành phẩm trong nước cao hơn so với hàng nhập khẩu. Dù vậy, xu hướng chuyển dịch tiêu dùng sang các dòng cà phê đặc sản (specialty coffee) và cà phê hữu cơ trong tầng lớp trung lưu đô thị đang mở ra triển vọng mới cho ngành. Việc tận dụng xu thế này, kết hợp với chính sách hỗ trợ sản xuất và mở rộng chuỗi giá trị trong nước, có thể giúp Tanzania từng bước xây dựng thị trường cà phê nội địa bền vững, giảm phụ thuộc vào xuất khẩu và nâng cao giá trị gia tăng cho ngành trong dài hạn.

2.4.2.2. *Uganda*

Tiêu thụ cà phê nội địa tại Uganda trong những năm gần đây duy trì xu hướng tăng trưởng ổn định, phản ánh sự kết hợp giữa động lực kinh tế, yếu tố văn hóa và sự phát triển của cơ cấu thị trường. Trong niên vụ 2023/2024, mức tiêu thụ nội địa được ước đạt khoảng 325.000 bao, gần như không thay đổi so với năm trước đó, cho thấy ưu tiên xuất khẩu vẫn chiếm ưu thế trong chiến lược phát triển ngành cà phê quốc gia. Tuy nhiên, trong niên vụ 2024/2025, lượng tiêu thụ dự kiến tăng nhẹ lên khoảng 330.000 bao, tương ứng mức tăng 1,5%, thể hiện xu hướng mở rộng dần của thị trường trong nước song song với việc duy trì năng lực xuất khẩu.

Động lực tăng trưởng tiêu thụ nội địa của Uganda xuất phát từ sự phát triển ngày càng mạnh của văn hóa cà phê trong đời sống đô thị, cùng với mức thu nhập



khả dụng của người dân tăng lên và sự mở rộng nhanh chóng của mạng lưới các quán cà phê và cơ sở rang xay tại các thành phố lớn như Kampala, Entebbe và Jinja. Trong bối cảnh tầng lớp trung lưu mở rộng và xu hướng tiêu dùng hiện đại lan tỏa, cà phê không chỉ là sản phẩm nông nghiệp xuất khẩu mà còn trở thành biểu tượng của phong cách sống mới – gắn liền với không gian làm việc, gặp gỡ và giao lưu xã hội.

Tuy nhiên, quy mô tiêu thụ nội địa của Uganda vẫn khiêm tốn so với tổng sản lượng quốc gia, phần lớn cà phê vẫn được xuất khẩu dưới dạng Robusta nhân thô nhằm tận dụng mức giá xuất khẩu cao trên thị trường quốc tế. Chiến lược này phản ánh sự phụ thuộc mạnh vào xuất khẩu trong cơ cấu ngành, đồng thời cho thấy mức độ phát triển hạn chế của chuỗi giá trị nội địa, đặc biệt là trong khâu chế biến và phân phối sản phẩm tiêu dùng cuối cùng.

Tác động của yếu tố kinh tế vĩ mô và chính sách công đối với tiêu thụ cà phê trong nước ngày càng rõ nét. Tăng trưởng GDP, đô thị hóa và đầu tư vào hạ tầng thương mại giúp mở rộng quy mô thị trường, song chi phí chế biến và giá thành sản phẩm vẫn là rào cản lớn đối với người tiêu dùng nông thôn. Bên cạnh đó, các sáng kiến của Cơ quan Phát triển Cà phê Uganda (UCDA) – như chương trình quảng bá “Coffee on the Go” và khuyến khích tiêu dùng nội địa thông qua hội chợ, lễ hội cà phê – đang góp phần tăng nhận diện thương hiệu quốc gia và nâng cao thói quen tiêu thụ trong nước.

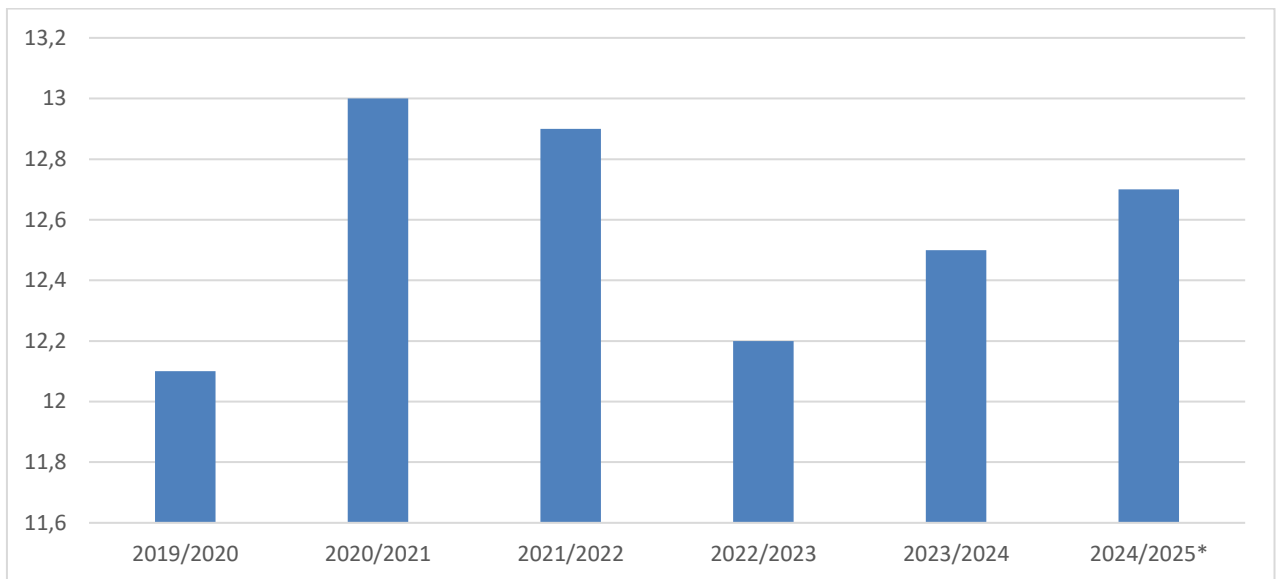
2.4.2.2. Kenya

Cơ quan đại diện dự báo tiêu thụ cà phê nội địa của Kenya trong niên vụ 2025/26 sẽ tăng 6,9%, đạt 62.000 bao so với 58.000 bao của niên vụ 2024/25. Mức tăng này chủ yếu được thúc đẩy bởi sự mở rộng của các cơ sở phục vụ cà phê tại Nairobi và các khu vực đô thị khác. Bên cạnh đó, sự tăng trưởng dự kiến của ngành du lịch Kenya cũng được kỳ vọng sẽ đẩy nhanh mức tiêu thụ cà phê trong nước.

Đối với niên vụ 2024/25, cơ quan đại diện đã điều chỉnh ước tính tiêu thụ cà phê từ tăng 15.000 bao lên tăng 20.000 bao, do số lượng quán cà phê tăng lên và ngành du lịch quốc tế của Kenya tăng trưởng 15% trong năm 2024.

**Hình 7: Tiêu thụ cà phê châu Phi**

ĐVT: Triệu bao



Nguồn: ICO

1.2.2. Tiêu thụ cà phê khu vực Trung Mỹ và Mexico**2.4.2.2. Mexico**

Trong niên vụ 2024/2025, tiêu thụ cà phê nội địa tại Mexico được dự báo đạt 3,15 triệu bao, tăng nhẹ 1,6% so với niên vụ trước. Mức tăng này chủ yếu đến từ phân khúc cà phê rang – loại sản phẩm đang trở thành động lực chính thúc đẩy tăng trưởng của thị trường nội địa. Sự mở rộng ổn định này phản ánh tác động tổng hợp của quá trình đô thị hóa, sự phát triển của ngành dịch vụ ăn uống và sự chuyển dịch trong thị hiếu tiêu dùng hướng tới các sản phẩm cà phê đặc sản và cà phê cao cấp.

Sự gia tăng tiêu thụ nội địa tại Mexico chịu ảnh hưởng mạnh từ mức độ đô thị hóa nhanh chóng và sự phát triển của hệ thống quán cà phê hiện đại tại các trung tâm kinh tế lớn như Thành phố Mexico, Guadalajara và Monterrey. Các chuỗi cà phê nội địa và quốc tế không chỉ góp phần đa dạng hóa kênh phân phối, mà còn thúc đẩy văn hóa tiêu dùng cà phê hiện đại trong tầng lớp trung lưu. Cùng với đó, sự tăng trưởng của các nhà hàng, khách sạn và mô hình tiêu dùng mang đi (take-away) đã mở rộng đáng kể phạm vi tiếp cận sản phẩm cà phê đối với người dân đô thị.



Theo nhận định của các doanh nghiệp trong lĩnh vực rang xay, mặc dù giá cà phê nguyên liệu có xu hướng tăng trong năm 2024, nhu cầu đối với cà phê chất lượng cao – đặc biệt là cà phê đơn nguồn (single-origin) – vẫn tăng đều. Xu hướng này tập trung chủ yếu ở nhóm người tiêu dùng có thu nhập trung bình và cao, có xu hướng đề cao trải nghiệm và nguồn gốc sản phẩm hơn là giá cả. Điều này cho thấy sự phát triển rõ nét của phân khúc cà phê đặc sản (specialty coffee), vốn đang dần trở thành một trong những trụ cột mới của thị trường nội địa Mexico. Sự quan tâm đến cà phê hữu cơ, công bằng thương mại (Fair Trade) và các sản phẩm mang yếu tố bền vững cũng đang gia tăng, phù hợp với xu hướng tiêu dùng toàn cầu.

Tuy nhiên, ngành cà phê Mexico vẫn phải đối mặt với một số rào cản thể chế và chính sách, trong đó đáng chú ý là các quy định quản lý xếp cà phê vào nhóm “sản phẩm không lành mạnh” trong một số chiến dịch y tế công cộng. Cách tiếp cận này, nếu không được điều chỉnh phù hợp, có thể kìm hãm đà mở rộng của thị trường tiêu dùng nội địa, đặc biệt là trong các chương trình quảng bá và tiếp thị hướng đến giới trẻ. Ngoài ra, sự chênh lệch giữa khu vực đô thị và nông thôn về thu nhập và khả năng tiếp cận sản phẩm cũng là yếu tố giới hạn đáng kể đối với sự phát triển toàn diện của thị trường.

2.4.2.2. Guatemala

Dự báo cho thấy tiêu thụ cà phê nội địa tại Guatemala sẽ đạt 720.000 bao trong niên vụ 2024/25, tăng nhẹ so với mức dự kiến 717.000 bao của niên vụ 2023/24 và 713.000 bao trong niên vụ 2022/23. Xu hướng tăng trưởng ổn định này phản ánh sự phát triển không ngừng của hệ thống chuỗi cửa hàng cà phê tại các khu vực đô thị, cùng với sự mở rộng của kênh phân phối cà phê chất lượng cao tại khoảng 700 siêu thị trên toàn quốc. Quá trình đô thị hóa nhanh chóng, với tỷ lệ dân số thành thị hiện đã vượt dân số nông thôn, được xem là yếu tố quan trọng thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng cà phê, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho sự mở rộng của thị trường sản phẩm và dịch vụ liên quan đến cà phê trong nước.



2.4.2.2. Honduras

Tiêu thụ cà phê tại Honduras trong niên vụ 2024/25 được dự báo duy trì ổn định, tương ứng với mức tăng trưởng kinh tế khiêm tốn từ 2,8–3,4%. Tuy nhiên, triển vọng tăng trưởng này có thể chịu tác động tiêu cực từ suy giảm sức mua trong bối cảnh bất ổn kinh tế kéo dài và khả năng áp dụng các mức thuế mới, ảnh hưởng đến cả tiêu dùng nội địa và hoạt động kinh tế vĩ mô. Trong niên vụ 2023/24, tiêu thụ cà phê nội địa giảm 13% so với niên vụ 2022/23, từ 385.000 bao xuống còn 335.000 bao, chủ yếu do sự dịch chuyển hành vi tiêu dùng từ cà phê rang xay có giá cao sang các sản phẩm cà phê hòa tan có chi phí thấp hơn.

Xét theo mức tiêu thụ bình quân đầu người, Honduras được xếp vào nhóm quốc gia có mức tiêu thụ trung bình trong khu vực cùng với Panama, Mexico và Guatemala, với lượng tiêu thụ ước tính đạt 4–5 kg/người/năm theo số liệu của Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO). Xu hướng tăng tiêu thụ cà phê trong nước được thúc đẩy bởi sự mở rộng của hệ thống quán cà phê tại các trung tâm thương mại, trạm nhiên liệu, khu bán lẻ, siêu thị, tòa nhà văn phòng và bệnh viện. Đặc biệt, sự gia tăng tỷ lệ dân số trẻ đang tạo động lực đáng kể cho việc đa dạng hóa sản phẩm cà phê tiêu dùng, bao gồm các loại đồ uống pha chế và sản phẩm tiện dụng. Một xu hướng mới nổi bật là sự phổ biến của cà phê Keurig, thu hút người tiêu dùng trẻ thông qua sự đa dạng về hương vị và nguồn gốc, cùng với mức độ tiện lợi cao. Các sản phẩm viên nén và máy pha cà phê Keurig hiện đã được phân phối rộng rãi trong các hệ thống siêu thị lớn, mở ra cơ hội mở rộng thị trường cà phê cao cấp tại Honduras.

2.4.2.2. Costa Rica

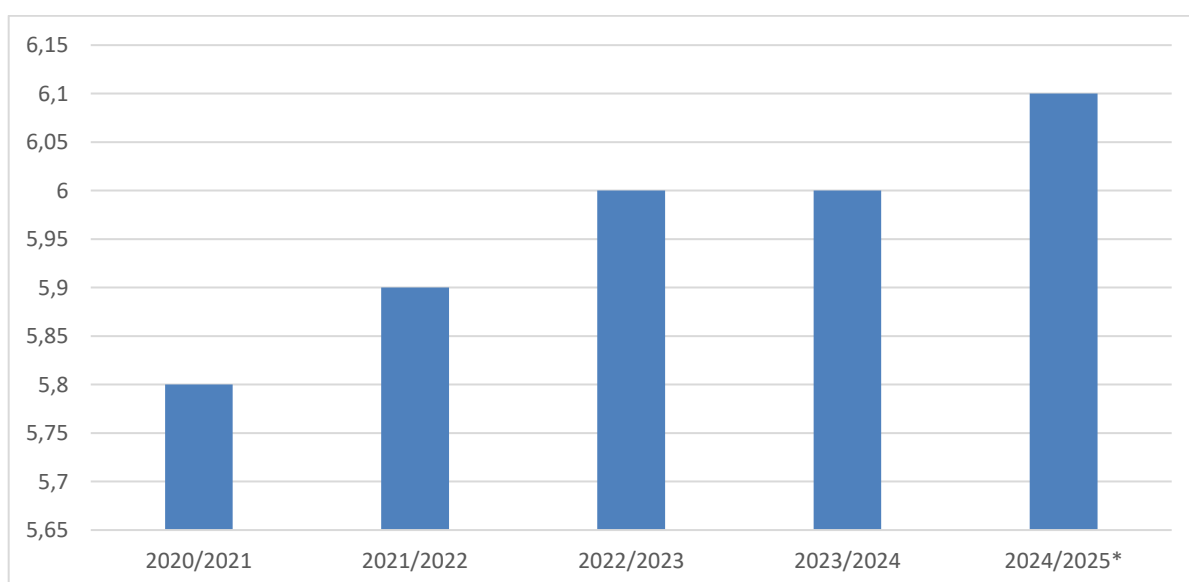
Tiêu thụ cà phê nội địa của Costa Rica trong niên vụ 2024/25 được kỳ vọng duy trì ổn định ở mức 305.000 bao. Sự ổn định này phản ánh tác động của tốc độ tăng dân số chậm và mức giá cà phê duy trì ở ngưỡng cao, làm hạn chế động lực tăng trưởng tiêu dùng trong nước. Dự báo cho niên vụ 2024/25 đã được điều chỉnh xuống mức thấp hơn so với kỳ vọng trước đó, do ảnh hưởng của giá cà phê leo thang. Áp lực lạm phát cùng với giá cà phê quốc tế tăng mạnh đã khiến giá cà phê trong nước tăng gần 40% vào năm 2022 và vẫn duy trì ở mức cao kể từ đó.



Với quy mô dân số khoảng 5,3 triệu người, tỷ lệ nhập cư hợp pháp thấp và tốc độ tăng dân số dưới 1% mỗi năm, triển vọng mở rộng tiêu thụ cà phê trong ngắn hạn được đánh giá là hạn chế. Theo Viện Cà phê Costa Rica (ICAFFE), lượng cà phê tiêu thụ nội địa trong niên vụ 2023/24 giảm gần 25% so với niên vụ 2022/23, chỉ đạt 156.807 bao — mức thấp nhất trong nhiều năm gần đây. Các nguồn trong ngành cho biết, tiêu thụ cà phê trong nước thể hiện tính chu kỳ rõ rệt trong bốn niên vụ gần đây, phản ánh sự phụ thuộc vào biến động giá cả và điều kiện kinh tế vĩ mô. Ngoài ra, kể từ khi Costa Rica bắt đầu nhập khẩu cà phê vào khoảng năm 2008, khối lượng nhập khẩu đã dao động đáng kể, chịu ảnh hưởng của biến động giá, chi phí logistics và khả năng tiếp cận nguồn cung.

Hình 8. Tiêu thụ cà phê của khu vực Trung Mỹ và Mexico

DVT: Triệu bao



Nguồn ICO

1.2.3. Tiêu thụ cà phê khu vực Nam Mỹ

2.4.2.2. Brazil

Trong niên vụ 2024/25, tổng lượng tiêu thụ cà phê nội địa của Brazil được dự báo đạt 22,28 triệu bao, trong đó 21,3 triệu bao là cà phê rang/xay và 980.000 bao là cà phê hòa tan. Mặc dù cà phê vẫn giữ vai trò thiết yếu trong văn hóa tiêu dùng, tốc độ tăng trưởng tiêu thụ bị hạn chế do lạm phát và giá bán lẻ cao.



Theo số liệu của Viện Địa lý và Thống kê Brazil (IBGE), năm 2024, chỉ số giá thực phẩm hộ gia đình tăng 8,23%. Nguyên nhân của mức tăng này phần nào xuất phát từ các hiện tượng khí hậu làm giảm nguồn cung nông sản và sự mạnh lên của đồng USD, khiến hoạt động xuất khẩu được khuyến khích. Cũng theo IBGE, chỉ số tiêu dùng hộ gia đình tăng gần 5% trong năm 2024 so với năm 2023, được thúc đẩy bởi các chương trình hỗ trợ thu nhập của chính phủ liên bang, các khoản phúc lợi xã hội, tỷ lệ việc làm tăng và mức lương tối thiểu thực tế được cải thiện.

Hiệp hội Công nghiệp Cà phê Brazil (ABIC) cho biết, trong giai đoạn từ tháng 11/2023 đến tháng 10/2024, bình quân mỗi người Brazil tiêu thụ 5,01 kg cà phê rang/xay, giảm 2% so với giai đoạn trước. Mặc dù mức giảm này tương đối nhỏ, nó diễn ra trong bối cảnh giá cà phê tăng mạnh. Tuy nhiên, xét về giá trị tuyệt đối, tổng lượng tiêu thụ vẫn tăng, đạt 21,9 triệu bao — tăng 1% so với mức 21,7 triệu bao của năm trước. Sự gia tăng dân số là yếu tố chính khiến mức tiêu thụ bình quân đầu người giảm.

Xét theo vùng, khu vực Đông Nam chiếm tỷ trọng lớn nhất với 9,13 triệu bao (tương đương gần 42% tổng nhu cầu quốc gia), tiếp đến là khu vực Đông Bắc với 5,89 triệu bao (27%), khu vực Nam với 3,2 triệu bao (14,6%), khu vực Bắc với 1,93 triệu bao (8,8%), và khu vực Trung Tây với 1,75 triệu bao (8%).

Hiệp hội Công nghiệp Cà phê Hòa tan Brazil (ABICS) ước tính, kể từ năm 2016, mức tiêu thụ cà phê hòa tan trong nước đã tăng trung bình 3% mỗi năm. Năm 2024, cà phê hòa tan chiếm khoảng 5% tổng nhu cầu tiêu thụ cà phê của người dân Brazil. Từ tháng 1 đến tháng 3 năm 2025, người tiêu dùng Brazil đã sử dụng khoảng 5.558 tấn cà phê hòa tan (tương đương 240.851 bao loại 60 kg), tăng 6% so với cùng kỳ năm 2024, theo số liệu của ABICS.

2.4.2.2. Colombia

Trong niên vụ 2024/2025, tiêu thụ cà phê nội địa của Colombia dự kiến không thay đổi, vẫn giữ ở mức 2,2 triệu bao GBE. Sự ổn định này chủ yếu do tình hình kinh tế suy giảm và lạm phát cao kéo dài, làm hạn chế khả năng tăng trưởng tiêu dùng trong ngắn hạn.



Liên đoàn Cà phê Quốc gia Colombia (Fedecafe) tiếp tục thúc đẩy tiêu thụ nội địa thông qua chiến dịch quảng bá “Busca el Triángulo de la Calidad Café de Colombia” (tạm dịch: “Tìm biểu tượng tam giác Chất lượng Cà phê Colombia”). Biểu tượng tam giác “Café de Colombia” là dấu chứng nhận cho thấy sản phẩm chứa 100% cà phê có nguồn gốc từ Colombia. Việc sử dụng logo này phải tuân theo thỏa thuận cấp phép thương hiệu và được gắn liền với quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý được bảo hộ. Hiện có khoảng 850 thương hiệu được cấp phép sử dụng biểu tượng tam giác này.

Tiêu thụ cà phê bình quân đầu người của Colombia được ước tính ở mức 3,08 kg/người/năm — thấp hơn đáng kể so với các quốc gia sản xuất cà phê khác, nơi mức tiêu thụ thường vượt 6 kg/người/năm. Mặc dù nhu cầu đối với cà phê đặc sản đang gia tăng, phần lớn các hộ gia đình Colombia vẫn ưa chuộng cà phê hòa tan và các loại cà phê pha trộn giá rẻ.

2.4.2.2. Peru

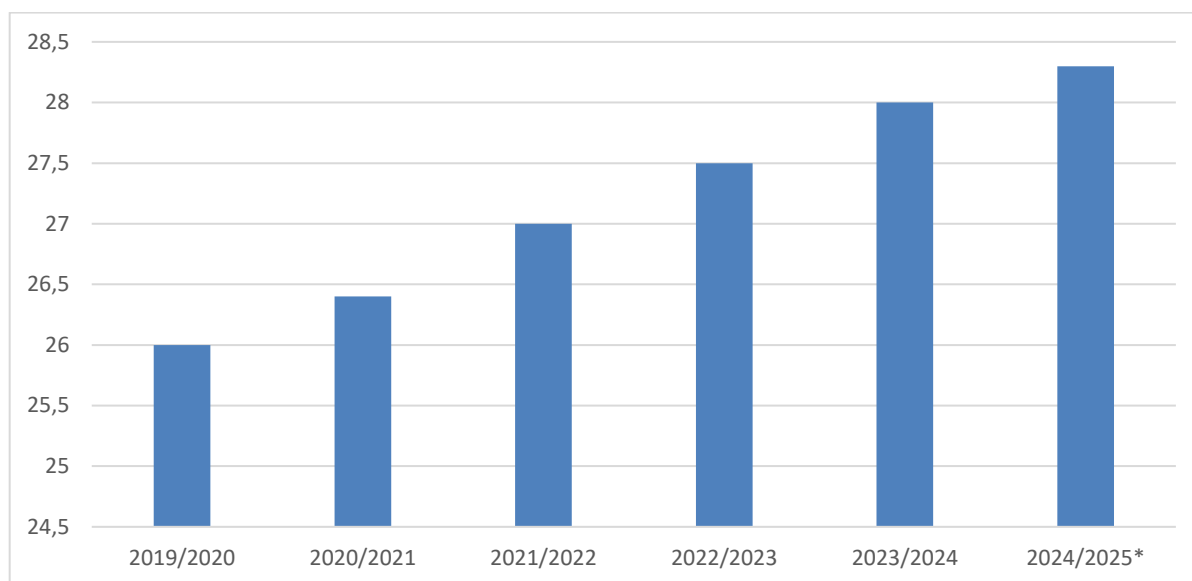
Tiêu thụ cà phê nội địa của Peru trong niên vụ 2024/2025 được dự báo đạt khoảng 300.000 bao loại 60 kg. Mặc dù mức tiêu thụ cà phê trong nước đã tăng đáng kể trong những năm gần đây, nhưng vẫn còn tương đối thấp so với các quốc gia láng giềng. Mức tiêu thụ bình quân đầu người tại Peru ước tính đạt 950 gram, thấp hơn nhiều so với Colombia (2,5 kg) và Brazil (trên 6 kg).

Cà phê hòa tan chiếm khoảng 75% tổng lượng tiêu thụ nội địa. Tuy nhiên, mô hình tiêu dùng đang có sự thay đổi rõ rệt, với xu hướng gia tăng nhu cầu đối với cà phê rang xay, đặc biệt trong nhóm người tiêu dùng trẻ tại khu vực đô thị. Ở nhóm dân số này, mức tiêu thụ bình quân đầu người đã đạt khoảng 1 kg.

Dù nhu cầu đang tăng, tổng tiêu thụ nội địa hiện chỉ chiếm khoảng 6% tổng sản lượng cà phê của Peru. Về kênh phân phối, phần lớn cà phê trong nước được tiêu thụ thông qua các cửa hàng tạp hóa nhỏ (chiếm 60%) và hệ thống siêu thị (chiếm khoảng 30%).

**Hình 9: Tiêu thụ cà phê khu vực Nam Mỹ**

ĐVT: Triệu bao



Nguồn: ICO

1.2.4. Tiêu thụ cà phê khu vực Bắc Mỹ

2.4.2.2. Hoa Kỳ

Hoa Kỳ hiện được xem là quốc gia tiêu thụ cà phê lớn nhất tại khu vực Bắc Mỹ, đồng thời là một trong những thị trường cà phê lớn nhất trên toàn cầu. Trong niên vụ 2024/2025, tổng lượng cà phê tiêu thụ tại Hoa Kỳ ước đạt khoảng 28 triệu bao, khẳng định vị thế dẫn đầu của nước này trong tiêu dùng cà phê thế giới.

Người tiêu dùng Hoa Kỳ có xu hướng ưa chuộng cà phê Arabica, vốn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng lượng cà phê nhập khẩu và tiêu thụ nội địa. Các sản phẩm cà phê phổ biến nhất bao gồm cà phê espresso, cà phê phin (drip coffee), và cà phê pha chế sẵn (ready-to-drink coffee), phản ánh sự đa dạng trong thị hiếu và thói quen tiêu dùng.

Bên cạnh đó, xu hướng tiêu dùng cà phê chất lượng cao và cà phê đặc sản đang ngày càng lan rộng, đặc biệt trong nhóm người tiêu dùng trẻ tại các đô thị lớn. Điều này đã thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của hệ thống quán cà phê chuỗi, cửa hàng rang xay độc lập, và các sản phẩm cà phê hữu cơ, bền vững, góp phần định hình lại cấu trúc thị trường cà phê Hoa Kỳ theo hướng chuyên biệt và giá trị gia tăng cao hơn.



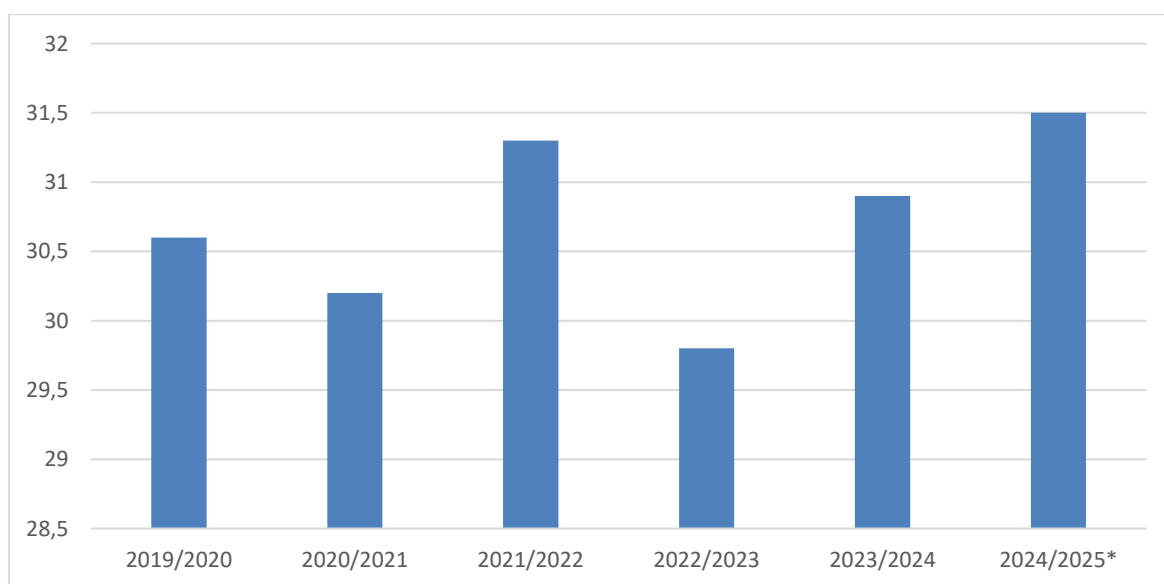
2.4.2.2. Canada

Canada là thị trường tiêu thụ cà phê lớn thứ hai tại khu vực Bắc Mỹ, chỉ sau Hoa Kỳ, và giữ vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng và tiêu dùng cà phê toàn cầu. Trong niên vụ 2024/2025, tổng nhu cầu cà phê nội địa của Canada ước đạt khoảng 4,5 triệu bao, phản ánh mức tiêu thụ ổn định và xu hướng tăng trưởng bền vững trong những năm gần đây.

Thị trường cà phê Canada chủ yếu tập trung vào cà phê Arabica, vốn được ưa chuộng nhờ hương vị nhẹ, độ chua cân bằng và chất lượng cao hơn so với Robusta. Người tiêu dùng Canada có thói quen thưởng thức cà phê hàng ngày, với tỷ lệ tiêu thụ bình quân đầu người thuộc nhóm cao nhất thế giới. Đáng chú ý, kênh tiêu dùng chủ đạo tại Canada là các quán cà phê, chuỗi cửa hàng cà phê thương hiệu lớn (như Tim Hortons, Starbucks, McCafé), cùng với các sản phẩm cà phê pha chế sẵn (ready-to-drink coffee) đang ngày càng phổ biến.

Hình 10: Tiêu thụ cà phê khu vực Bắc Mỹ

ĐVT: Triệu bao



Nguồn: ICO

Xu hướng tiêu dùng cà phê tại Canada đang có sự chuyển dịch rõ rệt theo hướng đa dạng hóa và cá nhân hóa trải nghiệm. Người tiêu dùng không chỉ quan tâm đến chất lượng và hương vị mà còn chú trọng đến nguồn gốc xuất xứ, phương pháp chế biến và phong cách thưởng thức. Các sản phẩm cà phê đặc sản (specialty



coffee), cà phê rang xay tại chỗ, và cà phê lạnh pha sẵn (cold brew, ready-to-drink) đang dần mở rộng thị phần, đặc biệt trong nhóm người trẻ và dân cư đô thị. Bên cạnh đó, sự phát triển mạnh mẽ của các chuỗi cửa hàng cà phê độc lập và các thương hiệu nội địa cũng góp phần thúc đẩy tính sáng tạo và cạnh tranh của thị trường cà phê Canada, phản ánh một ngành tiêu dùng năng động và có tiềm năng tăng trưởng bền vững trong tương lai.

1.2.5. Tiêu thụ cà phê khu vực châu Á và châu Đại Dương

2.4.2.2. Trung Quốc

Theo Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO), Trung Quốc đang nổi lên như một trong những thị trường tiêu thụ cà phê tăng trưởng nhanh nhất thế giới, với mức tăng 15% trong niên vụ vừa qua. Đáng chú ý, số lượng quán cà phê mang thương hiệu tại Trung Quốc đã tăng 58% chỉ trong vòng 12 tháng, đạt 49.691 cửa hàng, vượt qua cả Hoa Kỳ để trở thành quốc gia có hệ thống cửa hàng cà phê thương hiệu lớn nhất toàn cầu. Theo USDA, trong niên vụ 2024/2025 Trung Quốc được dự báo sẽ tiêu thụ khoảng 5,7 triệu bao cà phê.

Sự bùng nổ của thị trường cà phê Trung Quốc phản ánh sự thay đổi nhanh chóng trong thói quen tiêu dùng của tầng lớp trung lưu và thế hệ trẻ, những nhóm khách hàng ngày càng ưa chuộng lối sống hiện đại và các sản phẩm mang tính trải nghiệm. Các đô thị lớn như Thượng Hải, Bắc Kinh và Thâm Quyển đang trở thành trung tâm tiêu thụ cà phê năng động, nơi các thương hiệu nội địa và quốc tế cạnh tranh mạnh mẽ về chất lượng, thiết kế và trải nghiệm khách hàng.

Trong bối cảnh đó, Brazil – quốc gia xuất khẩu cà phê lớn nhất thế giới – đang nhanh chóng tận dụng cơ hội mở rộng thị phần tại Trung Quốc, thông qua việc đẩy mạnh xuất khẩu cà phê hạt, cà phê chế biến và hợp tác thương mại song phương. Trung Quốc được xem là “miền đất hứa” mới đối với ngành cà phê toàn cầu, đặc biệt trong giai đoạn các thị trường truyền thống đang dần đạt đến ngưỡng bão hòa.

2.4.2.2. Nhật Bản

Trong bối cảnh thị trường cà-phê toàn cầu có nhiều biến động, Nhật Bản vẫn là một trong những quốc gia tiêu thụ cà-phê lớn và ổn định nhất châu Á. Dù lượng tiêu thụ không có đột phá, nhưng thị trường đang có sự chuyển dịch trong



hành vi tiêu dùng và chiến lược sản phẩm của các thương hiệu lớn. Tiệu thụ cà phê tại Nhật Bản trong niên vụ 2024/2025 ước tính đạt 7 triệu bao.

Nhu cầu tiêu thụ cà phê tại Nhật Bản duy trì ở mức ổn định, song chịu ảnh hưởng đáng kể từ biến động giá cà phê toàn cầu và sự mất giá của đồng Yên. Các chuỗi cửa hàng tiện lợi lớn như 7-Eleven, Lawson và FamilyMart đã điều chỉnh tăng giá bán lẻ cà phê từ 11–16% nhằm bù đắp chi phí nhập khẩu tăng cao.

Người tiêu dùng Nhật Bản ngày càng thận trọng hơn trong chi tiêu cho các sản phẩm cà phê ngoài gia đình, trong khi nhu cầu đối với cà phê xanh ghi nhận mức phục hồi nhẹ, với sản lượng tiêu thụ duy trì khoảng 357.000 tấn và dự báo tiếp tục tăng trong các năm tới.

Đáng chú ý, xu hướng tiêu dùng đang dịch chuyển sang các sản phẩm cà phê pha sẵn, cà phê cao cấp và đa dạng hương vị, qua đó tạo động lực tăng trưởng mới cho thị trường cà phê Nhật Bản vốn đã đạt trạng thái bão hòa ở phân khúc phổ thông.

2.4.2.2. Hàn Quốc

Mức tiêu thụ cà phê tại Hàn Quốc được ghi nhận ở mức cao đáng kể, với mức tiêu thụ bình quân đầu người đạt 416 cốc/năm vào năm 2025, theo số liệu của Euromonitor. Con số này cao gấp hơn hai lần so với mức trung bình toàn cầu và là mức tiêu thụ cao nhất trong số các quốc gia châu Á. Việc phổ biến rộng rãi của các quán cà phê giúp người dân dễ dàng tiếp cận và thưởng thức cà phê thường xuyên hơn. Theo Bộ Nội vụ và An toàn Hàn Quốc, tính đến cuối năm 2024, cả nước có gần 79.350 quán cà phê đang hoạt động.

Ediya Coffee là chuỗi cà phê dẫn đầu tại Hàn Quốc, trở thành thương hiệu đầu tiên đạt mốc khoảng 4.000 cửa hàng trên toàn quốc vào năm 2024. Theo sau Ediya là các chuỗi lớn khác như Mega Coffee, Compose Coffee, Starbucks và A Twosome Place. Sự dày đặc của các quán cà phê không chỉ giúp người dân dễ dàng tiếp cận mà còn thúc đẩy thói quen tiêu dùng cà phê thường xuyên.

Tại Hàn Quốc, người tiêu dùng có nhiều hình thức thưởng thức cà phê khác nhau. Ngoài việc uống tại quán, các cửa hàng bán lẻ cung cấp đa dạng sản phẩm cà phê pha sẵn, cho phép người tiêu dùng thưởng thức ngay mà không cần pha



ché. Đại dịch COVID-19 cũng góp phần mở rộng dịch vụ giao cà phê tận nơi, giúp người tiêu dùng dễ dàng đặt hàng từ nhiều quán cà phê gần nhà. Bên cạnh đó, xu hướng tiêu dùng cà phê tại nhà đã chuyển dịch từ cà phê dạng gói (stick coffee) sang sử dụng máy pha cà phê dùng hạt và viên nén (capsule coffee), qua đó thúc đẩy hơn nữa mức tiêu thụ cà phê trong nước.

2.4.2.2. *Australia*

Theo Cục Xuất nhập khẩu, dẫn nguồn Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong 6 tháng đầu năm 2025, nhập khẩu cà phê của Australia đạt 62,7 nghìn tấn, với trị giá 475,1 triệu USD, tăng 14,4% về lượng và 59,5% về trị giá so với cùng kỳ năm 2024.

Giá nhập khẩu bình quân cà phê của Australia từ thế giới đạt 7.576 USD/tấn, tăng 39,5% so với cùng kỳ năm trước. Giá nhập khẩu cà phê từ hầu hết các thị trường lớn đều tăng, đặc biệt là từ Việt Nam, Brazil, Colombia, Papua New Guinea và Honduras. Tuy nhiên, lượng nhập khẩu cà phê từ Việt Nam lại ghi nhận mức giảm nhẹ. Trong giai đoạn này, Australia nhập khẩu cà phê từ 63 quốc gia và vùng lãnh thổ, thể hiện sự đa dạng hóa nguồn cung ứng nhằm đảm bảo ổn định thị trường trong bối cảnh giá cà phê toàn cầu tăng cao.

Về xu hướng tiêu dùng, mỗi người dân Australia tiêu thụ bình quân khoảng 1,9 kg cà phê mỗi năm, trong đó cà phê hòa tan chiếm khoảng 75% tổng lượng tiêu thụ. Song song đó, phân khúc cà phê đặc sản (specialty coffee) và cà phê cô đặc dùng tại nhà đang tăng trưởng nhanh, phản ánh sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng hướng đến các sản phẩm có chất lượng cao và tiện lợi hơn.

Theo dự báo của Research and Markets (2025), thị trường cà phê Australia ước đạt 1,6 tỷ USD vào năm 2025 và có thể tăng lên 2,17 tỷ USD vào năm 2030, với tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm (CAGR) đạt 5,73% trong giai đoạn 2025–2030.

Tuy nhiên, áp lực chi phí sinh hoạt tăng cao đang tác động đáng kể đến thói quen tiêu dùng. Nhiều người tiêu dùng chuyển sang tự pha cà phê tại nhà để tiết kiệm chi phí, khi giá một ly cà phê tại quán đã lên tới 10–12 AUD. Xu hướng này được dự báo sẽ tiếp tục duy trì trong ngắn hạn, đồng thời thúc đẩy tăng trưởng của các sản phẩm cà phê rang xay và cà phê hòa tan phục vụ tiêu dùng tại gia.



2.4.2.2. Ấn Độ

Mức tiêu thụ cà phê trong niên vụ 2024/2025 ước tính sẽ đạt khoảng 1,4 triệu bao (tương đương 81.600 tấn), chủ yếu nhờ sự gia tăng doanh số của cà phê hòa tan. Dự kiến, tiêu thụ cà phê hòa tan trong hộ gia đình sẽ chiếm tỷ trọng lớn hơn đáng kể, khoảng 70% tổng mức tiêu thụ trong nước vào năm tới.

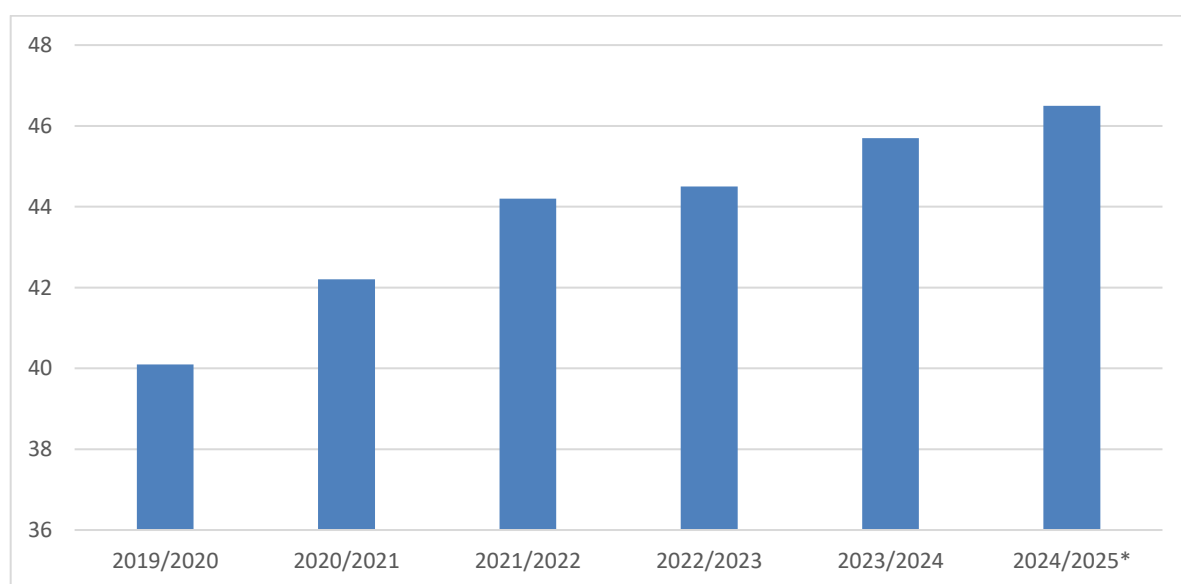
Các nhà sản xuất cà phê hòa tan trong nước đã ghi nhận mức tăng trưởng hai con số trong năm vừa qua và vẫn duy trì triển vọng tích cực, do mức tiêu thụ cà phê bình quân đầu người của Ấn Độ hiện chỉ đạt 0,07 kg, thấp hơn nhiều so với mức trung bình toàn cầu là 1,3 kg.

2.4.2.2. Indonesia

Mức tiêu thụ cà phê của Indonesia trong niên vụ 2024/2025 ở mức 4,8 triệu bao, tăng chưa đến 1% so với niên vụ 2023/2024, do sức mua của người tiêu dùng vẫn còn yếu. Mặc dù tăng trưởng kinh tế đạt mức ổn định khoảng 5% trong nửa đầu năm 2024, Cơ quan Thống kê Quốc gia Indonesia (BPS) vào tháng 10 năm 2024 đã báo cáo tình trạng giảm phát kéo dài trong năm tháng liên tiếp, cho thấy chi tiêu tiêu dùng tiếp tục suy yếu.

Hình 11. Tiêu thụ cà phê khu vực châu Á và châu Đại Dương

DVT: Triệu bao



Nguồn: ICO



Sức mua yếu được dự báo sẽ hạn chế tăng trưởng doanh số của các sản phẩm cà phê cao cấp, trong khi người tiêu dùng có thu nhập trung bình và thấp vẫn ưu tiên các sản phẩm cà phê giá phải chăng, bao gồm cà phê đóng chai pha sẵn (RTD coffee). Các sản phẩm cà phê RTD đã trở nên phổ biến tại Indonesia nhờ mạng lưới phân phối rộng khắp, đa dạng về mẫu mã, giá cả hợp lý và khả năng bảo quản lâu dài.

Theo một khảo sát người tiêu dùng năm 2023, phần lớn người được hỏi có xu hướng mua các sản phẩm cà phê có giá dưới 30.000 Rupiah Indonesia (khoảng 2 USD). Khảo sát cũng cho thấy 30% người tham gia cho biết họ tiêu thụ nhiều cà phê hơn trong năm 2023 so với giai đoạn đại dịch COVID-19, phản ánh sự phục hồi dần trong thói quen tiêu dùng cà phê của người dân.

1.3. Thương mại cà phê thế giới năm 2025

1.3.1. Xuất khẩu cà phê thế giới năm 2024/2025

Theo ICO, xuất khẩu cà phê toàn cầu niên vụ 2024/2025 đạt 127,9 triệu bao, chỉ tăng nhẹ 0,2% so với mức 127,7 triệu bao của niên vụ trước. Mức tăng trưởng khiêm tốn này phản ánh bức tranh cung – cầu toàn cầu đang trong trạng thái cân bằng mong manh, giữa bối cảnh thị trường cà phê thế giới chịu tác động đan xen từ nhiều yếu tố kinh tế, khí hậu và địa chính trị. Tại các quốc gia sản xuất chủ lực như Brazil, Việt Nam và Colombia, sản lượng có xu hướng cải thiện nhờ điều kiện thời tiết tương đối thuận lợi, song tồn kho thấp, chi phí vận chuyển tăng, diễn biến thuế quan từ Hoa Kỳ phức tạp, và biến động tỷ giá vẫn đang gây sức ép lên hoạt động xuất khẩu.

2.4.2.2. Tình hình xuất khẩu cà phê nhân xanh niên vụ 2024/2025

Theo Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO), xuất khẩu cà phê toàn cầu trong niên vụ 2024/2025 đạt khoảng 127,9 triệu bao, tăng nhẹ 0,2% so với 127,7 triệu bao của niên vụ 2023/2024. Mức tăng này được xem là rất khiêm tốn, đặc biệt nếu so với mức tăng mạnh 11,8% ghi nhận trong niên vụ trước đó, cho thấy đà tăng trưởng xuất khẩu cà phê toàn cầu đang chững lại sau giai đoạn phục hồi mạnh mẽ.

- Xuất khẩu cà phê theo nhóm



Nhóm xuất khẩu cà phê Arabica Colombian niên vụ 2024/2025 ghi nhận mức tăng mạnh 14,2% đạt 13,812 triệu bao, so với 12,097 triệu bao trong niên vụ 2023/2024.

Nhóm xuất khẩu cà phê Arabica Brazil giảm 6,2% ở 38,893 triệu bao trong niên vụ 2024/2025, trong khi niên vụ 2023/2024 đạt 41,483 triệu bao.

Nhóm xuất khẩu cà phê Arabica (cà phê khác) trong niên vụ 2024/2025 đạt 24,491 triệu bao, tăng 1,7% so với 24,070 triệu bao của niên vụ 2023/2024.

- *Xuất khẩu theo loại*

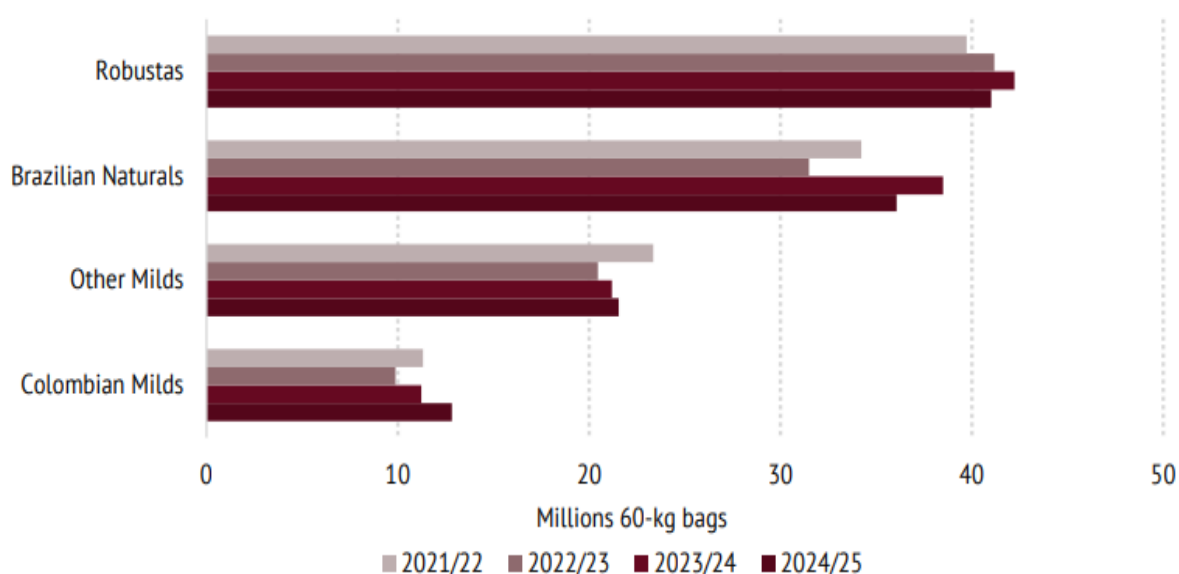
Arabica: Xuất khẩu cà phê Arabica trong niên vụ 2024/25 giảm 0,6%, đạt 77,195 triệu bao, so với 77,651 triệu bao trong niên vụ 2023/24.

Robusta: Xuất khẩu cà phê Robusta trong niên vụ 2024/2025 đạt 50,721 triệu bao, tăng 1,4% so với mức 50,027 triệu bao của niên vụ 2023/2024

Trong niên vụ 2024/25, cà phê Arabica chiếm 60,34 tổng thị phần xuất khẩu cà phê xanh, cà phê Robusta chiếm 39,66%.

Hình 12: Xuất khẩu cà phê nhân toàn cầu niên vụ 2021/2022 đến 2024/2025

ĐVT: Triệu bao



Nguồn: ICO



2.4.2.2. Xuất khẩu cà phê niên vụ 2024/2025 theo các khu vực

a. Nam Mỹ

Tháng 8 năm 2025, khu vực Nam Mỹ ghi nhận sự suy giảm đáng kể trong hoạt động xuất khẩu cà phê, với tổng lượng xuất khẩu đạt 4,94 triệu bao, giảm 14,3% so với cùng kỳ năm 2024 (5,76 triệu bao). Đây là tháng thứ mười liên tiếp khu vực này ghi nhận mức tăng trưởng âm, đánh dấu sự chững lại rõ rệt sau chuỗi 16 tháng tăng trưởng tích cực trước đó. Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ Brazil, quốc gia chiếm tỷ trọng lớn trong xuất khẩu cà phê toàn cầu, khi xuất khẩu giảm 23,2%, xuống còn 3,14 triệu bao so với 4,1 triệu bao cùng kỳ năm trước. Mức sụt giảm này chủ yếu do hiệu ứng cơ sở, bởi trong niên vụ 2023/2024, Brazil đã đạt mức xuất khẩu kỷ lục 50,1 triệu bao, tăng 35,1% (tương đương 13,01 triệu bao) so với niên vụ 2022/2023.

b. Châu Phi

Khu vực châu Phi trong tháng 8/2025 ghi nhận mức tăng trưởng 4,1%, đạt 1,9 triệu bao so với 1,83 triệu bao cùng kỳ năm 2024. Động lực chính thúc đẩy đà tăng này đến từ Uganda, quốc gia có lượng xuất khẩu tăng 17,7%, đạt 0,99 triệu bao. Kết quả này phản ánh tác động tích cực của một vụ mùa thuận lợi, giá cà phê quốc tế duy trì ở mức cao và xu hướng đẩy mạnh xuất khẩu sớm nhằm tận dụng điều kiện thị trường thuận lợi. Sản lượng cà phê của Uganda trong niên vụ 2024/2025 được ước tính đạt 7,05 triệu bao, tăng 3,7% so với niên vụ trước. Tuy nhiên, mức tăng trưởng chung của toàn khu vực vẫn ở mức khiêm tốn do sự sụt giảm tại nhiều quốc gia sản xuất chủ lực khác, bao gồm Cameroon, Ethiopia, Guinea, Kenya, Madagascar, Rwanda và Tanzania. Tổng lượng xuất khẩu của nhóm quốc gia này giảm 12,7%, tương ứng mức sụt giảm ròng 0,11 triệu bao, cho thấy sự phân hóa rõ rệt về hiệu quả sản xuất và năng lực xuất khẩu giữa các quốc gia trong khu vực.

c. Mexico và Trung Mỹ

Trong tháng 8 năm 2025, xuất khẩu cà phê từ khu vực Mexico và Trung Mỹ giảm 12,1%, chỉ đạt 1,03 triệu bao so với 1,18 triệu bao trong tháng 8 năm 2024. Đây là tháng giảm thứ hai của khu vực trong 11 tháng đầu của niên vụ cà phê 2024/2025, mặc dù tổng lượng xuất khẩu lũy kế từ đầu niên vụ vẫn tăng



8,7%, đạt 14,72 triệu bao. Đợt sụt giảm gần đây diễn ra ở hầu hết các quốc gia sản xuất chính trong khu vực, ngoại trừ Mexico – quốc gia duy nhất ghi nhận mức tăng trưởng dương. Cụ thể, tổng lượng xuất khẩu của Costa Rica, Guatemala, Honduras và Nicaragua giảm 17,6%, chỉ đạt 0,7 triệu bao so với 0,85 triệu bao trong cùng kỳ năm 2024.

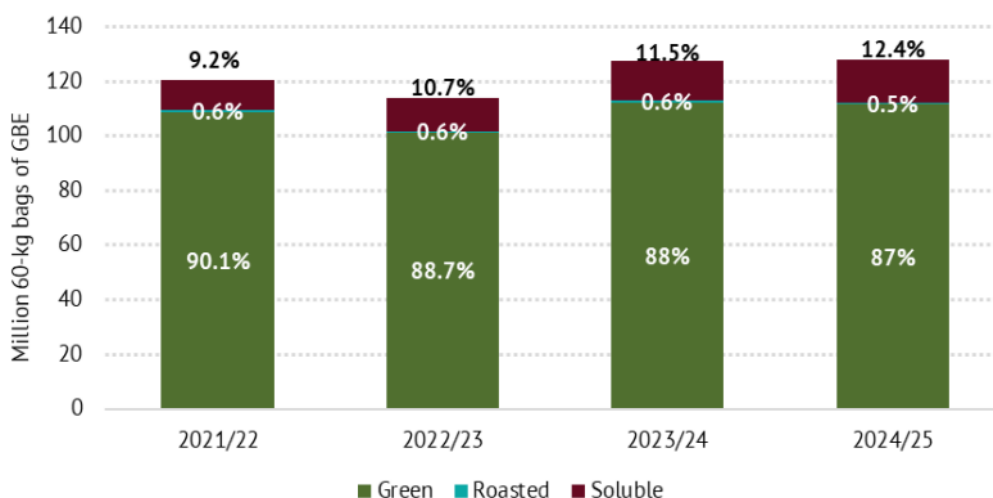
d. Châu Á và Châu Đại Dương

Xuất khẩu cà phê từ khu vực Châu Á và Châu Đại Dương trong tháng 8 năm 2025 tăng 14,9%, đạt 3,48 triệu bao, so với 3,03 triệu bao trong cùng kỳ tháng 8 năm 2024. Mức tăng trưởng này chủ yếu được thúc đẩy bởi Việt Nam, khi xuất khẩu của quốc gia này tăng mạnh 38,9%, đạt 1,93 triệu bao so với 1,39 triệu bao của tháng 8 năm 2024. Đây là tháng tăng trưởng thứ bảy liên tiếp của Việt Nam, với xuất khẩu lũy kế từ đầu niên vụ tăng 7,1%, đạt 25,83 triệu bao.

2.4.2.2. Tình hình xuất khẩu cà phê hòa tan và cà phê rang xay

Xuất khẩu cà phê hòa tan trong tháng 8 năm 2025 giảm 12,5%, chỉ đạt 1,33 triệu bao so với 1,52 triệu bao của cùng kỳ năm 2024. Mặc dù vậy, thị phần cà phê hòa tan trong tổng xuất khẩu cà phê toàn cầu vẫn tăng lên 12,4% trong 11 tháng đầu niên vụ 2024/2025, so với 11,5% của niên vụ 2023/2024. Diễn biến này cho thấy xu hướng gia tăng nhu cầu đối với các sản phẩm chế biến sâu, phản ánh sự dịch chuyển trong cấu trúc tiêu dùng toàn cầu theo hướng ưu tiên sản phẩm tiện lợi và có giá trị gia tăng cao hơn.

Hình 13: Tỷ lệ xuất khẩu các chủng loại cà phê toàn cầu



Nguồn: ICO



Xuất khẩu cà phê đã rang xay ghi nhận sự sụt giảm mạnh, giảm 57,3%, chỉ đạt 0,03 triệu bao trong tháng 8 năm 2025. Mức giảm sâu này phản ánh sự thu hẹp nhu cầu nhập khẩu ở một số thị trường truyền thống, đặc biệt là tại châu Âu và Bắc Mỹ, do nguồn cung nội địa tăng.

1.3.2. Nhập khẩu cà phê thế giới năm 2025

Trong niên vụ 2024/2025, thị trường toàn cầu ghi nhận lượng nhập khẩu gia tăng tại các thị trường chính như:

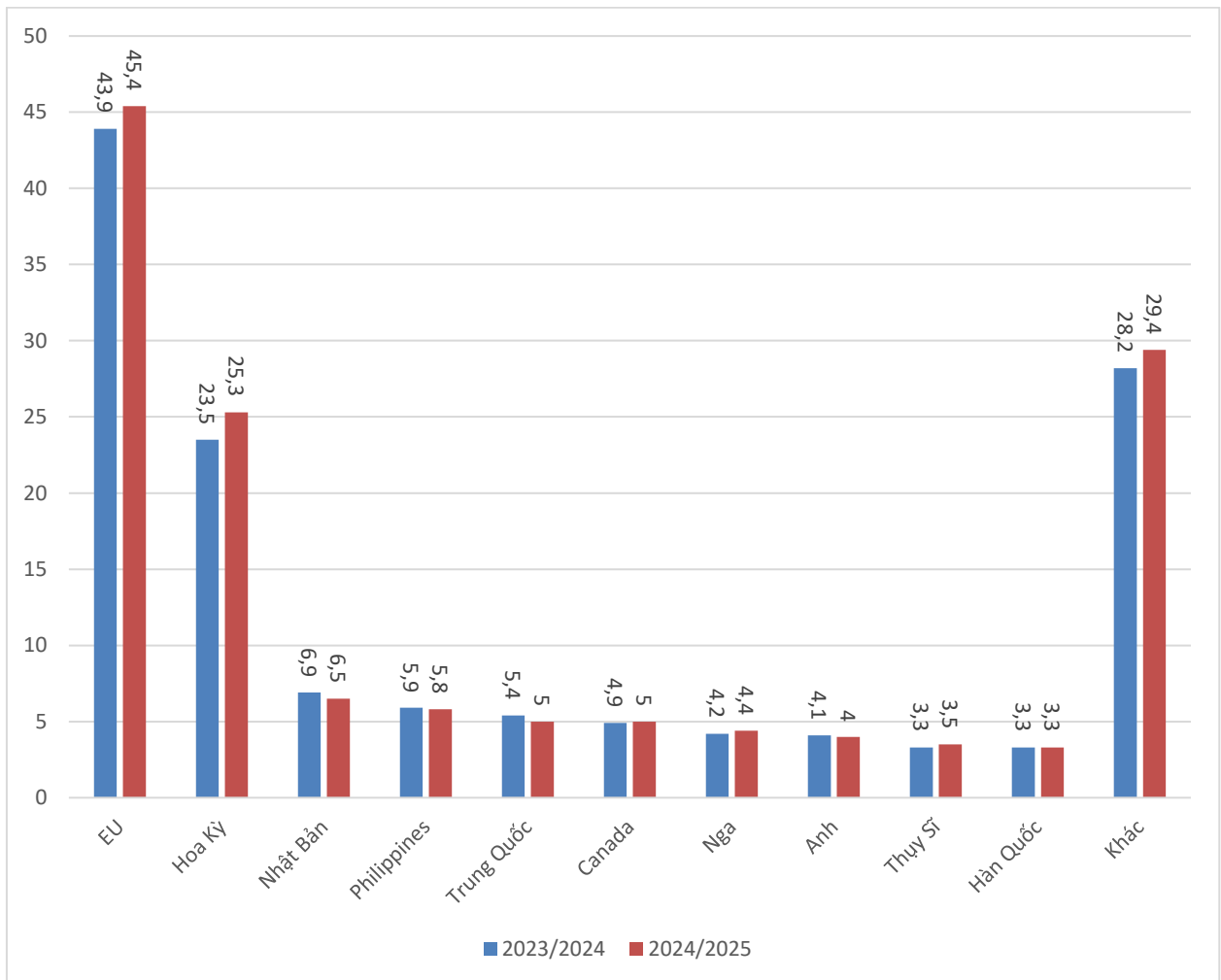
Liên minh châu Âu (EU): ước dự báo sẽ nhập khẩu khoảng 45,4 triệu bao cà phê trong niên vụ 2024/2025, tăng 1,5 triệu bao so với niên vụ trước. Con số này phản ánh xu hướng ổn định và gia tăng nhẹ trong nhu cầu tiêu thụ của khu vực, bất chấp những biến động về nguồn cung toàn cầu và tác động từ các chính sách thương mại mới, đặc biệt là Quy định về Chống Phá rừng của EU (EUDR). Cơ cấu nguồn cung cho thị trường EU vẫn tập trung chủ yếu vào các quốc gia sản xuất lớn, bao gồm Brazil (34%), Việt Nam (24%), Uganda (8%), và Honduras (6%). Tồn kho cuối niên vụ được dự báo đạt khoảng 8,9 triệu bao, cho thấy mức dự trữ tương đối ổn định nhằm bảo đảm an ninh cung ứng cho thị trường nội khối.

Hoa Kỳ: Lượng nhập khẩu cà phê của Hoa Kỳ trong niên vụ 2024/2025 được dự báo đạt khoảng 25,3 triệu bao, tăng 1,8 triệu bao so với niên vụ 2023/2024. Chính sách thuế quan được duy trì ở mức cao đối với một số đối tác thương mại, đặc biệt là Brazil, đã tác động đến dòng chảy thương mại cà phê vào thị trường Hoa Kỳ, làm giảm khối lượng nhập khẩu từ quốc gia này và góp phần gây áp lực tăng giá trên thị trường nội địa. Cấu trúc nguồn cung cà phê nhập khẩu của Hoa Kỳ vẫn thể hiện sự tập trung cao, với các thị trường chủ lực bao gồm Brazil (30%), Colombia (20%), Việt Nam (8%), Honduras (7,5%), và Guatemala (6,3%).

Các thị trường tiêu thụ chủ chốt như Liên minh châu Âu (EU) và Hoa Kỳ tiếp tục duy trì mức nhu cầu cà phê cao và ổn định. Đồng thời, xu hướng này cho thấy mức độ phụ thuộc đáng kể vào các quốc gia sản xuất cà phê chủ lực như Brazil, Việt Nam, và Colombia.



Hình 14: Nhập khẩu cà phê của các nước trong niên vụ 2024/2025



Nguồn: USDA

1.3.3. Biến động giá cà phê thế giới

Thị trường London:

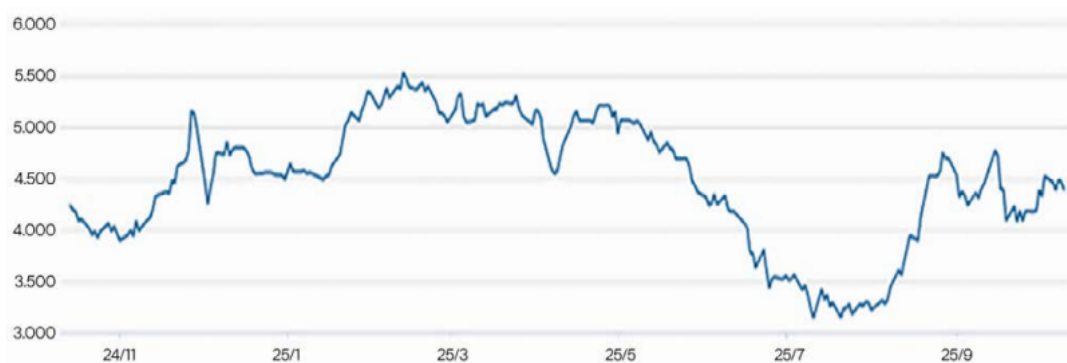
Trên sàn giao dịch London, giá cà phê Robusta đã phục hồi mạnh trong quý III năm 2025 sau khi lao dốc ở quý II. Tính đến ngày 30/9/2025, giá cà phê kỳ hạn tháng 1/2026 tăng 19% so với đầu tháng 7 lên mức 4.186 USD/tấn.

Thị trường New York:

Giá cà phê Arabica tăng mạnh hơn trong bối cảnh thị trường lo ngại sản lượng cà phê Brazil không đạt kỳ vọng và lệnh thuế 50% của Hoa Kỳ áp dụng với cà phê quốc gia này. Giá cà phê Arabica kỳ hạn tháng 12/2025 tăng 31% so với đầu tháng 7 lên 8,270 USD/tấn.

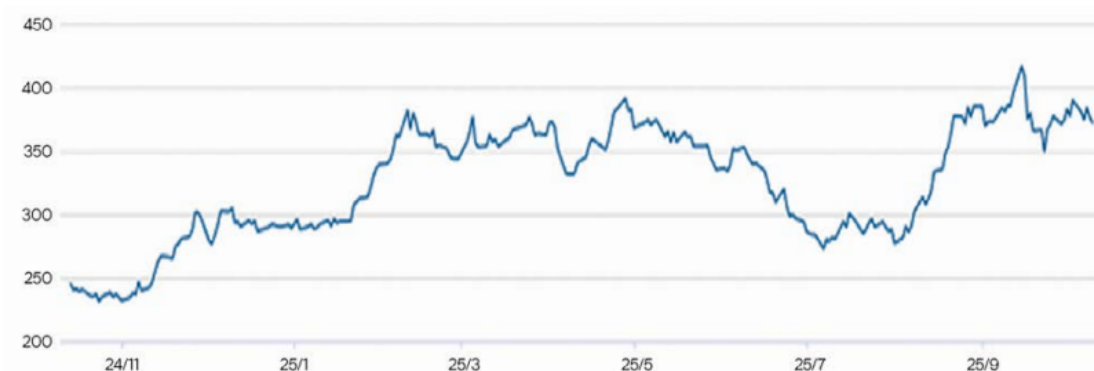


Hình 15: Diễn biến giá cà phê Robusta giao kỳ hạn trên sàn giao dịch London từ tháng 10/2024 đến nay



Nguồn: Sàn giao dịch London

Hình 16: Diễn biến giá cà phê Arabica giao kỳ hạn trên sàn giao dịch New York từ tháng 10/2024 đến nay



Nguồn: Sàn giao dịch London

II. NGÀNH CÀ PHÊ VIỆT NAM 2025

2.1. Tình hình sản xuất cà phê

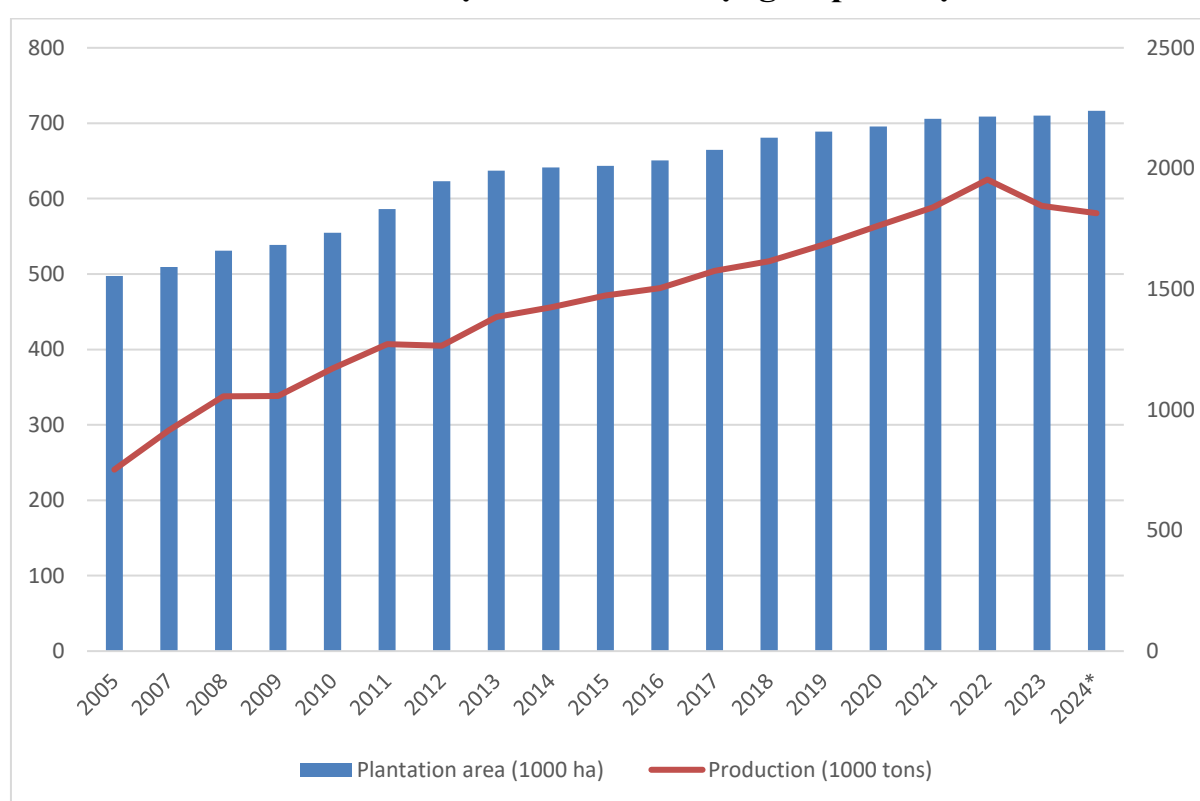
2.1.1. Diện tích, năng suất cà phê

Trong hai thập kỷ qua, diện tích trồng cà phê của Việt Nam đã tăng nhanh và vượt xa các mục tiêu quy hoạch, phản ánh quá trình mở rộng mạnh mẽ của ngành dưới tác động của cả yếu tố chính sách, kinh tế và xã hội. Theo Cục Trồng trọt (2024), diện tích cà phê của Việt Nam tăng từ 497,4 nghìn ha năm 2005 lên 716,6 nghìn ha năm 2024, tương đương mức tăng 1,4 lần (tốc độ tăng trưởng bình quân 1,8%/năm). Giai đoạn 2007–2012 ghi nhận tốc độ mở rộng nhanh nhất, đạt 3,5%/năm, chủ yếu nhờ sự phát triển mạnh của các vùng trồng ở Tây Nguyên.



Đáng chú ý, tốc độ mở rộng này vượt xa các mục tiêu được đặt ra trong các quy hoạch phát triển ngành. Cụ thể, Quyết định số 1987/QĐ-BNN-TT (21/8/2012) phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành cà phê Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 đặt mục tiêu diện tích 500 nghìn ha vào năm 2020; trong khi Quyết định số 3417/QĐ-BNN-TT (1/8/2014) về Đề án phát triển ngành cà phê bền vững đến năm 2020 đặt mục tiêu 600 nghìn ha. Tuy nhiên, đến năm 2020, diện tích thực tế đã đạt 695,6 nghìn ha, cao hơn 16–39% so với các chỉ tiêu quy hoạch. Cơ cấu sở hữu cho thấy phần lớn diện tích cà phê hiện do các hộ nông dân cá thể quản lý, với quy mô bình quân 0,8–1,2 ha/hộ (NIAPP, 2023).

Hình 16: Diện tích và sản lượng cà phê Việt Nam



Nguồn: Tổng cục Thống kê, Cục Trồng trọt

Sự gia tăng diện tích cà phê được thúc đẩy bởi nhiều động lực chính sách và thị trường. Các chính sách giao đất, khoán đất cho hộ gia đình từ đầu thập niên 1990, cùng với tự do hóa thương mại, đặc biệt là nới lỏng nhập khẩu vật tư nông nghiệp (phân bón, thuốc trừ sâu), đã tạo điều kiện cho người dân mở rộng sản xuất. Bên cạnh đó, làn sóng di dân vào Tây Nguyên, kết hợp với nhu cầu cà phê toàn cầu tăng mạnh trong giai đoạn 1990–2000, đã hình thành làn sóng mở rộng diện tích ngoài quy hoạch (UNDP, 2004; Technoserve, 2022). Ngoài ra, giá cà



phê tăng đột biến vào giữa và cuối những năm 1990, cùng với việc người dân tộc thiểu số và nhóm hộ nghèo thiếu quyền sở hữu đất đai chuyển đổi từ trồng sắn sang trồng cà phê tại các khu vực rừng mới khai hoang, cũng góp phần đáng kể vào quá trình mở rộng này (Kissinger, 2020).

Tuy nhiên, cấu trúc diện tích cà phê đang có xu hướng thay đổi trong giai đoạn gần đây. Từ năm 2023 trở lại đây, nhiều hộ nông dân ở Tây Nguyên đã chuyển đổi một phần diện tích cà phê sang cây trồng có giá trị kinh tế cao hơn như sầu riêng, do lợi nhuận từ sầu riêng có thể cao gấp 2,5–3 lần so với cà phê trên cùng một đơn vị diện tích. Song song đó, giá cà phê xuất khẩu tăng mạnh từ năm 2024, đạt mức cao nhất trong vòng 50 năm, đã kích thích xu hướng quay lại trồng cà phê trên các diện tích chè, hồ tiêu và chanh leo. Mặc dù điều này giúp tăng sản lượng trong ngắn hạn, nhưng cũng làm dấy lên lo ngại về nguy cơ mở rộng diện tích cà phê vào đất rừng, ảnh hưởng đến mục tiêu phát triển bền vững.

Tại các tỉnh sản xuất trọng điểm như Đắk Lắk và Lâm Đồng, mô hình độc canh cà phê đang dần được thay thế bằng mô hình xen canh đa cây trồng, trong đó cà phê được trồng kết hợp với sầu riêng, bơ, mắc ca hoặc hồ tiêu. Mô hình này giúp đa dạng hóa thu nhập, song đồng thời làm giảm mật độ cây cà phê trên một đơn vị diện tích, gây khó khăn cho việc thống kê diện tích thực tế. Do đó, các chỉ số diện tích cà phê hiện nay cần được rà soát và cập nhật chi tiết hơn để đảm bảo tính chính xác trong công tác quy hoạch và hoạch định chính sách ngành hàng.

Giá xuất khẩu cà phê ở mức cao cũng đang tác động đến hành vi sản xuất của nông hộ. Nhiều hộ nông dân đã tăng lượng phân bón và nước tưới nhằm nâng cao năng suất, kỳ vọng thu được lợi nhuận cao hơn. Tuy nhiên, nếu xu hướng này kéo dài mà không được hướng dẫn kỹ thuật hợp lý, việc lạm dụng đầu vào nông nghiệp có thể gây thoái hóa đất, cạn kiệt nguồn nước và ảnh hưởng tiêu cực đến tính bền vững của sản xuất cà phê. Do đó, cân bằng giữa năng suất và bảo vệ tài nguyên đang trở thành vấn đề trọng tâm trong quản lý nông nghiệp và chính sách phát triển bền vững ngành cà phê Việt Nam giai đoạn 2025–2030.

Tây Nguyên là vùng trồng cà phê trọng điểm, chiếm 92,8% diện tích cà phê cả nước, trong đó Đắk Lắk và Lâm Đồng là 2 tỉnh có diện tích cà phê lớn nhất cả nước, chiếm lần lượt 32,36% và 26,74% tổng diện tích.

**Bảng 1: Diện tích, năng suất cà phê theo địa phương năm 2025**

Tỉnh	Diện tích (1000 ha)	Diện tích trồng mới (1000 ha)	Diện tích cho sản phẩm (1000 ha)	Năng suất (tạ/ha)	Sản lượng (1000 tấn)
Tổng	718,6	16,7	667	29,3	1.956,80
Điện Biên	2,8	0,1	2,4	18,3	4,4
Sơn La	20,9	2	17,7	19,4	34,3
Hoà Bình	-	-	-		0,1
Quảng Trị	3,7	0,2	3,4	12,1	4,1
Phú Yên	0,1	-	0,1	20	0,2
Khánh Hòa	0,3	-	0,3	16,7	0,5
Ninh Thuận	-	-	-		0,1
Bình Thuận	1,9	-	1,9	16,8	3,2
Kon Tum	29,8	0,8	24,8	26,7	66,2
Gia Lai	105,8	2,3	94,9	33,2	315,3
Đắk Lắk	212,1	4,8	200,4	26,7	535,7
Đắk Nông	142,1	2,8	129,9	27,7	360
Lâm Đồng	176,8	3,3	170,2	34,4	586,1
Bình Phước	14	0,3	13	22,6	29,4
Đồng Nai	5,2	-	5,1	25,1	12,8
Bà Rịa - Vũng Tàu	2,9	0,1	2,7	16,3	4,4

Nguồn: Cục thống kê, 2025

Năng suất cà phê của Việt Nam có xu hướng tăng liên tục và cao vượt trội so với các nước sản xuất cà phê khác trên thế giới. Năm 2005 năng suất cà phê bình quân chỉ là 16 tạ nhân/ha, đến năm 2024 năng suất đã là 29,5 tạ nhân/ha, tăng 84,4%. Tốc độ tăng về năng suất bình quân là 3,1%/năm (Cục Trồng trọt,



2024). Kết quả tăng năng suất là do một số lý do chính, bao gồm: i) sử dụng hệ thống giống có năng suất cao; ii) lượng vật tư nông nghiệp đầu vào, bao gồm phân bón và nước tưới lớn; và iii) hệ thống chia sẻ thông tin, kiến thức về các hoạt động canh tác, chăm sóc vườn cây... giữa các hộ tốt, một phần do hoạt động của hệ thống khuyến nông của Nhà nước (TechnoServe 2022). Năng suất trung bình cà phê của Việt Nam cao gấp 2,8 lần của Colombia và gấp 4,5 lần của Indonesia.¹

Đối với vùng sản xuất cà phê trọng điểm Tây Nguyên, năng suất tăng qua các năm ngoài các yếu tố nêu trên còn có vai trò quan trọng của việc thực hiện đề án tái canh từ 2014. Hiện nay, năng suất bình quân của các địa phương trong vùng đã đạt 30,0 tạ/ha (tăng 34,5% so với năm 2010 và tăng 19,0% so với thời điểm phê duyệt Đề án tái canh năm 2014)²

2.1. Sản lượng cà phê Việt Nam

Theo Trong giai đoạn 2005–2024, cùng với sự mở rộng diện tích trồng và cải thiện đáng kể năng suất, sản lượng cà phê của Việt Nam đã ghi nhận mức tăng trưởng mạnh mẽ và bền vững. Theo số liệu thống kê, năm 2005, sản lượng cà phê của cả nước đạt khoảng 767,7 nghìn tấn, trong khi đến năm 2024, con số này đã tăng lên 1,956 triệu tấn, tức gấp 2,5 lần so với năm gốc. Tốc độ tăng trưởng sản lượng bình quân đạt 4,7%/năm, phản ánh sự phát triển vượt bậc của ngành cà phê trong gần hai thập kỷ qua.

Đáng chú ý, tốc độ tăng sản lượng cao hơn đáng kể so với tốc độ tăng diện tích trong cùng giai đoạn, cho thấy yếu tố năng suất đóng vai trò quyết định đối với tăng trưởng sản lượng. Sự cải thiện năng suất đạt được thông qua áp dụng tiến bộ kỹ thuật canh tác, tăng cường đầu tư vật tư nông nghiệp, tái canh cây già cỗi và phổ biến giống cà phê có năng suất cao, chất lượng tốt. Bên cạnh đó, quá trình cơ giới hóa khâu thu hoạch và chế biến, cũng như hỗ trợ kỹ thuật từ các chương trình hợp tác công – tư và quốc tế, đã góp phần quan trọng nâng cao hiệu

¹ Phương Vy Coffee. (n.d.). Vì sao năng suất cà phê lại có sự chênh lệch giữa các quốc gia? Phương Vy Coffee. https://phuongvycoffee.com/blogs/kien-thuc-ca-phe-tong-hop/vi-sao-nang-suat-ca-phe-lai-co-su-chenh-lech-giua-cac-quoc-gia?srsltid=AfmBOopf_ETnWv1cr4yJO-LedIetLJozf5STa5jF4S1Nixrf_fE5xMxE

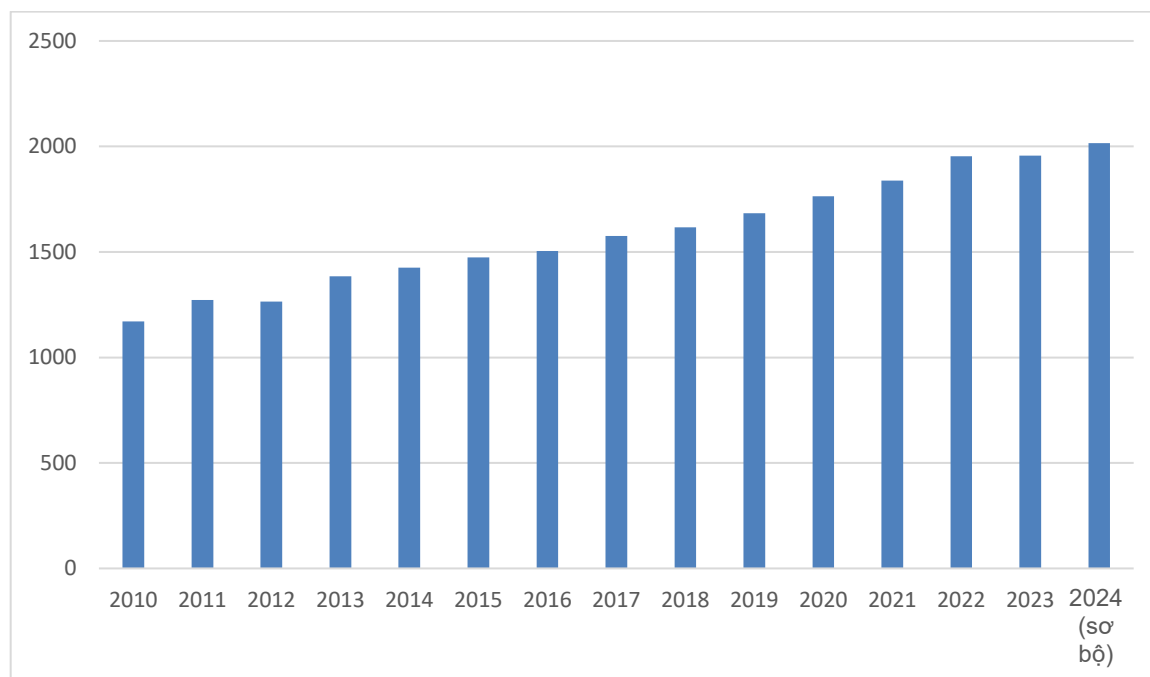
² Cục Trồng trọt. (2024). Báo cáo sơ kết cây trồng năm 2024, kế hoạch sản xuất vụ Đông Xuân 2024–2025 các tỉnh vùng Duyên hải Nam Trung Bộ, Tây Nguyên và Đông Nam Bộ.



quả sản xuất, đưa Việt Nam trở thành một trong những quốc gia có năng suất cà phê Robusta cao nhất thế giới.

Hình 17: Sản lượng Việt Nam giai đoạn 2010-2024

Đơn vị: nghìn tấn



Nguồn: Tổng cục thống kê, 2025

Tây Nguyên là vùng sản xuất cà phê lớn nhất của Việt Nam, chiếm trên 90% tổng sản lượng quốc gia. Trong đó, Lâm Đồng là địa phương dẫn đầu với 586,1 nghìn tấn, chiếm 29,9% tổng sản lượng cả nước, diện tích cho sản phẩm đạt 170,2 nghìn ha, năng suất trung bình 34,4 tạ/ha, cao nhất toàn quốc. Lợi thế của tỉnh xuất phát từ điều kiện độ cao 1.200–1.500 m, khí hậu ôn hòa, cùng việc áp dụng giống cà phê năng suất cao và quy trình canh tác tiên tiến.

Đứng thứ hai là Đắk Lắk, với 535,7 nghìn tấn, chiếm 27,4% tổng sản lượng, diện tích cho sản phẩm 200,4 nghìn ha, năng suất 26,7 tạ/ha. Mặc dù sở hữu diện tích trồng lớn nhất cả nước, năng suất tại Đắk Lắk vẫn thấp hơn Lâm Đồng do ảnh hưởng của điều kiện khô hạn và tỷ lệ vườn cây già cỗi còn cao. Đắk Nông xếp thứ ba với 360 nghìn tấn, năng suất 27,7 tạ/ha, diện tích cho sản phẩm 129,9 nghìn ha, cho thấy hiệu quả canh tác ổn định và vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng cà phê Robusta khu vực Tây Nguyên. Gia Lai đạt 315,3 nghìn tấn, năng suất 33,2 tạ/ha, phản ánh kết quả tích cực từ các chương trình tái canh, chuyển đổi giống và ứng dụng công nghệ tưới tiết kiệm nước. Kon Tum có quy



mô nhỏ hơn, song vẫn đạt 66,2 nghìn tấn với năng suất 26,7 tạ/ha, đóng vai trò bổ sung vùng nguyên liệu phía Bắc Tây Nguyên.

Như vậy, bốn tỉnh trọng điểm gồm Lâm Đồng, Đắk Lắk, Đắk Nông và Gia Lai chiếm tới hơn 90% tổng sản lượng cà phê Việt Nam, khẳng định vai trò trụ cột của vùng Tây Nguyên trong cơ cấu ngành hàng cà phê quốc gia.

Ngoài Tây Nguyên, một số địa phương miền núi phía Bắc và miền Trung cũng góp phần đáng kể vào sản lượng cà phê cả nước, đặc biệt trong phân khúc cà phê Arabica chất lượng cao. Sơn La là tỉnh sản xuất Arabica lớn nhất miền Bắc, với sản lượng 34,3 nghìn tấn, năng suất 19,4 tạ/ha trên 17,7 nghìn ha cho sản phẩm. Điện Biên đạt 4,4 nghìn tấn với năng suất 18,3 tạ/ha; trong khi Quảng Trị và Bình Thuận có sản lượng lần lượt 4,1 nghìn tấn và 3,2 nghìn tấn, chủ yếu phục vụ thị trường cà phê đặc sản nội địa.

Nhóm các tỉnh Đông Nam Bộ như Bình Phước, Đồng Nai và Bà Rịa – Vũng Tàu có quy mô sản xuất nhỏ (khoảng 46 nghìn tấn), tập trung vào mô hình xen canh và sản xuất cà phê đặc sản, góp phần đa dạng hóa sản phẩm và phân khúc thị trường tiêu thụ.

2.2. Kết quả thực hiện chương trình tái canh cà phê Việt Nam

Việt Nam đã và đang khẳng định vị thế là nhà sản xuất cà phê lớn thứ hai thế giới, một ngành hàng đóng vai trò trụ cột trong kinh tế nông nghiệp quốc gia. Tuy nhiên, bước vào thập kỷ trước, ngành cà phê phải đối mặt với một thách thức nội tại nghiêm trọng: tình trạng già cỗi của một phần lớn diện tích canh tác. Thống kê cho thấy, vào năm 2013, có đến 23% tổng diện tích cà phê toàn quốc là các vườn cây già cỗi, năng suất thấp, và con số này vẫn ở mức 15% vào năm 2021. Thực trạng này không chỉ làm suy giảm sản lượng mà còn đe dọa đến tính bền vững và khả năng cạnh tranh của ngành.

Trước bối cảnh đó, Chính phủ Việt Nam đã triển khai Chương trình Tái canh Cà phê, một can thiệp chính sách có cấu trúc nhằm giải quyết thách thức nội tại về cơ cấu tuổi của cây trồng, một yếu tố then chốt đe dọa khả năng cạnh tranh bền vững của ngành. Chương trình được thiết kế nhằm "trẻ hóa" các vườn cà phê, thay thế giống cũ bằng các giống mới có năng suất, chất lượng cao và khả năng kháng bệnh tốt, đồng thời áp dụng các quy trình kỹ thuật canh tác tiên tiến.

**a. Giai đoạn 2014-2020**

Giai đoạn đầu của chương trình đã hoàn thành và vượt đáng kể mục tiêu về diện tích. Tính đến hết năm 2020, tổng diện tích tái canh và ghép cải tạo tại 5 tỉnh Tây Nguyên đạt 152.657 ha, đạt 127,2% so với mục tiêu 120.000 ha đề ra. Tuy nhiên, kết quả thực hiện không đồng đều giữa các địa phương, cho thấy sự khác biệt về năng lực triển khai và mức độ hưởng ứng của người dân.

Bảng 2: Bảng so sánh kết quả tái canh giai đoạn 2014-2020 tại Tây Nguyên

Địa phương	Kế hoạch Tái canh (ha)	Thực hiện đến 2020 (ha)	Tỷ lệ Hoàn thành (%)
Lâm Đồng	45.600	73.180	160,5%
Đắk Lắk	29.600	34.470	116,5%
Gia Lai	17.800	17.424	97,9%
Đắk Nông	24.500	15.925	65,0%
Kon Tum	2.500	1.631	65,2%
Tổng cộng	120.000	152.657	127,2%

*Nguồn: Cục Trồng trọt***b. Giai đoạn 2021-2024**

Trong giai đoạn hai, mặc dù tốc độ triển khai có chậm lại do nhiều thách thức, chương trình vẫn đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Tính đến cuối năm 2024, tổng diện tích tái canh tại Tây Nguyên đạt khoảng 74.503 ha, tương đương 82% kế hoạch đề ra cho cả giai đoạn 2021-2025.^[^1] Kết quả chi tiết tại các tỉnh trọng điểm như sau:

- Lâm Đồng: Tỉnh tiếp tục là địa phương dẫn đầu với việc đã tái canh và ghép cải tạo được 24.430 ha trong giai đoạn 2021 đến tháng 9/2024, đạt 67,9% kế hoạch giai đoạn mới.
- Đắk Lắk: Kế hoạch giai đoạn 2021-2025 là 24.441,78 ha. Đến tháng 9/2024, tỉnh đã thực hiện được 13.643 ha, đạt 56,8% kế hoạch.



- Đắk Nông: Giai đoạn 2021 đến tháng 9/2024 thực hiện được 8.879 ha trên tổng kế hoạch 17.892 ha của giai đoạn 2021-2025, đạt 49,3%.

- Gia Lai: Kế hoạch giai đoạn 2022-2025 là 9.450 ha. Tính đến tháng 9/2024, tỉnh đã thực hiện được 6.712 ha, đạt 61% so với mục tiêu đề ra trong Đề án tái canh giai đoạn 2021-2025.

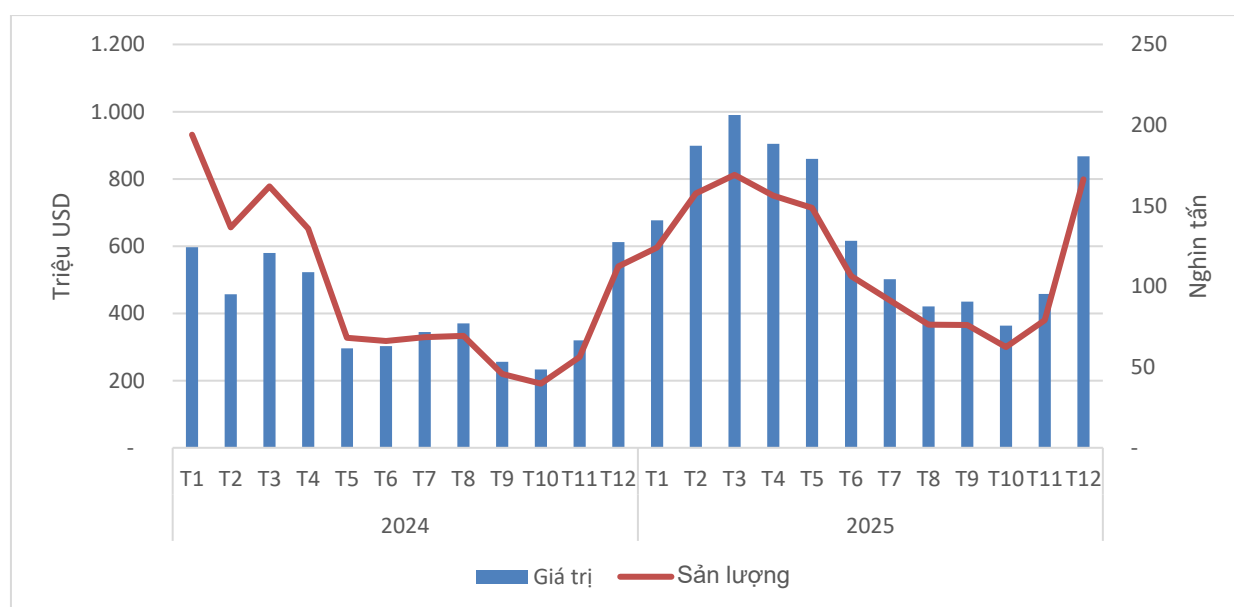
Những con số về diện tích chỉ là một phần của câu chuyện. Để có cái nhìn đầy đủ, cần phải đánh giá sâu hơn về hiệu quả thực sự mà chương trình đã mang lại cho ngành cà phê về năng suất, chất lượng và kinh tế.

2.3. Thương mại cà phê

2.3.1. Xuất khẩu cà phê Việt Nam

Năm 2025, xuất khẩu cà phê của Việt Nam ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng và thiết lập kỷ lục mới. Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu cà phê đạt 1,59 triệu tấn, với kim ngạch 8,9 tỷ USD, tăng 18,3% về lượng và 58,8% về trị giá so với năm 2024. Riêng tháng 12/2025, xuất khẩu đạt gần 183,0 nghìn tấn, trị giá 948,0 triệu USD, tăng 106,0% về lượng và 86,8% về trị giá so với tháng 11/2025; đồng thời tăng 43,3% về lượng và 38,0% về trị giá so với tháng 12/2024.

Hình 18: Xuất khẩu cà phê theo lượng và kim ngạch



Nguồn: Tổng cục Hải quan



Bước sang năm 2026, xuất khẩu cà phê của Việt Nam được dự báo tiếp tục khả quan nhờ nhu cầu tiêu thụ toàn cầu ổn định và chính sách đa dạng hóa nguồn cung của các thị trường nhập khẩu. Tuy nhiên, ngành cũng đối mặt với nhiều thách thức, bao gồm rủi ro thời tiết, áp lực chi phí sản xuất, và các yêu cầu ngày càng khắt khe về chất lượng, phát triển bền vững và truy xuất nguồn gốc. Để duy trì đà tăng trưởng và nâng cao hiệu quả xuất khẩu, ngành cà phê cần tập trung nâng cao chất lượng, đẩy mạnh chế biến sâu và phát triển các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế..

Năm 2025, Liên minh châu Âu (EU) và Hoa Kỳ tiếp tục là hai thị trường chủ lực của xuất khẩu cà phê Việt Nam, trong khi châu Á và châu Phi đóng vai trò quan trọng trong mở rộng quy mô và đa dạng hóa thị trường.

Cụ thể, EU là thị trường xuất khẩu lớn nhất, chiếm 40,7% tổng kim ngạch, đạt 666,3 nghìn tấn, trị giá 3,63 tỷ USD, tăng 26,0% về lượng và 68,3% về trị giá so với năm 2024. Xuất khẩu sang Đức, Ý, Tây Ban Nha và Hà Lan đều ghi nhận mức tăng cao, phản ánh việc cà phê Việt Nam ngày càng đáp ứng tốt hơn các yêu cầu về chất lượng, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn bền vững của thị trường châu Âu.

Tại châu Mỹ, xuất khẩu sang Hoa Kỳ tăng trưởng ổn định, đạt 95,3 nghìn tấn, trị giá 506,7 triệu USD, tăng 17,1% về lượng và 56,9% về trị giá so với năm 2024. Đồng thời, xuất khẩu sang Mê-hi-cô và Ca-na-đa cũng tăng mạnh, trong đó Mê-hi-cô ghi nhận mức tăng đột biến, cho thấy xu hướng mở rộng sang khu vực Mỹ Latinh. Điều này cho thấy dư địa phát triển còn lớn của cà phê Việt Nam tại châu Mỹ, đặc biệt ở phân khúc rang xay và chế biến sâu.

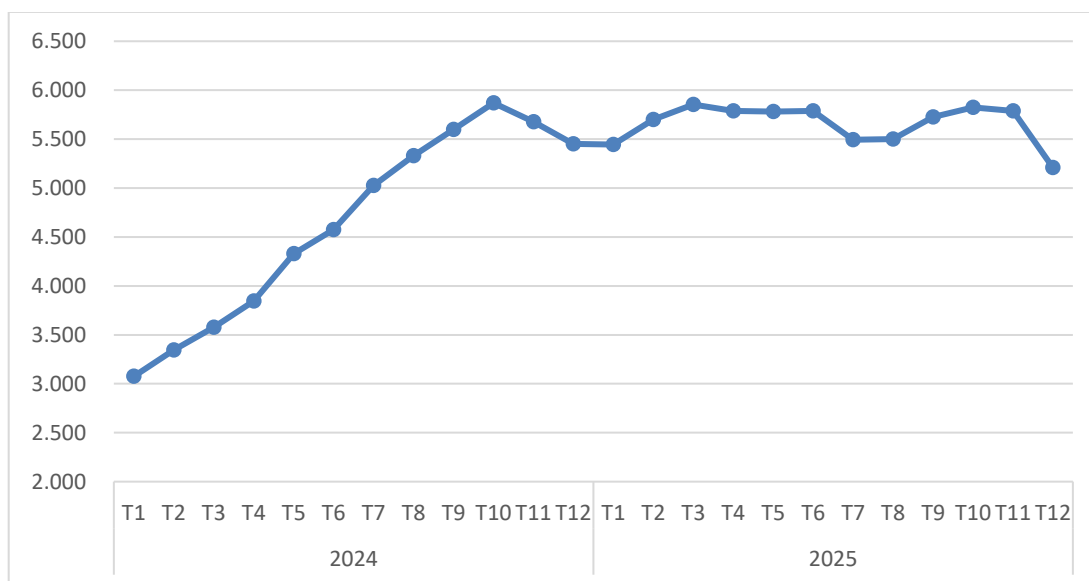
Tại châu Á, xuất khẩu sang các thị trường truyền thống như Nhật Bản, Trung Quốc và Hàn Quốc duy trì tăng trưởng ổn định. Bên cạnh đó, các thị trường Đông Nam Á như Thái Lan, Ma-lai-xi-a và Căm-pu-chia ghi nhận nhu cầu gia tăng, đặc biệt đối với cà phê Robusta. Những diễn biến này cho thấy châu Á không chỉ là thị trường tiêu thụ khối lượng lớn, mà còn ngày càng tiềm năng đối với các sản phẩm cà phê có giá trị gia tăng.

Tháng 12/2025, giá xuất khẩu bình quân cà phê của Việt Nam đạt 5.181 USD/tấn, giảm 9,3% so với tháng 11/2025 và giảm 3,7% so với tháng 12/2024. Tính chung năm 2025, giá xuất khẩu bình quân đạt 5.661 USD/tấn, tăng 39,8% so với năm 2024.



Diễn biến giá cho thấy xu hướng điều chỉnh ngắn hạn vào cuối năm 2025, phản ánh áp lực giảm giá theo chu kỳ trong bối cảnh nguồn cung tăng theo mùa vụ và hoạt động chốt hợp đồng, điều chỉnh tồn kho tại các thị trường nhập khẩu lớn. Mặc dù giá bình quân tháng 12/2025 giảm so với tháng trước và cùng kỳ năm trước, mức giá tuyệt đối vẫn duy trì ở ngưỡng cao, cho thấy nền giá cà phê đã được thiết lập ở mặt bằng mới.

Hình 19: Giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2024-2025



Nguồn: Tổng cục Hải quan, 2025

Ở góc độ cả năm, mức tăng mạnh của giá xuất khẩu bình quân năm 2025 phản ánh cung-cầu toàn cầu tiếp tục mất cân đối, chi phí sản xuất gia tăng, cùng với sự cải thiện về chất lượng, phân khúc sản phẩm và tỷ trọng cà phê chế biến trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam. Diễn biến này góp phần nâng cao giá trị xuất khẩu, song cũng đặt ra yêu cầu tăng cường quản trị rủi ro giá, ổn định nguồn cung và đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng, bền vững nhằm duy trì lợi thế cạnh tranh trong giai đoạn tới.

2.3.2. Tình hình xuất khẩu cà phê Việt Nam trong niên vụ 2024/2025

Theo Hiệp hội Cà phê - Ca cao Việt Nam (VICOFA), Kết thúc niên vụ 2024-2025 (từ tháng 10-2024 đến tháng 9-2025), xuất khẩu cà phê của Việt Nam trên 1,5 triệu tấn, kim ngạch xuất khẩu trên 8,4 tỷ USD, tăng 1,8% về khối lượng và tăng 55,5% về kim ngạch so với niên vụ 2023-2024. (Đây là mức kim ngạch cao nhất trong các niên vụ từ trước đến nay). Như vậy, giá xuất khẩu cà phê trung bình của Việt Nam đạt 5.610 USD/tấn, tăng 52,7% so với niên vụ trước.



Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam (2025), trong niên vụ cà phê 2024–2025, châu Âu tiếp tục là khu vực nhập khẩu chủ lực của cà phê Việt Nam, chiếm trên 47% tổng khối lượng xuất khẩu và khoảng 46,7% tổng kim ngạch. Đây là minh chứng rõ ràng cho vai trò trung tâm của thị trường EU trong chuỗi giá trị cà phê Việt Nam, đặc biệt đối với mặt hàng cà phê Robusta thô và cà phê chế biến.

Cụ thể, Đức tiếp tục duy trì vị trí thị trường nhập khẩu lớn nhất, với 196.259 tấn, chiếm 13,0% tổng lượng xuất khẩu, phản ánh vai trò đầu mối phân phối cà phê Việt Nam trong toàn bộ khu vực EU. Ý đứng thứ hai với 124.766 tấn (8,3%), tiếp theo là Tây Ban Nha với 110.224 tấn (7,3%), Nhật Bản với 90.420 tấn (6,0%), và Hoa Kỳ với 88.025 tấn (5,8%). Các thị trường tiềm năng khác bao gồm Algeria (5,5%), Liên bang Nga (4,9%), Hà Lan (4,3%), Bỉ (3,3%) và Trung Quốc (3,2%). Nhóm 10 thị trường hàng đầu này chiếm tới gần 62% tổng lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam, thể hiện mức độ tập trung cao về thị trường tiêu thụ.

Tổng khối lượng cà phê xuất khẩu sang châu Âu trong niên vụ này đạt trên 710.000 tấn, tương ứng 47,2% tổng sản lượng xuất khẩu của cả nước, với kim ngạch trên 4 tỷ USD (46,7%). Riêng 27 quốc gia thuộc Liên minh châu Âu (EU) chiếm 40,1% tổng khối lượng và 39,4% tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam. Cơ cấu này cho thấy sự phụ thuộc đáng kể của ngành cà phê Việt Nam vào thị trường châu Âu, đồng thời khẳng định đây là thị trường chiến lược cả về quy mô tiêu thụ lẫn tiêu chuẩn chất lượng.

Với xu hướng gia tăng nhu cầu đối với cà phê Robusta có chứng nhận bền vững (sustainable-certified coffee), các doanh nghiệp Việt Nam đang từng bước điều chỉnh chiến lược xuất khẩu, chuyển dịch từ xuất khẩu thô sang xuất khẩu có truy xuất nguồn gốc, thân thiện môi trường và giá trị gia tăng cao hơn. Điều này không chỉ giúp Việt Nam duy trì thị phần ổn định tại châu Âu, mà còn mở rộng khả năng tiếp cận các phân khúc cao cấp, đặc biệt trong bối cảnh EU áp dụng Cơ chế chống phá rừng (EUDR) từ năm 2025, yêu cầu minh bạch chuỗi cung ứng nông sản.

2.3.3. Tình hình xuất khẩu của các doanh nghiệp trong niên vụ 2024/2025

Theo thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, hoạt động xuất khẩu cà phê nhân sống (green coffee beans) trong niên vụ 2024/2025 tiếp tục tập trung nhóm



các doanh nghiệp lớn, đặc biệt là các tập đoàn trong và ngoài nước có hệ thống thu mua, chế biến và xuất khẩu chuyên nghiệp.

a. Đối với cà phê nhân sống

Trong niên vụ này, 20 doanh nghiệp dẫn đầu chiếm tới 84,8% tổng khối lượng xuất khẩu cà phê nhân sống của Việt Nam. Dẫn đầu là Intimex Group với 11,7%, tiếp theo là Vĩnh Hiệp (10,3%), Louis Dreyfus Việt Nam (8,1%), Simexco Đắk Lắk (7,8%), Tuấn Lộc Commodities (6,7%), và Intimex Mỹ Phước (5,3%). Các doanh nghiệp khác có thị phần dao động từ 1,7–3,3%, trong đó đáng chú ý là Volcafe Việt Nam, Mascopex, NKG Việt Nam, Phúc Sinh, Olam Việt Nam, và Nestlé Việt Nam.

Về giá trị kim ngạch, nhóm 20 doanh nghiệp hàng đầu chiếm 85,3% tổng giá trị xuất khẩu cà phê nhân sống, với thứ hạng và tỷ trọng tương tự cơ cấu khối lượng. Cụ thể, Intimex Group tiếp tục giữ vị trí số một (11,3%), theo sau là Vĩnh Hiệp (10,8%), Louis Dreyfus Việt Nam (8,3%), Simexco Đắk Lắk (7,7%), Tuấn Lộc Commodities (6,7%), và Intimex Mỹ Phước (5,3%). Các doanh nghiệp còn lại chiếm từ 1,8–3,3%.

Đáng chú ý, trong top 20 doanh nghiệp xuất khẩu cà phê nhân sống, có 9 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI), chiếm 29,8% tổng khối lượng xuất khẩu và 30,6% tổng kim ngạch. Sự hiện diện của các doanh nghiệp FDI như Louis Dreyfus, Volcafe, Olam, Sucden, Cofco, Nestlé, Atlantic, Iguacu cho thấy sự tham gia ngày càng sâu của các tập đoàn quốc tế trong chuỗi cung ứng cà phê Việt Nam, đặc biệt ở khâu thu mua, sơ chế và xuất khẩu trực tiếp ra thị trường châu Âu và Mỹ.

b. Cà phê chế biến (rang xay, hòa tan)

Đối với mặt hàng cà phê chế biến sâu, mức độ tập trung thậm chí còn cao hơn. 10 doanh nghiệp xuất khẩu hàng đầu chiếm tới 85,3% tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê rang xay và hòa tan trong niên vụ 2024–2025. Dẫn đầu là Nestlé Việt Nam với 22,5%, khẳng định vai trò tiên phong trong lĩnh vực chế biến sâu và xuất khẩu sản phẩm giá trị gia tăng cao. Theo sau là Outspan Việt Nam (14,6%), Iguacu Việt Nam (9,4%), Cà phê Ngon (8,7%), Sucafina Việt Nam (7,5%), và URC Việt Nam, cùng một số doanh nghiệp nội địa quy mô trung bình.

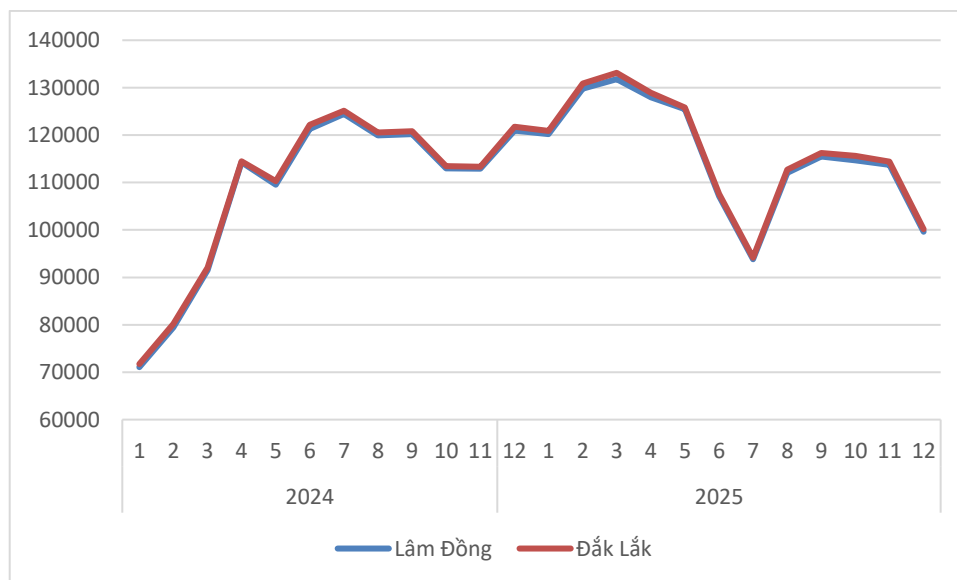


Việc nhóm 10 doanh nghiệp chiếm hơn 85% kim ngạch xuất khẩu chế biến sâu cho thấy mức độ tập trung cao của phân khúc này, chủ yếu thuộc về các tập đoàn FDI và doanh nghiệp nội địa có vốn lớn, năng lực công nghệ cao. Phân khúc này đang phát triển nhanh, đóng góp quan trọng vào gia tăng giá trị xuất khẩu, chuyển dịch cơ cấu ngành từ “số lượng sang chất lượng”, phù hợp với định hướng phát triển bền vững và chiến lược “Cà phê Việt Nam – từ quốc gia sản xuất đến quốc gia chế biến xuất khẩu”.

2.4. Diễn biến giá cả

Trong giai đoạn từ năm 2024 đến tháng 10 năm 2025, giá cà phê nhân tại Lâm Đồng và Đắk Lắk có nhiều biến động rõ rệt. Đến tháng 10/2025, giá cà phê tại Lâm Đồng đạt 114.661 đồng/kg và tại Đắk Lắk đạt 115.394 đồng/kg, giảm nhẹ khoảng 0,7% so với tháng 9/2025 và giảm khoảng 4–5% so với cùng kỳ năm 2024. Giá cà phê tăng mạnh trong nửa đầu năm 2025, đạt đỉnh vào tháng 3–4, sau đó giảm sâu vào tháng 7 trước khi phục hồi trở lại từ tháng 8.

Hình 20: Biến động giá cà phê nhân xô thu mua của một số thị trường trong nước



Nguồn: CTV AgreInfos

Nguyên nhân chính của đợt giảm mạnh vào tháng 7/2025 là do mùa thu hoạch ở Brazil làm nguồn cung toàn cầu tăng đột ngột, cùng với hoạt động bán ra chốt lời của các doanh nghiệp trong nước. Ngoài ra, đồng USD tăng giá và giá vận tải biển giảm cũng khiến giá cà phê điều chỉnh tạm thời. Sau tháng 7, giá



phục hồi nhanh nhờ nguồn cung toàn cầu thắt chặt và nhu cầu tiêu thụ mùa đông tăng cao tại châu Âu và Hoa Kỳ.

2.5. Tổng quan chính sách cà phê

Ngành cà phê Việt Nam giữ vị trí chiến lược như một trụ cột kinh tế trong ngành nông nghiệp. Với sản lượng đứng thứ hai thế giới và chiếm 19% tổng lượng cung toàn cầu vào năm 2024, ngành không chỉ mang lại kim ngạch xuất khẩu 5,48 tỷ USD mà còn đóng góp 3% tổng GDP quốc gia, 10% GDP ngành nông nghiệp, đồng thời tạo ra việc làm và thu nhập cho hơn 600 nghìn hộ nông dân với trên 2,6 triệu lao động. Vai trò quan trọng này khẳng định vị thế không thể thiếu của cà phê trong cơ cấu kinh tế quốc gia. (Đặng Đức Chiến, 2025).

Tuy nhiên, ngành đang đối mặt với những thách thức cốt lõi đe dọa sự phát triển bền vững. Tác động của biến đổi khí hậu (BĐKH) đang thu hẹp diện tích canh tác phù hợp và gây ra các dịch bệnh khó lường. Song song đó, diện tích cà phê già cỗi chiếm tỷ lệ lớn (khoảng 15% tổng diện tích vào năm 2021) làm giảm năng suất và hiệu quả kinh tế. Tỷ lệ chế biến sâu còn khiêm tốn, với 90,4% sản lượng xuất khẩu vẫn ở dạng cà phê nhân thô, làm hạn chế giá trị gia tăng. Gần đây, các yêu cầu ngày càng khắt khe từ thị trường quốc tế, đặc biệt là Quy định không gây mất rừng của EU (EUDR), đang tạo ra áp lực lớn về tính minh bạch và bền vững của chuỗi cung ứng.

Thời gian gần đây, Việt Nam đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ sản xuất và chế biến, và chính sách hỗ trợ thương mại với mục đích phát triển cà phê trở thành một trong những ngành hàng nông nghiệp chủ lực của Việt Nam và nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành hàng cà phê Việt Nam, hướng đến mục tiêu phát triển bền vững

2.4.1. Chính sách hỗ trợ sản xuất và chế biến cà phê

Chính sách hỗ trợ sản xuất

Các chính sách hỗ trợ canh tác đóng vai trò nền tảng, là yếu tố quyết định để giải quyết các vấn đề gốc rễ của ngành cà phê như năng suất, chất lượng nguyên liệu đầu vào và tính bền vững. Đây là nhóm chính sách có tác động trực tiếp đến hơn 600 nghìn hộ nông dân, giúp họ cải thiện hiệu quả sản xuất, thích ứng với biến đổi khí hậu và đáp ứng các tiêu chuẩn ngày càng cao của thị trường.



Các chính sách này bao phủ nhiều khía cạnh, từ nghiên cứu giống, ưu đãi tín dụng, đất đai, đến kỹ thuật canh tác bền vững và tái canh vườn cây.

a. Nghiên cứu và Phát triển Giống

Chính phủ xác định việc phát triển giống là nhiệm vụ then chốt. Theo Quyết định 703/QĐ-TTg, mục tiêu đặt ra là đảm bảo 80-90% diện tích cà phê trồng mới được sử dụng giống đúng tiêu chuẩn. Các chương trình nghiên cứu tập trung vào việc chọn tạo các giống cà phê năng suất cao, chất lượng tốt, đồng thời có khả năng thích ứng với biến đổi khí hậu và kháng lại các loại sâu bệnh hại chính, góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất một cách bền vững.

b. Tín dụng, Thuế và Đất đai

Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách ưu đãi nhằm giảm gánh nặng chi phí cho người nông dân. Đất trồng cà phê được miễn thuế sử dụng đất nông nghiệp. Về tín dụng, Nghị định 55/2015/NĐ-CP (được sửa đổi bởi Nghị định 116/2018/NĐ-CP) đã quy định các mức cho vay không cần tài sản đảm bảo, cụ thể:

- Tối đa 200 triệu đồng đối với cá nhân, hộ gia đình cư trú tại địa bàn nông thôn.
- Tối đa 01 tỷ đồng đối với hợp tác xã (HTX) hoạt động trên địa bàn nông thôn.

c. Kỹ thuật Canh tác Bền vững

Chính phủ khuyến khích mạnh mẽ việc áp dụng các kỹ thuật canh tác tiên tiến. Nghị định 77/2018/NĐ-CP hỗ trợ tối đa 50% chi phí (không quá 40 triệu đồng/ha) để đầu tư hệ thống tưới tiên tiến, tiết kiệm nước. Quyết định 01/2012/QĐ-TTg hỗ trợ kinh phí cho các tổ chức, cá nhân sản xuất theo các tiêu chuẩn chứng nhận bền vững (VietGAP, 4C, RA...). Ngoài ra, tại các vùng trồng cà phê trọng điểm như Tây Nguyên và Sơn La, nông dân còn được hỗ trợ phí bảo hiểm nông nghiệp để chủ động khắc phục thiệt hại tài chính do các rủi ro thiên tai gây ra.

d. Tái canh và Cải tạo Vườn cà phê

Đây là một chủ trương lớn nhằm trẻ hóa các vườn cà phê già cỗi, năng suất thấp. Chính phủ đã triển khai hai Đề án tái canh giai đoạn 2014-2020 và 2021-2025. Giai đoạn 2014-2020 đã tái canh được 152.657 ha, vượt 27,2% mục tiêu. Tuy nhiên, kết quả không đồng đều giữa các địa phương, chỉ Lâm Đồng và Đắk



Lắc vượt kế hoạch. Giai đoạn 2021-2025 đang gặp khó khăn, theo thống kê đến cuối giai đoạn khảo sát (tháng 9/2024), tỷ lệ tái canh tại Tây Nguyên mới đạt 60,1% kế hoạch. Việc triển khai chậm là do hạn mức vay tín dụng thấp hơn nhu cầu thực tế, thủ tục phức tạp và lãi suất chưa đủ hấp dẫn.

e. Phát triển Hợp tác xã và Liên kết Chuỗi giá trị

Nhằm tăng cường sự kết nối giữa nông dân và doanh nghiệp, Nghị định 98/2018/NĐ-CP đã đưa ra các chính sách khuyến khích liên kết sản xuất và tiêu thụ. Các hình thức hỗ trợ bao gồm: 100% chi phí tư vấn xây dựng liên kết (tối đa 300 triệu đồng), 30% vốn đầu tư hạ tầng phục vụ liên kết (nhà xưởng, kho tàng), và hỗ trợ chi phí giống, vật tư, bao bì, nhãn mác sản phẩm cho các HTX tham gia chuỗi.

Chính sách hỗ trợ chế biến

Chế biến sâu là khâu then chốt để ngành cà phê Việt Nam chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu, giảm sự phụ thuộc vào cà phê nhân thô (hiện chiếm tới 90,4% khối lượng) và tăng tỷ trọng các sản phẩm có giá trị gia tăng cao như cà phê rang xay và hòa tan. Nhận thức được tầm quan trọng này, Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách nhằm thu hút đầu tư và hiện đại hóa công nghệ chế biến.

Các chính sách hỗ trợ chính cho khâu chế biến bao gồm:

- **Ưu đãi Đầu tư:** Theo Nghị định 57/2018/NĐ-CP, các doanh nghiệp đầu tư vào cơ sở chế biến nông sản được hưởng nhiều ưu đãi. Các dự án được miễn, giảm tiền thuê đất và được hỗ trợ 60% kinh phí đầu tư (không quá 15 tỷ đồng/dự án) để xây dựng hạ tầng thiết yếu như nhà xưởng, hệ thống xử lý chất thải, giao thông, điện, và nước.

- **Hỗ trợ Công nghệ và Thiết bị:** Nhà nước hỗ trợ kinh phí để doanh nghiệp mua bản quyền công nghệ hoặc mua sắm máy móc, thiết bị hiện đại. Quyết định 68/2013/QĐ-TTg và Nghị định 57/2018/NĐ-CP là cơ sở pháp lý cho các chương trình hỗ trợ này, nhằm khuyến khích doanh nghiệp áp dụng các công nghệ tiên tiến như sấy phun, sấy lạnh để nâng cao chất lượng sản phẩm.

- **Ưu đãi Tín dụng và Thuế:** Các doanh nghiệp chế biến cà phê được hỗ trợ phần chênh lệch lãi suất vay thương mại so với lãi suất tín dụng đầu tư của Nhà nước. Đồng thời, họ được hưởng mức thuế suất thu nhập doanh nghiệp ưu đãi là 15%, thấp hơn mức thông thường, nhằm tạo môi trường đầu tư hấp dẫn và thúc đẩy chế biến sâu.



Tuy nhiên, hiệu quả của các chính sách khuyến khích đầu tư vào chế biến sâu vẫn chưa đạt như kỳ vọng. Nguyên nhân chính là do nguồn ngân sách của nhiều địa phương còn hạn hẹp, không đủ để thực hiện các cam kết hỗ trợ. Thêm vào đó, một số quy định trong Nghị định 57/2018/NĐ-CP được đánh giá là chưa khả thi hoặc chưa đồng bộ với các luật hiện hành, gây khó khăn trong quá trình triển khai trên thực tế.

Để các sản phẩm chất lượng cao có thể tiếp cận và chinh phục thị trường, chúng cần được hỗ trợ bởi các chính sách thương mại hiệu quả và đồng bộ.

2.4.2. Chính sách hỗ trợ thương mại cà phê Việt Nam

a. Chính sách Thuế quan và Xúc tiến Thương mại

Chính sách thuế quan và các hoạt động xúc tiến thương mại đóng vai trò kép: vừa là đòn bẩy để mở rộng thị trường, vừa là công cụ nâng cao năng lực cạnh tranh cho cà phê Việt Nam trên trường quốc tế. Bằng cách gỡ bỏ các rào cản thuế quan và tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận khách hàng toàn cầu, các chính sách này giúp sản phẩm cà phê Việt Nam có lợi thế giá và hiện diện mạnh mẽ hơn tại các thị trường trọng điểm.

Các chính sách ưu đãi về thuế quan hiện nay rất thuận lợi cho ngành cà phê:

- **Thuế xuất khẩu:** Theo Nghị định 26/2023/NĐ-CP, tất cả các sản phẩm cà phê, từ cà phê nhân, rang xay đến hòa tan, đều được hưởng mức thuế suất xuất khẩu là 0%. Đây là một lợi thế cạnh tranh lớn, giúp giảm giá thành sản phẩm khi xuất khẩu.

- **Thuế từ các FTA:** Các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới đã mở ra nhiều cơ hội. Điển hình là Hiệp định EVFTA, trong đó Liên minh châu Âu (EU) đã xóa bỏ hoàn toàn thuế quan cho toàn bộ các sản phẩm cà phê của Việt Nam. Mức thuế giảm từ 7-12% xuống 0% ngay khi hiệp định có hiệu lực, tạo ra lợi thế vượt trội so với các đối thủ cạnh tranh chưa có FTA với EU.

Bên cạnh ưu đãi thuế, các chương trình xúc tiến thương mại (XTTM) quốc gia được triển khai thường xuyên nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm và phát triển thị trường. Các chương trình này cung cấp kinh phí để doanh nghiệp tham



gia các hội chợ triển lãm quốc tế, tổ chức các đoàn khảo sát thị trường nước ngoài, quảng bá thương hiệu, và kết nối giao dịch với các nhà nhập khẩu tiềm năng.

Tuy nhiên, việc tiếp cận thị trường chỉ là bước đầu. Để phát triển bền vững, việc xây dựng một thương hiệu mạnh và đảm bảo tính minh bạch trong chuỗi cung ứng là yếu tố sống còn.

b. Chính sách Xây dựng Thương hiệu và Truy xuất Nguồn gốc (TXNG)

Định hướng chính sách của Chính phủ đã có sự chuyển dịch rõ rệt, từ việc chỉ tập trung vào tăng sản lượng sang nâng cao giá trị gia tăng thông qua xây dựng thương hiệu và đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về tính minh bạch. Đây là bước đi chiến lược nhằm giúp cà phê Việt Nam thoát khỏi hình ảnh một nhà cung cấp nguyên liệu thô và trở thành một thương hiệu được công nhận trên bản đồ cà phê thế giới.

Các chương trình, đề án xây dựng thương hiệu trọng điểm của Chính phủ bao gồm:

- Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam: Đây là chương trình dài hạn nhằm xây dựng và quảng bá hình ảnh Việt Nam là một quốc gia có uy tín về hàng hóa và dịch vụ chất lượng cao, trong đó cà phê là một trong những sản phẩm chủ lực.

- Đề án "Cà phê Việt Nam chất lượng cao": Mục tiêu của đề án là xây dựng một thương hiệu quốc gia cho sản phẩm cà phê chất lượng cao, giúp định vị lại sản phẩm trên thị trường quốc tế. Tuy nhiên, đề án đang gặp vướng mắc do hồ sơ đăng ký nhãn hiệu chứng nhận "Cà phê Việt Nam chất lượng cao" chưa được xử lý, nguyên nhân là thiếu khung pháp lý về quản lý và sử dụng tên quốc gia trong đăng ký thương hiệu.

- Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP): Chương trình này đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp, HTX ở cấp địa phương xây dựng, hoàn thiện và quảng bá thương hiệu cho các sản phẩm nông sản đặc trưng, bao gồm nhiều sản phẩm cà phê nổi tiếng của các vùng miền.

Song song với xây dựng thương hiệu, chính sách về truy xuất nguồn gốc (TXNG) ngày càng được chú trọng, đặc biệt sau khi Quyết định 100/QĐ-TTg



được ban hành. Chính sách này trở nên cấp thiết trong bối cảnh các quy định mới từ thị trường nhập khẩu, như EUDR của châu Âu, yêu cầu phải minh bạch hóa toàn bộ chuỗi cung ứng từ vườn trồng đến tay người tiêu dùng. Việc xây dựng hệ thống TXNG hiệu quả không chỉ giúp đáp ứng yêu cầu pháp lý mà còn là công cụ để khẳng định chất lượng và sự bền vững của cà phê Việt Nam.

Dù có nhiều chính sách được ban hành, việc thực thi trên thực tế vẫn đối mặt với những thách thức đáng kể.

2.4.3. Một số chính sách của một số thị trường xuất khẩu

2.4.3.1. Quy định chống phá rừng của EU (EUDR)

Theo kế hoạch ban đầu, EUDR sẽ áp dụng từ ngày 30/12/2025 đối với các doanh nghiệp lớn và từ 30/6/2026 đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tuy nhiên, Ủy ban châu Âu (EC) đã đề xuất lùi thời hạn do hệ thống công nghệ thông tin chưa đủ khả năng xử lý khối lượng dữ liệu khổng lồ mà các doanh nghiệp và quốc gia thành viên cần cung cấp.

Việt Nam hiện được EU xếp vào nhóm “rủi ro thấp” (low risk) nhờ khả năng tuân thủ tốt EUDR, với các vùng trồng cà phê được gắn định vị GPS và truy xuất nguồn gốc chứng minh không phá rừng. Ngược lại, các đối thủ lớn như Brazil và Indonesia bị xếp vào nhóm “rủi ro cao” (high risk) do còn mở rộng diện tích trồng trên đất rừng. Việc hoãn EUDR khiến lợi thế cạnh tranh này của Việt Nam bị giảm, vì các thị trường sẽ tạm thời “cào bằng”, không còn phân biệt giữa nhóm rủi ro thấp và cao.

Trong 8 tháng đầu năm 2025, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang EU đạt 480.474 tấn, trị giá hơn 2,6 tỷ USD, tăng 16% về lượng và 74% về giá trị so với cùng kỳ năm trước. EU hiện chiếm 41% tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam, giúp Việt Nam giữ vững vị trí nhà cung cấp cà phê lớn thứ hai tại EU, chỉ sau Brazil.

Dù vậy, các doanh nghiệp nhận định khả năng EU “chạy chính sách” như năm 2024 – tức là tăng nhập khẩu trước thời điểm quy định có hiệu lực – khó xảy ra lần nữa, do các nhà nhập khẩu châu Âu hiện đã có sự chuẩn bị kỹ hơn, đầu tư công nghệ truy xuất vùng trồng đáp ứng yêu cầu EUDR. Việc hoãn thực thi khiến giá cà phê không biến động mạnh, phản ánh tâm lý thị trường ổn định hơn.



Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam như Vĩnh Hiệp và Hiệp hội Cà phê – Ca cao Việt Nam (VICOFA) lo ngại rằng nếu EUDR tiếp tục bị trì hoãn, họ sẽ gặp khó trong việc duy trì cam kết với nông dân về tuân thủ quy định và bảo vệ rừng, do thiếu động lực thực thi từ phía thị trường nhập khẩu.

2.4.3.2. Thuế đối ứng của Hoa Kỳ

Bản Tuyên bố chung Việt Nam – Hoa Kỳ về Hiệp định thương mại đối ứng công bằng và cân bằng, công bố ngày 26/10/2025, mở ra triển vọng mới cho ngành cà phê xuất khẩu của Việt Nam. Theo đó, Hoa Kỳ sẽ xem xét đưa một số hàng hóa Việt Nam, trong đó có cà phê, trở lại mức thuế nhập khẩu 0%, thay vì mức 20% đang được áp dụng cho toàn bộ hàng hóa Việt Nam sau khi Hoa Kỳ áp dụng chính sách thuế đối ứng.

Trước đây, cà phê Việt Nam vào Hoa Kỳ được miễn thuế nhập khẩu (0%), nhưng chính sách thuế đối ứng 20% đã làm giảm sức cạnh tranh của sản phẩm này. Với tuyên bố mới, cà phê Việt Nam có thể khôi phục mức thuế 0%, qua đó tăng khả năng cạnh tranh so với các đối thủ như Brazil hay Colombia, đặc biệt trong các phân khúc cà phê Robusta, cà phê hòa tan và cà phê pha trộn. Ông Đỗ Hà Nam, Phó Chủ tịch Hiệp hội Cà phê – Ca cao Việt Nam (VICOFA) và Chủ tịch Tập đoàn Intimex, nhận định rằng dù tỷ trọng cà phê Việt Nam xuất sang Hoa Kỳ hiện chưa lớn, Hoa Kỳ vẫn là thị trường chiến lược, và việc giảm thuế sẽ khuyến khích doanh nghiệp mở rộng thị phần.

Cà phê Việt Nam hiện có lợi thế về chi phí sản xuất thấp và nguồn cung ổn định, nên việc Hoa Kỳ giảm hoặc miễn thuế sẽ giúp gia tăng xuất khẩu, đặc biệt khi Hoa Kỳ là thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất thế giới. Bên cạnh yếu tố thuế, việc hai bên cam kết hợp tác giải quyết các rào cản phi thuế quan cũng là tín hiệu tích cực, góp phần thúc đẩy thương mại cà phê giữa hai nước.

Tuy nhiên, các chuyên gia lưu ý rằng việc đưa cà phê Việt Nam vào diện hưởng thuế suất 0% sẽ cần quá trình đánh giá kỹ lưỡng từ phía Hoa Kỳ, dựa trên các tiêu chí về minh bạch thương mại, tuân thủ quy tắc xuất xứ và mức độ mở cửa thị trường của Việt Nam. Về dài hạn, Việt Nam cần tiếp tục chứng minh thiện chí tự do hóa thương mại, đầu tư vào chất lượng sản phẩm, truy xuất nguồn gốc



và công nghệ chế biến sâu để duy trì vị thế và tận dụng cơ hội từ chính sách thuế mới.

III. TRIỂN VỌNG CÀ PHÊ NĂM 2026

3.1. Thị trường thế giới

3.1.1. Xu hướng giá

Trong suốt năm 2025, ngành cà phê toàn cầu đã chứng kiến một sự chuyển biến sâu sắc khi giá cà phê nhân xanh duy trì ở mức cao kỷ lục trong thời gian dài. Tính đến hết ngày 31/10/2024, tại London, Robusta kỳ hạn tháng 11/2025 tăng 0,81% (37 USD/tấn) lên 4.622 USD/tấn, còn kỳ hạn tháng 1/2026 tăng 0,67% (31 USD/tấn) lên 4.641 USD/tấn, còn trên sàn New York, Arabica kỳ hạn tháng 12/2025 tăng 0,33% (28,7 USD/tấn) đạt 8.642 USD/tấn, trong khi hợp đồng tháng 3/2026 tăng 0,39% (32 USD/tấn) lên 8.205 USD/tấn.. Sự tăng giá kéo dài này phản ánh những cú sốc cung ứng, biến động khí hậu và bất ổn địa chính trị. Tình trạng hạn hán và mưa thất thường ở Brazil và Việt Nam, tắc nghẽn tại các cảng của Ethiopia, cùng với việc Hoa Kỳ áp thuế cao đã làm gia tăng căng thẳng thị trường. Ngoài ra, hoạt động đầu cơ hàng hóa và sự mất giá của đồng tiền cũng khiến thị trường biến động mạnh, làm thay đổi các mối quan hệ thương mại truyền thống và gia tăng rủi ro trong chuỗi cung ứng.

Đối với người sản xuất, giá cao không đồng nghĩa với lợi nhuận cao hơn. Chi phí đầu vào ngày càng tăng — đặc biệt là phân bón, lao động và năng lượng — cùng với biến động sản lượng do thời tiết cực đoan đã làm giảm biên lợi nhuận tiềm năng. Một số nông hộ chọn bán cà phê trên thị trường giao ngay để tận dụng giá cao, thay vì ký hợp đồng dài hạn; trong khi những người khác tái đầu tư lợi nhuận vào cải thiện trang trại như trồng lại giống mới có năng suất và chất lượng cao hơn hoặc nâng cấp cơ sở chế biến. Tuy nhiên, chiến lược ngắn hạn này có thể gây rủi ro cho các mối quan hệ thương mại lâu dài và làm gia tăng tình trạng vi phạm hợp đồng. Trong khi đó, các nhà rang xay và thương nhân đang đối mặt với khó khăn về dòng tiền, do chi phí thu mua cà phê nhân xanh tăng mạnh. Nhiều doanh nghiệp rang xay nhỏ vốn hưởng lợi khi giá thấp, nay gặp khó trong việc duy trì lợi nhuận khi chi phí đầu vào tăng nhưng khó điều chỉnh giá bán lẻ vì lo ngại mất khách hàng.



Từ phía người tiêu dùng, việc giá cà phê tăng cao kéo dài bắt đầu tác động đến hành vi mua sắm. Các nhà bán lẻ lo ngại rằng việc tăng giá có thể khiến người tiêu dùng chuyển sang các thương hiệu rẻ hơn hoặc sản phẩm nhãn riêng. Xu hướng này tương tự như ở các mặt hàng thực phẩm khác, khi giá cao liên tục đã khiến nhu cầu giảm đáng kể. Để thích ứng, một số thương hiệu cà phê đặc sản đang giảm kích cỡ bao bì, pha trộn nhiều nguồn gốc hoặc điều chỉnh tăng giá bán lẻ ở mức vừa phải nhằm duy trì khả năng cạnh tranh mà vẫn giữ lòng tin của khách hàng.

Sang năm 2026, các dự báo thị trường vẫn chia rẽ. Một số chuyên gia dự đoán giá Arabica có thể ổn định quanh mức 5.512–6.614 USD/tấn nếu sản lượng của Brazil phục hồi và nhu cầu toàn cầu giảm. Tuy nhiên, rủi ro khí hậu, hiện tượng thời tiết cực đoan và bất ổn thương mại có thể tiếp tục giữ giá ở mức cao. Khoảng cách giá giữa cà phê thương mại và cà phê đặc sản đang thu hẹp, mở ra cả cơ hội và thách thức: các nhà rang xay đặc sản có thể mở rộng thị phần, nhưng chi phí sản xuất cao có thể làm giảm động lực của nông dân trong việc duy trì chất lượng đặc sản.

Về lâu dài, giai đoạn hiện tại đang tái định hình cán cân quyền lực trong ngành cà phê. Các tác nhân trong chuỗi giá trị ngày càng nhận thức rõ tầm quan trọng của công cụ quản lý rủi ro, khả năng tài chính bền vững và quan hệ hợp tác dài hạn để ứng phó với biến động thị trường. Tích cực hơn, một số nhà sản xuất đang sử dụng lợi nhuận tăng thêm để đầu tư vào chất lượng và phát triển bền vững, trong khi thế hệ trẻ bắt đầu quay lại với nghề trồng cà phê như một hướng đi sinh kế khả thi. Dù còn nhiều bất ổn, những xu hướng này cho thấy ngành cà phê toàn cầu đang bước vào giai đoạn thích ứng mới, hướng tới một hệ thống sản xuất – thương mại linh hoạt và bền vững hơn trong tương lai.

3.1.2. Xu hướng thị trường tiêu thụ

Bắc Mỹ: Thị trường cà phê Bắc Mỹ được xem là thị trường trưởng thành và định hướng bởi đổi mới, với xu hướng tiêu dùng mạnh mẽ đối với cà phê chức năng, cà phê đặc sản và cà phê đóng chai sẵn (RTD – Ready To Drink). Hoa Kỳ tiếp tục dẫn đầu khu vực về sản lượng tiêu thụ, phản ánh quy mô thị trường rộng lớn và đa dạng trong thị hiếu người tiêu dùng. Trong khi đó, Canada nổi bật với tốc độ tăng trưởng nhanh trong phân khúc cà phê đặc sản, thể hiện xu hướng



chuyển dịch sang các sản phẩm có giá trị gia tăng cao và trải nghiệm cá nhân hóa. Người tiêu dùng khu vực này có xu hướng quan tâm nhiều hơn đến chất lượng, tiện ích và lợi ích sức khỏe của sản phẩm.

Châu Âu: Là thị trường cà phê lớn nhất thế giới tính theo giá trị, đạt 46,06 tỷ USD vào năm 2025, châu Âu tiếp tục giữ vai trò trung tâm trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu. Phân khúc cà phê đặc sản đang ghi nhận tốc độ tăng trưởng ấn tượng, đạt 10,3% mỗi năm (CAGR), phản ánh nhu cầu ngày càng cao về sản phẩm chất lượng, nguồn gốc rõ ràng và hương vị độc đáo. Đồng thời, các quy định về phát triển bền vững, đặc biệt là Quy định chống phá rừng của Liên minh châu Âu (EUDR), đang thúc đẩy mạnh mẽ yêu cầu về truy xuất nguồn gốc và thu mua có đạo đức, định hình lại cách các doanh nghiệp tham gia chuỗi cung ứng cà phê.

Châu Á – Thái Bình Dương: Được dự báo là khu vực tăng trưởng nhanh nhất thế giới, thị trường cà phê châu Á – Thái Bình Dương có thể đạt 91,8 tỷ USD vào năm 2030, với tốc độ tăng trưởng bình quân 6,2%/năm. Cà phê hòa tan và cà phê RTD chiếm ưu thế nhờ tính tiện lợi và quá trình đô thị hóa nhanh chóng, đặc biệt tại Trung Quốc, Ấn Độ và Nhật Bản – những quốc gia đang dẫn đầu xu hướng mở rộng thị trường. Văn hóa cà phê cũng đang phát triển mạnh trong các quốc gia vốn có truyền thống uống trà, minh chứng cho sự thay đổi trong thói quen tiêu dùng và lối sống hiện đại.

Trung Đông và các quốc gia vùng Vịnh (GCC): Khu vực Trung Đông và GCC đang chứng kiến sự bùng nổ trong tiêu thụ cà phê, dẫn đầu là Ả Rập Xê Út với quy mô thị trường đạt 1,38 tỷ USD và hơn 8.900 quán cà phê thương hiệu hoạt động. Văn hóa cà phê kiểu phương Tây đang phát triển nhanh, đặc biệt là nhu cầu đối với cold brew, espresso và trải nghiệm cà phê cao cấp tại quán. Xu hướng này phản ánh sự hội nhập toàn cầu trong tiêu dùng cà phê, khi người dân khu vực tìm kiếm trải nghiệm thưởng thức mang tính xã hội, hiện đại và phong cách quốc tế.

3.1.3. Xu hướng nhu cầu tiêu thụ

Thay đổi nhân khẩu học: Thế hệ Gen Z đang trở thành nhóm người tiêu dùng mới nổi trong thị trường cà phê toàn cầu, với độ tuổi bắt đầu tiêu thụ trung bình khoảng 15 tuổi, sớm hơn đáng kể so với thế hệ Millennials, vốn thường bắt đầu ở độ tuổi 18–20 (GourmetPro, 2025). Xu hướng này mở rộng quy mô người tiêu dùng tiềm năng, đồng thời tác động đến định hướng chiến lược tiếp thị và



phát triển sản phẩm của các doanh nghiệp cà phê nhằm đáp ứng sở thích ngày càng đa dạng và sớm hình thành của thế hệ trẻ.

Gia tăng tiêu thụ cà phê đặc sản: Theo Hiệp hội Cà phê Đặc sản Hoa Kỳ (SCA, 2025), mức tiêu thụ cà phê đặc sản tại Hoa Kỳ đã đạt đỉnh cao nhất trong 14 năm qua, với 66% người trưởng thành uống cà phê hàng ngày và 64% nhóm tuổi 25–39 sử dụng cà phê đặc sản ít nhất một lần mỗi tuần. Đáng chú ý, 35% người tiêu dùng cà phê đặc sản có xu hướng thưởng thức tại quán, so với 20% trong nhóm người dùng cà phê truyền thống, phản ánh sự dịch chuyển trong thói quen tiêu dùng và sự phát triển mạnh của văn hóa cà phê trải nghiệm.

Xu hướng sức khỏe và lối sống: Nhận thức tích cực về lợi ích sức khỏe của cà phê tiếp tục tăng. 61% người tiêu dùng cà phê đặc sản tại Mỹ tin rằng cà phê mang lại tác động tích cực cho sức khỏe, được củng cố bởi quy định mới của Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) cho phép gắn nhãn “sản phẩm có lợi cho sức khỏe” đối với cà phê nguyên chất (SCA, 2025). Sự thay đổi này góp phần chuyển dịch hình ảnh cà phê từ một loại đồ uống kích thích sang sản phẩm dinh dưỡng và lành mạnh, phù hợp với xu hướng tiêu dùng bền vững.

Cao cấp hóa và cá nhân hóa sản phẩm: Nhu cầu về cà phê chất lượng cao, thủ công và nghệ nhân đang tăng trưởng mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu, đặc biệt tại châu Âu, nơi các dòng cà phê cao cấp và đặc sản được xem là động lực chính của tăng trưởng thị trường (Precedence Research, 2025). Bên cạnh đó, sự đổi mới trong thiết kế bao bì, cùng các sản phẩm giới hạn (limited edition) đang thúc đẩy quá trình cao cấp hóa và cá nhân hóa trải nghiệm tiêu dùng (Research and Markets, 2025).

3.2. Thị trường Việt Nam

Trong năm 2025, ngành cà phê Việt Nam tiếp tục khẳng định vai trò là trụ cột của nông nghiệp xuất khẩu, dù phải đối mặt với nhiều biến động về thời tiết, thị trường và chính sách quốc tế. Theo Bộ Nông nghiệp và Môi trường (MAE, 2025), diện tích trồng cà phê cả nước hiện đạt khoảng 710 nghìn ha, trong đó vùng Tây Nguyên chiếm trên 90. Ngành cà phê Việt Nam đã khép lại niên vụ 2024–2025 với dấu ấn lịch sử: kim ngạch xuất khẩu đạt kỷ lục 8,4 tỷ USD, tăng 55,5% về giá trị và 1,8% về khối lượng so với niên vụ trước.

Giá cà phê Việt Nam đã đạt mức cao kỷ lục trong ba thập kỷ qua, với Robusta giao dịch xuất khẩu trung bình trên 3.600 USD/tấn. Xu hướng này xuất



phát từ sự khan hiếm nguồn cung toàn cầu, đặc biệt do sản lượng giảm tại Brazil và Indonesia, cùng với nhu cầu tăng đối với Robusta – nguyên liệu chính cho cà phê hòa tan và pha lạnh. Theo USDA (2025), Việt Nam hiện chiếm 42% thị phần Robusta toàn cầu, tiếp tục giữ vững vị trí nhà sản xuất và xuất khẩu Robusta lớn nhất thế giới.

Bên cạnh lợi thế về sản lượng và giá, ngành cà phê Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ theo hướng nâng cao giá trị gia tăng. Nhiều doanh nghiệp như Tín Nghĩa, Intimex, Trung Nguyên Legend hay Vĩnh Hiệp đã đầu tư vào chế biến sâu và cà phê đặc sản (specialty coffee), thay vì chỉ xuất khẩu cà phê thô. Sự phát triển của các chứng nhận bền vững như Rainforest Alliance, Fairtrade, 4C và UTZ cũng góp phần giúp cà phê Việt Nam đáp ứng yêu cầu của các thị trường cao cấp như EU, Mỹ và Nhật Bản. Tính đến năm 2025, ước tính hơn 40% diện tích cà phê Việt Nam đã được chứng nhận canh tác bền vững, thể hiện bước tiến quan trọng trong quá trình chuyển đổi xanh của ngành (ICO, 2025).

Tuy nhiên, Việt Nam vẫn đang đối diện với những thách thức đáng kể. Thứ nhất, Quy định chống phá rừng của Liên minh châu Âu (EUDR), có hiệu lực từ giữa năm 2025, đòi hỏi toàn bộ cà phê xuất khẩu sang EU phải có hệ thống truy xuất nguồn gốc địa lý chính xác và chứng nhận không liên quan đến phá rừng. Đây là trở ngại lớn khi phần lớn hộ nông dân Việt Nam là quy mô nhỏ lẻ, chưa có mã số vùng trồng hoặc cơ sở dữ liệu số hóa. Thứ hai, hạn hán và biến đổi khí hậu đang làm giảm năng suất và đẩy nhanh quá trình già hóa vườn cây. Theo Viện Khoa học Kỹ thuật Nông Lâm nghiệp Tây Nguyên (WASI, 2025), khoảng 30% diện tích cà phê hiện nay đã trên 20 năm tuổi, cần được tái canh để duy trì năng suất bền vững.

Trước bối cảnh đó, Chính phủ Việt Nam đang triển khai hàng loạt chính sách nhằm hỗ trợ ngành cà phê phát triển bền vững. Nổi bật là Đề án phát triển ngành cà phê Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn 2050, ban hành kèm Quyết định 1352/QĐ-BNN-TT năm 2025, tập trung vào ba nhóm giải pháp chính: (i) tái canh và giống mới thích ứng với biến đổi khí hậu, (ii) tăng tỷ lệ chế biến sâu và xây dựng thương hiệu quốc gia “Vietnam Coffee”, và (iii) thúc đẩy chuyển đổi số trong quản lý chuỗi giá trị. Đồng thời, các chương trình hợp tác công – tư (PPP) trong khuôn khổ PSAV và Grow Asia đang hỗ trợ nông dân áp dụng thực hành canh tác tái sinh, giảm phát thải carbon và nâng cao năng suất.



Nhìn chung, triển vọng ngành cà phê Việt Nam trong giai đoạn 2025–2026 vẫn tích cực nhờ giá cao, nhu cầu tăng và định hướng phát triển bền vững rõ ràng. Tuy nhiên, để duy trì vị thế và mở rộng thị phần tại các thị trường khó tính, Việt Nam cần đẩy mạnh tái cơ cấu vùng trồng, hiện đại hóa chế biến, và chuẩn hóa truy xuất nguồn gốc. Sự kết hợp giữa chính sách quốc gia, đầu tư doanh nghiệp, và hỗ trợ kỹ thuật quốc tế sẽ đóng vai trò then chốt giúp cà phê Việt Nam chuyển từ “sản lượng lớn” sang “giá trị cao”, hướng tới một ngành hàng xanh và có trách nhiệm trên thị trường toàn cầu.



Bản tin được tổng hợp từ các nguồn:

- | | |
|--|---|
| [1]. The ICE | http://theice.com |
| [2]. Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ | https://www.usda.gov |
| [3]. Comunicaffe | https://www.comunicaffe.com |
| [4]. CNBC | https://www.CNBC.com |
| [5]. Tạp chí Kinh tế Việt Nam | https://www.vneconomy.vn |
| [6]. Hải Quan Việt Nam | https://www.customs.vn |
| [7]. Bộ Nông nghiệp & PTNT | http://www.mard.gov.vn |
| [8]. Vietnambiz | http://vietnambiz.vn |
| [9]. CTV tổng hợp giá cà phê và tin cà phê tại địa phương; | |
| [10]. Trung tâm thông tin – Agreinfos | http://agro.gov.vn |

Báo cáo được thực hiện bởi  **AGREINFOS**
VIỆN CHIẾN LƯỢC, CHÍNH SÁCH NÔNG NGHIỆP VÀ MÔI TRƯỜNG
TRUNG TÂM THÔNG TIN VÀ DỊCH VỤ NÔNG NGHIỆP VÀ MÔI TRƯỜNG
Địa chỉ: Số 16 Thụy Khuê, Phường Tây Hồ, Thành phố Hà Nội
Email: thongtinhitruong@ipsard.gov.vn; info@agro.gov.vn
Website: <http://agro.gov.vn/>