

INDUSVINA

TINH HOA HỘI TỤ

TỔNG QUAN SẢN PHẨM CÀ PHÊ VIỆT NAM

VIETNAM COFFEE – PRODUCT OVERVIEW

TỪ CAO NGUYÊN VIỆT NAM ĐẾN TÁCH CÀ PHÊ CỦA THẾ GIỚI
FROM VIETNAM HIGHLANDS TO COFFEE CUPS AROUND THE WORLD

Nguồn dữ liệu chính: ICO • Bộ Nông nghiệp & Môi trường • Bộ Công Thương • Cục Hải quan Việt Nam
Cập nhật: 10/2026

1. CÀ PHÊ – TỪ MỘT HẠT GIỐNG ĐẾN MỘT NGÀNH HÀNG TOÀN CẦU

1. COFFEE – FROM A SEED TO A GLOBAL COMMODITY

Cà phê là một trong những nông sản nhiệt đới có chuỗi giá trị toàn cầu sâu rộng nhất: từ nông hộ, vùng trồng, sơ chế, phân loại, rang xay, hòa tan, đồ uống pha sẵn đến hệ thống bán lẻ và dịch vụ. Giá trị của cà phê không chỉ nằm ở sản lượng mà còn nằm ở giống, vùng trồng, độ cao, phương pháp sơ chế, chất lượng hạt, truy xuất nguồn gốc, cách rang và trải nghiệm cuối cùng của người uống. *Coffee is one of the world’s most integrated tropical agricultural value chains, spanning farms, processing, grading, roasting, soluble coffee, ready-to-drink products, retail and food service.*

Mốc	Sự kiện chính
TK XV–XVI	Cà phê được trồng và thương mại hóa mạnh tại Yemen; từ đây lan rộng qua các tuyến thương mại.
TK XVII–XVIII	Cà phê lan sang châu Âu, Java/Indonesia, vùng Caribbean và châu Mỹ.
1727	Cà phê được đưa vào Brazil – quốc gia sau này trở thành nhà sản xuất lớn nhất thế giới.
1857	Cây cà phê đầu tiên được đưa vào Việt Nam – mốc lịch sử được ICO ghi nhận.
1961	Diện tích cà phê Việt Nam khoảng 21,2 nghìn ha.
Đầu 1990s	Việt Nam vẫn sản xuất dưới 2 triệu bao 60 kg/năm.
Từ 2000	Việt Nam trở thành nước sản xuất/xuất khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới và dẫn đầu Robusta.
2024/25	Niên vụ đạt hơn 1,5 triệu tấn xuất khẩu, trên 8,4 tỷ USD – kỷ lục mới.
8T/2026	Xuất khẩu khoảng 1,33 triệu tấn, đạt 6,03 tỷ USD.

1857 → 2000 → 2025: TỪ CÂY TRỒNG DU NHẬP ĐẾN MỘT TRỤ CỘT XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

2. VÙNG NGUYÊN LIỆU – NỀN TẢNG CỦA CÀ PHÊ VIỆT NAM

2. ORIGIN REGIONS – THE FOUNDATION OF VIETNAM COFFEE

Cà phê Việt Nam tập trung chủ yếu ở Tây Nguyên, nơi đất bazan, mùa khô rõ rệt và điều kiện nhiệt độ phù hợp tạo lợi thế đặc biệt cho Robusta. Arabica tập trung ở những vùng cao, mát hơn như Cầu Đất – Đà Lạt và Sơn La. Sau thay đổi địa giới hành chính, cần đọc số liệu cấp tỉnh theo đúng năm và phạm vi thống kê để tránh so sánh sai.

Vùng / tỉnh	Vai trò	Dòng chính	Ghi chú
Lâm Đồng	Vùng sản xuất rất lớn	Robusta + Arabica	Lâm Đồng mới có quy mô lớn; Cầu Đất/Đà Lạt nổi bật về Arabica chất lượng cao.
Đắk Lắk	Trung tâm Robusta	Robusta	Buôn Ma Thuột là vùng cà phê nổi tiếng, hệ sinh thái thu mua – chế biến – xuất khẩu phát triển.
Gia Lai	Vùng nguyên liệu lớn	Robusta	Khí hậu cao nguyên và đất bazan phù hợp sản xuất thương mại.
Đắk Nông	Vùng nguyên liệu lớn	Robusta	Nguồn cung Robusta quan trọng cho chế biến và xuất khẩu.
Sơn La	Vùng Arabica đáng chú ý	Arabica	Địa hình cao, khí hậu mát; phát triển cà phê chất lượng và specialty.
Quảng Trị và vùng khác	Quy mô nhỏ hơn	Arabica/Robusta	Có các vùng chuyên canh và sản phẩm đặc thù theo địa phương.

NIÊN VỤ 2024/25: ~731.900 ha cà phê • ~678.500 ha cho thu hoạch • sản lượng quốc gia gần 2 triệu tấn

Con số diện tích và sản lượng trên được Bộ Nông nghiệp và Môi trường công bố tại tổng kết niên vụ 2024/25. Đây là quy mô nền tảng giúp Việt Nam duy trì vai trò đặc biệt trong chuỗi cung ứng Robusta thế giới.

3. HIỂU ĐÚNG CÁC DÒNG CÀ PHÊ VIỆT NAM

3. UNDERSTANDING VIETNAM’S COFFEE TYPES

Dòng	Đặc tính chính	Vùng phù hợp	Vai trò thương mại
Robusta (Coffea canephora)	Thân vị mạnh, đắng rõ, body dày; caffeine thường cao hơn Arabica.	Tây Nguyên	Trụ cột sản lượng và xuất khẩu; nguyên liệu quan trọng cho blend, espresso, instant coffee.
Arabica (Coffea arabica)	Hương thơm phức hợp hơn, acid rõ hơn, thường được định vị ở phân khúc chất lượng cao.	Cầu Đất/Đà Lạt, Sơn La và vùng cao	Specialty, single-origin, rang xay cao cấp; Catimor là giống phổ biến trong Arabica Việt Nam.
Liberica / Excelsa – “cà phê mít”	Cây khỏe, hương vị khác biệt; quy mô nhỏ hơn nhiều so với Robusta/Arabica.	Một số vùng phù hợp	Thị trường ngách, phối trộn, trải nghiệm đặc sản.
Specialty coffee	Không phải một loài riêng; là phân khúc chất lượng cao dựa trên nguyên liệu, sơ chế, rang và đánh giá cảm quan.	Các vùng có kiểm soát chất lượng tốt	Tăng giá trị, kể câu chuyện vùng trồng và truy xuất nguồn gốc.

Theo hồ sơ cà phê Việt Nam của ICO, gần 99% Arabica được trồng tại Việt Nam vào thời điểm hồ sơ được lập là Catimor; đồng thời Việt Nam đã phát triển thêm các giống Arabica mới như nhóm THA/TN và nhiều giống Robusta chọn tạo nhằm nâng năng suất, khả năng chống chịu và chất lượng cốc.

ROBUSTA LÀ “XƯƠNG SỐNG” VỀ SẢN LƯỢNG; ARABICA & SPECIALTY LÀ KHÔNG GIAN QUAN TRỌNG ĐỂ NÂNG GIÁ TRỊ

4. TỪ QUẢ CÀ PHÊ ĐẾN CÁC DÒNG SẢN PHẨM THƯƠNG MẠI

4. FROM COFFEE CHERRY TO COMMERCIAL PRODUCTS

Một “sản phẩm cà phê Việt Nam” có thể nằm ở nhiều cấp độ giá trị khác nhau. Vì vậy khi giao dịch quốc tế, cần xác định rõ commodity, grade/specification, process, crop year, moisture, defects, screen size, cup profile, packing và điều kiện giao hàng – không chỉ ghi chung là “Vietnam coffee”.

Nhóm sản phẩm	Mô tả / ứng dụng	Điểm cần chốt khi giao dịch
Cà phê nhân xanh – Green beans	Robusta/Arabica chưa rang; nguyên liệu cho nhà rang xay và nhà máy hòa tan.	Crop, origin, screen, defects, moisture, foreign matter, process, cup profile, packing.
Fine Robusta / high-quality Robusta	Robusta được kiểm soát vùng trồng, thu hái, sơ chế và cảm quan tốt hơn hàng commodity.	Traceability, ripe-cherry ratio, process, cupping, lot separation.
Specialty Arabica	Arabica chất lượng cao, thường gắn vùng trồng và hồ sơ cảm quan.	Origin, altitude, variety, process, score/cupping protocol, roast intent.
Cà phê rang hạt	Hạt đã rang theo profile; bán B2B/B2C.	Roast level, bean/blend, freshness, degassing, valve bag, shelf life.
Cà phê rang xay	Sản phẩm xay theo cỡ phù hợp phin, espresso, filter...	Grind size, roast, blend, packaging, oxygen/moisture barrier.
Cà phê hòa tan	Spray-dried, freeze-dried hoặc dạng hòa tan khác.	Solubility, sensory profile, bulk/retail packing, food safety.
3-in-1 / premix	Cà phê hòa tan phối đường/creamer hoặc công thức khác.	Formula, allergen, nutrition label, destination-market compliance.
RTD – ready-to-drink	Cà phê đóng chai/lon uống liền.	Recipe, sterilization, shelf life, packaging, cold/ambient chain.
Cà phê khử caffeine / sản phẩm chức năng	Phân khúc chuyên biệt; quy mô nhỏ hơn.	Decaf method, residual caffeine, claim compliance, ingredient control.

GIÁ TRỊ TĂNG DẦN: GREEN BEAN → ROASTED → GROUND → INSTANT/PREMIX → BRANDED CONSUMER PRODUCT

5. SƠ CHẾ – YẾU TỐ QUYẾT ĐỊNH CHẤT LƯỢNG HẠT

5. PROCESSING – A DECISIVE QUALITY FACTOR

Phương pháp	Nguyên lý	Ảnh hưởng thường gặp
Natural / Dry	Quả được phơi/sấy trước khi tách vỏ.	Có thể tạo body và độ ngọt rõ; cần kiểm soát phơi để tránh lỗi lên men/mốc.
Washed / Wet	Tách vỏ, lên men/rửa, sau đó phơi/sấy parchment.	Thường cho cốc sạch, acid rõ hơn; yêu cầu nước và kiểm soát quá trình tốt.
Honey / Pulped natural	Tách vỏ nhưng giữ một phần mucilage khi phơi.	Cân bằng giữa độ ngọt, body và độ sạch; cần kiểm soát phơi kỹ.
Fermentation có kiểm soát	Điều khiển thời gian/nhiệt độ/môi trường lên men.	Có thể tạo profile đặc biệt nhưng rủi ro cao nếu quy trình không ổn định.

Sau sơ chế, cà phê nhân cần được làm sạch, phân loại kích thước/khối lượng riêng/màu sắc, kiểm soát độ ẩm và lỗi. Với lô xuất khẩu, tính nhất quán giữa mẫu chào hàng và lô giao thực tế quan trọng không kém giá.

FARM → HARVEST → PROCESS → DRY → HULL → CLEAN/SORT → QC/CUPPING → PACK → EXPORT

6. QUY MÔ VÀ VỊ THẾ XUẤT KHẨU

6. EXPORT SCALE AND GLOBAL POSITION

Cà phê đã trở thành một trong những ngành hàng nông sản có giá trị xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Thành tựu nổi bật không chỉ là khối lượng, mà còn là việc Việt Nam giữ vai trò nguồn cung Robusta có ảnh hưởng toàn cầu.

Chỉ tiêu	Số liệu	Ý nghĩa
Niên vụ 2024/25	>1,5 triệu tấn; >8,4 tỷ USD	Kỷ lục kim ngạch niên vụ; giá xuất khẩu bình quân khoảng 5.610 USD/tấn.
EU – niên vụ 2024/25	>710 nghìn tấn; >4 tỷ USD	EU là thị trường lớn nhất, chiếm 47,2% lượng và 46,7% kim ngạch niên vụ.
Năm 2025	~8,6 tỷ USD	Cà phê nằm trong nhóm nông sản xuất khẩu có kim ngạch lớn nhất Việt Nam.
8 tháng 2026	~1,33 triệu tấn; 6,03 tỷ USD	Lượng tăng 13,7% nhưng giá trị giảm 8,6% so cùng kỳ 2025 do giá xuất khẩu giảm.
Tháng 1/2026	4,33 triệu bao 60 kg	ICO ghi nhận mức xuất khẩu tháng 1 cao kỷ lục của Việt Nam.

Các con số theo năm dương lịch và theo niên vụ không nên cộng hoặc so sánh trực tiếp nếu không ghi rõ kỳ thống kê. Tài liệu này chủ động ghi “niên vụ”, “năm” hoặc “8 tháng” để tránh nhầm lẫn.

VIỆT NAM: QUỐC GIA XUẤT KHẨU CÀ PHÊ HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI • TRỤ CỘT ROBUSTA TOÀN CẦU

7. THỊ TRƯỜNG – CÀ PHÊ VIỆT NAM ĐI ĐÂU?

7. MARKETS – WHERE VIETNAM COFFEE GOES

Châu Âu là thị trường đặc biệt quan trọng đối với cà phê Việt Nam. Đồng thời, Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nga, Algeria và nhiều thị trường châu Á – Trung Đông tạo ra cơ cấu tiêu thụ đa dạng. Mỗi thị trường có nhu cầu khác nhau về green bean, instant, roasted/ground, private label và chứng nhận.

Thị trường / khu vực	Nhu cầu đáng chú ý	Hàm ý cho nhà cung ứng Việt Nam
EU	Green Robusta, blends, roasted/processed; yêu cầu truy xuất và bền vững ngày càng cao.	Chuẩn hóa traceability, due diligence, chất lượng và hồ sơ lô hàng.
Mỹ	Thị trường rang xay và specialty lớn, đồng thời có nhu cầu nguyên liệu.	Phân khúc hóa rõ commodity / fine Robusta / specialty / private label.
Nhật Bản	Đòi hỏi tính ổn định, chất lượng và kiểm soát cao.	Tập trung consistency, documentation, food safety, long-term supply.
Hàn Quốc	Tiêu thụ roasted, instant, RTD phát triển.	Robusta phù hợp chuỗi instant/blend; cơ hội cho chế biến sâu.
Trung Quốc	Thị trường cà phê tăng nhanh, nhu cầu đa dạng.	Kết hợp nguyên liệu, rang xay, hòa tan và sản phẩm tiêu dùng.
Trung Đông/Bắc Phi	Nhu cầu commodity và blends đáng kể.	Cạnh tranh bằng spec ổn định, giá, logistics và điều khoản thương mại rõ ràng.

KHÔNG CHỈ “BÁN CÀ PHÊ” – PHẢI BÁN ĐÚNG SPEC, ĐÚNG THỊ TRƯỜNG, ĐÚNG PHÂN KHÚC

8. CHẤT LƯỢNG, TRUY XUẤT VÀ TÍNH BỀN VỮNG

8. QUALITY, TRACEABILITY AND SUSTAINABILITY

Thị trường quốc tế ngày càng yêu cầu nguồn gốc rõ ràng, an toàn thực phẩm, trách nhiệm môi trường và khả năng chứng minh dữ liệu. Một lô cà phê tốt không chỉ là hạt đẹp; đó là lô hàng có hồ sơ đủ để người mua hiểu nó đến từ đâu, được xử lý thế nào và có đáp ứng hợp đồng hay không.

Nhóm kiểm soát	Nội dung
Nguồn gốc	Vùng trồng, nông hộ/HTX, lô vườn, mùa vụ, giống, tọa độ/dữ liệu theo yêu cầu thị trường.
Thu hoạch	Tỷ lệ quả chín, tạp chất, thời điểm thu hái, quản lý sau thu hoạch.
Sơ chế	Natural/washed/honey; điều kiện lên men, phơi/sấy, kho.
Green bean QC	Moisture, defects, screen, density, foreign matter, sensory/cupping theo spec.
An toàn thực phẩm	Dư lượng, mycotoxin/ochratoxin và các chỉ tiêu theo thị trường/khách hàng.
Đóng gói & logistics	Jute/liner/GrainPro/vacuum tùy phân khúc; container sạch, khô, kiểm soát ẩm và mùi.
Truy xuất	Lot code liên kết farm/collection → process → warehouse → QC → shipment/B/L.
Bền vững	Tuân thủ pháp luật, sử dụng tài nguyên có trách nhiệm, điều kiện lao động và yêu cầu chống phá rừng khi áp dụng.

SOURCE • QUALITY • TRACEABILITY • COMPLIANCE • DELIVERY

9. CÀ PHÊ VÀ SỨC KHỎE – GIÁ TRỊ PHẢI ĐI CÙNG TRÁCH NHIỆM

9. COFFEE AND HEALTH – VALUE WITH RESPONSIBILITY

Cà phê chứa caffeine và nhiều hợp chất sinh học. Với phần lớn người trưởng thành khỏe mạnh, sử dụng vừa phải có thể hỗ trợ sự tỉnh táo và tập trung. Tuy nhiên, lượng caffeine quá cao có thể gây mất ngủ, bồn chồn, hồi hộp hoặc khó chịu ở người nhạy cảm. Giá trị của sản phẩm tiêu dùng còn phụ thuộc mạnh vào lượng đường, sữa/creamer và khẩu phần.

Nguyên tắc	Thông điệp thực hành
Vừa phải	Theo dõi tổng caffeine từ mọi nguồn; phản ứng của mỗi người khác nhau.
Đúng thời điểm	Hạn chế dùng gần giờ ngủ nếu caffeine ảnh hưởng giấc ngủ.
Ít đường	Cà phê đen/ít đường khác rất xa đồ uống nhiều đường, syrup hoặc creamer về dinh dưỡng.
Minh bạch	Sản phẩm đóng gói cần ghi nhãn, thành phần và hướng dẫn sử dụng phù hợp quy định thị trường.

MỘT TÁCH CÀ PHÊ TỐT KHÔNG CHỈ NGON – NÓ CẦN MINH BẠCH, PHÙ HỢP VÀ CÓ TRÁCH NHIỆM

10. INDUSVINA TRONG CHUỖI CUNG ỨNG CÀ PHÊ VIỆT NAM

10. INDUSVINA IN THE VIETNAM COFFEE SUPPLY CHAIN

INDUSVINA không định vị mình chỉ là một mắt xích “mua – bán”. Vai trò phù hợp hơn là một đơn vị kết nối có trách nhiệm giữa vùng nguyên liệu Việt Nam, nhà sơ chế/chế biến, hệ thống kiểm soát chất lượng, logistics, nhà nhập khẩu và cuối cùng là người tiêu dùng quốc tế.

VÙNG TRỒNG → NÔNG HỘ/HTX → SƠ CHẾ → QC → CHẾ BIẾN → INDUSVINA → LOGISTICS → BUYER/ROASTER → NGƯỜI TIÊU DÙNG

Vai trò của INDUSVINA	Cách thực hiện
Sourcing có chọn lọc	Xác định đúng vùng, đúng dòng cà phê, đúng năng lực nhà cung cấp và đúng yêu cầu của buyer.
Chuẩn hóa thông số	Chuyển nhu cầu thương mại thành specification có thể kiểm tra: grade, moisture, defects, screen, process, cup profile, packing.
Kiểm soát & nghiệm thu	Liên kết mẫu – lô – QC – chứng từ; ưu tiên kiểm định độc lập khi hợp đồng/khách hàng yêu cầu.
Truy xuất & minh bạch	Duy trì dữ liệu lô hàng từ nguồn đến shipment; không đánh đổi tính trung thực để lấy một giao dịch ngắn hạn.
Logistics & giao hàng	Tổ chức đóng hàng, container, chứng từ, lịch tàu và điều kiện giao hàng phù hợp.
Phát triển giá trị	Không dừng ở cà phê nhân: hướng tới rang xay, hòa tan, private label và các sản phẩm chế biến sâu khi chuỗi đủ năng lực.

11. TRIẾT LÝ NHÂN VĂN – ĐỂ GIÁ TRỊ ĐƯỢC CHIA SẺ TRONG TOÀN CHUỖI

11. A HUMAN-CENTRED PHILOSOPHY – SHARING VALUE ACROSS THE CHAIN

Một chuỗi cung ứng bền vững không thể chỉ đo bằng số container hay doanh thu. Phía sau mỗi hạt cà phê là đất đai, nước, công sức của người nông dân, kỹ năng của người chế biến, trách nhiệm của người kiểm soát chất lượng, sự tin cậy của khách hàng và trải nghiệm của người tiêu dùng.

Theo tinh thần nhân văn mà INDUSVINA theo đuổi, thương mại chỉ thật sự có ý nghĩa khi tạo ra giá trị cho nhiều bên: người trồng có đầu ra xứng đáng; nhà máy có đơn hàng ổn định; khách hàng nhận đúng chất lượng đã cam kết; người tiêu dùng nhận sản phẩm an toàn, minh bạch; và môi trường không bị xem như một chi phí có thể bỏ qua.

KHÔNG CHỈ ĐƯA CÀ PHÊ VIỆT NAM RA THẾ GIỚI – MÀ ĐƯA ĐI CÙNG CHẤT LƯỢNG, SỰ TỬ TẾ VÀ NIỀM TIN

INDUSVINA hướng tới một nguyên tắc đơn giản nhưng khó: nói đúng về sản phẩm, làm đúng điều đã cam kết và để mỗi giao dịch hôm nay trở thành nền tảng cho quan hệ lâu dài ngày mai. Khi người mua hiểu nguồn gốc, người sản xuất hiểu yêu cầu thị trường và hai bên có một cơ chế kiểm soát minh bạch, giá trị của cà phê Việt Nam sẽ không chỉ nằm ở giá mỗi tấn – mà nằm ở uy tín của cả chuỗi.

FROM VIETNAM COFFEE ORIGINS TO GLOBAL CONSUMERS
SOURCE • QUALITY • TRACEABILITY • RESPONSIBILITY • TRUST

12. NGUỒN SỐ LIỆU & GHI CHÚ

12. DATA SOURCES & NOTES

Nguồn	Phạm vi sử dụng
International Coffee Organization (ICO)	Country Coffee Profile: Vietnam (2019); historical note on introduction in 1857; global coffee statistics and Coffee Market Reports.
Bộ Nông nghiệp và Môi trường	Tổng kết niên vụ 2024/25: >1,5 triệu tấn, >8,4 tỷ USD; diện tích 731.900 ha; sản lượng gần 2 triệu tấn.
Bộ Công Thương / Cục Hải quan	8 tháng 2026: khoảng 1,33 triệu tấn, 6,03 tỷ USD; dữ liệu thị trường và xúc tiến thương mại.
Bộ Nông nghiệp và Môi trường – năm 2025	Kim ngạch cà phê năm 2025 khoảng 8,6 tỷ USD trong thống kê nông, lâm, thủy sản.
World Coffee Statistics Database – ICO	Cơ sở dữ liệu thương mại, sản xuất, tiêu thụ, tồn kho và giá; dữ liệu tháng từ 1963.

Ghi chú phương pháp: số liệu “năm dương lịch”, “niên vụ cà phê” và “giai đoạn 8 tháng” là các kỳ thống kê khác nhau. Tài liệu không cộng gộp các kỳ này. Các số liệu có ký hiệu “khoảng”, “gần”, “hơn” được giữ theo cách công bố của nguồn. Thông số thương mại của từng lô hàng phải được xác nhận lại bằng Contract/PO/Technical Specification và chứng từ/QC thực tế.

Tài liệu này là bản tổng quan sản phẩm phục vụ giới thiệu và định hướng thương mại; không thay thế tiêu chuẩn kỹ thuật, hợp đồng, chứng thư kiểm định hoặc tư vấn y tế.

INDUSVINA COMPANY LIMITED • www.indusvina.com • VIETNAM