

**BỘ CÔNG THƯƠNG**  
**TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI**



**BÀI VIẾT THÁNG 4/2026**

**“Xuất khẩu chè Việt Nam quý I/2026: Tăng trưởng chững lại trong bối cảnh  
nhiều thách thức”**

**Thuộc nhiệm vụ:**

**Truyền thông về các chính sách, giải pháp, hoạt động nhằm phát triển  
xuất nhập khẩu và công tác hội nhập, tận dụng cam kết quốc tế  
trên các bản tin và trang thông tin điện tử của Trung tâm Thông tin  
Công nghiệp và Thương mại.**

*Hà Nội, tháng 4/2026*

## **TÓM TẮT:**

### **Xuất khẩu chè Việt Nam quý I/2026: Tăng trưởng chững lại trong bối cảnh nhiều thách thức**

*Trong quý I/2026, hoạt động xuất khẩu chè của Việt Nam diễn ra trong bối cảnh kinh tế thế giới tiếp tục đối mặt với nhiều biến động, đặc biệt là tình trạng suy giảm nhu cầu tiêu dùng tại một số thị trường, chi phí logistics duy trì ở mức cao và tác động từ căng thẳng địa chính trị tại nhiều khu vực. Những yếu tố này đã ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động thương mại nông sản nói chung và xuất khẩu chè của Việt Nam nói riêng.*

Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan Việt Nam, trong quý I/2026, kim ngạch xuất khẩu chè đạt khoảng 43 triệu USD, giảm nhẹ 0,16% so với cùng kỳ năm 2025; sản lượng đạt 25,7 nghìn tấn, giảm 4,3%; giá xuất khẩu bình quân đạt 1.653 USD/tấn, giảm 4,26%. Diễn biến này cho thấy ngành chè Việt Nam đang bước vào giai đoạn điều chỉnh mạnh theo hướng nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và khả năng thích ứng với yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường quốc tế.

Xét về thị trường xuất khẩu, Đài Loan (Trung Quốc), Pakistan và Trung Quốc tiếp tục là ba thị trường nhập khẩu chè lớn nhất của Việt Nam trong quý I/2026, chiếm gần 30% tổng kim ngạch xuất khẩu chè của cả nước. Trong đó, Đài Loan (Trung Quốc) tiếp tục duy trì vị trí dẫn đầu với kim ngạch đạt 4,83 triệu USD, tăng 16,53% so với cùng kỳ năm 2025. Kết quả tích cực này phản ánh nhu cầu ổn định của thị trường Đài Loan đối với các sản phẩm chè Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh ngành đồ uống chế biến như trà sữa, trà đóng chai tiếp tục phát triển mạnh. Bên cạnh đó, lợi thế về khoảng cách địa lý, chi phí vận chuyển cạnh tranh và cộng đồng người Việt sinh sống tại Đài Loan cũng góp phần thúc đẩy xuất khẩu chè sang thị trường này.

Ngược lại, xuất khẩu chè sang Pakistan giảm rất mạnh cả về lượng và trị giá. Trong quý I/2026, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này chỉ đạt 3,40 triệu USD, giảm tới 75,15% so với cùng kỳ năm trước. Nguyên nhân chủ yếu đến từ ảnh hưởng của căng thẳng địa chính trị tại khu vực Trung Đông, làm gia tăng chi phí

logistics và gây gián đoạn chuỗi cung ứng. Ngoài ra, áp lực cạnh tranh từ các quốc gia xuất khẩu chè khác cũng khiến khả năng mở rộng thị phần của chè Việt Nam tại Pakistan gặp nhiều khó khăn hơn so với giai đoạn trước.

Bên cạnh các thị trường truyền thống, doanh nghiệp xuất khẩu chè Việt Nam đang tích cực mở rộng sang nhiều thị trường tiềm năng khác như Ấn Độ, Philippines, Ba Lan, Đức và UAE. Trong quý I/2026, xuất khẩu chè sang một số thị trường này ghi nhận tốc độ tăng trưởng khá cao, góp phần bù đắp phần nào sự sụt giảm tại các thị trường truyền thống. Điều này cho thấy khả năng thích ứng tương đối linh hoạt của doanh nghiệp Việt Nam trước những biến động của thương mại toàn cầu và xu hướng đa dạng hóa thị trường đang ngày càng trở nên cần thiết đối với ngành chè.

Xét theo cơ cấu chủng loại, chè xanh tiếp tục là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong quý I/2026 với kim ngạch đạt 21,28 triệu USD, chiếm 49,48% tổng kim ngạch xuất khẩu chè của cả nước. Nhóm chè đen đứng thứ hai với tỷ trọng 42,37%. Tuy nhiên, cả hai nhóm mặt hàng này đều ghi nhận mức giảm nhẹ so với cùng kỳ năm trước, phản ánh nhu cầu tiêu dùng trên thị trường quốc tế chưa thực sự phục hồi mạnh. Trong khi đó, nhóm “chiết xuất và các chế phẩm từ chiết xuất tinh chất của chè” tuy có quy mô nhỏ nhưng ghi nhận mức tăng trưởng khá cao, cho thấy xu hướng chuyển dịch dần sang các sản phẩm chế biến sâu và có giá trị gia tăng cao hơn.

Hiện nay, ngành chè Việt Nam có nhiều lợi thế phát triển nhờ điều kiện tự nhiên thuận lợi, truyền thống canh tác lâu đời và khả năng đa dạng hóa sản phẩm theo từng vùng sinh thái. Các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như EVFTA, CPTPP và RCEP cũng tạo thêm điều kiện thuận lợi để mở rộng thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm chè Việt Nam. Tuy nhiên, ngành chè vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế như quy mô sản xuất nhỏ lẻ, chất lượng chưa đồng đều, ứng dụng công nghệ còn hạn chế và áp lực cạnh tranh ngày càng lớn từ các quốc gia xuất khẩu chè lớn trên thế giới.

Trong thời gian tới, dự báo xuất khẩu chè của Việt Nam sẽ tiếp tục chịu ảnh hưởng từ biến động kinh tế thế giới và xu hướng siết chặt tiêu chuẩn nhập khẩu tại

nhiều thị trường. Tuy nhiên, triển vọng tăng trưởng vẫn được duy trì nhờ nhu cầu tiêu dùng ổn định tại một số thị trường châu Á, cùng với nỗ lực chuyển đổi số, nâng cao chất lượng sản phẩm và mở rộng thị trường xuất khẩu của doanh nghiệp. Để nâng cao giá trị xuất khẩu, ngành chè cần đẩy mạnh phát triển vùng nguyên liệu đạt chuẩn, tăng cường ứng dụng khoa học công nghệ, cải thiện khả năng truy xuất nguồn gốc và xây dựng thương hiệu sản phẩm theo hướng bền vững.

## **NỘI DUNG BÀI VIẾT:**

### ***Đánh giá tổng quan tình hình xuất khẩu chè trong tháng 3/2026***

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, ngành chè Việt Nam đang đứng trước cả cơ hội và thách thức đan xen. Là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu truyền thống của Việt Nam, chè không chỉ đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu nông nghiệp mà còn góp phần tạo việc làm và thu nhập cho hàng triệu lao động tại các khu vực trung du và miền núi. Tuy nhiên, trước xu hướng tiêu dùng xanh, bền vững và yêu cầu ngày càng cao về chất lượng, truy xuất nguồn gốc, ngành chè Việt Nam đang buộc phải chuyển đổi mạnh mẽ để nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

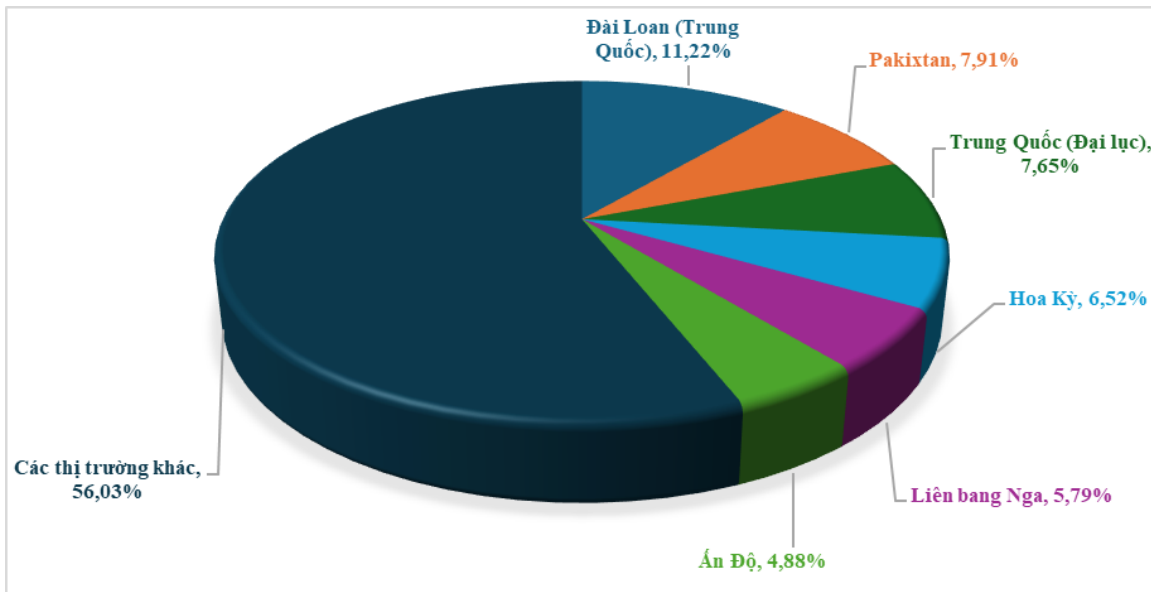
Trong những tháng đầu năm 2026, hoạt động xuất khẩu chè chịu tác động đồng thời từ nhiều yếu tố như biến động kinh tế toàn cầu, căng thẳng địa chính trị, chi phí logistics tăng cao và áp lực cạnh tranh từ các quốc gia xuất khẩu chè lớn. Bên cạnh đó, nhiều thị trường nhập khẩu cũng tiếp tục siết chặt các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và yêu cầu phát triển bền vững. Điều này tạo áp lực không nhỏ đối với doanh nghiệp xuất khẩu chè của Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh sản xuất trong nước vẫn còn phân tán và chất lượng sản phẩm chưa thực sự đồng đều.

Tuy nhiên, bên cạnh những khó khăn, ngành chè Việt Nam vẫn có nhiều cơ hội để mở rộng thị trường nhờ lợi thế từ các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, điều kiện tự nhiên phù hợp và xu hướng gia tăng nhu cầu tiêu dùng các sản

phẩm đồ uống có nguồn gốc tự nhiên tại nhiều quốc gia. Trong bối cảnh đó, việc đánh giá tình hình xuất khẩu chè trong quý I/2026 có ý nghĩa quan trọng nhằm nhận diện rõ xu hướng thị trường, các yếu tố tác động cũng như triển vọng phát triển của ngành trong thời gian tới.

**Biểu đồ 1: Cơ cấu thị trường xuất khẩu chè của Việt Nam trong quý I/2026 (Tỷ trọng % tính theo trị giá)**

(ĐVT: %)



*Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam*

Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 3/2026, kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam đạt 11,84 triệu USD, tăng 15,26% so với tháng trước nhưng giảm 19,74% so với cùng kỳ năm 2025. Sản lượng xuất khẩu đạt 7,53 nghìn tấn, tăng 30,25% so với tháng 02/2026 nhưng giảm 21,14% so với tháng 3/2025. Trong khi đó, giá xuất khẩu bình quân đạt 1.573 USD/tấn, giảm 11,51% so với tháng trước.

Tính chung quý I/2026, xuất khẩu chè của Việt Nam ghi nhận xu hướng giảm nhẹ cả về lượng và trị giá so với cùng kỳ năm trước. Cụ thể, kim ngạch đạt 43 triệu USD, giảm 0,16%; sản lượng đạt 25,7 nghìn tấn, giảm 4,3%; giá xuất khẩu bình quân đạt 1.653 USD/tấn, giảm 4,26%. Đáng chú ý, ba thị trường xuất khẩu lớn

nhất của Việt Nam vẫn là Đài Loan (Trung Quốc), Pakistan và Trung Quốc, chiếm gần 30% tổng kim ngạch xuất khẩu chè của cả nước.

### ***Cơ cấu thị trường:***

Đài Loan (Trung Quốc) tiếp tục là thị trường xuất khẩu chè lớn nhất của Việt Nam trong quý I/2026 và duy trì vai trò là một trong những thị trường tiêu thụ quan trọng nhất đối với mặt hàng chè của Việt Nam trong nhiều năm qua. Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan Việt Nam, riêng trong tháng 3/2026, kim ngạch xuất khẩu chè sang thị trường này đạt 1,99 triệu USD, tăng mạnh 214,07% so với tháng trước và tăng 36,17% so với cùng kỳ năm 2025. Sản lượng xuất khẩu đạt 1,09 nghìn tấn, tăng 188,10% so với tháng 02/2026 và tăng 26,04% so với tháng 3/2025. Lũy kế quý I/2026, kim ngạch xuất khẩu chè sang Đài Loan đạt 4,83 triệu USD, tăng 16,53% so với cùng kỳ năm trước; sản lượng đạt 2,6 nghìn tấn, tăng 3,67%. Kết quả này cho thấy nhu cầu nhập khẩu chè của thị trường Đài Loan vẫn duy trì ở mức ổn định, đồng thời phản ánh khả năng thích ứng tương đối tốt của doanh nghiệp Việt Nam trước những biến động của thị trường quốc tế.

Đài Loan từ lâu được xem là một trong những trung tâm văn hóa trà nổi bật của châu Á với truyền thống thưởng trà lâu đời và thị hiếu tiêu dùng đa dạng. Người tiêu dùng tại đây có yêu cầu khá cao đối với các sản phẩm chè nhập khẩu, đặc biệt về hương vị, độ an toàn, tiêu chuẩn chất lượng và khả năng truy xuất nguồn gốc. Chính vì vậy, việc duy trì tốc độ tăng trưởng xuất khẩu tích cực tại thị trường này không chỉ mang ý nghĩa về mặt thương mại mà còn góp phần khẳng định chất lượng và vị thế của chè Việt Nam trên thị trường quốc tế. Ngoài vai trò là thị trường tiêu thụ trực tiếp, Đài Loan còn được xem là trung tâm trung chuyển chè sang nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ khác, qua đó tạo thêm cơ hội để sản phẩm chè Việt Nam tiếp cận với các phân khúc khách hàng cao cấp và những thị trường có yêu cầu khắt khe hơn về tiêu chuẩn nhập khẩu.

Hiện nay, xuất khẩu chè Việt Nam sang Đài Loan có nhiều điều kiện thuận lợi nhờ nhu cầu tiêu dùng ổn định từ ngành công nghiệp trà sữa, trà đóng chai và các sản phẩm đồ uống chế biến từ chè đang phát triển mạnh tại thị trường này. Bên cạnh đó, lợi thế về khoảng cách địa lý tương đối gần giúp thời gian vận chuyển

được rút ngắn, giảm chi phí logistics và đảm bảo chất lượng sản phẩm trong quá trình xuất khẩu. Ngoài ra, cộng đồng người Việt Nam sinh sống và làm việc tại Đài Loan cũng góp phần thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm trà Việt, đồng thời trở thành một kênh quảng bá tự nhiên, giúp nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu chè Việt Nam tại thị trường này. Đây được xem là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp Việt Nam tiếp tục mở rộng thị phần, nâng cao giá trị xuất khẩu và từng bước xây dựng hình ảnh chè Việt theo hướng chất lượng cao, ổn định và bền vững trong thời gian tới..

Trái ngược với xu hướng tăng trưởng tích cực tại thị trường Đài Loan (Trung Quốc), xuất khẩu chè của Việt Nam sang Pakistan trong quý I/2026 ghi nhận mức sụt giảm mạnh cả về lượng và trị giá. Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu chè sang Pakistan đạt 3,40 triệu USD, giảm tới 75,15% so với cùng kỳ năm 2025; sản lượng đạt 2,02 nghìn tấn, giảm 72,73%. Riêng trong tháng 3/2026, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này đạt 798 nghìn USD, giảm 24,13% so với tháng trước và giảm 80,48% so với cùng kỳ năm trước; sản lượng đạt 475 tấn, giảm 22,64% so với tháng trước và giảm 78,30% so với tháng 3/2025. Mức suy giảm này cho thấy hoạt động xuất khẩu chè sang Pakistan đang chịu ảnh hưởng đáng kể từ những biến động của thương mại toàn cầu, đặc biệt là tình trạng chi phí logistics tăng cao và căng thẳng địa chính trị tại khu vực Trung Đông.

Mặc dù không có điều kiện tự nhiên phù hợp để trồng chè, Pakistan vẫn là một trong những quốc gia nhập khẩu chè lớn nhất thế giới nhờ nhu cầu tiêu dùng rất cao. Chè là đồ uống phổ biến trong đời sống hàng ngày của người dân Pakistan, vì vậy nhu cầu nhập khẩu thường duy trì ở mức ổn định. Tuy nhiên, thị trường này có yêu cầu khá cao đối với chất lượng sản phẩm và nguồn gốc xuất xứ. Người tiêu dùng Pakistan có kinh nghiệm lâu năm trong thưởng trà, đồng thời khá nhạy cảm với sự thay đổi về hương vị và chất lượng sản phẩm. Vì vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu chè của Việt Nam cần chú trọng hơn đến việc minh bạch thông tin về vùng nguyên liệu, vụ thu hoạch và tiêu chuẩn sản xuất nhằm đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường này.

Bên cạnh đó, xuất khẩu chè của Việt Nam sang Pakistan hiện cũng phải cạnh tranh mạnh với các quốc gia xuất khẩu chè lớn như Kenya, Ấn Độ và Sri Lanka. Các quốc gia này có lợi thế về quy mô sản xuất, thương hiệu và hệ thống phân phối ổn định tại thị trường Pakistan. Do đó, để duy trì và mở rộng thị phần trong thời gian tới, doanh nghiệp Việt Nam cần nâng cao chất lượng sản phẩm, cải thiện mẫu mã bao bì và chủ động thích ứng với những thay đổi của thị trường nhập khẩu.

Ngoài ra, trong quý I/2026, Việt Nam còn xuất khẩu chè sang các thị trường khác như Trung Quốc, Hoa Kỳ, Liên bang Nga, với kim ngạch xuất khẩu lần lượt đạt 3,29 triệu USD; 2,80 triệu USD và 2,49 triệu USD.

Quý I/2026, doanh nghiệp xuất khẩu chè đã linh hoạt chuyển hướng sang nhiều thị trường tiềm năng khác, như Ấn Độ, Philippine, Ba Lan, Đức, UAE... trong bối cảnh một số thị trường truyền thống sụt giảm mạnh. Kết quả là xuất khẩu sang 4 thị trường này đều ghi nhận mức tăng trưởng tích cực cả về lượng và trị giá so với quý I/2025, phần nào bù đắp khó khăn từ xuất khẩu giảm sang một số thị trường. Sự đa dạng hoá này không chỉ giúp ngành chè giảm thiểu rủi ro từ việc phụ thuộc vào các thị trường chính mà còn cho thấy năng lực thích ứng linh hoạt và nhanh chóng của doanh nghiệp Việt trước những biến động của tình hình kinh tế chính trị toàn cầu và thay đổi về quy định nhập khẩu của các đối tác.

Đáng chú ý, xuất khẩu sang 2 thị trường gồm UAE và Ba Lan ghi nhận mức tăng mạnh nhất cả về lượng và trị giá so với các thị trường khác so với cùng kỳ năm 2025. Cụ thể, xuất khẩu sang UAE đạt kim ngạch 445 nghìn USD (tăng 192,20%), sản lượng đạt 175 tấn (tăng 146,48%); Ba Lan đạt kim ngạch 443 nghìn USD (tăng 175,69%), sản lượng đạt 200 tấn (tăng 85,19%).

**Bảng 1: Xuất khẩu chè của Việt Nam sang các thị trường trong tháng 3/2026 và quý I/2026**

*(ĐVT: Lượng – tấn; Trị giá – Nghìn USD; tỷ trọng tính theo trị giá)*

Thị trường	Tháng 3/2026		So với tháng 02/2026 (%)		So với tháng 3/2025 (%)		3 tháng đầu năm 2026		So với cùng kỳ năm 2025	
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
<b>Tổng KNXK</b>	<b>7.527</b>	<b>11.841</b>	<b>30,25</b>	<b>15,26</b>	<b>-21,14</b>	<b>-19,74</b>	<b>25.699</b>	<b>43.002</b>	<b>-4,3</b>	<b>-0,16</b>

<b>Đài Loan (TQ)</b>	<b>1.089</b>	<b>1.991</b>	<b>188,10</b>	<b>214,07</b>	<b>26,04</b>	<b>36,17</b>	<b>2.602</b>	<b>4.826</b>	<b>3,67</b>	<b>16,53</b>
Pakistan	475	798	-22,64	-24,13	-78,30	-80,48	2.019	3.403	-72,73	-75,15
Trung Quốc (Đại lục)	938	1.327	180,00	200,27	-21,64	-28,37	2.413	3.288	-2,47	-5,43
Hoa Kỳ	729	1.274	38,07	33,82	6,89	35,70	1.642	2.802	8,60	31,39
Liên bang Nga	653	934	140,96	81,70	48,07	16,46	1.575	2.488	-2,90	-15,63
Ấn Độ	644	870	190,09	188,91	75,00	65,49	1.513	2.098	92,49	96,79
Indonesia	405	412	54,58	23,75	-48,14	-44,95	1.310	1.524	-48,30	-40,65
Ả rập Xê út	135	380	-18,18	-12,37	-43,28	-34,49	496	1.318	-29,55	-30,14
Philippin	126	383	53,66	77,04	157,14	171,29	453	1.246	129,95	120,38
Malaysia	568	484	85,02	135,89	-20,78	-1,62	1.380	1.136	-10,62	-3,26
Irắc		0					494	761	-49,39	-49,64
UAE		0					175	445	146,48	192,20
Ba Lan	66	95	13,79	-41,41	53,49	32,01	200	443	85,19	175,69
Đức	38	219	111,11	136,74			68	381	65,85	124,09
Cadácxtan	79	91	88,10	102,22	-24,04	-31,28	121	137	-65,92	-69,39
Thổ Nhĩ Kỳ	2	51			-83,33	72,46	30	109	-37,50	-7,10
Ukraina	65	75			71,05	38,92	85	99	25,00	-1,99

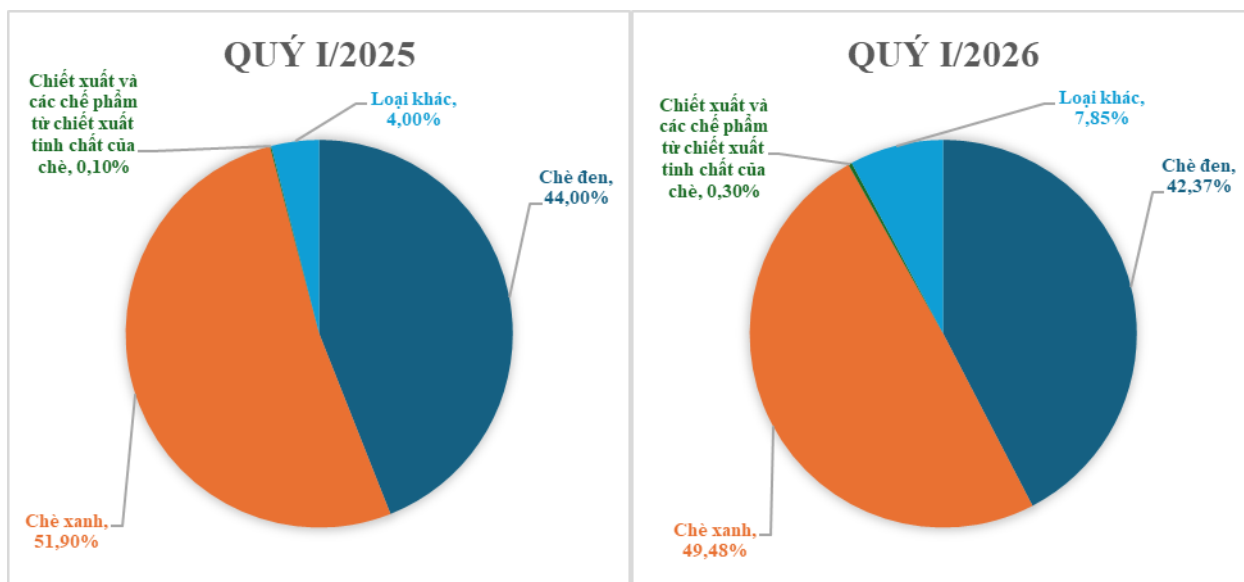
*Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Cục Hải quan*

### ***Cơ cấu chủng loại mặt hàng chè của Việt Nam:***

Cơ cấu chủng loại chè xuất khẩu của Việt Nam trong quý I/2025 và quý I/2026 không có sự thay đổi lớn khi vẫn tập trung chủ yếu vào hai nhóm mặt hàng chính là chè xanh và chè đen. Tuy nhiên, đã xuất hiện một số thay đổi đáng chú ý, cụ thể: Chè xanh dù vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cả hai năm song đã giảm từ 51,90% xuống còn 49,48% vào quý I/2026, tương tự chè đen cũng giảm nhẹ từ 44,00% xuống 42,37%. Ở chiều ngược lại, tỷ trọng nhóm hàng “Chiết xuất và các chế phẩm từ chiết xuất tinh chất của chè” tăng từ 0,10% lên 0,30%, song vẫn chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng cơ cấu.

### **Biểu đồ 2: Cơ cấu chủng loại mặt hàng chè xuất khẩu trong quý I/2025 và quý I/2026**

*(ĐVT: %)*



*Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Cục Hải quan*

Theo tính toán sơ bộ từ số liệu của Cục Hải quan, đứng đầu trong nhóm chủng loại chè xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường trong quý I/2026 là chè xanh, với kim ngạch đạt 21,28 triệu USD, giảm 4,80% so với quý I/2025; sản lượng đạt 11,50 nghìn tấn, giảm 4,33%, chiếm tỷ trọng lớn nhất là 49,48%. Tính riêng trong tháng 3/2026, kim ngạch và sản lượng xuất khẩu nhóm chè này đều giảm, cụ thể lượng đạt 2,37 nghìn tấn, kim ngạch đạt 4,31 triệu USD, giảm 8,80% về lượng và 10,24% về trị giá so với tháng 02/2026; giảm đáng kể 35,08% về lượng và 37,30% về trị giá so với tháng 3/2025. Chè Ô long là loại chè xuất khẩu nhiều nhất trong nhóm này, đạt kim ngạch 184 nghìn USD, tăng 18,35% và sản lượng đạt 58 tấn, tăng nhẹ 0,42% so với quý I/2025.

Xếp ở vị trí thứ hai là nhóm chè đen, với sản lượng trong quý I/2026 đạt 12,89 nghìn tấn, giảm 5,77% và kim ngạch đạt 18,22 triệu USD, giảm 3,86% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm tỷ trọng 42,37%. Tương tự như nhóm chè xanh, chè Ô long cũng là loại chè xuất khẩu dẫn đầu trong nhóm này, với kim ngạch đạt 575 nghìn USD, tăng nhẹ 3,29% so với quý I/2025; sản lượng đạt 145 tấn, giảm 0,17%, chiếm tỷ trọng 1,34% trong tổng cơ cấu chung.

Ngoài ra, Việt Nam còn xuất khẩu “chiết xuất và các chế phẩm từ chiết xuất tinh chất của chè” sang các thị trường, với kim ngạch đạt 130 nghìn USD, tăng rất

mạnh 200,43%; sản lượng đạt 8 tấn, tăng 56,48%, tuy nhiên nhóm này chiếm tỷ trọng không đáng kể trong cơ cấu xuất khẩu chung.

**Bảng 2: Một số chủng loại chè xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang các thị trường trong tháng 02/2026 và 2 tháng đầu năm 2026**

(Lượng: tấn; Trị giá: Nghìn USD)

Thị trường	Tháng 3/2026		So với tháng 02/2026 (%)		So với tháng 3/2025 (%)		3 tháng đầu năm 2026		So với cùng kỳ năm 2025		Tỷ trọng (%)
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	
<b>Tổng KNXXK</b>	<b>7.527</b>	<b>11.841</b>	<b>30,25</b>	<b>15,26</b>	<b>-21,14</b>	<b>-19,74</b>	<b>25.699</b>	<b>43.002</b>	<b>-4,3</b>	<b>-0,16</b>	<b>100</b>
<b>Chè xanh</b>	<b>2.370</b>	<b>4.306</b>	<b>-8,80</b>	<b>-10,24</b>	<b>-35,08</b>	<b>-37,30</b>	<b>11.502</b>	<b>21.279</b>	<b>-4,33</b>	<b>-4,80</b>	<b>49,48</b>
Chè Ô long	11	46	2114,00	1.012	-57,39	3,75	58	184	0,42	18,35	0,43
Chè đen	0	0					20	30	-57,38	-42,50	0,07
Chè ướp hoa	187	372	195,20	166,08	292,87	413,49	383	802	69,63	85,06	1,86
Chè xanh	2.171	3.880	-14,32	-16,53	-39,01	-42,23	11.040	20.241	-5,23	-6,45	47,07
<b>Chè đen</b>	<b>4.634</b>	<b>6.126</b>	<b>68,66</b>	<b>42,68</b>	<b>-13,62</b>	<b>-15,62</b>	<b>12.885</b>	<b>18.219</b>	<b>-5,77</b>	<b>-3,86</b>	<b>42,37</b>
Chè Ô long	83	316	129,97	97,67	-15,28	-24,25	145	575	-0,17	3,29	1,34
Chè đen	4.531	5.772	67,31	39,76	-13,70	-15,30	12.716	17.588	-5,66	-3,79	40,90
Chè xanh	20	25	469,80	626,72			24	44	500,25	445,97	0,10
<b>Chiết xuất và các chế phẩm từ chiết xuất tinh chất của chè</b>	<b>2</b>	<b>51</b>	<b>-62,02</b>	<b>-34,79</b>	<b>990,00</b>	<b>1240,17</b>	<b>8</b>	<b>130</b>	<b>56,48</b>	<b>200,43</b>	<b>0,30</b>

Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam

### ***ĐÁNH GIÁ TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU THỜI GIAN TỚI:***

Trong những năm gần đây, ngành chè Việt Nam tiếp tục giữ vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu nông sản của cả nước. Không chỉ phục vụ nhu cầu tiêu dùng trong nước, chè Việt Nam hiện đã có mặt tại nhiều thị trường trên thế

giới và từng bước khẳng định vị thế trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Tuy nhiên, hoạt động xuất khẩu chè đang chịu tác động đồng thời từ nhiều yếu tố thuận lợi và khó khăn trong bối cảnh kinh tế thế giới biến động mạnh, xu hướng tiêu dùng thay đổi nhanh và các tiêu chuẩn nhập khẩu ngày càng khắt khe hơn.

Về yếu tố thuận lợi, trước hết phải kể đến lợi thế tự nhiên và truyền thống lâu đời của ngành chè Việt Nam. Việt Nam được đánh giá là quốc gia có điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng phù hợp cho sự phát triển của cây chè với nhiều vùng sinh thái khác nhau trải dài từ trung du miền núi phía Bắc đến Tây Nguyên và Bắc Trung Bộ. Điều kiện tự nhiên đa dạng cho phép phát triển nhiều giống chè khác nhau, tạo nên sự phong phú về hương vị, chất lượng và chủng loại sản phẩm. Đây được xem là nền tảng quan trọng để doanh nghiệp xây dựng thương hiệu và phát triển các dòng sản phẩm chè có giá trị gia tăng cao.

Hiện nay, nhiều vùng chè nổi tiếng của Việt Nam đã được thị trường trong và ngoài nước biết đến như chè Tân Cương (Thái Nguyên), chè Shan tuyết Hà Giang hay Yên Bái. Các sản phẩm này có hương vị đặc trưng nhờ điều kiện canh tác tự nhiên và kinh nghiệm chế biến lâu đời của người dân địa phương. Đặc biệt, một số vùng chè cổ thụ tại khu vực miền núi phía Bắc còn phù hợp với xu hướng tiêu dùng sản phẩm hữu cơ, tự nhiên và thân thiện với môi trường đang ngày càng phổ biến tại các thị trường phát triển như EU, Hoa Kỳ hay Nhật Bản. Điều này tạo ra dư địa tương đối lớn để chè Việt Nam từng bước thâm nhập vào phân khúc cao cấp thay vì chỉ tập trung vào xuất khẩu nguyên liệu thô như trước đây.

Bên cạnh lợi thế tự nhiên, việc Việt Nam tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như EVFTA, CPTPP hay RCEP cũng mở ra cơ hội đáng kể cho hoạt động xuất khẩu chè. Các hiệp định này không chỉ giúp giảm thuế quan mà còn tạo điều kiện mở rộng thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm chè Việt Nam trên thị trường quốc tế. Ngoài ra, việc phải đáp ứng các tiêu chuẩn cao về chất lượng, truy xuất nguồn gốc và an toàn thực phẩm trong các FTA cũng gián tiếp thúc đẩy doanh nghiệp cải thiện quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm và từng bước xây dựng thương hiệu bền vững hơn.

Vị trí địa lý của Việt Nam cũng được xem là một lợi thế đối với hoạt động xuất khẩu chè. Việt Nam nằm gần nhiều thị trường tiêu thụ lớn tại châu Á như Trung Quốc, Đài Loan (Trung Quốc), Ấn Độ hay khu vực Trung Đông, đồng thời nằm trên các tuyến hàng hải quốc tế quan trọng. Điều này góp phần rút ngắn thời gian vận chuyển, giảm chi phí logistics và nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm chè Việt Nam so với nhiều quốc gia khác.

Tuy nhiên, bên cạnh các yếu tố thuận lợi, ngành chè Việt Nam vẫn đang đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức. Trước hết, sản xuất chè trong nước hiện vẫn mang tính nhỏ lẻ, phân tán và chưa hình thành được nhiều vùng nguyên liệu quy mô lớn. Điều này khiến chất lượng sản phẩm chưa đồng đều, khó kiểm soát quy trình sản xuất cũng như tiêu chuẩn an toàn thực phẩm. Trong khi đó, các thị trường nhập khẩu lớn như EU, Hoa Kỳ hay Nga ngày càng siết chặt quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và tiêu chuẩn truy xuất nguồn gốc. Vì vậy, nhiều doanh nghiệp và hộ sản xuất nhỏ gặp khó khăn trong việc đáp ứng yêu cầu của thị trường xuất khẩu.

Ngoài ra, mức độ ứng dụng khoa học công nghệ trong sản xuất chè của Việt Nam hiện vẫn còn hạn chế. Tại nhiều địa phương, việc đầu tư máy móc hiện đại, hệ thống tưới tiêu hay công nghệ chế biến sâu chưa được triển khai đồng bộ. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất, chất lượng và khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Trong bối cảnh người tiêu dùng quốc tế ngày càng quan tâm đến chất lượng, yếu tố bền vững và tính minh bạch của sản phẩm, việc chậm đổi mới công nghệ có thể khiến chè Việt Nam gặp khó khăn trong quá trình mở rộng thị trường.

Bên cạnh những khó khăn nội tại, ngành chè Việt Nam còn chịu áp lực cạnh tranh rất lớn từ các quốc gia xuất khẩu chè khác như Trung Quốc, Ấn Độ, Sri Lanka hay Kenya. Đây đều là những quốc gia có lịch sử phát triển ngành chè lâu đời, quy mô sản xuất lớn và thương hiệu mạnh trên thị trường quốc tế. Đặc biệt, Kenya hiện là một trong những quốc gia dẫn đầu thế giới về xuất khẩu trà đen nhờ mô hình liên kết sản xuất hiệu quả và khả năng kiểm soát chất lượng tương đối tốt. So với các đối thủ này, chè Việt Nam vẫn chủ yếu xuất khẩu ở phân khúc trung bình, giá trị gia tăng chưa cao và thương hiệu quốc tế còn hạn chế.

Ngoài ra, căng thẳng địa chính trị và biến động kinh tế toàn cầu cũng đang tác động đáng kể đến hoạt động xuất khẩu chè của Việt Nam. Một số thị trường truyền thống của chè Việt Nam thuộc khu vực Trung Đông như Pakistan, UAE hay Ả Rập Xê Út chịu ảnh hưởng mạnh từ bất ổn khu vực, khiến chi phí vận tải và bảo hiểm tăng cao. Điều này làm gia tăng áp lực đối với doanh nghiệp xuất khẩu, đặc biệt trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng toàn cầu phục hồi chưa đồng đều.

Trong thời gian tới, dự báo xuất khẩu chè của Việt Nam vẫn sẽ đối mặt với nhiều khó khăn do kinh tế thế giới còn tiềm ẩn nhiều rủi ro và xu hướng siết chặt tiêu chuẩn nhập khẩu tiếp tục gia tăng. Tuy nhiên, triển vọng của ngành chè vẫn được đánh giá tích cực nhờ nhu cầu tiêu dùng ổn định tại nhiều thị trường châu Á và xu hướng sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên ngày càng phổ biến. Để tận dụng cơ hội này, ngành chè cần tiếp tục đẩy mạnh tái cơ cấu sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển vùng nguyên liệu đạt chuẩn và tăng cường ứng dụng khoa học công nghệ trong toàn bộ chuỗi sản xuất - chế biến - tiêu thụ.

Bên cạnh đó, việc đa dạng hóa thị trường xuất khẩu cũng được xem là yêu cầu quan trọng nhằm giảm phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống. Doanh nghiệp cần chủ động khai thác các thị trường tiềm năng tại châu Á và EU, đồng thời chú trọng xây dựng thương hiệu, nâng cao khả năng truy xuất nguồn gốc và đáp ứng các tiêu chuẩn phát triển bền vững. Trong bối cảnh chuyển đổi số phát triển mạnh, việc ứng dụng thương mại điện tử, mã số truy xuất và nền tảng số trong quảng bá sản phẩm cũng sẽ góp phần nâng cao hiệu quả xuất khẩu và mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng quốc tế cho chè Việt Nam trong thời gian tới.