



TRƯỜNG ĐẠI HỌC
CÔNG NGHIỆP
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



SẢN PHẨM DỰ THI

Tận dụng phần vỏ của trái cà phê để lên men Rượu vang cà phê Việt Nam



Mentor: PGS.TS Lê Hùng Anh

Thạc sỹ Nguyễn Ngọc Thuần

Nhóm: Wine - Bảo Ngọc

Lĩnh vực: Nông nghiệp - Sinh học - Môi Trường



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

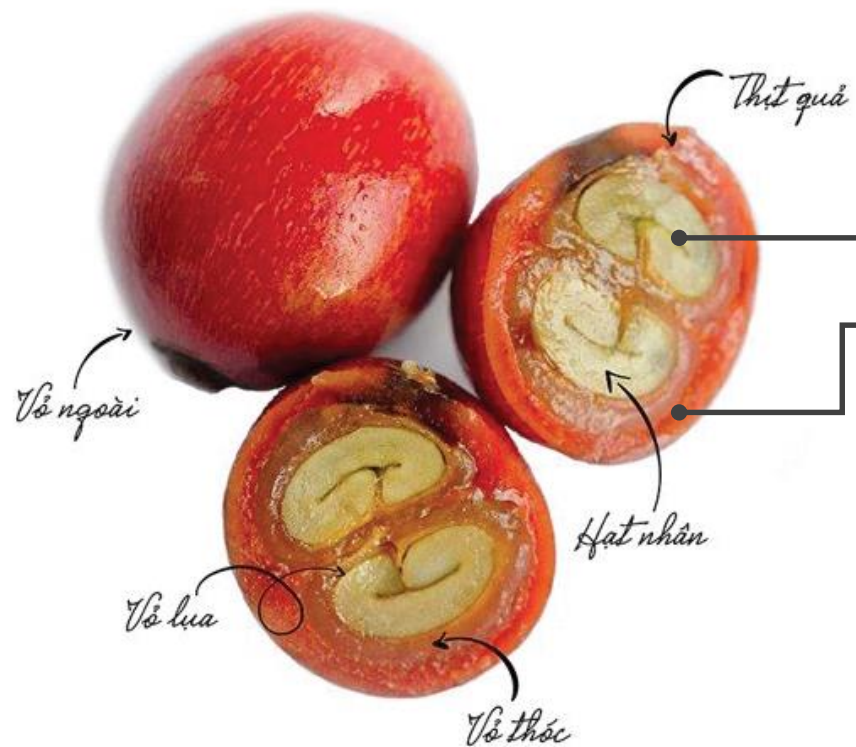
Nội dung



Thế giới tiếp cận cà phê không chỉ là một loại thức uống. Rất nhiều giá trị kinh tế từ cây cà phê, như: mật ong hoa cà phê, phân bón từ bã cà phê, trà từ hoa cà phê; thuốc nhuộm vải, sợi, giày... cũng có thể làm từ cà phê.

Thế giới đã làm được nhiều chuyện từ cà phê, nhưng Việt Nam vẫn đang làm thô. Còn không gian mênh mông để chúng ta tạo ra giá trị cà phê. Không gian này chúng ta đang... bỏ trống hoàn toàn hoặc chỉ mới manh nha khai thác.

Vấn đề



Quá trình chế biến 60% hạt cà phê mang lại giá trị kinh tế.(3.7tr tấn)

40% vỏ thịt còn lại không tạo giá trị kinh tế được coi là phụ phẩm thải bỏ (2.5tr tấn)



90% hạt cà phê xuất khẩu thô giá trị kinh tế còn thấp, chưa được khai thác hiệu quả



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Giải pháp xanh về môi trường



Dự án tạo nên hệ sinh thái xanh, sạch, không gây ô nhiễm môi trường.



Tận dụng 40% vỏ trái cà phê để sản xuất và lên men rượu vang.



60% hạt cà phê được lên men để tạo ra cà phê lên men có hương vị độc đáo.



Phần bã vỏ cà phê sau khi lên men rượu vang sẽ được ủ làm phân bón hữu cơ vi sinh bón lại cho cây trồng.



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Giải pháp sạch trong công nghệ



Không dùng sulfite (SO_2) ở công đoạn thanh trùng và chất điều vị trong rượu vang thành phẩm.



Sử dụng trái cây thiên nhiên có tính axit để điều chỉnh pH của quá trình lên men, thay hóa chất công nghiệp (axit citric).



Trong vỏ cà phê chứa 20gGAE/100g chất khô nguyên liệu polyphenol, có tác dụng phòng chống ung thư hiệu quả.

(Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ – Kỹ thuật và Công nghệ, 4(2):968-976, Trần Thị Thu Trà & cộng sự).



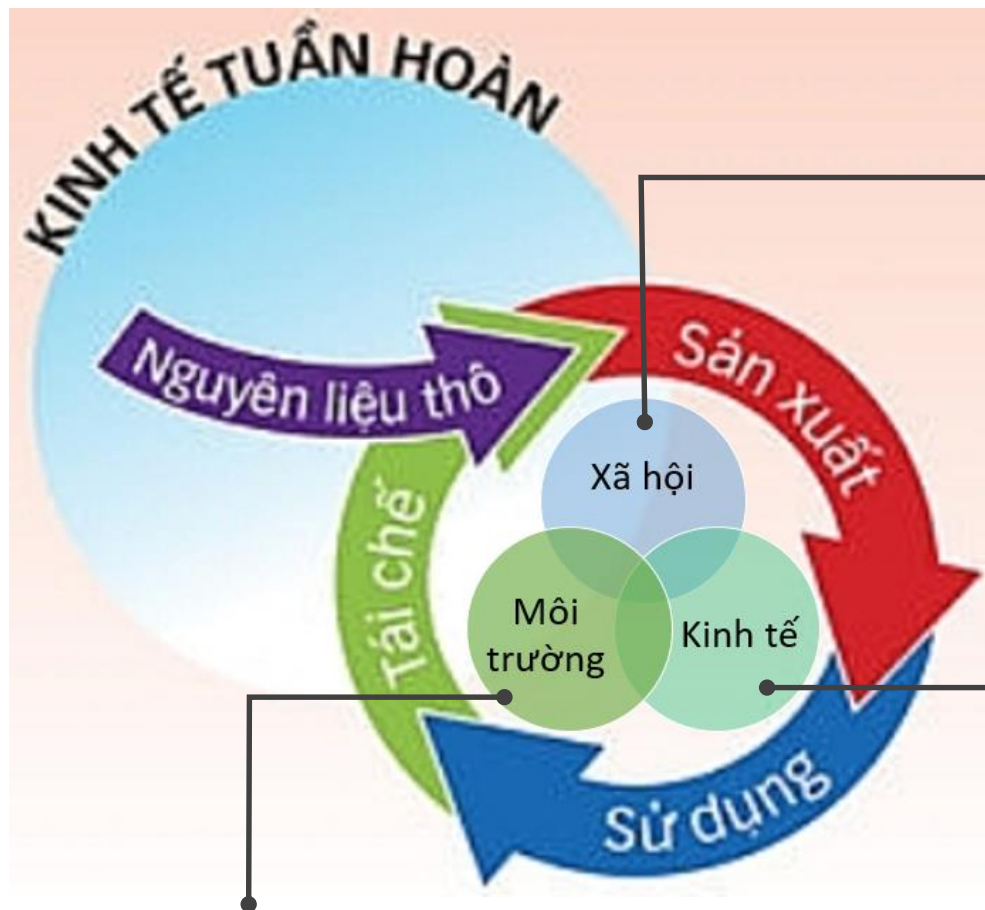
Ứng dụng công nghệ blockchain trong truy suất nguồn gốc nông sản vào quá trình sản xuất rượu vang.



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Tác động kinh tế - xã hội



Người nông dân được tiếp cận với khoa học kỹ thuật, tăng thu nhập giảm chênh lệch giàu nghèo.

Tăng giá trị nông sản cho người nông dân trên cùng một diện tích canh tác, ứng dụng mô hình kinh tế tuần hoàn tạo ra giá trị bền vững quanh trái cà phê.

Tận dụng phân vỏ từ nông nghiệp giảm ô nhiễm môi trường, tránh lãng phí nguồn nguyên liệu, không gây hại đến đa dạng sinh học và môi trường.



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Sản phẩm cạnh tranh



Rượu cà phê Halico

Quy trình sản xuất: từ hạt cafe rang xay, ngâm với rượu VODKA, nồng độ 25% vol, Vị ngọt cay nồng



Hoàng Sa

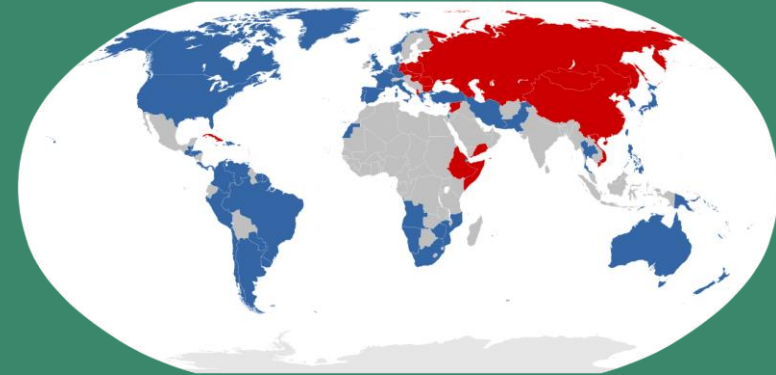


Trương Sa

Rượu cà phê PM Coffee

Quy trình sản xuất: Ngâm trái cà phê chín với rượu trắng nồng độ 12% và 19% vol, Vị ngọt khó uống

VS



Rượu Kahlua

Chế biến từ hạt cafe rang xay, sau đó ngâm với rượu whisky, soda và sữa nồng độ 20% vol, vị ngọt màu sữa

Quốc gia: Mexico

Apothic wine

Quy trình sản xuất: rượu vang đỏ nhân cafe lên men 13.5%vol

Quốc gia: USA, chứa sulfít

Manila wine - Acia Coffee

Quy trình sản xuất: nhân cafe ngâm với rượu mạnh độ cồn 16% và 28%vol

Quốc gia: Philipin

19 Crimer wine

Quy trình sản xuất: rượu vang đỏ 97% nhân cafe 3%, 13.5%vol

Quốc gia: Úc, chứa sulfít

Điểm khác biệt sản phẩm



Sự kết hợp hoàn hảo giữa vỏ thịt trái cà phê tự nhiên và quy trình lên men độc đáo tạo nên hương vị cà phê đặc trưng.



Không dùng chất bảo quản, chất điều vị trong quá trình chế biến. Sản phẩm chế biến theo phương pháp hữu cơ.



Tạo ra sản phẩm mới từ quá trình chế biến cà phê. Chúng men được phân lập từ giống bản địa.



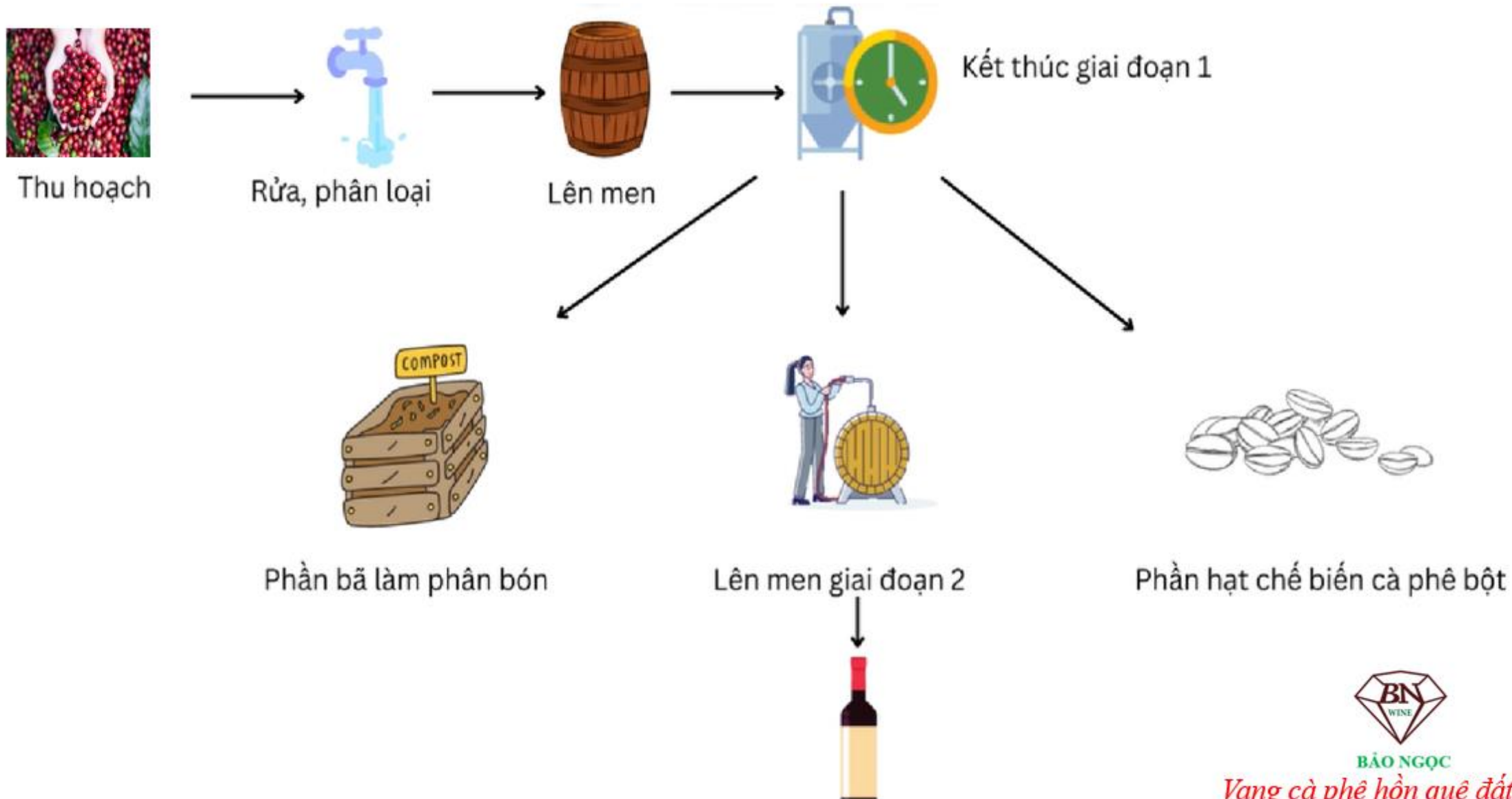
Quy trình chế biến đặc biệt giữ lại men vi sinh tốt cho hệ tiêu hóa. Ngoài ra vỏ cà phê chứa polyphenol phòng ngừa ung thư, giảm nguy cơ bệnh tim mạch, tăng cường hệ miễn dịch.



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Quy trình sản xuất



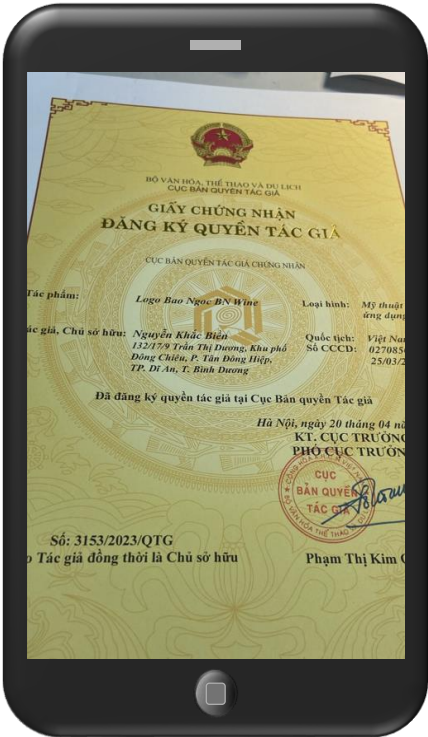
Thành tựu dự án



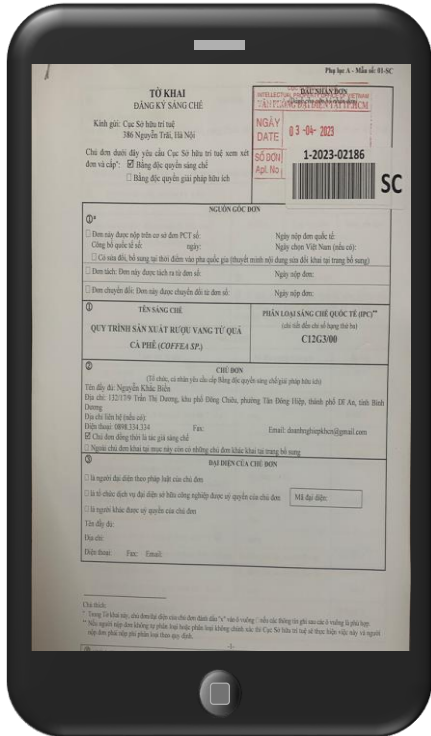
Đăng ký bản quyền nhãn
hiệu Wine Bảo Ngọc



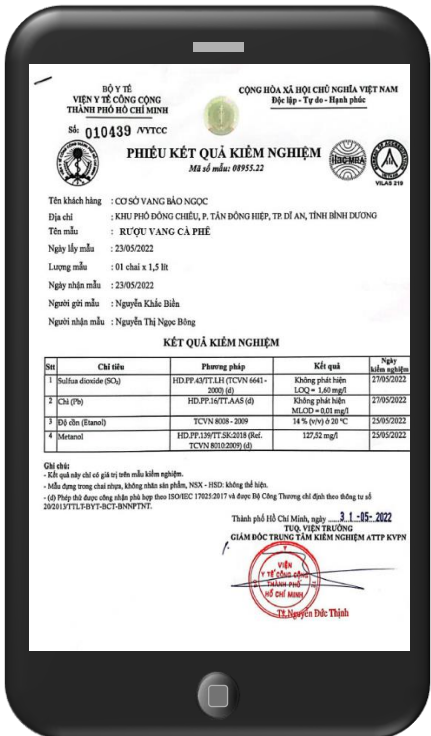
BẢO NGỌC



Đã nộp đơn đăng ký
bằng sáng chế quy trình
sản xuất cho rượu vang
cà phê, sung, điều.



Kiểm nghiệm chất lượng
đạt QCVN 6-3/2010 BYT



Giải thưởng

Được đặc cách không thi bán kết và trung kết, vào thẳng vườn ươm tại cuộc thi ra khơi 2023 của Đại học Văn Lang



Hệ sinh thái dự án

- Vang cà phê
- Vang trái điều
- Vang trái sung
- Vang dâu tằm
- Vang trái mận
- Vang nho rừng
- Vang chanh dây
- Vang dâu tây
- Coffee lên men
- Trà từ vỏ coffee



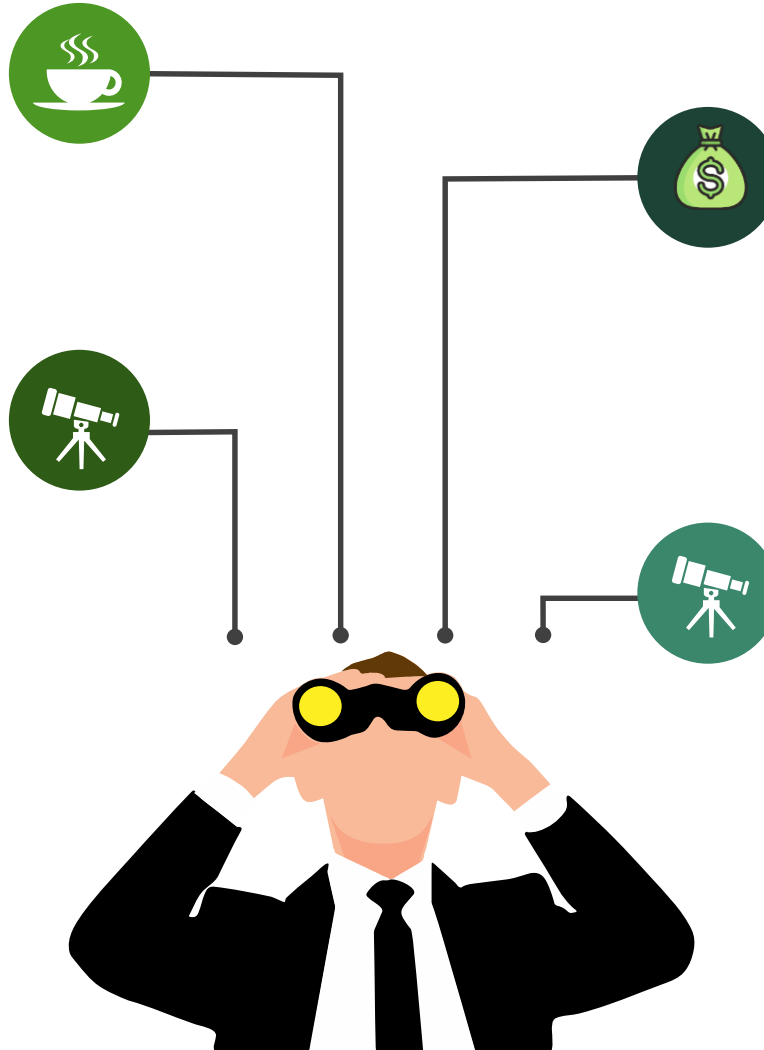
BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Tầm nhìn & khát vọng

Tạo ra 1 hệ sinh thái các sản phẩm từ cà phê như: vang cà phê, cà phê lên men, trà từ vỏ café, nước uống đóng chai từ trà café, phân hữu cơ vi sinh từ vỏ cà phê.

Trong 5 năm xây dựng nhà máy tại tây nguyên, tạo được vùng nguyên liệu sạch bền vững. Sản phẩm tiêu thụ tại thị trường nội địa và đứng đầu thị trường về vang cà phê.



Tăng giá trị nông sản Việt, tăng thu nhập cho người nông dân trên cũng 1 diện tích canh tác, giảm chênh lệch giàu nghèo và phát triển bền vững.

Trong 10 năm mở rộng quy mô sản xuất, xuất khẩu ra khu vực Asean và trên thế giới.

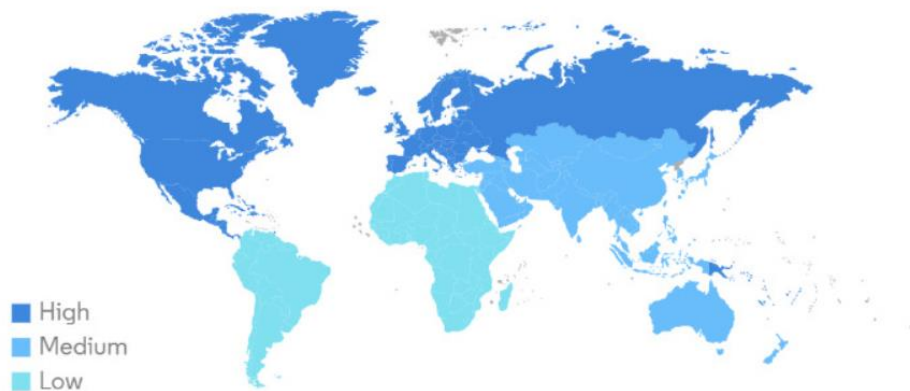


BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

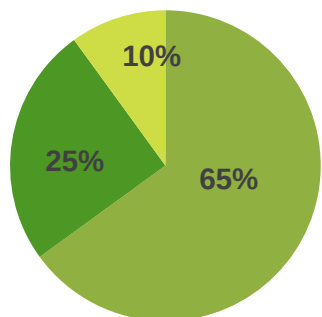
Quy mô thị trường (Markesize)

Wine Market : Market Size(%), By Geography, Global, 2021



Source: Mordor Intelligence

WINE MARKET



25%

Vang trắng



65%

Vang đỏ



10%

Vang sủi bọt

Tổng quan thị trường rượu vang toàn cầu

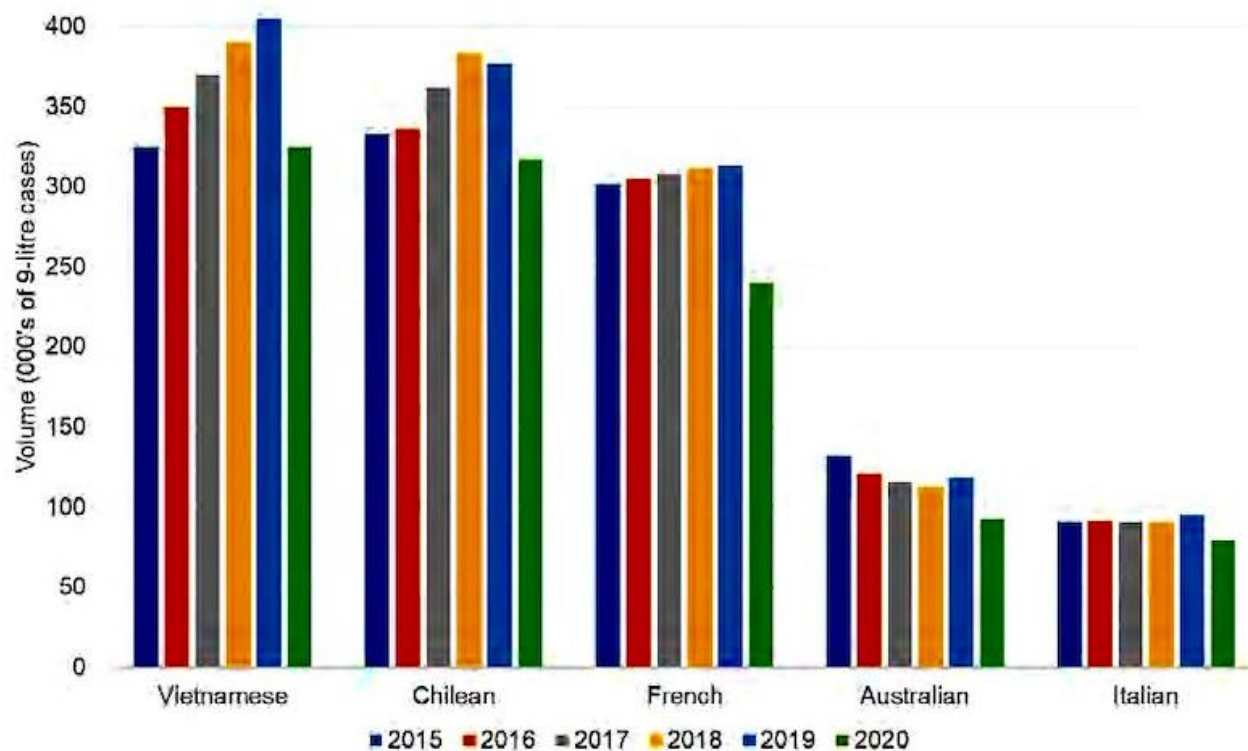
Quy mô thị trường rượu vang được định giá 296,6 tỷ USD vào năm 2022. Ngành thị trường rượu vang được dự đoán sẽ tăng từ 314,24 tỷ USD năm 2023 lên 444,50 tỷ USD vào năm 2030, thể hiện tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 5,95% trong giai đoạn dự báo (2023 - 2030). Tăng tiêu thụ Rượu và thay đổi mô hình lối sống là những động lực thị trường chính thúc đẩy tăng trưởng thị trường.



BẢO NGỌC

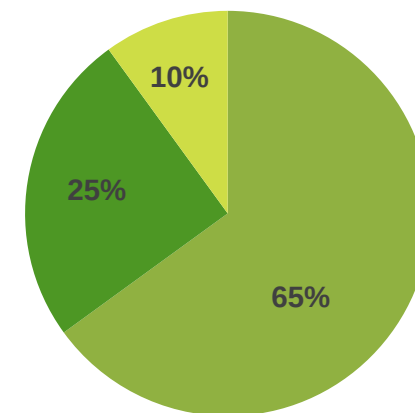
Vang cà phê hồn quê đất Việt

Quy mô thị trường vang Việt nam



Vietnam wine consumption by volume/source country (Source: IWSR reproduced from Wine Australia Market

Update: Vietnam)



25%
Vang trắng



65%
Vang đỏ



10%
Vang sủi bọt

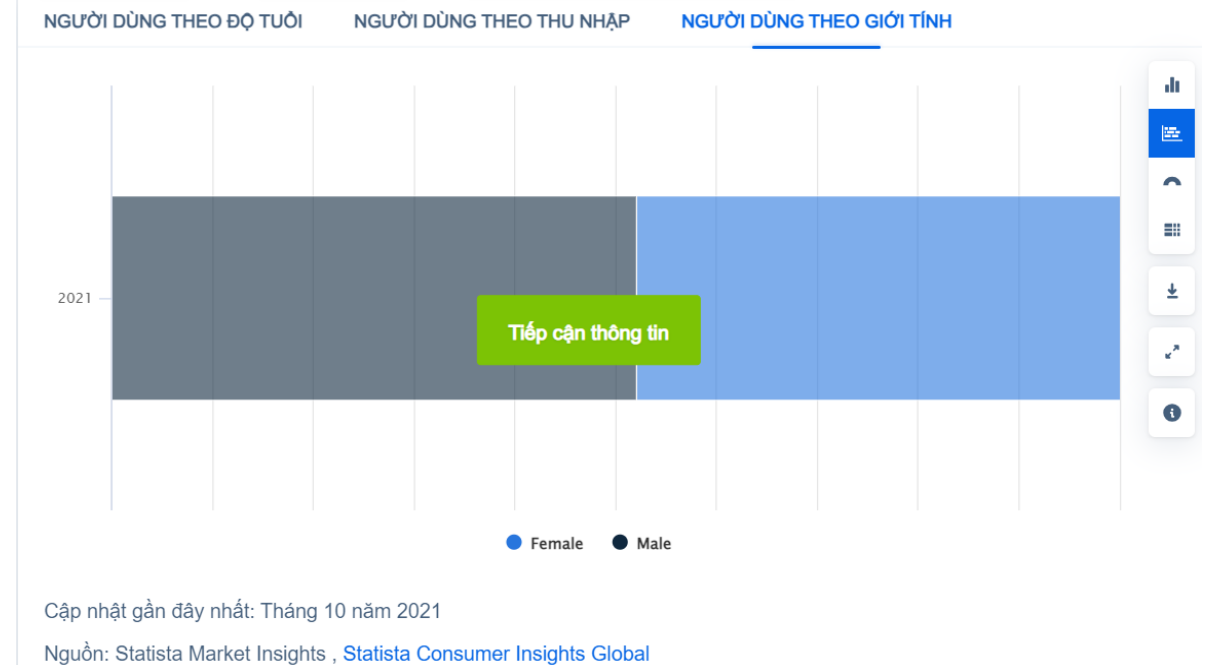
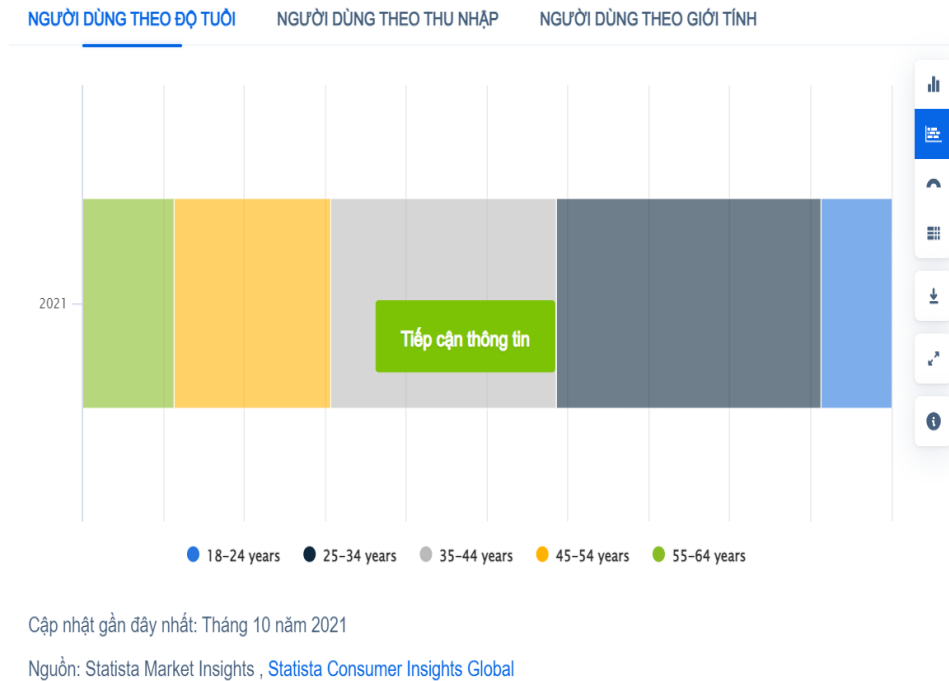
- Thị trường VN chiếm 230 triệu USD năm 2023.
- Tăng trưởng kép 3.95% (CAGR 2023-2027).
- Tổng lượng rượu vang tiêu thụ khoảng 13.5tr lít vào năm 2027.
- Doanh thu trên đầu người khoảng 2.3USD/người năm 2023.
- Tầng lớp trung lưu ở Việt nam chiếm 15%, dự kiến sẽ là 36% năm 2030, mang lại nhiều khả năng hơn trong việc tiêu thụ rượu vang.



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Khảo sát thị trường theo độ tuổi và giới tính



- Đối tượng khách hàng là tầng lớp trung lưu trở lên.
- Người ưa thích sản phẩm sạch, tốt sức khỏe.
- Tổng lượng rượu vang tiêu thụ khoảng 13.5tr lít vào năm 2027.
- Doanh thu trên đầu người khoảng 2.3USD năm 2023.



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Mô hình kinh doanh



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Kênh phân phối sản phẩm



**Kênh truyền
thống**



**Kênh thương
mai điện tử**



**Các khu du lịch
điểm dừng chân**



**Xuất khẩu ra
khu vực**



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Kế hoạch tài chính

Bảng 1. Chi Phí TSCĐ năm đầu

STT	Loại TS	Nguyên giá	Khấu hao hàng năm
1	Máy móc thiết bị	352,000,000	35,200,000
1.1	Máy sơ chế	100,000,000	10,000,000
1.2	Tank lên men chính 5m3	80,000,000	8,000,000
1.3	Tank lên men phụ 5m3	30,000,000	3,000,000
1.4	Bơm màng khí nén	7,000,000	700,000
1.5	Dây chuyền xử lý nước, làm mền 1m3/h	90,000,000	9,000,000
1.6	Máy chiết	25,000,000	2,500,000
1.7	Máy đóng nắp	5,000,000	500,000
1.8	Máy dán nhãn	15,000,000	1,500,000
2	Tài sản văn phòng	75,000,000	15,000,000
1.1	Bàn ghế VP	6,000,000	1,200,000
1.2	Bàn ghế tiếp khách	6,000,000	1,200,000
1.3	Tủ hồ sơ	2,000,000	400,000
1.4	Tủ đựng rượu	10,000,000	2,000,000
1.5	Máy lạnh	10,000,000	2,000,000
1.6	Thiết bị PCCC (nhà xưởng + VP)	6,000,000	1,200,000
1.7	Máy Photo	4,000,000	800,000
1.8	Máy tính	21,000,000	4,200,000
1.9	Chi phí set up VP	10,000,000	2,000,000
	Tổng	427,000,000	50,200,000

2.2 Biến Phí

STT	Loại CP	CP/SP	CP Tổng
	Chi phí sản xuất/sp (Doanh số kỳ vọng 10,000sp/năm)		
1	Vỏ chai	13,000	130,000,000
2	Bao bì	10,500	105,000,000
3	NVL	7,000	70,000,000
4	Nhân công trực tiếp	1,500	15,000,000
5	Chi phí SX chung	50	500,000
	Tổng	32,050	320,500,000

Chi chí tái đầu tư sản xuất định kỳ (4 tháng)	320,500,000
Chi Phí đầu tư ban đầu	1,068,000,000

	SP/Năm	SP/tháng
Điểm hòa vốn	5,942	495

2.1 Định Phí

Loại CP	Tháng	Năm
Chi phí khấu hao máy móc thiết bị	2,933,333	35,200,000
Chi phí thuê nhà xưởng + Kho thành phẩm	40,000,000	480,000,000
Chi phí khấu hao TS VP	1,250,000	15,000,000
Chi phí thuê văn phòng	15,000,000	180,000,000
Chi phí quản lý doanh nghiệp		
Nhân sự quản lý (4)	40,000,000	480,000,000
Nhân viên marketing (1)	5,000,000	60,000,000
Chi phí bán hàng		
Lương cứng (5 nhân sự)	25,000,000	300,000,000
Chi phí marketing	10,000,000	120,000,000
Chi phí giới thiệu SP	10,000,000	120,000,000
Tổng	149,183,333	1,790,200,000

2.2 Biến Phí

Loại CP	CP/SP	CP Tổng
Chi phí sản xuất/sp (Doanh số kỳ vọng 10,000sp/năm)		
Vỏ chai	13,000	130,000,000
Bao bì	10,500	105,000,000
NVL	7,000	70,000,000
Nhân công trực tiếp	1,500	15,000,000
Chi phí SX chung	50	500,000
Tổng	32,050	320,500,000



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồng quê đất Việt

Kế hoạch kinh doanh

Bảng 4. Dự kiến kết quả HĐKD 5 năm	Thị trường vang (lit)	13,000,000	
Doanh số kỳ vọng tăng 50% mỗi năm	Lượng chai vang	17,333,333	
Năm	Doanh số kỳ vọng (sp)	Thị trường vang tại VN %	Doanh Thu kỳ vọng(vnd)
Năm 1	10,000	0.06%	3,333,333,333
Năm 2	15,000	0.09%	5,000,000,000
Năm 3	22,500	0.13%	7,500,000,000
Năm 4	33,750	0.2%	11,250,000,000
Năm 5	50,625	0.3%	16,875,000,000

Loại CP	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Chi phí khấu hao máy móc thiết bị	35,200,000	35,200,000	35,200,000	35,200,000	35,200,000
Chi phí bảo trì máy móc thiết bị		3,520,000	3,520,000	3,520,000	3,520,000
Chi phí thuê nhà xưởng + Kho thành phẩm	480,000,000	528,000,000	580,800,000	638,880,000	702,768,000
Chi phí khấu hao TS VP	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000	15,000,000
Chi phí bảo trì, mua mới TSVP		1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
Chi phí thuê văn phòng	180,000,000	198,000,000	217,800,000	239,580,000	263,538,000
Chi phí quản lý doanh nghiệp					
Nhân sự quản lý (4)	480,000,000	576,000,000	691,200,000	829,440,000	995,328,000
Nhân viên marketing (1)	60,000,000	72,000,000	86,400,000	103,680,000	124,416,000
Chi phí bán hàng					
Lương cứng (5 nhân sự)	300,000,000	450,000,000	675,000,000	1,012,500,000	1,518,750,000
Chi phí marketing	120,000,000	180,000,000	270,000,000	405,000,000	607,500,000
Chi phí giới thiệu SP	120,000,000	180,000,000	270,000,000	405,000,000	607,500,000
Tổng	1,790,200,000	2,239,220,000	2,846,420,000	3,689,300,000	4,875,020,000

Loại CP	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Chi phí sản xuất/sp (Doanh số kỳ vọng 10,000sp/năm)					
Vỏ chai	130,000,000	195,000,000	292,500,000	438,750,000	658,125,000
Bao bì	105,000,000	157,500,000	236,250,000	354,375,000	531,562,500
NVL	80,000,000	120,000,000	180,000,000	270,000,000	405,000,000
Nhân công trực tiếp	15,000,000	22,500,000	33,750,000	50,625,000	75,937,500
Chi phí SX chung	15,000,000	22,500,000	33,750,000	50,625,000	75,937,500
Chiết khấu/sp (Doanh số kỳ vọng 10,000sp/năm)	930,000,000	1,395,000,000	2,092,500,000	3,138,750,000	4,708,125,000
Tổng	1,275,000,000	1,912,500,000	2,868,750,000	4,303,125,000	6,454,687,500

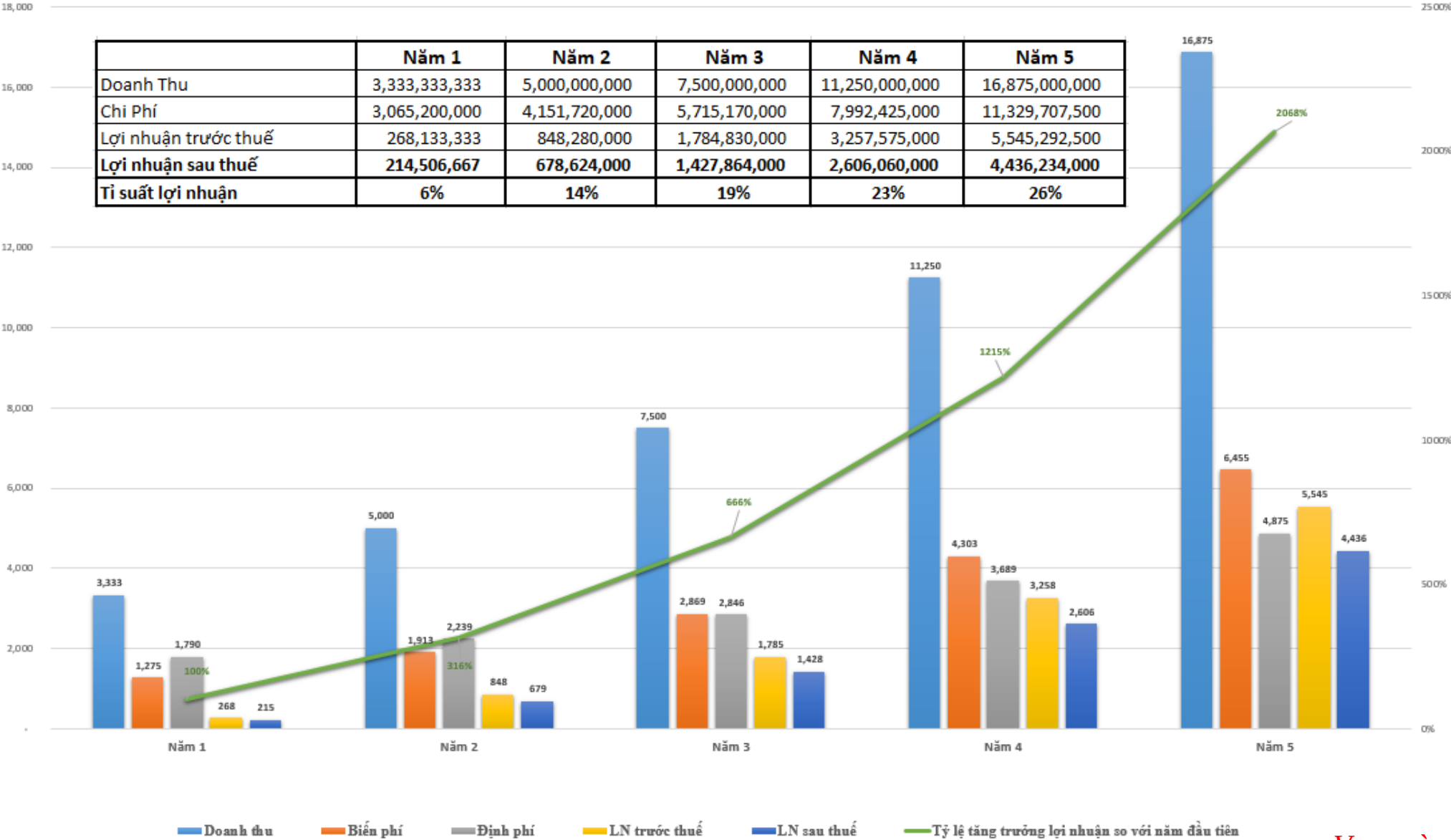


BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Kế Hoạch Kinh Doanh 5 năm
(ĐVT : Triệu đồng)

	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Doanh Thu	3,333,333,333	5,000,000,000	7,500,000,000	11,250,000,000	16,875,000,000
Chi Phí	3,065,200,000	4,151,720,000	5,715,170,000	7,992,425,000	11,329,707,500
Lợi nhuận trước thuế	268,133,333	848,280,000	1,784,830,000	3,257,575,000	5,545,292,500
Lợi nhuận sau thuế	214,506,667	678,624,000	1,427,864,000	2,606,060,000	4,436,234,000
Tỉ suất lợi nhuận	6%	14%	19%	23%	26%



BẢO NGỌC

Vang và phê hồn quê đất Việt

Kênh phân phối sản phẩm



Kênh truyền thống:

- TP.HCM: 200 chai/tháng
- Hà Nội: 150 chai/tháng
- Đà Nẵng: 100 chai/tháng
- Cần Thơ: 50 chai/tháng

Các kênh trực tuyến:

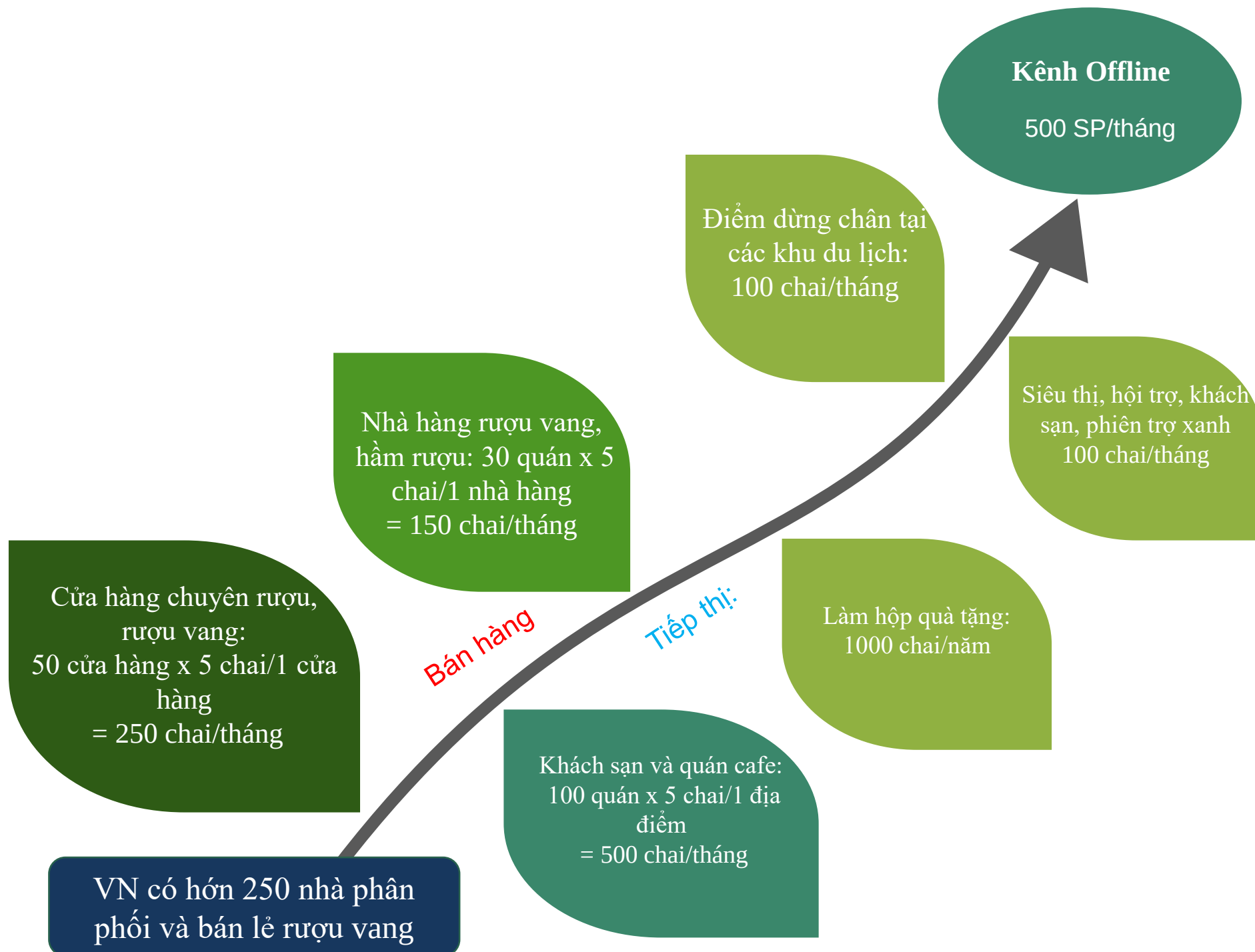
- Website, Fanpage, Shopee, Lazada, Sendo, Tiki, TikTok: 300 chai/tháng
- Trang thương mại điện tử về rượu vang: 200 chai/tháng
- Người nổi tiếng: 100 chai/tháng

Kế hoạch này được điều chỉnh dựa trên phản hồi từ thị trường và hiệu quả của các kênh bán hàng cụ thể.



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt

Kênh online



Website, Fanpage:
100 chai/tháng



Shopee, Lazada,
Sendo, Tiki, TikTok:
5 chai/tháng cho mỗi
kênh, tổng cộng 200
chai/tháng



Trang thương mại điện tử về
rượu vang: 200 chai/tháng

- Nam An Market
- Siêu Thị Rượu Ngoại
- Rượu Vang Cao Minh
- Rượu Nhập Khẩu
- The Warehouse
- Kho Rượu • Sành Vang
- Winemart • Winecellar
- Rượu Tốt • vv.....



Kết hợp với người nổi
tiếng, có ảnh hưởng
lớn trên mạng xã hội
để quảng bá sản phẩm
và giới thiệu cho đối
tượng khách hàng tiềm
năng.

Đội ngũ chuyên gia



Mentor: PGS.TS Lê Hùng Anh

- Viện trưởng Viện KHCN và QLMT ĐHCN TP.HCM.
- Cố vấn kỹ thuật, trên 30 năm kinh nghiệm cứu giảng dạy về môi trường và năng lượng tái tạo.



Mentor: ThS. Nguyễn Ngọc Thuận

- Giảng viên khoa công nghệ sinh học ĐHCN.TPHCM.
- Cố vấn kỹ thuật, trên 20 năm kinh nghiệm giảng dạy và lên men rượu vang.



Mr. Phạm Văn Quân

- Sáng lập, kiêm Chủ tịch Checkee.
- Cố vấn về giải pháp truy suất nguồn gốc nông sản.



Ls. Đào Tiến Phong

- Giám đốc Điều hành Investpush Legal.
- Cố vấn cấp cao quỹ FUNDGO.
- Chuyên gia blockchain.
- Cố vấn về pháp lý và truy suất nguồn gốc.



Mr. Huỳnh Tấn Phát

- Chuyên gia sản thương mại điện tử.
- Hỗ trợ đưa sản phẩm lên sàn thương mại điện tử.



Founder : Nguyễn Khắc Biền

- ThS. Kỹ Thuật Môi Trường.
- R&D và thiết lập quy trình sản xuất.



Co-founder. Nguyễn Thúc Hảo

- SV khoa quản trị kinh doanh ĐH Kinh tế TP.HCM
- ThS. Công nghệ thông tin.
- Hỗ trợ về thương mại điện tử, chuyển đổi số cho dự án.



Các chuyên gia về sở hữu trí tuệ, bảo hộ thương hiệu hỗ trợ về pháp lý dự án



BẢO NGỌC

Vang cà phê hồn quê đất Việt



THANK YOU

Any Questions?



Vang cà phê hồn quê đất Việt