# 经营经销合同范本(热门41篇)

来源：网络 作者：寂静之音 更新时间：2024-01-03

*经营经销合同范本1甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（以下简称甲方）乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（以下简称乙方）甲乙双方本着互惠互利、平等自愿的原则，根据《中\_合同法》有关规定就“\_\_\_\_\_...*

**经营经销合同范本1**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（以下简称甲方）

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（以下简称乙方）

甲乙双方本着互惠互利、平等自愿的原则，根据《中\_合同法》有关规定就“\_\_\_\_\_\_\_”牌系列产品代理、经销事宜，经双方共同协商，签定本加盟经销合同：

一、基本原则

1．县级城市加盟费\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元（一家）

2．市级城市加盟费\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元（县级市一家、中等城市二家、大城市四家、特大城市六家）

b）乙方为甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_县（市）加盟代理，乙方以独立法人在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_县（市经营，甲方向乙方提供治理产品，施工技术，商标使用权及受权书。

c）根据区域划分，首批提货量最低为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。

d）乙方在签订合同之日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月内未第二进货的，本合同从第\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月的第一天起自动解除，加盟费不退还。

二、价格

代理价格详见产品价格表。

三、付款方式：采用款到发货。

四、交货方式：火车或汽车运输，\_\_\_\_l以内，乙方付运费；一次性超过\_\_\_\_l，本公司负担运输费用。

五、广告宣传

a．甲方提供广告宣传册、宣传资料，按进货量配送（\_\_\_\_\_\_\_\_元货款/\_\_\_\_\_\_\_\_份宣传资料）。

b．乙方可以自行设计宣传画册，须经本公司审核认可，否则后果自负。

c．甲方免费向乙方提供价值\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元的雅虎?百度?google三大网络宣传的当地关键词\_\_\_\_\_\_\_个。

六、甲方权利和义务

a．“\_\_\_\_\_\_\_”牌产品所有权，未经甲方同意，乙方不可使用。

b．维护乙方利益，不干涉乙方定价。

c．如果该地区已有加盟代理商，本公司不对该地区其它任何单位或个人报价，实行价格保密。

e．如果发现串货，经查情况属实，本公司将对其实行停止发货，并永远终止与其合作。

七、乙方权利和义务

a．乙方有本合同规定区域内独家代理权力，甲方不得向其他人供货。

b．实行自行在所在地区产品价格定价，本公司不对其管制。

c．乙方必须遵守国家法规，合法经营，遵守加盟代理商规定。乙方需在当地宣传和上门服务，不得损害甲方产品市场形象，一经发现甲方有权单方面终止合同。

八、广告支持

a．为了增强“\_\_\_\_\_\_\_”牌产品在当地市场的竞争力，经销商可适当的在当地媒体进行广告宣传，本公司支持部分广告费用，支持额度为进货额的\_\_\_\_\_\_\_%，经销商拿着报纸及其广告费用发票到总部兑现相等数额的产品。

b．合作期内无偿提供“\_\_\_\_\_\_\_”商标的使用权。

c．享受“\_\_\_\_\_\_\_”强大的品牌市场效应及网络效应。

d．公司免费提供\_\_\_\_\_\_\_个当地互联网（一搜、雅虎、百度、google）关键词，关键词下方将显示经销商地址，充分享受强大的网络效应。

九、违约责任

本合同履行过程中，甲乙双方本着合作为本原则，互谅互让、友好协商，若协商未果，双方均可依法提起诉讼。

十、本合同共二页，一式二份，双方各执一份，自双方签字之日起生效。

十一、乙方完成任务，并且无违约行为，享有续约优先权利。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地址：

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：

签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签字：

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签约日期：

**经营经销合同范本2**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

根据《\_民法典》及其相关法律法规，甲乙双方本着诚实信用，平等互利，协商一致的原则签订本协议，以供双方共同遵守执行：

>第一条、经销区域

1、甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_经销商。

2、乙方必须首选\_\_\_\_\_\_\_\_产品作为向客户宣传及推荐使用的产品，并不得销售其他厂家类似产品，不得销售假冒\_\_\_\_\_\_\_\_产品，否则甲方有权取消乙方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_经销权，直至追究法律责任。

3、乙方不得跨区域销售，否则甲方视情节轻重有权对乙方采取：书面警告、停止供货、取消经销权、终止经销协议等措施。以上措施没有先后顺序，可以直接使用其中一种或几种并用。跨区域货物的销售额不计乙方任务额，且销售额归所跨区域经销商所有。

>第二条、市场价格及市场规范

1、乙方可享受甲方的所在区域最低经销商供货价，乙方须保证按甲方规定的二级批发商供货价及零售商供货价供给零售商及批发商。同时，乙方有义务控制其供应的零售商按甲方建议零售价售给终端消费者（二级批发商供货价、零售供货价、零售价由甲方另行通知）。

2、乙方的促销员不得诋毁甲方品牌的产品及商誉，不得有损害甲方、消费者及其它与甲方合作的批发商的行为。促销员在营业场所内发生的一切损害甲方利益的行为，乙方负有连带责任。

>第三条、经销期限

1、自\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日止，共计\_\_\_\_\_\_日。

2、在协议期内，如乙方连续三个月未能完成销售任务或累计三个月未能完成总任务额的70%，则甲方有权另选经销商，乙方的\_\_\_\_\_经销权自行解除。

3、在协议期内乙方能完成或超额完成任务，可享有优先续约权。

>第四条、付款方式

甲乙双方约定款到发货，乙方在提货前将现金或支票，或付款凭证（银行汇票、电汇）传真给甲方，甲方收到货款后安排发货。

>第五条、交货数量、规格及交货方式与期限

1、交货数量：以乙方向甲方提供的加盖业务专用章并经签字的有效书面定货单为准。

2、交货方式：甲方在收到乙方定货单所列货物的全款的五个工作日内，负责将乙方所订货物交运输部门办好托运手续（特制、订制及另有约定交货期的除外）。产品到乙方法定经营场所所在地市，到岸后费用由乙方承担，并传真托运单给乙方。如乙方需要使用其它运输方式（如中铁快运、航空运输、特快专递等快运方式）甲方可代办，但费用由乙方承担。

3、对批量较大的定货（超出分解任务计划部分）乙方应提前通知甲方以便甲方及时组织生产并供货。

4、乙方在甲方发出货物的六天内（以托运单日期为准）如未收到货物的，应立即向甲方联系追查。若在甲方发货之日起十天内，乙方没有向甲方提出货物未到异议，则视为乙方收齐甲方所发货物数量、规格并验收合格完毕。

>第六条、质量标准与验收

1、质量标准：甲方供给乙方的产品质量须符合国家相关产品标准，并向乙方提供相关证明文件。

2、验收：乙方收货时须对货物进行验收。如乙方收货时发现货损、货差等问题，应及时与运输部门办理好有关确认手续，并及时反馈给甲方，按国家有关规定执行。如甲方产品有质量问题，乙方需在收货之日起三天内书面告知甲方。

>第七条、售后服务

1、乙方应做好售后服务工作。如客户提出甲方产品有质量问题要求退换，经查实确属产品质量问题的，乙方应先予客户退换。甲方实行包修、包换、包退。

2、若乙方滞销产品要求退换货的（特制、定制品甲方不接受退换），退换货量不得超过该批进货量的5%，且产品包装完好无损，产品应整件退换，经甲方同意予以更换等值产品，但乙方需承担来回运输费用及扣除10%退货金额作为甲方包装、人工费用。超出退换货标准的由双方协商处理，乙方除需承担来回运费外，最少扣除15%退换值作为甲方损失的补偿。

3、乙方由于经销期满或双方中途终止协议，乙方退货，货值按进货价80%计算，并开具退货等值发票给甲方，无票的只能按进货价的60%计算，并由乙方承担退货费用（含运杂费）。

>第八条、市场推广及广告

1、甲方负责全国性的广告宣传和推广，并有义务协助乙方策划及市场推广。在甲方实施推介活动时，乙方应予以配合。

2、合作期内乙方必须维护甲方的企业形象，宣传和提高甲方产品的知名度，乙方要严格按甲方要求进行品牌宣传活动。

3、乙方在进行区域性广告宣传时须知会甲方，广告制作应接受甲方指导，乙方在制作或代为甲方制作用于甲方产品销售相关广告资料时，须取得甲方书面确认。如乙方提出可行性的区域性宣传方案需甲方承担费用的，费用分担及实施办法由双方另行协商。

4、甲方根据乙方实际进货额按比例配备相关广告、宣传、促销用品。

5、乙方应从协议签定之日起叁个月内，在所辖区域内建立\_\_\_\_个以上的分销商（点），且每个分销商（点）必须具备符合甲方要求的展示区，且在经营过程中必须督导分销商（点）维护其形象。

>第九条、违约责任

1、甲方无正当理由不能按期交货，延期一周以上，每延期一周应偿付乙方不能交货部分货款的2%违约金，偿付总额不能超过6%。

2、如乙方违反本协议跨区域销售，一经查实，乙方向甲方偿付跨区域销售总额8%-100%的违约金，以补偿受侵害区域的经销商。

3、若乙方违反本协议中任一条款，甲方有权终止本协议。

>第十条、争议纠纷解决

本协议在履行中发生争议，双方应协商解决；协商解决不成时，任何一方均可以司法途径予以解决。

>第十一条、协议解除条款

1、乙方不执行双方约定的有关条款时，甲乙两方可解除协议。

2、乙方明显有违背信用的情形出现时，甲方可解除协议。

3、乙方有妨碍正常的连续经营活动时，甲方可解除协议。

4、不可抗拒的其他因素。

>第十二条、其他约定

1、本协议所订一切条款，甲、乙任何一方不得擅自变更或修改。如一方单独变更、修改本协议，对方有权拒绝生产或收货，并要求单独变更、修改协议一方赔偿一切损失。

2、本协议在执行期间，如有未尽事宜，得由甲乙双方协商，另订附则附于本协议之内，所有附则在法律上均与本协议有同等效力。

3、本协议一式四份，双方各执二份，自双方签字盖章之日起生效。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日

**经营经销合同范本3**

甲方：

电话：

开户行：

银行账号：

乙方：

电话：

开户行：

银行账号：

根据《\_合同法》和《商标法》有关规定，并由双方经过友好协商，在互惠互利的基础上，甲方（\_\_\_\_\_\_\_\_\_总代理）与乙方自愿签订本合同。

第一条、经销概况

甲方指定乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品\_\_\_\_\_\_\_\_\_市经销商。甲方授权乙方在合同期内合法经营甲方拥有\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品。指定区域为\_\_\_\_\_\_\_\_\_范围内。

产品销售价格：

第二条、合同期限为\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日。

第三条、甲方的权利

甲方有权管理和监督乙方对\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品的经销情况，甲方有权在乙方经销区内发展二级经销商签订合同后交乙方管理。

甲方有权要求乙方不得在合同指定范围以外地区从事与合同事宜相雷同的经营活动。

甲方有权对乙方的不正当经营方法予以警告，严重者取消经销资格，并追究其法律责任。

甲方对乙方在合同以外的经营活动及违法活动不负法律与经济连带责任。

甲方有权对乙方的正常运作中各经营项目的实施情况进行核实（特别是产品的批发，零售价格及库存）。

甲方有权要求乙方遵循甲方统一的经营管理模式及vi标准（仅限特许专卖）。

第四条、甲方的义务

甲方有义务协助乙方在本合同指定区域内建立完整的经销网络体系。

甲方向乙方提供\_\_\_\_\_\_\_\_\_标识产品及vi标准并协助乙方培训网络销售人员。

甲方在乙方区域中的各类宣传活动应在相关方面体现乙方的名称，标识，地址，依靠品牌日益提升的企业形象树立提升乙方的知名度及企业形象。

甲方承担产品质量责任，实行因产品质量问题的包退，包换政策。

甲方以不断完善和先进的资讯手段为乙方提供相关信息的服务。

甲方视乙方在经销地区的具体发展情况予以适度的广告等方面的支持及派市场管理人员到乙方所在地协助开展相关工作。

甲方竭诚为乙方提供市场支援和管理调控及对外协调支持。

不侵犯第三方权利承诺：\_\_\_\_\_\_\_\_

合同一经双方盖章签字后生效，甲方将授予乙方授权经销书与经销牌。

第五条、乙方的权利

乙方有权依照甲方有关（统一）规定在指定区域内为发展\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品分销网络而开发终端经销商，推广系列产品。

乙方有权获得甲方的\'资讯系统的支持。

乙方有权获得甲方在产品经销及市场宣传广告上的规定的统一大支持。

乙方有权要求甲方在日常管理中的专业服务。

针对指定区域内的具体情况，乙方对甲方有关经营管理制度规范有调整建议权。

第六条、乙方的义务

乙方承诺：\_\_\_\_\_\_

乙方经销产品的时间，必须在本合同签订后\_\_\_\_\_\_\_\_\_天内开始。

乙方须遵守甲方的有关销售制度及规章，接受甲方的监督。

乙方确保经营场地中的甲方产品摆放突出，有关人员及资金等经营条件投入的稳定与待续。

保护甲方的品牌形象，商标及其经营管理制度和规范不受侵犯，在发生此类现象和行为时，协助甲方完成法律和其他形式的措施办法。

未经甲方许可，乙方不得将经销权及甲方的产品提供给第三方或以外其他行业。

乙方只能在授权地区使用，销售带有标识的各种宣传品及产品。

乙方须定期准确，全面地向甲方提供产品及其他促销品的进、销、存报表及其他市场信息。

乙方不得经营与甲方同类，价格大致相同的竞争性产品。

乙方只能在经销区域内销售甲方产品，不行跨区域销售甲方产品，并保证年销售额不少于人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。乙方日常存货量不低于进货的50％。若乙方违反本合同相关条款甲方有权取消乙方经销权，同时收回经销牌及有关证书，乙方不得有异议并于当月结清与甲方之所属债权债务关系。

第七条、结算及发货

乙方根据市场销售情况通过传真，信函，电邮提前\_\_\_\_\_\_\_\_\_日向甲方订货，甲方接到乙方订单三个工作日内答复，并有计划迅速组织按日期将货物通过\_\_\_\_\_\_\_\_\_等方式发往双方协定的乙方目的地，其运费由\_\_\_\_\_\_\_\_\_负担，保险费由\_\_\_\_\_\_\_\_\_负担。

乙方向甲方要求定货时，应将货款总额的\_\_\_\_\_\_\_\_\_％付给甲方后，甲方予以发货。余款在\_\_\_\_\_\_\_\_\_天内全部付完，如乙方不能在规定时间内付完货款，甲方有权拒绝发货。乙方收货后，应对货物品种，数量进行验收，如有异议应在收货后两日内以书面形式通知甲方，以便及时处理，否则视为无异议。

第八条、守密义务

除法律规定必须公开外，乙方不得向第三者展示甲方营业报告书，价格表及其他有关和有损甲方利益的情况。

乙方不得向第三者泄露甲方按合同规定给乙方的经营管理资产秘密，企业vi标准及有损甲方利益的资料。

乙方有责任保证其职员不向第三者泄露秘密。

前三款规定的乙方保守秘密义务在本合同期满后一年内仍然生效。

甲方提供给乙方的授权经营书，和其他文件归甲方所有，乙方须负责保存，合同终止时即刻归还甲方。

第九条、违约责任

出现以下情况之一者，甲方视情节轻重，对经销商给予取消返利30％－60％的处罚。

对甲方采取不合作态度或者有损害甲方产品信誉行为时；

违反保密义务，导致公司一般损失的；

未按甲方有关规定和本制度进行业务技术运作和处理的。

本条所称“一般损失”，是指损害公司商誉等价值，但不足以影响公司在该区域的形象及产品形象的；或者经济利益损失在\_\_\_\_\_\_\_\_\_元以下的；或者将本合同的内容透露给第三方，但人数不少于2人，或者违反公司的保密制度，透露机密级以下的相关资讯及商业信息的。

出现以下情况之一者，甲方将提前30天以书面形式通知，对经销商给予吊销资格的处罚：

连续两年达不到规定销售责任额时；

对甲方采取不合作态度或者有损害甲方产品信誉行为，情节严重的；

不遵守指定的销售区域，以非指定价格在其他销售区域销售产品，造成与其他销售代理纠纷时，将按实际冲货金额（按零售价计）的1-2倍赔偿给被冲货方，如经销商拒绝赔偿，甲方有权从其购货款中直接扣款赔偿给被冲货方，同时终止经销合同；

出现技术服务失控导致重大质量事故的；

未经甲方同意，代理销售与甲方产品相类似产品的；

违反保密义务，导致公司重大损失的；

未按公司质保规定进行质量保证的；

其他严重违反公司规章制度或合同的行为。

本条所称“重大损失”，是指利益损失高于上述“一般损失”或者程度深于“一般损失”的损失。

如乙方违反本协议第七条的，甲方有权向乙方追究由此引起的经济损失，并按损失的两倍赔偿给甲方。

第十条、合同期限

本合同自双方代表签字盖章后生效（需同时加盖骑缝印章），具法律效力自签订之日起执行，在合同期满时双方若有意续签合同，需提前一个月向对方提出续签协议及有关节修正条款事宜，经双方同意续签合同，否则视为自动终止。遇有下列情况，本合同终止：合作期满，甲乙双方决定不延长合作期。由于国家政策和法律影响致使合同无法继续。甲乙双方中任何一方违反本合同的规定，另一方有权终止要求赔偿；由于不可抗拒的外力影响致使本合同无法执行。

第十一条争议的解决方式

本合同一式\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_\_\_\_\_\_份。

如双方有争议，应及时协商解决，协商不成时，以甲方所在地法院为管辖法院。本合同如有未尽事宜，须经甲乙双方共同协商作出补充，补充协议与本合同具有同等效力。

乙方在签订合同时应附下列资料（营业执照复印件，税务登记证复印件，法人代码证和法人身份证复印件），如有委托代表人须附上法定代表人亲笔签署及加盖印章的授权文件。

甲方（盖章）：

法定代表人（签字）：

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙方（盖章）：

法定代表人（签字）：

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

甲方：

电话：

开户行：

银行账号：

乙方：

电话：

开户行：

银行账号：

**经营经销合同范本4**

甲方：

乙方：

为了拓展市场，共同发展，根据国家有关法律，本着平等互利的原则，经双方友好协商，甲方授权乙方作为 省市（地） 产品的独家经销商。

>一、经销

品种：

规格：

包装：

批准文号：

零售价： 元/盒；

批发价：元/盒

开票价： 元/盒（现款现货）

>二、代理定额

乙方年 月 日至年 月 日内购销甲方产品总额为 万元，其中购销进度大致安排如下：

第一季度第二季度第三季度第四季度数量：数量：数量：数量：金额：金额：金额：金额： 乙方首批量根据城市大小而定，最低量件以上，期限为三个月，三个月后确实做过努力推广，没有打开市场的，甲方有权收回市场，产品在包装没有破损的前提下，甲方保证退货。零风险经营。

>三、供货及结算方式

1 ．乙方首次进货为 件（每件盒）。在合同签订后乙方将首批货款付给甲方。甲方收款3日内保证及时发货（中铁快运）。以后乙方应于每月 25 日前将下月要货计划报给甲方，以便安排保证市场供应。

2 ．甲方按代理底价出具增值税发票及其他必要单据，若乙方另有需要，高于代理底价开票的高出部分的税金由乙方承担。

3 ．甲方负责按乙方合同指定的到站承担一次性运费及保险费，到站后的短途转运费用和因乙方造成的退货费用由乙方负责。

4 ．甲方保证将产品保质、保量、按期交付乙方，如发生破损，乙方应在收货后及时向甲方提出异议，商讨后取得一致意见。

>四、优惠政策和支持办法

1．为鼓励和支持经销商扩大产品销售，甲方按照不同经销商的购销总额给予经销商相应优惠和支持，如下表所示：

编号年回款总额（万元）返利（%）优惠支持（元）

1≥290420xx年终返点（每年元月结算）具体返利、支持的形式和支付方式由双方另行协商，次年销售回款总量按 %递增，如达不到，甲方有权取消乙方独家经销资格；

>五、市场保证金及管理

1 ．经甲乙双方共同约定认可，乙方须在合同签定之日起 7 日内向甲方交纳万元的代理保证金，逾期本合同自动失效。

2 ．市场保证金主要用于协议区域代理权的确认和市场规范运作的保障。

3 ．如乙方有窜货行为，甲方有权扣除乙方“代理保证金”，并取消其代理资格。

4 ．本合同终止时，乙方完成代理合同且无违规行为，甲方全额退还乙方的“代理保证金”，不计利息。

5、乙方在代理期间，如发现有向所代理产品区域以外的区域窜货（以箱号为准），甲方有权做相应的处罚或没收乙方全部保证金，情节严重者取消其独家代理资格，并可按进货价格的`8折给乙方退货。

药品经销协议可由北京市公证处进行公证或由北京知名律师事务所进行合同见证，市场保证金可由公证处或律师事务所独立保管，降低合作风险。

>六、双方义务和责任

1、甲方须向乙方提供合格产品和相应的质检报告。

2、甲方应向乙方通报当地经销商的分布情况，不得向乙方以外单位提供等同或高于协议乙方的让利和支持， 不得向乙方经销地区以内单位或个人直接供应产品，若直供则销售额划归协议乙方的经销业绩。

3、乙方根据市场实情，在全国统一零售价的原则下，积极维护甲方价格体系政策，不得乱价而影响全盘市场；

4、合同期满后，乙方在完成合同指标的情况下，享有优先续约权；

5、乙方不得以低于甲方开票价格进行批发或零售，一旦违背，甲方有权取消其相应资格及其优惠承诺，并有权进一步追究责任。

6、乙方须定期按甲方要求提供有关产品的市场情况的信息反馈资料，并及时回笼货款。否则，甲方将延迟放行下批产品。乙方需要向甲方提供销售终端明细表（为防止经销商窜货，所以经销商每月应向甲方提供产品去向表，否则甲方有权不予返点）。

>七、违约责任违约方应承担另一方因违约带来的全部直接和间接损失；

>八、免责条款因产品质量引起的经济损失由甲方承担，经确认非产品质量问题引起的各种 损失，甲方概不退货且不承担任何连带责任；若因产品质量造成乙方退货，乙方必须保证产品包装完好无损。

>九、其他本合同属双方商业机密，任何一方不得随意向第三方泄露本协合同内容；乙方代理期间，未经甲方允许不得私自在任何大众媒体上做广告宣传，由此造成的一切后果，乙方负全部责任。情节严重者，甲方将依法追究其经济责任及法律责任。

>十、附则：

1 ．本合同未尽事宜，可由双方确定后签定补充合同。

2 ．本合同一式二份，均为正本，双方各执一份，甲、乙双方各执一份，乙方须在合同签定日期起7日内向甲方交纳全额市场保证金，以取得所在地区独家代理权，合同自首批进货后生效。

3 ．双方如有争议，本着友好协商的态度解决，达成一致。如协商不成，在甲方所在地法院诉讼解决。

甲方：（单位章）乙方：（单位章）

法定代表人（字）：法定代表人（签字）：

地区经理／业务代表（签字）：业务经理（签字）：

签订时间： 年 月 日

**经营经销合同范本5**

甲方（以下简称甲方）：

法定代表人：

乙方（以下简称乙方）：

法定代表人：

鉴于双方在平等自愿、互惠互利的基础上委托乙方作为产品经销商事宜，特订立协议如下：

>第一条 销售区域划分及相关规定

1、甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_产品在附件一中所规定地区的特约经销商，专门从事产品销售业务。乙方应按本合同条款和甲方提供的条件，积极有效地促进产品在授权区域的销售及相关业务的开展。

2、作为特约经销商，乙方应在授权区域内按甲方的要求及进度开发销售网点。销售网点的数量由甲方依乙方授权区域之市场状况拟定；如乙方不能按甲方之每季度要求完成销售网点的布建，甲方有权重新划定乙方的授权区域。

3、乙方及所辖销售网点就产品的销售和展示提供独立且合理的陈列空间，并指派专门销售人员，确保在任何时候均以规范醒目的方式展示产品；如有其它品牌产品在相同地点展示，乙方应确保产品与其它品牌产品分开陈列。乙方对于产品的展示形式和整体外观形象，必须依照甲方统一的标准规范进行实施，未经甲方书面同意，不得变更。

>第二条 定货与付款方式

1、传真定货：乙方必须按甲方提供的标准《订货单》格式详细填写公司名称，产品型号，定货数量及时间等，乙方须签字（盖章）并经甲方确认后方可生效。

2、甲、乙双方须严格遵循“款到账后发货”的原则，乙方不得赊欠货款，除甲乙双方另有约定除外。

3、急需或工程专项定货与付款：本项按特殊订单处理。乙方向甲方发出订单并经甲方确认交货期限后，乙方应向甲方支付\_\_\_％的订金，余款在订单货物发货前支付完成。订金到账后，订单方可生效。

>第三条 交货、运输及收货规范

1、货运公司由乙方指定。

2、货物由乙方到甲方公司仓库提取。

3、保险费，运输由乙方承担。乙方如需甲方代办货运手续必须向甲方开具相关委托书，并承担代办运输有关的运费，保险费等。货物装车后发生的损失，由乙方自行承担。

>第四条 甲乙双方的责任

（一）甲方的责任

1、甲方以开票价给乙方供货。

2、甲方应按双方约定的交货期及时供货，若因特殊情况影响供货进度时，由甲，乙双方另行商定。

3、甲方依据乙方之年度目标，区域大小，经营业绩向乙方提供合理数量（甲方认定）的产品目录，产品价格表，广告张贴画等（需求大于赠送量的可另行向甲方购买）。

4、在一般的情况下甲方若进行产品价格调整，须提前\_\_\_\_天通知乙方。在特殊情况下如市场价格急剧升降时，甲方可以只提前\_\_\_\_天通知乙方。

5、甲方根据市场情况，对乙方销售区域进行广告支持，具体广告支持费用根据区域市场情况给予相应的比例。

6、甲方授权专人对乙方的区域市场进行管理与指导，当被授权人因职务调整或其它原因调动时，甲方应在一个工作日内通知乙方。

7、甲方原则上在省会城市最多只设两家特约经销商，地级城市仅设一家特约经销商。

（二）乙方的责任

**经营经销合同范本6**

甲方：

地址：

电话：

开户行/帐号/税号：

乙方：

地址：

电话：

开户行/帐号/税号：

甲乙双方本着诚实信用，平等互利，协商一致的原则签订本协议，以供双方共同遵守执行：

一、经销区域

1、甲方授权乙方为 在 地区的 经销商；

2、乙方必须首选 产品作为向客户宣传及推荐使用的产品，并不得销售其他厂家类似产品，不得销售假冒 产品，否则甲方有权取消乙方 经销权，直至追究法律责任。

3、乙方不得跨区域销售，否则甲方视情节轻重有权对乙方采取：书面警告、停止供货、取消经销权、终止经销协议等措施。以上措施没有先后顺序，可以直接使用其中一种或几种并用。跨区域货物的销售额不计乙方任务额，且销售额归所跨区域经销商所有。

二、经销价格及任务

1、人民币\_\_\_\_\_\_元/瓶。如因成本等原因发生价格调整，甲方应提前十五日书面通知乙方执行。

2、销售任务：在协议期内，乙方需销售甲方的产品共 瓶（赠品不计任务额）任务分解如下：

三、经销期限

1、自 \_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至 \_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止

2、在协议期内，如乙方连续三个月未能完成销售任务或累计三个月未能完成总任务额的70%，则甲方有权另选经销商，乙方的 经销权自行解除。

3、在协议期内乙方能完成或超额完成任务，可享有优先续约权。

四、付款方式

款到发货（现金、支票或电汇）

五、交货数量、规格及交货方式与期限

1、交货数：以乙方向甲方提供的加盖业务专用章并经签字的有效书面定货单为准。

2、交货方式：甲方在收到乙方定货单所列货物的全款的五个工作日内，负责将乙方所订货物交运输部门办好托运手续（特制、订制及另有约定交货期的除外）。产品到乙方法定经营场所所在地市，到岸后费用由乙方承担，并传真托运单给乙方。如乙方需要使用其它运输方式（如中铁快运、航空运输、特快专递等快运方式）甲方可代办，但费用由乙方承担。

3、对批量较大的\'定货（超出分解任务计划部分）乙方应提前通知甲方以便甲方及时组织生产并供货。

4、乙方在甲方发出货物的六天内（以托运单日期为准）如未收到货物的，应立即向甲方联系追查。若在甲方发货之日起十天内，乙方没有向甲方提出货物未到异议，则视为乙方收齐甲方所发货物数量、规格并验收合格完毕。

六、质量标准与验收

1、质量标准：甲方供给乙方的产品质量须符合国家相关产品标准，并向乙方提供相关证明文件。

2、验收：乙方收货时须对货物进行验收。如乙方收货时发现货损、货差等问题，应及时与运输部门办理好有关确认手续，并及时反馈给甲方，按国家有关规定执行。如甲方产品有质量问题，乙方需在收货之日起三天内书面告知甲方。

七、售后服务

1、乙方应做好售后服务工作。如客户提出甲方产品有质量问题要求退换，经查实确属产品质量问题的，乙方应先予客户退换。甲方实行包修、包换、包退。

2、若乙方滞销产品要求退换货的（特制、定制品甲方不接受退换），退换货量不得超过该批进货量的.5%，且产品包装完好无损，产品应整件退换，经甲方同意予以更换等值产品，但乙方需承担来回运输费用及扣除10%退货金额作为甲方包装、人工费用。超出退换货标准的由双方协商处理，乙方除需承担来回运费外，最少扣除15%退换值作为甲方损失的补偿。

3、乙方由于经销期满或双方中途终止协议，乙方退货，货值按进货价80%计算，并开具退货等值发票给甲方，无票的只能按进货价的60%计算，并由乙方承担退货费用（含运杂费）

八、市场推广及广告

1、甲方负责全国性的广告宣传和推广，并有义务协助乙方策划及市场推广。在甲方实施推介活动时，乙方应予以配合。

2、合作期内乙方必须维护甲方的企业形象，宣传和提高甲方产品的知名度，乙方要严格按甲方要求进行品牌宣传活动。

3、乙方在进行区域性广告宣传时须知会甲方，广告制作应接受甲方指导，乙方在制作或代为甲方制作用于甲方产品销售相关广告资料时，须取得甲方书面确认。如乙方提出可行性的区域性宣传方案需甲方承担费用的，费用分担及实施办法由双方另行协商。

4、甲方根据乙方实际进货额按比例配备相关广告、宣传、促销用品。

5、乙方应从协议签订之日起叁个月内，在所辖区域内建立 个以上的分销商（点），且每个分销商（点）必须具备符合甲方要求的展示区，且在经营过程中必须督导分销商（点）维护其形象。

九、违约责任

1、甲方无正当理由不能按期交货，延期一周以上，每延期一周应偿付乙方不能交货部分货款的2%违约金，偿付总额不能超过6%。

2、如乙方违反本协议跨区域销售，一经查实，乙方向甲方偿付跨区域销售总额8%－100%的违约金，以补偿受侵害区域的经销商。

3、若乙方违反本协议中任一条款，甲方有权终止本协议。

十、双方约定

2、其它约定

十一、纠纷的解决

1、双方协商解决，可另行签定补充协议，补充协议与本协议具有同等法律效力。

2、协商不成，则由北京市 委员会或法院解决。除 书或 另有规定的外，费用由败诉方承担。

十二、本协议一式 份，双方各执 份，自双方签字盖章之日起生效。

甲方：

法人代表：

委托代表：

乙方：

法人代表：

委托代表：

**经营经销合同范本7**

订立地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

订立时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_有限公司以下简称(甲方)

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_以下简称(乙方)

甲、乙双方本着平等互利、积极合作、共同发展的原则，就甲方授权乙方经销甲方生产的\"\"系列产品事宜，经友好协商，一致达成协议如下：

>一、经销方式及条件：

1、甲方授权乙方以经销方式在淘宝渠道经销甲方提供的系列产品。

2、乙方按合同规定负责甲方产品于上述区域或渠道的销售及售后服务经管工作，共同开发该授权区域内的市场。

3、乙方在合同期限内的首六个月未完成(实际到款)本合同规定的任务总额4%以上,则甲方有权在乙方经销区域内另设经销商，可单方终止本合同。

4、在合同有效期内乙方不得以任何理由或借口制造、销售假冒、仿冒甲方商标及产品。否则一经查实，甲方有权取消乙方经销权，更换经销商并向乙方索赔其造成甲方的直接和间接经济损失，并追究法律责任。

>二、合作期限：

1、合同期限为：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。

2、合作期满，同等条件下乙方有优先续约权。若乙方要求续约，应于合同期满前6天书面通知甲方。

>三、销售任务：

1、在合同期内，根据市场的实际需求情况，经双方协商一致确认，乙方须完成产品的保底销售任务额为\_\_\_\_\_万元(也即乙方的\'实际付款额)。

>四、区域经管

1、乙方如向本协议约定区域、渠道、网点外进行窜货销售而事先没有经过甲方同意，在被窜货方提供窜码和购买凭证有效时,无论出现一个货号或多个以上，甲方将予以处罚：

(1)、处罚金4元，并要求3个工作日内回收所窜货的商品;

(2)、甲方将重新考核乙方的信誉及是否保持原有的合作模式。

2、甲方将于签订合约后1个月内向乙方收取窜货保证金\_\_\_\_\_万元。此保证金用于抵付窜货罚款用(非上限)，如合同期内无窜货记录，此保证金将于合约期满1个月内退还乙方。

3、产品价格及市场价格经管：

(1)、产品价格：产品供货价格以甲方提供给乙方的《产品价格表》为准.

(2)、双鹰系列产品流通、终端建议最低售价如下：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

>五、货款结算：

1、结款期限：\_\_\_\_月结次月\_\_\_\_\_号之前结清

2、如遇产品调价，产品改动(包括规格包装颜色等)甲方须事先三天书面通知乙方。

3、乙方可以通过汇款或现金方式支付货款,以我方银行到帐日期为准,才视为收到。

4、除甲方财务人员外，其他人员以甲方名义向乙方收(借)取现金的行为将不被甲方认可，由此产生的后果甲方概不负责。

>六、奖励政策：

甲方根据工程产品销售奖励计划，制定下列奖励条款。

1、准时15号之前付清上月货款给予奖励2%,在次月对帐单上体现：

2、年度达标奖励：合同期内产品按下列付款额给予奖励：

乙方如合同期内完成销售任务额(已付款)的1%以上(含1%)，甲方给予乙方付款额(其它费用和票点不计入内)2%的奖励。当进货额大于指标而实际回款额小于指标时,我司将以合同期限内实际回款额给予2%的奖励,其它付款若超过回款时间不享受政策,在新合同签订之时旧款不累计入指标中。(如合同期:\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_月,指标1万,到\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日完成付款8万元,进货额完成15万元,返利=8\*2%,余下货款若再支持不能享受返利也不能累计进216年指标中)

3、年度达标奖励将在合同期满一个月内进行结算，由甲方以还款额性质在对帐单中体现。

>七、订货、货物交付、货物验收、货物更换：

(一)货物交付

1、甲方在收到乙方的每批订货单后将向乙方发出货物。

2、产品实行\"出厂价\"将货物运至乙方指定货运站，长途运费由乙方承担。

(二)货物验收：

1、乙方收到甲方货物须立即或在收到货物7个工作日内验收，若发现货物的品种、数量和《送货单》不符或其它质量问题应及时提出，否则视为验收合格。甲方收到书面传真通知后，如有出现产品与账单不符合或其他品质问题的，须于5个工作日内给予答复。

2、如乙方在该约定期限内未提出书面异议的，将视为货物数量、外包装均无问题，甲方不再接受因外观问题的调、换货。

(三)货物更换：

1、对产品出厂有质量问题的产品，乙方可向甲方申请调换，运费由甲方承担。

2.所有在乙方收到货7个工作日内没有提出异议的部分，甲方将不接受调换货。如发生特殊情况，乙方需要向甲方提出书面申请。如甲方同意退、换货时，将通知乙方该批次的调换手续。

3、原则上产品出现任何问题均需双方及时协商处理。

4、所有被甲方接受退、换，而又属于乙方原因要求退、换的货物，将以8%结算，运费则由乙方承担，退货中如缺少配件的，所缺配件按成本价由甲方向乙方收取。

>八、特别约定：

1、双方所有的正式沟通都必须通过文件文字方式进行方可生效。

2、甲方只对经自己书面确认的销售政策和本合同及变更的合同承担相关的责任，除此之外，甲方概不负责。

>九、违约责任及纠纷处理：

1、乙方在销售过程中发生的一切纠纷，与甲方无连带关系。甲、乙双方确认本合同约定，甲方所在法院具有司法管辖权。

2、双方发生纠纷，应及时协商解决，协商不成双方同意交由甲方所在地管辖法院裁决。

3、发生以下任何一种情况本合同可以终止：

1)乙方无能力继续经营甲方产品。

2)乙方已无能力继续履行本合同时。

>十、本合同一式两份，甲乙双方各执一份，如有未尽事宜，由双方共同协商制定补充合同，补充合同与本合同具有同等法律效力。

>十一、补充条款：

1、终端以授权为准;

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_有限公司乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_有限公司

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_河南郑州

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人(签章)：\_\_\_\_\_

签约代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签约代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**经营经销合同范本8**

佛山蓝海陶瓷经销商管理条例

佛山市储贵陶瓷有限公司是一家个性化建材专业供应商，专业生产和经营各类材质马赛克单品（水晶、幻彩、贝壳、陶瓷、镀金、金线、石材、不锈钢等系列材质）、马赛克拼画、剪画等的个性化马赛克建材产品，以“时尚空间,个性价值”为经营理念,集合设计,研发,生产和服务为一体的综合性专业化建材公司，工厂地处于广东省佛山市南海区南庄镇溶洲工业区，较具竞争力的性价比价格、快速的交货期将产品发运到全国及世界各地。

佛山市储贵陶瓷有限公司产品花色品种多样，规格齐全，具有花色新颖、多姿多彩、自然、绿色环保等特点，产品广泛用于家庭装饰、办公室、泳池、学校、俱乐部、会所、桑拿、酒店、超市等公共 环境的装饰。

佛山市储贵陶瓷有限公司的服务宗旨

佛山市储贵陶瓷有限公司的服务宗旨：依托丰富多样的产品和专业化的设计团队,我们为您的空间装饰需要提供丰富多彩的马赛克、马赛克拼画、剪画产品。既可以实现客户的构想，又可以主动为客户提供搭配设计，塑造出完整的个性空间。

第一． 佛山市储贵陶瓷有限公司

经销商资格的审定程序

佛山市储贵陶瓷有限公司致力健全和发展蓝海·晶瓷马赛克产品的经销网络体系，并真诚地希望与有志之士长久合作、携手发展、营造共同的利益共同体，实现双赢的目标。为此，公司在不断提高内部管理的同时，同时也致力提高外部营运能力，建立以蓝海·晶瓷品牌为中心的全国营销网络体系。广揽英才、共谋大业，遵遁利益共享双赢、风险共担的合作经销路子，欢迎各界人仕加盟蓝海·晶瓷马赛克大家庭。

一． 蓝海·晶瓷经销商要具备的条件

（一） 有强烈的事业心、有良好的职业道德和商业道德，重合同、守信誉、实事求是、言行一致。

（二） 具有一定的资金实力，有一定的规模营销场所，有稳定高素质的营销队伍。

（三） 有丰富的建材销售经验和营销推广能力，有较强的竞争意识。

（四） 有较强的品牌意识和市场渗透力，有系统的网络营运能力。

（五） 有履行与蓝海·晶瓷签订的协议条款及规定的决心和行动，并接受蓝海·晶瓷统一的营销理念和营销业务指导，保证能够严格执行蓝海·晶瓷的市场营销管理制度。

（六） 经销商必须按合同的约定完成销售任务。

二． 蓝海·晶瓷经销商资格审定程序

（一） 区域经理有计划、有意向发展蓝海·晶瓷马赛克产品经销商时，须填写经销商调查评估表，交总经理作初步审核。

（二） 经评估后，初步符合公司经销商条件的，提交公司作综合评定作最终审核，确定经销商资格。不符合公司经销商条件的，取消签订合同的意向。

（三） 确定后，由区域经理与对方签订经销合同。

（四） 合同签订后，区域经理须将合同及有关法律文件如：营业执照、法人身份证复印件

等资料交公司内务备案存档。

第二．蓝海·晶瓷经销商的权利、义务和责任

一．权利

（一）有权设立专一的门面展示和销售“蓝海·晶瓷”马赛克。

（二）有权为“蓝海·晶瓷”马赛克销售提高展开相关的广告、宣传及促销活动。

（三）有权享受蓝海·晶瓷对经销商的优惠政策，包括产品结算价等。

（四）有权向蓝海·晶瓷领取定量的宣传资料和宣传品。

（五）有权向蓝海·晶瓷领取产品质量检验证书及有关产品性能说明书。

（六）有权向蓝海·晶瓷业务员提出合理的业务协助工作。

二．义务

（一）有义务为蓝海·晶瓷提供市场信息和有关蓝海·晶瓷马赛克的销售数据。

（二）有义务向蓝海·晶瓷提供其“蓝海·晶瓷”马赛克的营销状况。

（三）有义务严守蓝海·晶瓷商业秘密，不向同行业竞争者泄密。

（四）有义务按蓝海·晶瓷营销指引及业务指引展开相关的业务活动。

三．责任

（一）有责任完成双方签订的销售任务。

（二）有责任将每期的要货计划提前通知蓝海·晶瓷。

（三）有责任按蓝海·晶瓷指定的区域展开销售，不作跨区销售。

（四）有责任履行双方签订的有关规定和要求。

（五）有责任维护蓝海·晶瓷的品牌形象和利益，做好销区范围内售后服务及质量投诉处理工作。

（六）有责任做好蓝海·晶瓷要求填写的产品销售的各类报表及市场状况调查表。

第三．蓝海·晶瓷经销商的奖励和考核

经销商年度返利、返点（以公司与经销商商议并签订的合同为基准）。经销商的考核奖励（以公司与经销商商议签订的合同为基准）。

第四．经销商购货开票、发运程序

和规定及产品运输方式指引

一．经销商购货时，须提前5天填写“订发货计划书”，计划书内要明确填写清楚产品型号、规格、数量，并由经销商签名盖章，以传真或电话等方式通知公司业务部业务员。

二．公司业务员接“订发货计划书”后，依据经销商实际状况，公司产品库存状况，公司实际安排情况进行初审。

（一）按合同价格，货源有供货能力，业务员签名确认通过审核。

（二）如经销商定货为新产品、工程单或需要公司政策支持的由业务员初审，由业务经理或总经理审核批准。

三．业务员或经销商凭已审核的“订发货计划书”到开票员处开票。

（一）经销商按开出的票据到仓库提货安排发运。

（二）经销商委托业务员为发运产品。经销商须提交“发货委托书”，公司业务员方能给予

办理发货业务，业务员须跟进货物到达情况。

第五．蓝海·晶瓷经销商产品结算规定

蓝海·晶瓷经销商必须严格按公司货款规定结算产品货款。公司产品结算方式为：款到发货。未按规定结算货款的取消年度返利。

第六．经销商产品价格的规范管理

一． 公司与经销商产品结算价均按公司统一的一级经销商价格结算。

二．经销商零售销售价控制应遵守市场规则合理定价，公司对已签订经销协议的经销商在管辖区域内建议其产品零售标价控制结算价在合理的幅度内。

三．公司反对经销商以低价竞争方式或高价抬高价格销售产品。

四．经销商因某种原因需要将产品售价核定超出公司建议幅度的，经销商应提前致函到公司营销部，并征得同意后，方能实施调价行动。

第七．蓝海·晶瓷广告宣传、样板费用配额办法支持方案

一．实行“广告费、样板费联系销值，核定比率计提”的支持方法。

二．支持方法：核定各经销商的广告宣传、样板费用率为年销值（以公司与经销商签订的合同金额为准）额度内由公司支付费用，超额由经销商按各类价格支付费用，余额年终结算，以产品抵扣方式结算支持。所有的广告宣传、媒体宣传、促销活动，均须公司验收确认后，方能给予支持。（详细方案由公司与经销商商议核定）

三．申请办法：

（一）广告宣传、广告申请程序

经销商须制定宣传用品或提出广告方案的，须向公司提出书面申请书，经业务部提出意见，交公司业务经理及策划部评价，交由公司审核审批。

（二）样板申请、产品样板申领程序

客户需领样板或业务员需发样板的，均须填写样板申请单，单内必须清楚注明申请单位、联系人，并经部门经理批审，经批审后，到开票员处开具样板领用单，并按规定价格开票。

第八．蓝海·晶瓷产品样板发放管理

（一）凡申领样板的经销商，须是与公司签订了经销协议，并在注册了备案，方能按公司规定发放样板。否则须部门经理批审同意方能发放样板。

（二）属新经销商店铺或经销商新建自营店第一次摆板，样板价格按经销商价格全额收取，经销商订货后，每次以冲抵货款的10%抵充样板费，直至抵充完结为止。经销商完成销售任务，年底返还5个点的红利。（根据实际情况而定）。

（三）为做好产品宣传工作，及时做好新产品的样板发放，业务员要及时做好样板及更新产品花式的样板发放工作。

第九．蓝海·晶瓷经销商设立专卖店管理规定

一． 设立专卖店或形象店须具备的条件

（一）

（二）

（三）

（四） 选择的经营场所须是交通方便、客流量大、品牌效应强的位置。 专卖店面积不少于三十平方米。 配备充足的人员，确保零售业务和工程业务的有效推进。 配备的业务队伍必须定期培训。

（五） 专卖店必须储备一定的货源，以满足零售业务的需求（按实际情况而定）。

（六） 必须填写公司要求填报的各类报表和调查表。

（七） 专卖店的产品展示必须定期或不定期地调整样板展示，并须与公司新产品推出

时同步进行展示。

（八） 专卖店的样板展示架不得空缺或不展示样板，同时整个专卖店不得展示“蓝

海·晶瓷”品牌以外的其他品牌产品，统一使用蓝海·晶瓷的标签。

（九） 专卖店必须确保产品本身的整洁、完整。

（十） 装修设计应按照公司与经销商共同商议后的方案设计进行施工。

二． 营建程序

（一） 经销商有意向、有计划营建专卖店的，均须以书面的形式向公司提出申请书。

（二） 申请交由业务经理加具意见后，经总经理审批。

（三） 持已审批的申请与公司签订专卖店的合同。

（四） 公司专属人员须做好专卖店工程跟进、沟通、费用核实、验收等工作。

（五） 工程完毕之后进行验收，验收合格后，方能履行合同条款。

三．营建规定

（一）蓝海·晶瓷专卖店的兴建，均由公司与经销商共同签订合同，费用按合同执行。（专卖店补贴费用由公司与经销商按实际情况商议核定）

（二）与公司签订了营建专卖店或形象店的经销商在展厅竣工启动后的三年时间内必须专一经营展示“蓝海·晶瓷”品牌马赛克等系列产品。并确保每年销售额达人民币（）万元。

（三）专卖店的租金、水电费、维护费、年审费、及国家征收的所有费用由经销商负责。

（四）属公司承担的承建费，公司按三年时间联系经销商销售值返还给经销商。

（五）经销商在专卖店展厅启动后，不遵守公司的经销商制度或不遵守双方所签订的合同，或年销售额未能完成协议所规定的任务值、或经销商无心经营结业的，公司立即停止营建费用的返还，并向经销商追还返还的营建费用。

四．专卖店支持措施

（一）提供免费的展厅设计图及施工咨询和协助。

（二）专卖店的样板、广告费用按经销商样板配额办法支持。

欢迎全国各地经销商加盟代理和来样来图订购。

佛山市蓝海陶瓷

**经营经销合同范本9**

甲方： （以下筒称甲方）

乙方： （以下简称乙方）

甲、乙双方经过友好平等协商，在严守信誉和商业道德的基础上，依据《\_合同法》及有关法律，本着相互信任，互惠互利的原则，共同发展“佳德”品牌系列厨卫产品，就乙方经销甲方“佳德”品牌系列产品达成以下协议.

1、甲方授权乙方在 市区 县开设（专卖店、专柜或专区等）销售甲方的“佳德”品牌系列产品。

2、本协议有效期自年日至年至本协议期限届满前三个月，甲、乙双方共同协商是否终止合作，若继续合作，另行签订协议书，协议内容依照当时协商确定；若终止合作，本协议到期将自动失效。

3、乙方每次应在订单确认后的天内，以现金或转账等方式全额支付货款，经甲方确认无误后安排发货。如乙方不按本付款条件支付货款，甲方有权把约定的发货期顺延。

4、乙方应按照甲方在本协议附件1《价格表》中所示价格销售“佳德”品牌系列产品，不得随意调价扰乱市场价格秩序。

5、乙方如需进行促销等活动，需临时变动价格时，必须在变动价格前以书面报告形式向甲方申请，并得到甲方书面同意方可调整价格。

6、甲方提供乙方高质量的“佳德”品牌系列产品。 在本协议有效期间，甲方及时向乙方提供最新的公开市场资料，对乙方开展的市场推广活动予以支持，并对乙方市场推广活动的具体实施保留监督权。

7、依据业务推广计划和地方运作需要，甲方可以向乙方提供必要的产品、技术培训，帮助乙方迅速掌握产品性能和销售技巧，使乙方的销售工作

迅速展开。

8、甲方根据市场情况定期或不定期举办经销商研讨会等活动；定期为乙方提供相关产品宣传资料及样品。

9、甲方有权对经销商政策进行调整，有权对“佳德”品牌系列产品的产品类别、内容和相应价格进行调整，甲方进行这类调整时，须提前 天告知乙方。但遇特殊、紧急情况时，甲方可立即调整，而无须提前告知乙方。对于在价格调整前已确认的销售定单，其单价将不予调整。

9、甲方产品价格有变动时应向乙方提供最新产品报价单。

10、乙方在与甲方合作过程中存在商业不道德行为，违反甲方的信誉和宗旨的，或者乙方的行为给客户和（或）甲方造成严重损害的，甲方有权终止本协议，并追究其法律责任。

11、 乙方有权要求甲方给予必要的技术培训；定期参加甲方的市场活动、促销活动和相关培训。

12、乙方应按照甲方拟订的价格规定销售产品，不得以任何形式破坏甲方的价格政策，不可以低价倾销。

13、乙方不得与甲方的其他经销商之间进行恶性竞争或者其它不正当竞争。更不可蓄意诋毁其他经销商的名声。如有关不当行为最终导致用户终止采购、取消合同或转用其他品牌产品时，甲方有权立即取消本协议。

14、在本协议有效期间和本协议延长期间和本协议终止或解除后，乙方承诺不向与甲方构成商业竞争关系的企业、商业机构或者其他组织提供有关甲方业务、技术等一切相关信息或资料，否则乙方应承担违约责任。

15、乙方不得自行仿制甲方产品或进购、销售该产品的假冒伪劣商品，一经发现将立即取消其经销资格，同时追究乙方经济责任。

16、乙方有权利就市场策略向甲方提出建议，在经营中，乙方应与甲方定期沟通，协商解决销售中的瓶颈问题。

17、乙方在经销区域发现甲方的产品或其它权益受到不法侵犯，应及时

通知甲方。

18、协议终止后，乙方无权继续使用甲方的任何资料包括商标、商号及其它相关标志，否则乙方应承担造成的相应后果。

19、如果本协议终止，乙方应在终止之日起 天内归还除了为销售现存甲方产品所需材料以外的全部商务文件、目录、广告材料、技术资料及样品等所有材料。同时乙方应向甲方提供与甲方有关的客户详细名单及相应报告，以便保证向客户提供持续性的服务。如乙方违反上述约定，乙方将无条件保证赔偿由此给甲方造成的一切直接和间接损失。

20、任何一方在本协议有效期内以及结束后 年内，均不得向第三方泄露在签订和履行本协议过程中所获得的另一方的任何商业秘密。商业秘密包括本合作范围内的所有有形的或无形的、标明为秘密的商业计划、客户方资料、技术、产品和其他作为该方商业秘密的信息。

21、销售量是乙方在经销过程中能力和投入程度的主要反映，乙方同意在协议期内完成规定的销售额 万元，每完成万元的\'销售额，甲方承诺退还乙方保证金 万元。完成年度销售额，甲方按销售额的1%的比例给予奖励。超出销售额外按的比例给予奖励。

、甲方按照季度或年度对经销商进行业绩考评。

、对销售业绩不能达到约定数额的经销商，甲方可根据具体情况取消其区域经销资格或另行设立区域经销。

九、违约条款

、本协议自双方签字盖章后生效，即具有法律约束力，任何一方不得随意变更。如一方违反本协议或本协议的一部分，另一方有权根据实际情况采取以下保护措施：

（1）提出口头或书面警告，要求对方限期纠正违约行为。

（2）要求违约方赔偿因违约行为给守约方造成的经济损失。

（3）中止协议并要求对方赔偿经济损失。

（4）双方就争议部分不能协商解决的通过法律途径解决争议。

、甲乙双方中任何一方违反本协议者，在接到守约方发来的违约通知后 天内仍未实际履约者，守约方可无条件终止本协议关系，并向甲方所在地人民法院提请诉讼以解决纠纷。

、甲乙双方因任何一方违约而遭受任何损失，违约方均应赔偿对方损失。

、因甲方承诺客户条款协议未能做到，乙方受到客户追诉造成名誉损失的，乙方有权保留起诉权并要求甲方赔偿。若客户要求赔偿的由甲方负责。

、未得到甲方承诺，乙方承诺客户条款协议受到客户追诉或造成甲方名誉损失的，若客户要求赔偿的由乙方负责赔偿。

、如果发生了不可抗力事件，致使本协议延迟履行或不能完全履行时，任何一方应在事件发生之日起 天内以书面形式通知对方并说明理由，同时应采取措施防止损失的扩大。因未及时通知对方或未采取相应措施而导致对方损失扩大的，对扩大的损失部分违约方应负责赔偿。

、双方均有过错的，应根据各方实际过错程度，分别承担各自的违约责任。

十、免责条款

、因不可抗力致使本协议任何一方无须负任何责任。声称发生不可抗力的一方应在不可抗力发生后 天内告知另一方，并随附经有关部门确认的不可抗力书面证明，且应尽可能减少不可抗力所产生的不利影响。

、不可抗力指：

（1）政府法律，法令或政策的变更、自然灾害、战争、军事行动等因素。

（2）“不可抗力”是指所有超出本协议双方合理控制范围的事件，该事件应不可预见，或虽然可以预见，但通过合理努力无法阻止或避免其发生，

且这类事件发生于本协议签字之后，并且阻止任何一方全部或部分履行本协议。

、如果符合所有下述条件，一方未履行其本协议项下的任何义务, 不应被认为构成违约：

（1）如果不可抗力事件致使该方未能全部履行其在本协议项下的义务。

（2）双方应立即相互协商以找出合理解决办法并应尽所有合理的努力尽可能地减小不可抗力的后果。

（3）不可抗力事件发生后的 天内，该方应书面通知对方, 解释其为什么未履行及不能完全履行其在本协议项下的义务，并且其履行本协议的期限应延长，延长期应与不可抗力事件造成的拖延相同。

十一、争议解决：

本协议的签署、效力、解释和执行以及本争议解决均应适用\_法律。

、因本协议的签署、效力、解释和执行发生的争议，应首先由双方通过友好协商或由中立的第三方调解解决。

、任何本协议未尽事宜，双方应本着互谅的精神协商加以解决，如果不能解决，如果争议在一方送交书面要求开始协商的通知后天内未能解决，任何一方可按照下列规定将争议提交仲裁：

（1）仲裁应在甲方所在地仲裁委员会按照该委员会的仲裁规则进行。

（2）仲裁裁决是终局的，并对双方有约束力，除非仲裁员另行裁定，否则仲裁的费用应由败诉方承担。

、当产生任何争议及任何争议正在仲裁庭仲裁时，除争议事项外，双方应继续行使其剩余的相关权利，履行其本协议项下的其他义务。

甲方： 乙方： 代表签字： 代表签字：

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**经营经销合同范本10**

委托人：（简称甲方）

法定代表人： 地址：

受托人：（简称乙方）

地址：

甲方因与纠纷一案，委托乙方律师代理参与办理以下事务：就双方纠纷一案提起诉讼一事进行代理，具体内容为代为起诉，参加一审或二审审理。根据\_《民法通则》、《律师法》及相关法律、法规之规定，经双方充分协商一致，签订本合同，以资共同遵照执行。

第一条乙方接受甲方委托，同意指派本所杨文战律师担任甲方的委托代理人，甲方指定为代表为与乙方的联系人。

第二条甲方委托乙方承办律师的代理权限为特别授权：代为提出、承认、放弃、变更诉讼请求；提出并进行和解；对一审不服提起上诉。

第三条参考国家及\_\_\_\_市的有关律师费规定及双方约定：甲方向乙方缴纳的代理费为：\_\_\_\_\_\_元。具体缴费办法为：协议签订后\_\_\_\_日内一次性支付。乙方为办理甲方委托的\'事务所发生的实际开支（包括交通费、住宿费、出差补助费、相关部门收取的费用和资料复制费等），由甲方负担。支付办法为：据实支付。

第四条甲方应如实向乙方的承办律师陈述案件事实，提供有关证据材料；按时支付委托代理费及相关费用；清偿乙方承办律师在处理代理事务过程中因不可归责于自己之事由所致实际损失。

第五条乙方承办律师必须严格遵守律师职业道德，在代理权限内依法履行代理职责，积极维护甲方的合法权益；不得接受同一案件中对方当事人的委托；及时交付代理过程中所收受的有关物品、孳息及其他财产；依法赔偿因故意或重大过失而给甲方造成的实际损失。

第六条乙方接受委托后，如发现甲方不履行上述义务或对乙方承办律师代理活动不配合，有权单方解除委托代理合同，依约所收代理费不予退还。

第七条乙方承办律师因故无法从事上述代理活动，应及时与甲方取得联系，进行协商，乙方在取得甲方同意后，可另行委派其他律师代理甲方委托之事宜。

第八条如乙方承办律师不按规定程序认真负责地从事代理事务，与对方当事人或其代理人恶意串通，损害甲方权益，甲方有权单方解除委托代理合同，乙方所收代理费应如数退还。

第九条如本案诉讼中当事双方任何一方提出反诉，就反诉事宜是否委托乙方代理及相关事宜由甲乙双方另行协商确定。

第十条甲方非因第八条原因解除委托代理合同的，乙方有权要求甲方依约缴纳代理费或拒退所收代理费。乙方非因第六条原因解除委托代理合同的甲方有权要求乙方退还所交代理费或拒付代理费，并可依法要求乙方承担相应的法律责任。

第十一条本合同一经双方签字盖章即发生法律效力，非依约定或协商，任何一方不得擅自变更或解除。

第十二条本合同的有效期限，自生效之日起至本案结案（一审或二审判决调解裁定）止。

第十三条本合同一式三份，甲方一份乙方两份。

甲方（公章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方（公章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**经营经销合同范本11**

经销合同经销商名称：

省/市：

时间：

经销合同书

甲方(供方)：（以下简称甲方）

乙方(购方)：（以下简称乙方）

为保护甲乙双方的合法权益，根据国家有关法律、法规规定，本着平等公正、共同发展的原则，双方经友好协商，达成一致，特订立如下合同：

1、协议有效期从月日至年

3、乙方取得经销权六个月后，甲方对乙方全年销售任务进行考核，如乙方累计完成合同计划销售额30%以下的，甲方有权单方面终止合同并取消乙方经销权。

4、乙方承诺不能经销、生产与甲方同类同档次的或伪劣假冒甲方产品，一经发现，甲方有权取消乙方经销权并追究法律责任。

5、自合同生效之日起，如乙方15日内未能履行合同汇款或发货或合同内乙方连续两月内未打款进购甲方产品，甲方有权取消乙方经销资格或视同本合同自动终止。

6、供货及相关细则：

①订货时乙方应将订货单签字盖章后传真至甲方，每份订单传真件都独立构成一份有效合同或作为本合同附件同具法律效力，本合同的所有条款均可视为对该合同附件的有效补充。

②甲方承诺收到乙方书面订货计划及货款后，10天内由甲方所在地将货发出（不可抗力因素除外），汽运至合同约定的乙方仓库，运费由甲方承担，乙方代垫。二次定货直接转为货款。首次合作定单最迟到货时间不超过30天。因城市交通限制达不到乙方仓库的，产生的市内短途运输费及搬运费由乙方自行负责；采用铁路运输的甲方只负责运至乙方城市的相应货运火车站。

③收货确认：乙方收货时，应及时清点货物的数量和规格是否与发货单相符，如有不符（属运输责任则按运输合同处理），应立即与甲方联系，并由甲方人员或运输单位司机签字证实，如确认无误，乙方（如果是乙方工作人员签收的，应向甲方提交乙方法人的授权的《收货及财务资料确认书》）应在收货确认单上签字盖章传真并邮寄或叫司机带回给甲方，若甲方在货到48小时内没有收到收货确认单，则视同乙方已经收到货物。

④产品质量：甲方保证向乙方提供的产品质量合格，符合国家有关执行标准。

⑤乙方仓储条件：干燥、通风、防洪防涝、避免阳光直射。

7、价格：

①乙方按产品调拔单或产品价格表标明的价格计货款给甲方（后附）。

②若遇价格调整，甲方提前一个月通知乙方。

③乙方承诺严格执行甲方规定的价格政策，否则甲方有权不予核销相关费用。

8、乙方承诺支付全部货款至甲方指定帐户，甲方业务员一律不能收取现金或调借货物，乙方不可支借现金给甲方业务员垫付市场费用(包括私人借款)，特殊情况，须有甲方法人或财务公章书面证明，方能办理收取货款或调借货物或支借现金，否则甲方一律不予承认，均视为业务员个人行为。

9、付款方式：

款到发货。

2、甲方委托乙方作为甲方“百纯食品系列”产品在地区特约经销商。乙方承诺协议期内完成甲方产品

10、市场推广：

①乙方保证在首批进货到达乙方规定地 30 日内，在双方共同认定的销售渠道内的终端铺货率达80%以上，如乙方铺货没有达到甲方标准或甲方要求推广而乙方不愿推广的新产品，甲方有权取消乙方在该区域的经销权，由甲方针对该地区或空白市场进行重新招商。

②甲方有新产品推出且同意乙方经销，乙方应在接到新产品上市通知之日起1个星期内下定单，并在产品到达之日起1个月内将新产品在乙方销售网点铺市率达到80%以上。如乙方不具备该能力，甲方有权另定该类新产品的经销商并取消乙方该类产品的经销权，乙方对此不得异议。

③乙方将甲方产品铺入需要条码费(入场费)的商超，必须向甲方书面形式先报后进，任何未经甲方业务代表先确认再经甲方总经理或营销总监书面签字盖章批复执行的、乙方单方面与商超签定的进场、促销、陈列、快讯等产生的所有市场费用或已批复执行但与批复不相符的、不真实产生的、口头承诺的费用甲方均不予以承担。

④甲方产品在乙方销售网络的商超系统销售过程中的大部分促销推广费用由甲方审批后承担。基于促销效果及费用考量，乙方需承担部分费用，所有特价活动必须执行到位手续齐全后才可以予以核销。

⑤导购员工资，理货员工资，运输费用及卖场费用有甲方承担，所产生的费用必须书面申请，同意后方可支付！

11、双方的权利、义务承担

甲方权利：

①对乙方经营的市场区域有查询、监督权。

②甲方对乙方违反本合同的行为有权直接追究乙方经济和法律责任。

③特殊原因及月末盘点有进入乙方仓库盘点甲方产品的权利。

甲方义务：

①有按照合同规定维护乙方合法权益的义务。

②有按时供货，保证货物质量和提供经营信息、上市所需要的相关资料和文件的义务。

乙方权利：

①有在合同规定范围内的自主经营权。

②对违反本合同行为和甲方办事处或业务员业务开展状况提出异议权。

乙方义务：

①有在本合同生效之日起15日内办理好产品在本地区上市相关手续的义务。

②按照甲方要求周、月上报销售数据和反馈市场信息的义务。

③有对甲方产品情况、经营情况、市场拓展策略等信息有保密义务。

④不得跨合同所规定地区经营，不得将经销权转让他人。

⑤乙方有义务向甲方提供实际铺货资料，监督、指导、联合管理甲方业务员。

⑥双方终止合同同时，乙方有义务为甲方开具商超转档证明，否则由此造成的转场费用由乙方承担。

12、市场保护

①乙方在严格执行甲方价格政策同时，禁止跨区域销售，乙方直接或间接通过第三方将甲方货品在乙方被授权区域外销售即视为冲货（乙方为冲货方），乙方同意按经销区域外冲货销售额的三倍赔付违约金给甲方；

②凡跨区域销售造成质量事故、执法部门罚款均由冲货方处理并负责，甲方不承担退货责任；

③乙方跨区域销售不停劝告并停止冲货行为的，甲方有权单方面终止本合同。

13、退货

①属质量问题的产品，甲方承诺100%退货，退货费用由甲方承担；

②若因乙方经营管理不善造成非质量问题的退货，按甲方退货流程申请，在得到甲方的书面同意后方可退货，退货额不能超过进货额的5%，保质有效期须在3个月以上，且产品外包装完好无损不影响二次销售。，退货费用、保险费用均由乙方承担；超出5%的退货先申请后公司提供促销活动支持当地处理，处理不完的部分由甲方同意后方可退货。（所有随货搭配的促销品，退货时随货物一同退回。每件货物含对奖卷的，对奖完毕不容许退货）

③如因乙方仓储条件造成产品破损、变质、虫蛀、鼠咬等质量问题、超出保质有效期、未经甲方批准进店销售、跨区域销售的退货，甲方不承担退换责任。

④乙方在经销区域内有义务监督下游客户，保证甲方产品在保质期限内销售，如有逾期产品，乙方应自行回收不再进行销售，否则引带出的相关责任均由乙方自行承担。

乙方不得与甲方业务员或联合或单方面克扣截留、挪用、虚报、侵占甲方市场费用或资源，否则，乙方同意按侵占（虚报）甲方市场费用资源十倍以上赔偿甲方，甲方同时有权取消乙方经销资格并追究乙方法律责任。

15、解除合同的有关条款：

①协议结束后及协议期间中止合同时，乙方应于最长60天内向甲方结清未付货款及借款，做到货款两清，否则，每超一天，甲方有权按乙方所欠款项总额每天1%收取乙方滞纳金。

②如乙方从事违法经营活动被相关部门追究法律责任或给予处罚时，甲方有权提前终止本合同，如因资不抵债、被执法部门查封或按照规定需终止营业时，本合同自动终止。

③退还甲方所有的文件、资料、授权委托书、经销牌等（均不能保留复印件）。

16、本合同未尽事宜，双方另行协商签订补充合同，补充合同与本合同具有同等法律效力，由于不可抗力或国家政策变动等特殊原因造成的违约行为，双方协商解决。

17、本合同解释权归甲方。

18、违约责任：双方同意本合同全部条款，如有违约，按国家有关法律法规解决。

19、解决争议方式：向杭州市人民法院提起诉讼。

20、本合同附件与本合同具有同等法律效力，本合同一式两份，均为正本，双方各执一份，签字盖章后生效。任何单方面擅自在合同书上涂改，增加或删除本合同任何条款，均为无效。

21、合同附件：加盖公章的《营业执照》、《税务登记证》、《法人代码证》、《卫生许可证》复印件；《纯百产品价格表》、《收货及财务资料确认书》。

反利：全年任务完成100%享受3%的反利完成达到150%享受4%的反利，任务达成200%以上享受5%反利。

甲方：乙方（签章）：

地址：地址：

法人：法人：

法人授权人：身份证号：

电话：电话：

传真：传真：

邮编：邮编：

帐号：账号：

开户行：开户行：

税号：税号：

签约地点：签约时间：200年月日

承诺书：

乙方承诺对确保甲方市场费用的真实性，如有虚假费用，全年所产生的市场费用全部由乙方自行承担，

乙方签字：

乙方盖章：

**经营经销合同范本12**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方(特约经销商)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方基于平等互利的原则，经友好协商，就乙方经销甲方产品达成如下协议：

1.授权经销

甲方在此授权乙方于本协议有效期内在甲方指定的行政区域(以下称销售区域)内销售甲方的产品，成为甲方产品的经销商。

尽管有上述授权，但甲方仍保留权利，自行将其产品出售给销售区域内的主要客户，主要客户名单及其不时的修改由甲方随时以书面方式通知乙方。除非双方另有约定，乙方不得向销售区域内的甲方主要客户销售甲方的产品。但甲方自行出售的价格不得低于甲方按照本协议书规定在当时出售给乙方的货品价格单上的价格。

乙方的经销权不是独占和排他的。甲方仍保留权利，自行决定授权其它的销售商在该销售区域内销售甲方的产品。但甲方出售给其它乙方的货品价格不低于甲方按照本协议书规定在当时出售给乙方的货品价格单上的价格。

甲方和乙方之间仅限于甲方产品经销的关系，为互相独立的合同缔约方双方。因此，乙方不得以或试图以甲方或其任何关联公司或附属公司的合伙人、代表、代理人或特许商的身份开展业务或以明示或暗示的方式作如此表述。在任何情况下，乙方不得因本协议书而被视为与甲方或其任何关联公司和附属公司有上述关系。乙方应以本人身份进行产品销售，并且为自身利益与顾客签订购销合同，并且应自行独立承担其在该等购销合同项下的义务和责任。乙方不得代表甲方签订任何合同性文件或作出任何承诺、声明、保证或陈述。乙方违反前述规定所签订的合同性文件和作出的任何承诺、声明、保证或陈述对甲方在任何情况下均不具有约束力。

2.分销区域、渠道和产品

乙方同意接受甲方授权作为甲方产品的经销商，在甲方指定的销售区域内销售甲方的指定产品。

销售区域指附件一所列的甲方指定的行政区域。

乙方承诺在本协议书有效期内努力发展分销渠道，并最终使其销售网络覆盖销售区域内所有到达区镇一级的主要分销通路。

乙方同意如果乙方在销售区域内的分销渠道没有被充分地覆盖及发展，甲方有权将部分地区移出其销售范围。

乙方同意只能在销售区域内发展分销网络，进行分销活动。除非有甲方的预先书面同意，乙方不得从任何第三方购买甲方的产品，

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！