# 2024年医药销售合同风险(汇总8篇)

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-09-01

*随着法律观念的日渐普及，我们用到合同的地方越来越多，正常情况下，签订合同必须经过规定的方式。怎样写合同才更能起到其作用呢？合同应该怎么制定呢？下面是小编给大家带来的合同的范文模板，希望能够帮到你哟!医药销售合同风险篇一甲方：乙方：为严格保障...*

随着法律观念的日渐普及，我们用到合同的地方越来越多，正常情况下，签订合同必须经过规定的方式。怎样写合同才更能起到其作用呢？合同应该怎么制定呢？下面是小编给大家带来的合同的范文模板，希望能够帮到你哟!

**医药销售合同风险篇一**

甲方：

乙方：

为严格保障人民用药安全有效，保护合同双方的合法权益，明确双方履行的义务，根据《中华人民共和国食品药品管理法》、《产品质量法》、《消费者权益保护法》等法律法规的规定，甲乙双方在平等协商的.基础上签定本合同并共同信守以下条款：

甲乙双方在依照国家法律法规的基础上，本着平等互利，团结协作，共同发展，长期合作原则上，制定本合同。

合同签订后\_\_\_内交货，送货到乙方指定医院并负责安装

签订合同后乙方一次性结清所有货款到指定的账户上

甲乙双方的任何一方有违约行为的，应负违约责任并向对方支付违约金。因违约使对方遭受损失的，如违约金不足以抵补损失时，还应支付赔偿金补偿其差额。如违约金过分高于或低于造成的损失的，当事人可以请求人民法院或者仲裁机构予以适当减少或者增加。

1、甲乙双方所签订的具体合同要求，一方未能履行或未能完全不履行合同时，应向对方提出书面申请，如果对方拒绝接受，违约方应支付合同货款总值5%计算。但遇双方协商办理变更或解除合同手续的，不按违约处理。

2、乙方逾期付款的，应按照利率1%计算，向甲方偿付逾期付款违约金。

先行协商、如协商不成，任何一方可向人民法院起诉，本协议以合同签订地为诉讼管辖地。

1、甲方提供给乙方的商品因质量问题或不良反应引起医疗事故、纠纷的行政、法律、经济处罚责任由甲方承担。

2、甲方负责提供符合规定的证书和文件的。

3、甲方银行账号：

4、甲方设备配置清单及技术参数附后：（设备保修期一年）

本合同有效期至年月日。

甲方代表签章：

乙方代表签章：

年月日年月日

**医药销售合同风险篇二**

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、共创双赢的原则，乙方应邀成为甲方所组建的“昆乐品牌营销中心”的“战略合作伙伴”。经销由“昆乐品牌营销中心”贴牌生产、全国总经销的：昆乐?牌系列产品，经双方友好协商，达成以下协议：

第一条：合作分工

1.甲方责任与义务

(1)向乙方提供疗效确切、包精精美、大包贴牌、价格合理的一系列a类产品;

(3)提供药品经营相关的合法资质和产品资料;

(4)提供可供产品清单和供货底价(详见附件)

(5)甲方根据乙方对a类产品所需的经营环境进行有效的、严格的市场管理，避免窜货和价格绲乱等恶性竟争。

2.乙方负责与义务

(1)根据本公司的实际年销售能力，确定每个单品的年分销量，按月落实并采购(详见附件)。

(2)按照双方约定的窜货管理方案(第五条)，主动维护好销售市场。

(3)向甲方提供所需产品的意向信息。

(4)向甲方提供全部直营药房、加盟药房的数量、分布情况和联系方式。

(5)现款购货。单品要货数量超过100件需提前十天通知甲方备货。

第二条：区域保护约定

1.签订了年分销任务量的合作伙伴，乙方享有以下所辖的区域拥有独家经销权;约定区域;乙方超出此区域的直营药房，甲方承诺有乙方直营药房周边500米之内，甲方不再以任何形式销售供乙方专销的相同产品(甲方已合作的跨省、跨区药店连锁公司直营分店除外);乙方超出本约定的独家经销区域的直营分店销售甲方产品，一样受严格的市场保护，但其跨区直营分店需要服从所在区域的统一管理。

2.没有签订年分销任务量的合作伙伴，不享受区域独家经销权，为保障乙方利益，甲方严格按照零售价格和本协议‘第五条’对销售市场进行管理。

第三条：产品运输

第四条：退换货

在符合甲方所供产品仓储要求条件下，如果药品在有效期内存在质量问题(经法定质检部门确认)，甲方无条件退货;非质量问题甲方不负责退换。

第五条：窜货管理

为了确保双方的利益在受到侵害时能得到合理的解决，双方同意并接受本窜货管理办法。甲方所提供的产品均设立了防窜货编码，货到乙方验收时请同时核对送货单和相应的产品编号，乙方签收即视同对产品编码的确认。

甲方已合作的跨省、跨区连锁公司直营分店销售相同产品，并没有违反建议零售价，属正常销售，不列入窜货和违约范围;除此以外，乙方如发现本区域的药房出现了与甲方所供完全相同的产品和甲方合作客户分店未按建议零售价销售，乙方须及时将具体情况书面上报甲方，如产品批号、产品编码、药店名称、药店地址等，经甲方查证、并确认属于窜货和低价销售时，甲方在5个工作日内处理好窜货产品和价格问题，如未按时处理，视为甲方违约;乙方不得将本产品销往本区域以外的药房和区域(跨区直营分店除外)，一经发现，乙方必须在限期5天内主动将窜货产品收回，超期未收回，视为乙方违约。乙方按照建议零售价(详见附件)进行统一规范，不得低于约定的零售价销售，一经发现，乙方应在3个工作日内处理好价格问题，如未按期处理好价格问题，视为乙方违约;情节严重时，甲方可以单方终止本协议。窜货与市场违约金约定为人民币1000元，如有单方违约，违约方以本违约金作为处罚，赔偿受侵害方。

第六条：甲方的义务

根据乙方签订的年销售甲方产品的任务，甲方提供连锁专业培训，70%的内容根据连锁的情况来制定，30%的内容加强甲方产品的知识培训。

第七条：保密条款

本协议所有内容及达成协议的细节、双方商业模式细节、供货底价等，皆属保密范围，若因泄密或故意损害对方利益而造成损失的，由过错方承担相应的法律及经济赔偿责任。

第八条：合作期年，自年月日至年月日止;协议到期，双方无违约行为，乙方享有优先续订权。

第九条：本协议一式两份，甲乙双方各执一份，自双方签字盖章(传真确认同样有效)之日起，乙方十天内向甲方汇款购货生效;乙方超期末执行，本协议与协议附件则自动解除。

第十条：其它：本合同未尽事宜，双方协商签定补充协议解决，书面补充协议和协议附件与本协议具有同等的法律效率。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

**医药销售合同风险篇三**

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、共创双赢的原则，乙方应邀成为甲方所组建的“昆乐品牌营销中心”的“战略合作伙伴”。经销由“昆乐品牌营销中心”贴牌生产、全国总经销的：昆乐？牌系列产品，经双方友好协商，达成以下协议：

1、甲方责任与义务

（1）向乙方提供疗效确切、包精精美、大包贴牌、价格合理的一系列a类产品；

（3）提供药品经营相关的合法资质和产品资料；

（4）提供可供产品清单和供货底价（详见附件）

（5）甲方根据乙方对a类产品所需的经营环境进行有效的、严格的市场管理，避免窜货和价格绲乱等恶性竟争。

2、乙方负责与义务

（1）根据本公司的实际年销售能力，确定每个单品的年分销量，按月落实并采购（详见附件）。

（2）按照双方约定的窜货管理方案（第五条），主动维护好销售市场。

（3）向甲方提供所需产品的意向信息。

（4）向甲方提供全部直营药房、加盟药房的数量、分布情况和联系方式。

（5）现款购货。单品要货数量超过100件需提前十天通知甲方备货。

1、签订了年分销任务量的.合作伙伴，乙方享有以下所辖的区域拥有独家经销权；约定区域；乙方超出此区域的直营药房，甲方承诺有乙方直营药房周边500米之内，甲方不再以任何形式销售供乙方专销的相同产品（甲方已合作的跨省、跨区药店连锁公司直营分店除外）；乙方超出本约定的独家经销区域的直营分店销售甲方产品，一样受严格的市场保护，但其跨区直营分店需要服从所在区域的统一管理。

2、没有签订年分销任务量的合作伙伴，不享受区域独家经销权，为保障乙方利益，甲方严格按照零售价格和本协议‘第五条’对销售市场进行管理。

在符合甲方所供产品仓储要求条件下，如果药品在有效期内存在质量问题（经法定质检部门确认），甲方无条件退货；非质量问题甲方不负责退换。

为了确保双方的利益在受到侵害时能得到合理的解决，双方同意并接受本窜货管理办法。甲方所提供的产品均设立了防窜货编码，货到乙方验收时请同时核对送货单和相应的产品编号，乙方签收即视同对产品编码的确认。

甲方已合作的跨省、跨区连锁公司直营分店销售相同产品，并没有违反建议零售价，属正常销售，不列入窜货和违约范围；除此以外，乙方如发现本区域的药房出现了与甲方所供完全相同的产品和甲方合作客户分店未按建议零售价销售，乙方须及时将具体情况书面上报甲方，如产品批号、产品编码、药店名称、药店地址等，经甲方查证、并确认属于窜货和低价销售时，甲方在5个工作日内处理好窜货产品和价格问题，如未按时处理，视为甲方违约；乙方不得将本产品销往本区域以外的药房和区域（跨区直营分店除外），一经发现，乙方必须在限期5天内主动将窜货产品收回，超期未收回，视为乙方违约。乙方按照建议零售价（详见附件）进行统一规范，不得低于约定的零售价销售，一经发现，乙方应在3个工作日内处理好价格问题，如未按期处理好价格问题，视为乙方违约；情节严重时，甲方可以单方终止本协议。窜货与市场违约金约定为人民币1000元，如有单方违约，违约方以本违约金作为处罚，赔偿受侵害方。

根据乙方签订的年销售甲方产品的任务，甲方提供连锁专业培训，70%的内容根据连锁的情况来制定，30%的内容加强甲方产品的知识培训。

本协议所有内容及达成协议的细节、双方商业模式细节、供货底价等，皆属保密范围，若因泄密或故意损害对方利益而造成损失的，由过错方承担相应的法律及经济赔偿责任。

第八条：合作期\_\_\_\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_日止；协议到期，双方无违约行为，乙方享有优先续订权。

第九条：本协议一式两份，甲乙双方各执一份，自双方签字盖章（传真确认同样有效）之日起，乙方十天内向甲方汇款购货生效；乙方超期末执行，本协议与协议附件则自动解除。

第十条：其它：本合同未尽事宜，双方协商签定补充协议解决，书面补充协议和协议附件与本协议具有同等的法律效率。

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

**医药销售合同风险篇四**

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、共创双赢的原则，乙方应邀成为甲方所组建的“昆乐品牌营销中心”的“战略合作伙伴”。经销由“昆乐品牌营销中心”贴牌生产、全国总经销的：昆乐?牌系列产品，经双方友好协商，达成以下协议：

第一条：合作分工

1.甲方责任与义务

(1)向乙方提供疗效确切、包精精美、大包贴牌、价格合理的一系列a类产品;

(3)提供药品经营相关的合法资质和产品资料;

(4)提供可供产品清单和供货底价(详见附件)

(5)甲方根据乙方对a类产品所需的经营环境进行有效的、严格的市场管理，避免窜货和价格绲乱等恶性竟争。

2.乙方负责与义务

(1)根据本公司的实际年销售能力，确定每个单品的年分销量，按月落实并采购(详见附件)。

(2)按照双方约定的窜货管理方案(第五条)，主动维护好销售市场。

(3)向甲方提供所需产品的意向信息。

(4)向甲方提供全部直营药房、加盟药房的数量、分布情况和联系方式。

(5)现款购货。单品要货数量超过100件需提前十天通知甲方备货。

第二条：区域保护约定

1.签订了年分销任务量的合作伙伴，乙方享有以下所辖的区域拥有独家经销权;约定区域;乙方超出此区域的直营药房，甲方承诺有乙方直营药房周边500米之内，甲方不再以任何形式销售供乙方专销的相同产品(甲方已合作的跨省、跨区药店连锁公司直营分店除外);乙方超出本约定的独家经销区域的直营分店销售甲方产品，一样受严格的市场保护，但其跨区直营分店需要服从所在区域的统一管理。

2.没有签订年分销任务量的合作伙伴，不享受区域独家经销权，为保障乙方利益，甲方严格按照零售价格和本协议‘第五条’对销售市场进行管理。

第三条：产品运输

第四条：退换货

在符合甲方所供产品仓储要求条件下，如果药品在有效期内存在质量问题(经法定质检部门确认)，甲方无条件退货;非质量问题甲方不负责退换。

第五条：窜货管理

为了确保双方的.利益在受到侵害时能得到合理的解决，双方同意并接受本窜货管理办法。甲方所提供的产品均设立了防窜货编码，货到乙方验收时请同时核对送货单和相应的产品编号，乙方签收即视同对产品编码的确认。

甲方已合作的跨省、跨区连锁公司直营分店销售相同产品，并没有违反建议零售价，属正常销售，不列入窜货和违约范围;除此以外，乙方如发现本区域的药房出现了与甲方所供完全相同的产品和甲方合作客户分店未按建议零售价销售，乙方须及时将具体情况书面上报甲方，如产品批号、产品编码、药店名称、药店地址等，经甲方查证、并确认属于窜货和低价销售时，甲方在5个工作日内处理好窜货产品和价格问题，如未按时处理，视为甲方违约;乙方不得将本产品销往本区域以外的药房和区域(跨区直营分店除外)，一经发现，乙方必须在限期5天内主动将窜货产品收回，超期未收回，视为乙方违约。乙方按照建议零售价(详见附件)进行统一规范，不得低于约定的零售价销售，一经发现，乙方应在3个工作日内处理好价格问题，如未按期处理好价格问题，视为乙方违约;情节严重时，甲方可以单方终止本协议。窜货与市场违约金约定为人民币1000元，如有单方违约，违约方以本违约金作为处罚，赔偿受侵害方。

第六条：甲方的义务

根据乙方签订的年销售甲方产品的任务，甲方提供连锁专业培训，70%的内容根据连锁的情况来制定，30%的内容加强甲方产品的知识培训。

第七条：保密条款

本协议所有内容及达成协议的细节、双方细节、供货底价等，皆属保密范围，若因泄密或故意损害对方利益而造成损失的，由过错方承担相应的法律及经济赔偿责任。

第八条：合作期\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日止;协议到期，双方无违约行为，乙方享有优先续订权。

第九条：本协议一式两份，甲乙双方各执一份，自双方签字盖章(传真确认同样有效)之日起，乙方十天内向甲方汇款购货生效;乙方超期末执行，本协议与协议附件则自动解除。

第十条：：本合同未尽事宜，双方协商签定补充协议解决，书面补充协议和协议附件与本协议具有同等的法律效率。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**医药销售合同风险篇五**

买方(甲方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

卖方(乙方)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

一、甲方向乙方购买办公用品及耗材，具体见采购清单，乙方向甲方免费提供送货及售后退换等服务。

二、在同等商品中，乙方应按最低优惠价格提供给甲方，具体价格见清单。价格调整应经甲方书面同意后方可执行。

三、一般送货时间为一个工作日或以订单上甲方要求时间为准，如遇甲方有急用商品订单，则以最短时间将所订商品送到指定地点。

四、办公用品送到甲方后，由甲乙双方共同对数量进行清点，使用中出现质量问题乙方仍应负责更换或退货，或根据甲方要求进行价格折扣。

五、每个月结束后个工作日内，乙方提供发票及甲方签收的送货回执单，经甲方确认后按实际发生的金额每月结算一次。

六、乙方保证所提供的所有商品为原厂产品，质量符合甲方的要求和有关质量标准，如不符甲方有权退货。

七、乙方应提供有效的联系人和联系电话，如有变更，乙方应及时、主动通知甲方。

八、如乙方未按规定时间提供商品或提供的商品有瑕疵，每出现一次承担元违约责任，并赔偿给甲方造成的损失。

九、其它约定

1、本合同执行过程中发生争议，双方友好协商解决，协商不成向甲方所在地法院诉讼解决。

2、本合同自签订之日起生效，有效期一年;本合同一式二份，具有同等法律效力。

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

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

签订日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**医药销售合同风险篇六**

销售代理(sales agent)是在签订

合同

的基础上，为委托人销售某些特定产品或全部产品的代理商，对价格、条款及其他交易条件可全权处理。下面是本站整理的2篇关于医药销售代理合同模板，仅供参考!

甲方：

乙方：

甲乙双方为了更好的开拓全国医药市场，经友好认真协商就乙方区域代理销售甲方的下列产品(以下简称协议产品)并就该协议产品的区域代理销售事宜达成如下协议：

协议产品名称： 、包装规格： ，共 个品规。生产商： ，全国总经销

代理销售区域：

代理销售期限：从年 月 日至 年 月 日。

1、甲乙双方同意在签订协议后的前期开发期为个月(即 年 月 日至 年 月 日)。并且乙方保证在代理销售期限内不销售同类产品，并按下列指标完成销量。

阶段指标年 月 日至 年 月 日至 年 月 日至 年 月 日至

合同期指标年 月 日 年 月 日 年 月 日 年 月 日

件 件件 件 件

2、截止到年 月底乙方须完成 家三级医院(即 )的开发进药工作。

3、甲乙双方同意在本协议签订后叁个工作日内，乙方首批提货量为(以现款提货的方式打款提货)件 ，否则本协议立即自动失效。

4、乙方同意为保证严格执行本协议各条款，如发现窜货行为则按窜货数量零售价的五倍向甲方赔偿，并取消乙方该区域代理权。

1、向乙方提供符合国家标准的协议产品。

2、向乙方提供产品宣传资料。

3、承担解决由于产品质量(经法定药检部门确认)和甲方发货至乙方的运输过程中所发生的破损、灭失、短缺等责任。

4、向乙方提供协议产品的有关证书，如“二证”、生产批件、质量标准、质检报告、授权书及招、投标工作的有关文件及样品等。

5、甲方须保护乙方的销售市场及维护乙方的利益。

1、乙方应在上述代理销售区域内积极宣传推广销售本协议产品，不得向上述代理销售区域以外的单位及个人报价、供货、销售，否则视为违约，甲方可扣除乙方保证金及有权向乙方另行索赔，并取消乙方的代理权或终止合同。

2、甲乙方同意在本协议有效期内，本协议执行三个月后就未实质开发进药的地区或医院，须增加分销商;四个月后就仍未实质开发进药的地区或医院，甲方有权直接增加经销商，甲方不再受本协议约束。解释权在甲方。

3、乙方无权向协议以内及以外的地区发展分销商，否则视为违约。

4、乙方办理所代理区域的协议产品物价备案，并且销售价格不得超出国家物价部门所规定的批发价格。

5、乙方代理期内销售任务为件 ，前期开发期须销售 件 。从 年 月开始按不低于 件/月的销售任务执行，按季度考核，没有完成季度销售量的，下次提货则在原结算价基础上加0.3元/瓶执行，并取消返货奖励，直至达到协议量止。

6、乙方须每月末向甲方提供书面的本月的货物流向清单及真实库存。

1、乙方以的价格以现款提货的方式与甲方进行结算，乙方汇款到达甲方账户后，甲方于贰个工作日内以 的方式发出货物，到货地点为乙方注册地。

2、乙方购1.0g规格“力芬”15件，甲方返1件1.0g规格的“力芬”作为奖励。

3、甲乙双方同意：货物一经甲方发出，乙方不得退货、换货。

4、乙方每次购货须提前一个星期通知甲方并将银行汇款回执、收货地址、收货人、收货人电话以书面形式或传真通知甲方。

5、若国家定价、原材料价格等有所调整，甲方有权提出计算价格的调整。

1、甲方不得冲货(即甲方未经乙方同意不得向乙方代理区域或乙方分销商供货)，若有违反，乙方有权向甲方索赔。

2、乙方在前期开发期内若完不成件任务销量的，甲方有权取消乙方在上述地区的代理权，甲方可另外招商。

3、在合同的执行期内，发生任何争议甲乙双方应友好协商解决，如果协商不能解决的，双方同意在甲方注册地提取诉讼。

1、合同期限：年 月 日至 年 月 日止。

2、甲、乙双方须按本协议各条款执行，维护市场秩序。本协议期满后，在同等条件下，乙方有优先续签的权利。

3、本协议一式贰份，甲乙双方各执一份，具同等法律效力，有任何删补，涂改视为无效，未尽事宜可另行协商补充，补充协议与本协议具有同等法律效力。(以下无正文)

甲方： 乙方：

法人代表： 法人代表：

联 系 人： 联 系 人：

通讯地址： 通讯地址：

邮政编码： 邮政编码：

联系电话： 联系电话：

【延伸阅读：一个医药代表的自白书】

雷子(笔名)，自由撰稿人。与其他“码字人”不同的是，他有着20年的医药代表经历——前十年卖药，后十年要债。

雷子用自己的亲身经历写就了一部《区域经理》(由北方文艺出版社出版)。从这本书中，读者可以窥见医药代表这个行业的门道，以及这个行业带给社会的反思。

“ 药门 ” 一入深似海

雷子1970年生于哈尔滨，初中二年级后即辍学，从此“混迹于三教九流之中”。24岁那年，经人介绍他去一座大厦内的一家公司应聘，面试未果，下楼过程中，雷子偶然看到一家药企办事处招聘医药代表。雷子没多想就进屋去应聘，应聘成功后他被任命为某城市的区域经理。

刚入行时，雷子以为，医药代表就是药品推销员，只要“腿脚勤点儿”“嘴巴甜点儿”就行了，但现实给他上了生动一课：医药代表这门“学科”里的“学问”太大了。

因为从没有接触过药品，进入公司后也没有经过任何培训，所以，雷子在卖药之前要先把他所在公司推销的药品

说明书

都背下来。刚开始推销药的时候，雷子经常紧张忘词。

很快，雷子发现忘词不算一回事。“后来等我说的嘴都能冒白沫子了，对面的医生只有一句话：‘说那么多干啥?你就说一瓶药给我多少钱就行了。’”

在雷子卖药的十年中，他写了十余本笔记，这里面写满了雷子作为医药代表的

心得体会

。

“做这个行业，没有人际关系不行。比如，我和一家大型三甲医院能够建立关系就是通过熟人的一张条介绍的。后来，在这家医院，我会求拜访过的科室主任再写一张条介绍我去下一个科室。有的人不愿意写，但还是有愿意的，有了这张条，门就好进了。”

“不要忽视药事委员会中的每一个人，一个人没‘拜’到，前面的努力可能就全废了。”

“我不抽烟，但是我兜里时刻都要揣着中华烟。那些有‘身份’的人士，中华只抽一半就掐，没有抽到烟屁股才扔的。看到人家领导手伸向水杯，你要在人家手没摸到水杯之前先一步把杯端起来，有水就递过去，没有水立刻去打水。”

“在医院见到领导要远远地尾随，如果‘偶然’遇见也只是迎面一笑，不要借机上前提及进药的事。”

……

除了这些心得体会，雷子的笔记本里还有密密麻麻的各种信息。

比如，他所在的那个城市市、区、国有、私营医药公司，各个级别的医院的名称、地址，大大小小连锁药房、品牌药店、社区药店的地市、电话、主管姓名和手机号等等。

此外，医院里重要客户的个人信息也是他笔记里的重要内容。

“比如，院长和药剂室主任的名字、性别、电话、家庭住址、年龄、兴趣爱好、每月收支情况，他们子女配偶的年龄、生日、兴趣爱好等等，都很重要。”雷子说，这些内容都是他平时要反复温习的功课，一旦遇到恰当的时机就要做出恰当的举动。“有一次，我长期接触的医院领导的孩子过生日，提前我就买了一辆儿童自行车，组装好了送到人家办公室。”

医院保安都能成为药价“推手”

医院是药品消耗的大客户，在医院推销药品最重要的是什么?

“扣点，这是万变不离其宗的规律。”雷子说，“否则，出厂价5元钱的药怎么能卖到28元钱?”

给医生“扣点”是有技巧的，既不能饿到，也不能撑到。“饿，产生的结果是饥不择食。撑的结局是养分流失。要做到半饥半饱，张弛有度，才能掌握主动权。”

以28元的药为例，这笔有“技巧”的账是这样算的：17%的增值税，4.76元;院方采购药品正常扣点15% ，4.20元;主管院长10%， 2.80元;药剂科长8%，2.20元;科室主任8%，2.20元;开票医生5%，1.40元;客情经费，0.50元;护士推荐，1.00元;区域经理10%，2.80元;共计：21.86元。剩下的钱中，有5元返给厂家，还有1.14元留给省办事处。

在这个账单上，任何一个人都是忽视不得的，因为他们都可能成为药品的“推销员”。

明细中有一项“客情经费0.50元”，这部分钱主要指的是用来[.com]建立联系、打点关系时吃喝玩乐花的钱。

雷子清楚地记得他第一次请客时的情景。为了打开通往某三甲医院的大门，雷子通过熟人出面邀请医院相关领导出席一下雷子所在药业举行的“联谊会”，“ 顺便”向大家介绍一下雷子主推的两种药品：银杏叶片和消渴丸。

结果，当天出席晚宴的科室领导有泌尿科、耳鼻喉科、内科、外科、儿科、妇科、眼科、皮肤科、中医科、骨科、肝胆外科、烧伤科、感染科、x光科、透析室、神经外科、针灸推拿室、血液科、化验室、手术室、b超室、划价处、收费处、医教科、人事科、病案室、宣传科、保卫处、物资部、设备科等科室主任。

这顿发生在上世纪90年代的饭局一共消耗了3000多元。直到今天，雷子依然印象深刻。

来的这些科室主任中，有10%的科室能够用得上雷子推销的药，他们吃完饭后有可能在医院的申购单上填写上雷子所卖的药品。剩下的90%科室主任都是来吃“冤大头”的。

“但也别小看了这些吃‘冤大头’的人。比如说保卫处如果你要是不打点好了，他就不让你进院长办公室的门。连门都进不去你还能谈什么?”

但是，千万不要以为吃了饭之后就完事儿了。

雷子经常会遇到这样的情景。在医院“偶遇”某科室主任时，明明前一天刚吃过饭，可人家生生就想不起你叫什么名字来了。

为了增加印象，雷子经常游走于这家大医院的各个科室和主任们再“热乎热乎”。至于热乎的方式则依雷子笔记中各位领导的兴趣爱好等不一而足。

“有爱唱歌的、有爱喝酒的、也有爱色情的。”雷子说，反正最后所有的花费都会化为药费从患者的口袋中掏出来。

最终，雷子用了一年的时间才把这家大型三甲医院拿下。

在医药代表们看来，一家大型三甲医院的用药量抵得上10家三甲以下的医院。但并不是说这些非三甲医院就没有利用的价值。

雷子上班后的第一笔生意就是帮省里一位办事处主任给一家轻工局下属医院的院长送药。让雷子没想到的是，这些药不是送到医院的药局，而是直接送到了院长办公室。拿着院长付的药钱，雷子满腹疑窦地离开了医院。后来他明白了，这位院长本身也是“卖药的”。至于这些药是卖给他自己的医院还是卖给其它医院了，卖了多少钱雷子就不得而知了。

最开心和最痛苦的事

最开心的事：从事过医药代表，最痛苦的事：从事过医药代表——这是雷子新书《区域经理》中的一句话。

在雷子看来，如此矛盾的表达并不矛盾。

洛赛克，一种来自瑞典的进口胃药，雷子曾经从一家医药公司以每瓶50元的价格拿药，以每瓶100元的价格卖给医院，结果供不应求。因为，医院卖给患者的价格是每瓶240多元。当年，拎着一箱200瓶的药走一圈赚上1万元钱对于雷子来说并不是很难的事。赚钱又快又过瘾，这是让医药代表雷子觉得“最开心”的事儿。

早在入行之初，雷子就有希望快速成为万元户。

“刚上班的第一个星期，我所在那个市最大的医药公司同意试销，额度是7万元，其他药店和小医院还签了10万元的代理合同。如果在短时间内都能回款的话，那我立刻就能成为万元户。”可惜，雷子万元户没当成，却弄明白了一个道理：欠钱的是大爷，讨债的是孙子。

为了回款，雷子跑断了腿、磨破了嘴，最多的时候，一家公司一天之内他去了七次。曾经有一次他发现鞋底磨漏了，但为了要钱，他硬是穿着个露底的鞋跑了一下午。

为了回款，雷子和他的合作伙伴也想尽了一切办法。

前述那家最大的医药公司在雷子合作伙伴的软磨硬泡下同意回款，但张口就要3万元的好处费。这家医药公司的老总做梦也没想到，雷子的这位合作伙伴是带着录音设备和他谈判的。在不还钱就举报到纪委的威胁下，这位老总终于把钱都还上了。

如何能要得回来账是雷子最痛苦的事儿。

当然，让雷子痛苦的还不止这些。

在美国，医药代表是一个非常正规而且受尊敬的职业，其工作目的主要是实施双向信息传递。即一方面通过认真地了解临床需求，将药品研发中的最新成果及时报告给临床医生，并且科学地向医务人员和医疗机构介绍药品的安全性、有效性、促进医师合理用药;另一方面，跟踪药品在临床中使用的情况并及时将信息反馈回企业，提出有效措施及处置办法。

在雷子的自我感觉中，他们这些医药代表在医生的眼里可能还不如一条狗。

“领导您好，我是xx药业的雷子。”雷子说，经常是他刚说出“您”还没说到“好”呢，屋里一句“出去”就把他敲开大门所费的九牛二虎之力全给报废了。

后来，雷子找到了一个能够为更多人所接受的

自我介绍

方法：“领导您好，我给您送钱来了。”

所以，从入行那天开始，雷子就深刻地理解着“前辈们”交给他的一些话：“一不怕堵，二不怕煮，三不怕辱。”“甭管谁的冷屁股，大刀阔斧地拿热脸去贴，有屁放出来也要闻着。忍住，迟早有当爷那天”。

近年来，国家大力推进医药体制改革、整顿医药市场，一些以往存在的漏洞被堵上了，管理的不足被完善了，但在雷子看来，仍有改进的空间。

“能做的还有很多。比如，减少营销环节、降低成本，让药价在一个正常利润空间里浮动，这是对药企、医院、患者三方有百利无一害的好事。

**医药销售合同风险篇七**

销售

合同

的主要条款是销售合同的重心，它决定了合同签订双方的义务和权利，决定了销售合同是否有效和是否合法，是当事人履行合同的主要依据。以下是本站小编为大家精心准备的：医药销售合同书样本3篇，欢迎参考阅读!

总金额(大写)壹拾柒万捌仟玖佰贰拾元整

第二条 包装：由乙方按国家标准进行包装。任何因包装不善所致之损失均由乙方负责。

第三条 交货地点和方式 1.交货地点：松滋市刘家场镇 。

2.交货方式：乙方将货物运至甲方指定的目的地。 第四条 付款方式

1.本合同生效后，甲方在10个工作日内向乙方支付本合同总价的10% 作为预付款;

2.甲方对乙方所提供的产品验收合格后，乙方出具合同总价的全额销售发票，甲方在7个工作日内支付本合同全部余款。

第五条 质量保证

1.乙方承诺所提供甲方的产品必须符合国家标准。

第七条 争端的解决

合同实施或与合同有关的一切争端应通过双方友好协商解决。如果友好协商不能解决，各方均可向有管辖权的人民法院起诉。

第八条 合同生效及其它 1.本合同双方签字生效。

2.本合同正本一式二份，双方各持壹份，具有同等法律效力。 3.合同如有未尽事宜，须经双方共同协商后作出补充规定，补充规定与本合同具有同等效力。

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

年 月 日

合同编号: 签订地点: 签订时间:

买受人(简称:甲方):

出卖人(简称:乙方):

甲乙双方本着平等,诚实信用的原则,根据《中华人民共和国合同法》等法律,法规,规章,规范性采购文件及药品集中采购代理机构向乙方发出的成交候选

通知书

,经双方协商一致,就有关事项达成如下具体协议.

药品品种,数量,价格

采购药品品种和数量:甲方向乙方所采购的药品品种,剂型,规格,数量等详见药品成交品种买卖电子订单.

药品的价格

在合同有效期内乙方提交药品的价格必须是不高于成交候选通知书中确认的价格,本价格为甲方的入库价格.

成交药品临时最高零售价格执行期间,遇国家或省价格主管部门下调价格或其他情况时,对未供货部分,甲乙双方可协商调整供货价格.

质量标准

乙方交付的药品必须符合国家最新药典或国家药品监督管理部门规定的标准,并与供应时的承诺相一致,附有该药品生产企业同批号的出厂药品检验记录或合格证,以备验收检查.

药品有效期

乙方交付药品的有效期应与文件中规定的有效期相一致.

乙方所提供药品的有效期不得少于12个月;特殊品种双方另行商定.

包装标准

乙方提供的全部药品均应按国家规定的标准保护措施进行包装,每一个包装箱内应附有一份详细装箱数量单和该药品生产企业同批号的出厂药品检验记录或合格证(进口药品应提供进口药品注册证和口岸药检所的进口药品检验报告书复印件,并加盖经营企业公章).如为拼装箱件,箱内应按前述要求附有各种药品数量单和药品质量证明材料复印件,并加盖配送企业公章.

特殊要求:

配送服务

配送由乙方提供或组织提供,乙方按合同要求对甲方提供或组织配送服务,每次配送的时间和数量以乙方收到甲方的供货通知为准.原则上在乙方收到供货通知后36小时内送达,属急救及加急供货的应在4小时内送达.(具体做法见第十一条)

伴随服务

乙方应甲方要求提供或组织提供下列伴随服务:

药品的现场搬运或入库;

提供药品开箱或分装的用具;

验收方式:

在甲方指定地点(甲方医疗服务范围内)为所供药品的临床应用免费进行现场讲解或培训.

双方的权利义务

甲方必须按合同约定采购成交药品品种;除本条第四项规定外,甲方不得采购其他非成交药品替代成交品种.

甲方须在合同规定的时间内,按实际入库的药品数量及时结算货款;并在货,票验收后60日内结清货款.

甲方在接收药品时,应于当日对药品进行验收入库,对乙方提供的药品不符合合同约定的品种,数量,质量要求的部分,甲方有权拒绝接受.

甲方有证据证明乙方交付的药品不符合质量标准(以省,省辖市药监部门的检验结果为准)或延期交货等不按合同约定交货时,可以书面通知乙方终止该药品的供货;并可以另行采购替代药品;同时将选择的替代成交药品名称,价格,数量清单或另行采购替代药品的协议,在七日内由甲方送徐州市药品集中招标采购管理办公室和药品集中采购代理机构各一份备案.(具体做法见第十一条)

乙方必须按照合同约定的药品品种,数量,质量要求和期限,配送或组织配送成交药品并提供伴随服务.

乙方应保证甲方在使用成交药品时,不存在该药品专利权,商标权或保护期等知识产权方面的争议,如产生争议由乙方自行处理和承担责任.

供货方：xxx药业有限公司 需货方： 签订日期： 签订地点： 合同编号：

根据《中华人民共和国合同法》及有关规定，经双方协商一致签订本合同，共同遵守如下条款：

双方遵守的条款如下：

第一条：供方与需方具体交易的药品名称、规格、数量、价格见附表。 第二条：需方及时向供方提出购进数量，付清货款，款到供方账户后发货。 第三条：由供方送货到需方仓库，运费由供方负责。

第四条：药品交易价格按双方商定的执行，但长期合作交易过程，如遇市场发生重大变化或原辅料大幅涨价，供方有权对交易价格同需方重新商定。

第五条：货到后由需方验收接货。如因货物品种、数量等有异议的，必须在到货5日内提出。遇此种情况，由双方商量补救措施及解决办法。

第六条：因需方无正当理由拒接货物，或因需方仓储保管等原因，造成货物毁损的，

供方不负责赔偿。

第七条：需方中途退货的，必须赔偿供方药品价值，运输费用等经济损失，并支付退货物总价值5%的违约金。

第八条：供方应及时提供相关经营资料给需方。商品房销售合同第九条：供方的药品必须符合有关技术标准和质量标准。药品的质量责任条件和期限，按《中华人民共和国药品管理法》执行，因质量问题造成损失的由供方承担。 第十条：其他约定事项。

第十一条：如有纠纷，由双方协商解决。协商不成的，可向供方所在地人民法院诉讼解决。

第十二条：本合同一式两份，双方各执一份，双方签字盖章之日起生效。未尽事宜可另行补充签订，希望双方共同遵守。

**医药销售合同风险篇八**

乙方：某某医药销售公司

经双方平等、自愿协商，达成本销售代理合同，共同遵守。

第一章定义

为了本合同的目的，作以下定义：

1合同产品：系指获得某某国专利，由某某有限公司独占(本合同甲方)研究、生产、销售的药品。

2销售区域：系指乙方根据本合同规定，独占地代理销售合同产品的某某国境内的特定地区。

3商业秘密：系指甲方的所有商业秘密和商业信息，包括但不限于与代理销售合同产品有关的所有商业秘密和商业信息。

4合法文件和有效证书：系指甲方提供给乙方的，为代理销售合同产品的所有文件和证书。

第二章合同的内容和范围

1甲方同意将合同产品的独家销售代理权授予乙方。乙方在下列指定地区

组织、开发和推销合同产品：某某国某某市。甲方不得同意他人在该地区取得代理或销售协议产品的权利。

乙方承认甲方对合同产品拥有在各国生产，以及在某某国内外使用、销售和出口的权利。这种权利是独占的、不可转让的权利。

乙方在销售代理过程中，可根据实际工作需要招聘相应的业务人员。乙

方负责考察、审核、推荐进行担保，经甲方复审并同意后，发给销售业

务员证书，持证上岗开展业务。乙方负责聘用人员的一切销售活动、经

费开支及其法律责任。

8乙方自本合同签订之日，必须向甲方交纳风险抵押金，向甲方提供保证、

抵押或质押，包括银行

存单、动产、不动产或第三方连带保证。

9合同终止时，乙方应该将所有周转合同产品及药款在一个月内结清，并返还甲方。甲方应将风险抵押金退还乙方，并解除乙方提供的保证、抵押或质押。

2.10本合同不得转让。

第三章甲方的权利和义务

甲方根据本合同规定的权限、区域、期限，授予乙方代理销售本合同产品。

甲方在合同规定期限内，提供合同产品。

甲方在合同规定期限内，向乙方提供代理销售合同产品必需的合法文件和有效证书。

甲方有权在合同终止之日，终止代理授权，并收回向乙方提供代理销售合同产品必需的合法文件和有效证书。

甲方有权审批乙方招聘的业务人员。

甲方有权核查、监督、管理乙方的一切经营活动。

甲方有权核查、监督、管理乙方代理销售合同产品的具体单位。

甲方有权在本合同有效期间和合同终止后，永久享有和保护乙方在下列地区组织、开发和推销合同产品的市场：某某国某某市。

第四章乙方的权利和义务

1乙方依据本合同规定的权限、区域、期限，代理销售甲方授权的合同产品。

4.2乙方负责招聘业务人员的一切管理、经费及法律责任。

3乙方只能代理销售甲方提供的本合同产品，不得从任何其他途径获得本合同产品。乙方未经甲方授权和许可，不得以甲方名义经销任何其他同类的药品。

4.4乙方承担所有销售代理地区和市场的费用，包括但不限于合同产品的开

发、宣传、销售及其日常办公费用。

4.5乙方在合同期间和合同终止后，严格保守甲方所有的商业秘密和商业信息，包括但不限于与代理销售合同产品有关的所有商业秘密和商业信息。乙方发现第三方侵犯甲方的权利或有损于甲方利益的任何非法行为，乙方应据实向甲方报告。乙方应尽最大努力并按甲方的指示，帮助甲方使其不受这类行为的侵害。

6乙方应该遵守国家的法律、法规，遵守甲方经营管理制度。

4.7乙方应该在本合同指定地区代理销售本合同产品，不得在任何其他地区

和市场代理销售本合同产品。如乙方违反合同，本合同自动解除，并应

该支付违约金，赔偿甲方的一切损失，包括但不限于甲方的经济损失和

无形的商业信誉损失。

4.8乙方在合同终止之日，应该交回甲方提供代理销售合同产品必需的合法文件和有效证书。

9乙方应该按照甲方规定的销售规范和价格，代理销售本合同产品。

4.10乙方享有甲方规定的奖励政策。

第五章违约责任

任何一方违反本合同规定，应该向另一方支付违约金,并且赔偿一切损失。

如任何一方违反本合同，另一方有权在某某国向有管辖权的法院提起诉讼，由此产生的一切费用，包括但不限于诉讼费、律师费由违约方承担。

第六章合同期限及其他

本合同自双方签字之日起生效。有效期限为一年。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn