# 产品销售代理合同经典 产品销售代理合同(优秀15篇)

来源：网络 作者：紫陌红颜 更新时间：2024-07-01

*合同是适应私有制的商品经济的客观要求而出现的，是商品交换在法律上的表现形式。合同是适应私有制的商品经济的客观要求而出现的，是商品交换在法律上的表现形式。拟定合同的注意事项有许多，你确定会写吗？下面我就给大家讲一讲优秀的合同该怎么写，我们一起...*

合同是适应私有制的商品经济的客观要求而出现的，是商品交换在法律上的表现形式。合同是适应私有制的商品经济的客观要求而出现的，是商品交换在法律上的表现形式。拟定合同的注意事项有许多，你确定会写吗？下面我就给大家讲一讲优秀的合同该怎么写，我们一起来了解一下吧。

**产品销售代理合同经典篇一**

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

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

一、根据《中华人民共和国合同法》规定，供需双方本着平等互利，协商一致的原则签订合同如下：

二、工艺要求：按双方共同确认的文字、图案、材质及尺寸进行制作。（供方收到需方预付货款后10日内提供产品小样5-10个，经需方确认后，按供方提供的样品进行制作）

四、运输方式：汽车运输，费用由需方承担。

五、包装标准：纸箱包装，费用由供方承担。

六、交货时间：预付款到帐，打样确认合格后30天内交货。

七、交货地址：供方仓库。

八、交货数量：按生产实际数量交货。

九、付款方式：合同签定完毕，需方预付总货款的50%，供方组织生产。生产完毕，发货前付清余款。供方因需方玻璃酒瓶订购数量较少，供方不能开税票给需方，供方只能开本单位收据（并加盖本单位财务专用章）作为发票提供给需方。

十、质量异议及处理方式：需方在收货后应及时对产品进行检验。货到7日内，需方未向制作方提出书面质量异议，则视为合格。

十一、违约责任：如有违约双方协商解决或按《合同法》有关规定执行。

十二、本合同在执行中发生纠纷，双方协商解决；不能解决时，可申请仲裁或提出诉讼。或由供方所在地符合级别管辖的人民法院管辖。

十三、合同执行期间，经双方签字确认的设计图纸或传真为本合同的有效附件，本合同一式二份，双方各执一份，签字盖章后生效。

十四、双方经传真件签字盖章认可的合同执行。

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

**产品销售代理合同经典篇二**

甲方(供应商)：

营业执照号码：

税务登记号码：

组织机构号码：

开户行帐号：

住所地：

乙方(零售商)：

营业执照号码：

税务登记号码：

组织机构号码：

开户行帐号：

住所地：

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、行政法规的规定，甲、乙双方遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，就商品进货代销事宜协商订立本合同。

一、词语定义

除双方另有约定外，本合同中下列词语应当具有本条所赋予的定义：

1.商品代销：是指零售商接受供应商的委托，代理销售商品并按照所代销商品的销售数量和金额向供应商进行结算的交易模式。

2.零售商：指直接面向终端消费者提供商品及相应服务的企业法人、其他组织及自然人。

3.供应商：是指与零售商建立商品代销关系，委托零售商出售商品的企业法人、其他组织及自然人。

4.订货：是指本合同有效期内，零售商按照本合同约定的原则、流程和方式，要求供应商提供约定代销商品的活动。

二、商品价格

1.商品的价格：

进货价格：甲方以代理价为乙方的进货价格。

售货价格：由乙方参考甲方提供的建议零售价及市场价格自行决定。

三、商品要求

1.代销商品的范围为爱森西雅橄榄油(凡涉及许可证的项目在有效期限内经营)。

2.甲方在本合同签订时，应当提供营业执照、税务登记证等自身主体资格的证明，同时提交有关商品生产、代理、批发或进口许可等有关附随文件。

3.上述商品价格已经双方确认，如因原材料价格、生产经营成本、市场供求关系等变化导致合同期内商品价格变化，要求价格变动一方应当提前5日通知对方。

4.甲方所提供商品的外包装应当符合中华人民共和国相关法律法规的规定，用中文标明产品名称、生产厂厂名与厂址、规格、等级、采用的产品标准、质量检验合格证明、使用说明、生产日期和安全使用期或者失效期、警示标志及其它说明等。

5.甲方应当保证其所提供商品的质量符合本合同或订单约定的质量、卫生标准和卫生管理办法规定;甲方提供有关商品质量说明的，应当符合该说明的质量要求。质量要求不明确的，按照国家标准、行业标准履行;无国家标准、行业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准履行。

四、交货及验收

1.甲方应当将书面订单或口头订单指明的商品，按照约定的时间、运输方式交付到乙方约定地点。

2.乙方应当妥善安排工作人员在到货后按照订单对商品的种类、规格、产地、数量、包装等进行初步验收;如商品不符合本合同及订单要求的，可以拒绝接收。

3.乙方对于已经验收的商品发现存在内在质量、包装、标识、有效期等方面存在不合格情况，有权拒收;应当在质量保证期内提出退、换货要求的，甲方均应无条件退、换货。

五、货款结算

乙方收到甲方的货物后，以实际收到的数量及甲方所提供商品的单价，向甲方进行现金结算;(自乙方收到商品后30天内结算)。如对货款结算有异议，经双方核对后，应于五日内向对方提出，逾期则视为双方对结算结果无异议。

六、知识产权的保护

甲方应当保证其所提供的商品不存在任何知识产权的瑕疵。如因甲方或其供应商侵犯第三方的专利权、商标专用权、著作权、商业秘密或其他权益产生争议，给乙方造成经济损失时，甲方应当承担全部责任并承担因此发生的各种费用。

七、违约责任

1.甲乙双方均应当全面履行本合同的约定，一方违约给另一方造成损失的，应当承担赔偿责任。

2.由于甲方商品质量问题导致消费者退货或者乙方受到有关政府部门查处，甲方应当积极参与调查处理并赔偿因此给乙方造成的全部经济损失;情节严重给乙方商誉造成严重损害的，乙方有权解除本合同。

八、合同的解除

2.任何一方出现如下情形时，另一方有权无需预先告知即以书面或口头通知的方式解除本合同，合同自通知送达之日解除：

(2)未经他方同意，把本合同的权利或义务全部或部分转让给第三方的。

九、合同期限

1.本合同有效期自\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日起至\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日止，共\_\_\_年。

2.合同期满前五日，如双方同意继续合作，应重新签订新的合同;

十、争议解决方式

十一、其他

1.本合同的变更和补充，双方应当另行签订补充协议。

2.本合同经双方法定代表人或其代理人签署并加盖单位公章(或摁手印)后生效。

3.本合同一式二份，甲方一份，乙方一份，具有同等法律效力。

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

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

**产品销售代理合同经典篇三**

甲方： (以下简称甲方)

乙方： (以下简称乙方)

根据《中华人民共和国合同法》及相关法律法规，甲乙双方本着平等协商、互惠互利、诚信合作、共同发展之原则，达成协议如下：

第一条：保证条款

1、甲方保证其为依法成立有权签订本合同的独立法人或组织。

2、乙方保证其与甲方合作经营的营业执照在履行本合同有效期(包括续约)内均有效，经营范围符合甲方要求。

3、乙方保证甲方无须为乙方与第三方可能存在的经济纠纷负任何责任。

第二条：标准内容

1、甲方认定乙方为(详见代理商报价单)，在地区定客户(指定客户详见销售目标协议书)的代理商。代理期限自 年 月 日至 年 月 日。

2、乙方须对本合同代理区域内指定客户在签订本合同之日起60天内，完成终端网点铺市、样面陈列工作。

3、乙方须支付代理区域保证金( )万元。

第三条：价格标准及新品推广

1、甲方按双方约定出厂价格供货给乙方，乙方须严格按双方协定的销售价格进行销售(如根据市场的不同有需要调整市场零售价时，必须经甲方书面认可后方能执行)。

2、甲方有权按公司全国市场的实际情况变化，以及受原材料价格调整等因素，对产品进行出厂价格及零售价格的调整。(甲方在调价前，应提前30天通知乙方)，同时甲方与乙方的结算价格随之相应调整，甲方不得擅自针对乙方所经营市场单独调价。

3、自合同生效之日起，甲方推出的指定新品，乙方在该区域享有代理优先权，甲方在通知乙方指定新品上市90天内，乙方仍未订购指定新品，则视乙方自愿放弃指定新品代理权，甲方有权在该区域发展指定新品经销商。

第四条：款项及物流事项

1、结算条件：a、款到发货。款到甲方指定帐户，甲方安排发货。

2、物流条件：a、甲方由于受原材料短缺，或其他客观原因，造成不能及时供货，甲方有责任及时通知乙方，乙方有义务通知本区域客户。

b、甲方在乙方汇款至甲方指定帐户之日起7天内，按乙方订单要求向乙方提供相符产品。甲方未能及时或按订单要求提供相符产品造成的乙方直接经济损失，由甲方承担责任，乙方须出具相应证明及资料单据。

c、有运输造成货物破损无法正常销售的产品，乙方须在第一时间通知甲方，有甲方确定处理事宜。

第五条：双方责任和义务

1、甲方责任和义务

1.1甲方须配合乙方销售，提供与产品相关的有效证件。

1.2甲方提供的产品必须符合国家食品卫生法规定的质量要求，若有质量问题，甲方全权负责。

1.3甲方须保证供给乙方的产品为当月产品(30天内生产的产品)。

1.4 甲方通过第三方物流运输至乙方指定仓库，乙方验收入库(运输费用先 由乙方垫付，乙方可在下批货款中扣除)。

1.5甲方须保证乙方代理区域内本合同指定产品、指定客户的销售价格和经营渠道的稳定性。

1.6甲方在产品铺市、品尝、促销、品牌推广等一系列市场营运活动中，须配合乙方完成各种促销活动。(详见代理商合同年度促销规划书)

1.7 本代理合同终止双方不再续签时，甲方须30天内认定新代理商，配合甲方做好乙方商品库存交接工作，货物价值按实际供货价结算。门店库存商品保质期须在二分之一以上，乙方仓库库存商品保质期须在三分之二以上，期内商品由乙方负责处理完成后，方可办理客户移交。甲方须在乙方代理客户移交手续完毕后30天内结清留余款项。

2、乙方责任和义务

2.1 乙方须向甲方提供有效的营业执照、税务登记证、食品卫生许可证等证件复印件并加盖合同公章。

2.2 乙方须遵守甲方所认定的销售区域，参照甲方指导价格销售甲方的产品，严禁跨区销售，低价倾销或抬价销售，谋取暴利。

2.3 乙方须按甲方要求全品项销售甲方指定产品，合理控制库存，保证代理区域内指定客户的销售品项的完整性。有预算、有计划的安排，及时向甲方汇款订货。

2.4 乙方须配合甲方区域代表核查乙方库存及乙方客户资料，开展区域市场管理、市场营销、市场拓展等活动。

乙方仓库库存商品保质期需在三分之二以上，期内商品由乙方自行处理。乙方需完成库存清点、指定客户移交后方能提出留余款项结算。

第六条：储运和提货及退货

1、 由内在质量、包装等问题而造成无法销售的指定产品，甲方给予正常调 换。

2、 乙方代理区域内指定客户出现指定产品滞销，须甲乙双方协商后，方可 退货。退货商品须是乙方仓库内保质期为三分之一以上的未开箱滞销 商品，退货运输费用由乙方承担。

第七条：销售目标事项

1、 乙方在经营中，有义务优先向客户推荐甲方系列产品，同时负责做好甲方 产品的售前、售中、售后服务工作，维护甲方品牌的声誉，树立良好的产品及企业形象。

2、 乙方需确保按期按量，积极完成双方确定的销售指标(详见销售目标协议书)。

3、 甲方须配合乙方完成进场铺市工作，双方协商处理、共同承担前期指定 客户进场产生的费用，以进场协议为最终解释权。(详见进场协议书)

第八条：忠诚度及违约责任

1、乙方在代理甲方产品期间，必须处处维护甲方的利益和形象，不得跨区域销售(甲方同意调拨除外)更不得有意低价冲击市场;一经发现甲方有权终止双方未到期限合同并没收代理区域保证金。

第九条：合同生效、违约、仲裁及变更

1、本代理合同有效期为三年，在附件一有效期的基础上成立。本合同期限届满，双方如不再续约，本合同自然终止。本合同之前，其它约定与合同相抵触的，一律以本合同为准。

2、在本合同履行过程中发生争议，甲乙双方应友好协商解决，如协商不能达成一致，交由甲方所在地人民法院裁定。

3、本合同条款的任何变更，增删，可由双方另行书面补充协议，补充协议与本合同具有同等法律效力。

第十条：其它

1、本合同附件是本合同不可分割的\'部分与本合同具有同等的法律效力。

2、本合同一式两份，甲乙双方授权代表签字、盖章后即生效，甲乙双方各执一份。

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

**产品销售代理合同经典篇四**

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

我单位（甲方）注册的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_商标，因业务需要，特委托\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（乙方），在中国境内，为其进行\_\_\_\_\_\_\_\_商标监测代理的法律事宜。此合同（或电子合同）受中华人民共和国相关法律法规保护。

一、监测目的`：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

二、监测内容：甲方提供注册商标证、营业执照或申请人身份证复印件各一份。乙方全面监测甲方同类商标的品牌名称或品牌图案，及时发现恶意抢注、无意抢注相似商标或他人恶意贴牌的违法现象发生。

三、监测时间：从\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日到\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止。

四、沟通方式：乙方在商标监测期间，若监测到有关甲方同类相似商标申请时，须及时通知甲方并经双方尽快协商后，代为甲方办理商标异议法律事宜（商标异议费另计），以第一时间对他人恶意抢注、贴牌或无意抢注的相似商标提出异议，全方位保护甲方的知识产权。

五、监测费用：商标监测费\_\_\_\_\_\_元类标年。商标监测共\_\_\_\_\_\_\_\_年，合计\_\_\_\_\_元。

六、付款方式：甲方将全款汇入乙方指定账户，并将汇款单传真到乙方，乙方确认后开始为甲方执行本代理合同的高质服务。

七、违约责任：乙方有权在商标监测到期后，停止为甲方进行商标监测。乙方为甲方进行商标监测期间，出现商标异议即他人相似商标注册成功时，乙方全额赔偿甲方商标监测费用。双方均不得泄露该计划秘密，违者处罚总款\_\_\_\_％。

八、仲裁：以上合同内容，双方在执行过程中，产生争执时应及时协商解决；经双方努力未能满意解决之纠纷，应提交双方确认的仲裁机构进行仲裁。

九、其它：未尽事宜，双方签订补充协议，与本合同具有同等法律效力。

十、本合同一式二份，甲乙双方各执一分，代表签字盖章后生效。

日期：日期：

**产品销售代理合同经典篇五**

第一条 约因

代理人优先在下列指定地区(简称地区)推销新产品：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第二条 代理人的职责

代理人应在该地区拓展用户。代理人应向制造商转送接收到的报价和定单。代理人无权代表制造商或签订任何具有约束的合约。代理人应把制造商规定的销售条款(包括装运期和付款)对用户解释。制造商可不受任何约束的拒绝由代理人转送的任何询价及订单。

第三条 代理业务的职责范围

代理人是\_\_\_\_\_\_\_\_市场的全权代理，应收集信息，争取用户，尽力促进产品的销售。代理人应精通所推销该产品的技术性能。代理所得佣金应包括为促成销售所需费用。

第四条 广告和展览会

为促进产品在该地区的销售，代理人应刊登一切必要的广告并支付广告费用。凡参加展销会需经双方事先商议后办理。

第五条 代理人对用户的财务责任

代理人应采取适当方式了解当地订货的支付能力并协助制造商收回应付货款。通常的索款及协助收回应付贷款的开支应由制造商负担。

未经同意，代理人无权也无义务以制造商的名义接受付款。

第六条 用户的意见、代理人的作用

代理人有权接受用户对产品的意见和申诉，及时通知制造商并关注制造商的切身利益为宜。

第七条 向制造商不断提供信息

代理人应尽力向制造商提供商品的市场和竞争等方面的信息，每4个月需向制造商寄送

工作报告

。

第八条 保证不竞争

代理人不应与制造商或帮助他人与制造商竞争，代理人更不应制造代理产品或类似于代销的产品，也不应从与制造商竞争的任何企业中获利。同时，代理人不应代理或销售与代理产品相同或类似的(不论是新的或旧的)任何产品。

此合约一经生效，代理人应将与其他企业签订的有约束性的合同告知制造商。不论是作为代理的或经销的，此后再签订的任何合同均应告之制造商，代理人在进行其他活动时，决不能忽视其对制造商承担的义务而影响任务的完成。

本合同规定在此合同终止后的5年内，代理人不能生产和销售同类产品予以竞争，本合同终止后的一年内，代理人也不能代理其他类似产品，予以竞争。

所有产品设计和说明均属制造商所有，代理人应在合同终止时归还给制造商。

第九条保密

代理人在合同有效期内或合同终止后，不得泄露制造商的商业机密，也不得将该机密超越合同范围使用。

第十条 分包代理人

代理人事先经制造商同意后可聘用分包代理人，代理人应对该分包代理人的活动负全部责任。

第十一条 工业产权的侵犯

代理人应观察市场，如发现第三方侵犯制造商的工业产权或有损于制造商利益的任何非法行为，代理人应据实向制造商报告。代理人应尽最大努力并按制造商的指示，帮助制造商使其不受这类行为的侵害，制造商将承担正常代理活动以外的此类费用。

第十二条 代理人独家销售权的范围

制造商不得同意他人在该地区取得代理或销售合同产品的权力。制造商应把其收到的直接来自该地区用户的订单通知代理人。代理人有权按第十五条规定获得该订单的佣金。

第十三条 向代理人不断提供信息

为促进代理活动，制造商应向代理人提供包括销售情况、价目表、技术文件和广告资料等一切必要的信息。制造商应将产品价格、销售情况或付款方式的任何变化及时通知代理人。

第十四条 技术帮助

制造商应帮助代理人的雇员获得代理产品的技术知识。代理人应支付其雇员往返交通及工资，制造商提供食宿。

第十五条 佣金额

代理人的佣金以每次售出并签字的合同产品为基础，其收佣百分比如下：

\_\_\_\_\_\_美元按\_\_\_\_\_\_ %收佣

\_\_\_\_\_\_美元按\_\_\_\_\_\_ %收佣

第十六条 平分佣金

第十七条 商业失败、合约终止

代理人所介绍的询价或订单，如制造商不予接受则无佣金。若代理人所介绍的订单合约己中止，代理人无权索取佣金，若该合约的中止是由于制造商的责任，则不在此限。

第十八条 计算佣金的方法

佣金以发票金额计算，任何附加费用如包装费、运输费、保险费、海关税或由进口国家回收的关税等应另开发票。

第十九条 佣金的索取权

第二十条 支付佣金的时间

制造商每季度应向代理人说明佣金数额和付佣金的有关商场。制造商在收到货款后，应在30天内支付佣金。

第二十一条 支付佣金的货币

佣金按成交的货币来计算和支付。

第二十二条 排除其他报酬

第二十三条 合同期限

本合同在双方签字后生效，合同执行一年后，一方提前3个月通知可终止合同。如合同不在该日终止，可提前3个月通知，于下年的12月30日终止。

第二十四条 提前终止

如第二十三条规定，任何一方无权提前终止本合同。除非遵照适用的\_\_\_\_\_\_法律具有充分说服力的理由方能终止本合同。

第二十五条 文件的归还

合同期满时，代理人座将第十三条中所述及的由制造商提供的全部广告资料及所有文件归还给制造商。

第二十六条 存货的退回

合同期满时，代理人若储有代理产品和备件，应按制造商批示退回，费用由制造商负担。

第二十七条 未完之商务

合同到期时，由代理人提出终止但在合同期满后又执行合同，应按第十五款支付代理人佣金。代理人届时仍应承担履行合同义务之职责。

第二十八条赔偿

合同因一方违约而终止外，由于合同终止或未能重新签约，则不予赔偿。

第二十九条适用法律

本合同适用于制造商总部\_\_\_\_\_\_\_\_所在国之现行法律。

第三十条仲裁

固执行本合同而发生的任何争执应根据\_\_\_\_\_\_\_\_的法律\_\_\_\_\_\_\_\_仲裁解决。投诉方和被投诉方应各指定一名仲裁员，双方应提名一位公证人。

如两名仲裁员在30天内未能就提名一位主席达成合同，仲裁应有权提名第三名仲裁员为主席。仲裁所作出的裁决是终局的，对双方均有约束力。

第三十一条变更

本合同的变更或附加条款，应以书面形式为准。

第三十二条 禁止转让

本合同未经事先协商不得转让。

第三十三条 留置权

代理人对制造商的财产无留置权。

第三十四条 无效条款

如合同中的一条或一条以上的条款无效，合同其余条款仍然有效。本合同一式两份，双方各执一份。

制造商： 代理人：

签署地：\_\_\_\_\_\_\_\_ 签署地：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日 期：\_\_\_\_\_\_\_\_ 日 期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

董事长：\_\_\_\_\_\_\_\_ 总 裁：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约时间：\_\_\_\_\_\_\_

签约地点：\_\_\_\_\_\_\_

销货方：\_\_\_\_(甲方)

购货方：\_\_\_\_(乙方)

第一条购销双方协商交易的活动，必须履行本合同条款。具体品类(种)，需签订要货成交单，并作为本

购销合同

的附件;本合同中的未尽事宜经双方协商需补充的条款可另附合同书，亦视为合同附件。合同附件与本合同具有同等效力。经双方确认的往来信函、传真、电子邮件等，将作为本合同的组成部分，具有合同的效力。

签订成交单，除上级规定按计划分配成交外，其余商品一律采取自由选购，看样成交的方式。

第二条合同签订后不得擅自变更和解除。如甲方遇不可抗拒的原因，确实无法履行合同，但提出方应提前通知对方，并将“合同变更通知单”寄给对方，办理变更或解除合同的手续。

甲方按乙方指定花色、品种、规格销售的商品，如需变更，由此而产生的损失，乙方负担;如甲方不能按期、按质、按量按乙方指定要求履行合同，其损失，甲方负担。

第三条 成交单中的商品价格，包括名称; 数量;单价;总价;

逾期交货的，如遇价格上调时，按原价执行;遇价格下调时，按新价执行。逾期提货的，遇价格上调时，按新价执行，遇价格下调时，按原价执行。由于调整价格而发生的差价，购销双方另行结算。

第四条运输方式及运输费用等费用， 乙方自行提货，运输费用由乙方自行承担。

第五条各类商品质量标准，甲方严格执行合同规定的质量标准，保证商品质量。乙方提货时应当验收货物。

第六条商品包装，必须牢固，乙方应保障商品在运输途中的安全。乙方对商品包装有特殊要求，双方应具体合同中注明，增加的包装费用，由乙方负担。

第七条商品是否参加承运保险，由乙方自行确定。

第八条货款结算中，坚持“钱货两清”原则，乙方将货款汇入甲方指定帐号内， 日内甲方查询到帐的，乙方可以前来提取货物。也可以通过直接支付现金的方式支付。

第九条甲、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，还应支付赔偿金以补偿其差额。如违约金过分高于或者低于造成的损失的，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、乙两方所签订的具体合同要求，一方未能履行或未能完全履行合同时，应向对方支付违约合同货款总值\_\_\_%的违约金。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.自提商品，甲方未能按期发货，应负逾期交货责任，并承担乙方因此而支付的实际费用;乙方未按期提货，应按中国人民银行有关延期付款的规定，按逾期提货部分货款总值计算，向甲方偿付逾期提货的违约金，并承担甲方实际支付的保管费用。

3.甲方提前交货和多交、错发货而造成的乙方在代保管期内实际支付的费用，应由甲方负担，乙方逾期付款的，应按照人民银行有关逾期付款的规定，向甲方偿付逾期付款违约金。

4.对应偿付的违约金，赔偿金，保管、保养费用和各种经济损失，应在明确责任后，10天内主动汇给对方，否则，按逾期付款处理，但任何一方不得自行用扣发货物或扣付货款充抵。

第十四条甲、乙两方履行合同，发生纠纷时，应及时协商解决，协商不成时，任何一方均可向人民法院起诉。

第十五条本合同一式3份，甲、乙两方各执1份，并送甲方法律顾问备份，监督执行。

第十六条本合同(合同)双方签章，依法生效，有效期为3个月，期满双方如无异议，合同是否延长，再次协商确定。凡涉及日期的，按收件人签收日期和邮局戳记日期为准。

开户银行：\_\_\_\_\_\_\_ 开户银行：\_\_\_\_\_\_\_

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

销货方(甲方)签章：\_\_\_\_ 购货方(乙方)签章：\_\_\_

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

**产品销售代理合同经典篇六**

乙方：\_\_\_

1、甲方向乙方提供其合法的营业执照、税务登记证、卫生许可证，食品销售代理合同。

2、乙方向甲方提供其合法的营业执照、税务登记证、卫生许可证。

3、商超客户的代理，乙方必须具备一般纳税人资格。

4、乙方应对甲方的品牌有足够的了解和认知认可度，且乙方的经营性质应该和甲方的产品属性、销售渠道相吻合。

5、甲方的商品送达乙方仓库，并由乙方验收和向甲方付款后，其商品所有权归属乙方所有，但其商标使用权归甲方所有，乙方不得擅自使用。

6、乙方在合同期内，不得销售与甲方商品所属同类的其他品牌商品，否则甲方有权利提前中止合同，取消乙方的代理经营权。

7、乙方必须对所属区域内的现有客户具备融洽的客情关系和良好的社会关系。

8、乙方必须具备健全的财务管理系统，能及时提供各项真实有效的数据报表给甲方。

1、甲方允许乙方代理经营的销售区域和客户名称：\_\_\_。(见附表1)

2、乙方不得将甲方商品出现在上述区域或者客户之外的范围销售，否则一经发现，甲方有权按照其售价货值金额的30%对乙方进行经济处罚，并责令其限期收回货物。

3、甲方尽量保证乙方的所属客户以及其区域范围内不出现其他代理商或者客户所经营的品牌商品销售，一旦出现，甲方将积极给予协调解决，同时乙方应该给予谅解。

4、在双方合作过程中，乙方所属区域内的未来潜在客户(新开业客户)，原则上由乙方进行经营管理，但是，乙方必须以书面形式向甲方提交申请报告并得到甲方的许可后，方可进场销售。否则，甲方有撤消或者转交乙方对此新客户的经营权。

5、甲方将原有客户交付给乙方，乙方通过对帐和审查无误并同意接收后，所转交客户将来出现的任何差错或者经营合作问题，甲方不再承担任何责任(双方单独另有约定除外)。

1、商标作为中国驰名商标，品牌作为中国商品，更是中国行业老大，连续十年中国市场占有率第一，其固有品牌价值和未来的潜在价值都是不可估量的，集团作为中国农业产业化龙头企业，其未来发展的潜力和品牌价值是商界和企业界所瞩目的。

2、乙方销售甲方产品，有权利和义务维护品牌的形象，并向甲方支付元的品牌保证金，以确保乙方在销售甲方的产品过程中不对甲方的品牌名誉和网络基础建设等方面造成损害。

3、品牌保证金应在自合同签定之日起两日内，向甲方支付，甲方给予开具加盖甲方公章的保证金收据，合同期满5日内，如乙方未违反本合同规定且未做出有损甲方品牌声誉或者市场基础建设的行为，甲方全额返还给乙方。

4、在合同期内，乙方若违反合同，或者给甲方的市场经营造成损失，甲方有权据情扣罚乙方的保证金，乙方必须在5天时间内向甲方交纳补齐所扣罚的保证金。

1、甲方提供给乙方的价格是含税到岸价格。(见价格表)

2、乙方供给商超等各类客户的价格完全遵照甲方规定的价格执行，乙方不得擅自更改任何价格(允许乙方的销售价格高于甲方规定价格10%以内)。(见附表1)

3、甲方不向乙方提供特定规格的或者贴牌商品。

4、如果乙方对于甲方的某些商品不愿意代理，甲方可转交给其他代理商代理。

5、因乙方不执行或者低于甲方规定的\'各级外销价格，造成货物向其他地区的窜货的，乙方需完全承担一切损失和责任。

6、乙方有责任规范和管理好所属区域的下级客户的价格体系，一旦造成窜货行为或者不良的低价影响或者遭到其他地区客户的投诉，乙方应承担完全责任。

7、乙方因低价供货造成下属终端客户的零售价低于市场正常零售价格，而遭到同一区域其他代理商或者终端客户投诉或者索赔的，乙方应承担完全责任和损失索赔。甲方有权对其做出相应的经济处罚。

8、乙方因节假日或者其他庆祝活动或者为图商品增销量或者为宣传商品或者为处理积压库存等目的需要在特定时间范围内，特定地点，或者限定销量的前提下，需要进行特殊价格销售的，必须最少提前四天向甲方报批申请，并取得甲方书面同意后，方可执行。

9、因甲方原材料价格或者生产等原因，需要对出厂价格统一上调或者下调的，乙方应该给予配合支持，甲方应提前15天通知乙方，乙方须在接到通知30日内，全面按照甲方的要求调整对外销售价格，并执行完毕。

1、甲方向乙方提供的商品属于符合国标的合格商品，并向乙方提供所有商品质量检测报告书的复印件。

2、乙方进购甲方的商品后在保质期内，任何因甲方自身质量原因造成的相关损失和关联到的赔偿由甲方承担一切经济和法律责任。

3、因乙方自身保管或者运输等原因造成的商品质量损害及造成的相关损失和关联到的赔偿事宜等，由乙方承担一切经济和法律责任。

4、乙方经营期间，通过甲方同意后，在一些乙方经营区域所在地各级职能部门所做的关于产品质量方面的检测，或者当地政府职能部门自行抽查，其检测费用由甲方承担。

1、甲方根据乙方的定单，将货物送达乙方仓库，乙方保证在收到定单小时内将货物送达乙方的固定仓库，仓库地点：\_\_\_。

2、乙方定单的每次最低定货金额：\_\_\_元，否则甲方不予安排送货。

3、乙方要求自行提货的，甲方给予乙方成本价格的运费补贴。

4、乙方自提货物或者收到甲方来货，必须当面清点数量和检查货品质量，无误，即给予签署甲方的发货单据，乙方提货离开甲方仓库或者甲方送货人员离开乙方仓库，甲方即不对货物的非生产质量问题和数量缺少负责。

5、乙方在收到货物15天时间内发现批次质量问题的，可通知甲方退换货。

6、甲方保证乙方正常销售经营状态下的货物供应，因甲方原因如公路或者铁路运输等不可控制因素造成的货物暂缺，乙方应该给予谅解，甲方也应全力保障好乙方的货物供应，并经常向乙方通报货物库存情况，并对畅销量大商品实行“15天预警”控制，将货物缺口造成的销量损失，降到最低极限。

7、乙方计划做促销活动时，必须提前20天以书面形式向甲方提出申请计划，以便甲方能够及时备货。

8、旺季或者重大节假日来临前一个月，甲、乙双方应就库存备货，加强沟通，对市场需求作好预测，提前做出合理的备货计划准备。

9、由于滞销原因，导致乙方个别单品货物库存积压，在保质期到达前三个月时间内、且商品质量完好，甲方允许给予折价退换货物。

10、由于包装破损原因造成乙方货物无法正常销售，如果产品内在质量完好，甲方给予乙方退换货。(鼠损虫咬商品，甲方一律不给予退换货)

11、系列产品，需乙方自行妥善保管和运输，由于破损原因，甲方不给予退换货。

12、产品如果由于滞销原因造成积压，必须要求在保质期到达前五个月，且商品内外包装完好无损，内在质量完好无损，甲方可允许折价后退换货，否则，由乙方自行承担损失。

1、乙方负责对所属区域内的所有客户的对、结帐和供、退货服务工作。

2、乙方应最少固定部送货车和名固定业务人员做好甲方产品的市场维护服务工作。

3、乙方必须配备足够的业务人员和理货人员，加强对甲方产品排面的理顺，乙方保证甲方产品的排面在同类商品中位置，单品排面最多，乙方保障每个客户的货架上单品不缺、货物不缺。

4、乙方应保证在接到客户定单24小时内，将货物送达。

5、乙方不得以人员或者车辆紧张原因为借口，延误送货。

6、乙方不得以客户定单数量少等原因为借口，而拖延或者不予送货。

7、对于商超等客户要求的退换货，乙方应该及时给予服务到位。

8、乙方保证所属区域范围内的ka卖场的进场率达到90%。

9、乙方保证所属区域范围内各类终端网点的进场覆盖率达到70%以上。

1、甲方对乙方实行现款现货的结算方式，甲方在确认乙方的货款到帐后，方可给乙方发货。

2、对于前期甲方在商场等客户的未尽应收帐款，其债权转由乙方接收，乙方须在合同签定三天内以现款方式付给甲方，或者同甲方签定前期货款付款计划表(作为本合同有效附件)，或者由甲方自行向原客户收取。

3、乙方对甲方的付款方式可以是：\_\_\_现金、支票、电汇、银行汇票方式。

4、甲方向乙方提供相应税率的增值税发票。

5、现金结算，甲方向乙方提供明确的货款结算专人身份证明，甲方其他任何业务人员无权前往乙方处结算货款，并且必须持有合法的、完善的相关结算票据，否则甲方不予以承认。

6、乙方每月日必须配合甲方对上月双方发生的销售、付款及费用进行详细对帐。

7、如果乙方拖欠甲方货款，甲方有权利对其停止发货。

1、甲方根据市场需要，在一些大型卖场采取特价、赠送、免费品尝、海报等常规促销活动，应提前将计划方案通知乙方。

2、对于甲方在全国或者全省或者全市统一的大型促销或者展示活动，乙方应该提前做好人力和物力上的准备，并全力配合好甲方的活动。

3、对于甲方安排的促销计划，乙方应该全力配合执行，协同甲方谈判压缩各类费用，安排场地、提供物力支持和人员支持等。

4、甲方可以根据市场需要和乙方的申请，给予乙方所属卖场配备一定数量的专职或者兼职促销人员。是否配备促销员或者配备数量由甲方决定。

5、乙方的任何新商品进店或者新开业商超进店，有可能产生甲方应该承担的费用项目的，必须事先征得甲方同意。

6、乙方的任何宣传促销活动计划，有可能产生甲方应该承担的费用项目的，必须事先征得甲方同意和认可。

1、甲方的新产品如系列，甲方按照进货比例，免费配发不干胶张贴画、双面宣传单页、笔记本、餐巾纸、手提袋、促销台等宣传品。

2、今后甲方将继续设计制作增加促销品的种类，如促销员统一着服装、雨伞、展示架等等各类促销宣传品。

3、甲方将根据乙方市场的实际运作情况，确定是否给予乙方市场一定的广告宣传支持。

4、甲方对乙方所属区域的广告投入，由甲方人员直接操作投入，乙方不接触投入费用，但乙方应该全力配合甲方的信息收集、价格费用谈判、人力支援及提供合理的广告投入建设性建议。

5、今后甲方可能对乙方市场进行广告投入的方式主要是电视广告、公交车体广告、报纸广告和城市广告牌等方面。

1、甲、乙双方的商超客户转户，如果需要产生费用的，由甲方承担，乙方应全力协调客情将该费用压缩到最低。

2、甲方的常规产品销售，甲方不提供任何促销品宣传品，基本不做广告宣传投入。

3、乙方在和客户对帐、结算过程中出现的误差或者卖场耗损或者货物丢失、商品价差、罚款等等费用，由乙方自行承担。

4、乙方在经营过程中产生的所有运营费用，甲方不予以承担，任何商场扣点和年节庆费、开业费、赞助费等等商超杂费，甲方不予承担，应由乙方完全承担。

5、乙方在经营过程中出现的呆死帐或者以物抵货款等，甲方一概不予以承担。

6、甲方承担新商品的单品进店(条码)费用(若费用较大，双方协商分担)。

7、甲方承担卖场促销人员管理费(若费用较大，双方协商分担)。

8、促销员的销售提成由乙方承担。

9、甲方承担促销员基本工资及试吃品和物料费用(若费用较大，双方协商分担)。

10、甲方承担卖场的堆头、端架、海报费用(若费用较大，双方协商分担)。

11、促销期间的折价让利或者免费赠品费用，由甲、乙双方协商承担，要求乙方在促销期间的销售毛利率(扣除商超各类结帐扣点后)不得超过5%。

12、乙方应充分发挥大型代理商的规模优势和客情优势协助甲方进行关系沟通和谈判，将需要甲方承担应支付的各项费用压缩到最低。

13、甲方明确给予乙方在每个商超的最低年促销次数(客户年促销计划表)。

14、乙方向甲方申请的促销、宣传费用投入，必须向甲方提供正式的费用发票，并附带详细的费用清单表，并及时将销售数据和效果评估报告上报甲方。

15、乙方向甲方提供的费用，必须实事求是，否则，甲方有权利拒付费用，并对乙方做出同等金额的罚款。

1、本合同签定三个月后，甲、乙双方协商制定乙方的年销售任务，乙方必须保障年销售任务基数完成，否则甲方有权利中止和乙方的代理合同(年销售任务的文件作为本合同的有效附件)。

2、在经营过程中随着乙方客户的增加和减少或者其他等不可预计因素的出现，甲、乙双方可以协商调整任务基数额。

3、甲、乙双方的销售任务超额奖励，可以单独签定协议书作为本合同的有效附件。

1、甲方有义务主动协助乙方协调好同商超卖场的各级客情关系。

2、甲方应及时向乙方提供各类优秀的促销方案。

3、甲方对乙方的经营行为有监督指导权。

4、甲方负责对促销人员的管理和培训工作，同时具有对乙方业务人员进行培训的义务。

5、甲方有权利随时核查乙方的经营帐目和费用(限甲方产品)。

6、甲方有权利给乙方制定特殊时期或者情况的指导销售价格，乙方应遵照执行。

7、乙方应该对甲方的价格、销量、政策、计划方案等商业秘密，给予严格保密，否则一旦造成不必要的损失或者影响，乙方应承担完全责任，并赔偿甲方相关损失(包括无形资产损失)。

8、乙方应该定期向甲方提供甲方产品的销售数据报表、客户档案资料。

9、乙方应该及时将市场综合信息反馈提供给甲方。

10、乙方有义务维护好甲方的市场网络和品牌基础建设。

11、乙方应该服从甲方对市场方面的统一号召及相关指导政策和规定。

12、乙方不得对甲方的各项核查工作予以刁难或者不配合。

1、甲、乙双方应严格遵守本合同的约定事项，在本合同明确规定的处罚事项，按照本合同规定执行，本合同未明确的违约处罚事项，双方可商定，但处罚金额最低限度标准为元。

2、乙方在经营过程中有明确违反本合同规定，且性质严重的，甲方可提前终止合同。

3、乙方在经营过程中对甲方的市场或者品牌造成损害或者损失的，或者消极、敷衍销售，造成市场份额严重下滑的，乙方应承担相关赔偿，同时甲方有权利终止合同。

4、乙方在经营过程中背离甲方原则规定，不服从甲方对市场的统一运作规划管理的，甲方有权利终止该合同，收回乙方的产品代理权。

1、本合同自签定之日起有效期限壹年，合同签定时间：\_\_\_。

2、合同期满甲、乙双方可重新谈判合同条款，继续签定合作合同，同等条件下，甲方给予乙方优先签定权。

3、中途解除合同或者合同期满不再续签合作的，甲、乙双方应将相互之间的合同约定费用以及货款等事宜在15天时间内两清，如乙方要求清退甲方货物的，甲方应给予清退，并于清退完完毕后15天内付清乙方的退货款项(限商品质量完好无损)。

1、甲、乙双方除本合同之外的任何书面形式、且手续齐全的补充约定，在本合同有效期内均可作为本合同的有效附件，甲、乙双方应给予承认。

2、本合同未尽事项，双方协商解决，未果，交由甲方所在地法院裁决。

3、本合同签署地：\_\_\_山东省莱阳市龙旺庄镇龙大集团公司驻地。

4、本合同一式四份共计六页，涂改或者复印无效，甲、乙双方各执两份。

5、本合同自双方签定之日起生效。

6、在以后合作过程中通过双方协商补签或者修改的一切正规书面协议内容，均告有效。

7、补充事项添加：\_\_\_甲方：\_\_\_食品有限公司乙方：\_\_\_

法人：\_\_\_法人：\_\_\_

代表人：\_\_\_代表人：\_\_\_

开户银行：\_\_\_开户银行：\_\_\_

帐号：\_\_\_帐号：\_\_\_税号：\_\_\_税号：\_\_\_

电话：\_\_\_电话：\_\_\_

传真：\_\_\_传真：\_\_\_

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

**产品销售代理合同经典篇七**

甲方：

乙方：

甲、乙双方经友好协商，以自愿、平等互利为原则，就乙方经销甲方“”牌全自动麻将桌的事宜，双方达成如下协议：

1.甲方同意乙方以“贵州永丰七星科技电子有限公司经销点”的名义对外营业，但乙方不属于我公司的分支机构，经销点财务独立核算。

2.乙方必须设立与经营规模相适应的经营场所。同时乙方在经营过程中，必须服从甲方的统一政策、统一形象、统一价格和统一服务方面的要求。3.乙方与甲方签定合同后，乙方应派遣一名员工到甲方进行麻将桌的安装、维修等技术学习（学习费用由乙方承担），当乙方不能修理麻将桌故障时，由甲方安排一名人员到乙方辅助维修，维修实际出差费用由乙方承担。

4.甲方有义务提供相关资料帮助乙方办理各项经营手续，并提供销售的相关宣传资料。

5.合同期间乙方不得以任何形式经销甲方品牌产品以外的其它产品，如违反本条，甲方一经发现，甲方无条件将乙方其它品牌麻将桌作没收处理，乙方无条件同意甲方没收乙方的甲方品牌产品以外的其它产品。并处xx元/台的违约责任收取乙方违约金。6.配件实行以旧换新的制度，但购买超过一年的配件不能以旧换新，乙方将损坏的配件寄还甲方，由甲方重新配寄新配件。

7.产品的品种、型号、规格由订单、收货单确定，最终以收货单为准。8.甲方以低价发货给乙方，运输费用由乙方承担。

9.运输过程中货物残损，乙方在验收时发现短少或包装上有缺陷，导致影响销售，应立即与我公司业务负责人联系，并经送货的部门签名作证；乙方有义务提供有关单证给甲方，以便甲方向运输公司索赔，如乙方没有注明或不履行提供单证义务的，甲方视乙方为全部签收正确。货品的质量如乙方有异议，应在收货后7天内用书面方式提出，否则视为接受，甲方承诺所有产品自出货当日起如有质量问题一个月内包换（一个月期限为甲方出货当日至甲方收到返修产品当日）。

10.甲方向乙方的供货价格以甲方制定的代理商价格为准，如有变动，以实际调价为准。11.为确保发货及时，乙方必须提前三日向甲方提出订货计划，并将货款汇入甲方的指定帐户，甲方收款后负责将产品发放到乙方指定的接收地，乙方自行提货。12.经友好协商，甲、乙双方可以变更合同。13.如合同终止,乙方退还甲方提供给的所有产品,甲方按照乙方当时进货价退款给乙方。并且乙方无条件返还甲方向乙方免费提供的所有物品及证书资料等。

14.本协议期满后，由双方协商是否续签本协议。15.本协议发生争议，双方以友好协商的方式解决，协商不成时，可向乙方所在地人民法院提起诉讼。16.其它补充事项：。17.本协议有效期：自本协议签定后至年月日止。18.本协议一式二份，甲乙双方各执一份，签名盖章后即生效。

甲方：贵州永丰七星科技电子有限公司

乙方：代理人：代理人：地址：地址：

电话：电话：

传真：传真

:年月日年月日

**产品销售代理合同经典篇八**

协议号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_供货人（以下称甲方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_销售代理人（以下称乙方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_甲乙双方本着互惠互利的原则，经友好协商就合作经销甲方产品及对其产品提供技术服务等事宜达成如下协议：

1、合作范围

1.1甲方授权乙方在指定区域内作为甲方的代理商，销售（品牌）商务通信产品如下；）授权代理产品：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（以下简称“产品”）；）授权区域包括：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（以下简称“指定区域”）。

1.2以上指定区域非乙方专享的，甲方有权发展其他代理商。

1.3未经甲方批准，乙方不能授权下级的代理商。

2、销售指标及合作期限

2.1乙方同意在签署本协议后的首批定货金额为人民币\_\_\_\_万元整（b\_\_\_\_\_\_\_\_），需全款付给甲方）。其后在每季度的定货金额不低于人民币\_\_\_\_万元整（b\_\_\_\_\_\_\_\_）。

2.2本协议自签字后生效，至20\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日终止，经考核可转为一级代理商。

3、合作原则及规定

3.1乙方作为甲方的代理商，应在指定区域内积极销售甲方的产品，发展潜在客户和扩大市场占有率。在销售代理产品的范围内，应以甲方的产品为主。

3.2乙方在进行销售工作时，不应低价竞争，不可越区销售，不可蓄意诋毁甲方和或其他代理商的名声。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。

4、甲方的权利和义务

4.1甲方应以公平合理的统一价格向乙方供应质量合格的产品，提供产品销售资料\_\_\_\_市场信息，筹划产品的宣传广告、产品演示\_\_\_\_市场推广等。

4.2甲方应对乙方进行商务和工程技术培训和支持，并与代理商一起组建全国性的销售和售后服务网络。甲方作为华北，西北总代，在所管区域内不对最终用户销售。

4.3甲方有权要求乙方提供库存量、产品流向、销售定单和其下级代理商的明细销售网点等，以供甲方审查备案，同时甲方向乙方销售情况和库存。

4.4甲方应对乙方提供的商务信息严格保密，未经乙方同意，不可将其泄露给第三方。

4.5甲乙双方将按约定的销售指标，在每季度考核进度和表现。如不能达标时，甲方可提前1个月以书面通知乙方取销个别或全部指定区域的代理权直至终止本协议。

5、乙方的权利和义务

5.1乙方应在指定区域内须按照甲方拟订的价格规定销售产品，不可以跨区窜货和或低价倾销，如有跨区销售，须与所管区域总代协商联系进货。

5.2乙方不可在指定区域外与其他代理商竞争客户。对于\_\_\_\_\_\_\_\_（品牌）内部客户和其关联企业和甲方的主要客户，乙方不可以使用本协议的产品与甲方或\_\_\_\_\_\_\_\_（品牌）的\_\_\_\_\_\_\_\_系列交换机竞争业务。

5.3乙方可要求甲方给予市场销售和技术服务支持，以及要求甲方共同参于在指定区域内开展的产品宣传和召开演示会。

5.4为了保障用户的利益和\_\_\_\_\_\_\_\_（品牌）的品牌形象，乙方应从甲方直接采购所有产品和相关配套设备软件，以保证产品的技术质量和正常使用。未经甲方批准，不可从第三方进行采购。

5.5乙方应配合甲方建立全国市场信息网，及时提供准确的市场和竞争对手的信息给甲方，在商务活动中积极配合甲方推广和销售通信产品及服务。

6、销售行为规定

6.1产品价格

6.

1.1乙方必须遵守甲方的价格规定，详细价格请参见附件一。

6.

1.2（品牌）将在每年初复议价格规定，甲方将按照\_\_\_\_\_\_\_\_（品牌）的价格规定以书面通知乙方。对于在价格调整前已确认的销售定单，其单价将不于调整。

6.2定货流程

6.

2.1在每月度或季度初，乙方必以格式采购单的形式发给甲方。每个采购单必须列明数量、产品类型和交货时间。采购单可能还会附有关于采购、运输的其他条款以及其他事先书面约定的条件。

6.3付款条件

6.

3.1乙方应在采购单确认后的三（3）天内把总价百分之三十（30%）的定金汇到甲方指定帐户，并将汇款单传真给甲方，余下百分之七十（70%）的余款应在发货前一次付请，甲方在收到全额货款后安排发货。如乙方不按本付款条件支付定金和余款，甲方有权把约定的发货期顺延。

6.4交货期

6.

4.1甲方应在收到合同定金后的三十（30）天内安排发货，如对交货安排有特殊要求，甲乙双方可以协商解决。在运输途中如发生货物丢失和损坏的情况，将由甲方负责。

6.5保质和售后服务

6.

5.1甲方对售出产品提供十五个月（15）的保质期，从货物发出当天始算。在保质期内，如产品在正常工作下发生故障，甲方将对产品提供维修服务，乙方须负责送修一程的运输费用。如由于人为或者是操作不当或自然损耗灾害而产生的故障，乙方须负责全部的维修费用，并支付由此而产生的一切运输费用。

6.

5.2如由于产品的设计和或制造缺陷和或软件瑕疵而发生的产品故障，甲方将负责维修，乙方须负责送修一程的运输费用。

6.

5.3在保质外，甲方将收取不高于产品代理价格百分之二十（20%）的维修费用和相关的运输费用等，维修后的硬件将享有六（6）个月的保质期。

6.

5.4乙方须把需要维修的板子集中并按保质期分类，在每月初批量送往甲方。甲方将在收到板子后检查损坏情况，在三十天（30）天内完成维修并通知乙方，乙方须在收到通知后的七（7）天内支付相关的维修费用。在维修费用尚未清付前，甲方有权不于退还有关板子。如乙方在收到通知后的三十（30）天内尚不能支付相关的维修费用，甲方有权自行对送修的板子作出处理，以补偿甲方的维修费用和相关支出等。

6.

5.5对于不能修复的板子，甲方将通知乙方征求处理意见，如乙方未能在通知发出后的三十天（30）内作出回复，甲方有权自行处理不能修复的板子，乙方无权追究。

6.

5.6乙方需为用户提供良好的销售和技术服务，培训足够的合格工程人员提供现场的产品安装和维修服务，并贮备足量的备品备件以满足客户的维修和更换需要。

6.6反窜货、反低价管理

6.

6.1乙方将甲方的产品发往指定区域以外的地区和接受外地定单的行为称之为窜货。

6.

6.2甲乙双方应详细记录产品的序列号及收货单位代理商，以便跟踪产品的流向和监督窜货行为。

6.

6.3甲方有权监督乙方并审查销售定单和发货记录，如发现任何窜货行为，甲方可以处罚乙方以补偿受到侵害的代理商。

6.

6.4窜货赔偿金将以窜货价款的100%作为罚金，以代理价计算，其中罚金的50%将直接支付给被窜货方，作为对被窜货方的补偿。如乙方在受到外地货源冲击时，有权根据甲方的规定从窜货方获得同等的赔偿。

6.

6.5乙方在举证他人窜货行为时，应提供产品购物发票、序列号和其他有效证明，并以客观诚实的态度进行举证。

6.

6.6乙方应按照甲方的价格体系在指定区域内进行销售，防范和制止任何低价倾销行为。

6.

6.7如遇严重的窜货行为和低价倾销，甲方有权立即取消乙方的代理商资格，并追究其经济责任。

7、商标使用未经书面批准，乙方无权使用商标和或文字标志。

8、保密责任

8.1出于本协议的目的，乙方仅拥有为实施合作而参阅甲方提供的保密资料的权利。

8.2乙方承诺不会将该等保密资料用于非本协议之目的，不会使用、披露或允许任何第三方使用，并且不会向其乙方员工泄露任何属于甲方的保密资料，除非该等员工有必要为工作的缘故而掌握该等保密资料。

8.3乙方将对由于前述原因而掌握及了解甲方的保密资料的员工签署与此相同或相似的保密协议书，并将采取一切合理措施保护该等保密资料，以免使之为非双方确定的合作内容下允许了解及掌握保密资料的员工所使用或为公众掌握及了解。

8.4本协议下甲方将保密资料交由乙方，并非意味着甲方授予乙方任何专利或版权的权利，或意味着乙方对该等保密资料拥有任何其它权利。

8.5上述保密期限自本协议生效之日起至双方代理关系结束之日起三（3）年内持续有效。

8.6如果本协议终止，乙方应在终止之日起十（10）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。乙方并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，且乙方不得再以任何方式以甲方的品牌或名义进行商务活动。

8.7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。

9、生效及协议的解除

9.1本协议自双方签字盖章后生效。自本合同生效之日起将取代以前所有的口头或文字协议。

9.2任何一方如不履行本协议中规定的义务或违反本协议中的有关规定，另一方应及时以书面形式通知违约方停止该行为。如违约方在接到要求改正的通知后十五（15）天内仍未改正，发出通知的一方有权立即终止本合同，并要求违约方对因此造成的损失进行赔偿。

9.3任何一方可在本合同的有效期内提前三（3）个月以书面形式通知另一方终止本合同。如发生以下情况，甲方有权随时以书面形式通知乙方终止本合同：

9.4乙方破产或已收到破产令，或进行整顿；

9.5乙方的股东方或控制方发生变更或乙方的业务被转让给其他方。

9.6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十（10）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。在事件发生后九十（90）天内事件仍未消除的，双方可书面协商解除本合同。上述不可抗力是指包括但不限于天灾、政府行动、战争等无法预料和控制的39;突发事件。

2、部分失效本合同任何部分的失效不影响合同剩余部分条款的效力。1

3、协议的标题本协议的标题仅起标识作用，不应影响本协议或任何部分的解释。1

一、价格规定附件

**产品销售代理合同经典篇九**

甲乙双方本着友好自愿、平等、互惠互利、诚实信用的原则，经充分友好协商，就乙方将销售代理甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品的.相关的事宜，订立了以下合同条款，以资共同恪守履行。

一、代理区域

1、乙方的代理的区域为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区。

2、代理区域的扩大或缩小的条件及方法：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

二、代理产品

1、乙方代理销售甲方的产品为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2、代理商品种类增减的条件及方法：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3、约定新产品（是/否）包括在内：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

三、代理权限

1、甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的独家代理商，全面负责该地区的销售和经销商管理。

2、甲方不得在乙方代理区域内另设其他代理或经销商。如出现上述情况，甲方须退还乙方保证金，乙方有权立即终止代理合同及得到相应补偿。

3、乙方严禁跨区域窜货，对有跨区域窜货行为的乙方，甲方将取消其代理资格，本合同将自动终止。

4、乙方在代理经营甲方产品的同时，必须禁止经营其他对甲方有竞争有冲击的同类产品。否则甲方有权追究乙方的违约责任。

5、对于乙方代理的销售区域，乙方可以根据实际情况制订销售政策，原则上甲方不予干涉，但乙方对于自己以及下属经销商的经销行为负无限连带责任。

四、代理期限

1、本合同的代理期限为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，从本合同签订之日起至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日止。双方可根据本合同的约定提前终止或续期。

2、乙方要求对本合同续期的，应至少在本合同期限届满前提前\_\_\_\_\_\_\_\_\_个月向甲方书面提出。甲方同意的，与乙方签订续期合同。

3、甲、乙双方约定，在本合同期限届满时，乙方满足以下条件可以续约：

（1）较好地履行了本合同的义务，没有发生过重大违约行为；

（2）已经向甲方支付了到期的全部款项；

（3）签署放弃可针对甲方提起诉讼和仲裁的文件；

（4）同意向甲方支付\_\_\_\_\_\_\_\_\_元的续约费；

（5）\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

五、最低代理销售额

乙方承诺每月向甲方的订货量为\_\_\_\_\_\_\_\_\_，乙方保证一个会计年度的营业收入均不得低于\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。如果连续\_\_\_\_\_\_\_\_\_年不能完成销售指标的，甲方有权取消乙方代理资格。

六、代理商品价格

1、配送价格：甲方向乙方统一配送产品的价格，按照成本价格加管理费的办法确定，但管理费最多不得超过成本价格的\_\_\_\_\_\_\_\_\_%.成本价格由进项价格、进项税、包装费、运费及\_\_\_\_\_\_\_\_\_构成。甲方除向乙方收取资格审查费和销售返利以外，不得向乙方收取其他费用或牟取任何利益。

2、销售价格：乙方应当按照甲方建议（规定）的零售价格销售产品（服务）乙方不得擅自调整规定的产品销售价格或以收取\_\_\_\_\_\_\_\_\_费用等方式变相加价。如果甲方建议（规定）的零售价格不符合本地区市场情况，乙方需调整销售价格时，应当向甲方报告。甲方应当根据系统的统一性要求和乙方所处地区的市场情况综合考虑，作出调整价格的决定。

七、佣金

1、乙方的佣金以每次售出并签字的协议产品为基础，其收佣百分比如下：\_\_\_\_\_\_\_\_\_元按\_\_\_\_\_\_\_\_\_%收佣；\_\_\_\_\_\_\_\_\_元按\_\_\_\_\_\_\_\_\_%收佣。

2、佣金以发票金额计算，任何附加费用如包装费、运输费、保险费、海关税或由进口国家征收的关税等应另开发票。

3、佣金按成交的货币来计算和支付。

4、甲方每季度应向乙方说明佣金数额和支付佣金的有关商务，甲方在收到货款后，应在30天内支付佣金。

5、乙方所介绍的询价或订单，如甲方不予接受则无佣金。若乙方所介绍的订单合约已中止，乙乙方无权索取佣金，若该合约的中止是由于甲方的责任，则不在此限。

八、商情报告

1、乙方有权接受客户对产品的意见和申诉，并及时通知甲方，以关注甲方的切身利益为宜。

2、乙方应尽力向甲方提供商品的市场和竞争等方面的信息，每\_\_\_\_\_\_\_\_\_个月需向甲方寄送工作报告。

3、甲方应向乙方提供包括销售情况、价目表、技术文件和广告资料等一切必要的信息。甲方还应将产品价格、销售情况或付款方式的任何变化及时通知乙方。

九、推销、宣传与广告

1、乙方是\_\_\_\_\_\_\_\_\_市场的全权代理，应收集信息，争取客户，尽力促进产品的销售。

2、乙方有义务通过广告活动，宣传代理产品（服务），并按照本合同的规定负担广告与宣传费用。

甲方（被代理人）

法定住址：

法定代表人：

职务：

委托代理人：

身份证号码：

通讯地址：

邮政编码：

电话：

乙方（代理人）

法定住址：

法定代表人：

职务：

委托代理人：

身份证号码：

通讯地址：

邮政编码：

电话：

**产品销售代理合同经典篇十**

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

\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称甲方)与\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称乙方)，本着平等互惠的原则，经友好协商，就乙方作为甲方的代理商代理事宜，达成如下协议：

1.具有法人资格，固定的营业场所，有一定的付款能力。

2.与当地教育部门有良好的关系。

3.严格遵守甲方的代理销售策略及本协议有关规定。

4.具备以上条件，第一次定货数量不少于\_\_\_\_\_\_\_\_\_套，以后每次定货数量不少于\_\_\_\_\_\_\_\_\_套。签定本协议，填写\_\_\_\_\_\_\_\_\_，即可取得相应代理资格。

1.甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_，地区为\_\_\_\_\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_\_\_\_\_市，期限从本协议签订之日起到\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月日止。

2.乙方为甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_软件及\_\_\_\_\_\_\_\_\_系列产品的代理商，享受代理商代理价格。

1.在乙方提交订货计划的前提下，甲方负责保证足够的货源。

2.甲方在一定范围内为乙方提供一定数量的宣传材料。

3.在协议期间，甲方根据乙方的销售数量和实际情况，有权终止乙方代理资格。

4.乙方的合法销售用户递交的用户登记表经甲方确认后，即成为甲方的注册用户，注册用户可享受相应的网上服务和软件升级服务。

5.甲方对乙方的商业行为和法律行为及经营不善所造成的损失不承担责任。

1.乙方须按实际情况填写\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

2.乙方在代理区域内以合法方式销售产品。乙方未经甲方同意，不得与其他企业签定经销同类商品的合同。

3.乙方必须尊重甲方的知识产权。

4.乙方销售的产品均须由甲方合法获得，保证决不对甲方产品复制，拷贝。

5.乙方在代理销售甲方产品时，应主动要求用户认真填写用户登记表，并及时反馈给甲方。

6.经甲方同意，乙方可在区域范围内设立代理。

7.协议到期或其他原因终止协议，乙方未售出部分可返还甲方，甲方按本协议所定代理价格全额退还。但需扣除邮递等中间费用。

1.甲方对乙方的供货价格，乙方对客户的价格，均由另外的销售价格表确定。甲方因各种原因需变更价格，应于调整前一月通知乙方。

2.签定本协议的代理商无销售任务，可随时按代理商价格到甲方订货。

1.乙方向甲方订货时，须提前一周填写\_\_\_\_\_\_\_\_\_，负责人签字或盖章后，加盖单位公章，传真给甲方。甲方在收到定货单和货款后，于\_\_\_\_\_\_\_\_\_个工作日内发货。

2.结算方式：按定货单结算，款到发货。

2.甲方承担乙方所进代理商品到乙方所在地的铁路费用。

3.乙方在收到货物\_\_\_\_\_\_\_\_\_个工作日之内验货，如有商品破坏，须书面通知甲方;否则视同一次验收合格。

商品的售后技术服务由乙方负责，如乙方确有困难，可请求甲方帮助，所需费用由乙方负担。

1.乙方如违反本协议条款，甲方可随时解除本协议。

2.甲乙双方如发生严重违反本协议条款，严重违背商业道德和法律或损害对方利益，均可以书面形式终止本协议的效力。

1.协议内容的最终解释权在于甲方。

2.变更本协议的条款中任何内容，需有双方签字的正式书面更改文件。

3.甲方对乙方的授权期满后，本协议自行终止。

4.本协议经双方签字盖章后生效，协议到期终止后可以续签。

本协议一式两份，双方各执一份，未尽事宜及双方发生纠纷，双方应协商解决。

**产品销售代理合同经典篇十一**

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

甲乙双方于\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日,就乙方承接甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_区域销售总代理事宜,在互利互惠,优势互补的基础上,经友好协商,达成共识,签订本区域销售代理合同书。具体条款如下：

一、经双方确认：甲方的\_\_\_\_\_\_(此类产品皆适用)具有广阔的市场潜力和发展前景，甲方授予乙方\_\_\_\_\_\_\_\_\_区域的销售代理权，由乙方全权负责该地区的销售和售后服务。

二、权利与义务

1.甲方

(1)甲方向乙方提供产品包装完好无损，并经乙方认可的样品品质的产品。

(2)甲方发货到\_\_\_\_\_\_\_\_\_市，此范围外的运输费由乙方承担。

(3)甲方按乙方订货量的比例免费提供公司统一的宣传资料。

(4)甲方推出新产品、调整市场价格必须提前通知乙方。

2.乙方

(1)乙方需在销售区域内尽力拓展客户，并严格执行甲方的产品政策和价格政策。

(2)乙方尽力维护甲方在当地的公司形象及产品的品牌形象。

(3)乙方应至少每一个月向甲方提供同行及同类产品的情况(包括一些广告资料、价格、销售情况和样品等)，同时应向甲方汇报当地的市场情况和用户意见的详细报告。

三、代理保证

1.为维护市场秩序，保护甲、乙双方的共同利益，甲方对乙方的代理权收取保证金人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元整，乙方严禁跨区域窜货，对有跨区域窜货行为的乙方，甲方将取消其代理资格，本合同将自动终止，同时不予退还市场保证金。

2.甲方不得在乙方代理区域内另设其他代理或经销商。如出现上述情况，甲方须退还乙方保证金，乙方有权立即终止代理合同及得到相应补偿。

3.乙方在代理期间若自动放弃代理权，或无法完成本合同所列相关要求，甲方均有权终止本代理合同，在该地区另寻代理商，退还乙方保证金。

4.乙方在代理经营甲方产品的同时，必须禁止经营其他对甲方有竞争有冲击的同类产品。

5.乙方在合同期满后，如无需续约，在无违反本合同条款情况下，可终止合同，但乙方不得在一年内代理或经营与甲方有同类或对甲方有冲击的产品。

四、退换货

1.为服务广大消费者，乙方在代理区域内经营，若消费者不满意或证实属产品质量问题， 甲方需无条件提供退换货。

五、销售定额

1.\_\_\_\_供货价为\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/公斤，乙方的首批订货量最低为\_\_\_\_\_\_\_\_\_公斤，甲方给予乙方\_\_\_\_\_\_个月的试销期，试销期内至少应达到\_\_\_\_\_\_\_\_\_元的销售额。

2.试销期满，乙方完成甲方要求的最低销售额，本合同正式生效，否则终止。

六、签定本合同后如果\_\_\_\_\_\_天内没有开始执行购货和销售，则本合同自动作废，如果连续\_\_\_\_\_\_个月内未继续购货者，可考虑取消其代理资格。

七、本合同另有不尽事项由甲、乙双方共同协商解决。

本合同一式两份，具有同等法律效应，甲乙双方各执一份。

甲方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 代表(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

产品销售代理合同书样本二

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下称甲方)

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下称乙方)

为拓展销售市场，提高“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”产品的市场占有率，甲方将现生产经营的“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”牌运动手表(含所有表业公司注册的“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”商标的包装品、物)，特许给乙方在 (省、市、县、区)辖区内为甲方在该地区的销售总代理。

经双方协商同意，特订立如下协议：

乙方应遵守经销原则，只允许在(省、市、县)所辖的范围内代理经销，不得在其它非辖区内转让和销售;甲方同样不出售“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”商品给乙方所在总经销辖区内的其他经销商。

2.以协商为前提，乙方在特约经销开始之前或一周内必须提交一份包括如何在当地构建市场销售网络、如何确保特约经销初期“\_\_\_\_\_\_\_”在当地销售量不发生聚减、如何响应消费者需求，在短期内提升销售量，和一年内具体时间、地点、拟销数量等内容的可行性经销计划给甲方。以便甲方确立发展方向、规模和作为甲方检验乙方经销能力的依据。

3.乙方在特约经销期间必须确保代理经销的月销售量最低下限，依据现有的月销售量和区域大小，现确定乙方销售甲方“\_\_\_\_\_\_”产品每月不低\_\_\_\_\_\_\_\_\_只，约价值\_\_\_\_\_万元。

4.甲方给乙方的货款垫底资金为一万元。

垫底以外的资金必须每次结清：即每次订货，乙方应提前\_\_\_\_\_天下订单，并与货款一起汇入甲方指定的银行帐户，甲方在收到货款后的\_\_\_\_天内发货。

5.运输方式和问题交涉：

甲方按乙方的意愿进行包装送站托运，运费由乙方负责。乙方在收到货后应立即清点验收，如发现问题应在24小时内书面传真告知甲方，否则，概由乙方自负。

6.经销期限和年检审：

甲方委托乙方经销期限为一年，以甲方的授权委托书为准;乙方每年年底交回授权委托书，由甲方年检审后重新授发。

7.如若乙方擅自违约或变更经销方案造成甲方形象损害或营销渠道受阻的\'，甲方有权随时取销乙方的代理经销资格。

8.此协议一式两份，甲乙双方各执一份。

甲方代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**产品销售代理合同经典篇十二**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_公司

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

一、代理产品名称

甲方委托乙方代理的产品为：\"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\"品牌茶油蒸文昌鸡产品及本合同有效期内甲方新增加的产品。

二、代理权限

甲方授权乙方为代理商，全面负责该商城的销售和售后服务。对于乙方代理的销售，乙方可以根据实际情况制订销售政策，原则上甲方不予干涉，但乙方对于销售活动超范围定价需经甲方许可后方可执行。

三、代理期限

本合同的代理期限为\_\_\_\_\_年，从本合同签订之日起\_\_\_\_\_\_\_年内。双方可根据本合同的约定提前终止或到期续签。乙方要求对本合同续期的，应至少在本合同期限届满前提前壹个月向甲方书面提出。

四、代理价格政策

1.代理价格：附件1。甲乙双方的结算以代理价格为依据。

2.销售价格：乙方应当按照甲方建议的零售价格销售产品，营销活动乙方自主定价范围为不低于零售价格的95%，最高不高于零售价格的15%。如果甲方建议的零售价格不符合本地区市场情况，乙方需调整销售价格时，应当向甲方报告。甲方应当根据系统的统一性要求和乙方所处地区的市场情况综合考虑，作出调整价格的决定。产品对外销售价格按照甲方的规定执行。

3.遇甲方委托代理产品、价格等需调整的，由甲方以书面形式及时通知乙方，该通知一经发送后即成为本合同的组成部分。

4.优惠政策：以代理价格为标准，根据乙方年销售产品合计数额，甲方给予乙方进一步优惠;乙方除正常性经营赢利外，可享受甲方给予的定期考核奖励，考核及奖励政策另定。

五、合同双方的权利及义务

(一)甲方的权利及义务

1.甲方拥有\"周x\"品牌茶油蒸文昌鸡产品的价格制定权、发布权和解释权。

2.甲方产品严格按照符合国家或行业标准的质量标准生产，并经质检部门严格检验合格后出品。甲方向乙方提供合格产品的同时，有义务对乙方提供开展营销活动所必需的业务培训、营销咨询等服务，协助乙方拓展市场。

3.甲方严格控制跨平台窜货，维护乙方代理商的利益，协调各平台代理商之间的关系，做好市场维护工作，及时处理代理商的投诉。

4.甲方有权对所有代理商的市场经营行为进行督查，督查包括产品推广、甲方形象维护、销售区域限制、价格体系维护等。乙方应协助甲方督查员进行监督检查业务，积极主动地提供有关资料等。

5.甲方向乙方提供一定数量广告宣传所需的资料。

6.甲方根据市场情况定期或不定期举办产品推广会、培训、宣传等活动，乙方应配合并开拓和维护销售市场。甲方将在全国性的媒体、大型行业展会上进行广告宣传并提供市场支持，此费用由甲方承担。乙方在代理平台或区域所作展会、媒体广告等促销活动产生的费用由乙方承担。

7.甲方保证其产品质量符合相应的国际、国内或行业标准，努力增加产品种类并使之系列化，并应尽量保证乙方订货需要。甲方只提供产品质量保证并承担相应的责任，除产品本身质量外不承担其他责任。

8.经甲方确认，保修期内产品出现较大质量问题，甲方将负责更换并承担调货的费用。如果由甲方产品质量原因给乙方造成直接经济损失，甲方将根据国家相关部门的裁定结论承担相应责任。

9.甲方有权调整产品的价格和零售价格;甲方应将产品、产品价格、交货期等的任何变化及时通知乙方(邮件通知有效)。

1.在乙方正常履约的情况下，甲方无权直接与乙方的客户进行商务接触或达成协议。

(二)乙方的权利及义务

1.乙方可以用\"甲方产品授权代理商\"的名义进行一切合法的商业活动，乙方积极开拓甲方产品在当地的市场，并逐步提高甲方产品在该地区的市场占有率。

2.乙方可以在自己平台或区域内设立销售网点(包括平台代理或者线下取货点)，此类网点一律从乙方提货。设立时乙方必须把详细情况以书面形式汇报给甲方，以作备案。合同内容需要经过甲方同意方可签约，否则甲方有权单方面终止合同，且造成的一切后果由乙方承担。

3.乙方不得进入其他已经设定代理平台进行销售，甲方有权对其予以处罚，对情节严重者，甲方有权取消其代理资格和本协议给予的一切权益。乙方因此而给第三方造成的损害，由乙方自行承担，若因此给甲方造成损害的，甲方有权要求乙方予以赔偿。

4.在开展业务过程中，乙方应忠实于甲方提供的各种资料，保证各种宣传准确无误，不得任意夸大和捏造，不得损害甲方的利益和市场形象，否则应承担由此引起的一切后果。

5.顾客对乙方的服务提出投诉，甲方将进行核实。确系乙方责任的，甲方将根据所造成不良影响的程度给予相应的处罚。

6.代理过程中遇有顾客对甲方产品质量提出异议和申诉时，乙方应先行积极处理，并立即通知甲方，将对甲方造成的不良影响及损失降到最低，应维护甲方品牌在当地的形象和声誉。

7.乙方在经营活动中应保障双方的长期共同利益，乙方在销售完成后，应按甲方要求填写客户登记表，并应于每月定期以电子邮件、传真或其他形式向甲方返回客户登记表，以便于日后的售后服务和例行巡检工作。

8.乙方在代理过程中须按照甲方的具体要求建立相关顾客档案，并将收集的顾客信息(含顾客资料、顾客对甲方产品的评价和意见等)须及时反馈给甲方，并定期向甲方提供有关市场竞争情况和用户意见的书面报告。

六、订货、付款、交货和检验

1.甲方执行平台订单代发货原则，产品运费及保险费由甲方负责承担。线下订单发货执行货到付款原则，产品运费及保险费由乙方负责承担。

2.本合同发生的支付均通过银行帐号进行，货款由乙方在每月结算对账单之后，1个工作日内直接汇到甲方指定账户，不得将现金或无公司名称的支票交给甲方工作人员，否则甲方有权拒绝发货，且后果由乙方自负。

3.线下订货，乙方应以邮件形式向甲方下达订货计划，应写明产品名称、数量及特殊要求等，订货人签名并加盖公章后传真给甲方，甲方收到后予以回复确认，并按订单生产并按期发货。

4.产品在运输途中出现损坏，由乙方负责向承运方索赔，甲方应积极协助处理。

5.货到乙方客户指定地点后，由乙方客户负责验收。乙方客户提货时，须当场验收合格后再提。货物有损失时，乙方应协助客户与运输公司交涉追讨相关损失。

6.乙方有权要求客户在提货后，及时详细清点货物品种和数量，48小时查验完毕，逾期则视为查验合格。如与订单不符，乙方应由客服先出面安抚，并制定解决方案。同时通知甲方进行退换货。因漏发、错发产生的费用由甲方承担。

七、退货换货

1.甲方产品为加工熟食品，乙方的平台销售及线下订单一律按照食品等特殊商品不退不换原则。遇特殊情况，乙方与甲方协商后处理。

2.乙方原因导致的退货换货的运费及保险费用由乙方承担，甲方质量原因导致的退货换货的运费及保险费用由甲方承担。

九、售后服务

1.为保证最终用户利益，用户购买产品以后，按照国内熟食类产品通行标准，给予质量保证和售后服务。

2.经乙方售出产品，甲方承诺保质期内产品变质，甲方承担来回运费进行换货/退货处理。人为损坏及不按规定储存造成的损坏不在此列。

3.甲方产品的生产日期以包装上标示为准，因乙方储存不当及不可抗拒因素造成的损坏，甲方不负责保修。

4.乙方应制定具体的售前、售后服务机制，并指定专人负责，并接受甲方的培训和考核。

5.甲方承诺对乙方接到客户关于产品或服务的投诉，而又在乙方解决能力之外时，甲方将安排专业客服接受乙方客户关于产品或服务的投诉投诉。

十、合同的变更和终止

1.本协议有效期已过一半以上时间，乙方仍未能实现销售，甲方可以终止本协议。

2.乙方以任何形式直接将第一条所列产品销往所限定区域以外时，甲方有权终止本协议。

3.乙方线下订货虽支付了定金，但其后又取消订货合同而造成甲方产品积压时，甲方可以终止本协议，并要求乙方按订货合同总金额支付违约金。

4.有下列情况之一的守约方可终止本合同，但需提前一个月通知对方：

a)甲方的产品、市场不符合乙方要求，无法打开市场。

b)乙方对甲方调整代理区域及代理费比例不同意，且双方无法达成一致。

c)乙方经常违反甲方的要求或多次被顾客投诉。

d)乙方部分或全部丧失民事行为能力，不能正常完成甲方代理工作。

e)本合同订立时所依据的客观情况发生重大变化，致使本合同无法履行，经双方协商不能就变更合同达成一致。

十一、附则

1.本合同一式贰份，协议由双方法定代表人或委托代理人代表签字，并加盖公章后，自双方签字盖章之日起生效，双方各执壹份，具有同等效力。

2.本协议的所有附件均为本协议不可分割的一部分，如有未尽事宜，经双方协商后可随时以书面方式修改或补充，并作为本合同组成部分，与本合同具有同等效力。

3.在合同履行过程中，如双方发生争议，应友好协商解决。双方不能达成一致时，可向甲方所在地人民法院提出诉讼。

4.在协议的履行过程中如果出现了战争、水灾、地震等不可抗力事件，致本合作协议不能履行或不能全部履行时，遭遇不可抗力事件的一方或双方均可部分或全部免责。但应在不可抗力事件结束后1天内，向对方说明理由并提供相关的证明文件。

5.本协议的任何终止，不影响双方发生的债权和债务，债务人应继续偿付未了债务，直至偿清债权人的全部债务为止。合同终止后，乙方不得再以甲方代理人名义从事任何有关活动，否则，因此造成的后果由乙方自行承担，若因此而给甲方造成的损失，甲方有权要求乙方予以赔偿，若触犯刑律，甲方将追究乙方的刑事责任。

6.本协议所涉及的各种文件，包括协议本身、价格、图表等影响到双方利益，技术、商业秘密，双方均有保密义务，未经对方书面认可不得向第三者泄密。凡透露给竞争对手商业机密且造成利益损失的行为将被诉诸法律。

7.未经对方书面同意，甲、乙双方不得将自己的任何权利和义务转让第三方。

合同款项到此结束。

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

地址\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地址\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮编\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_邮编\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

开户行\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_开户行\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

帐号\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_帐号\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**产品销售代理合同经典篇十三**

甲方： 公司法定代表人： 地址： 电话： 传真：

乙方： 公司法定代表人： 地址： 电话： 传真：

甲、乙双方经过友好协商，以自愿、平等互利为原则，就乙方经销甲方“哈密大枣汁”系列产品，双方达成如下协议：

1、甲方是“哈密大枣汁”系列产品的生产商，乙方是销售商;

2“ 哈密大枣汁”系列产品包括：

3 甲方供货价格分别为：

5 交货地点：

6 运费承担：

12、甲方对市场价格有决定权，乙方有义务将市场价格动态信息对甲方进行反馈，

15、甲方有权要求乙方进行库存有效增减，

16、合同的变更及终止

1、经友好协商，甲、乙双方可以变更合同，变更条款可附于本合同;

2、乙方连续六个月不能达到乙方营销策划书的营销要求时，甲方有权终止合同;

3、本协议期满后，由双方协商是否续签本协议;

17、违约责任

1、对于甲乙双方的以下行为，可随时中止或终止本合同;

乙方超过规定的付款期限未支付给甲方货款的;

乙方订货后，甲方未按乙方要求发货，经乙方与甲方沟通后仍未发货的;

乙方连续六个月未完成提供给甲方营销计划任务量时;

甲方未经乙方允许，在乙方销售区域内进行销售活动行为时;

附则：

1、本协议有效期：自合同签订之日起至 年 月 日止;

2、本合同一式二份，双方各执一份，签名盖章后即生效。

3、乙方收货人员确认书是本合同的附件;

4、乙方的营销计划书是本合同的附件;

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

**产品销售代理合同经典篇十四**

乙方：\_\_\_公司法定代表人：\_\_\_地址：\_\_\_电话：\_\_\_传真：\_\_\_

1、甲方是“哈密大枣汁”系列产品的生产商，乙方是销售商;

2“哈密大枣汁”系列产品包括：\_\_\_

3甲方供货价格分别为：\_\_\_

5交货地点：\_\_\_

6运费承担：\_\_\_

12、甲方对市场价格有决定权，乙方有义务将市场价格动态信息对甲方进行反馈，

15、甲方有权要求乙方进行库存有效增减，

16、合同的变更及终止

1、经友好协商，甲、乙双方可以变更合同，变更条款可附于本合同;

2、乙方连续六个月不能达到乙方营销策划书的`营销要求时，甲方有权终止合同;

3、本协议期满后，由双方协商是否续签本协议;

17、违约责任

1、对于甲乙双方的以下行为，可随时中止或终止本合同;

乙方超过规定的付款期限未支付给甲方货款的;

乙方订货后，甲方未按乙方要求发货，经乙方与甲方沟通后仍未发货的;

乙方连续六个月未完成提供给甲方营销计划任务量时;

甲方未经乙方允许，在乙方销售区域内进行销售活动行为时;

附则：\_\_\_

1、本协议有效期：\_\_\_自合同签订之日起至年月日止;

2、本合同一式二份，双方各执一份，签名盖章后即生效。

3、乙方收货人员确认书是本合同的附件;

4、乙方的营销计划书是本合同的附件;

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

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

**产品销售代理合同经典篇十五**

甲方： 乙方：

地址： 地址：

电话： 电话：

甲、乙双方经友好协商，以自愿、平等互利为原则，就乙方代理甲方生产的 系列产品预订业务，根据《中华人民共和国合同法》，双方达成如下协议：

一、总则

1、甲方是产品的供应商，乙方是代理商。

2、甲方负责生产及配送，乙方负责进行广告宣传，接受消费者预订，并将预订信息反馈给甲方，甲方根据协议定期为乙方结算佣金。

3、代理产品：

二、佣金的结算时间和支付方式

1. 甲乙双方根据日常的代理业务台帐记录核对成交量及佣金。

3. 佣金计算方式：

一般业务按照产品价格的15%计算返佣;

4. 每月支付一次，不足100元，累积至100元后一次性支付;

三、双方权利和义务

甲方：

1.

2. 甲方每分店安排有人与乙方进行协调沟通，并应保证供应足够的货源;

3. 甲方线下促销活动应提前通知乙方，并有权决定是否在网上同步宣传;

4. 如因甲方产品质量引起的纠纷，由甲方全权负责;

乙方：

并将预订需求通知甲方;

2. 乙方须在甲方授权范围内开展业务，不得对客户作出超出授权范围的承诺;

3. 乙方在推销甲方产品时，必须严格依据甲方制订的产品说明资料进行解说;

4. 乙方进行的促销宣传费用乙方自行承担;

5. 乙方进行的策划促销涉及甲方利益时应提前与甲方协商，确认后方可生效;

6. 乙方单方面促销需要甲方配合的，应该提前通知甲方;

7. 乙方未经甲方同意，不得将其代理的业务再授权第三方代理;

8. 乙方应积极维护甲方的市场形象,不得有毁损甲方形象的行为;

四、 违约解决方法

凡涉及本代理合同补充、变更、解除等事宜，双方均可进行协商并签署补充协议作为合同附件。合同附件与本合同具有同等法律效力。

五、 合作期限:

本协议有效期为 一年 ，自双方签章之日起至 年 月 日止。

六、 附则

1、在合作期间,甲乙双方如有争议,或因客观原因使本协议的有关条款和实际操作相矛盾而无法执行,可协商另签补充协议,补充协议和本协议具有同等的法律效力。

2、本协议一式两份,甲乙双方各执一份。

共

2

页，当前第

2

页

1

2

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