# 酒经销商合同过期可以告串货批发部吗(大全10篇)

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-04-03

*在生活中，越来越多人会去使用协议，签订签订协议是最有效的法律依据之一。相信很多朋友都对拟合同感到非常苦恼吧。这里我整理了一些优秀的合同范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇一（1）乙方负责向甲...*

在生活中，越来越多人会去使用协议，签订签订协议是最有效的法律依据之一。相信很多朋友都对拟合同感到非常苦恼吧。这里我整理了一些优秀的合同范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇一**

（1）乙方负责向甲方提供\_\_\_\_\_\_\_\_生产设备\_\_\_\_\_\_\_\_台（套），其中包括相应的乙方原有的配套附属设备和零部配件若干，以港元计价，合计价款\_\_\_\_\_\_\_\_港元。

（2）甲方用\_\_\_\_\_\_\_\_生产设备生产的\_\_\_\_\_\_\_\_产品偿还乙方设备的价款。

（3）乙方有义务接受\_\_\_\_\_\_\_\_产品。以港元计价，每年接受\_\_\_\_\_\_\_\_产品的价值额占\_\_\_\_\_\_\_\_生产设备价款的1／5，即\_\_\_\_\_\_\_\_港元。乙方交付的设备和甲方交付的产品的价格、质量标准、具体交货安排，由双方另外签订补偿贸易设备进口合同和返销合同。从乙方接受甲方\_\_\_\_\_\_\_\_产品的第一年算起，整个补偿期限是5年，20\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日以前完成。

（4）甲、乙双方协定在补偿期满后，乙方仍同意甲方每年继续向其提供\_\_\_\_\_\_\_\_金额的\_\_\_\_\_\_\_\_产品。\_\_\_\_\_\_\_\_产品的出口价格和计价货币由双方重新协商。

第二条 支付方式

（5）乙方将\_\_\_\_\_\_\_\_生产设备装运发货后，甲方使用银行贷款现汇支付乙方\_\_\_\_\_\_\_\_生产设备的全部货款。具体做法是：甲方与乙方所在地的\_\_\_\_\_\_\_\_银行签订贷款协定，乙方的\_\_\_\_\_\_\_\_银行向甲方提供进口\_\_\_\_\_\_\_\_生产设备的商业银行贷款\_\_\_\_\_\_\_\_港元，年利率为\_\_\_\_\_\_\_\_，以365天为1年，利息计算以银行将贷款汇出日算起。

（6）甲方以每批交付商品所得的货款，电汇或信汇乙方香港\_\_\_\_\_\_\_\_银行，由该行按合同规定的还款计划逐批冲账抵消，直至全部付清为止。在支付中甲方通过中国银行\_\_\_\_\_\_\_\_分行书具以乙方为受益人、金额为提供设备总价款100％的不可撤销保证函一份。乙方通过香港\_\_\_\_\_\_\_\_银行书具以甲方为受益人、金额为产品总价款的不可撤销的保证函一份。

第三条 保证、赔偿与罚款

（7）乙方提供的设备如有缺陷，甲方在设备到货后1年内以书面形式通知乙方。乙方保证设备品质符合乙方的规格说明。

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

（签章）

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

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

（签章）

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

**酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇二**

把好目标企业的关

投资经销的胜败虽然不是由企业决定的，但企业所起到的作用举足轻重则是不言而喻的。因为企业在品牌、产品、服务等众多方面的“为”与“不为”，最终都会在市场上表露无遗。所以，有的企业提供给经销商的是“光明大道”，有的则为其布下了“美丽陷阱”。经销商需要用“脑袋”来选择经销产品，尤其以下一些方面。具体如下：

一、企业运营是否健康稳定

湖南某市的李姓经销商去年被企业运营的不稳定性“撞”了一下腰：七月份与某音响企业签定了合同，一次性在商业街、繁华购物城等地装修了五家专卖店，进货近二十万元。开张不到三个月，企业就发生了股东全面撤股的事件，迫使该品牌中途退出市场。品牌、产品、服务等顿时变成了无依无靠的“孤儿”，弄得李先生焦头烂额，恶梦一场。

连“试用期”都未满，又要“上路”了，可见经销商的投资风险有多大。因此，经销商在选择经销产品时，应该先对企业进行全方位的深入考察和对比分析，确保其运营健康稳定。例如，企业是国企、外企、中外合资、私企还是其它，需要“打破沙锅问到底”――若是国企，信任度较高，但需对企业经营管理、产品开发、售后服务等方面谨慎甄别；若是外企，是大集团还是无名小卒，同样需要三思而后行，避免上当受骗，空欢喜一场；若是私企，要知道是个人企业还是朋友股份企业，了解老板的资金实力、经营历史、当前运营情况、为人处世等，避免成为下一个“李先生”。

二、拥有工厂还是产品oem

上面案例中李先生经销的产品就是oem的，所以合伙人之间很容易出现“一拍即合”和“一拍两散”的情况，把风险巧妙的转嫁到了经销商身上。目前，家电类产品oem风靡异常，如音响、dvd、热水器、电饭煲、电磁炉等产品oem的不在少数。那么，是否产品oem的企业就不可信任呢？经销商万万不能如此草率的下结论。诚然，有厂子在的企业可信度不低，但产品oem的企业也有它的优势――企业不需要花精力去管理工厂，只需把品质和设计监控好，便可以全力以赴的进行品牌营销推广，往往比一些有工厂的企业取得的发展更迅猛。此类例子，社会上已是比比皆是。因此，经销商在对企业考察时，要抓住问题关键点，即企业的发展状况是怎样的，是健康稳定的还是存在很多症结、摇摇欲坠的？一般不要对有厂子的企业迅速答应，而对产品oem的企业立马回绝，可以研究和对比之后，再抛“绣球”。

三、生产能力强大还是弱小

浙江台州的张先生经销着某品牌抽油烟机产品，在竞争中销量还不错。但好景不长，由于企业在采购方面出现了巨大的漏洞，导致生产能力下降，并眼睁睁的看着断货，只好改变经销其它产品，坐失大好商机。断货，向竞争对手低头的“杀手锏”。以上只是断货表现的其中一种方式。其它的如：一、企业小，生产能力本身就不强；二、部分企业老板经常出差国外，一呆就是两、三个月，又规定没有他的签字不准下单生产，结果延误了商机；三、有些企业oem情况特好，导致排单时间极长，断货可以说是“迫不得已”。显然，对于企业生产能力“强大”与“弱小”的考察，还需要经销商多角度的去衡量。

四、产品质量是否整体过硬

久而久之，乡镇里就“盛传”黄先生店里卖的都是次货，光顾的人日益减少，黄先生也只好再度“出山”了。事实上，不论是一线产品还是二线产品，首先要确保的就是产品质量的过硬，而这又是不少企业做得不够的。经销商的“火眼金睛”在此得好好利用。另外，在确保产品质量的同时，经销商还需要和企业谈好售后服务的事宜，该争取的就不要心软，免得懊悔莫及。

五、产品单一还是推陈出新

广东东莞的叶先生经销着某热水器品牌，产品外形设计非常的时尚，操作起来也是相当的方便。一时之间销售奇好，但一年过去了，企业还没有新的产品推出，而此时市场上的热水器产品已是“百花齐放”。产品单一、研发能力不强和产品不适时推陈出新的话，被淘汰是迟早的事。因此，经销商在选择经销产品时，对企业的研发能力和市场信息捕捉能力是需要正确评估的。同时，要注意的是，如果企业产品“五彩缤纷”，但无精品，建议对此类企业做到“视而不见”为好。

六、产品价格定位合理与否

价格是产品销售的关键问题之一。合理的价格定位就像高速公路一样促使着汽车飞速的奔跑――产品销量的飙升。经销商在选择经销产品时，必须掂量着所在市场的消费水平和消费特点，选择产品价格定位较吻合本地市场且能强势销售的产品，对价格定位过高且性价比相差悬殊的产品应该予以拒绝，尤其是企业采取特许经营模式的情况下。

七、纯正品牌还是假洋鬼子

或许中国人对商品的购买真的有点崇洋的情结。家电行业中，也就产生了很多“假洋鬼子”，其中音响界便是假洋品牌猖狂地之一。福州经销商汪先生前几年经销音响产品，那年正好3.15打假，波及音响界，而汪先生经销的品牌也是“假洋鬼子”，虽然没有直接被查到，但所有的福州区域市场推广计划也都搁浅了，销量自然是“稳步下降”，真是被“假洋鬼子”给害惨了。幸运的是，极具经商头脑的汪先生迅速放弃了假洋品牌的经销，将纯正品牌进行科学的推广，去年和前年都取得了良好的销售业绩。显而易见，假洋品牌随时有被查处的可能，因而在其美丽的衣裳内蕴藏着巨大的经销风险，经销商在此方面的选择时需要小心再小心。

八、打造品牌还是纯粹圈钱

圈钱！每个行业中都有众多企业有过这方面的“良好表现”。这些企业投放的招商广告、参加的展览会和派区域经理进行市场开拓，目的都只是为了圈钱。所表现出来的“形象”是：招商广告和销售人员把品牌、产品、服务等很多方面都说得极其的美好，让人心动不已；但实际情况是：品牌没特色、产品质量不过硬（有些产品还存有巨大的缺陷）、不主动进行终端市场推广、售后服务条件规定极为苛刻，等等；而经销商进了“圈套”后，企业催促打了二、三次款后，慢慢地就让其自生自灭了。这是企业的悲哀。企业没有积极向上发展的经营理念，就仿如阿斗一样永远也“扶”不起。经销商在选择经销产品时，对企业发展的考察是一刻也放松不得的：把自己与一家有发展方向、积极向上、真正在打造品牌的企业捆绑在一起，前景必将美好；如果与圈钱的企业“携手”的话，就会出现两败惧伤的惨状。经销商需慎重抉择！

九、知名品牌还是无名品牌

广东阳江的段先生和韶关的周先生是以前一家公司的同事，同时进去的，也是同时离开的，然后各自回到当地开了间电器商行。有的产品经销是一致的，有的则不同。例如段先生经销了步步高dvd，销售相当的不错，而周先生经销了一知名度不高的dvd牌子，价格卖得很低销量也始终上来不了。为什么会这样？品牌知名度等方面在“作怪”。原则上，知名品牌好卖些，吻合市场需要的产品好卖些、品牌定位准确和推广恰当的产品好卖些。因此，经销商在选择经销产品时，要考虑到品牌的知名度、美誉度、产品的研发成果是不是符合市场需求的、品牌塑造是否科学到位等方面，然后再根据本地市场的具体情况来作决定。

十、特许经营还是网络流通

特许经营模式、网络流通模式等营销模式对经销商的要求和发展是不同的。特许经营模式，经销商选择时首先要对其品牌进行深入的考察，看其是否是实力派知名品牌，因为特许经营的成功首先依赖的就是品牌的强势，其次才是产品质量、服务、价格等方面的因素；而网络流通模式应该则重看其产品质量和价格，倘若价格定位太高，要想“流通”起来也是非常困难的――这已违背了消费者的购买观念。经销商在选择经销产品时，这方面的风险有必要考虑进去。

**酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇三**

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方本着互利互惠、共同发展的原则，在平等协商的基础上，经过双方充分协商，现达成如下协议：

第一条协议项目乙方向甲方授权成为\"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\"，甲方在乙方指定区域内经销\"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\"及其系列产品，甲方负责该区域内的产品销售。

第二条协议期限甲乙双方合作期限从\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日开始到\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止，在此期间内，甲乙双方联合协作经营。

经销协议是指出口商与进口商签订的经销方式下双方权利和义务的书面文件，具有法律效力。我国在实际业务中一般只在经销协议中规定双方当事人的权利义务和一般交易条件，以后每批货的交付要依据经销协议订立具体的买卖合同，明确价格、数量、交货期甚至支付方式等具体交易条件。

第三条甲乙双方的权利

1、甲方权利

1.1、享有在区域内汉迪竹门及系列产品的专卖权。

1.2、当甲方达到乙方相关优惠条件的要求后，甲方享有优惠权。

2、乙方权利

2.1、为实施营销策划，有营销方案决定权利和价格体系决定权。

2.2、销售客户的查询权。

2.3、限定甲方经销区域的指定权。

2.4、对甲方经营活动的监督权。

经销协议的主要内容，包括以下几个方面：

1、经销的商品、时限和地区。经销的商品包括类别、名称、商标、牌号等，即出口方是把全部、还是部分商品的经销权授予对方，并确定商品的种类;时限可根据需要签订一年或数年;地区是指经销权有效行使的范围，可以是一个国家，也可以是一个地区——数个国家或一个国家的一部分。

2、经销数量或金额。经销数量或金额是指经销人在一定时期内向出口方购买商品的数量，这是出口商签订经销协议的基本期望目标，是独家经销协议的关键条款。

3、经销价格。经销价格的确定有以协议规定价格为准的一次作价和分批作价两种方法，后一种作法在经销协议中使用较普遍，因为买卖双方都有回避价格变动风险的要求。

4、经销商的其他义务。包括提供市场信息、售前售后服务、广告、对出口方的商标权和专利权的保护等。对于独家经销商，还要承诺以出口方作为独家经销商品的惟一供应来源。

5、出口方承担的义务。出口方承担的义务是为经销商提供经销条件和方便，如宣传材料、样品、广告费用、促销礼品等。对于独家经销，出口方还要承担不向该地区的其他客户直接售货的义务。

6、协议的延长和提前中止条款。为了方便，可以在协议中签订自动延长条款，即如果任何一方未发出终止协议的通知，协议可自动延长一年或数年;为了预防意外事件造成协议不能履行或协议一方不履行协议，提前中止条款也是必要的。如不可抗力、经销方完不成销售定额等。另外还可以规定争议解决条款，如仲裁、诉讼等。

第四条甲乙双方的义务

1、甲方义务：

1.1、甲方必须在乙方指定区域内经销相关产品;不得在规定的区域以外，从事经销活动。

1.2、1.3甲方必须执行乙方制定的价格体系、营销模式、销售政策及制度。

、甲方不得做有损乙方利益和形象的事。

1.4、无条件支持并参与乙方在甲方区域内的促销活动。

2、乙方义务：

2.1、向甲方提供已经具备的用于销售方面的各种宣传资料以及定期市场营销的专业培训。

2.2、协助甲方开拓本地市场并及时处理在销售过程中出现的问题。

2.3、应随时将对合同产品所做的一切改进以及新开发产品通知甲方。

2.4、应及时将乙方将要进行的广告、促销活动通知甲方。

第五条激励条款甲方按乙方要求条件下经销时，根据相关情况享有如下优惠条款：

1、乙方按相关标准为甲方提供专卖店装饰支持(具体参照《经销商店面装饰支持政策》标准执行);补偿的金额折合为相关产品数量，在提货时抵扣。

2、市场成长期，甲方超额完成当月乙方基本销售额后，甲方享有超额折扣(具体参照《经销商超额折扣办法》实施)。

3、甲方接到\_\_\_\_\_\_元以上的工程项目(必须提供相关工程合同的证明材料)时，可享受工程优惠折扣。但工程项目不计入基本销售额。

4、凡促销产品和优等级以下产品均不享受折扣优惠，也不计入基本销售额。

5、乙方除正常广告投放外，根据甲方销售情况酌情给予本地广告以及促销活动支持，具体参照《经销商广告支持政策》执行。

6、乙方每年终将对销售业绩突出的经销商进行表彰奖励。

第六条约束条款甲方在乙方授权经销期限内受如下条款的约束：

1、甲方应向乙方交纳保证金\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元(大写：\_\_\_\_\_\_\_\_\_)，以保证乙方价格体系、营销模式及制度、店面形象以及样品的统一性、完整性。当甲方违反保证项中之任意一项时，乙方有权处以甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元以上的罚款(具体参照《经销商保证项目及处罚条款》执行)。

2、甲方经销的汉迪系列产品，最低销售额不得低于每月的基本销售额，低于该金额时不享有超额折扣。

3、甲方连续三个月(不含开拓期)未完成销售任务时，乙方有权取消其经销商资格。

4、甲方出现下例情形之一者，乙方有权取消甲方经销商资格;触犯法律时，乙方将追究甲方相应法律责任：

4.1、故意毁损乙方声誉形象的;

4.2、不执行乙方控制价格，乱定价格扰乱市场秩序的;

4.3、对消费者态度蛮横，造成恶劣社会影响的;

4.4对乙方有欺骗、欺诈行为的;

4.5、故意拖欠乙方货款一周以上的;

4.6、消费者投诉率超过\_\_\_\_\_\_%的(投诉率=被投诉次数/总投诉次数)。

第七条结算方式

1、甲乙双方实行\"现款现货原则\"。

2、业务联系中凭传真向乙方要货，须每批要货的货款到乙方帐户后，乙方再计划安排供货。

3、甲乙双方日常交易实行最低零售限价结算制，即甲方所需产品单价一律按照《汉迪产品最低零售限价表》结算。

4、乙方每半年给甲方现金返利一次，返利空间以所购产品最低零售限价的\_\_\_\_\_\_%进行结算。

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

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

**酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇四**

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，甲方授权乙方作为恒芪康牌产品的经销商。

一、经销\_\_\_\_。

二、代理定额：乙方每月销售甲方产品总额为 元，完成全部定额任务后奖励 元，同时还享受每件的提成。如完不成定额任务，扣除奖金 元。

三、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。

4、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。

5、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）。

四、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。

五、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。

六、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。

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

**酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇五**

乙方：

经双方协商，本着互惠均等的原则，特制定本合同如下：

第一条：经销内容

一、甲方向乙方提供本公司所生产的\*\*茶饮料系列产品，授权乙方在特定区域经销。

二、如有特殊情况，乙方需转让经销权予第三方时应取得甲方书面同意。

第二条：经销区域

一、乙方只能在甲方指定区域经销甲方产品，不得超出此范围销售，否则，视为跨区销售。

二、甲方指定乙方的经销区域为。甲方保证在乙方经销区域内不为其它商户供货。如发现甲方为其它商户供货，乙方有权向甲方提出索赔。

第三条：销售目标

一、乙方销售甲方产品，需按以下比例有计划地完成每月的销售任务，且全年的销售目标最低万元（大写）。

月份2345678910

本月销售占全年销售比例

目标（万元）

季度目标（万元）

二、销售额确认：乙方货款到达甲方指定帐号的实际金额，为甲方确认乙方销售额的唯一凭证。

第四条：销售价格

甲方按下列供货价格供货，乙方应严格按下列价格规定进行销售，不得低于本价格销售，否则视为低价销售。(单位：元/箱每箱15瓶)

品项规格总经销进价转批商进价街批商超/酒店进价商超零售价酒店零售价/冰摊

银杏绿茶500ml27303233/3537.53元/瓶

银杏乌龙茶500ml27303233/3537.53元/瓶

冰红茶500ml27303233/3537.53元/瓶

注：本价格不含运费，运费由乙方承担。

第五条：付款及交货

一、付款

1、乙方必须采用先款后货的方式向甲方支付货款。

2、乙方向甲方支付的货款必须以银行汇票或电汇形式向甲方所指定的帐号支付。款到，甲方安排发货。

3、其它事宜：

二、交货

1、乙方必须每月25日前向甲方提交下月《\*\*\*\*生物工程有限公司特约经销商月份货物需求计划》，甲方据此安排下月发货计划。

2、乙方每次要货不得低于xx箱，并详细填写《\*\*\*\*生物工程有限公司特约经销商货物申请书》，连同相关付款凭证传真至甲方，甲方将依据货款到帐情况安排发货。

3、甲方将产品送到乙方唯一指定仓库，乙方必须当面签收并加盖公章，方可入库。

4、乙方指定仓库地址。

第六条：有关销售约定

1、换货政策

经销商在首次进货60天内可申请换货（调换品种），经甲方总部批准后执行(换货所发生的运费由乙方承担)。

2、退货政策

原则上不退货，特殊情况须报公司总部申请。

3、经销商返利

经销商可享受半年和年底两次返利（乙方累计销售茶饮料5000件以上甲方给于乙方2%）。

4、经销商处罚

凡发现合作客户有越区销售或低价倾销占用甲方货款等行为一律扣除返利，扣除保证金。

第七条：双方权力、义务

一、甲方

1、甲方产品出厂应经过严格品质管制，并符合产品标签上标明的经国家有关部门批准的企业产品质量标准，乙方收货时应验查点收，发现问题及时通知甲方解决处理。

2、甲方保证向乙方提供当地卫生质量监督机构所需要的各项文件。

3、自合同签订之日起，甲方负责根据乙方所在地的市场情况制定推广计划，并有义务将计划有关内容告知乙方。

4、甲方保证依约履行供货。

5、乙方所在地的甲方分公司（包括分公司管理人员及员工）没有权利对此合同进行变更或合同之外的任何承诺（包括口头或书面形式），甲方只对经自己书面确认的致乙方的销售政策及本合同进行变更的协议承担法律责任，除此之外甲方概不负责。

6、凡乙方违约跨区销售或低价销售一次，甲方有权扣除乙方反利的100%。

7、在合同履行期间，乙方连续两个月不能完成销售任务或违反价格规定达一次或者恶意跨区销售达一次，甲方均有权单方面解除合同。

8、首次供货，甲方提供进货量5%的赠品。

9、甲方提供销售额10%以内的促销及广告宣传费用。（方案由双方共同制定，资金由甲方掌握。）

二、乙方

1、乙方有义务向甲方反馈当地饮料市场同类产品的信息，零售客户及消费者对甲方产品态度、建议等信息，有责任全力协助、配合及参与甲方的各项市场推广计划的制定及实施。

2、签订合同时，乙方必须向甲方提供以下有效证件的影印件：《营业执照》、《税务登记证》、《卫生许可证》、《法定代表人身份证明》等其它证照。

3、乙方配备专职人员进行销售网点的开发与维护，并保证销售网点数量的持续上升或持平，同时，保证甲方产品在各销售网点的正常供货，不得无故断货。

4、乙方应按甲方要求提供专用仓储，保证其正常工作，费用由乙方承担。且甲方产品在乙方验收或入库后的一切损失（包括不可抗力）由乙方自行承担。

5、乙方不得让甲方工作人员送货、收款，否则所造成的损失由乙方自行承担。

6、乙方有义务向甲方工作人员提供销售台帐，并根据每天的销售状况据实填写《\*\*\*\*生物工程有限公司茶饮料系列产品客户交易表》，否则，甲方有权力从乙方半年返利中扣减1%以上的返利系数。

7、乙方不得将钱款或货物借给甲方工作人员，否则，所造成的损失由乙方自行承担。

8、乙方有义务配合甲方，对甲方市场人员的工作情况进行监督，如发现工作失误或有其他不满时，可拨打甲方所设的投诉热线010-68682786进行投诉。

9、乙方如需变更合同或申请销售政策，不得要求其所在地甲方分公司直接对此合同进行变更或作出合同之外的任何承诺，乙方在收到甲方的书面确认以前，所有的变更本合同的协议及合同之外的承诺均为无效，否则，所造成的损失由乙方自行承担。

第八条：合同的变更与解除

一、发生下列情况之一者，允许变更或解除合同。

1、由于不可抗力致使合同的全部义务不能履行。

2、甲、乙方双方协商中止合同。

3、由于另一方在合同约定的期限内没有履行合同。

二、变更或解除经济合同的通知或协议，必须采取书面形式，除由于不可抗力致使经济合同的全部义务不能履行或由于另一方在合同约定的期限内没有履行的合同除外，协议未达成之前，原经济合同仍然有效。

第九条：争议

甲、乙双方应本着互惠互谅的原则协商解决争议。如不能解决，交由甲方所在地管辖法院裁决。

第十条：未尽事宜

双方协商后以书面形式确定，经双方签字盖章后与本合同具有同等法律效力。

第十一条：本合同一式贰份，甲、乙双方各执壹份。

第十二条：本合同自年月日至年月日止，自签字

盖章之日起生效。

第十三条：其它约定

第十四条：其它事项

一、本合同中甲方的“确认”、“认可”、“同意”、均以书面形式作出，书面形式资料经甲方负责人签字并盖有公章后方为有效。

二、合同附件：

（1）《\*\*\*\*生物工程有限公司特约经销商月份货物需求计划表》

（2）《\*\*\*\*生物工程有限公司特约经销商货物需求申请书》

（3）《\*\*\*\*生物工程有限公司特约经销商客户交易表》

甲方:\*\*\*\*生物工程有限公司乙方:

法定代表:法定代表:

委托代表人:委托代表人:

地址:地址:

电话:电话:

传真:传真:

开户行:开户行:

帐号:帐号:

合同签定日期:年月日

**酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇六**

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

经销区域：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_省(市、自治区)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_市

合同签署地：\_\_\_\_\_\_\_

为保护甲乙双方的合法权益，根据国家法律、法规规定，在共同发展原则下，本着平等公正的原则，双方协商一致，特订立本合同。

一、总则

1.乙方自愿申请作为“\_\_”系列产品的特约经销商，并同意接受甲方的有关经销规定。

2.经甲方审核确认乙方具备“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”系列产品的特约经销商条件，并授权乙方作为“\_\_\_\_\_\_\_\_\_”系列产品的特约经销商。

二、合同期限

1.本合同有效期一年。

2.如乙方完成本合同规定的年度经销额，本合同可续签;如乙方未完成本合同规定的年度经销额，甲方视情况另定。

三、合同标的

1.乙方需交纳经销权保证金\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，该保证金在乙方完成第一年或前二年任务后全额返还，乙方如违反合同规定，甲方将取消其经销商资格，并不予退还保证金。

2.本合同规定年销售额\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万\_\_\_\_\_\_元(\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日)。

3.本合同规定乙方首次进货额\_\_\_\_\_\_\_\_\_万\_\_\_\_\_\_元。

四、首次进货额货款支付方式

本合同签订之日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内，乙方将首批货款划入甲方账户。逾期\_\_\_\_\_\_\_\_\_天未交足上述款项，则视为乙方解除合同，甲方有权对该地区继续征召特约经销商。

五、供货及相关细则

1.合同供货价：\_\_\_\_\_\_\_\_\_按“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”产品供货目录所列价格或议定价格。

2.货款支付方式：\_\_\_\_\_\_\_\_\_在规定时限内全款汇到甲方账户或支付现金。

3.供货期限

(1)首批进货，甲方在收到乙方全款后\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内发出。

(2)以后进货，经销商应提前\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_天填写书面申请单或电话通知，经甲方确认后，乙方应在7日内将货款汇到甲方账户。甲方将按照双方协议的发货时间发出货物。

(3)发生人力不可抗拒的因素(发生铁路、公路、海运事故等)，使甲方不能保证供货期或乙方不能按时交纳货款的情况除外。

4.交货地点及运费

(1)合同交货地：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_省\_\_市(县)。

(2)甲方负担产品到深圳市货运站的费用，到达合同交货地的长途铁路或公路运费由乙方负担(指火车或汽车到达该合同交货地城市前的费用)，到达该城市后一切费用由乙方承担。

5.甲方保证将产品保质、保量、按期交付乙方。

6.验收地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_收货方仓库。如发生破损乙方应在收货当日向甲方提出书面异议。属运输方造成的损失，则应由乙方向运输方要求赔偿。

六、相关管理办法

1.为保障全国经销商利益，由甲方制订“\_\_\_\_\_\_\_\_\_”系列产品的公司限定价格。

2.宣传品及广告

(1)甲方设计、制作的产品宣传资料，除按乙方购货量比例配赠外，乙方还可以根据当地市场需求以成本价向甲方订购。

(2)乙方自行发布的广告或组织的推广活动，所涉及的费用由乙方自行负责，如果乙方需要，甲方可协助进行设计、策划或指导实施。

3.乙方必须按照甲方的标准为乙方市场的用户提供安装及售后服务。

七、双方的权力、义务

1.甲方权利

(1)对乙方的经营有咨询、督察权。

(2)对违反本合同的行为有处罚权;情节严重的，可直接追究乙方经济、法律责任。

2.甲方义务

(1)有按照合同规定维护乙方合法权益的义务。

(2)有对乙方提供全面服务支持的义务。

(3)有义务帮助、协调乙方在经营中出现的困难。

(4)有按时供货、保证货物质量和提供经营信息的义务。

3.乙方享有的权利

(1)对甲方违反本合同的行为有处罚权;情节严重的，可直接追究甲方的经济、法律责任。

4.乙方承担的义务

(1)有在合同生效之日起15日内办理好产品上市一切手续的义务。

(2)对甲方的产品情况，经营情况、市场拓展等信息有保密义务。

(3)不得经营假冒、侵权产品。

(4)及时向甲方反馈产品销售及产品质量问题

(5)有协助甲方共同处理上述问题的义务。

八、其他双方必须遵守的条款

1.甲方提供给乙方的产品出现质量问题责任在甲方的，由甲方对不合格品实行无偿退换，退货运费由甲方负责承担。

2.解除合同后的有关条款。

(1)乙方应该对甲方经营内容(包括“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”系列产品及其销售的全部相关内容)继续承担保密义务。

(2)退还所有文件、资料、授权委托书、经销牌等(包括复制品)，如违约，甲方将按知识产权法的规定对乙方进行论处，或在媒体上予以曝光。

(3)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。

(4)如果经销商销售假冒产品，给甲方造成损失，须承担全部责任。

九、附则

1.合同生效及期限：\_\_\_\_\_\_\_\_\_首次进货的款项到达甲方账户后生效，有效期一年，\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日。

2.本合同未尽事宜，由双方确定后作为补充合同与本合同具有同等法律效力。本合同一式2份，均为正本，双方各执1份。

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

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_法定代表人：\_\_\_

法定地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定地址：\_\_\_\_\_

甲方代表签字：\_\_\_乙方代表签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

**酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇七**

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

为保护甲乙双方的合法权益，根据国家法律、法规规定，在共同发展原则下，本着平等公正的原则，双方协商一致，特订立本合同。

1、乙方自愿申请作为“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”系列产品的特约经销商，并同意接受甲方的有关经销规定。

2、经甲方审核确认乙方具备“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”系列产品的特约经销商条件，并授权乙方作为“\_\_\_\_\_\_\_\_\_”系列产品的特约经销商。

1、本合同有效期一年。

2、如乙方完成本合同规定的年度经销额，本合同可续签；如乙方未完成本合同规定的年度经销额，甲方视情况另定。

1、乙方需交纳经销权保证金\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，该保证金在乙方完成第一年或前二年任务后全额返还，乙方如违反合同规定，甲方将取消其经销商资格，并不予退还保证金。

2、本合同规定年销售额\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_xx万元（\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日）。

3、本合同规定乙方首次进货额\_\_\_\_\_\_\_\_\_xx万元。

本合同签订之日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内，乙方将首批货款划入甲方帐户。逾期\_\_\_\_\_\_\_\_\_天未交足上述款项，则视为乙方解除合同，甲方有权对该地区继续征召特约经销商。

1、合同供货价：按“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”产品供货目录所列价格或议定价格。

2、货款支付方式：在规定时限内全款汇到甲方帐户或支付现金。

3、供货期限

（1）首批进货，甲方在收到乙方全款后\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内发出。

（2）以后进货，经销商应提前\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_天填写书面申请单或电话通知，经甲方确认后，乙方应在7日内将货款汇到甲方帐户。甲方将按照双方协议的发货时间发出货物。

（3）发生人力不可抗拒的因素（发生铁路、公路、海运事故等），使甲方不能保证供货期或乙方不能按时交纳货款的情况除外。

4、交货地点及运费

（1）合同交货地：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_市（县）。

（2）甲方负担产品到深圳市货运站的费用，到达合同交货地的长途铁路或公路运费由乙方负担（指火车或汽车到达该合同交货地城市前的费用），到达该城市后一切费用由乙方承担。

5、甲方保证将产品保质、保量、按期交付乙方。

6、验收地点：收货方仓库。如发生破损乙方应在收货当日向甲方提出书面异议。属运输方造成的损失，则应由乙方向运输方要求赔偿。

1、为保障全国经销商利益，由甲方制订“\_\_\_\_\_\_\_\_\_”系列产品的公司限定价格。

2、宣传品及广告

（1）甲方设计、制作的产品宣传资料，除按乙方购货量比例配赠外，乙方还可以根据当地市场需求以成本价向甲方订购。

（2）乙方自行发布的广告或组织的推广活动，所涉及的费用由乙方自行负责，如果乙方需要，甲方可协助进行设计、策划或指导实施。

3、乙方必须按照甲方的标准为乙方市场的用户提供安装及售后服务。

1、甲方权利

（1）对乙方的经营有咨询、督察权。

（2）对违反本合同的行为有处罚权；情节严重的，可直接追究乙方经济、法律责任。

2、甲方义务

（1）有按照合同规定维护乙方合法权益的义务。

（2）有对乙方提供全面服务支持的义务。

（3）有义务帮助、协调乙方在经营中出现的困难。

（4）有按时供货、保证货物质量和提供经营信息的义务。

3、乙方享有的权利

（1）对甲方违反本合同的行为有处罚权；情节严重的，可直接追究甲方的经济、法律责任。

4、乙方承担的义务

（1）有在合同生效之日起15日内办理好产品上市一切手续的义务。

（2）对甲方的产品情况，经营情况、市场拓展等信息有保密义务。

（3）不得经营假冒、侵权产品。

（4）及时向甲方反馈产品销售及产品质量问题

（5）有协助甲方共同处理上述问题的义务。

1、甲方提供给乙方的产品出现质量问题责任在甲方的，由甲方对不合格品实行无偿退换，退货运费由甲方负责承担。

2、解除合同后的有关条款。

（1）乙方应该对甲方经营内容（包括“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”系列产品及其销售的全部相关内容）继续承担保密义务。

（2）退还所有文件、资料、授权委托书、经销牌等（包括复制品），如违约，甲方将按知识产权法的规定对乙方进行论处，或在媒体上予以曝光。

（3）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。

（4）如果经销商销售假冒产品，给甲方造成损失，须承担全部责任。

1、合同生效及期限：首次进货的款项到达甲方帐户后生效，有效期一年，\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日。

2、本合同未尽事宜，由双方确定后作为补充合同与本合同具有同等法律效力。本合同一式2份，均为正本，双方各执1份。

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

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

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

**酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇八**

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

根据《中华人民共和国\_\_\_\_\_》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。

**酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇九**

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

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

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

甲、乙双方经友好协商，以自愿、平等互利为原则，就乙方经销甲方的\_\_\_\_\_系列产品，根据《中华人民共和国合同法》，双方达成如下协议：

一、甲、乙双方的权利和义务

1、甲方是\_\_\_\_\_\_\_系列产品的供应商，乙方是经销商。

2、销售范围：甲方指定乙方在\_\_\_\_\_\_\_范围内销售甲方产品。

3、乙方作为甲方的经销商，应尽经销商的责任。在上述区域应按甲方销售策略销售要求，尽最大努力将甲方产品销售。甲方也应保证供应足够的货源。

4、产品的型号由订单、收货单确定，最终以收货单为准。

5、运输及运费计算：甲方将以产品到岸价的形式向乙方供货，即甲方负责将产品发运到乙方所属地区配货站的运费，而乙方将负责货物在当地配货站到乙方仓库的一切费用。

6、甲方应向乙方提供符合国家标准的产品，如乙方发现产品质量不合格，乙方有权向甲方提出调换，但由于乙方保管不慎而导致的质量问题或在销售过程中由于乙方原因造成的一切损坏均有乙方负责，甲方不负任何责任。

7、货物残损、退换

乙方在验收时发现短少或包装上有缺陷，导致影响销售，应立即于送货单上注明，并请送货的部门签名作证;乙方有义务提供有关单证给甲方，以便甲方向保险公司索赔，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。

8、销售任务

乙方应完成总的销售额为：\_\_\_\_\_\_\_套/年。

9、付款期限及方式

甲方对乙方的付款条件为款到付货，即乙方每次定货需先将货款汇至甲方帐户内，甲方在确认款已到帐后\_\_\_日内发货(不可抗力因素除外)。

10、甲方负责为乙方提供全面的技术支持，负责为乙方培训售后服务人员(培训设在甲方公司所在地)。

二、乙方的特别义务以及奖励

1、保持甲方产品所有规格\_\_\_\_个月销售的库存，甲方有权要求乙方进行库存增减调整。

2、配合行动：当甲方在当地进行产品推广活动资源时，乙方有义务提供人力和借货服务。

3、价格控制：乙方可享受甲方的经销商供货价，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)

4 、对乙方的优惠：

乙方作为经销商，可以享受出厂价\_\_\_\_\_\_\_元/套;

乙方累计销售\_\_\_\_\_台以上时在出货时即可以可享受\_\_\_\_\_\_的优惠;若乙方销售业绩特别出色，甲方将给乙方更大的优惠，具体优惠措施由甲方另定。

三、合同的变更及终止

1、经友好协商，甲、乙双方可以变更合同。

2、乙方如连续\_\_\_\_个月不能达到甲方所定下的销售目标，甲方视乙方为自动终止本协议。

3、本协议期满后，由甲、乙双方协商是否续签本协议，乙方具有优先续签本协议的权利。

四、违约责任及争议解决

1 、对于乙方的以下行为，甲方可随时中止或终止本协议，如乙方违约，则追究乙方的违约责任：

(1)乙方超越销售范围销售甲方产品;

(2)乙方违反了结算规定，未按要求付货款;

(3)乙方每月的销售额连续\_\_\_\_个月未能达到甲方要求的销售额;

(4)乙方经营遇到巨大困难或管理发生实质性变化，如由他人承包、可能破产，导致甲方的权利无法得到保障时。

2 、争议解决方式

本协议发生争议，双方以友好协商的方式解决，协商不成时，可申请仲裁或由甲方所在地人民法院管辖，依法处理。

五、附则

1、本协议有效期为：\_\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日,共\_\_\_\_年。

2、其它未尽事宜双方可友好协商。

3、本协议一式两份，双方各执一份，签名盖章后即生效。

4、乙方收货人员确认书是本合同的附件。

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

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

法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**酒经销商合同过期可以告串货批发部吗篇十**

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

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方（商号名称）：\_\_\_\_\_\_\_\_

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

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

经协商一致，双方达成以下条款，以明确双方权利义务，并共同履行。

1、甲方保证其为依法存在、有权签订合同的法人组织。

2、乙方保证其用于\_\_\_\_\_\_\_\_经销商的营业执照在本合同有效期（包括续约有效期）内均有效，真实且内容符合\_\_\_\_\_\_\_\_公司的要求，可以从事\_\_\_\_\_\_\_\_经销商的经营活动。

3、乙方保证甲方无需为乙方与任何第三人之间存在的任何关系负任何责任。

1、经营甲方提供的商品，为顾客提供售前、售后服务。

2、按顾客要求，安排送货到户，方便顾客购货。

3、帮助甲方忠实用户申请成为优惠顾客，并定时跟进服务于这些顾客。

4、向甲方反映顾客的要求和意见。

5、帮助甲方进行市场调查、搜集有关资料，以便甲方了解市场动态以确定产品市场定位。

6、配合甲方新产品上市和产品推广计划，安排促销活动。

7、将经销产品、服务顾客等方面的经验，提供给甲方参考使用，以达到同业分享的目的。

8、协助甲方建立并提高企业信誉。

1、除非另有规定，甲方向乙方供货的一般批发价为甲方产品售价的八折（企业资料、产品资料、音像品及宣传品除外）。

2、乙方必须按甲方规定的售价向顾客售卖商品，不得抬价或压价。

乙方每次向甲方购货，必须即时结清当次货款。

1、按主规定的售价销售产品，赚取零售利润。

2、以乙方从甲方购货的净营业额为基数，按甲方规定的比率计算销售佣金。

3、按甲方标准取得各项奖金。

1、全部收益以当地国币值结算。

2、每月\_\_\_\_\_\_\_\_日左右，甲方通过银行转账直接将乙方上一月份之收益，拨入乙方指定的银行账户内。

3、乙方对指定银行账号的行为承担法律责任。

4、乙方获得年度奖金的，甲方将在甲方财政年度结束后4个月内将乙方的年度奖金直接汇入乙方指定的账户。

1、乙方因从事\_\_\_\_\_\_\_\_经销商活动所产生的税赋及根据本合同取得收益而应缴的税赋，全部由乙方自行承担并办理缴交、完税手续。

2、乙方在收取甲方支付的收益后，应于下一个月\_\_\_\_\_\_\_\_日前向甲方提供正式税务发票。甲方会在发放给乙方的各项佣金、奖金等款项中先行暂扣相关税款，在乙方提供相关税务发票后30天内予以发还；乙方未能按时提供上述发票的，甲方会将该笔款项作为乙方应缴税款代为上缴国家税务部门，不再退还给乙方。

甲方义务：

1、依照本合同规定按时向乙方支付乙方收益。

2、监督乙方在履行本合同过程中遵纪守法。

乙方义务：

1、按甲方要求履行本合同规定的义务。

2、接受甲方监督，服从甲方管理。

3、乙方必须遵守甲方的专卖原则，不将甲方产品以任何形式与其他产品同时摆卖。

4、遵守国家法律、法规（包括消防、治安等），遵守甲方公布的所有关于\_\_\_\_\_\_\_\_经销商的规定，遵守《\_\_\_\_\_\_\_\_营销人员营业守则》、《\_\_\_\_\_\_\_\_营销人员十个严禁事项》、《\_\_\_\_\_\_\_\_营销事业规章制度》及甲方公布的营运细则，此外，甲方对营业代表的纪律均适用于经销商。

5、乙方不得从事任何有损\_\_\_\_\_\_\_\_的活动或在按本合同第四条核准场地从事与\_\_\_\_\_\_\_\_无关的活动。

1、为了切实保障本合同的顺利履行，乙方签署本合同的代表必须是乙方营业执照所载明的负责人/法定代表人。

2、为保持甲方对外界的统一企业形象，除获甲方批准认可外，乙方经营场地不得为临街铺面或商场内的店铺或摊位。

3、乙方并非甲方职工，乙方不得以甲方的职工、受托人或任何身份，代表甲方发表、签署任何声明、文件或承诺承担任何法律责任。

4、甲方有权根据市场具体情况对公司的营运细则作出适度调整，乙方同意接受并遵守，否则，本合同将自动终止。

1、合同期限届满，双方不再续约的，本合同自然终止。

2、乙方欲提前终止本合同的，甲方应予允许，但乙方仍应与甲方结清因履行本合同而产生的债权债务。

3、乙方不能正确履行本合同规定义务的，或者违反《\_\_\_\_\_\_\_\_营销人员营业守则》、《\_\_\_\_\_\_营销人员十个严禁事项》、《\_\_\_\_\_\_营销事业规章制度》或其他适用于乙方的纪律的，甲方有权提前终止本合同，并立即取消乙方的经销商资格。被取消资格的经销商不得再从事任何本合同项下的活动。

4、乙方切实履行本合同规定，则甲方会在本合同期满前向乙方发出续约邀请。乙方接受邀请的，应按甲方通知办理相关手续。

因本合同或履行本合同产生的纠纷，双方应友好协商；协商不成，应向甲方所在地人民法院起诉。

本合同自签订之日起生效，合同一式两份，甲乙双方各执一份。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_有限公司

授权代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签订日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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