# 最新授权销售合同 授权合同的效力(七篇)

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-12-17

*授权销售合同授权合同的效力一甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_1.甲方授权乙方作为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年度甲方产品\_\_\_\_\_\_\_\_\_在\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的授权经销商。2.甲方授权期限为本协议签署日起至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_...*

**授权销售合同授权合同的效力一**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1.甲方授权乙方作为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年度甲方产品\_\_\_\_\_\_\_\_\_在\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的授权经销商。

2.甲方授权期限为本协议签署日起至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日止。

3.乙方可以用“甲方产品授权经销商”的名义进行一切合法的商业活动，但未经允许不得用任何具有排它性的名义进行宣传。

4.乙方须在所授权的市场区域内从事市场推广及销售活动，不得越区从事销售活动。对于跨地区销售或不按规定的零售价格销售者，一经发现，将给予警告;对于连续两次违反者，取消当年获得奖励的资格;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。

5.甲方将进行全国性的广告宣传并提供市场支持。乙方应充分利用甲方提供的市场宣传资源配以适当投入，积极开展市场推广活动。甲方全资投入包括：主要专业媒体的合作专栏和硬性广告、网上广告等。

6.甲方拥有\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品的价格制定权、发布权和解释权。乙方必须按照甲方规定的市场零售价进行销售。

7.代理价格：

一次进货量不低于\_\_\_\_\_\_\_\_\_套。

一次进货\_\_\_\_\_\_\_\_\_套以上，代理价格\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/套。

8.市场零售价：每套\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。

9.结算方式：所有产品现款现货，款到发货。

10.甲方在收到乙方货款后，将在\_\_\_\_\_\_\_\_\_个工作日内将货发出。

11.退货：

甲方在收到退货并确认符合上述要求后退回货款。

12.甲方向乙方发货时，由甲方负责铁路或公路运输费用和保险费;若乙方对运输工具有特殊要求时，超出的运费由乙方自行承担;退货时，运费及保险费由乙方自行承担。

13.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。

14.在协议的执行过程中如果出现了战争、水灾、地震等不可抗力，造成损失的，双方互不承担责任。

15.如有争议，双方协商解决;协商不成，可向本协议签约地人民法院提起诉讼。

16.本协议自双方签字盖章之日起生效，有效期满前如双方同意续约，应在本协议有效期届满前\_\_\_\_\_\_\_\_\_个工作日内签署书面续约协议。

17.本协议正本一式两份，双方各执一份，具有相同的法律效力。

18.本协议未尽事宜，经甲乙双方协商另行签订补充协议规定，补充协议与本协议具有同等的法律效力。

甲方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

授权代表(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

授权代表(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**授权销售合同授权合同的效力二**

第一条

产品品名、品规及价格，以附件一的约定为准。

第二条

2.1销售地区：甲方授权乙方为甲方产品在授权市场(见附件二)的经销商，乙方必须在合同约定的区域内销售甲方产品，不得以任何形式跨区销售。

2.2销售价格：为维护代理商间公平的市场竞争秩序，乙方在充分遵守甲方市场价格体系要求的基础上，有权决定终端销售价格，但是不得进行恶意价格竞争，也不得高于甲方“建议零售价”的130%。

2.3严禁乙方通过互联网电子商务平台向本协议授权市场外的领域销售甲方产品，但允许乙方向本协议授权市场提供互联网购买途径及互联网社群宣传。

2.4调整

2.4.1乙方需按季度进货。销售额将在20年第二季度进行考核，如截至年第二季度的最后一天(20年月日)，区域销售额达不到总销售回款额的%，则合作区域需经双方协商一致后重新调整确认。

2.4.2乙方不得同时在本合同的授权市场中推广该授权市场授权产品的同行业竞品(本协议所称同行业竞品为其他生产者生产的产品，并且该产品通用名与在该授权市场中销售的授权产品的通用名相同)，如甲方发现乙方违反如上约定代理竞品，则会书面通知乙方进行整改，如乙方在15个工作日内未停止销售竞品，甲方有权立即单方终止本协议并且取消乙方代理权。

2.4.3 如果经乙方销售的产品在乙方获授权的医院发生任何质量、安全性事件，乙方应在得知该事件后的24小时内，以电话及书面形式通知甲方，如果乙方未在如上时间内及时向甲方反馈，甲方有权收回乙方对该医院的代理授权。

2.4.4 本合同履行期间，若发生代理区域/医院的任何变动，双方需另行签订补充协议，相关内容以补充协议为准。

第三条

3.1 本合同的合同期限为 \_\_\_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日至 \_\_\_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日。

3.2 协议期满，双方可通过协商决定是否继续履行合同。如果乙方在完成协议指定任务且无违约行为的前提下，则按照本合同相关约定自动续约下一年度区域代理权的权利;如果乙方未完成协议指定任务但无违约行为的前提下，如继续履行，需重新协商代理协议的内容以延长合同期限。如上两类情形均需甲乙双方重新订立合同。

第四条

4.1 双方约定，自本协议签署之日起，乙方承诺，自 \_\_\_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日至 \_\_\_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日期间，完成总销售回款额人民币(大写) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元(￥ \_\_\_\_\_\_\_\_ )。销售回款额指乙方实际汇入甲方账户的实际采购总金额。

第五条

5.1 乙方在和甲方签订本合同后\_\_\_\_\_\_\_日内向甲方缴纳保证金人民币(大写) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 元(￥ \_\_\_\_\_\_\_ )，首批提货人人民币(大写) \_\_\_\_\_\_\_\_ 元(￥\_\_\_\_\_\_\_ )(乙方根据需求按甲方允许代理的产品自由组合提货品类)。市场保证金在第二批提货时冲抵货款。如乙方逾期支付市场保证金，甲方有权终止本合同。

5.2 甲方在收到每一批货物的货款后\_\_\_\_\_\_\_ 个工作日内向乙方出具发票(甲方可以通过快递或者业务员将发票送至乙方公司或乙方指定地点)，所有价格均为含税价。

5.3 乙方自行负责配送产品给终端消费者，所发生的配送费用由乙方全额承担。

第六条

6.1 甲方按协议要求将产品送至乙方指定交货地点、并经乙方履行进货查验无误后视为甲方完成初步交付。如果乙方变更某批货物的交货地点，需在支付货款后 \_\_\_\_\_\_\_个工作日内以书面的形式通知甲方。

6.2 乙方申请提货时须填写订单，并向甲方提起发货和开票申请，连同付款凭证传真给甲方。甲方收到乙方上述单据后经审核无误并确认货款到帐后发货，货物发出时间为收到货款后3个工作日内，“属于不可抗力的人为或自然因素(如铁路，公路事故等)”造成甲方不能保证供货期限的情况除外，但甲方需在不可抗力消除后及时以书面形式通知乙方并在不可抗力消除后的 个工作日内发货。发货费用由甲方承担，发货方式为陆运，如乙方要求以加急方式办理陆运或空运并由乙方自行承担运输费用，甲方应当按乙方要求办理。

6.3 乙方应在甲方交付货物后5个工作日内核实到货产品的类别、注册证(如有)、合格证、检测报告、数量、产品包装有无破损状况，如乙方首次验货后确认并签收的，则为甲方完成初步交付;如乙方发现不符合约定的，例如货物在到达乙方、经查验时发现存在包装污染、包装凹陷、包装破损等表面瑕疵的，乙方在发现时应对货物进行图片和视频拍摄留证，以书面形式通知甲方并拒收货物。由甲方查实后与乙方协商一致进行退货或者免费更换货物。

5个工作日内向甲方提出退、换货要求。由甲方查实后与乙方协商一致进行退货或者免费更换货物。

6.5 经食品检验部门检测确认属于产品本身存在不符合食品安全标准等质量问题的，乙方负责联系甲方退、换货，甲方承担产品不符合食品安全标准等质量问题的责任，如乙方因此受到行政处罚、发生赔付等损失的，最终应由甲方承担相应的赔偿责任，乙方有权向甲方全额追偿。

6.6 甲方不接受非产品包装瑕疵、质量问题产生的退货要求。如发生本合同约定之外的特殊情况，在不影响包装内的产品二次销售的情况下，退换货事宜由双方协商解决。

第七条

7.1 甲方供给乙方的产品均标注有批号、防伪标签以防止窜货，甲、乙双方均根据有效批号、防伪标签对市场实施规范管理。

7.2 乙方不得以任何形式向本协议约定区域(或医院)外的市场直接或间接供货，否则视为窜货行为。

7.3 窜货：未经甲方书面同意，乙方及其指定的销售公司以任何形式、通过任何渠道将代理产品向授权区域外的其他区域(包括：商业公司、批发市场、药店、医院等)销售的，无论销售数量多少，皆构成窜货违约行为。

若不能查清明细的，按窜货批号的发货数量进行核算。

7.5.1 一次性窜货3件以上;

7.5.2 二次及二次以上故意窜货的;

7.5.3 故意刮、涂箱号、识别码的;

7.5.4 故意与他人合谋实施窜货。

7.6 乙方发生窜货后，应积极配合甲方调查处理，做出善后补救措施，如第三方主张窜货损失的，由乙方另行赔偿因此给第三方造成的损失、减少窜货造成的不利影响。

第八条

8.1 甲方的权利和义务

8.1.1 甲方的义务

(1)甲方负责保证提供的产品质量符合国家、地方(如有)食品安全标准。并向乙方提供产品相关的检测报告、合格证明、注册证(如有)等产品质量合格的证明资料。

(2)甲方向乙方提供开展产品销售工作的首营资料及其它有效证明文件等。

(3)甲方有义务将即将上市的新产品情况通报乙方，乙方对新产品有优先选择的权利，以利双方长期友好合作。

(4)甲方有义务配合乙方向乙方获授权的医院提供教学培训服务等学术推广支持。

(5)学术推广：甲方于本合同履行期内向乙方授权终端提供教学培训等学术推广支持。甲方根据自身安排对乙方业务人员进行业务培训指导。

8.1.2 甲方的权利

(1)甲方对乙方的销售状况有知情权。甲方有权了解乙方的推广渠道和政策。乙方代理区域内出现的问题，应及时向甲方告知，甲方可提出处理建议，监督或协助乙方及时解决。

(2)甲方有权对产品的招商政策、推广策略等做必要的调整。

(3)甲方有权要求乙方定期提交医院销售的流向统计表，了解乙方的销售政策和销售数据，以便掌握乙方协议执行情况、医院开发与销售情况。

8.2 乙方的权利和义务

8.2.1 乙方的义务

(1)乙方有共同维护市场秩序的义务，积极作好代理区域内的产品推广、开发医院及销售上量工作。

(2)乙方应积极参加协议区域内的学术会议。

(3)在乙方代理区域涉及产品的质量抽检等重要事项，乙方需在甲方的指导下配合有关部门办理。

(4)乙方按照国家法律、法规对货物进行合理储存、养护、运输，确保产品质量。

8.2.2 乙方的权利

(1)乙方有权利要求甲方提供产品知识培训等非资金支持性质的售后服务。

(2)乙方在受到窜货侵害时，有权要求甲方及时处理，以维护自身的合法权益，同时乙方有权要求甲方协助向第三方索赔因其窜货所遭受的损失。

第九条

9.1甲方有权对乙方在协议履行中出现的违约行为追究其违约责任，包括收回产品货物、扣除市场保证金、窜货罚金、取消部分代理权直至终止代理协议等措施。

9.2乙方应对其销售市场进行有效管理，如因乙方原因出现违反法律、法规或违反本协议规定造成损失的，由乙方自行解决，并承担全部责任。

9.3乙方不得在推广过程中做出任何有损于甲方商誉或市场形象的行为，否则甲方有权解除合同，并要求乙方承担违约责任。

第十条甲乙双方承诺对本协议全部条款以及合作过程中的全部信息包括销售数据、医院流向、客户情况等属于需保密的信息，均承担保密责任。任何一方违约泄密的，将就因此给对方带来的财产损失承担赔偿损失的法律责任。

第十一条因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，均提请仲裁委员会按照其仲裁规则进行仲裁。仲裁裁决是终局的，对合同各方均有约束力。

第十二条

1.本合同一式二份，合同各方各执一份。各份合同文本具有同等法律效力。

2.本合同经各方签署后生效。

签署时间：\_\_\_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日

甲方(签字或盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系方式：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方(签字或盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系方式：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**授权销售合同授权合同的效力三**

依据《中华人民共和国合同法》及相关法律、法规的规定，为促进事业的发展，甲乙双方本着平等互利、战略伙伴的关系，就甲方授权乙方经营“xx”产品一事，双方为了更好履行相关权力、义务等事宜特签订本合同。

一、商 标

1.1甲方独家拥有并受到法律保护的商标、商业名称和其它一切标志，包括广告宣传中所使用之商号、标识。

1.2 乙方在本合同生效期内，以甲方许可的形式，在销售过程中使用。

二、经营范围

2.1专卖店经营范围：甲方所投资、转投资、控股公司生产的产品及指定产品。

2.2在合同有效期内，乙方在“远光专卖店”内不得经销任何非甲方指定的产品。

三 、专卖店

3.1乙方声明符合加盟申请条件，并在了解公司相关事项的情况下，甲方同意乙方在省 市筹备专卖店（所选地址需先经甲方审批同意）。在筹备期间即可享受专卖店的所有待遇。在前述销售区域内，甲方可视情况另行授权其它经销商。

3.2乙方专卖店开业前应在当地申办所需经营手续，双方合作期内，乙方专卖店实行自主经营、自负盈亏、独立核算。

四、双方的权力和义务

4.0甲方的权力

4.0.1在市场环境发生变化的前提下，甲方可以适当调整产品价格并以书面或公司网站公告形式通知。

4.0.2因乙方的原因致使甲方遭受损失，甲方可向乙方追索赔偿或收回乙方的经营权。

4.1甲方的义务

4.1.1甲方作为品牌及商标的合法拥有者，在本合同生效后的同时，给乙方出具商标使用及经营《授权书》。

4.1.2甲方在乙方开业前，无偿提供乙方开店所需的甲方具有的相关证件复印件。

4.1.3甲方须按双方约定的产品规格、价格和日期，向乙方供货，并保证产品质量。

4.1.4协助乙方培训店内相关人员，不定期对乙方的经营进行规范性协助。

4.1.5及时给乙方提供新的市场信息，不断开发新的产品，丰富专卖店经营项目或品种，并协助乙方提高专卖店的经济效益。

4.1.6在双方合同有效期内，若出现发货错误或者产品出现质量问题，专卖店可以按照公司的有关规定办理换货手续。

4.2 乙方的权力

4.2.1在本合同有效期内，乙方有权在销售过程中使用甲方授权的商标及标识，进行合法的商业活动。

4.2.2在本合同有效期内，为提高专卖店的形象其内外装修、布置等，乙方享有甲方统一规范的形象设计使用权。

4.2.3乙方有权以约定的价格、规格及日期从甲方进货，但须履行甲方统一规定的市场销售价格，不得擅自提价、降价销售。

4.2.4乙方有权要求甲方在经营管理、市场销售、售后服务等方面给予帮助并对其员工进行专业培训，产生的费用可以按照公司的有关规定执行。

4.3乙方的义务

4.3.1乙方有义务维护甲方企业形象的统一性和商业信誉。

4.3.2乙方应在国家法律、法规等规定的范围内进行正当的经营活动，不得违规经营，否则后果自负。

4.3.3乙方在变更通讯方式及店址时，有义务立刻通知甲方。如未通知，甲方将按乙方登记的通讯地址及发货地址发给（出）的所有通知、货物或资料，视同乙方收到。

五、付款及提货

5.1乙方每次购买产品，须先将款项汇入甲方指定的账户。

5.2乙方购买产品，进入甲方网站订购。有关产品购货的总价、数量、规格、颜色等均以乙方订单上填写的为准。

5.3甲方收到乙方全额货款后三个工作日内，按乙方指定收货地点和收货人，发出所定的产品， 乙方收到货物后应立即检查货物的数量，如有问题在收到货物后5日内向甲方提出书面异议。

六、 其他约定

6.1本合同有效期为一年，合同期满双方无一方提出异议，视为续约。

6.2本合同期满后如双方不再续签，乙方应拆除专卖店内所有与甲方有关的招牌、招贴等，并将甲方颁发的授权书及有关证件退还给甲方。

6.3甲乙双方在履行本合同过程中若发生争议，应友好协商解决，协商不成时，任何一方均可向合同签约地的法院诉讼。

6.4乙方如销售或自行生产、委托他人生产甲方同类型产品及假冒产品，甲方将终止本合同及乙方的经营权。

6.5甲方网站所公示的《经销商须知》，做为合同附件与本合同具有同等法律效力。

6.6本合同履行期间若发生不可抗力因素，甲乙双方互相免除发生不可抗力期间的违约责任。

6.7本合同及其相关附件一式两份，双方各执一份，经双方签字后生效。

甲方（盖章）： 乙方（签字）：

法定代表人（或委托代理人）签字：

年 月 日 年 月 日

**授权销售合同授权合同的效力四**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称为甲方)

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称为乙方)

一、确定销售关系

1.甲、乙双方根据本合同确立销售关系，不经甲方特别书面授权，乙方只有销售甲方产品的权利，乙方无权代甲方做出任何承诺或立下任何债务。

2.乙方与甲方的合作性质为\_\_\_\_\_\_\_\_ 经销商。

二、销售区域、期限

1.乙方销售甲方产品，仅限于在\_\_\_\_\_\_\_\_ (以行政区域划分)内进行销售，不得擅自超出该区域进行销售。

2.乙方若需开辟其它区域市场，须征得甲方书面同意和授权。

3.销售期限：从\_\_\_\_\_\_\_\_ 年\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_日至 \_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_日。

三、销售产品

1.销售产品为甲方现有\_\_\_\_\_\_\_\_ 等系列产品(以下简称产品)，质量及包装标准以产品生产企业标准为准。

2.甲方开发其他新产品，将另行通知乙方具体销售政策，经甲、乙双方同意后可另行签约或以本合同为准。

3.乙方同意按照双方约定的价格体系销售产品(价格体系见附表)。

四、销售目标

(单位：万元)

2.乙方须完成销售目标，如乙方连续三月购货低于销售目标金额的\_\_\_\_\_\_\_%，或至该月累计未完成目标的\_\_\_\_\_\_\_%时，甲方有权单方终止合同。

(备注：全年分解应按上表所列比例。新开户商家第一次进货，应在此次基础上增加\_\_\_\_\_\_\_万元作为首批进货。)

五、付款方式

乙方向甲方订购产品需将订货总金额的全额货款以现金或汇票先行汇入甲方指定账户。

六、交货和运费方式

1.交货时间：甲方在确认货款到账后十天内发出货物，若乙方订货超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_件，甲方以不影响乙方销售为原则分批分期发运。

2.运输工具：经甲乙双方同意以经济安全的运输工具为主，运输手段和工具的选择由甲方决定，但一天以上的长途运输工具以火车运输为主。

3.费用承担：本合同所列双方结算价格已包含货物运到乙方所在地最近铁路到站运费以及货运保险，到站后费用，如中转费、掏箱费、装卸费、短途运输费等均由乙方自行承担。

4.提货验货：乙方提货时，货物破损低于3‰为正常运输破损，损失部分由乙方自行承担，如货物破损超出3‰，应凭铁路部门和保险公司有效证明文件三日内书面通知甲方，甲方协助乙方进行索赔，超过五日视为乙方无异议。

5.乙方在领货凭证上签收后，产品所有权即从甲方转到乙方。

若无甲方书面签章公文许可，甲方任何人员不得随意调货或借货。乙方在经营过程中因铺货及货款回收风险等均由乙方自行承担。

6.乙方收到甲方货物后必须出具加盖乙方公章的收货确认书(传真或邮寄)给甲方，并详细列明所收货物品项、数量及金额;收货后三日内未通知甲方，视为甲方交货正确。

七、甲方的权利和责任

1.权利

(1)对乙方的经营状况，价格执行情况、货物流向有权实施监督管理。

(2)对乙方的经营管理进行指导，如发现乙方在市场运作中有不规范或配合不力的情况，有权向乙方提出合理建议，直至终止合同。

(3)乙方如有违反本合同规定之条款，甲方可以书面形式通知乙方解除合同，并追究乙方违约责任。

(4)甲方可根据市场情况和成本调整产品价格。甲方调整产品价格无需事先征得乙方同意，对乙方对于调整产品价格提出的任何主张不承担责任。

2.责任

(1)甲方提供之产品必须符合中华人民共和国白酒行业产品质量生产标准，并保证长期、稳定的产品质量。

(2)协助乙方做好市场营销工作。

(3)兑现以书面形式所承诺的各种支持、包括给乙方的补偿、奖励、促销品、广告及营销推广支持。口头承诺无效。

(4)按照乙方的订货要求(货款到甲方账户后)，双方约定的交货地点发运。

(5)如产品滞销是由于甲方供货延迟或根据合同约定甲方提前终止合同时，乙方剩余产品由甲方按原到岸价(根据甲方供货时出具的单据，货号和批次确定)全部收回，使乙方真正实现零风险经营，但包装必须完好无损(以件为单位)。

(6)甲方调整产品价格时，须提前一个月以正式书面通知乙方，书面通知应作为合同附件存查。

八、乙方的权利、责任

1.权利：

(1)如因甲方产品质量原因，乙方可以书面形式向甲方提出退货，经国家质检部门确认后，可以退货。

(2)有权提出对推广市场有益的经营建议。

(3)甲方如有违反本合同规定之条款，乙方书面通知甲方，甲方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内据具体事宜进行书面答复，若甲方在约定的时间内不做出书面答复，乙方可以书面形式通知甲方解除本合同。

2.责任：

(1)乙方必须指派专人负责甲方产品的销售，合同签订后十五日内，组建15人以上的营销队伍，配送工具应即时到位，并制定和完善各项管理规章制度，迅速提高服务终端能力。

(2)乙方应缴纳一定金额的市场管理保证金，按照甲方规定的价格、在双方协议的销售配送区域内销售，不得擅自越区销售和低价销售。(见第九条)

(3)产品销售应严格执行双方签订的产品通路价格(附价格表)，如需调整价格应以甲方正式书面通知为准，严禁低价恶性倾销或刻意高价销售。

(4)乙方不得销售假冒甲方产品及成吉思汗系列产品商标、专利之任何侵权产品，如发现有假冒伪劣产品出现，应在及时用书面形式通知甲方(传真或信函)，并协助甲方进行打假活动。

(5)乙方应积极、主动地搞好营销工作，努力完成双方确定的集团购货销售任务。

(见附件四)

(6)做好促销活动的协调、配合工作，包括各职能部门及终端的协调，协助对活动礼品、品尝酒、形象小姐的管理。

(7)严格执行双方确定的任务量和各月订货计划，并作好市场销售预测，确保足够的产品库存，防止市场断货现象发生。

(8)严格按照合同确定的终端数和目标进行铺货(铺货目标见附件)。

(9)乙方应按月提供产品销售报表、库存及对乙方进行考核所需的资料。

(10)乙方与终端签订销售协议时，必须明确给终端配送的白酒产品，应包括\_\_\_\_\_\_\_所有系列酒，并主动协助成吉思汗系列酒的销售。

(11)乙方应收集或配合甲方人员收集的当地市场动态，竞品信息、资料传给甲方。

九、市场管理保证金和保证金管理：

1.乙方承诺应在合同签订后\_\_\_\_\_\_\_天内向甲方缴纳市场管理保证金\_\_\_\_\_\_\_万元，未按期缴纳保证金本合同自动终止。

2.保证金扣除：

(1)乙方不得将产品销到批发市场，如发生，甲方第一次有权扣除乙方保证金的\_\_\_\_\_\_\_%，第二次有权扣除\_\_\_\_\_\_\_%，第三次有权扣除全额并终止销售协议。

(2)乙方应按双方约定价格向各级客户销售产品，如低于该价格，第一次甲方有权扣除乙方保证金的\_\_\_%，第二次有权扣除\_\_\_\_%，第三次有权扣除全额并解除销售协议。

(3)乙方不得将产品销售到约定区域以外的市场，如发生，第一次甲方有权扣除乙方保证金的\_\_\_\_\_\_\_%，第二次有权扣除\_\_\_\_%，第三次有权扣除\_\_\_\_\_\_\_%并解除双方的销售协议。

(4)乙方将甲方产品与仿冒、假劣产品搭配销售，或恶意低价销售冲击甲方重点市场的，甲方有权一次性扣除乙方全额保证金并解除双方销售协议。

3.对乙方市场管理保证金的扣除，不影响甲方对乙方违约行为和侵权行为所造成的损失依法追究其法律责任的权利。

4.市场管理保证金不计息。

5.市场管理保证金退还：如乙方在合同期内无上述违约行为，甲方应于合同终止后\_\_\_\_\_\_\_天内全额返还乙方保证金;否则，双方在合同终止后\_\_\_\_\_\_\_日内结清余下保证金。

十、商标及其它知识产权

甲方的注册商标、专利、公司名称等一切知识产权，均属甲方所有，虽有本合同签订，但甲方并未授权乙方使用甲方注册商标、专利、公司名称以及其它甲方所享有的知识产权，除经甲方书面许可，乙方不得擅自使用，否则，方将依法追究乙方侵权责任。

十一、 签名及盖章

1.本合同或本合同的补充协议(或附件)及在履行本合同过程中对双方权利义务所达成的新约定，均应为书面形式并有甲、乙双方法定代表人或其授权人签署，并加盖合同专用章或公章; 否则，该合同或文件无效。

2.所有甲方驻乙方区域业务人员或其他人员的行为必须以本合同为准，对超出本合同约定且无甲方特别授权的任何行为产生的后果，甲方不承担相应的法律责任;甲、乙双方均不得以对方业务人员或其他公司员工的口头承诺作为改变本公司约定事项的依据，若确需增加内容，须经双方同意，且以书面形式补充加盖公章作为合同附件。

3.乙方在未取得甲方书面盖章公文同意时，任何甲方人员向乙方的借贷行为均属于其个人行为，甲方不承担任何由此产生的一切后果和责任，乙方有权向该个人追索其个人欠款。

4.本合同签订之日起\_\_\_\_\_\_\_日内，乙方向甲方汇出首批进货款，超过期限视为自动放弃，本合同自行终止，经双方协商、确定首批进货金额不低于\_\_\_\_\_\_\_万元。

十二、违约责任

1.乙方违反本合同关于价格和区域的约定，可以根据第九条的约定处理。

2.双方的任何一方行为构成为违约，对方可以依法追究其违约责任。

3.解除合同的书面通知到达对方，合同解除。约定以外的其他原因需要解除合同，必须经双方协商一致，否则视为违约，赔偿对方因此所受的损失。

4.其它违约责任按《中华人民共和国合同法》的相关规定精神执行。

十三、其他

1.本合同经双方法定代表人或授权人签名并加盖合同专用章或公章后生效。本合同生效后，将取代合同生效前的双方的所有洽谈协议和以前甲、乙方签订的各类合同和约定。

2.本合同未尽事宜，双方协商形成合同附件，并经双方签字盖章后具有同等法律效力。

3.如甲、乙方在经营合作过程中发生争议和纠纷，应友好协商解决，如协商不成，双方同意由甲方所在地法院管辖。

4.本合同(连同附件)一式肆份、甲方、乙方各持贰份，具有同等法律效力。

客户经理：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：(手提)\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**授权销售合同授权合同的效力五**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称为甲方)

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称为乙方)

一、确定销售关系

1.甲、乙双方根据本合同确立销售关系，不经甲方特别书面授权，乙方只有销售甲方产品的权利，乙方无权代甲方做出任何承诺或立下任何债务。

2.乙方与甲方的合作性质为\_\_\_\_\_\_\_\_ 经销商。

二、销售区域、期限

1.乙方销售甲方产品，仅限于在\_\_\_\_\_\_\_\_ (以行政区域划分)内进行销售，不得擅自超出该区域进行销售。

2.乙方若需开辟其它区域市场，须征得甲方书面同意和授权。

3.销售期限：从\_\_\_\_\_\_\_\_ 年\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_日至 \_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_日。

三、销售产品

1.销售产品为甲方现有\_\_\_\_\_\_\_\_ 等系列产品(以下简称产品)，质量及包装标准以产品生产企业标准为准。

2.甲方开发其他新产品，将另行通知乙方具体销售政策，经甲、乙双方同意后可另行签约或以本合同为准。

3.乙方同意按照双方约定的价格体系销售产品(价格体系见附表)。

四、销售目标

(单位：万元)

产品

(第一年)年(分月比例)

合计金额(万元)

合计

2.乙方须完成销售目标，如乙方连续三月购货低于销售目标金额的\_\_\_\_\_\_\_%，或至该月累计未完成目标的\_\_\_\_\_\_\_%时，甲方有权单方终止合同。

乙方向甲方订购产品需将订货总金额的全额货款以现金或汇票先行汇入甲方指定账户。

六、交货和运费方式

1.交货时间：甲方在确认货款到账后十天内发出货物，若乙方订货超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_件，甲方以不影响乙方销售为原则分批分期发运。

2.运输工具：经甲乙双方同意以经济安全的运输工具为主，运输手段和工具的选择由甲方决定，但一天以上的长途运输工具以火车运输为主。

3.费用承担：本合同所列双方结算价格已包含货物运到乙方所在地最近铁路到站运费以及货运保险，到站后费用，如中转费、掏箱费、装卸费、短途运输费等均由乙方自行承担。

4.提货验货：乙方提货时，货物破损低于3‰为正常运输破损，损失部分由乙方自行承担，如货物破损超出3‰，应凭铁路部门和保险公司有效证明文件三日内书面通知甲方，甲方协助乙方进行索赔，超过五日视为乙方无异议。

5.乙方在领货凭证上签收后，产品所有权即从甲方转到乙方。

若无甲方书面签章公文许可，甲方任何人员不得随意调货或借货。乙方在经营过程中因铺货及货款回收风险等均由乙方自行承担。

6.乙方收到甲方货物后必须出具加盖乙方公章的收货确认书(传真或邮寄)给甲方，并详细列明所收货物品项、数量及金额;收货后三日内未通知甲方，视为甲方交货正确。

七、甲方的权利和责任

1.权利

(1)对乙方的经营状况，价格执行情况、货物流向有权实施监督管理。

(2)对乙方的经营管理进行指导，如发现乙方在市场运作中有不规范或配合不力的情况，有权向乙方提出合理建议，直至终止合同。

(3)乙方如有违反本合同规定之条款，甲方可以书面形式通知乙方解除合同，并追究乙方违约责任。

(4)甲方可根据市场情况和成本调整产品价格。甲方调整产品价格无需事先征得乙方同意，对乙方对于调整产品价格提出的任何主张不承担责任。

2.责任

(1)甲方提供之产品必须符合中华人民共和国白酒行业产品质量生产标准，并保证长期、稳定的产品质量。

(2)协助乙方做好市场营销工作。

(3)兑现以书面形式所承诺的各种支持、包括给乙方的补偿、奖励、促销品、广告及营销推广支持。口头承诺无效。

(4)按照乙方的订货要求(货款到甲方账户后)，双方约定的交货地点发运。

(5)如产品滞销是由于甲方供货延迟或根据合同约定甲方提前终止合同时，乙方剩余产品由甲方按原到岸价(根据甲方供货时出具的单据，货号和批次确定)全部收回，使乙方真正实现零风险经营，但包装必须完好无损(以件为单位)。

(6)甲方调整产品价格时，须提前一个月以正式书面通知乙方，书面通知应作为合同附件存查。

八、乙方的权利、责任

1.权利：

(1)如因甲方产品质量原因，乙方可以书面形式向甲方提出退货，经国家质检部门确认后，可以退货。

(2)有权提出对推广市场有益的经营建议。

(3)甲方如有违反本合同规定之条款，乙方书面通知甲方，甲方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内据具体事宜进行书面答复，若甲方在约定的时间内不做出书面答复，乙方可以书面形式通知甲方解除本合同。

2.责任：

(1)乙方必须指派专人负责甲方产品的销售，合同签订后十五日内，组建15人以上的营销队伍，配送工具应即时到位，并制定和完善各项管理规章制度，迅速提高服务终端能力。

(2)乙方应缴纳一定金额的市场管理保证金，按照甲方规定的价格、在双方协议的销售配送区域内销售，不得擅自越区销售和低价销售。(见第九条)

(3)产品销售应严格执行双方签订的产品通路价格(附价格表)，如需调整价格应以甲方正式书面通知为准，严禁低价恶性倾销或刻意高价销售。

(4)乙方不得销售假冒甲方产品及成吉思汗系列产品商标、专利之任何侵权产品，如发现有假冒伪劣产品出现，应在及时用书面形式通知甲方(传真或信函)，并协助甲方进行打假活动。

(5)乙方应积极、主动地搞好营销工作，努力完成双方确定的集团购货销售任务。

(见附件四)

(6)做好促销活动的协调、配合工作，包括各职能部门及终端的协调，协助对活动礼品、品尝酒、形象小姐的管理。

(7)严格执行双方确定的任务量和各月订货计划，并作好市场销售预测，确保足够的产品库存，防止市场断货现象发生。

(8)严格按照合同确定的终端数和目标进行铺货(铺货目标见附件)。

(9)乙方应按月提供产品销售报表、库存及对乙方进行考核所需的资料。

(10)乙方与终端签订销售协议时，必须明确给终端配送的白酒产品，应包括\_\_\_\_\_\_\_所有系列酒，并主动协助成吉思汗系列酒的销售。

(11)乙方应收集或配合甲方人员收集的当地市场动态，竞品信息、资料传给甲方。

九、市场管理保证金和保证金管理：

1.乙方承诺应在合同签订后\_\_\_\_\_\_\_天内向甲方缴纳市场管理保证金\_\_\_\_\_\_\_万元，未按期缴纳保证金本合同自动终止。

2.保证金扣除：

(1)乙方不得将产品销到批发市场，如发生，甲方第一次有权扣除乙方保证金的\_\_\_\_\_\_\_%，第二次有权扣除\_\_\_\_\_\_\_%，第三次有权扣除全额并终止销售协议。

(2)乙方应按双方约定价格向各级客户销售产品，如低于该价格，第一次甲方有权扣除乙方保证金的\_\_\_%，第二次有权扣除\_\_\_\_%，第三次有权扣除全额并解除销售协议。

(3)乙方不得将产品销售到约定区域以外的市场，如发生，第一次甲方有权扣除乙方保证金的\_\_\_\_\_\_\_%，第二次有权扣除\_\_\_\_%，第三次有权扣除\_\_\_\_\_\_\_%并解除双方的销售协议。

(4)乙方将甲方产品与仿冒、假劣产品搭配销售，或恶意低价销售冲击甲方重点市场的，甲方有权一次性扣除乙方全额保证金并解除双方销售协议。

3.对乙方市场管理保证金的扣除，不影响甲方对乙方违约行为和侵权行为所造成的损失依法追究其法律责任的权利。

4.市场管理保证金不计息。

5.市场管理保证金退还：如乙方在合同期内无上述违约行为，甲方应于合同终止后\_\_\_\_\_\_\_天内全额返还乙方保证金;否则，双方在合同终止后\_\_\_\_\_\_\_日内结清余下保证金。

十、商标及其它知识产权

甲方的注册商标、专利、公司名称等一切知识产权，均属甲方所有，虽有本合同签订，但甲方并未授权乙方使用甲方注册商标、专利、公司名称以及其它甲方所享有的知识产权，除经甲方书面许可，乙方不得擅自使用，否则，方将依法追究乙方侵权责任。

十一、 签名及盖章

1.本合同或本合同的补充协议(或附件)及在履行本合同过程中对双方权利义务所达成的新约定，均应为书面形式并有甲、乙双方法定代表人或其授权人签署，并加盖合同专用章或公章; 否则，该合同或文件无效。

2.所有甲方驻乙方区域业务人员或其他人员的行为必须以本合同为准，对超出本合同约定且无甲方特别授权的任何行为产生的后果，甲方不承担相应的法律责 任;甲、乙双方均不得以对方业务人员或其他公司员工的口头承诺作为改变本公司约定事项的依据，若确需增加内容，须经双方同意，且以书面形式补充加盖公章作 为合同附件。

3.乙方在未取得甲方书面盖章公文同意时，任何甲方人员向乙方的借贷行为均属于其个人行为，甲方不承担任何由此产生的一切后果和责任，乙方有权向该个人追索其个人欠款。

4.本合同签订之日起\_\_\_\_\_\_\_日内，乙方向甲方汇出首批进货款，超过期限视为自动放弃，本合同自行终止，经双方协商、确定首批进货金额不低于\_\_\_\_\_\_\_万元。

十二、违约责任

1.乙方违反本合同关于价格和区域的约定，可以根据第九条的约定处理。

2.双方的任何一方行为构成为违约，对方可以依法追究其违约责任。

3.解除合同的书面通知到达对方，合同解除。约定以外的其他原因需要解除合同，必须经双方协商一致，否则视为违约，赔偿对方因此所受的损失。

4.其它违约责任按《中华人民共和国合同法》的相关规定精神执行。

十三、其他

1.本合同经双方法定代表人或授权人签名并加盖合同专用章或公章后生效。本合同生效后，将取代合同生效前的双方的所有洽谈协议和以前甲、乙方签订的各类合同和约定。

2.本合同未尽事宜，双方协商形成合同附件，并经双方签字盖章后具有同等法律效力。

3.如甲、乙方在经营合作过程中发生争议和纠纷，应友好协商解决，如协商不成，双方同意由甲方所在地法院管辖。

4.本合同(连同附件)一式肆份、甲方、乙方各持贰份，具有同等法律效力。

客户经理：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：(手提)\_\_\_\_\_\_\_\_\_

补充附件：

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

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

甲、乙双方本着平等合作、互惠互利、共同发展、诚信的原则达成如下协议并作为甲、乙双方\_\_\_\_\_\_号销售合同不可缺少之附件，同该销售合同同时生效。本补充协议与原销售合同有不符之处，以本补充协议为准。

1.乙方首批进货金额不得低于\_\_\_\_\_\_万元。

(1)乙方首批进货明细： 单位：元

产品

(第一年)年(分月比例)

合计金额(万元)

货值合计：(小写) 元

(2)乙方首批进货总金额人民币大写：\_\_\_\_\_\_\_\_佰万\_\_\_\_\_\_\_\_拾万\_\_\_\_\_\_\_\_万\_\_\_\_\_\_\_\_仟\_\_\_\_\_\_\_\_佰\_\_\_\_\_\_\_\_拾\_\_\_\_\_\_\_元\_\_\_\_\_\_角\_\_\_\_\_\_\_\_分。

2.终端铺货风险及终端进场费支持：按首次打款进货金额的30%给予乙方一次性补偿。(第二次进货时折货补偿，具体考核办法见合同附件一)

3.奖励：按合同期内乙方实际销售金额的10%给予乙方奖励。(具体考核办法见合同附件二)

4.广告支持

(1)中央电视台、香港凤凰卫视、部分地方级电视媒体(包括卫视)全年脉动式投放。

(2)全国及地方发行量大、有影响力的杂志、报纸广告。

5.推广支持

(1)开瓶费：开展酒盒回收活动，标准：【1】长生天每个盒盖20元;【2】合罕每个盒盖15元;【3】宝格德每个盒盖10元。(上述半斤盒盖和其它品种无开瓶费)。盒盖由乙方统一回收，款项由甲方支付。(开瓶费管理办法见合同附件三)

(2)sp活动(促销活动)：根据当地市场工作进度及启动情况，不失时机地开展行之有效的sp活动。(乙方可提供sp活动方案由甲方审核、审定后统一实施)

(3)促销礼品：甲方将统一制作针对不同通路、不同对象的各种促销礼品，以确保sp活动的开展和市场营销工作的推进。促销礼品的投入不少于乙方全年进货总额的3%。

(4)品尝酒：用于sp活动的品尝酒，甲方将根据活动的需求统一发放、执行。

6.铺货及进场

(1)乙方应按双方共同确定的有效终端点数铺货，入市铺货前须以书面形式向甲方提报准确的终端实数。

(2)物发到之日起为计算时间，要求乙方在45天以内使有效终端点数的铺货率达到100%。 如超过规定时间终端点数的铺货率未达到100%取消补偿。

7.市场支持

实际进货额(万元)

市场广告支持

年度销售奖励

其他

月度

季度

年度

总计比例

(2)在上表所列的市场支持的金额范围内，由甲乙双方协商制定促销方案，并报经甲方相关部门批准认可后执行。乙方任何未经甲方书面同意而擅自执行的广告 促销活动，甲方均不予认可。乙方按照甲方促销活动管理的相关制度，提供促销活动过程中的各类单据、表格和其他资料，按照规定流程报销本条第一款所列相应市 场支持费用。甲方有权对促销活动执行过程进行监督管理，如发现违反方案的情况，有权取消对乙方的市场支持。

(3)所有促销方案费用和年度销售奖励，甲方以等值成吉思汗系列产品或促销酒的方式进行支持。该部分产品金额不再享受市场支持，也不计入乙方的购货金额。

8.考核

(1)乙方完成销售合同约定的月、季、年度进货目标，并经甲方按第五条进行考核合格，按对应费用比例享受市场支持，并享受相应的年度销售奖励。如乙方经甲方按第五条考核不合格，则不对乙方进行任何市场支持并不给予年度销售奖励。

(2)市场支持部分，由乙方按照促销方案先行投入，定期提供促销活动的单据、表格及其它资料交甲方相关部门审核报销，审核合格后将费用以产品形式支持到位。

(3)年度奖励部分，甲方根据乙方合同期内进货额对应的奖励比例，于合同到期后1个月内，将年度销售奖励到位。

9.若乙方将甲方产品直接或通过下级客户销至销售区域以外的市场、或违反甲方价格政策进行销售，或将甲方产品销至批发市场，则甲方有权取消乙方部分或全部市场支持及年度奖励，直至取消销售权。

10.乙方每次进货应提前15天向甲方书面提报统一规范的订货单，乙方订货单须加盖公章，需有甲方片区经理或其委托区域主管签字认可，以便于甲方安排生产及联系发运事宜。甲方不承担因乙方未提前提报订货单而造成的市场后果责任。

11.乙方在合同签订后10天内应成立专职营销甲方产品的组织，并提供运输、仓储条件，乙方专职营销业务人员应不少于\_\_\_\_\_\_\_人。

12.乙方在货到后应完成所属市场的铺市目标如下，并应填写甲方提供的终端客户资料表，乙方签字盖章并经甲方片区经理签字确认做为本合同附件。

13.附件一式四份，甲、乙双方各执两份。本附件自双方法定代表人或其授权人签名并加盖合同专用章或公章之日起生效。本附件与主合同具有同等法律效力。

14.其它：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(签章)(签章)

客户经理：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：(手提)\_\_\_\_\_\_\_\_

附件(略)

**授权销售合同授权合同的效力六**

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

一、货物名称、规格、数量、金额（详见附表）

总金额（大写）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（￥元）

二、交货时间、方式、地点

供方负责将办公家具于收到预付款\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内运送到需方指定地点，运输过程中发生的各种费用由供方承担。

本合同交货周期以收到预付款当日算起。

三、质量要求

1、供方为需方提供质量符合标准、价格合理的办公家具；

2、供方对出售给需方的办公家具负责保修\_\_\_\_\_\_\_\_\_年（费用由供方负责）。

四、结算方式

甲乙双方合同签定后，甲方预付40%货款加工生产，甲方收到货物后再付50%，安装完毕后，通过验收合格，一次性付清剩余货款。

五、违约责任

1、乙方必须按以上合同款的要求供货，否则甲方有权拒收货物；

3、甲方保证在规定的时间内付款，每延误一天，交付乙方货款总金额5‰的违约金。乙方保证在规定时间内到货安装，每延误一天，交付甲方货款总金额5‰的违约金。

六、本合同一式贰份，甲、乙双方各执一份。

七、合同生效条件

本合同经供方、需方两方代表签字盖章后即为生效。

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

**授权销售合同授权合同的效力七**

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

1.甲方授权乙方作为\_\_\_\_\_\_\_\_年度甲方产品\_\_\_\_\_\_\_\_\_在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的授权经销商。

2.甲方授权期限为本协议签署日起至\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日止。

3.乙方可以用“甲方产品授权经销商”的名义进行一切合法的商业活动，但未经允许不得用任何具有排它性的名义进行宣传。

4.乙方须在所授权的市场区域内从事市场推广及销售活动，不得越区从事销售活动。对于跨地区销售或不按规定的零售价格销售者，一经发现，将给予警告;对于连续两次违反者，取消当年获得奖励的资格;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。

5.甲方将进行全国性的广告宣传并提供市场支持。乙方应充分利用甲方提供的市场宣传资源配以适当投入，积极开展市场推广活动。甲方全资投入包括：主要专业媒体的合作专栏和硬性广告、网上广告等。

6.甲方拥有\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品的价格制定权、发布权和解释权。乙方必须按照甲方规定的市场零售价进行销售。

7.代理价格

一次进货量不低于\_\_\_\_\_\_\_\_\_套。

一次进货\_\_\_\_\_\_\_\_\_套以上，代理价格\_\_\_\_\_\_\_\_\_元/套。

8.市场零售价：每套\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。

9.结算方式：所有产品现款现货，款到发货。

10.甲方在收到乙方货款后，将在\_\_\_\_\_\_\_\_\_个工作日内将货发出。

11.退货

因特殊原因，甲方可接受乙方的退货要求，但乙方的退货要求必须在进货后\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内提出，否则甲方可以拒绝;乙方退回的产品及其包装必须达到不影响再次销售的要求，否则，甲方不予退款;甲方在收到退货并确认符合上述要求后退回货款。

12.甲方向乙方发货时，由甲方负责铁路或公路运输费用和保险费;若乙方对运输工具有特殊要求时，超出的运费由乙方自行承担;退货时，运费及保险费由乙方自行承担。

13.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。

14.在协议的执行过程中如果出现了战争、水灾、地震等不可抗力，造成损失的，双方互不承担责任。

15.如有争议，双方协商解决;协商不成，可向本协议签约地人民法院提起诉讼。

17.本协议正本一式两份，双方各执一份，具有相同的法律效力。

18.本协议未尽事宜，经甲乙双方协商另行签订补充协议规定，补充协议与本协议具有同等的法律效力。

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