# 白酒回购合同范本(精选19篇)

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2024-04-19

*白酒回购合同范本1甲方：\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司地址 ：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_...*

**白酒回购合同范本1**

甲方：\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司

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

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

e-mail：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签约时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方本着平等互利，协商一致的原则，就甲方委托乙方在指定区域代理销售甲方产品的有关事宜，达成如下协议：

第一条合同双方保证自己是合法存在的法人组织，具有经营与经销本合同指定产品的资格，并提供《营业执照》》等有关证件的复印件。

第二条代理销售区域范围

1.甲方授权乙方销售甲方产品的行政区域为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

2.乙方同意为上述指定区域之代理商，并承诺全部履行本合同项下之义务。

第三条合同期限、首期季度销售额、年度销售任务及奖励。

1.本合同有效期为一年，自\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日起至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止。

2.本合同期满，乙方可以申请续签，但应提前30天书面告知甲方。如乙方已按时完成合同约定的产品年度采购任务，同等条件下将有优先权续签合同约定的代理区域范围和代理系列产品的权利。

3.年度销售任务及奖励见附件。

4.根据本合同约定，乙方在本合同签字盖3个月内完成销售额\_\_\_\_万元人民币任务。

第四条产品采购及付款方式

1.根据本合同的约定，乙方在本合同签字盖章后乙方在本3个月内完成销售额\_\_\_\_万元人民币任务，一年内应累计完成\_\_\_\_万元人民币的年度销售任务。

2.订货时乙方应向甲方指定办事机构发出书面订货单，订货单应有乙方法定代表人签名并加盖公章。甲方收到订货单后经确认该笔订货是否有效。如确认订货有效，则每份订货单及确认函均构成一份独立有效的买卖合同，本合同有关付款方式，交货等相关条款可视为对该独立合同的有效补充。

3.乙方书面订货单得到甲方确认后，乙方须3天之内支付货款\_\_\_%给甲方作为预付款，其余\_\_\_\_%须在甲方发货前三天支付给甲方。

4.货币结算单位为人民币，付款日期均为货款已到达甲方账户的日期。

1.乙方书面订货单得到甲方确认后，甲方应在收到乙方全部货款后\_\_\_\_-\_\_\_\_个工作日内发货。

2.发生人力不可抗拒因素(不可预测、不可避免、不可克服等)，使甲方不能按时供货或乙方不能按时交付货款的情况除外。

3.乙方可自行来甲方指定地点提货，亦可委托甲方代办航空、铁路、公路、快递等形式的托运(乙方需出具委托书)。甲方承担一般性货物运输和保险的费用(如铁路，公路运输)。如乙方要求特殊运输方式(如航空和快递)，需出具委托书，运输和保险费用由乙方承担。甲方发货后，将提货单及发货票随后寄给乙方。

4.乙方提货时必须当场开箱验货。如发生货物缺失、破损等，乙方应立即向甲方提出书面报告。并由相关承运部门提供货品缺失、破损证明，由双方协商处理。

乙方在销售中因甲方产品存在质量问题，均可向甲方申请保修、调换，具体操作按甲方《\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司市场营销方案》相关条款执行。

第七条产品退、换货政策

对正式备案的售出产品(以收到经销商反馈的“登记联”为准)，自用户购买之日起，提供为期三年的免费产品保修服务以及终身有偿维修服务。

在规定的产品保修期内，在用户严格按照产品使用说明书的规定，对产品进行了正确安装，使用和维护的前提下;如果确实由于产品的自身质量问题造成产品的各类故障，将免费为用户提供返修或调换货品服务。

产品售出后，如果乙方由于自身原因要求退货，必须同时符合并接受以下条件，否则对乙方的退货要求不予受理：

①当乙方因自身销售原因，可以向甲方提出退货的请求，甲方经对实际情况核实后，可以按照合同给予乙方退货还款。乙方只能在产品采购后\_\_\_\_个月之内提出退货申请。超过\_\_\_\_个月，不予退货还款。即：申请退货日期(以乙方发送退货申请传真日期为准)距乙方采购产品日期(以发货日期为准)时间不超过\_\_\_\_天。

②乙方退回的产品(以实际收到的退货品为准)必须保证未经安装使用，且外观及各部分完好无损;(退回产品的运费需由乙方支付)。

在满足上述两项条件的情况下，可以为乙方办理退货手续，退款标准为乙方原采购货品金额的\_\_\_\_%，同时退货产品的包装，运杂费等均由乙方承担;如退回的货物有损坏，甲方将视损坏情况扣除相应的款项，剩下的货款退回乙方;退货后，甲方有权视情况取消乙方的代理权。

对于以下符合产品保修(换)原则规定的质量问题产品，我们只能提供原货品返修服务(不可调换)：

1)为用户特殊定做非标产品。

2)用户购产品三个月后，发生质量问题，且可以进行修复的产品。

3)购买产品三个月内发生质量问题但可以修复的产品，经与客户沟通并征得客户同意，允许进行产品返修的。

第八条价格调整利益保障政策

为充分保障广大经销商的利益，在进行产品价格体系调整时，将严格遵守以下承诺：

1.保证产品价格体系正式调整前七个工作日将价格调整信息通知到每一位经销商。

2.对于进行产品价格体系调整前(以正式执行调整后的新价格体系日期为准)已经发生采购的经销商，不负责对经销商已经采购的全部调价后产品进行差价补偿。

第九条双方其他权利与义务

有建议和指导乙方实施甲方制订的市场营销方案的权利;

具体措施见《\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司市场营销方案》中的相关条款内容;

有核定乙方特约经销区域及特约经销产品市场最低售价的权利;

有审核、规范乙方进行产品广告宣传的权利;

在乙方完成季度采购任务后，向乙方出具代理商证书及证明，维护乙方作为代理商的正当合法权益。

向乙方提供产品销售时所需的营销、技术和广告宣传资料及相关的产品认证证书。

乙方在本合同第二条约定区域范围内进行其代理经销产品的市场开拓与销售工作时， 甲方需按照《\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司客户服务方案》中相关条款规定，为乙方提供必要的市场指导、技术支持、培训支持、广告支持等相关配套服务。

向乙方按时、按质、按量提供包装完整的合格产品;

协助乙方做好货物托运及调换工作;

采取有效措施调节和规范市场秩序;

严守乙方的业务机密。

享有本合同第二条约定的特约经销产品在产品特约区域的经销权;

享有按《\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司市场营销方案》享受一切奖励条款规定的权利;

享有按《\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司客户服务方案》享受一切支持条款规定的权利;

应向甲方提供营业执照等合法有效的经营证件，并严格遵守国家有关法律法规及行业规范，进行守法经营;

自觉维护甲方及其产品的形象和声誉，在甲方指导下处理好特约经销区域内产品终端用户的投诉与相关服务请求，并做好有关部门监督检查的配合工作;

严格遵守甲方《\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司市场营销方案》中关于市场营销秩序维护及经销商行为约束方面的相关规定;

不得擅自生产、伪造甲方之产品，并要协助甲方做好保护甲方专利、商标等知识产权的工作;

乙方必须安装专用的通讯设备，保持与甲方的持续沟通，及时反馈各种市场营销信息;

乙方印制各种针对甲方的宣传资料前必须呈甲方审核，并经甲方书面许可后方能发布;

遵守甲方颁布的年度营销方案、客户服务方案，并积极支持配合甲方组织的各项活动;

不得以甲方名义与第三人签订经济合同或从事其他民事行为，甲方亦无须为乙方与任何第三人发生的经济或民事纠纷承担法律责任。

第十条 合同修改、终止

1.本合同的修改必须经双方协商一致，并形成书面材料(合同变更简约)，经双方签字盖章后生效。

2.发生下列任何一种情况时，宣称此种情况存在的一方应书面通知另一方。如果收到上述通知的一方未在收到通知后30天内(本合同特别约定除外)令双方共同满意地纠正、补救或消除这种情况，则申诉方有权书面通知另一方解除本合同并立即生效。在上述30天期限内，双方仍应继续履行其在合同项下的义务。

一方严重违反合同及合同相关附件之约定;

一方破产或进入清算程序(无论是强制性还是自愿性);

出现不可抗拒力的情况，以至任何一方无法履行其在合同项下的主要义务;

一方在公众场所、传媒等攻击另一方的形象和声誉，或自身公共形象严重败坏。

3.经双方书面同意，可提前终止合同。

4.若乙方在合同规定时间内，未完成销售任务、本合同视为无效。

1.本合同附件及双方已明确约定的《\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司市场营销方案》、《\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司客户服务方案》的有关条款，与本合同具同等法律效力。

2.《\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司市场营销方案》、《\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司客户服务方案》的有关条款，与本合同的有关条款有重复，以合同内容为主。

3.本合同未尽事宜，经双方协商一致可签订补充协议，补充协议与本合同具同等法律效力。

4.本合同履行过程中引起的争议，双方应友好协商。协商不成，任何一方均可向人民法院提起诉讼。

5.合同于双方签字盖章及乙方支付首期采购款后方可生效。

6.本合同一式两份，双方各执一份。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_电子科技有限公司

代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

**白酒回购合同范本2**

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

为使甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品全面推向市场，取得良好的社会效益和经济效益，双方本着合法、公正、互利、协商一致的原则，签订本合同书，以资双方信守。

一、代理产品、区域、期限

代理产品名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.代理区域：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_辖区范围内。

3.代理期限：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，自本协议签订之日起至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止，合同期满后，双方满意可续约，在同等条件下，乙方有优先代理权。

二、双方责任、权利

(一)甲方

1.自本协议签订之日起，乙方成为甲方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_市场销售合法总代理商，甲方不得在乙方代理区域内另设总代理商。

2.甲方依照本合同之约定管理乙方代理区域的经营活动，协助乙方做好区域内营销推广工作。

3.甲方保证乙方货款到账12小时内发出货品(特殊订货除外)，并保证产品长期供应。

4.甲方提供相关的产品证书和文件资料等。

5.甲方保证产品质量，对产品实行三个月内包换，一年保修，终身维护的质保承诺。

6.甲方积极配合乙方进行销售人员的业务技能培训。

7.甲方授于乙方“代理授权书”并享受调价时的库存差价补偿与其它优惠措施。

(二)乙方责任、权利

1.乙方应根据当地实际情况自行完善经营甲方产品的各项手续。

2.乙方在授权区域内依法经营，认真负责地完成甲方授权代理事项，做好销售工作，因乙方不依法经营，违反代理协议书而造成的一切经济损失，由乙方承担。

3.乙方必须贯彻，融汇甲方营销理念，接受甲方的业务培训，服从甲方的营销指导及考核。

**白酒回购合同范本3**

1．合作协议甲方：乙方：为了促进双方的共同发展，甲乙双方本着诚实守信、互惠互利的原则，经双方友好协商，达成如下协议： 合作的方式及条件 甲方提供给乙方的产品以代销形式销售。

2． 乙方需免费提供产品陈列处陈列甲方商品。 甲乙双方应提供相关有效证件。双方责任及利益分配甲方提供给乙方的产品需保证产品质量。

3．甲方提供给乙方的产品，经乙方验收确认后，如乙方在销售过程中造成人为损坏等原因，由乙方负责并按进价赔偿甲方。

4．乙方应积极宣传、推销甲方产品，根据市场需求须及时向甲方反馈信息。乙方必须按甲方的报价销售，不经甲方同意不得擅自提降价销售。

5． 结算方式口、现金结算 口、帐期 天结算 口、实销实结合同协议终止经双方友好协商终止合作，乙方清点余货退给甲方并结清余款。

6．本协议有效期一年，自双方代表签字之日起生效。从＿＿＿＿年＿＿月＿＿日至＿＿＿＿年＿＿月＿＿日止。 本协议到期后，双方均未提出终止协议要求的，视作均同意继续合作，本协议继续有效，可不另续约，有效期延长一年。

7． 本协议在执行过程中，双方需要补充、变更的，可订立补充协议，以变更的补充协议为准，并具有法律效力。本协议一式贰份，甲乙双方各持一份，具有同等法律效力。

**白酒回购合同范本4**

1．酒店渠道是实现产品与消费者沟通最有效的场所，占有快速消费品销售的制高点地位。核心酒店是每个区域市场高端消费群体和消费意见领袖的集中场所，启动好核心酒店的市场小盘会对整个区域市场大盘的启动起到很好的带动作用。

2．酒店是消费者对产品价格最不敏感的封闭性渠道，是唯一的集销售与消费为一体的终端场所。酒店渠道主要采用以终端为主的市场操作方式。

3．随着餐饮业的发展和现代零售渠道的兴起，现代酒店渠道的操作难度也越来越大。 随着人民消费水平的提高，饮食习惯由家庭消费向餐饮酒店消费转变的趋势越来越明显。

4．加上餐饮渠道特殊的功能和消费特性，使其日益成为各酒水、饮料厂家运做市场的必争之地。 下面分七个部分对酒店渠道的运做详细分析。

5． 酒店渠道的功能和特性 酒店渠道作为快消品销售的窗口，主要有如下五方面的功能和特性： 1．酒店渠道是实现产品与消费者沟通最有效的场所。

6．酒店中与街头或社区的露天品尝相比较，其独特的消费环境能为产品与消费者提供最充分、有效的沟通，“好产品多是酒店喝出来的”。

7．一般单瓶或单包容量在500ml左右的酒水或饮料产品，要想将终端售价在地级市场作到20元以上、县级市场作到15元以上，则必须首先在酒店渠道中作到畅销，否则很难启动商超和流通渠道。

8．所以多数厂家往往把餐饮作为中高端产品新市场开拓的切入口。 2．核心酒店是每个区域市场高端消费群体和消费意见领袖的集中场所，启动好核心酒店的市场小盘会对整个区域市场大盘的启动起到很好的带动作用。

9．具体可见笔者《酒水市场盘中盘操作精解》一文。 3．酒店渠道是一种封闭性渠道，在酒店中消费者对产品价格的敏感度最低，同时也是唯一的集销售与消费为一体的终端场所。

10．在商超、流通主要实现的是产品的销售与转移，而餐饮渠道则实现了销售与消费的同步。与商场开放式的自选购物不同，在具有封闭性特点的餐饮渠道中，商品价格的可浮动空间较大，消费者对价格的敏感度较低。

11．酒店中主要通过服务员或促销员的“中介”形成销售，消费者对产品的消费为被动选择，所以服务员、促销员成为酒店销售中非常重要的环节。

**白酒回购合同范本5**

1．因为涉及到食品安全、商标的诸多问题，建议委托律师代书，以便维护双方的合法权益。白酒贴牌模式分为两种，一种为OEM(贴牌生产)，第二种为ODM(全案输出)，ODM是OEM的升级版。

2．所谓OEM，其实说穿了就是“授权贴牌生产”或“委托加工”。贴牌产品逐年增加的原因在于生产商和贴牌商都会获利：一方面，通过贴牌模式厂商可以利用贴牌商的资本力量和市场资源扩大产能，实现大范围扩张;另一方面，贴牌商可以借助厂商带来的品牌优势进一步抢占市场份额。

3．贴牌模式让生产商的产能得到充分的发挥，扩大了产值，实现低成本扩张;贴牌商良好的渠道资源、优秀的营销团队资源、雄厚的资金、深厚的背景和关系资源能弥补生产商能力不足、精力不够等短板;通过贴牌产品占领白酒市场的中低端领域，扩大市场占有份额。

**白酒回购合同范本6**

住址：

法定代表人：

乙方：

根据《民法典》及有关法律规定，为促进甲乙双方的商务合作，在平等自

愿、互惠互利的基础上，就甲方授权乙方代理销售甲方生产的所有酒系列广东省区域总代理商事宜，现达成如下协议，双方必须共同遵守。

一、乙方的义务、区域和代理期限、权限：

（1）总代理区域：甲方授权乙方为广东省区域及经甲方许可的其他区域总代理商，负责甲方的酒系列该区域的所有业务。在乙方遵守本协议各项条款并完成相应销售量的前提下，甲方不得在该区域设立同类或类似的总代理商，甲方已设立的经销商移交乙方统一管理。

（2）甲方授权乙方代理甲方的产品：本合同书列明的甲方所生产的酒系列及甲方今后所生产的所有酒类产品。

（3）乙方代理销售的时效期限：从合同签定之日内年内，即年月日起到年月日止。

（4）乙方总代理销售的区域：

b、销售甲方规定的酒系列及甲方今后所生产的所有酒类产品。

（5）乙方有权对甲方的工作（销售、市场、广告、服务、质量等）作出评价和投诉。

（6）甲方及时向乙方提供乙方销售区域内的终端意向客户的询价等重要信息，并保证不遗漏、不报价、及时转告乙方。

（7）甲方严格控制跨区域窜货，维护乙方代理商的利益。

（8）须按实际情况填写《代理商注册登记表》，表中内容发生变更时须书面通知甲方备案；

（9）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。

（10）乙方在经营活动中应保障双方的长期利益，共同维护代理产品在当地的声誉。

（11）乙方应及时同甲方结清货款，甲方按照乙方要求及时供货给乙方，并保质保量。

（12）乙方不得跨区窜货，甲方会及时通告乙方区域范围的代理商情况，避免窜货。

（13）为树立双方的良好形象和维护乙方及终端用户的利益，乙方应逐步建立系统的商务体系，并对下级经销商给予技术支持及逐步提供完整的培训体系。

（14）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。

二、甲方的职责和义务

（1）甲方向乙方无偿提供企业以及产品的各种证书，例如：营业执照、国、地税务登记证书（副本）、注册商标证书复印件等（上述复印件应加盖甲方公章）作为备份文件，并对以上证件的合法性、真实性承担一切法律和经济责任。确保为乙方提供完善的售前、售中、售后服务。

（2）在代理区域内，则甲方不再在该区域设立第二家任何级别的代理，只帮助乙方在当地设立次级分销渠道。否则，乙方有权要求甲方按照所设立代理的营业额支付违约金，如造成乙方其他损失的仍负有赔偿义务（该损失包括但不限于经营损失、调查费、律师费等）。

（3）甲方保证该区域内的所有甲方产品均由乙方统一销售，甲方应严格控制跨区域窜货或自行向该区域销售，否则乙方要求甲方按照窜货或自行向该区域销售的营业额支付违约金，如造成乙方其他损失的仍负有赔偿义务（该损失包括但不限于经营损失、调查费、律师费等）。

（4）在给代理商供货当中保证其产品质量符合国家标准和行业标准，否则甲方应赔偿乙方所有经济损失（该损失包括但不限于经营损失、调查费、律师费等）。

（5）甲方应保证提供给乙方的所有产品均自主享有知识产权等权利，不存在其他争议，否则甲方应赔偿乙方所有经济损失（该损失包括但不限于经营损失、调查费、律师费等）

（6）根据自身产品成本及市场情况及时提高产品质量及性价比，向乙方提供优质经济的产品。承诺统一调整价格时（只调低不调高），按乙方实际库存数适当返还差价

（7）保证向乙方免费提供技术支持，培训乙方的市场人员和技术人员，协助乙方拓展市场，根据当地市场情况提供必要的宣传支持，并努力做好产品售后服务工作；

（8）负责协调跨地区各代理商之间的关系，做好市场维护工作，及时处理代理商的投诉；

（9）在本协议规定的乙方总代理区域内开行业大型展览会时（指甲方每年扶持乙方的由甲方出资的大型行业展览会），免费为乙方及其代理区域内的地级、次级代理商（由乙方指定）做全面的市场指导和培训。

（10）如因甲方产品在销售地不能很好的适应时，乙方应及时将问题反馈给甲方，甲方应尽快改进，以适应市场需求。

（11）确保提供给乙方的产品质量合格、符合国家检验标准。

三、经营指标考核和扶持政策

（1）甲方以后推出新产品（以甲方公布为准）时，乙方可以在发布之日起一个月内，以优惠价格（总代理价%）一次性购买每品牌不超过、总金额不超过万元的样品。已经代理的达不到甲方规定最低销售金额度的，不享受此项待遇。

（2）甲方产品的制定价格发布权在甲方，甲、乙双方有责任对价格保密。乙方按甲方的指导销售价格制定本地区的批发和零售价格。

（3）甲方产品的制定价格发布权在甲方，甲、乙双方有责任对价格保密。乙方按甲方的指导销售价格制定本地区的批发和零售价格。

四、关于《区域总代理商授权书》

（1）本协议签订后，甲方向乙方开具有效的《区域总代理商授权书》，该授权书向客户宣示乙方总代理资格权限，以便乙方开展工作。

（2）乙方出现违法经营或严重违约行为，甲方有权取消乙方区域总代理商资格。

（3）区域总代理授权书是本协议附件之一，是本协议的必要生效条件。

五、产品价格、结算及交货

（1）甲方和乙方的结算以区域总代理价格为依据。

（2）详附总代理商价格体系一份。

（3）甲方执行款到发货原则，本合同发生的支付均通过银行帐号进行。

（4）货款由乙方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业务人员，否则甲方有权拒绝发货。同时，由此造成的一切后果由乙方承担。

（5）乙方应常备货，当月销量超过万元以上时应提前天尽早通知甲方，甲方提前准备。

（6）乙方以书面形式向甲方下达进货计划，应写明产品型号、数量加盖公章和订货人签名后传真给甲方，甲方收到后予以回复确认，并将汇款凭证传真到甲方，甲方（可根据乙方需求分批）按约定将货物发往乙方指定地点。

（7）货物运输本着快捷、节俭原则，乙方委托甲方初选、实际考查，最后确定承运商。产品运费、保险费由方负责。

（8）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。

（9）货到乙方指定地点后，由乙方负责验收。乙方在指定地点提货时，须当场验收合格后再提。货物有损坏时，甲方协助乙方与运输公司交涉追讨相关损失，如果是产品本身质量问题，甲方负责保修，乙方对保修后产品不满意可以换货，换货后，依然达不到用户使用要求的，可以退货。乙方在提货后，及时清点货物品种和数量，如与订货清单不符，甲方负责换货，由此造成的损失由甲方负责承担。

六、售后服务条款

（1）具体的售前、售后服务机制，并指定专人负责。

（2）甲方按照甲方负责和义务的规定提供相关的服务。

（3）关于换货：乙方收到的换货合格产品更换只限定在三个月内进货总值的%以内，外包括包装与产品外观的损坏。

七、市场支持及奖励

1、乙方在\_\_\_区域内开设的所有直营及加盟专卖店的宣传喷绘、门头灯箱喷绘等宣传品，由甲方提供。除此之外，甲方应负责按比例向乙方提供宣传单页、按实际布点数量提供海报、宣传册，宣传光盘母盘、现场展示等宣传物料。

2.乙方有根据当地的实际情况申请甲方在本代理区域内给予每季度一次特别优惠总代理价格的权利（用来做部分因为价格问题而搁置下来的单子），该部分数量不超过每季度总销量的%.乙方有根据当地市场竞争对手条件每年申请一次特价促销的权利，具体数量双方根据实际情况协商确定（一般不超过）。

3.乙方在取得大型集团或者团体数量较大的定单时，甲方有义务按照乙方和终端客户要求重新设计外型等。额外费用超过该笔定单总定货额的%（即%以内全部由甲方承担）时，超出部分由乙方承担%，甲方承担%.

5.甲方取得乙方全部首批代理产品款万元后，甲方在15日内，发送完所有业务操作的培训文件和系统的营销策划文件给乙方。

6、其它有关市场支持及奖励的政策在实际操作中本着平等互利的原则双方协商解决。

7、乙方取得甲方在该地区该品牌的独家总代理资格后，甲方要在15日内将该地区过去的市场情况给乙方移交清楚，甲方尊重乙方对该区域市场过去客户的处置权，但是，为了保证平稳过渡保证业务的延续性，乙方要尽量保证老客户不流失，并且尽量利用地利条件帮助这些老客户把业务做好。对一些历史遗留客户，乙方不可以只拣便宜不管售后，应该和甲方协商维持好客户关系。原则上，乙方为了维护历史遗留问题而发生经济上的损失时，这些损失全部由甲方及时据实100%补偿给乙方，前提是乙方处置前必须先和甲方备案，不能先斩后奏。如果该区域不存在遗留问题，甲方则不需要向乙方移交和说明。该工作统一由甲方客服档案中心处置并且提供给乙方服务性说明。

8、双方约定：只要乙方是甲方合格的广东省独家总代理商：

**白酒回购合同范本7**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

一、甲方授权乙方限在\_\_\_\_\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_\_\_\_\_市(县、区)区域内作为甲方产品的独家经销商，甲方不再向另家供货，从而保证乙方独家销售权。

二、业务办理方式：现款现货，货到先付款后提货。运输交货方式：代运制交货(只限长途)。乙方提货额达\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。甲方负责组织货源。

三、甲方按各不同品种瓶、盒上明确标明的产品执行标准保证产品质量。

四、乙方对销售困难的任何\_\_\_\_\_\_\_\_\_白酒品种在保持产品原样的情况下，享受调换、退货、退款的选择权，从而维护乙方经济利益不受损失。退货调换品种时运费由乙方承担。

五、乙方在所在区域内经销\_\_\_\_\_\_\_\_\_白酒发生的一切经营费用(专卖、税务、工商、技术监督、卫生防疫等)和经营风险都由乙方自己承担。

六、乙方必须严格按约定区域、价格销售，不准跨域降价销售，第一次按当地经销商收回的冲货数量为依据给予冲货方应得提成的3倍罚款，从提成奖励中扣除;第二次甲方取消乙方该品种的经销资格;第三次甲方有权单方终止协议并扣除乙方所有提成奖励。

七、乙方自协议签定之日起3个月内如月平均销售额达不到(\_\_\_\_\_\_\_\_\_)元，甲方有权自行终止本协议。

八、本协议自双方签字第一批货物交付后生效，有效期为一年，本协议一式三份，甲乙双方各存一份，备案一份。因本协议执行发生纠纷，由甲方所在地法院负责处理。

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

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

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 签订地点：\_\_\_

**白酒回购合同范本8**

1．合 同 书立约人：甲方: （承揽人）乙方：（定作人）为保护甲、乙双方的合法权益，根据《^v^合同法》，经双方协商一致同意签订本合同产品及价格序号 产品名称 规格 单位 单价 金额（元） 包装 备注1合计（人民币大写）： ￥： 元质量要求： 重量：每个球净重为250g。

2．。 图片：每片人物要对齐。 包装：一个球一个PP袋单独装，一箱50个球。产品验收标准：乙方根据甲方提供的首件确认后的样品为检验标准，乙方对品质标准的内容根据实际需要保留修改的权利。

3．交货日期：甲方在收到乙方全部货款后三个工作日内发货。付款方式：乙方应在合同签定当日付总货款的20%，验收合格，交货后三天内尾款付清。

4．。运输方式：面议。交货地点为甲公司，运费由乙方支付。违约责任甲、乙双方任一方发生的违约行为按国家相应法律承但责任。

5．其他逾期事故（不可抗力事件除外），甲方要对 乙方赔偿总货款的20%的经济损失。不可抗力事件处理在执行合同期限内，任何一方因不可抗力事件所致不能履行合同，则合同履行期可延长，其延长期与不可抗力影响相同。

6．不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明。不可抗力事件延续三天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续执行合同。

7．仲裁与诉讼双方在执行合同中所发生的一切争议，应通过协商解决。如协商不成，由乙方人民法院审理。合同生效及其它1．合同经双方签章后生效。

8．本合同壹式贰份，甲乙双方各执壹份2．合同在执行中，如需修改或补充内容，需经双方同意，共同签署书面修改或补充协议。

**白酒回购合同范本9**

甲方：

乙方：

甲乙双方本着平等互利，协商一致的原则，就甲方委托乙方在六盘水市地区代理销售甲方产品的有关事宜，达成如下协议：

第一条，合同双方保证自己是合法存在的法人组织，具有经营与经销本合同指定产品的资格，并提供《营业执照》，《税务登记证》等有关证件的复印件。

第二条，代理销售区域范围

1.甲方授权乙方销售甲方产品的行政区域为：六盘水地区(水城县、钟山区、六枝特区、盘县特区)的城镇与农村市场。

2.乙方同意为上述指定区域之代理商，并承诺全部履行本合同项下之义务。

第三条 合同期限、首期季度销售额、年度销售任务及奖励.

1. 本合同有效期为( )，自 年月 日起至 年 月 日止。

2. 本合同期满，乙方可以申请续签，但应提前( )天书面告知甲方。同等条件下将有优先权续签合同约定的代理区域范围和代理系列产品的权利。

3.年度销售任务及奖励见附件

第四条产品采购及付款方式

1.甲方为乙方提供一批足够的货赊销给乙方，乙方把第一批货作为底货铺在市场上，当市场产生销售须补货时，乙方须及时向甲方现金订(大写：￥ )元的货。

1.订货时乙方应向甲方指定办事机构发出书面订货单，订货单应有乙方法定代表人签名并加盖公章。甲方收到订货单后经确认该笔订货是否有效。如确认订货有效，则每份订货单及确认函均构成一份独立有效的买卖合同，本合同有关付款方式，交货等相关条款可视为对该独立合同的有效补充。

2.乙方书面订货单得到甲方确认后，乙方须3天之内支付货款80%给甲方作为预付款，其余20%须在甲方发货前三天支付给甲方。

3.货币结算单位为人民币，付款日期均为货款已到达甲方账户的日期。

第五条 交货与运输

1. 乙方书面订货单得到甲方确认后，甲方应在收到乙方全部货款后3---7个工作日内发货。

2. 发生人力不可抗拒因素(不可预测、不可避免、不可克服等)，使甲方不能按时供货或乙方不能按时交付货款的情况除外。

3. 乙方可自行来甲方指定地点提货，亦可委托甲方代办航空、铁路、公路、快递等形式的托运(乙方需出具委托书)。甲方承担一般性货物运输和保险的费用(如铁路，公路运输)。如乙方要求特殊运输方式(如航空和快递)，需出具委托书，运输和保险费用由乙方承担。甲方发货后，将提货单及发货票随后寄给乙方。

4. 乙方提货时必须当场开箱验货。如发生货物缺失、破损等，乙方应立即向甲方提出书面报告。并由相关承运部门提供货品缺失、破损证明，由双方协商处理。

第六条产品质量

乙方在销售中因甲方产品存在质量问题，均可向甲方申请免费调换，由此产生的费用及责任由甲承担。

第七条产品退、换货政策

1.在产品销售过程中，若产生包装破损，褪色等一切可能影响产品正常销售的问题，由甲方负责调换。

2、当乙方因自身销售或市场原因须对产品进行调整，可以向甲方提出退换货的请求，甲方经对实际情况核实后，可以按照合同给予乙方退货还款。

3、退款标准为乙方原采购货品金额的100%，同时退货产生的包装，运杂费等均由乙方承担;

第八条产品价格调整

为充分保障广大经销商的利益，甲方在进行产品价格体系调整时，将严格遵守以下承诺：

1.保证产品价格体系正式调整前七个工作日将价格调整信息通知到每一位经销商。

2.对于进行产品价格体系调整前(以正式执行调整后的新价格体系日期为准)已经发生采购的经销商，不负责对经销商已经采购的全部调价后产品进行差价补偿。

九条双方其他权利与义务

1.甲方的权利

1有建议和指导乙方实施甲方制订的市场营销方案的权利;

2有核定乙方特约经销区域及特约经销产品市场最低售价的权利;

3有审核、规范乙方进行产品广告宣传的权利;、

2. 甲方的义务

1在乙方完成季度采购任务后,向乙方出据代理商证书及证明，维护乙方作为代理商的正当合法权益。

2向乙方提供产品销售时所需的营销、技术和广告宣传资料及相关的产品认证证书。3乙方在本合同第二条约定区域范围内进行其代理经销产品的市场开拓与销售工作时， 甲方需按照本公司市场支持方案中的相关条款规定，为乙方提供必要的市场指导、培训支持、广告支持等相关配套服务。

4向乙方按时、按质、按量提供包装完整的合格产品;

5协助乙方做好货物托运及调换工作;

6采取有效措施调节和规范市场秩序;

7严守乙方的业务机密。

3.乙方的权利

1享有本合同第二条约定的代理经销产品在产品特约区域的经销权;

2享有甲方市场营销方案的一切奖励条款规定的权利;

3享有按甲方客户服务方案的一切支持条款规定的权利;

4.乙方的义务

1应向甲方提供营业执照等合法有效的经营证件，并严格遵守国家有关法律法规及行业规范，进行守法经营;

2自觉维护甲方及其产品的形象和声誉，在甲方指导下处理好代理经销区域内产品终端用户的投诉与相关服务请求，并做好有关部门监督检查的配合工作;

3严格遵守甲方市场营销方案中关于市场营销秩序维护及经销商行为约束方面的相关规定;

4不得擅自生产、伪造甲方之产品，并要协助甲方做好保护甲方专利、商标等知识产权的工作;

5保持与甲方的持续沟通，及时反馈各种市场营销信息;

6乙方印制各种针对甲方的宣传资料前必须呈甲方审核，并经甲方书面许可后方能发布;7遵守甲方颁布的年度营销方案、客户服务方案，并积极支持配合甲方组织的各项活动;8不得以甲方名义与第三人签订经济合同或从事其他民事行为，甲方亦无须为乙方与任何第三人发生的经济或民事纠纷承担法律责任。

第十条合同修改、终止

1.本合同的修改必须经双方协商一致，并形成书面材料(合同变更简约)，经双方签字盖章后生效;

2.发生下列任何一种情况时，宣称此种情况存在的一方应书面通知另一方。如果收到上述通知的一方未在收到通知后30天内(本合同特别约定除外)令双方共同满意地纠正、补救或消除这种情况，则申诉方有权书面通知另一方解除本合同并立即生效。在上述30天期限内，双方仍应继续履行其在合同项下的义务。

、一方严重违反合同及合同相关附件之约定;

、 一方破产或进入清算程序(无论是强制性还是自愿性);

、出现不可抗拒力的情况，以至任何一方无法履行其在合同项下的主要义务;

、一方在公众场所、传媒等攻击另一方的形象和声誉，或自身公共形象严重败坏。

3、经双方书面同意，可提前终止合同。

第十 一 条，其它

1.本合同附件及双方已明确约定的有书面形式的关条款，与本合同具同等法律效力。

2. 双方已明确约定的有书面形式的有关条款，与本合同的有关条款有重复的，以合同内容为主。

3. 本合同未尽事宜，经双方协商一致可签订补充协议，补充协议与本合同具同等法律效力。

4. 本合同履行过程中引起的争议，双方应友好协商。协商不成，任何一方均可向人民法院提起诉讼。

5. 本合同一式两份，双方各执一份。

甲方： 乙方：

代表： 代表：

日期： 年 月 日

**白酒回购合同范本10**

甲方(需方)：

乙方(供方)：

依据《\_合同法》、《产品质量法》等有关法律、法规，甲乙双方经友好协商，自愿订立本合同，以便共同遵守。

1、 产品名称、型号规格、单位、数量及价格

合同总金额(rmb)大写： 小写：

2、 产品交货方法及时间

交货时间：合同签订生效后，乙方于 年 月 日前将本合同产品发给甲方;

乙方将合同产品运输至甲方，交货地点为

运输方式：

3、付款方式及期限

甲方用现款付款方式付出合同款项：甲方于 20 年 月 日以现金付款方式付出合同全额款项;

乙方在收到甲方货款后，向甲方开具销售发票。

4、所有权

如甲方未能在合同约定的付款期限内履行完付款义务，货物的产权属于乙方，乙方有权将货物收回或要求甲方支付全部货款并承担违约责任。甲方需承担因违约给乙方造成的经济损失，包括但不仅限于支付违约金、货物收回费用和如果本合同完全履行给乙方带来的预期利润及其他相关费用。

5、验收期限及方式

甲方须在收到货物后 2 日内组织完成全部货物的验收。若货物抵达后的2日内无书面或传真向乙方提出质疑，则视为验收合格。

产品验收标准：根据原厂产品出厂标准要求和合同技术参数验收。

6、质量保证及售后服务

乙方所提供的产品质量标准按照厂商出厂标准执行。并且提供产品厂家标准服务与保修，免费提供电话技术支持和咨询，同时提供各种\_\_。

7、违约责任及纠纷处理

乙方因厂商、运输延误、运输灭失或不可抗力的原因不能及时交货的，应向甲方说明，甲方不得以此向乙方主张违约责任。如无说明，迟交货超过规定期限3天以上，应向甲方赔偿不能交货部分货款的，迟交货15天以上，甲乙双方可协商解除合同或由乙方继续履行供货义务，但需向甲方支付不能交货部分货款的1%;如无上述问题，甲方不能以任何理由退货。

甲方延迟付款1—5天，每天按迟付金额的计算违约金;5天以上按迟付金额的计算违约金。

供需合同一旦签定后，单方面解除合同的一方应支付对方合同金额的20%作为赔偿金。

甲方违反合同约定拒绝接货，或甲方在合同生效后中途退货，应当向乙方偿付退货部分货款20%的违约金。

本合同在执行过程中产生争议，双方应采取协商解决或由\_\_市工商行政管理部门调解，协商或调解不成的，可依法向人民法院诉讼，双方当事人同意接受乙方所在地人民法院的司法管辖。

8、不可抗力及风险转移

当事人双方的任何一方由于不可抗力的原因(战争、火灾、洪水、台风、地震或人力不可抗拒之事件)不能履行合同应在24小时内向对方通报不能履行或不能完全履行的`理由，须在7日内向对方出具主管部门提供的不可抗力的原因不能履行合同的证明材料。在发生不可抗力的情况下，应允许延期履行、部分履行或者不履行合同，并根据实际状况可部分或全部免于承担违约责任。

本合同中，不可抗力是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。

货物的风险自甲方签收后转移至甲方。

9、附则与其它

本合同如有未尽事宜，须经双方协商，做出补充规定，补充规定与本合同具有同等效力。

为缩短订货期，需方可用传真方式订立合同，传真件需加盖单位公章并由法定代表人或委托代理人签名，供方收到上述传真件后即加盖印章传给需方即合同成立，传真件及其复印件视为原件，具有同等法律效力。

本合同签名人员有权代表甲方，保证合同履行。如因甲方需要，该人员不能代表甲方，则甲方应立即书面通知乙方，如因甲方未立即通知乙方而给乙方造成损失或费用由甲方负担。

本合同一式二份，双方各执一份，甲乙双方法定代表人或委托代理人签字并加盖合同章后生效。

其它需说明的事宜，以下无正文。

甲方(需方)盖章： 乙方(供方)盖章：

法定代表人(委托代理人)： 法定代表人 (委托代理人)

**白酒回购合同范本11**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_公司结合现在的市场需求的特殊情况，成功地开发了既科学，又适应市场的\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品。现甲乙双方在平等、互惠、合作、友好的前提下，达成如下协议：

一、甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的专业的\_\_\_\_\_\_\_\_\_公司的\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品代理机构，甲方为授权方，乙方为独立的经营机构和代理机构。

二、本合同从\_\_\_\_\_\_\_\_\_起至\_\_\_\_\_\_\_\_\_止。乙方只能在甲方指定区域内开展工作，不得做有损甲方形象的行为。

三、本合同在签定时，乙方需向甲方支付代理费为：人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，不论出现任何情况，此费用甲方均不退还乙方。同时为了保证乙方的行为不损害甲方的利益和企业形象，乙方需向甲方缴纳保证金\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。在双方合同期满后，如乙方无违约行为，由甲方退还乙方保证金。

四、在本合同签定之后，甲方须对乙方进行运营工作和管理工作方面的培训，乙方应认真学习，以便尽快在乙方代理地区开展工作。甲方对乙方的第一次系统完善的培训，甲方不收培训费。如以后乙方要求甲方对乙方进行的提升培训，甲方要根据具体情况进行收费。

五、乙方应根据具体工作的需要，随时与甲方保持联系，特别是对信息的处理，不得有严重滞后的情况出现，如因此而造成甲方的名誉损失，甲方有权单方面终止合同。如由甲方的不负责对乙方造成损失，乙方也可单方面终止本合同。

六、甲方提供给乙方的经营资料为甲方的知识产权，甲方是为了帮助乙方经营而借与乙方使用，甲乙双方合同期满后，乙方应退还给甲方。乙方不得作翻印、复制、模仿或向第三者提供模仿甲方的经营资料。不管合同期限内或合同期满后，如乙方有此行为产生，乙方同意甲方以侵害甲方知识产权对乙方进行处理。

七、乙方未事先征得甲方同意，不得将本合同规定的任何权利、营业的全部或一部分转让给第三者，不得将此用作担保和其他处置。

八、乙方认为已不能再继续营业，或因明显的困难而有可能发生营业中断时，为保持乙方的运营，乙方经甲方同意后，可以将乙方转让给第三者，此时甲方有优先接受的权利。

九、乙方使用甲方的商号、商标、服务标识，因自己的经营而损害了第三者利益时，由乙方承担赔偿损失的责任，甲方不承担名义责任。

十、甲方因乙方的行为而被索赔责任时，甲方被追索的赔偿金必需由乙方承担。

十一、本合同的任何一方均不向对方承诺因罢工等其他劳资纠纷和暴动、天灾人祸、行政机关的措施及其他超越合理控制限度的原因造成损失的负担。

十二、甲方违约给乙方造成损害时，不论本合同存在与否，须向乙方赔偿损失。

十三、乙方违约，甲方因此而解除合同时，乙方须向甲方支付代理费金额两倍的损失赔偿金。

十四、乙方违反合同给甲方造成损害而甲方不解除合同的场合，乙方亦须向甲方赔偿损失。

十五、经双方当事者协商同意可以变更合同。

十六、在签订本合同前，甲方要向乙方详细说明乙方开展经营事业成功的可能性及合同内容，要获得乙方的充分理解。

十七、乙方应理解合同意以下事实：在甲方说明中所展示的各种资料只是说明成功的可能性，并不是对乙方经营事业的获利承诺。

十八、对本合同规定的及未规定的事项如有疑问，由当事者双方本着发展事业的愿望，坦诚地协商解决。未尽事宜，双方协商签订补充合同，与本合同具有同等法律效力。

十九、双方同意本合同全部条款，严守本合同条款之内容是双方的责任;任何一方向外泄露本合同之内容，均属于违约行为。如有违约，按国家有关法律程序执行，仲裁和诉讼地点为甲方所在地法院。

二十、本合同双方签字之日起生效，本合同及附件具同等法律效力。一式二份，均为正本，双方各执一份。

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

代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**白酒回购合同范本12**

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：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

编码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方本着自愿、平等、互惠互利、诚实信用的原则，经充分友好协商，就乙方销售代理甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品的相关事宜，订立如下合同条款，以资共同恪守履行。

一、代理区域

1、乙方的代理区域为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区。

2、代理区域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\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，从本合同签订之\_\_\_\_\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_\_\_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\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_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。

3、甲方通过制定总体广告计划及其他规定，实施产品的广告计划和发布广告;乙方应按照甲方的要求在代理区域内发布促销广告，开展促销活动。

4、乙方应当执行甲方对广告活动的要求，不得违反规定发布广告。

5、乙方可自行策划并实施针对代理区域市场特点的广告宣传或促销推广活动，但必须获得甲方事先书面同意，并在甲方指导下进行。

十、购货与销售

1、乙方需货时，应向甲方发出书面订单，一般应在每月\_\_\_\_\_\_\_日以前向甲方下达下一月度订单，并在提货前全额支付货款。

(1)甲方收到乙方全额货款后交付货物，交货地点为乙方所在地。

(2)甲方可代乙方发货，乙方承担铁路货运或汽运费，航空货运费等，发货方式由乙方确定。

(3)甲方将在发货后将货运单据传真或寄至乙方。货运时间以货运单据上标明的时间为准。

2、乙方须在收到货物后\_\_\_\_\_\_\_日内对产品的质量进行检验，因产品质量及包装不符合质量标准的，或者产品的保质期已经超过规定标准的，由甲方予以换货或退货。

十一、监督、培训及售后服务

1、甲方应当在不影响乙方正常营业的前提下，定期或不定期对乙方的经营活动进行辅导、检查、监督和考核。乙方应当遵循甲方或其委派的督导员在经营过程中的建议和指导。

2、乙方应当保持完整、准确的交易记录，在每月\_\_\_\_\_\_\_日前向甲方递交上月的总营业收入的财务报表。

3、在本合同有效期内，甲方每年应对乙方或其指定承担管理职责的人员提供不少于\_\_\_\_\_\_\_\_\_次的业务培训。培训费用由甲方负担，但参加培训人员的差旅费自负。

4、在本合同有效期内，甲方应持续地对乙方提供开展经营所必需的营销、服务或技术上的指导，并向乙方提供必要的协助。

5、甲方为乙方提供的产品严格按照甲方提供的质保书和国家的相关规定进行质保服务。

6、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。

7、当乙方发生售后服务要求时，乙方应书面通知甲方服务要求和内容，甲方应在收到乙方通知的\_\_\_\_\_\_\_\_\_小时内给予答复，确认服务内容和时间，同时，甲方向乙方提供\_\_\_\_\_\_\_\_\_小时售后服务热线联络服务。

十二、知识产权

1、甲方许可乙方使用甲方拥有的商标(商号、标志)、专利、著作权、商业秘密等，乙方在代理区域内享有独占许可(排他许可或普通许可)的权利。

2、甲方对许可乙方使用的商标(商号、标志)、专利、著作权、商业秘密等的权利作出下列限制和保留：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(1)仅限于销售代理经营的目的;

(2)甲方许可的第三人在代理区域内以\_\_\_\_\_\_\_\_\_方式使用商业秘密;

(3)《商标许可使用协议》或《商业秘密许可使用协议》或《专利实施许可协议》或\_\_\_\_\_\_\_\_\_作出的其他限制与保留。

3、乙方应经常视察市场，如发现第三方侵犯甲方的工业产权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照甲方的指示，帮助甲方使其不受这类行为的侵害，甲方将承担正常代理活动以外的此类费用。

4、乙方不应与甲方或帮助他人与甲方竞争，乙方更不应制造代理产品或类似于代销的产品，也不应从与甲方竞争的任何企业中获利。同时，乙方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。

5、乙方在本合同终止后的内，乙方不能生产和销售同类产品予以竞争，本合同终止后的内，乙方也不能代理其他类似产品，予以竞争。

6、所有产品设计和说明均属甲方所有，乙方应在协议终止时归还给甲方。

十三、合同转让

1、在本合同有效期内，乙方应当独立自主地经营代理业务，禁止以承包、租赁、合作、委托或其他任何方式将代理销售业务全部或部分转移给第三人经营管理。

2、未经甲方书面同意，乙方不得转让本合同。

(1)乙方要求转让本合同时，应当将转让的理由及转让条件、受让人按照本合同规定制作的信息披露文件等情况报告甲方，由甲方作出是否同意转让的决定。

(2)乙方转让本合同时，在同等条件下，甲方指定的第三人有优先受让的权利。在甲方向乙方发出优先受让的通知后，乙方不得撤销转让或变更转让价格与转让条件，否则，乙方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_内不得进行转让。

(3)乙方转让本合同，受让人应当与甲方重新签订代理销售合同。

十四、合同变更

1、为适应市场竞争的需要，甲方有权对本合同进行适当变更，但变更必须是善意与合理的，且不得与主合同及合同附件中的附属协议的内容相抵触。

2、甲方应当将合同变更的原因、可行性及有关事项，在规定的变更时间前\_\_\_\_\_\_\_\_\_天通知乙方。

3、乙方应当按照甲方的规定在代理区域内实行变更，并及时将实施的情况报告甲方。

4、在本合同期满续订合同时，甲方有权以新制定的销售代理合同代替本合同。对本合同的修订应基于合理和善意的准则，且新制定的销售代理合同文本应当适用于全部的代理销售商。

十五、合同终止

1、本合同因下列情况而终止：

(1)合同期限届满，甲乙双方不再续签本合同;

(2)甲乙双方通过书面协议解除本合同;

(3)因不可抗力致使合同目的不能实现的;

(4)在合同期限届满之前，当事人一方明确表示或以自己的行为表明不履行合同主要义务的;

(5)当事人一方迟延履行合同主要义务，经催告后在合理期限内仍未履行;

(6)当事人有其他违约或违法行为致使合同目的不能实现的;

(7)一方宣告破产或宣告解散;

(8)法院、政府等行政行为要求代理商终止营业;

(9)\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

2、本合同终止后，乙方应立即停止使用与代理销售有关的甲方任何的标识及知识产权。

3、乙方应在本合同终止之日起\_\_\_\_\_\_日内返还甲方为履行本合同而提供的所有物品，包括文件及其副本或其他任何复制品。

4、本合同终止之\_\_\_\_\_\_\_\_日存在的全部完好无损、尚在保质期内、可以再次使用或销售的剩余产品的处理方式为：

□甲方以原售价回购;

□乙方自行处理;

□\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

十六、合同解除

1、甲方有下列行为之一的，乙方有权书面通知单方解除合同，解除合同的通知在到达甲方时生效：

(1)在本合同签订时不符合法律、法规关于代理商资格的强制性规定致使乙方遭受经济损失的;

(2)在签订本合同前未按法律、法规规定提供代理相关信息或提供虚假信息致使乙方遭受经济损失的;

(3)在本合同签订时不具备或本合同有效期内丧失相关知识产权的所有权或使用权，导致第三方向乙方主张相关权利的;

(4)因产品质量问题引起大量投诉并被主要媒体曝光，品牌形象和价值及企业商誉受到严重损害的。

(5)无故停止向乙方供应代理产品;

(6)公开许可乙方使用的商业秘密的，致使乙方遭受经济损失的;

(7)甲方不履行或不完全履行本合同项下的任何义务，乙方书面通知其\_\_\_\_\_\_日内更正，逾期未更正的;

(8)\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

2、乙方有下列行为之一的，甲方有权书面通知其更正，乙方应在接到通知后\_\_\_\_\_\_\_日内更正，逾期未更正的，甲方有权书面通知单方解除合同，解除合同的通知在到达乙方时生效：

(1)擅自代理销售其他产品或服务;

(2)因管理和服务问题引起大量投诉或被主要媒体曝光批评，严重损害甲方经营体系的商誉;

(3)未经甲方事先书面同意擅自全部或部分转让本合同;

(4)故意向第三人泄露甲方的商业秘密的;

(5)故意向甲方报告错误的或误导性的信息;

(6)违反竞业禁止的规定参与竞争的;

(7)连续\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_未能完成销售指标，受到甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_次以上处罚，屡教不改的;

(8)乙方逾期支付本合同项下的任何款项，逾期超过\_\_\_\_\_\_\_\_\_天，仍不改正的;

(9)\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

十七、声明及保证

(一)甲方：

1、甲方为一家依法设立并合法存续的企业，有权签署并有能力履行本合同。

2、甲方签署和履行本合同所需的一切手续(\_\_\_\_\_\_\_\_\_)均已办妥并合法有效。

3、在签署本合同时，任何法院、仲裁机构、行政机关或监管机构均未作出任何足以对甲方履行本合同产生重大不利影响的判决、裁定、裁决或具体行政行为。

4、甲方为签署本合同所需的内部授权程序均已完成，本合同的签署人是甲方法定代表人或授权代表人。本合同生效后即对合同双方具有法律约束力。

(二)乙方：

1、乙方为一家依法设立并合法存续的企业，有权签署并有能力履行本合同。

2、乙方签署和履行本合同所需的一切手续(\_\_\_\_\_\_\_\_\_)均已办妥并合法有效。

3、在签署本合同时，任何法院、仲裁机构、行政机关或监管机构均未作出任何足以对乙方履行本合同产生重大不利影响的判决、裁定、裁决或具体行政行为。

4、乙方为签署本合同所需的内部授权程序均已完成，本合同的签署人是乙方法定代表人或授权代表人。本合同生效后即对合同双方具有法律约束力。

十八、保密

咀乙双方保证对在讨论、签订、执行本协议过程中所获悉的属于对方的且无法自公开渠道获得的文件及资料(包括商业秘密、公司计划、运营活动、财务信息、技术信息、经营信息及其他商业秘密)予以保密。未经该资料和文件的原提供方同意，另一方不得向任何第三方泄露该商业秘密的全部或部分内容。但法律、法规另有规定或双方另有约定的除外。保密期限为。

十九、通知

1、根据本合同需要一方向另一方发出的全部通知以及双方的文件往来及与本合同有关的通知和要求等，必须用书面形式，可采用\_\_\_\_\_\_\_\_\_(书信、传真、电报、当面送交等)方式传递。以上方式无法送达的，方可采取公告送达的方式。

2、各方通讯地址如下：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

3、一方变更通知或通讯地址，应自变更之\_\_\_\_\_\_\_\_日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内，以书面形式通知对方;否则，由未通知方承担由此而引起的相关责任。

二十、争议的处理

1、本合同受\_法律管辖并按其进行解释。

2、因履行本合同引起的或与本合同有关的争议，双方应首先通过友好协商解决，如果协商不能解决争议，则采取以下第(\_\_\_\_\_\_\_\_\_)种方式解决争议：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(1)提交\_\_\_\_\_\_\_\_\_仲裁委员会仲裁;

(2)依法向人民法院起诉。

二十一、不可抗力

1、如果本合同任何一方因受不可抗力事件影响而未能履行其在本合同下的全部或部分义务，该义务的履行在不可抗力事件妨碍其履行期间应予中止。

2、声称受到不可抗力事件影响的一方应尽可能在最短的时间内通过书面形式将不可抗力事件的发生通知另一方，并在该不可抗力事件发生后\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内向另一方提供关于此种不可抗力事件及其持续时间的适当证据及合同不能履行或者需要延期履行的书面资料。声称不可抗力事件导致其对本合同的履行在客观上成为不可能或不实际的一方，有责任尽一切合理的努力消除或减轻此等不可抗力事件的影响。

3、不可抗力事件发生时，双方应立即通过友好协商决定如何执行本合同。不可抗力事件或其影响终止或消除后，双方须立即恢复履行各自在本合同项下的各项义务。如不可抗力及其影响无法终止或消除而致使合同任何一方丧失继续履行合同的能力，则双方可协商解除合同或暂时延迟合同的履行，且遭遇不可抗力一方无须为此承担责任。当事人迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。

4、本合同所称“不可抗力”是指受影响一方不能合理控制的，无法预料或即使可预料到也不可避免且无法克服，并于本合同签订\_\_\_\_\_\_\_\_日之后出现的，使该方对本合同全部或部分的履行在客观上成为不可能或不实际的任何事件。此等事件包括但不限于自然灾害如水灾、火灾、旱灾、台风、地震，以及社会事件如战争(不论曾否宣战)、动乱、罢工，政府行为或法律规定等。

二十二、合同的解释

本合同未尽事宜或条款内容不明确，合同双方当事人可以根据本合同的原则、合同的目的、交易习惯及关联条款的内容，按照通常理解对本合同作出合理解释。该解释具有约束力，除非解释与法律或本合同相抵触。

二十三、补充与附件

本合同未尽事宜，依照有关法律、法规执行，法律、法规未作规定的，甲乙双方可以达成书面补充合同。本合同的附件和补充合同均为本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等的法律效力。

二十四、合同的效力

本合同自双方或双方法定代表人或其授权代表人签字并加盖单位公章或合同专用章之\_\_\_\_\_\_\_\_日起生效。

有效期为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，自\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_日。

本合同正本一式\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，具有同等法律效力。

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

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

委托代理人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 委托代理人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**白酒回购合同范本13**

1．甲方： 乙方：住址：法定代表人：根据《^v^合同法》及有关法律规定，为促进甲乙双方的商务合作，在平等自愿、互惠互利的基础上，就甲方授权乙方代理销售甲方生产的所有 酒系列广东省区域总代理商事宜，现达成如下协议，双方必须共同遵守。

2．乙方的义务、区域和代理期限、权限：总代理区域：甲方授权乙方为广东省区域及经甲方许可的其他区域总代理商，负责甲方的 酒系列该区域的所有业务。

3．在乙方遵守本协议各项条款并完成相应销售量的前提下，甲方不得在该区域设立同类或类似的总代理商，甲方已设立的经销商移交乙方统一管理。

4．甲方授权乙方代理甲方的产品：本合同书列明的甲方所生产的 酒系列及甲方今后所生产的所有酒类产品。乙方代理销售的时效期限：从合同签定之日内 年内，即20\_年 月 日起到年 月 日止。

6．乙方有权对甲方的工作（销售、市场、广告、服务、质量等）作出评价和投诉。 甲方及时向乙方提供乙方销售区域内的终端意向客户的询价等重要信息，并保证不遗漏、不报价、及时转告乙方。

7．甲方严格控制跨区域窜货，维护乙方代理商的利益。须按实际情况填写《代理商注册登记表》，表中内容发生变更时须书面通知甲方备案；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。

8．乙方在经营活动中应保障双方的长期利益，共同维护代理产品在当地的声誉。乙方应及时同甲方结清货款，甲方按照乙方要求及时供货给乙方，并保质保量。

9．乙方不得跨区窜货，甲方会及时通告乙方区域范围的代理商情况，避免窜货。为树立双方的良好形象和维护乙方及终端用户的利益，乙方应逐步建立系统的商务体系，并对下级经销商给予技术支持及逐步提供完整的培训体系。

10．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。

11．扩展资料：合同的含义双方或多方当事人（自然人或法人）关于建立、变更、消灭民事法律关系的协议。此类合同是产生债的一种最为普遍和重要的根据，故又称债权合同。

12．《^v^合同法》所规定的经济合同，属于债权合同的范围。合同有时也泛指发生一定权利、义务的协议。

13．又称契约。如买卖合同、师徒合同、劳动合同以及工厂与车间订立的承包合同等。合同的变更或解除即对已经成立的合同内容的部分修改、补充或全部取消。

14．合同一方因故需要修改、补充合同某些条款或解除合同关系时，必须征得对方同意。亦即以双方达成的新协议，变更或解除原来的旧协议。

15．变更、解除合同的新协议，仍按原合同的形式办理。在法律或合同明确规定的情况下，如当事人一方不履行或不适当履行合同义务时，另一方有权解除合同。

16．故合同可由当事人一方行使解除权而消灭。《^v^经济合同法》规定，如由于合同所依据的国家计划被修改或取消，由于行政命令企业必须关闭、停产或转产，由于不可抗力以及由于一方违约致使合同不能履行或履行已无必要时，允许当事人一方及时通知他方变更或解除合同。

**白酒回购合同范本14**

2．有什么有效的措施可以让二批在不影响其积极性的基础上减少砸价行为呢？ 重拾二批 传统渠道的分销流程是厂家———代理商———二批———传统终端（C、D类店或其他渠道形式），部分产品在二批的下游还会有三批这个环节出现。

3．由于国内经济水平发展不平衡，各个区域消费特点、消费习惯、经济发达程度等诸多方面呈现出极大差异性，决定了传统渠道在未来相当长一段时间内仍然在我国存在，而且就目前看生存能力还很强。

4． 在终端为王的营销理念影响下，白酒代理商纷纷插手终端，跟风过后发现，过度竞争形势下去抢夺有限的终端资源是一件费力不讨好的事情，开发难度越来越大，增长的利润难以抵消增长的费用。

5．近年来，白酒代理商纷纷重拾二批，业内对二批的功能和作用再次给予了重视。 代理商为什么要依靠二批？因为，任何一个代理商都不可能完全覆盖和服务所辖市场的所有传统终端，能够覆盖和服务的也只是有一定规模、影响力、地理位置较好的终端，这部分终端也只占全部零售终端很少的比例（20%以内）。

6． 剩余80%的终端的服务和覆盖通过什么解决？代理商显然是无能为力的，因为需要耗费大量的人力资源、物力资源和管理资源。

7．目前，中国还没有任何一家代理商具备能够整合以上资源的能力。这个时候，二批的作用和意义就凸显出来了。二批实际就是代理商或者厂家因为自身管理和服务无法延续而作为客观现象存在的，只要市场上存在大量的传统终端，二批就有存在的必要，二批的作用就是不可替代的。

8． 二批“砸价”的根源 二批商在资金实力、观念、规模、管理、信息获得渠道等多方面无法与代理商相提并论，而且很多二批商因为想获得利益最大化或者是下游传统终端的需要，通常会是若干个不同产品类别在一定区域共同分销。

9．这个时候，当二批商出现库存压力过大，现金流不畅的情况，二批商的首要选择就是消化库存回转资金。 因为二批商不可能因为某个产品类别、某个品牌将自己有限的周转资金处于占用状态，所以就不可避免地出现了———“砸价”。

10．砸价是为了短时间内回笼资金，使自己的财务状况恢复正常。 另外，因为受渠道两端的挤压，不具备核心优势，也不掌握核心资源（比如产品的代理权、强势终端等），注定了这个群体的不稳定，也注定了他们短期获利的心态。

11．所以，他们成了渠道环节窜货和砸价的罪魁祸首。 既然代理商离不开二批，那么代理商该如何管理二批，杜绝这个价格杀手扰乱市场、贻害渠道呢？

12． 纠正开发市场的两个错误心态 代理商往往在自主开发市场上存在不正确的心态，这表现在： 依靠大户支撑心理。

13．很多代理商不肯自己花费心血，或者面对激烈的市场竞争有畏难心理。这是首先要克服的。市场主要依靠自己的力量来开发，不要指望二批可以帮你开拓一个良性成长的市场，更不要指望某些二批支撑你的大半市场，这样容易导致市场失衡和经销政策失衡。

14． 压货心理。很多代理商在产品导入期为了快速启动市场，提高二批的积极性，通常采用一些和销量有关的激励政策，通过压货来扩大销量。

15．很多代理商认为市场初期出现一些窜货和竞价是好事，但是这样容易导致市场失控，一旦失控，市场就会迅速死掉，再想启动就难上加难了。

16． 所以作为代理商不要给渠道盲目压货，而是要在充分调查的基础上做一个科学的预估，避免远大于市场需求的产品进入渠道。

17． 这样的两个错误心态导致很多代理商处于十分被动的局面，要么是自己的市场上已经出现客大欺主的二批，要么是市场砸价、窜货严重，代理商四处救火，焦头烂额。

18．市场一旦出现这样的局面，基本就像一个重症的病人，不是一剂两剂的良方可以治疗的，要么需要大手术，要么就只有等死了。

**白酒回购合同范本15**

区域代理销售合同

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

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

甲乙双方就\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_的销售，达成以下协议：

第一条指定区域代理

甲方指定乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_在\_\_\_\_\_\_\_\_\_的代理。

第二条指定代理范围

乙方的指定代理范围为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_以及\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

第三条代理期限

\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。

第四条乙方的销售目标

乙方在指定代理区域的年销售金额为\_\_\_\_\_\_\_\_\_元以上（视区域范围大小而定）。

第五条乙方的权利

1.获得直接从甲方进货的权利。

2.可获得本协议规定的奖励和待遇。

3.可获得甲方的销售支持和技术帮助。

a.可获得甲方的指定区域授权代理认定书；

b.可获得甲方新产品样品，具体数量（由甲乙双方协商决定）；

c.乙方可获得甲方技术支持和帮助，甲方应派人员对乙方雇员进行技术指导和培训，帮助乙方掌握\_\_\_\_\_\_\_\_\_的性能，精通施工技巧。在有关的技术交往中，由乙方支付派出人员的工资和往返的交通费用及提供食宿。

第六条乙方的义务

1.乙方应在本协议签定后的\_\_\_\_\_\_\_\_\_天内向甲方订购产品（视区域范围大小而定），并按照本协议第七条货款结算的规定，按时支付货款，逾期将视为自动解除和约。

2.完成甲乙双方达成的在指定代理区域的销售目标，而乙方未达到年度业绩，则总代理授权书无效。

3.严格遵守全国统一指导零售价及第十一条规定的市场管理条例，确保代理区域的市场稳定和价格稳定。

第七条授权形式，结算方式

1.授权形式

**白酒回购合同范本16**

1．甲方：\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*有限公司乙方： 地址：\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*地址：电话：\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

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