

最新中班保育组长学期工作总结 保育员 中班下学期工作计划(优秀5篇)

生活当中，合同是出现频率很高的，那么还是应该要准备好一份劳动合同。那么合同应该怎么制定才合适呢？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。

最新果蔬经销合同图片 经销合同汇总篇一

乙方：_____

一、_____授权经销商的含义

1. _____授权经销商是_____公司授权的致力于提高_____产品市场占有率，其主要成员是各种规模的辛勤致力于it产业发展的it公司. 经销商以商业拓展为纽带，集各自的优势，合作提升各自的市场、销售、管理等方面的综合实力，共同开展市场推广。_____授权经销商分为(地区授权经销商)和(地区授权总经销商)。

2. _____授权经销商通过合理的库存，灵活的退换货机制屏蔽经销商的风险，同时通过大量的市场、销售、技术、管理、开发等方面的合作，来共同提高，共同成长。

二、_____授经销商身份授予

乙方愿意成为_____地区授权经销商，并在协议有效期内享受本协议规定的所有权利与义务。

甲方授予乙方为_____授权经销商，并提供相关的证明文件。

本经销协议书有效期自_____年_____月_____日至_____年_____月_____日。

三、双方的权利和义务

(一) 甲方的权利和义务

3. 甲方将对乙方的相关人员进行培训与电话支持或现场支持服务。

(二) 乙方的权利和义务

3. 乙方需要为最终用户提供各种技术支持与技术培训等服务；

4. 乙方应严格遵守有关知识产权保护的有关法律法规，严禁对_____产品进行盗版销售，否则甲方将追究其法律责任。

四、价格体系

4. 乙方不得在任何公开媒体报价低于甲方规定的市场公开价，市场公开价内容见《_____产品报价单》，否则一经查实，甲方将有权取消乙方_____授权经销商资格。

五、销货承诺

作为_____产品授权经销商，乙方必须承诺在协议有效期内完成甲方作出的季度最低_____销售定额的指标。

六、退换货条款

退换货：如果甲方提供的产品存在严重质量问题(如发现无法正常使用)，或在运输过程中发生的产品到货即损的问题，乙方可以提出退货或换货的要求，经甲方核实属实后立即办理相关手续，发生的运费等由甲方负责。

七、订货与付款

1. 订货

乙方向甲方订货时，需填写《_____产品订货单》，甲方应及时向乙方通报产品的供货情况，在不能满足乙方订货需求时，有义务向乙方提出建议和指导。

2. 付款方式

所有订单的货款均须付给甲方指定的银行账户。甲方收到乙方所付的现金，银行汇票，或收到电汇付款凭证传真后向乙方发出通知并安排发货。

3. 发货

提货方式，时间，批次由乙方指定并提前_____天以传真方式通知甲方，并由指定授权人签收。

八、市场支持

3. 甲方不承担未经双方书面商定的市场计划之外的活动费用。

本协议由甲、乙双方正式授权代表人签字并加盖双方公章后开始生效。

最新果蔬经销合同图片 经销合同汇总篇二

联系方式：

地址：

乙方：

联系方式：

地址：

一、授权范围

甲方授权乙方在_____市_____区_____县开设（专卖店、专柜或专区等）销售甲方的“_____”品牌系列产品。

二、授权期限

本协议有效期_____年，自_____年_____月_____日至_____年_____月_____日止。至本协议期限届满前三个月，甲、乙双方共同协商是否终止合作，若继续合作，另行签订协议书，协议内容依照当时协商确定；若终止合作，本协议到期将自动失效。

三、乙方每次应在订单确认后的_____天内，以现金或转账等方式全额支付货款，经甲方确认无误后安排发货。如乙方不按本付款条件支付货款，甲方有权把约定的发货期顺延。

四、代理价格

1、乙方应按照甲方在甲方规定的价格销售“_____”品牌系列产品，不得随意调价扰乱市场价格秩序。甲方产品价格有变动时应向乙方提供最新产品报价单。

2、乙方如需进行促销等活动，需临时变动价格时，必须在变动价格前以书面报告形式向甲方申请，并得到甲方书面同意方可调整价格。

五、甲方提供乙方高质量的“_____”品牌系列产品。在本协议有效期间，甲方及时向乙方提供最新的公开市场资料，对乙方开展的市场推广活动予以支持，并对乙方市场推广活动的具体实施保留监督权。

六、依据业务推广计划和地方运作需要，甲方可以向乙方提供必要的产品、技术培训，帮助乙方迅速掌握产品性能和销售技巧，使乙方的销售工作迅速展开。

七、甲方根据市场情况定期或不定期举办经销商研讨会等活动。甲方按照季度或年度对经销商进行业绩考评，对销售业绩不能达到约定数额的经销商，甲方可根据具体情况取消其区域经销资格或另行设立区域经销。定期为乙方提供相关产品宣传资料及样品。

八、甲方有权对经销商政策进行调整，有权对“_____”品牌系列产品的产品类别、内容和相应价格进行调整，甲方进行这类调整时，须提前天告知乙方。但遇特殊、紧急情况时，甲方可立即调整，而无须提前告知乙方。对于在价格调整前已确认的销售定单，其单价将不予调整。

九、乙方的权利和责任

1、乙方在与甲方合作过程中存在商业不道德行为，违反甲方的信誉和宗旨的，或者乙方的行为给客户或甲方造成严重损害的，甲方有权终止本协议，并追究其法律责任。

2、乙方有权要求甲方给予必要的技术培训，定期参加甲方的市场活动、促销活动和相关培训。

3、乙方应按照甲方拟订的价格规定销售产品，不得以任何形式破坏甲方的价格政策，不可以低价倾销。

4、乙方不得与甲方的其他经销商之间进行恶性竞争或者其它不正当竞争。更不可蓄意诋毁其他经销商的名声。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。

5、在本协议有效期间和本协议延长期间和本协议终止或解除后，乙方承诺不向与甲方构成商业竞争关系的企业、商业机构或者其他组织提供有关甲方业务、技术等有关一切相关信息或资料，否则乙方应承担违约责任。

6、乙方不得自行仿制甲方产品或进购、销售该产品的假冒伪劣商品，一经发现将立即取消其经销资格，同时追究乙方经济责任。

7、乙方有权利就市场策略向甲方提出建议，在经营中，乙方应与甲方定期沟通，协商解决销售中的瓶颈问题。

8、乙方在经销区域发现甲方的产品或其它权益受到不法侵犯，应及时通知甲方。

9、协议终止后，乙方无权继续使用甲方的任何资料包括商标、商号及其它相关标志，否则乙方应承担造成的相应后果。

十、如果本协议终止，乙方应在终止之日起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。同时乙方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。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。

十一、任何一方在本协议有效期内以及结束后年内，均不得向第三方泄露在签订和履行本协议过程中所获得的另一方的任何商业秘密。商业秘密包括本合作范围内的所有有形的或无形的、标明为秘密的商业计划、客户方资料、技术、产品和其他作为该方商业秘密的信息。

十二、销售量是乙方在经销过程中能力和投入程度的主要反映，乙方同意在协议期内完成规定的销售额万元，每完成万元的销售额，甲方承诺退还乙方保证金万元。

十三、违约条款

(1) 提出口头或书面警告，要求对方限期纠正违约行为。

(2) 要求违约方赔偿因违约行为给守约方造成的经济损失。

(3) 中止协议并要求对方赔偿经济损失

(4) 双方就争议部分不能协商解决的通过法律途径解决争议。

2、甲乙双方中任何一方违反本协议者，在接到守约方发来的违约通知后天内仍未实际履约者，守约方可无条件终止本协议关系，并向甲方所在地人民法院提请诉讼以解决纠纷。

3、甲乙双方因任何一方违约而遭受任何损失，违约方均应赔偿对方损失。

4、因甲方承诺客户条款协议未能做到，乙方受到客户追诉造成名誉损失的，乙方有权保留起诉权并要求甲方赔偿。若客户要求赔偿的由甲方负责。

5、未得到甲方承诺，乙方承诺客户条款协议受到客户追诉或造成甲方名誉损失的，若客户要求赔偿的由乙方负责赔偿。

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。

7、双方均有过错的，应根据各方实际过错程度，分别承担各自的违约责任。

十四、免责条款

1、因不可抗力致使本协议任何一方无须负任何责任。声称发生不可抗力的一方应在不可抗力发生后天内告知另一方，并随附经有关部门确认的不可抗力书面证明，且应尽可能减少不可抗力所产生的不利影响。

(1) 如果不可抗力事件致使该方未能全部履行其在本协议项下的义务。

(2) 双方应立即相互协商以找出合理解决办法并应尽所有合理的努力尽可能地减小不可抗力的后果。

(3) 不可抗力事件发生后的天内，该方应书面通知对方，解释其为什么未履行及不能完全履行其在本协议项下的义务，并且其履行本协议的期限应延长，延长期应与不可抗力事件造成的拖延相同。

十五、争议解决：

1、本协议的签署、效力、解释和执行以及本争议解决均应适用中华人民共和国法律。

2、因本协议的签署、效力、解释和执行发生的争议，应首先由双方通过友好协商或由中立的第三方调解解决。

3、任何本协议未尽事宜，双方应本着互谅的精神协商加以解决，如果不能解决，如果争议在一方送交书面要求开始协商的通知后天内未能解决，任何一方可按照下列规定将争议提交_____仲裁委员会仲裁。仲裁裁决是终局的，并对双方有约束力，除非仲裁员另行裁定，否则仲裁的费用应由败诉方承担。

4、当产生任何争议及任何争议正在仲裁庭仲裁时，除争议事项外，双方应继续行使其剩余的相关权利，履行其本协议项下的其他义务。

十六、协议的变更：

- 1、甲乙双方在协议执行期内，如果由于市场发生变化或其它不可预见的原因，需要对本协议有关条款（包括但不限于产品类别、价格等）进行调整，提出修改的一方应提前至少天通知另一方，并提供调整解释说明。
- 2、双方如果对上述事宜无法达成一致，双方可协商终止协议。
- 3、本协议经双方签署的书面协议方可变更。双方另行签订的补充合同与本协议享有同等法律效力。

十七、协议的终止

1、本协议于下列任一情形出现时即终止：

- (1) 双方协商一致解除本协议。
- (2) 本合同期限届满，双方未续签的。
- (3) 乙方因违约、资格考核未达标而被甲方取消经销商资格的。
- (4) 一方当事人主体资格消失，如被撤消或进入破产、清算程序，另一方有权解除合同，但进行重组、名称变更、分立或与第三方合并等不在此列。
- (5) 一方未履行或违反依据本协议所应承担的义务，经另一方给予一定期限仍不履行义务或不予采取补救措施，致使另一方依据本协议的预期利益无法实现或协议继续履行没有必要，另一方有权解除协议。
- (6) 由于不可抗力或意外事件使协议无法继续履行或继续履行没有必要，双方均可要求解除协议。

2、协议解除后，双方依据本协议的权利义务终止，但一方在协议解除前应履行的义务仍需履行。除因不可抗力或意外事件致使协议解除的情形外，引起协议解除事由的一方应赔偿因协议解除给另一方造成的损失。

3、本协议的终止并不影响本协议项下未完成的其他在终止日前已产生的义务或权利。

十四、其它

1、本协议构成双方之间完整协议，取代先前关于本协议的所有讨论、协商及协议。

2、本协议其它未尽事宜，双方可另行协商解决。双方另行签订的补充条款，与本协议具有同等效力。

3、本协议以中文本为基准文本，一式_____份，双方各持_____份，经双方签字盖章后即生效，具有同等法律效力。

甲方（签章）：

签订日期：_____年_____月_____日

签订地点：

乙方（签章）：

签订日期：_____年_____月_____日

签订地点：

最新果蔬经销合同图片 经销合同汇总篇三

甲方：

地址：

电话： 传真：

乙方：

地址：

电话： 传真：

签定地点：

根据《中华人民共和国合同法》有关规定，甲、乙双方经平等协商一致，达成如下协议，在履行协议的过程中，甲、乙双方应严格遵守，若有违约应按合同约定赔偿对方由此导致的经济损失。

一、合同期限：

1、本合同签署有效期自 年 月 日至 年 月 日，其中前 个月为试销期。

2、合同到期后，另确定新的经销条件，乙方在同等条件下享有优先权。

二、经销产品及区域：

1、甲方授权乙方经销甲方白酒系列产品。

2、甲方授予乙方白酒系列产品的销售区域仅限 。

三、产品价格：

1、价格按甲方统一价执行（ 价格表附合同 ）。

2、乙方严格执行合同约定产品销售价格体系，不能低于或高于合同约定价格销售。否则，甲方不予兑现销售奖励。

3、甲方保留统一调整产品价格的权力，调价提前 天通知乙方。

四、结算方式

1、经甲方财务部门确认，乙方货款到帐后，甲方组织发货。

2、如甲方更改帐号，以甲方财务部签章后的书面通知为准。

3、在未得到甲方财务部签章的书面通知，乙方不得将货款(或借款)交给或借给甲方业务人员或汇入其他帐户，否则，乙方承担责任。

五、合作保证

1、乙方首批货款在本合同签订之日起 日内全额汇入甲方指定帐户。否则，视乙方违约，本合同自行失效。

2、甲乙双方签订合同时，乙方向甲方交纳 万元的合同保证金，否则视乙方自动放弃合同。合同保证金利息按照银行同期活期存款利息计算。

六、市场操作要求：

1、乙方应建立起本区域完整的销售网络，保证经销甲方的产品在经销区域内终端铺货达到：商超 家，酒店、酒楼 家。

3、经销期(包括试销期和正式经销期)内乙方保证完成月度销售任务，若在合约期内乙方连续累计无法完成两个月度销售任务，甲方有权取消经销商资格。

4、在试销期内，乙方完成合同约定的月度任务，则转为正

式经销商，甲方发经销商确认通知函。

5、乙方保证合同指定产品均在限定区域内销售，如窜区域销售，甲方不予兑现销售奖励，并根据数量乙方支付甲方 元/件— 元/件的违约金，或甲方有权取消经销商资格。

6、乙方做好售后服务并积极维护品牌形象，同时负责做好产品包装物的回收处理工作。

7、乙方不得经销与甲方产品名称、包装、风格相近的仿冒品或同类产品。否则，甲方视乙方违约，终止与乙方的合作。

七、甲方责任：

1、甲方负责监督并杜绝窜货现象的发生，以确保乙方在销售区域内的合法权益。

2、乙方在销售甲方产品过程中所发生的广告媒体宣传、宣传品、促销品、推广活动等事宜，乙方应提出计划方案，经甲方审核同意后，乙方即可安排实施。

3、甲方协助乙方做好产品的售前、售中、售后服务。

4、保证提供乙方所需的货源，负责做好市场的管理、指导工作；负责提供电视、软性文章等宣传媒体资料及终端培训。

5、及时兑现合同约定的政策支持。

6、负责将产品运至乙方市场，运费由甲方承担。

八、产品验货约定：

甲方货到乙方市场当日清点核实品种、规格、数量，由乙方法人代表在货运回执单上签字并加盖公章后产品验收生效，运送的产品、宣传品、促销品等物品如出现短缺或破损，乙

方应在货运回执单上注明。否则，出现的一切损失由乙方负责。

九、奖励政策：

参与公司经销商级别评定，兑现奖励。

十、产品调剂约定：

本合同产品在发货三个月内如滞销可提出调剂，调剂产品的来回运费，运送损失及内外包装材料损失费均由乙方承担，乙方所有调换产品必须保证包装无开封、脏、损现象，不影响二次销售，否则不予退换。

十一、双方合作前特别约定：

1、乙方严格遵守国家工商、税务等有关政策、法令、法规进行商业活动，如有违反，属乙方个人行为，概与甲方无关，因此衍生的一切后果，由乙方负责。

2、乙方向甲方汇报每月库存、销货情况及下期要货计划、市场信息，乙方每次上货金额应在 万元以上。

3、甲方每月对乙方的考核截止日为当月的 日。

4、乙方必须向甲方提供完整、准确、真实的终端明细目录，由乙方签字并加盖公章。如出现虚报、错报、漏报现象，经甲方核实后，乙方支付甲方 元/家的违约金。

十二、解约手续：

1、在合同生效期，如乙方未能达到双方合同约定条款其中一条，甲方有权单方终止合同，以甲方经销商确认通知函为准。

2、在解约时乙方应将经销区域内的销售网点无条件交由甲方

接管。

3、若双方解约，乙方市场完好无损仍有销售价值的产品，甲方按乙方进货价 % 的价格回收，与甲方有关并由甲方提供的资料，乙方应无条件交回甲方。

4、解约手续办理完毕，甲方退还乙方合同保证金。

十三、本合同未尽事宜由双方协议补充，出现争议双方协商解决，协商不成，由甲方所在地法院裁决。

十四、其它：

甲 方： 乙 方：

年 月 日

最新果蔬经销合同图片 经销合同汇总篇四

卖方： _____

买方： _____

为保护买卖双方的合法权益，买卖双方根据《中华人民共和国合同法》的有关规定，经友好协商，一致同意签订本合同，共同遵守。

一、货物的名称、数量及价格：见附件

二、质量要求和技术标准：

参照ibm公司的相关产品技术标准

三、接货单位(人)：

卖方指定本合同项下的货物的接货单位为：_____

地址：_____

五、交货的时间及地点、方式及相关费用的承担：

1、交货时间：_____

2、交货地点：_____

3、运输费用：由 方承担

六、合同总金额□_____rmb.

合同总金额为人民币□_____rmb.

七、付款方式和付款期限

八、货物的验收；

自产品交货后三日内，买方应依照双方在本合同中约定的质量要求和技术标准，对产品的质量进行验收。验收不合格的，应即向卖方提出书面异议，并在提出书面异议后三日内向卖方提供有关技术部门的检测报告。卖方应在接到异议及检测报告后及时进行修理或更换，直至验收合格。在产品交付后三日内，卖方未收到异议或虽收到异议但未在指定期限内收到检测报告的，视为产品通过验收。

九、接收与异议：

如买方指定由接货单位(人)接收货物，则买方同意对接货单位提出的接收、拒收、书面拒收意见等行为负责。

采用送货上门和自提方式交货的，在交付产品时，接货单

位(人)应对产品品牌、规格型号、数量是否符合合同规定进行检查;对于符合合同规定的,接货单位(人)应当签收。对于不符合合同规定的产品,买方可以拒收,并书面说明拒收的理由。对于以送货上门方式交货,买方依照约定拒收的产品,需要由买方保管的,买方应负责保管。

采用代办托运方式交货的,买方对产品、规格型号、数量有异议的,应自产品运到之日起日内,以书面形式向卖方提出。

买方因使用、保管、保养不善等造成产品质量下降的,不得提出异议。

上述拒收或异议属于卖方责任的,由卖方负责更换或补齐。

十、合同的生效和变更:

本合同自双方签字盖章时生效,在合同执行期内,买卖双方均不得随意变更或解除合同,如一方确需变更合同,需经另一方书面同意,并就变更事项达成一致意见,方可变更。如若双方就变更事项不能达成一致意见,提议变更方仍应依本合同约定,继续履行,否则视为违约。

十三、争议的解决:

在执行本合同过程中,双方如若发生争议,应先协商解决,协商不成时,任意一方均可向卖方所在地人民法院提起诉讼。

十四、其他:

按本合同规定应该偿付的违约金、赔偿金及各种经济损失,应当在明确责任后十日内支付给对方,否则按逾期付款处理。

本合同一式贰份,双方各执壹份,具有同等法律效力。

____年__月__日 ____年__月__日

最新果蔬经销合同图片 经销合同汇总篇五

甲方：(以下简称甲方)

乙方：_____ (以下简称乙方)

第一条 本合同相关术语解释：

第三人：指合同当事人之外的，可能与甲，乙一方或双方有利害关系的其它人。

- 1、具有独立法人资格的合法企业。
- 2、接受并认同甲方的经营理念，销售、价格政策及本合同的相关规定。愿意接受甲方的专业知识培训。
- 3、具备水家电产品销售经验以及具有客户资源、渠道资源等相关行业的专业背景，且在本区域有成功运作市场的经验。
- 4、具有一定的资金实力。
- 5、配备专人负责甲方产品的销售及技术支持。
- 6、在本区域应具备基本成熟的营销网络，或在所负责区域有良好的人脉资源。

第二条、甲方授权乙方为_____省_____市(区)_____县代理商，销售“绿磁”品牌系列产品，授权日期在_____年___月___日至_____年___月___日止。授权期满后，双方可商定续约本合同。

第三条甲方的责任和义务

- 1、甲方提供产品进入市场的合法手续及相关的认证检测文件

- 2、甲方长期为乙方提供技术培训和技術指導。
- 3、甲方有义务将相关市场信息与乙方进行沟通、分享。甲方推出同类型以及其他类型新产品时，应及时通知乙方。
- 4、甲方的营销策略有调整以及有促销活动时，应及时通知乙方。

第四条、乙方的责任和义务

- 1、乙方保证严格尊重甲方的产品版权及商标权，未经允许不得以任何方式组装、复制所代理的产品。保证在甲方的销售政策的指导下对所代理的产品进行市场活动，不得泄露、传播所代理产品的商业机密。经此造成的一切后果由乙方自行承担，且甲方保留追究乙方法律责任的权利。
- 2、乙方有权要求甲方提供足够的技术和售后服务支持，对乙方的销售人员和售后服务人员进行产品知识培训。
- 3、乙方有义务保守甲方有关的商业机密，提供当地的市场动态，拟订产品的行销计划。
- 4、乙方在取得甲方委任的代理资格后，首次需要达到_____万元的定货量，用于保证产品代理合同的履行。首次_____万元的货款在签署合同生效一周内汇到甲方指定的帐户上，如逾期不汇款，此产品代理合同将自动失效。
- 5、乙方的终端零售价可根据当地市场实际情况进行调整，但上下浮动不得偏离甲方所制定的市场指导价的15%。具体执行价格需经甲方负责当地市场的负责人批准后方可实施。（市场指导价见产品价格目表）
- 6、乙方应积极在当地利用各种资源开发空白市场，在市场开拓前期有权要求甲方协助指导工作。

7、在合作期内，乙方有责任严格遵守甲方产品销售代理相关条款进行市场操作，享有相应的权利和责任。

8、乙方应对甲方产品的技术予以保密，在合同期限内应当做好区域内的售后维护工作。

9、不向其它有”绿磁”经销商代理的地区推销产品，不得以优惠条件与其它经销商竞争，不可诋毁“绿磁”经销商的声誉。

10、按章纳税，合法经营，不可破坏公司整体形象。

11、未经允许，不准私自转让经销商资格

第五条、产品价格及货款支付

1、甲方以本协议附件所列价格将商品销售给乙方。甲方因各种原因需变动价格时，应于正式调整前一个月通知乙方。

2、乙方每次订购甲方产品必须是现款结算，结算方式可通过甲方指定的银行帐号进行转帐或汇款，甲方收到乙方当次订货之全部货款后，甲方将在七天之内以普通汽运的方式发出当次订货产品，（因自然灾害天气，不可抗拒因素除外）产品运费由乙方承担。

3 退、换货保障

(1) 一次性开箱不合格的产品自售出之日起在20日以内完整地返回甲方，甲方无偿给予更换。

(2) 乙方在销售中确因甲方产品存在批次问题依程序判定后可向甲方退调换，运费由甲方支付。（外包装要完整，机器包装箱内配件齐全，说明书等机型与外包装一致相符）。

(3) 退货中如外包装破损不全，如配件缺少、如外壳属外力所

致破残，甲方按配件费折算扣除乙方的相应退货金额。

(4) 在合同期内，乙方享有换货保障权利，机器外包装完好未拆封三个月以内按15%折旧返回，六个月以内按25%折旧返回，六个月以上按35%返回，以上返回货物在下次订购新产品时以货物返还，(折旧机器不含往返运费)。

(5) 在合同期内，经销商管辖区域内发生窜货行为给公司造成影响的，除取消经销商资格外，不予执行退换货政策。

第六条、 订货规定

1、乙方向甲方订货时，须填写产品订货单，由法人代表或授权人签字盖章，连同汇款凭证一起传真给甲方，并电话告知甲方，甲方在收到产品订货单后一个工作日内，将根据自己的库存情况，向乙方通报订单是否有效并实施发货。

2、乙方在收到所订货物后，应当场确认所收货物的数量和质量，若与订单有异，应在2天以内及时告知甲方；若确认无误，应认真填写收货回执单，由法人代表或授权人签字并加盖公章后，在两个工作日之内传真给甲方，甲方收到乙方的回执单后，将视同乙方所收货物无数量和质量问题。

3、乙方保证首次进货量不得低于_____万元的产品；第二次以及以后每次的进货量不得低于首批提货数量的1/2。

4、根据乙方的定货数量，甲方负责向乙方提供1%的产品宣传资料费用。若超出预算的宣传资料，费用由乙方承担。

第七条、甲、乙双方责任界定

1、甲方保证产品质量符合出厂标准，甲方向乙方提供产品所有文件和资质证明。

- 2、乙方在约定的经销地区内销售甲方的产品，应积极配合甲方各项推广计划的实施。
- 3、乙方不得以任何形式的传销行为销售甲方的产品，若发现甲方有权终止合同。
- 4、在甲方的指导下，保持合理的库存和及时的货物配送。若乙方无法在分销地区内按照指标全面发展业务或配送能力不足时，乙方应同意甲方调整分销地区。
- 5、按甲方要求，乙方应定期向甲方提供产品销售网点状况，库存情况，对帐明细及客户资料等销售与市场信息，以供甲方制定推广策略。
- 6、甲乙双方均不得在本协议期内或期满后将对方商业机密泄露给第三人。

第八条、广告支持

- 1、乙方就我公司产品进行广告宣传与推广活动时，其宣传推广方案事先报甲方批准同意后，甲方视其产品销售状况及当地市场的实际情况，就乙方对我公司的产品宣传推广活动给予相应的支持。未报甲方批准同意的任何宣传推广活动，甲方一律不承担任何责任与费用。
- 2、甲方将免费向乙方提供一定数量的产品宣传册、资料、易拉宝、展架等广告宣传品。

第九条、经销商的义务

- 1、乙方应按年度销售任务保证每月的销售任务，甲方给予乙方三个月的试销期，若三个月内乙方无一定的销售额，甲方可按实际情况收回乙方的经销权。

- 2、在本合同期间，乙方有责任如实汇报单月的库存状况，市场销售状况等。
- 3、维护甲方产品品牌形象，积极配合甲方的产品宣传推广工作。
- 4、严格按照甲方规定的价格体系，在辖区内销售甲方产品
- 5、在规定的区域市场内销售，不得跨区域经营，更不能冲货，窜货。
- 6、乙方要单独或与其它公司推广甲方形象、产品宣传、广告、展销会等促销活动必须征得甲方同意后方可实施。
- 7、乙方样品陈列展示应摆放在最为显眼的地方，并且尽可能地将产品集中展示，以利于产品的推广。
- 8、乙方在展示厅，推广产品时应保持产品的清洁，完整性。
- 9、乙方在销售推广过程中的任何时候，不得说有损于“绿磁;品牌或绿磁科技公司的言辞。
- 10、乙方有以下情况之一，甲方有权收回乙方的经销权：
 - a.乙方出现恶意冲货，窜货现象。
 - b.乙方在经营过程中，严重违反甲方的价格体系出现随意升、降价等现象。
 - c.乙方在经营过程中出现严重滞销现象，而又不愿接受甲方的正确指导，不配合甲方工作人员的工作。
 - d.乙方严重损害甲方产品的品牌，公司形象。

e.合同到期后乙方不再经销甲方产品。

第十条 销售合作

1、甲方对乙方销售进行如下帮助：

a.提供各种促销合作支持。

b.提供产品使用技术支持。

c.乙方根据当地市场销售状况，可提出有利于甲乙双方共同推广企业形象和经销产品销售的建议和一些实施方案(如促销建议，展销会活动，技术交流会等)。经双方协商后，甲方可提供技术，销售人员及相关资料的支持，甲方派出的培训，市场推广人员的食宿及交通等相关费用由乙方承担。

2、乙方对甲方提供如下帮助

a.提供当地市场的销售建议，产品改良建议

b.乙方提供培训场地，供甲方销售顾问对乙方的销售人员进行销售培训。

第十一条 限制竞争

1、甲方保证在与乙方的协议期内，不支持任何第三人在乙方销售区域内脱离乙方从事经销或直销活动。

2、乙方保证在合同期内，不得以任何方式限制或妨碍甲方与其他第三人在乙方经销区域之外订立并履行同类合同。

第十二条 盘点

1、乙方要定期进行库存盘点，并及时将销售月报表传递给甲

方。

2、甲方若认为乙方的盘点和销售报表有错误及遗漏的地方，应及时通知乙方，并提出改正劝告。

3、如遇前项情况，甲方可与乙方一同进行盘点工作，以保证结果的准确性。

第十三条 契约(协议)的解除

1、甲方和乙方中任何一方违反本契约的某项条款，另一方有权直接解除本协议。

a.乙方的收益水平，经营能力和资产状况明显恶化，甲方认为难以继续保持与乙方的代理关系。

b.乙方就经销甲方产品的销售额持续下降的情况下，甲方认为难以继续保持与乙方的代理关系。

c.乙方宣告破产或被查封时。

d.乙方违反本协议的经销范围而导致的冲货，窜货现象，甲方一经查实，可有权立即与乙方解除代理关系，并保留相关的诉讼权利。

e.代理关系解除后，本协议立即失效。

第十四条、协议的变更

1、本协议如无甲方的许可，不得进行变更。

2、本合同附件和正本效率相同。

第十五条 争议事项

本协议所列条款如有异议，或存在本协议未列事项，双方应本着积极坦诚的态度协商解决。

第十六条 诉讼

如甲乙双方对争议事项无法友好的协商解决，可向广东省珠海市中级人民法院提出诉讼，寻求法律支持。

本协议一式两份，在双方盖章签字后生效，甲乙双方各保存一份

最新果蔬经销合同图片 经销合同汇总篇六

甲 方：（以下简称甲方）

乙 方：（以下简称乙方）

甲方授权乙方为经销“土鸡蛋”省（市）（区、县）经销商，负责甲方“土鸡蛋”在上述规定的区域内进行产品销售、市场开发及品牌推广等工作。

二、经销权限

- 1、甲方授权乙方为上述地区的独家经销商，全面负责该地区的销售和经销商管理。
- 2、甲方不得在乙方授权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，乙方有权立即终止经销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，甲方有权要求乙方无条件收回发出的全部货物，费用乙方全部承担；如果乙方不收回货物，甲方将取消其经销资格，本合同将自动终止，一切后果由乙方承担。

4、对于乙方授权的销售区域，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。

三、经销期限

1、本合同的期限为壹年，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壹个月向甲方书面提出。甲方同意的，与乙方签订续期合同。

(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。

四、最低销售量

乙方承诺向甲方的订货量为每月平均 ，如果壹年内不能完成销售指标的，甲方有权取消乙方经销商资格。

五、结算方式

1、现金

2、其它方式

款到发货：以乙方货款进入甲方指定银行帐户为准。

六、合同前提条件

1、乙方须随首批货款交纳市场信用金 万元，作为信用保障

金。

2、乙方首批进货款不低于 万元。签订本合同之日需向甲方交纳定金万，该定金可冲抵首批货款。

七、商品价格

1、配送价格：甲方向乙方统一配送产品的价格。

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)。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。

八、奖励

乙方年销售量达到 ，甲方赠送给乙方 ；年销售量达到 ，甲方赠送乙方 。

九、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，每半年需向甲方寄送工作报告。

3、甲方应将产品价格、销售情况或付款方式的任何变化及时通知乙方。

十、发货方式

采取物流发货方式，甲方承担物流费用。

十一、售后服务

1、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。

2、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。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。

十二、合同生效

1、本合同经甲、乙双方法定代表人或其授权人签字，加盖双方合同专用章或公章(手印)，并且乙方在签署合同后10日内将首批货款及市场信用金汇入甲方帐户后，本合同生效。

2、本合同一式三份。附件和特别约定为本合同不可分割的部分，甲方持本合同两份，乙方持一份。具有同等法律效力。

最新果蔬经销合同图片 经销合同汇总篇七

甲方：（以下简称甲方）

乙方：（以下简称乙方）

一、合同宗旨：

为扩大 涛园门业 有限公司“涛园门业”品牌知名度，确保“涛园门业”品牌发展的规范化、标准化和专业化，甲乙双方秉承自愿、平等、互利、诚信的原则，经友好协商，就乙方加盟经销“涛园门业”品牌产品有关事项，达成如下协议，并共同遵守执行。

二、保证条款

1、甲方保证为依法经营的法人。

2、乙方保证其用于加盟经销的营业执照在本合同有效期(包括续约有效期)内均有效、真实且内容符合甲方的要求，可以从事“祥庭”授权系列产品经销活动。

1、甲方授权乙方在省 市 县镇区域内加盟经销“涛园门业”系列产品。

2、本合同有效期从 20xx年 月 日至 20xx年 月 日止。合同到期前三十日内，经双方协商一致，可重新签订或续签下一年度的加盟经销合同。

四、加盟经销商销售目标：

1、合同期内，乙方须完成销售任务目标为 万元；

2、乙方在六个月内未完成销售资金回笼额的30%，又未提出甲方认可的理由或改善措施，则甲方随时有权提前终止执行本合同，并收回相关授权文件及物品。

五、经营保证金：

乙方需向甲方交纳经营保证金 万元；

在本合同期内，若乙方没有发生跨区域销售业务和其它有损“祥庭”形象等违约行为，合同期满或合同终止后一个月内，向甲方交回授权书和授权牌，产品证书(含框)，拆除形象墙、门头等品牌标识物后，甲方全额退还经营保证金，但不给付利息。如续签合同，保证金可顺延为下一年度保证金，如下年政策变动或经销区域变化，保证金可多退少补！公司不设立省级代理，最大渠道单位为地区级代理，一个代理一份

合同，一份合同视为一个独立的渠道核算单位，每个经销区域都需独立缴纳保证金，一份合同中签订多个地级经销权则视为该合同无效。

六、订货及货款结算：

2、货款结算原则：现款现货，款到发货；

七、产品供应：

1、供货价格：甲方按(a类)客户全国统一出厂价供货给乙方，如遇甲方产品价格调整，甲方以书面形式提前十五天通知，具体价格详见附件。

2、乙方订购产品时，需向甲方出具订货单，订单经双方确认后，乙方预付订货款，甲方确认收到定金后安排生产，收齐货款后安排发货。

八、甲方权利和义务：

1、甲方有权对乙方进行考核及业务监督，对乙方营销活动中所出现的问题，甲方有权要求其限期整改。

6、甲方向乙方授予经销商授权书，维护乙方经营权益，不在乙方获得加盟经销权的区域范围内，对相同系列产品另设加盟经销商。

7、甲方保证向乙方供应的产品符合相应国家标准及企业标准的质量要求，并向乙方提供产品质量检测报告等相关文件。

8、甲方负责向乙方提供专卖店装修设计方案，对商品陈列提出指导性建议，使之有利于展示品牌形象和乙方销售，并定期对乙方业务人员进行产品知识和相关业务知识的培训。

9、甲方向乙方提供导购员和服务技工服装以及部分助销品和一定的广告支持。

九、乙方权利和义务：

1、乙方享有甲方提供经营指导、培训及其相关技术支持的权利。

2、乙方享有甲方定额提供的宣传画册□pop□整体vi形象内的市场推广用品。

3、乙方享有获得相关销售奖励的权利，详见下款12条。

4、乙方必须向甲方提供法定代表人身份证、营业执照、税务登记证等相关证书复印件。

5、乙方必须遵守甲方制定的指定产品终端市场销售价格体系，原则上乙方有权在甲方制定的指定产品价格基础上进行上下10%的浮动，未指定产品打折销售或提价销售必须提前经甲方同意才能实施，以维护甲方的市场价格体系。

6、乙方必须完善售后服务，甲乙双方共同处理乙方授权经营区域内消费者的产品投诉。

7、乙方应定期向甲方汇报专卖店和分销客户情况、销售情况、库存状况、竞争对手动态情报(月报：内容包括新产品、价格、市场政策与推广策略等)，按甲方要求完成营销管理汇报。

十、产品运输：

1. 乙方可自行提货。

2. 运输单位如乙方指定、则甲方可代为托运、甲方负责托运前的货物质量、运输费用由乙方承担。

1. 乙方收到货物后如有质量问题(建议在运输公司进行全面检查)、属于运输原因的必须与运输公司交涉、不属于运输公司的、乙方及时向甲方提出书面报告及照片、甲方在两个工作日内回复处理意见、产品一经安装、甲方不负人为的质量责任。
2. 须修复的产品、甲方在十日内修复完毕、(以上时间以收到返厂货物之日起计算)返修费用由责任人承担。
3. 质量保证产品出售之日起保修一年(特定因素除外)
4. 因甲方产品质量问题并经甲方确认而需要重做的, 而甲方已开具增值税发票给乙方的, 在办理重做时, 甲方不再另行开具增值税发票。

十二、销售奖励:

1. 为鼓励经销商做好区域市场和售后服务工作, 对签约经销商实施奖励政策。对未签订本合同的经销商, 甲方不给予奖励政策支持。
3. 特价门、工程门可计销售额但不算返利。
4. 返利奖励在本经销合同期内完成年度经销任务提走全部库存门后发放, 由甲方以样品门或产品形式奖励等值产品, 样品门为公司提供的新款门(款式、颜色、尺寸)统一。

十三、违约责任:

1. 如乙方违规操作、串货砸价、扰乱市场等行为, 将取消经销商任何返利和奖励;情节严重向乙方处以一定数额的处罚, 并有权立即解除经销合同。
2. 甲、乙双方任何一方违约, 对方均有权解除本合同。

十四、其它约定：

- 1、甲乙双方任何一方应对履行本合同及相关附件而知悉的商业秘密承担保密义务，即使本合同期满或因任何原因而解除，保密义务应继续承担两年。
- 2、依照甲方公司管理制度，甲方不允许甲方任何人员以公司名义向乙方以任何形式借款借物，若乙方借款借物给甲方人员，应纯属个人行为，所有责任及损失与甲方无关。
- 3、未经甲方同意，乙方不得向第三者转让其在本合同内容的任何权利和义务。
- 4、乙方在经营期间已建专卖店的，但未能达成公司销售目标而中止合同的，甲方有权从乙方经营保证金内扣除相关的样品及其它补贴。
- 5、乙方经营期未满足单方面中止合同的，甲方有权扣除乙方20%的经营保证金，并且甲方有权不给乙方任何销售返利。
- 6、甲乙双方在解除本合同后，甲方立即收回授权牌，乙方应在三个月内拆除有关“祥庭”商标的相关标识，否则将追究乙方的法律责任并予以赔偿。

十五、争议解决：

因合同履行发生争议的，双方应协商解决，协商不成时，双方可以同意申请仲裁或提起诉讼，由甲方总公司所在地仲裁委员会或人民法院管辖。

十六、合同生效：

本合同经甲乙双方签字，且乙方在本合同签订十五日内足额交纳经营保证金后自动生效。

本合同一式两份，双方各执一份，具同等法律效力。未尽事宜，双方另行协商补充合同，补充合同与正式合同具同等法律效力。

最新果蔬经销合同图片 经销合同汇总篇八

乙方(特约经销商)：_____

1. 授权经销

1.1 甲方在此授权乙方于本协议有效期内甲方指定的行政区域(以下称销售区域)内销售甲方的产品，成为甲方产品的经销商。

1.2 尽管有上述授权，但甲方仍保留权利，自行将其产品出售给销售区域内的主要客户，主要客户名单及其不时的修改由甲方随时以书面方式通知乙方。除非双方另有约定，乙方不得向销售区域内的甲方主要客户销售甲方的产品。但甲方自行出售的价格不得低于甲方按照本协议规定在当时出售给乙方的货品价格单上的价格。

1.3 乙方的经销权不是独占和排他的。甲方仍保留权利，自行决定授权其它的销售商在该销售区域内销售甲方的产品。但甲方出售给其它乙方的货品价格不低于甲方按照本协议规定在当时出售给乙方的货品价格单上的价格。

1.4 甲方和乙方之间仅限于甲方产品经销的关系，为互相独立的合同缔约方双方。因此，乙方不得以或试图以甲方或其任何关联公司或附属公司的合伙人、代表、代理人或特许商的身份开展业务或以明示或暗示的方式作如此表述。在任何情况下，乙方不得因本协议而被视为与甲方或其任何关联公司和附属公司有上述关系。乙方应以本人身份进行产品销售，并且为自身利益与顾客签订购销合同，并且应自行承担其在该等购销合同项下的义务和责任。乙方不得代表甲

方签订任何合同性文件或作出任何承诺、声明、保证或陈述。乙方违反前述规定所签订的合同性文件和作出的任何承诺、声明、保证或陈述对甲方在任何情况下均不具有约束力。

2. 分销区域、渠道和产品

2.1 乙方同意接受甲方授权作为甲方产品的经销商，在甲方指定的销售区域内销售甲方的指定产品。

2.2 销售区域指附件一所列的甲方指定的行政区域。

2.3 乙方承诺在本协议书有效期内努力发展分销渠道，并最终使其销售网络覆盖销售区域内所有到达区镇一级的主要分销通路。

2.4 乙方同意如果乙方在销售区域内的分销渠道没有被充分地覆盖及发展，甲方有权将部分地区移出其销售范围。

2.5 乙方同意只能在销售区域内发展分销网络，进行分销活动。除非有甲方的预先书面同意，乙方不得从任何第三方购买甲方的产品，或向注册地址或者主要经营地址位于销售区域以外的任何单位或个人销售甲方的产品，或向任何国家或者地区出口甲方的产品。一经确认，甲方有权要求乙方限期改正，并按照甲方指令采取补救措施，甲方亦有权即时书面通知乙方解除本协议书。

2.6 乙方同意甲方可以随时增加或撤除或变换任何或全部甲方的产品、区域或分销渠道以符合甲方在中国发展的长远计划和对消费者的利益。

3. 乙方的责任和义务

3.1 经常不懈地作出努力与甲方在销售区域中可能提出的任何销售计划取得协调。

3.2 保持甲方产品的存货数量不低于一个月的平均销售量，以便有效率及无延误地向销售区域提供服务。

3.3 负责良好的客户服务。乙方所在市范围内的客户的订单必须在24小时内完成，乙方所在市范围外客户的订单必须在48小时内交货。

3.4 按照甲方合理要求格式及次数向甲方提交存货清单及销售报告，乙方应确保各类报表的准确性。

3.5 负责做好所有甲方产品及宣传品在区域内商店、商场、超市及其他各种卖场的陈列工作。

3.6 乙方不得经营销售假冒或仿冒甲方产品的侵权商品，或其它假冒伪劣商品，一经发现，甲方有权中止合约，并采取法律行动，追究乙方的责任。

4. 乙方的投资、人力资源

4.1 乙方的开办费用及基本日常开支费用均由乙方自行承担，该等费用包括但不限于乙方使用的办公桌椅、文具、文件柜、电话、传真、空调的购置费用、差旅费、仓储费、运输费、局部促销费及市场费用。

4.2 乙方必须聘请专职的人员负责甲方产品的销售及服务，其细况如下_____。

4.3 乙方的销售经理经甲方同意后由乙方决定委任担任，乙方投资人、主要负责人、经理及副经理或主任不允许兼任销售经理。

4.4 乙方的雇佣标准为甲方所接受的最有经验的售货人员、行政人员、技术人员及其他工作人员，以履行本协议书规定下乙方的各项责任所需销售人员及行政人员的数目。这些人

员应有的资历，他们的职能及工作均由双方共同确定。乙方同意甲方有权参与这些销售人员的面试、挑选与调动。

4.5 乙方雇佣人员的工资与福利由乙方承担，与甲方无关。

4.6 甲方同意与乙方协商奖励方案，根据乙方的销售业绩的增长，向乙方支付相应的奖励金。

4.7 甲方通过授权的代理机构负责挑选、培训、考核、制定奖励计划予商场促销人员及分销人员。

4.8 甲方同意由甲方授权的代理机构支付商场促销员及分销人员的奖金、工资与福利。

4.9 乙方同意甲方有权参与所有乙方人员调动。

4.10 鉴于乙方提供上文的各项服务，甲方同意作出最大努力向乙方的销售人员提供适当的培训，如果乙方需要此种培训。

4.11 上述乙方人员(除商场促销员外)均指专职从事甲方产品推广、销售和服务的人员，即4.2条表中所列的人员。

5. 供应价格及转售价格

5.1 甲方同意按照本协议书之附件六所载列的产品及其价格供应产品给乙方。该价格包含了产品运达乙方指定地点的运费、装卸费、保险费和相应的增值税。

5.2 乙方同意依照甲方的建议转售价格转售产品。

5.3 甲方有权提前30日书面通知乙方调整产品供应价格和转售价格。

6. 流动资金与付款

6.1 乙方承诺对销售甲方的产品投入足够的流动资金。

6.2 乙方订购甲方产品须以人民币付款。乙方承诺按照甲方不时书面通知的_____公司付款政策的规定按时支付货款。

6.3 如果乙方不按上述甲方付款政策按时还款，甲方有权作出相应的措施，包括但不限于拒绝按照乙方的任何订单交货，不再接受乙方的任何订单，直至乙方将所有欠款足额付清为止。超过付款期30日仍未付款，乙方须承担按照银行同期贷款利率计算的滞纳金。

7. 市场支持及业务指导

7.1 甲方负责甲方产品在销售区域内的所有广告及促销活动，未经甲方事先书面授权同意，乙方不得进行与甲方有关的任何广告或促销活动。否则，有关费用由乙方自行承担。

7.2 所有关于甲方公司及产品的广告宣传由甲方负责。如果乙方有必要进行有关这方面的宣传或特别促销，应事先得到甲方的批准。乙方同意就甲方要求提供业务资料以作广告宣传计划。有关费用事项须经双方同意。

7.3 甲方同意根据销售需要拨出一笔商场促销费(主要是商店的活动)协助乙方促进销售。乙方需定期拟出方案及所需承担的费用，待甲方书面审批后能进行。

(1) 最广的铺点

(2) 最佳的陈列

(3) 最好的客户服务

7.5 甲乙双方同意，本条所涉及的所有授权同意、审批及批准，以及甲方对协议书期间任何市场促销费用的认可和确认

必须由甲方销售区域总监及其以上管理人员签字或加盖甲方公司公章方为有效，除此以外，任何甲方的销售人员或其他人员作出的有关市场促销费用的承诺和认可，不论是口头的，还是书面的，均不具有法律效力。

8. 交货

8.1 甲方将负责安排把产品运输到乙方指定的地点，交付乙方。一切交付以后的运输及其它费用均由乙方自行承担。

8.2 在产品由甲方公司仓库运往乙方指定收货地点的途中所发生的任何责任和损失均由甲方承担。

8.3 甲方产品在指定地点经双方授权人员检验并盖章确认后视为交付完毕。乙方应在送货单客户栏处加盖与乙方公司名称完全一致的乙方公章或者收货专用章，关于乙方收货确认的详细规定详见本协议书附件七。乙方对产品数量和质量任何异议应记录于送货单之送货方联。

8.4 甲方的产品一经交货给乙方之后，产品的所有权或产品任何部分随后发生的损失或责任的全部风险(由产品本身质量造成的损失除外)转移至乙方。

9. 乙方的收益回报

9.1 乙方每年所得的奖励，包括从甲方所得的奖励返利，应投资回本协议书项下的甲方产品经销业务，以扩大乙方作为甲方经销商的运作实力。

10. 协议书保密及完整性

10.1 乙方在此同意为甲方的所有资料(包括本协议书以及相关文件)严格保守秘密，并且除了为履行乙方在本协议书规定下的各项责任外，不为任何其他目的使用上述资料。在甲方

提出书面要求时，乙方必须立即无延误地、无条件地将乙方所拥有的属于甲方的全部图表、蓝图、财务报告、说明书、客户信息及销售资料等所有文件材料归还给甲方。如乙方违反本条之规定，甲方有权立即终止本协议。乙方前述的保密义务在本协议书因任何原因终止后持续有效，对乙方具有约束力。

10.2 本协议书及本协议书之附件构成双方有关本协议书的全部协议，并取代双方先前所有讨论、协商及协议。

11. 期限及终止

11.1 本协议书自双方签字盖章日起生效，有效期至_____年_____月_____日止。除非任何一方在本协议书有效期届满前三十天书面通知另一方其不续约的决定，本协议书有效期将自动延续一年，至_____年_____月_____日。自_____年_____月_____日起，甲方有权经提前六十天书面通知乙方，单方面提前终止本协议书，且无需向乙方承担任何赔偿责任。

11.2 当任何一方发生破产、无偿债能力、或在其他情况下按照法律规定须终止营业时，本协议书须提前终止或取消。

11.3 当一方违反本协议书，并且在收到守约方书面的违约通知之后三十天内未能作出补救，则守约方可以书面通知违约方，立即提前终止本协议书。

11.4 不论是期满不续期或提前终止本协议书，乙方均应立即将与有关的资料交付甲方，并立即与甲方结算货款及费用。

11.5 不论乙方因何种原因停止营业，乙方同意甲方有权将乙方未售出但仍适于销售的产品取回，以冲抵乙方欠款，但甲方应列出取回产品清单，以便双方核算取回产品金额。

12. 违约责任

12.1 除本协议已有约定外，一方违反本协议约定，守约方有权要求违约方立即采取补救措施，并赔偿约方由此而产生的一切损失，包括但不限于合理的律师费用。

13. 知识产权

13.1 本协议书的订立和履行不视为甲方同意和许可乙方使用甲方和甲方关联公司所拥有的任何商标、商号、标志或者特有产品装潢。

13.2 如根据甲方的判断，乙方所使用的商标或商号(不论是否使用中文)会对甲方或甲方关联公司的商标、商号产生不利影响，或者与之类似，容易产生混淆不清，则一经甲方书面通知，乙方应立即停止使用该等商标或商号。

13.3 乙方应就任何第三方侵犯甲方或甲方关联公司的商标、商号专用权或其它知识产权的行为及时通知甲方。

14. 转让

未经另一方事先书面同意，并就债权债务达成明确的书面协议，任何一方不得将本协议规定下的该方任何权利及义务作出转让。

15. 争议的解决

本协议书有任何未尽事宜及本协议书所产生的所有争议须由双方通过友好协商解决。协商不成，双方之间的任何该等争议应提交甲方所在地人民法院裁决和管辖。

16. 修改

对本协议书的任何修改和变更必须以书面方式进行，并经双

方授权代表签字且加盖公司公章后方能生效。

17. 附件

本协议书的附件包括：

附件一乙方销售区域

附件二销售支持

附件三销售返利

附件四覆盖和分销奖励

附件五进销存报告奖励

附件六价格单

附件七收货确认政策

上述附件为本协议书不可分割的一部分，与本协议书具有同等的法律效力。在本协议书有效期内，甲方将基于本协议书不时制订、修改并书面通知乙方关于甲方产品的经销/销售政策、方案和类似规定。该等文件经乙方签收后，应作为本协议书的附件。

18. 文本

本协议书经双方授权代表正式签署之日生效。本协议书以一式两份，每方各持正本一份。双方在此确认，本协议书的所有条款业经双方充分协商，为双方的真实意思表示，不构成任何一方的格式条款。

乙方应向甲方交验经过当年年检的营业执照、税务登记证，法定代表人身份证明，并提供复印件。