

2023年调味品经销商合同(模板5篇)

在生活中，越来越多人会去使用协议，签订协议是最有效的法律依据之一。优秀的合同都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？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。

2023年调味品经销商合同实用篇一

商标权转让方：_____ (甲方)

商标权受让方：_____ (乙方)

甲、乙双方经协商一致，对商标权的转让达成如下协议：

一、转让的商标名称：_____

二、商标图样_____ (贴商标图样，并由转让方盖骑缝章)

四、该商标下次应续展的时间：_____

六、商标权转让方保证是上述商标的注册所有人。

在本合同签订之前，该商标曾与_____ 签订过非独占(或独占)的商标使用许可合同。本商标转让合同生效之日起，原与_____ 签订的商标使用许可合同转由受让方为合同当事人，原合同所规定的全部权利和义务由受让方享有和承担。所有权转让事宜由转让方通告_____ 方。

七、商标权转让后，受让方的权限：

1. 可以使用该商标的商品种类(或服务的类别及名称)：

2. 可以使用该商标的地域范围：

八、商标权转让的性质(可在下列项目中作出选择)：

1. 永久性的商标权转让()；

2. 非永久性的商标权转让()。

九、商标权转让的时间：

在本合同生效之日起，或办妥商标转让变更注册手续后，该商标权正式转归受让方。

属非永久性商标权转让的，商标权转让的期限为_____年，自_____年___月___日至_____年___月___日。转让方将在本合同期满之日起收回商标权。

十、商标转让合同生效后的变更手续。

由甲方(或乙方)在商标权转让合同生效后，办理变更注册人的守续，变更注册人所需费用由_____方承担。

十一、商品质量的保证：

商标权转让方要求受让方保证该商标所标示的产品质量不低于转让方原有水平，转让方应向受让方提供商品的样品，提供制造该类商品的技术指导或技术诀窍(可另外签订技术转让合同)；还可提供商品说明书、商品包装法、商品维修法，在必要时还应提供经常购买该商品的客户名单。

属非永久性转让的，转让方可以监督受让方的生产，并有权检查受让方生产情况和产品质量。

十二、双方均承担保守对方生产经营情况秘密的义务；受让方在合同期内及合同期后，不得泄漏转让方为转让该商标而一

同提供的技术秘密与商业秘密。

十三、转让方应保证被转让的商标为有效商标，并保证没有第三方拥有该商标所有权。

十四、商标权转让的转让费与付款方式：

1. 转让费按转让的权限计算共_____万元；

2. 付款方式：_____

3. 付款时间：_____

十五、转让方保证在合同有效期内，不在该商标的注册有效地域内经营带有相同或相似商标的商品，也不得从事其他与该商品的产、销相竞争的活动。

十六、双方的违约责任：

3. 其他……

十九、本合同自签订之日起生效。但如果转让注册商标申请未经商标局核准的，本合同自然失效；责任由双方自负。

转让方：（章）_____

代表人：_____

地址：_____

邮政编码：_____

电话：_____

开户银行：_____

银行账号： _____

受让方：（章） _____

代表人： _____

地址： _____

邮政编码： _____

电话： _____

开户银行： _____

银行账号： _____

合同签订地点： _____

合同签订日期： _____

2023年调味品经销商合同实用篇二

供货方：

经双方共同协商，根据平等、自愿的原则，依据《中华人民共和国合同法》的相关规定，特签订本购销合同，以明确双方的权益和义务。

- 1、质量要求： 达到国家关于页岩砖的产品质量合格标准。
- 2、供方对所有产品的质量负责， 确保产品检验合格。

货物的数量： 以施工现场实收量为准。

- 1、收货地点：

2、收货具体承办人：收货具体承办人在收到货物并在供货单据上签字确认即视为购货方收到货物的认可。临时委托其他人收货必须由购货方法定代表人签字或加盖购货方公章。货到签收视为产品合格。

1、按照合同约定所发生的运输费、装卸费用由 承担 ， 如购货方变更收货地址，应及时向供货方发出书面通知，由此所产生的费用由购货方承担。

2、本合同价格不含税收，若需开票则另按17%收取税费。

1、货款的结算：供货方向购货方每供货达匹，凭购货方收料人员签收的单据和供货方的收据或发票与购货方办理结款（5日内结款）。供方后期余款在需方不需要货10内结清，若未按时付款，在两个月 内付清，则按每匹砖加收元结算全部货款。超过两个月，除加收货款外，另按法律规定和合同约定承担违约责任。

1、需方在验收中，如果发现货物的品种、型号、规格、质量等不合格，应在货到时提出异议。

2、需方未按规定期限提出异议，视为所交货物符合质量要求。

3、供方在接到需方异议后，应在两天内作出妥善处理意见。

1、合同执行过程中，如果出现违约，违约方则需向另一方支付本合同货款合计总金额的20% 作为违约金，如违约金不足以弥补违约方的损失赔偿，可在违约金基础上要求违约方赔偿损失。

2、律师费用由违约方承担，律师费按诉讼标准的10%收取。

3、以上两项违约方无权请求司法机关减少或变更。

4、若未付清所欠货款，供货方有权责令购货方停工，停工所造成的损失由购货方承担。

1、本合同若因合同本身或履行过程中发生争议，通知协商解决。若协商不成时，向供货方所在地人民法院起诉。

2、合同执行期间，如因不能履行或需要修改，必须经双方同意协商一致并另订合同作为本合同的补充条款方为有效。

供货方：

2023年调味品经销商合同实用篇三

乙方：

一、联营期限：

1□

二、分成及结算方式

1、（1）甲乙双方按照售出货品营业额的的比例计算分成，如因乙方使用现金券进行促销活动，现金券部分乙方自行承担。

（2）乙方如需订购甲方的推广赠品，需按统一供货价格买断，不可退货。

2、每日营业额由乙方收取，乙方每月分三期每10天，分别为当月的12号、次月22号、次月2号将甲方应得分成部分汇至甲方指定账户，甲乙双方在每月初五个工作日内将上月营业账款对清。如因乙方原因延误支付销售分成款，乙方需向甲方支付滞纳金，按拖欠金额的1%计算每天应付滞纳金。

3、甲、乙双方进行联营的货品仅限于20xx年8月20日起由甲方配送给乙方的货品□20xx年8月20日前乙方所有的货品有乙方自行负责，甲方不参与销售分成，不参与联营退货。

4、如店面需要重新装修，所需货柜由甲方提供，其费用甲乙双方各承担支付50%。更新的衣架、模特的制作费用由甲、乙双方各承担支付50%。

5、乙方每年向甲方支付5000元陈列道具费。

三、货品运输

1、甲方负责提供 店的全部货品，乙方承担货品运输费用，甲方要求调配货品时，运费由甲方承担。任何情况下，货品所有权归甲方所有。

2、甲方货品到达店后，由乙方负责清点、记录及保管，经乙方清点无误并书面签收后若有损失，该损失由乙方负责按该货品甲方的应分成额赔偿于甲方。

3、乙方收到货物时，应在当日内对货品进行检验，如发现错交货、无出货清单、单价开错、数量及金额不符、包装及质量问题等，应在两日内以书面形式通知甲方，以便于核查调整，逾期未表示异议则视为甲方所交货品符合乙方要求，甲方得以免责。

4、乙方所退货之货品，如有人为损坏、污迹、无包装、无附件、属样品、属换季货等情形，均不属可退换货之列。

四、甲乙权利与义务

承担。

2、 的货品有甲方负责调配，甲、乙双方在本协议有效期

满后，乙方在两天内将剩余货品退回甲方指定点，否则视同乙方按吊牌价销售，按规定的分成支付给甲方。甲乙双方在每月结束后，双方核对货品库存数量，如果盘盈则由甲方进销存数据结算；盘亏甲方则按盘亏数量按当时现销售价视作已销出处理。

3、甲方会根据不同的节假日，要求统一做促销活动，乙方应严格执行。

4、甲方是该品牌产品的唯一商标所有人，本协议的签订，不意味着甲方授权乙方使用甲方的商标权，。

5、甲方保证提供乙方的该品牌产品的质量符合国家有关法律要求。

五、乙方权利与义务

1、乙方负责 店的装修，包括但不限于天花、地面、门面、空调、灯饰等费用由乙方独自承担。

4、乙方的经营管理，并承担经营的相关费用，包括但不限于店铺顶手费、租金、店内人员的薪酬、福利待遇、货品运输费、街道卫生费、电话费、上网费、水电费、管理费、税费及不可预见之费等。

5、乙方必须配备：已开通的电话线一条、网线一条和电脑一台。

6、乙方所需的陈列道具（衣架、模特除外）甲方按成本价向乙方收取相应费用。

7、店的首批货品由甲方配货，乙方必须参加甲方举行的每次订货会，并按实际销售情况进行订货。

8、如果由乙方原因导致店不能正常营业，所造成甲方的一切直接经济损失由乙方承担。乙方未征得甲方同意无故停业店，乙方需要根据停业天数按当月最高的单日业绩与甲方计算分成。

9、乙方自觉维护和保障甲方权益，一旦发现任何侵权行为，有义务与甲方一起制止及解决该侵权行为。

10、未经甲方书面同意，乙方只能在本协议约定之铺面经营以下称“该品牌”）产品，如乙方违反本协议约定在 店销售其他品牌产品，或在 店以外的区域销售该品牌产品即属违约，甲方有权追究乙方的违约责任。

11、双方确认：无论是本协议有效期内或本协议有效期满后，乙方绝无任何权利拥有甲方该品牌的商标权及生产权。

12、乙方必须服从甲方制定的各项规章制度，如实向甲方提供各项资料、信息。

13、乙方管理的 店必须按甲方确认的零售价销售货品，任何促销活动，均须得到甲方的书面同意后方可进行。

14、乙方必须对已签收的货品、员工及店的安全负责。

15、乙方应严格将店的库存率控制在23%以下。

六、营业管理

1、人员培训

甲方向乙方提供管理和销售人员的培训，乙方需定期安排销售人员到甲方处进行培训（乙方人员的差旅费由乙方承担）；乙方店铺的经营管理甲方会派零售主任到场，协助经营管理和监督指导，甲方前往乙方店铺的工作人员的差旅费用由甲

方承担。

2、员工制度

甲方同意为乙方订做店铺销售人员的制服，并向乙方收取制服成本费用。

3、甲方是乙方经营的该品牌货品唯一供货商，乙方不得私自仿造该品牌产品及一切相关资料，未经甲方同意不得提供该品牌的产品给第三者经营。

4、乙方未经甲方书面同意将店的所属货品（包括仓库中的货品）借调（包括乙方所经营甲方品牌的其他店铺），属于违约行为，甲方有权向乙方收取违约金。

七、协议的违约责任与终止

1. 乙方销售假冒品牌的伪装劣商品：

乙方严重侵犯了甲方名誉和利益时，甲方均可认为已无法与乙方继续合作，而有权书面通知乙方提前终止本协议。乙方因上述情况而造成甲方直接经济损失时，如违约金仍不足以弥补甲方的直接经济损失，乙方应继续赔偿。

4. 未经甲方同意，乙方撤消、调走或转移本协议约定的经营地址，甲方有权提前终止协议及追究经济赔偿责任，未经甲方同意，乙方停止营业的期限达十日，经甲方书面催告七日内仍未纠正的，则构成违约，甲方有权提前终止本协议，停止与乙方的联营，乙方还应补偿造成甲方的直接经济损失。

弥补乙方的直接经济损失的，甲方须继续赔偿乙方。

6、在乙方无任何违约行为的前提下，如甲方提前终止协议或

停止向乙方发货的，乙方书面催告后七日内仍未纠正的，即构成违约，乙方有权提前终止本协议，与甲方核对帐目并退回剩余货物至甲方指定地点，甲方退还乙方所缴纳的货款押金。乙方并有权向甲方收取违约金人民币壹拾万元整，如该违约金仍不足以弥补乙方的直接经济损失的，甲方须继续赔偿乙方。

7、如地震、海啸、塌方、泥石流、闪电、雷电、陨石坠落、台风、洪水、天火、战争、旅游、瘟疫、飞行器坠落、恐怖袭击、核辐射、非双方原因的火灾、政令变更等不可抗力因素，导致要协议延迟履行或无法履行的，遇不可抗力的一方应以书面形式通知对方，并于事后两周内向对方提高事件、事故具体说明及证明，经双方协商同意后，可提前终止或暂缓执行本协议，双方互免违约责任。

八、协议的法律依据、生效、续签

1、本协议以中华人民共和国的法律为依据，不适用于联合国惯例中关于国际货物销售合同的条款。

2、本协议经甲、乙双方授权代表签字并加盖公章，且在甲方收齐乙方所缴纳的货款押金后生效，否则乙方逾期缴纳货款押金本协议自动作废。

3、任何涉及双方经济往来的事项都需以双方盖章的书面正本文件为准，任何口头及个人约定都视为无效。

4、如甲、乙双方合作愉快并有继续合作意向，须于本协议期结束前一个月续签新协议。

九、纠纷解决

对履行本协议所产生的纠纷经双方协商后不能解决时，双方同意提交甲方所在地人民法院诉讼解决。

十、协议附件

1、本协议的所有附件是本协议不可分割的组成部分，与本协议且有同等法律效力。

2、乙方需向甲方提交必要的资信数据，以下数据，以下数据将作为签订协议的附件；（1）照复印件；（2）税务登记证复印件；（3）法人代表身份证复印件。

十一、其他

效力，补充协议与本协议相抵触的，以补充协议为准。

2、 未经双方书面同意，任何一方对本协议的修改，变更无效。

采用书面方式，解约通知书一经送达对方，本协议正式解除，解除本协议的情形包括但不限于违约，协议届满、双方协商解除。

之全部或部分转让予本协议以外的第三者，否则视为乙方违约，并依本协议有关约定处理。

体内容及其相关内容披露给任何其他本协议以外的第三方。

本协议有效其内及其终止后一年内，任何一方均不应相任何其他本协议以外的第三方披露、泄露或提供其从对方取得的商业秘密，包括秘密，包括财务秘密、技术秘密、经营诀窍和（或）其他保密信息和资料（无伦是以书面或是口头或其他形式的信息和资料）

以下信息除外□□a□在披露之前已公开或非由于违反本协议而可以公开得到的□□b□由任何不负有任何保密义务的第三方合法披露的□□c□任一方在获披露之前已知悉或在任何时候由其独立开发的□□d□在根据本协议首次披露后五年以上由本协议

的任一方披露或合用的。

6、履行本协议面发生的通知和送达，皆以书面为准，送达地址以本协议所示或各方另行通知的地址为准。

7、本协议部分条款如被有管辖权的人民法院判为无效或不能履行，不影响其他条款的继续有效和可履行。

8、本协议取代双方为达成本协议所进行的谈判、协商、会议等形成的会议纪要、备忘录、电话记录、录间、录像、传真等书面或口头协议，为双方所达成的最终文本。

9、本协议不构成双方间的合资、兼并、投资入股等经济法律关系，双方确认本协议并未对任何一方构成赢利保证，双方仍为独立法人，独立核算，自负盈亏，各付各税。

10、双方各自承担其为履行本协议而使用的人、财、物的安全责任，各自负担相应必要的保险费用。

11、在合同其内甲、乙双方的债权、债务各自承担。

12、本协议不为任何本协议以外的第三方创设义务，不能约束不知情的第三方。

13、协议一式两份，双方各执一份，具有同等法律效力。

甲方： 乙方：

甲方签约代表： 乙方签约代表：

联系电话： 联系电话：

2023年调味品经销商合同实用篇四

根据《民法典》以及当地有关法律、法规、遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，并结合本工程实际情况，双方就本工程地面砖采购、供应事宜，达成如下一致意见，特订立采购合同以共同遵守。

一、工程地点：

二、合同标的物：向乙方采购地面砖、墙面砖、卫生间瓷砖。见下表

1、乙方保证合同签订后 日内第一批货发到工地现场。

2、单价：包括包装费、运杂费，不含下车费。

3、在供货过程中不因任何原因高速单价。

三、产品质量标准：

1、完全满足相关技术要求。

2、产品等级：优等品。

3、产品产地：广东

四、货物到位时间：

2、按照相关规范产品规格、颜色允许偏差率在3%范围内。

3、以甲乙双方拟定的样品为准。

五、货物数量的确定及退货：

1、乙方根据甲方设计图测货物需要的数量，按数量送货。

2、使用过程中若需要补货，乙方在接到甲方通知必须送货。

3、工程结束后，若货物有剩余由甲方负责全部退回，退货相关运费由甲方自行承担但要包装完好，无破损。

六、结算及付款方式：

1、甲方先预付定金_____元，第一车货到后再支付乙方到货总量的90%。

2、乙方货全部供完后，甲方3天内结清所差乙方货款。

七、违约责任：

1、如乙方不按时供货，导致甲方遭受损失，乙方应承担合同总价款 %的违约金，并赔偿给甲方造成的所有经济损失。

2、甲方不按时付款，乙方有权拖回货物，并且甲方赔偿乙方合同总价款的 %的违约金，并承担乙方造成的经济损失。

八、合同解除：

1、合同执行期一切条款，甲乙双方均不得擅自变更或修改如乙方单独变更、修改本合同，对方有权拒绝并修改合同的乙方赔偿损失。

2、因不可抗力导致本合同无法履行，双方互不承担责任，任何一方都有权解除合同。

九、争议解决方式：

1、本合同项下发生的争议，由双方当事人协商解决，也可以由当地工商行政管理部门调解，协商或调解不成的，可依法向本地人民法院起诉。

十、其它： _____

1、本合同一式两份，甲乙双方各执一份，签字生效，具有同等法律效力。

甲方：_____ 乙方：_____

代表：_____ 代表：_____

_____年_____月_____日

2023年调味品经销商合同实用篇五

广告客户：_____ (以下简称甲方)

代理公司：_____ (以下简称乙方)

根据《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国广告法》及有关规定，甲乙双方经协商一致，特订立本合同。双方确认：乙方承担_____年_____月_____日至_____年_____月_____日的甲方品牌规划、策略、创意和传播工作。

1. 广告及广告相关的服务

- (1) 提供营销策略与整合传播策略方面的咨询及建议。
- (2) 提供整体品牌的策划、创意和执行。
- (3) 媒体计划的建议、分析和拟定、媒体情报的提供。
- (4) 日常书面作业。

a. 会议记录

b. 竞争动态报告

c.固定作业会议

2. 具体行销传播服务

(1) 各种整合行销传播行动(直效行销、促销、公关等)的策划、创意和执行。

(2) 品牌识别系统的建立。

(3) 各种市场调研的咨询及支持服务。

各类平面及立体辅助销售制作物的设计。

二、甲方责任

1. 甲方有义务向乙方提供企业、产品、市场的有关资料，从而有利于乙方全面品牌管理工作的开展。

2. 每次相关工作，甲方应积极配合，以确保乙方按期高质完成工作任务。

3. 甲方须按合同规定期限支付相关费用。

三、乙方责任

(2) 合同期内，若甲方需调整经营策略，乙方应积极配合，作品牌策划的相应调整。

四、收费标准

1. 企划管理服务(一个品牌)：

总服务费为rmb_____万元

第一阶段：为春夏季产品营销而准备的先期工作：行业

和竞争初步调研、品牌策略报告、品牌命名、标志设计、模特选择、摄影师选择、现场摄影、产品画册设计、产品画册印刷、拎袋设计等。

本阶段工作期至_____年_____月_____日止，服务费用为总费用_____%即rmb_____万元。

第二阶段：完整品牌规划、创意及传播计划工作：

市场调查部分：消费者专项市场调查、调研方案设计(含问卷设计、实施方案等)、市场实地调查(经销商调查等)、行业市场资料购买、行业广告媒介投放监测资料购买、竞争品牌电视、报纸广告购买□swot调研报告。

文字报告部分：品牌规划(swot分析、核心定位、品牌/产品系列规划等)、品牌策略(市场、广告策略等)、品牌传播(媒介策略、整合传播计划等)

其他促销活动和event和相关销售工具设计

本阶段工作期至_____年_____月_____日止，服务费用为总服务费_____%即□rmb_____万元。

注：模特费用、拍摄费用均已含于以上总服务费中。模特肖像权仅限用于产品包装及宣传等，使用期为一年。模特为二男二女，拍摄日期为一天。

2. 外发制作督导管理费：

此部分工作主要包括：为保证甲方cf影片、印刷等制作的质量，乙方对相应制作公司的评估、选择、监督、管理等。

此部分费用以以下方式收取：乙方向甲方提供制作净价(即乙方支付制作公司成本价)，甲方在此基础上加付15%的督导管

理费即为乙方收费总额。

五、付款

1. 企划管理服务费，签约三日内付第一阶段服务费(总服务费____%)即rmb_____万元;第一阶段工作完成甲方认可后，甲方付第二阶段费用(总服务费____%)即rmb_____万元;第二阶段工作到达计划工作日一半时，甲方付第二阶段费用(总服务费____%)即rmb_____万元;工作全部完成后，甲方付清第二阶段尾款____%即rmb_____万元。

2. 品牌推广媒体费用、制作、印刷、直效行销、促销和公关费用等依据双方签署的具体合同所规定的付款方式和付款日期执行。

六、使用权

1. 由乙方为甲方发想的创作概念(意念、文本及图象)所有权归乙方，只要甲方能根据事先认可的服务费支付费用，乙方将赋予甲方独家、无限制及无限界地使用其创作概念。

2. 由乙方聘请之第三者，例如摄影师、插图画家、模特儿、演讲者、歌手，甲方可事前就估计费用及确保法律保障方面在区域空间或时间上限制该使用权。

3. 由甲方聘请之第三者，例如模特儿、形象代言人等一切费用由甲方负责，相关法律的遵循及维护亦由甲方负责。

七、乙方在每一工作阶段，甲方有权对乙方工作进行评估，若乙方的工作完全不能达到甲方的要求，甲方有权要求中止合同。若在工作当中，甲方完全不配合，不及时支付费用造成乙方无法工作，乙方有权要求中止合同。本合同履行地点为甲方所在地。

八、违约责任

乙方为甲方策划、制作的广告及有关活动，经甲方书面确认后方可实施，未经甲方确认而实施的行为由乙方承担责任，并赔偿甲方一定的损失；经甲方确认后实施的活动，若甲方提出变更或终止，所产生损失由甲方承担。时间进度按书面规定形式进行，若出现拖延、违约现象，违约方承担赔偿责任。

九、本合同未尽事宜，双方应协商解决，本合同经双方签字盖章后，于_____年_____月_____日起生效。本合同一式_____份，双方各执两份，作为重要文件存档。

甲方(签章)：_____

代表：_____

开户银行：_____

帐号：_____

日期：_____

乙方(签章)：_____

代表：_____

代表：_____

开户银行：_____

帐号：_____

日期：_____