

# 原料购销合同(实用8篇)

在人民愈发重视法律的社会中，越来越多事情需要用到合同，它也是实现专业化合作的纽带。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。

## 原料购销合同(九篇)篇一

今天，我来给大家介绍一种惹人喜爱的水果——草莓。

草莓，又叫红莓，其外形呈心形，鲜美红嫩，果肉多汁，酸甜可口，它有一种其它水果没有的怡人芳香，是水果中难得的色、香、味俱佳者，因此被称为“水果王后”。

草莓中含有丰富的维生素c□此外还含有胡萝卜素、葡糖糖、蛋白质等营养成分，也因此被人称为“美容果”。将一个草莓放入嘴中，轻轻一嚼，那嫩红的果肉吞入口中，酸酸甜甜的感觉会长久地保存在嘴里。

听爸爸介绍，草莓的茎大约有2—7厘米，叶子的体长约有2—5厘米，宽有3—6厘米。它的花期有4——7个月，果期有6——8个月。草莓的防霜方法很简单，在秋天，要在植株上铺一层土壤，防止霜冻。等土壤上冻后，可以在植株上铺上一层厚厚的干草。到第二年春天，再将干草移去，等天气转暖时，再将植株表面上覆盖的土壤移去。但要在行间留一些干草，以防野草的生长和保持土壤的水分。

草莓除了可以鲜食外，还可以制作成草莓酱、草莓蛋糕卷、草莓雪梨泥等各种各样的甜点。

看，草莓的用处可大哩！

## 原料购销合同(九篇)篇二

地址：

代理方(乙方)：

地址：

底价包销合作方式

一、合作范围：甲方指定乙方为在(地区)的独家销售代理销售甲方指定的由甲方在\_\_\_\_\_兴建的\_\_\_\_\_项目，该项目为住宅，销售面积共计\_\_\_\_\_平方米。

二、包销价格 销售基价(本代理项目的均价)由甲乙双方确定为\_\_\_\_\_元/平方米。

三、保证金支付方式及数额：

1、代销协议签订后十个工作日内乙方支付甲方定金人民币万元；

2、五证齐全后乙方再支付甲方人民币 万元；

四、 代理佣金及支付

1. 乙方的代理佣金为实际销售价格超出销售基价的所有款项，代理佣金由甲方以人民币形式支付。

3. 因客户对临时买卖合同违约而没收的定金和签订《商品房购销合同》后收取的违约金，由乙方支配。

五、合作期限

1. 本合同约定的代理期限为\_\_\_个月，五证齐全后开始计算销

售时间；

3. 在本合同有效代理期内，甲方不得指定其他代理商。

六、 费用负担 本项目的推广费用、销售人员薪金及日常费用由乙方承担。

七、 甲方的责任

2. 甲方应积极配合乙方的销售，并保证乙方客户所订的房号不发生误打；

3. 甲方应按时按本合同的规定向乙方支付各项费用。

八、 乙方的责任

2. 乙方在销售过程中，应根据甲方提供的\_\_\_\_\_项目的特性和状况向客户作如实介绍，尽力促销，不得夸大、隐瞒或过度承诺。

九、 合同的终止和变更

1. 在本合同到期时，双方若同意终止本合同，双方应通力协作妥善处理终止合同后的有关事宜，结清与本合同有关的法律经济等事宜。本合同一旦终止，双方的合同关系即告结束，甲乙双方不再互相承担任何经济及法律责任，但甲方未按本合同的规定向乙方支付应付费用的除外。

2. 经双方同意可签订变更或补充合同，其条款与本合同具有同等法律效力。

十、 违约责任

1. 如甲方不按期向乙方支付应得的代理费或应返还的保证金，则每延迟一天，甲方须向乙方支付 %的滞纳金，超过30天则

按甲方违约处理，并向乙方补偿相应的损失。

2. 因不可抗力的因素造成经济损失，由甲、乙双方各自承担。

3. 在签署本合同后至合同期满止，如甲方违约不将该项目交由乙方总代理或中途无故终止合同，则甲方需向乙方双倍返还已经支付的保证金；如乙方违约无故终止合同，则乙方需向甲方赔偿经济损失 万元人民币。

## 十一、其他条款

1. 甲方派设专职财务人员负责收款，办理银行按揭，乙方全力进行协助；

2. 本合同自双方签字盖章之日起生效，委托期限结束，代理费在十天内结算，如未能按时结算，该合同继续生效，结清后合同自动终止。

3. 如有未尽事宜，双方应本着友好合作的态度协商解决，修改条款由甲、乙双方共同签定补充合同。补充合同与本合同享有同等法律效力。如协商不能解决，约定由该项目所在地仲裁机构或人民法院裁定。

4. 本合同一式四份，双方各执两份，具有同等法律效力。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_乙方(公章)：\_\_\_\_\_

## 原料购销合同(九篇)篇三

委托方□ xxxxx责任公司(以下称为甲方)

承包方□ xxxxxxxx(以下称为乙方)

### 一、 承包物业概况

1. 物业名称□xx
2. 物业位置□xx市xx区xx门内大街东四路口东南角
3. 物业面积：物业总建筑面积约48000平方米，其中商业部门(地下1层至地上4层)约17000平方米(以xx市国土资源与房屋管理局最后核定的房屋销售面积为准)
4. 产权性质：全数商业物业产权
5. 物业施用率：商业部门不低于80%。

## 二、 承包方式及规模

1. 承包方式：销售、出租。
2. 承包规模□xx商业部门。

## 三、 承包期限及目标

1. 承包期限：自甲方取患上《商品房销售许可证》之日起，乙方正式承包期为8个月。在甲方取患上《商品房销售许可证》之前，由乙方组织的内部认购阶段，不计为承包期限。
2. 销售目标：乙方须在正式承包期限内保证完成90%商业部门的销售。
3. 乙方如按期完成承包销售目标，或者承包合约终止后，双方如希望对尾盘继续委托乙方销售，可另签承包合约。
4. 在正式承包期限内，如甲方增加销售面积，承包期限及目标由双方另行协商。

## 4、 双方职责

1. 甲方履行之职责：

1) 确保本楼盘产权清晰、完整、无不论什么纠纷、可作为商品房进行出售和出租。

2) 提供与本楼盘相关的工程立项、进度、质量等有关证书及资料：

a.《国有土地施使用权出让合约》复印件；

b.《国有土地施用证》复印件

c.《建设工程规划许可证》及附件之复印件；

d.《建设工程开工证》复印件；

e.《建设用地规划许可证》复印件；

f.建筑装饰标准和设备标准等有关资料。

g.其它应当具备的文书或者资料。

3) 甲方企业资质证书复印件：

a. 营业执照副本之复印件；

b. 地产研发企业资质证书复印件；

4) 提供《商品房销售许可证》原件及《商品房销售合约》、《商品房认购书》。

5) 提供所承包物业的楼层分布图、总平面图、立面图、效果图、模子及销售房间号等。

6) 办理《商品房认购书》、《商品房销售合约》审查核定与签章，《商品房销售合约》登记、产权登记等手续。

7) 甲方在本楼盘取患上《商品房销售许可证》正式开盘前，办妥有关银行按揭贷款事宜，保证将有两家以上银行为购房者提供不低于6成10年、总贷款规模不少于35000万元的按揭贷款服务。

8) 在合约签订后25天内，甲方向乙方提供面积不少于180平方米的现场售楼处，并保证该售楼处具备电、市内电话等基本办公条件。

9) 由甲方委派总协调人一名，衔接与协调双方互助，由甲方委派财务人员交来房款。上述人员的委派及变更应当以文字表达形式作出。

10) 甲方提供承包物业商业部门之公共部门的必要装修及配套，如洗手间、通道、柜台等。

11) 按照约定负担承包物业商业部门的广告推广费用。

12) 本合约书履行期间，甲方不继续自行组织或者委托乙方以外的第三方以不论什么形式对承包物业商业部门进行销售或者出租，原已签委托销售合约继续执行。

13) 甲方应履行的其它职责。

## 2. 乙方履行之职责：

1) 乙方应全面、透辟地理解甲方对承包物业商业部门的研发理念和市场目标，负责制定《楼盘营销总体方案》，并依照承包目标和工程进度制定销售进度规划、销售价格节制表及付款方式和响应的销售策略，并提交甲方审查讨论，审查讨论通过后作为本合约书附件。

- 2) 乙方负责组建完整、具有专业水准的营销队伍，成立销售部，制定规范的销售程序和组织纪律，培养训练销售人员，成立销售管理节制体系，保证楼盘整体形象。
- 3) 对售楼处及客户观光区的整体包装提出方案建议，提交甲方审查核定后实行。
- 4) 乙方负责通过策划、推广手段有效晋升xx商业价值，制定各项广告推广活动的规划、方案和预算，并提交甲方认可后负责组织实施。
- 5) 负责对区域市场的重点项目、周边项目、同类项目及可能的竞争对手进行跟踪调查。每两个月向甲方提交一份市场情况调查陈诉，共同研究市场对策。
- 6) 积极维护甲方利益，销售过程中如发生个别客户提出自力于标准《商品房销售合约》及合理增补条款之外的特殊要求的增补条款，应婉转化解。不能化解的须谨慎起草，增补条款内容需经甲方文字表达认定。
- 7) 未经甲方许可，乙方(包孕乙方所有业务人员)在承包销售过程中，不患上擅自向客户进行不论什么超出甲方事先约定的承诺，如果发生此类事件，乙方必须承担由此产生的一切经济和法令责任。
- 8) 乙方应严格按照双方认可的《楼盘营销总体方案》进行销售，不患上擅自给客户低于甲方确认的销售价格节制表所划定的价格及扣头，如确有此需要须经甲要领定代表人或者权力委托委托人文字表达认可。
- 9) 乙方可按照实际销售情况或者市场变化，提出调整销售规划，但必须经甲方审查确认并加盖公章方为有效。
- 10) 乙方每月5日前将上月的销售生产进度报表通过销售总监

报甲方协调人。

11) 乙方负责甲方处理所承包销售楼盘研发过程中的有关商品房销售之事项。 12) 乙方有责任为甲方保守经营活动中的商业秘要，不患上向不论什么单位或者个人透露、泄露销售中的商业秘要，如果发现此类事件，乙方须承担由此产生的一切经济和法令责任。

13) 乙方应妥善处理、解决销售现场可能发生的突发性“很是事件”，有效地节制事态。

14) 乙方负责所有营销人员的关饷、交通、食宿之费用，并负责制定销售佣金分配方案和销售佣金的发放。

15) 乙方应履行的其它责任。

## 五、 销售规划

1. 乙方提交的《楼盘营销总体方案》应经乙方担保人签字同意，并于本合约签定日后15天内提交甲方盖章确认。经甲乙双方确认的《楼盘营销总体方案》作为本合约的附件，与合约正文具有同等的法令效力。

2. 乙方按照本合约约定的销售目标和承包期限，研究制定楼盘销售规划。规划内容应包孕按时间进度完成的销售面积和销售总额。

## 六、 销售承包划定

自本合约签定之日起，该承包物业商业部门所有签署的销售合约都应由甲方确认为乙方的销售业绩。如甲方或者由销售部以外的不论什么其它人员所介绍的客户，由乙方按照销售部之划定发放销售佣金或者奖金，原已签合约不作为乙方的销售业绩。乙方代表甲方与客户所签定的《商品房认购书》

作为甲方与客户签署正式《商品房销售合约》的依据。一经签定正式《商品房销售合约》和银行按揭款到位，即代表甲方对成交物业予以确认，并同时作为乙方销售业绩简直认依据。客户置办物业所交纳的不论什么费用都应存入甲方指定的甲方帐户。

## 七、 销售价格

1. 依据《xx商品房销售许可证》，该承包物业商业部门平均销售底价为20000元/平方米。乙方所制定的《商业销售价格表》的商业部门平均价必须高于此平均底价。

2. 销售过程中乙方可按照市场情况调整价格水平，调整幅度须经甲方确定。经甲方审查核定确认的《商业销售底价表》为乙方所执行销售价格的底线，即在实际销售中，所有面积的销售价格必须高于此表中划定的响应底价。

## 8、 承包销售佣金

### 1. 承包佣金提取原则

乙方按照经甲方核定的《楼盘营销总体方案》按进度完成销售任务，可按本原则划定由乙方提取承包佣金。承包佣金计较依据甲方确认之《商业销售底价表》，甲乙双方同意乙方实际销售价格高于销售底价部门为溢价部门，乙方承包佣金即依据溢价部门收益状况计较。

### 2. 承包佣金提取率

乙方实际销售价格高于《商业销售底价表》划定的响应底价所产生的溢价部门收益，甲乙双方同意乙方按溢价部门收益的15%的比例提取承包佣金。

### 3. 承包佣金支付方式：

1) 甲方按照乙方销售中产生的溢价部门收益金额计较应支付的实际承包佣金。乙方在每月5号前向甲方申请当月应支付的承包佣金，经甲方确认后，甲方应在申请后5日内向乙方结付，结付比例是实际应付承包佣金的20%。剩余80%的承包佣金作为佣金余额由甲方根据乙方的销售业绩分阶段向乙方结付。当月支付承包佣金首要支付销售部的基本人员开支及办公费用。

2) 当乙方所完成销售面积达到承包总面积的70%时，由乙方向甲方申请支付佣金余额。乙方向甲方申请并经甲方确认后，甲方应在申请后5日内向乙方结付，结付比例应不低于实际应付承包佣金额的50%。

3) 当乙方所完成销售面积达到承包总面积的80%时，由乙方向甲方申请支付剩余承包佣金余额。乙方向甲方申请并经甲方确认后，甲方应在申请后5日内向乙方结付，结付比例应不低于实际应付承包佣金额的70%。

4) 当乙方在承包期内完成本合约所划定的销售任务后，乙方向甲方申请并经甲方确认后，甲方应在申请后20日内以客户签定的《商品房销售合约》和银行按揭款到位为依据与乙方结清所有承包佣金。

## 九、 营销策划费

本合约签定后15日内，乙方向甲方提交《主题商业策划方案》，此方案包孕如下几部门： 1 商业招商方案。2 商业经营主体推荐方案。 3 商业分区、主题区分清楚方案。 4装修要点，由甲方盖章确认后实行。此方案的策划费为30万元，包含在营销费用之中。

## 十、 广告流传与推广活动

1. 甲方同意负担(3500000)的营销费用，包孕广告流传与推广

活动费用，并按照乙方提交、甲方确认的《项目广告和推广月规划表》及时、足额拨付。

2. 按照本项目总体市场目标、营销规划和实际销售状况，由甲乙双方共同拟订广告流传策略与具体方案，甲方委托专业广告公司完成。

3. 乙方可按照销售情况当令组织项目推广活动，负责推广活动的主题创意、方案策划、费用预算与组织执行，执行方案应患上到甲方批准认可，推广活动费用由乙方先行支付，待销售面积超过50%时，甲方支付乙方垫付款。

## 十一、税收支付

因该承包物业房屋买卖所产生的税金及各项费用，甲乙双方应按照各自责任，由双方财务人员协调解决。

## 12、违约责任及和谈终止

1. 1、甲方未能按照本合约有关条款的约定，按时支付乙方承包佣金和销售佣金，每延迟一天，甲方应按应付金额的万分之四承担违约金，如过期三个月仍未支付，乙方有权单方面排除合约，并保留其追索损失的权力。

2、在乙方正式承包期间，如因乙方原因连续3个月未能按销售规划完成销售任务，则视为乙方的紧张违约。甲方有权单方面排除本合约，取消乙方的承包资历。乙方独自承担在此期间所产生的销售费用及广告流传与推广活动费用，乙方同意补偿甲方损失500万元整，并承担客户索赔的损失。

2. 3、自签定合约之日起，如因非乙方的违约行为而甲方单方面中止本合约，或者因甲方紧张违约引起合约排除或者无法继续履行，甲方同意补偿乙方损失100万元整。

### 十三、未央事宜

本合约未央事宜，双方均可经过友好协商另行和谈，作为本合约附件，该附件与本合约具有同等法令效力。

### 十四、适用法律与争议解决

1、合约书的效力、订立、履行、解释和争议的解决均适用中国法律王法公法令。

2、合约书履行期间，双方如发生争议，应当友好协商解决，如不能解决，可申请仲裁或者向群众法院提起诉讼。

### 十五、不可抗力

本合约书签定后，因《中华群众民主国合约法》、《中华群众民主国城市房管法》中有关“不可抗力”条款中划定的事实产生，致使本合约无法继续履行的，受不可抗力影响的一方应在发生不可抗力之日起十日内以文字信函递送或者传真方式通知缔约他方。同时应提供该项目所在地有关机关出具的证明文件，并依据相关法令中有关“不可抗力”条款中划定的合约处置办法施行。

### 十六、和谈的变更

1、合约书之任一缔约方如认为有必要变更本合约，应在取患上他方一致同意后，以文字表达形式为之。

2、合约书只任一缔约方认为本合约之履行已成为不必要或者不可能，经甲乙双方协商一致，可排除本合约。

### 十七、和谈生效

本合约经甲乙双方代表人或者代表权力委托人签署、甲方加盖公章后即成立。

## 十八、其它

本合同一式六份，正本两份，副本四份。甲乙双方各执正本一份，副本两份，具有同等法律效力。

甲方：

乙方：

签字日期：

签字日期：

## 原料购销合同(九篇)篇四

地址：

代理方（乙方）：

地址：

底价包销合作方式

7、?销售面积共计\_\_\_\_\_平方米。

二、包销价格?销售基价（本代理项目的均价）由甲乙双方确定为\_\_\_\_\_元/平方米。

三、保证金支付方式及数额：

1、代销协议签订后十个工作日内乙方支付甲方定金人民币万元；

2、五证齐全后乙方再支付甲方人民币?万元；

#### 四、?代理佣金及支付

1. 乙方的代理佣金为实际销售价格超出销售基价的所有款项，代理佣金由甲方以人民币形式支付。

3. 因客户对临时买卖合同违约而没收的定金和签订《商品房购销合同》后收取的违约金，由乙方支配。

#### 五、合作期限

3. 在本合同有效代理期内，甲方不得指定其他代理商。

六、?费用负担?本项目的推广费用、销售人员薪金及日常费用由乙方承担。

#### 七、?甲方的责任

3. 甲方应按时按本合同的规定向乙方支付各项费用。

#### 八、?乙方的责任

2. 乙方在销售过程中，应根据甲方提供的\_\_\_\_\_项目的特性和状况向客户作如实介绍，尽力促销，不得夸大、隐瞒或过度承诺。

#### 九、合同的终止和变更

1. 在本合同到期时，双方若同意终止本合同，双方应通力协作妥善处理终止合同后的有关事宜，结清与本合同有关的法律经济等事宜。本合同一旦终止，双方的合同关系即告结束，甲乙双方不再互相承担任何经济及法律责任，但甲方未按本合同的规定向乙方支付应付费用的除外。

2. 经双方同意可签订变更或补充合同，其条款与本合同具有同等法律效力。

## 十、违约责任

1. 如甲方不按期向乙方支付应得的代理费或应返还的保证金，则每延迟一天，甲方须向乙方支付?‰的滞纳金，超过30天则按甲方违约处理，并向乙方补偿相应的损失。
2. 因不可抗力的因素造成经济损失，由甲、乙双方各自承担。
3. 在签署本合同后至合同期满止，如甲方违约不将该项目交由乙方总代理或中途无故终止合同，则甲方需向乙方双倍返还已经支付的保证金；如乙方违约无故终止合同，则乙方需向甲方赔偿经济损失万元人民币。

## 十一、其他条款

2. 本合同自双方签字盖章之日起生效，委托期限结束，代理费在十天内结算，如未能按时结算，该合同继续生效，结清后合同自动终止。
3. 如有未尽事宜，双方应本着友好合作的态度协商解决，修改条款由甲、乙双方共同签定补充合同。补充合同与本合同享有同等法律效力。如协商不能解决，约定由该项目所在地\_\_\_\_\_机构或人民法院裁定。
4. 本合同一式四份，双方各执两份，具有同等法律效力。

甲方：?乙方：

法定代表人：（盖章） 法定代表人：（盖章）

委托代理人：?委托代理人：

地址：?地址：

邮?政?编?码： 邮?政?编?码：

联系电话： 联系电话：

签约时间： 年 月 日 签约时间： 年 月 日

## 原料购销合同(九篇)篇五

甲方： \_\_\_\_\_（医疗机构）

乙方： \_\_\_\_\_（经销商）

乙方对甲方通过平台发出的订单通知，自甲方发出订单通知起一个工作日内必须确认。

第二条 乙方须按购销合同采购药品一览表向甲方供应药品（见附表，略）。

第三条 乙方应保证甲方在使用药品时免受第三方提出的有关专利权、商标权或保护期等方面的权利的要求。

### 第五条 供货期限

乙方应自确认甲方订单通知起一个工作日内交货，最长不超过两个工作日；急救药品乙方应在4小时内送到。

### 第六条 供货价格与货款结算

（一）供货价格：按平台所公布的采购价格执行，该价格包含成本、运输、包装、伴随服务、税费及其他一切附加费用；合同履行期间，如遇政策性调价，按平台更新后的价格执行，包括尚未售出的药品。

（二）货款结算：甲方在收到配送药品之日起最迟不得超过60日进行货款结算。

## 第七条 药品验收及异议

甲方对不符合质量、有效期、包装和订单数量要求的药品，有权拒绝接收，乙方应对不符合要求的药品及时进行更换，不得影响甲方的临床应用。甲方因使用、保管、保养不善等自身原因造成产品失效或质量下降的，后果自负。

## 第八条 甲方的违约责任

# 原料购销合同(九篇)篇六

今天，妈妈从街上买来一袋又大又新鲜的草莓。

我把它洗干净，放在盘子里，堆得像一座小山，那水灵灵的样子真叫人喜欢。

草莓像是精心挑选的，每个都差不多一样大小，像我的大拇指那么大。上端尖尖的，末端圆圆的，大大的，就像平常见到的“心”形图案。表面不光滑，像是镶上了许多小点点。

没有熟透的草莓是大红的，熟透的草莓是深红的，每一个都像小灯笼。

草莓不但好看，而且好吃。咬上一口，甜甜的，酸溜溜的。里面的果肉白白的，没有核，洗干净放进盘里，再放进冰箱里，一会儿拿出来吃，清凉可口，味道好极了。

这就是我最喜欢的水果——草莓。

指导教师：陈丽萍

投稿：-7-7 11:40:03

# 原料购销合同(九篇)篇七

甲方:\_\_\_\_\_

乙方:\_\_\_\_\_

## 第一条:定义

### 一、产品

本协议中所称“产品”，系指系列产品。

### 二、地区

本协议中所称“地区”，系指经双方经书面同意的其他地区。

### 三、商标和专名

本协议中所称“商标”和“专名”，系分别指\_\_\_\_\_ (商标的全称和专名的全称)。指定产品的中文名称:\_\_\_\_\_。(暂定名，乙方将可能在此产品的整体ci策划中，给予其名称全新策划)

## 第二条:经销权

甲方兹给予乙方以“商标”和“专名”向“地区”内客户总经销“产品”的权利。

## 第三条:专管权

### 一、交易

甲方不得再将“产品”售予、让予或以其他方式使“地区”内乙方以外的任何个人、公司或其他主体取得“产品”。

## 二、委托

甲方不得委托“地区”内乙方以外的其他个人、公司或其他主体作为其经销商，以进口和销售“产品”。

## 三、询购

甲方收到“地区”内任何客户有关“产品”的询购，均应交给乙方。

## 四、再进口

甲方应采取适当措施防止他人在“地区”内出售“产品”，并不得将“产品”卖给甲方明白的或有理由相信拟在“地区”内再进口或出售“产品”的第三者。

## 第四条：价格、条件

### 一、价格

1、甲方给予乙方的价格和条件，应随时由甲方和乙方商定，此项价格和条件的确定并应思考到正常贸易惯例及经常存在的市场竞争状况，使双方从销售中获得相当利润。

2、甲方给予乙方一个较稳定的市场价格，如有变动，也是每年年初发给的年度价格表。

3、如有产品价格变动，甲方应在改变价格和折扣的30天前书面通知乙方，所有改变价格期限之前双方签定的合同一律保证价格，并按正常交货期交货。

4、乙方所享受的代理折扣由双方另行商定，但甲方应当保证乙方应获得不低于\_\_\_\_\_的折扣。

### 二、单独合同

在每次具体购买产品时，双方应缔结单独合同。

### 三、最惠条款

甲方声明，本协议中各项条款是甲方此刻给予经销商和制造商最优惠的条款，今后如甲方向任何其他经销商或制造商销售“产品”时带给比本协议更有利于买方的条件时，甲方应立即以书面通知乙方，并向乙方带给此项更有利的条件。

### 第五条：甲方的职责

甲方同意在下列方面承担义务：

- 1、承诺并保证作为产品的中国总代理完全有资格与乙方签订本协议。
- 2、自费带给样品和一切能够供应的广告资料。
- 3、带给现行的国内价目表，并将价目表内任何预期的变更迅速通知乙方。
- 4、甲方将向乙方免费带给必须数量的产品资料。大批量的资料在必要的状况下可由乙方申请甲方带给。
- 5、应及时向乙方带给其产品在国际市场上最新的行业动态信息，经常带给有利于推销产品的意见，以便乙方能采取多元化的市场推广策略和销售方式。
- 6、甲方将对乙方的工程师带给全面的技术培训，并带给足够的技术支持。
- 7、甲方对于乙方售出的产品，凡是属于产品质量问题的而引起的损失，一切均由甲方承担职责或给予免费更换。

### 第六条：乙方的职责

1、为在“地区”内推销“产品”并为客户服务，应自费带给和持续一个有经营潜力的机构，并尽一切努力争取到达有利于甲方为利用“地区”内各种销售机会而制定的销售指标。

2、乙方应根据需要，在“地区”内发展区域性代理商和分销商，签订合同和管理将由乙方独立负责。

系列产品的特性及用途，并能够承担培训，现场检测服务和操作示范等任务。

4、供给甲方有关销售“产品”的详细报告，以及尽可能多的有关“地区”内各种销售机会和竞争者推销活动的情报。

5、乙方应尊重和保护甲方的知识产权，并保证不将售出的任何甲方产品复制后用于商业目的。

## 第七条:双方关系

根据本协议所建立的甲方和乙方，在协议有效期内的关系仅属卖方和买方的关系。任何一方均无权对某一第三者代表另一方，或以另一方的名义签订合同。本协议并不产生代理权，如果任何一方以另一方的名义或以另一方代理人的名义行事，以致另一方遭受损失时，该导致损失的一方，应使受害的一方不承担由此而发生的费用。双方并未也无意建立任何代理、合伙、合营企业或雇主和雇员的关系。

## 第八条:甲方名称等的使用

### 一、特许

乙方得为商业上的目的使用“商标”和“行名”或它们的简称或变称，并得标明自己为“地区”内“产品”的经销商。

### 二、注册

如乙方提出要求，甲方应自费负责为“商标”和“专名”在“地区”内办理申请、正式注册并持续其效力。

## 第九条：期限、终止

3、如遇本协议所规定的某种不可抗力事由，以致协议一方在超过\_\_\_\_\_天期限后尚无法履行其义务时，则另一方可在任何时候以书面通知立即终止本协议。

## 第十条：解约的影响

凡在本协议终止前双方间已发生而尚未了结的任何债务，或在本协议终止前由于一方违约而发生的另一方的损害赔偿请求权，均不受本协议终止的影响。

## 第十一条：保证

### 一、标准

甲方向乙方保证，所有“产品”均贴合“地区”内的标准。能够出售，并适合销售目的。甲方并保证“产品”在原料和制造工艺方面均贴合质量标准。

### 二、免受损失

凡因“产品”被指称质量低劣，或因侵犯专利、商标，或因在“地区”内销售或使用“产品”而引起的其他任何类似的职责事由，甲方应保护乙方，使之不受损失。

### 三、质量

如乙方发现任何“产品”质量低劣，并将此事实通知甲方，甲方应按乙方提出的要求，立即予以调换或对乙方给予补偿，其费用由甲方自行承担。对由于上述调换或补偿而引起的损害，乙方不丧失其索赔权。

## 第十二条:一般条款

### 一、不可抗力

本协议任何一方如遇到非所能控制的事由，以致直接或间接地造成任何延误或无法履行本协议及(或)各个单独合同的一部或全部条款时，则在此范围内得以免除其职责。此类事由包括但不限于:水灾、火灾、海啸、地震、以外事故或机械故障、天灾、战争、封锁、禁运、劫持、战争威胁、战争性状况、扣押、暴动、动员、暴乱、非暴力骚乱、革命、制裁、抢劫、罢工、劳动纠纷、工业干扰、动力供应不足、缺乏正常运输工具、金融恐慌、交易所关掉、国有化、禁止进口或出口、拒发政府命令、敌对行动或其他类似或不类似上述原因而非该方或双方所能控制的。如由于立法或政府行政命令以致任何一方或双方失去根据本协议应得的利益时，双方应重新审查本协议的条款以便恢复任何一方或双方根据本协议原已取得的同样的相应的地位。

由于发生不可抗力事由的书面的通知，应由受影响一方以合理速度送达另一方。

### 二、转让

本协议任何一方在未征得另一方书面同意之前，不得转让本协议或本协议内规定的任何权利和义务。任何转让在未征得对方事前明确的书面同意之前，应属无效。

### 三、商业机密

本协议任何一方均不得在本协议期限内或期满后\_\_\_\_\_内，对不论与另一方有否竞争的任何个人、行号或公司泄漏有关另一方业务经营或行情的任何消息或情报。

### 四、通知

根据本协议规定所发出的任何通知应以中文和英文作成书面，并以预付邮资的航空挂号信，按上文载明的地址或本协议任何一方可能按本节规定通知送达的其他地址，送交收件人。任何此种通知应视为在付邮日后第\_\_\_\_\_个营业日送达。而此种通知正式付邮的证件，应视为送达此种通知的充分证明。

## 五、适用法律和贸易条款

本协议的成立、效力、解释和履行，应以国法律为准。本协议内的贸易条件应服从最新修订的条款的规定和解释。

## 六、仲裁

所有其他一切来自本协议或关于本协议、或关于违背本协议的争执或异议，在双方透过善意协商未能达成和解时，应提交苏州仲裁委员会按其仲裁规则进行仲裁，裁决应视为终局裁决，对协议双方均有约束力。

## 七、可分割性

本协议内各条款应视为能够分割，本协议内任何条款的无效，不应影响本协议其余条款的效力。

## 八、保留权利

协议任何一方在任何时候不坚持另一方执行本协议的任何条款时，不应视为放下此项条款或放下以后坚持另一方执行此项条款的权利。

## 九、其他约定

本协议包括双方关于本协议主题的全部协议和谅解，并代替双方以前关于本协议主题以书面或口头提出的任何性质的讨

论所达成的一切协议和谅解，除本协议有明文规定者外，其他有关本协议主题的任何条件、定义、保证或声明，对双方均无约束力。

关于本协议的任何更正、修改、更换或变更，以书面为之，并明确与本协议有关、由协议双方正式授权的人员或代表签署。

为证明起见，本协议作成一两份，在本协议起自所载的日期内双方正式授权的人员或代表签署。

甲方：\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_

## 原料购销合同(九篇)篇八

乙方：

甲乙双方经平等、友好协商，就北京博大光正高新技术有限公司安徽区代理商，所代理的xxx博大光正xxx家用太阳能热水器，分包事宜进行经营事宜达成一致，特订立本合同，以此共同遵守。

### 一、承包范围

甲方给予乙方承包范围，省(直辖市、自治区)地区(市、州、盟)包括以下地区，甲方在合作期间不得擅自发货到乙方区域。

### 二、承包期限

承包期限为：自 年 月 日至年 月 日

### 三、销售任务

合同期内销售任务为

### 三、其它事宜

#### 1、甲方提供支持

具体为：经销商门头广告、产品宣传单页、彩虹门帐篷(借用)

#### 2、乙方所有经营所产生的费用由乙方自行承担

3、供货价格：甲方博大光正按元/管，产品配置 — 紫金管、豪华型平斜两用支架、水箱直径47cm□家电下乡标示卡。

4、本合同需附上甲方与北京博大光正高新技术有限公司代理合同生效

自本合同签订之日起，甲乙双方解除原有的劳动聘用关系，同时与乙方成为正式合作伙伴关系。本合同自甲乙双方签字盖章后生效。本合同一式两份，甲乙双方各执一份。

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