

品牌更名合同 品牌代理合同(实用10篇)

随着人们对法律的了解日益加深，越来越多事情需要用到合同，它也是减少和防止发生争议的重要措施。怎样写合同才更能起到其作用呢？合同应该怎么制定呢？下面是小编给大家带来的合同的范文模板，希望能够帮到你哟！

2023年品牌更名合同 品牌代理合同汇总篇一

制造商：(以下简称甲方)

代理商：(以下简称乙方)

甲乙双方经友好协商，就乙方在指定区域独家代理甲方产品达成以下协议：

1 代理权限

1.1 甲方授予乙方在 陕西省 范围内代理甲方现有系列产品，包括户外折叠椅、行军床、户外野营帐篷。甲方其他产品由双方协商决定是否纳入代理范围。同等条件下乙方有优先权。

1.2 乙方只能在指定区域内销售，不得有任何向区域外销售的行为。

1.3 本合同生效后一年内，乙方成为甲方临时代理商。临时代理商除区域独家代理权外，享受同正式代理商一样的权利。甲、乙双方合作期满一年后，由甲方签发独家代理证书，自此乙方在指定区域内享受独家代理权。

1.4 乙方成为正式代理商后，在指定区域内为甲方唯一代理，甲方不得有其他代理商参与乙方竞争。

1.5 除非和甲方有事前协议，否则乙方不得向指定区域以外

或虽属指定区域以内，但有理由认为其最终销售目的地在指定区域以外的客户销售其代理的甲方产品。

1.6 除非和乙方有事前协议，否则甲方不得向指定区域以内、除乙方以外的任何公司或个人出售由乙方代理的产品，也不得向那些虽属指定区域以外，但有理由认为其最终销售目的地在指定区域以内的任何公司或个人出售其由乙方代理的产品。

1.7 指定区域内，乙方不得擅自更改甲方产品设计，或委托其他厂商仿制甲方产品进行非法牟利，一经发现，甲方将无限期取消与乙方合作，并追诉乙方法律责任。

1.8 乙方作为甲方在指定区域内的独家代理，无论为何目的，乙方及其雇员均非甲方的代理人，无权代表甲方。

2 质量技术保证

甲方销售给乙方的产品为符合生产质量技术规范的合格产品。如甲方销售给乙方的产品达不到以上承诺，甲方负责赔偿乙方所订产品。同时，因保管不善导致的货物发霉、生锈不在甲方质量技术保证范围内。

3 产品价格

3.1 代理产品的价格为甲方给代理商的最优惠的统一代理价格。甲方承诺提供给乙方的产品，其价格具有市场竞争力，即与其他同类产品比较具有较高的性价比。由于甲方产品的最终销售由乙方实现，甲方将根据乙方及乙方用户的要求，针对每一类产品的具体要求，及时提供给乙方指导或参考性价格。乙方所指定的最终售价，原则上不应低于甲方报出的最低价格线(甲方同意的除外)。

3.2 在本协议签字之日，甲方须提交乙方壹份详细的产品价

格清单，该清单包括甲方与乙方结算的最低价格及市场用户参考价格。

4 代理折扣及结算

a) 合同额等于公司最低价：

代理费用=合同额×a

b) 合同额高于公司最低价50%以内(含50%)

代理费用=最低价×a+(合同额-最低价)×b

c) 合同额高于公司最低价50%以上部分

代理费用=最低价×a+(合同额-最低价)×c

a) 用户付款进度达到合同额的30%以上，开始第一次返还代理费用：

第一次返还：返还代理费总额的20%。

b) 用户付款进度达到合同额的60%以上，开始第二次返还代理费用：

第二次返还：返还代理费用总额的50%。

c) 用户付款进度达到合同额的90%以上，开始第三次返还代理费用：

第三次返还：返还至代理费总额的80%。

d) 第四次返还代理费用与用户合同余款同步结清。

4.1.2 乙方结算代理费用时需提供相应增值税发票。

4.2 如果是乙方直接与用户签署供货及服务合同的，甲乙双方签定正式内贸合同，届时各项权利义务按合同约定执行。如用户需要甲方出面签字担保时，甲方同意配合。

4.3 由于投标等造成与用户的成交价格低于最低价(投标价获得甲方书面同意)，甲方按合同中专用产品总价的10%做为乙方利润。

5 费用支出

乙方签定合同时，甲方提供给乙方的产品价格以双方最终协议定价。甲方提供发票，乙方在销售甲方产品时产生的投标、产品展览、商务运作、产品测试等费用成本和支出，甲方不予承担。

甲方签定合同时，甲方提供给乙方的产品价格以双方最终协议定价，乙方提供发票，向甲方提取折扣。乙方在销售甲方产品时产生的投标、产品展览、商务运作、产品测试费用和成本支出，甲方不予承担。

6 甲方提供的支持与服务

6.1. 向乙方提供代理证书或其他证明乙方为其代理区域甲方产品唯一独家代理的证明材料。

6.2. 甲方将在其产品广告等公开资料中注明乙方及其代理区域(根据乙方需要)。

6.3. 甲方将根据乙方需要，对产品材质、设计和特点作有关培训，并针对乙方大客户，提供修改设计(odm)服务。

6.4. 甲方对所有乙方销售的产品因甲方生产质量导致的问题

负责退还或免费保修，对因其他原因导致产品损坏提供有偿维修服务。

7 销售业绩

7.1. 考虑到代理区域的广阔性，同时考虑市场周期长及存在较多政策不稳定因素，乙方在临时代理期内的销售业绩优不可预测性，因此甲方有权根据乙方临时代理期内的业绩，决定是否发放正式代理证书。发放代理证书同时，甲方与乙方却定每年乙方应完成的销售业绩。

7.2. 若乙方未完成以上最低要求，甲方有权采取以下措施：

- 1) 取消其独家代理权；
- 2) 缩小其销售区域；
- 3) 终止本合同。

注：乙方在销售业绩不理想的情况下，应书面表述影响业绩因素，以利甲方在适当的时候做出市场决策。

8 销售报告、市场信息

8.1 乙方应在季度初时向甲方提供未来一个季度的预测，并在每年初提供本年度销售业绩规划。

8.2.1 竞争对手的资料，其产品和价格。

8.2.2 实际用户和潜在用户对产品的意见。

8.2.3 用户需求信息。

8.2.4 未来市场发展机会。

8.2.5 投标信息(包括报价的和未报价的)。

8.2.6 市场调研。

8.2.7 新产品或改进型新产品能否令用户满意。

8.2.8 有助于甲方对销售区域市场动态进行评估的市场情报。

9 知识产权

9.1 乙方应在甲方品牌的前提下销售产品。

9.2 乙方不得使用甲方品牌销售非甲方设计和制造的产品。

9.3 一旦乙方发觉他方有侵害甲方品牌或其他知识产权等行为的，应立即通知甲方。若甲方有意追究他方的法律责任，乙方应提供有效的帮助。

9.4 甲方应提供代理产品的设计和生产有关说明。

10. 协议期限

10.1 本协议经双方签字后正式生效，有效期为协议签字之日起12个月。12个月后，乙方凭甲方传真的正式代理证书，获得甲方正式代理权限，直至双方解除代理合作关系。

10.2 甲方在乙方暂时代理期限内，有权对乙方的业务合同进行考核，如乙方无任何销售行为，甲方有权修改本协议，并单方面解除本协议。

10.3 如有下列情况发生，任何一方均可立即终止协议：

2) 另一方即将破产或无力偿还债务；

3) 另一方具有不诚实或欺诈行为。

10.5 关于协议终止

10.5.1 本协议终止并不能消除各方在协议期内对另一方欠款的支付

10.5.2 协议期满后，甲方应继续向乙方现有用户提供售后服务，包括产品的非质量问题有偿维修，维修产生的一切费用由客户承担。

10.5.3 解除代理关系后，除非有必要完成额外的订单，乙方应立即停止代理甲方产品销售、广告或使用任何甲方的知识产权。

甲 方:乙 方:

法人代表: 法人代表:

2023年品牌更名合同 品牌代理合同汇总篇二

乙方: _____

双方依据《中华人民共和国合同法》等有关法规，本着平等自愿，互惠互利的原则，充分友好的协商如下协议，以示双方信守。

一、代理地区经营权限:

1) 甲方同意将_____品牌女装在_____经销权授予乙方。

2) 乙方不得擅自转让，乙方未经甲方授权同意不得跨越权限范围以外的地方销售_____品牌女装，甲方也不能在同地区授权他人经销同品牌产品。

3) 甲方对乙方订最低销售数_____元/每月，并于三个月对乙方考核一次，对完不成指标的代理商，公司有权取消其代理权。

二、保证金(代理金):

1) 甲乙双方于签约后，乙方必须七天内将保证金及货品预付款汇到甲方指定银行帐号，此合同方始生效，如七天内乙方款未到甲方指定的帐上，即作为乙方自动放弃，同时甲方有权取消本合同。代理经营应付保证金人民币_____元，货品预付款人民币_____元。

2) 甲乙双方于本合同到期时，乙方不再续签：依据本合同之第八款规定办理，在乙方无任何违约责任前提下，将无息退还乙方保证金，时间为30天。余款处理：以当季等值货品相抵之办法办理。

三、甲方责任:

1) 负责设计，提供装修图纸(设计费用以每平方米_____元计算)。

2) 甲方有义务协助乙方为其营业人员安排培训指导，相关费用由乙方承担。

3) 甲方以成本价提供乙方模特儿，衣架，包装袋，灯箱片，海报或其他道具用品等。

四、乙方责任:

1) 装修：根据甲方提供设计方案及陈列规划，定制道具，对店铺或柜位进行全方位的装潢，并达到我方的要求(拍成相片快递至甲方公司)，费用乙方负责。

- 2) 通讯：乙方必须提供给甲方详细的通讯地址，本人身份证复印件，电话，传真，联系人，并提供专卖店与专柜的具体详细地址与联络电话。
- 3) 有效证明：乙方必须提供甲方有效的营业执照，税务登记证明复印件。乙方经营地必须悬挂标示_____品牌于明显位置。乙方店铺内不得销售其他品牌服饰。
- 4) 每星期一乙方应将上个星期的销售情况报表传真至甲方，以便甲方了解市场信息销售动态。
- 5) 乙方销售须依照甲方商品之牌价为基准，不得更换或涂改甲方商品之标示牌标签。
- 6) 乙方不得更改甲方商品之设计或仿制，如有违反，甲方有权追究乙方法律责任，并且甲方有权扣除乙方保证金及定金。
- 7) 乙方不得泄露甲方之营业，管理等商业机密资料予第三者，如有违反，甲方有权追究乙方法律责任。
- 8) 由于乙方未能按期付款所造成货品延期的，甲方即视为乙方认可该批货品发货有效期将延期至乙方款到之日，且不得退货(该批货取消换货率)。

五、结算方式：

- 1) 乙方要求出货与追加，必须款到发货，由甲方协助代为发货。甲方有权不接受电话等其他形式的口头追加或不符合要求的追加单，追加有效期为：公司接到追加单之日起，二十天内有效，如需延长在截止日中指明。
- 2) 乙方供货折扣为相关商品零售价的_____%(以上价格为不含税价格)。

3) 乙方配货换货率为_____%, 追加商品换货率_____%。

4) 甲乙双方终止协议后乙方不得将存货退回, 且甲方不负责所有之经营管理的投入费用。

六、供货方式(订单加配货制):

1) 订单制: 甲方在每年开立二次展示会, 供乙方下单订货或配货, 甲方根据乙方订单数量及付款情况供货。

2) 配货制: 甲方按乙方需求配给乙方当季所未订新款, 配法基数为: _____。

3) 增补新款: 在经营活动中乙方同意甲方根据流行趋势的变化和市场需求不定期增加新款, 由甲方统一配货, 配货基数为_____。(同上第二条)

4) 乙方不得未经甲方同意而擅自取消所订货品或配货, 否则扣除保证定金及定金。

七、退换货方式:

1) 质量问题: 乙方收货后, 如发现质量问题, 以传真格式三天内通知公司业务部, 如当时不通知则视为正品, 如有损坏公司概不负责。并在10天内返回(日期以收发货品的包裹票为准), 甲方应予无条件换货。

2) 串号问题: 乙方收货后在三天内提出异议, 逾期甲方有权不受理。

3) 退换: 乙方可以在合同约定的退换率内调货(在非质量原因前提下, 每季同款, 同色, 同码累计不得超过5件)。期限一个月(日期以收发货品的包裹票为准)返回的货品必须完好无损

(含吊牌)无污渍，不影响货品的再销售否则甲方有权不受理。

八、违约条款：

- 1) 甲乙双方必须严格遵守合同中的每一条款，如任何一方违约，则违约方必须赔付另一方保证金的全额作为违约款。
- 2) 除合同中有关合同终止条款外，任何一方若无正当理由而任意终止合同时，则违约方得向另一方支付保证金款的全额违约金。

九、合同终止：

乙方如有下述条件之一者，甲方有权解除本合同：

- 1) 乙方于经营期中，有损甲方名誉，信用与经济等行为者。
- 2) 乙方未经甲方同意，擅自跨区域经营。
- 3) 乙方因经营不善，导致歇业，停业，合并与转让等行为者。
- 4) 合同期届满或甲乙任何一方提出希望中止本合同，必须提前一个月以书面形式通知另一方。
- 5) 如乙方在签约后一个月之内，在代理地区未能发展行为者，甲方有权终止合同。

十、代理优先权：

乙方如达成本合同各项规定与目标时，在同等条件之下乙方享有优先续约权利。

十一、争议解决：

- 1) 本合同如有未尽之处，由甲乙双方协商解决。

2) 本合同如涉及诉讼，双方同意以甲方所在地人民法院作为第一管辖法院审理。

十二、本合同自签字之日起生效，从_____年_____月_____日至_____年_____月_____日，有效期为_____年，期满自动失效。合同期满前30天内双方可协商续约事宜，并续签代理合同。乙方若要终止代理关系，需提前30天书面向甲方提出。

十三、本合同一式贰份，甲乙双方各执壹份，经双方签字，公司盖章后，乙方保证金和货品预付款到达甲方帐号上方始生效。

甲方(盖章)：_____乙方(盖章)：_____

签订地点：_____签订地点：_____

2023年品牌更名合同 品牌代理合同汇总篇三

制造商：（以下简称甲方）

代理商：（以下简称乙方）

甲乙双方经友好协商，就乙方在指定区域独家代理甲方产品达成以下协议：

一、代理权限

1、甲方授予乙方在范围代理甲方现有系列产品，甲方其他产品由双方协商决定是否纳入代理范围。同等条件下乙方有优先权。

2、乙方只能在指定区域内销售，不得有任何向区域外销售的行为。

3、本合同签订后，乙方成为甲方代理商。由甲方签发独家代理证书，自此乙方在指定区域内享受独家代理权。享受同正式代理商一样的权利。

4、乙方成为正式代理商后，在指定区域内为甲方唯一代理，甲方不得有其他代理商参与乙方竞争。

5、除非和甲方有事前协议，否则乙方不得向指定区域以外或虽属指定区域以内，但有理由认为其最终销售目的地在指定区域以外的客户销售其代理的甲方产品。

6、除非和乙方有事前协议，否则甲方不得向指定区域以内、除乙方以外的任何公司或个人出售由乙方代理的产品，也不得向那些虽属指定区域以外，但有理由认为其最终销售目的地在指定区域以内的任何公司或个人出售其由乙方代理的产品。

7、指定区域内，乙方不得擅自更改甲方产品设计，或委托其他厂商仿制甲方产品进行非法牟利，一经发现，甲方将无限期取消与乙方合作，并追诉乙方法律责任。

8、乙方作为甲方在指定区域内的独家代理，无论为何目的，乙方及其雇员均非甲方的代理人，无权代表甲方。

二、 质量技术保证

甲方销售给乙方的产品为符合生产质量技术规范的合格产品。如甲方销售给乙方的产品达不到以上承诺，甲方负责赔偿乙方所订产品。同时，因保管不善导致的货物发霉、生锈不在甲方质量技术保证范围内。

三、 产品价格

1、代理产品的价格为甲方给代理商的最优惠的统一代理价格。

甲方承诺提供给乙方的产品，其价格具有市场竞争力，即与其他同类产品比较具有较高的性价比。由于甲方产品的最终销售由乙方实现，甲方将根据乙方及乙方用户的要求，针对每一类产品的具体要求，及时提供给乙方指导或参考性价格。乙方所指定的最终售价，原则上不应低于甲方报出的最低价格线(甲方同意的除外)。

2、在本协议签字之日，甲方须提交乙方壹份详细的产品价格清单，该清单包括甲方与乙方结算的最低价格及市场用户参考价格。

四、代理折扣及结算

a) 合同额等于公司最低价：

代理费用=合同额×a

b) 合同额高于公司最低价50%以内(含50%)

代理费用=最低价×a+(合同额-最低价)×b

c) 合同额高于公司最低价50%以上部分

代理费用=最低价×a+(合同额-最低价)×c

a) 用户付款进度达到合同额的30%以上，开始第一次返还代理费用：

第一次返还：返还代理费总额的20%。

b) 用户付款进度达到合同额的60%以上，开始第二次返还代理费用：

第二次返还：返还代理费用总额的50%。

c) 用户付款进度达到合同额的90%以上，开始第三次返还代理费用：

第三次返还：返还至代理费总额的80%。

d) 第四次返还代理费用与用户合同余款同步结清。

3、乙方结算代理费用时需提供相应增值税发票。

4、如果是乙方直接与用户签署供货及服务合同的，甲乙双方签定正式内贸合同，届时各项权利义务按合同约定执行。如用户需要甲方出面签字担保时，甲方同意配合。

5、由于投标等造成与用户的成交价格低于最低价(投标价获得甲方书面同意)，甲方按合同中专用产品总价的10%做为乙方利润。

五、费用支出

乙方签定合同时，甲方提供给乙方的产品价格以双方最终协议定价。甲方提供发票，乙方在销售甲方产品时产生的投标、产品展览、商务运作、产品测试等费用成本和支出，甲方不予承担。

甲方签定合同时，甲方提供给乙方的产品价格以双方最终协议定价，乙方提供发票，向甲方提取折扣。乙方在销售甲方产品时产生的投标、产品展览、商务运作、产品测试费用和成本支出，甲方不予承担。

六、甲方提供的支持与服务

1、向乙方提供代理证书或其他证明乙方为其代理区域甲方产品唯一独家代理的证明材料。

2、甲方将在其产品广告等公开资料中注明乙方及其代理区域(根据乙方需要)。

3、甲方将根据乙方需要，对产品材质、设计和特点作有关培训，并针对乙方大客户，提供修改设计(odm)服务。

4、甲方对所有乙方销售的产品因甲方生产质量导致的问题负责退还或免费保修，对因其他原因导致产品损坏提供有偿维修服务。

七、销售业绩

1、考虑到代理区域的广阔性，同时考虑市场周期长及存在较多政策不稳定因素，乙方在临时代理期内的销售业绩优不可预测性，因此甲方有权根据乙方临时代理期内的业绩，决定是否发放正式代理证书。发放代理证书同时，甲方与乙方确定每年乙方应完成的销售业绩。

2、.若乙方未完成以上最低要求，甲方有权采取以下措施：

1) 取消其独家代理权；

2) 缩小其销售区域；

3) 终止本合同。

注：乙方在销售业绩不理想的情况下，应书面表述影响业绩因素，以利甲方在适当的时候做出市场决策。

八、销售报告、市场信息

8.1乙方应在季度初时向甲方提供未来一个季度的预测，并在每年初提供本年度销售业绩规划。

- 8.2.1 竞争对手的资料，其产品和价格。
- 8.2.2 实际用户和潜在用户对产品的意见。
- 8.2.3 用户需求信息。
- 8.2.4 未来市场发展机会。
- 8.2.5 投标信息(包括报价的和未报价的)。
- 8.2.6 市场调研。
- 8.2.7 新产品或改进型新产品能否令用户满意。
- 8.2.8 有助于甲方对销售区域市场动态进行评估的市场情报。

9 知识产权

- 9.1 乙方应在甲方品牌的前提下销售产品。
- 9.2 乙方不得使用甲方品牌销售非甲方设计和制造的产品。
- 9.3 一旦乙方发觉他方有侵害甲方品牌或其他知识产权等行为的，应立即通知甲方。若甲方有意追究他方的法律责任，乙方应提供有效的帮助。
- 9.4 甲方应提供代理产品的设计和生产有关说明。

10. 协议期限

- 10.1 本协议经双方签字后正式生效，有效期为协议签字之日起12个月。12个月后，乙方凭甲方传真的正式代理证书，获得甲方正式代理权限，直至双方解除代理合作关系。
- 10.2 甲方在乙方暂时代理期限内，有权对乙方的业务合同进行考核，如乙方无任何销售行为，甲方有权修改本协议，并单方

面解除本协议。

10.3 如有下列情况发生，任何一方均可立即终止协议：

- 2) 另一方即将破产或无力偿还债务；
- 3) 另一方具有不诚实或欺诈行为。

10.5 关于协议终止

10.5.1 本协议终止并不能消除各方在协议期内对另一方欠款的支付

10.5.2 协议期满后，甲方应继续向乙方现有用户提供售后服务，包括产品的非质量问题有偿维修，维修产生的一切费用由客户承担。

10.5.3 解除代理关系后，除非有必要完成额外的订单，乙方应立即停止代理甲方产品销售、广告或使用任何甲方的知识产权。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

2023年品牌更名合同 品牌代理合同汇总篇四

受让方(以下简称乙方)：

- 1、甲方将其_____在四川省自贡市(区县市)代理权转让给乙方。
- 2、转让后，甲方不再享有_____的代理权利、不再承担代理义务；乙方在享受代理权利的同时必须承担代理义务。
- 3、乙方支付转让费后，甲方配合乙方完成在_____公司的代

理权变更手续。

4、乙方受让后，可以自己经营也可以转让本代理权。但乙方转让本代理权时必须经过甲方的书面许可，同时将其向第三人收取的转让费的百分之支付给甲方。第三人必须再次与甲方签订代理转让合同，否则甲方不予配合办理在_____公司的代理权变更手续。

5、甲乙双方特别约定，如乙方违背本合同第四条的约定，甲方将享有直接通知_____公司不予办理从乙方到第三人的代理权变更手续的权利。乙方不得以任何理由，追究_____公司的任何责任。

6、签订协议时，乙方支付甲方转让费元，完成在_____公司的代理权变更手续后的'当日乙方再向甲方支付转让费。

7、本协议经双方签字生效，本合同一式两份，甲乙双方各持一份。

出让方： 受让方：

20__年x月x日

2023年品牌更名合同 品牌代理合同汇总篇五

地址： 地址：

邮编： 邮编：

1、甲方拥有“a&m”品牌系列产品的经营权。

2、甲方现授予乙方为 地区的(总分)代理商，进入商场营销、开设专卖店、承揽团体工作服，甲方按协议维护乙方的经营

代理权;乙方在经营过程中所发生的债权债务与甲方无关,乙方在经营过程中如发生违法违规,乙方承担一切责任,也与甲方无关。

3、乙方同时需向甲方先交付 元的提货保证金,并取得区域代理资格。协议签订后,如乙方三个月内尚未履行合同进行代理开业,甲方有权扣没提货保证金,同时甲方不再保留乙方的代理权。如乙方无违约行为,提货保证金在合同期满甲方退还给乙方。

4、区域代理授权成立后,甲方为乙方提供零售、经营、专卖等有效的授权文书,指定经营证书及相关的品牌宣传品、店面设计方案等,然后开展正常的代理经营。乙方在甲方授权地销售“a&m”品牌系列产品之营业执照及其它相关证件手续,概由乙方自行解决,费用由乙方承担。

5、甲方授权予乙方后,乙方须专业经营,不可将授权商品销售至授权地区以外,进行跨区域经营;亦不可将授权商品销售予有可能将该商品销售至非授权地区的第三者。

a.超越代理区域、跨地区经营,或擅自转让代理权的。

b.经营不善,未能完成约定的计划经营指标(批发进货数)。

c.违法违规经营,对a&m品牌造成损害的。

d.私自组织货源,经销假冒a&m品牌的。

e.泄露a&m品牌的各种商务机密,经认定造成损害的。

f.由于经营工作能力和工作信誉等原因,无法再承担代理工作的。

甲方在收回代理权后,乙方除b点所述外的一切有关经济情况

和责任全部自负。如b点所述状况发生，甲方对乙方所库存的货品的 % 以原代理批发价收回(乙方定制产品，甲方处理批发产品，影响甲方第二次销售的产品除外)。

7、甲方与乙方确定的年度销售指标为 万元(代理批发价)。其中包括计划完成销售：商场(个专厅)等商业零售预计 万元、开设专卖店(间)销售预计 万元，合计商业零售 万元。若乙方6个月内未完成合同销售汇款指标的 %，甲方有权提前取消乙方的代理权。

8、乙方完成年度指标后，甲方同意对完成零售指标的代理业绩按相应的比例设定奖金，奖励给乙方，奖励在年度核算后兑付，同时乙方预留奖金中的 %作为第二年度的代理货款，如乙方违约，甲方扣没此预留费用。乙方被取消代理资格、未完成销售指标及其它违约情况等，都不得享受年度奖励奖金。

奖励比例如下：

完成销售 万元以上、 万元以下为 %

完成销售 万元以上、 万元以下为 %

完成销售 万元以上、 万元以下为 %

以此类推，每增加 万元的销售，奖励系数将增加 个百分点，但最高奖励比例为 %。

9、乙方以买断方式代理销售，所需产品进货需带款提货。甲方以公司的批发价(不含税价)供货，甲方建议乙方确定相应的零售价，并以当地同类品牌产品的市场基价作参考进行销售。

10、产品质量按甲方对消费购买所承诺的规定办理或参照国

家有关消费者保护法等规定。

11、销售产品的换货：允许部分产品拆套销售，遇断码，号型不全不齐，甲方负责以确定的日期调换(一般确定在农历12月30日、公历4月30日前，两次调换)，但甲方处理批发的产品、乙方定制产品、影响甲方第二次销售的产品除外。甲方允许乙方按到款额(汇至甲方的货款)10%的比例进行隔季产品换货。销售中如发现产品确属甲方特殊生产制作原因的，不列入换货率之中，甲方当予调换。所有换货之产品，乙方须事前申报甲方，待甲方书面确认后尚可发回换货之产品。

12、甲方提供乙方的广告费用，按乙方汇甲方货款的 %比例支援(考虑乙方市场开拓，甲方亦可考虑提前投入广告宣传，但费用计入乙方的广告费总额内)。广告投入前，乙方须提前通报甲方，经甲方同意后签订合同，与发票一起供甲方备案。

13、乙方如进行授权区域内之大型商场销售甲方授权产品，需设立专厅其装潢费及专卖店装修费用由乙方自行承担。

14、乙方在授权区域内，有义务协同配合甲方维护甲方所拥有的品牌，防范抵御各种有损品牌形象的不法行为，及时向甲方反馈市场动态。品牌维权之法律费用由法律行动发起者负责，甲方当全力支持。

16、本协议有效日期为 年 月 日至 年 月 日。未经甲方事先书面同意，乙方于任何情况下，不能将本约所赋予之权利全部或部分转让予第三人。

17、本协议一式四份，双方各执两份，共同遵守约定，任何方的违约，都将承担法律责任，承担由此引起的一切经济损失责任，并补偿给对方。

18、本合同未尽事宜，由甲乙双方协商解决。

2023年品牌更名合同 品牌代理合同汇总篇六

代理商：（以下简称乙方）

甲乙双方经友好协商，就乙方在指定区域独家代理甲方产品达成以下协议：

1 代理权限

1.1 甲方授予乙方在 陕西省 范围内代理甲方现有系列产品，包括户外折叠椅、行军床、户外野营帐篷。甲方其他产品由双方协商决定是否纳入代理范围。同等条件下乙方有优先权。

1.2 乙方只能在指定区域内销售，不得有任何向区域外销售的行为。

1.3 本合同生效后一年内，乙方成为甲方临时代理商。临时代理商除区域独家代理权外，享受同正式代理商一样的权利。甲、乙双方合作期满一年后，由甲方签发独家代理证书，自此乙方在指定区域内享受独家代理权。

1.4 乙方成为正式代理商后，在指定区域内为甲方唯一代理，甲方不得有其他代理商参与乙方竞争。

1.5 除非和甲方有事前协议，否则乙方不得向指定区域以外或虽属指定区域以内，但有理由认为其最终销售目的地在指定区域以外的客户销售其代理的甲方产品。

1.6 除非和乙方有事前协议，否则甲方不得向指定区域以内、除乙方以外的任何公司或个人出售由乙方代理的产品，也不得向那些虽属指定区域以外，但有理由认为其最终销售目的地在指定区域以内的任何公司或个人出售其由乙方代理的产品。

1.7指定区域内，乙方不得擅自更改甲方产品设计，或委托其他厂商仿制甲方产品进行非法牟利，一经发现，甲方将无限期取消与乙方合作，并追诉乙方法律责任。

1.8乙方作为甲方在指定区域内的独家代理，无论为何目的，乙方及其雇员均非甲方的代理人，无权代表甲方。

2 质量技术保证

甲方销售给乙方的产品为符合生产质量技术规范的合格产品。如甲方销售给乙方的产品达不到以上承诺，甲方负责赔偿乙方所订产品。同时，因保管不善导致的货物发霉、生锈不在甲方质量技术保证范围内。

3 产品价格

3.1代理产品的价格为甲方给代理商的最优惠的统一代理价格。甲方承诺提供给乙方的产品，其价格具有市场竞争力，即与其他同类产品比较具有较高的性价比。由于甲方产品的最终销售由乙方实现，甲方将根据乙方及乙方用户的要求，针对每一类产品的具体要求，及时提供给乙方指导或参考性价格。乙方所指定的最终售价，原则上不应低于甲方报出的最低价格线(甲方同意的除外)。

3.2在本协议签字之日，甲方须提交乙方壹份详细的产品价格清单，该清单包括甲方与乙方结算的最低价格及市场用户参考价格。

4 代理折扣及结算

a) 合同额等于公司最低价：

代理费用=合同额×a

b)合同额高于公司最低价50%以内(含50%)

代理费用=最低价×a+(合同额-最低价)×b

c)合同额高于公司最低价50%以上部分

代理费用=最低价×a+(合同额-最低价)×c

a)用户付款进度达到合同额的30%以上，开始第一次返还代理费用：

第一次返还：返还代理费总额的20%。

b)用户付款进度达到合同额的60%以上，开始第二次返还代理费用：

第二次返还：返还代理费用总额的50%。

c)用户付款进度达到合同额的90%以上，开始第三次返还代理费用：

第三次返还：返还至代理费总额的80%。

d)第四次返还代理费用与用户合同余款同步结清。

4.1.2乙方结算代理费用时需提供相应增值税发票。

4.2 如果是乙方直接与用户签署供货及服务合同的，甲乙双方签定正式内贸合同，届时各项权利义务按合同约定执行。如用户需要甲方出面签字担保时，甲方同意配合。

4.3由于投标等造成与用户的成交价格低于最低价(投标价获得甲方书面同意)，甲方按合同中专用产品总价的10%做为乙方利润。

5 费用支出

乙方签定合同时，甲方提供给乙方的产品价格以双方最终协议定价。甲方提供发票，乙方在销售甲方产品时产生的投标、产品展览、商务运作、产品测试等费用成本和支出，甲方不予承担。

甲方签定合同时，甲方提供给乙方的产品价格以双方最终协议定价，乙方提供发票，向甲方提取折扣。乙方在销售甲方产品时产生的投标、产品展览、商务运作、产品测试费用和成本支出，甲方不予承担。

6 甲方提供的支持与服务

6.1. 向乙方提供代理证书或其他证明乙方为其代理区域甲方产品唯一独家代理的证明材料。

6.2. 甲方将在其产品广告等公开资料中注明乙方及其代理区域(根据乙方需要)。

6.3. 甲方将根据乙方需要，对产品材质、设计和特点作有关培训，并针对乙方大客户，提供修改设计(odm)服务。

6.4. 甲方对所有乙方销售的产品因甲方生产质量导致的问题负责退还或免费保修，对因其他原因导致产品损坏提供有偿维修服务。

7 销售业绩

7.1. 考虑到代理区域的广阔性，同时考虑市场周期长及存在较多政策不稳定因素，乙方在临时代理期内的销售业绩优不可预测性，因此甲方有权根据乙方临时代理期内的业绩，决定是否发放正式代理证书。发放代理证书同时，甲方与乙方却定每年乙方应完成的销售业绩。

7.2. 若乙方未完成以上最低要求，甲方有权采取以下措施：

- 1) 取消其独家代理权；
- 2) 缩小其销售区域；
- 3) 终止本合同。

注：乙方在销售业绩不理想的情况下，应书面表述影响业绩因素，以利甲方在适当的时候做出市场决策。

8 销售报告、市场信息

8.1 乙方应在季度初时向甲方提供未来一个季度的预测，并在每年初提供本年度销售业绩规划。

8.2.1 竞争对手的资料，其产品和价格。

8.2.2 实际用户和潜在用户对产品的意见。

8.2.3 用户需求信息。

8.2.4 未来市场发展机会。

8.2.5 投标信息(包括报价的和未报价的)。

8.2.6 市场调研。

8.2.7 新产品或改进型新产品能否令用户满意。

8.2.8 有助于甲方对销售区域市场动态进行评估的市场情报。

9 知识产权

9.1 乙方应在甲方品牌的前提下销售产品。

9.2 乙方不得使用甲方品牌销售非甲方设计和制造的产品。

9.3 一旦乙方发觉他方有侵害甲方品牌或其他知识产权等行为的，应立即通知甲方。若甲方有意追究他方的法律责任，乙方应提供有效的帮助。

9.4 甲方应提供代理产品的设计和和生产有关说明。

10. 协议期限

10.1 本协议经双方签字后正式生效，有效期为协议签字之日起12个月。12个月后，乙方凭甲方传真的正式代理证书，获得甲方正式代理权限，直至双方解除代理合作关系。

10.2 甲方在乙方暂时代理期限内，有权对乙方的业务合同进行考核，如乙方无任何销售行为，甲方有权修改本协议，并单方面解除本协议。

10.3 如有下列情况发生，任何一方均可立即终止协议：

2) 另一方即将破产或无力偿还债务；

3) 另一方具有不诚实或欺诈行为。

10.5 关于协议终止

10.5.1 本协议终止并不能消除各方在协议期内对另一方欠款的支付

10.5.2 协议期满后，甲方应继续向乙方现有用户提供售后服务，包括产品的非质量问题有偿维修，维修产生的一切费用由客户承担。

10.5.3 解除代理关系后，除非有必要完成额外的订单，乙方应立即停止代理甲方产品销售、广告或使用任何甲方的知识

产权。

甲方:乙方:

法人代表:法人代表:

日期:日期:

2023年品牌更名合同 品牌代理合同汇总篇七

甲方:(以下简称甲方)

法定代表人:

乙方:(以下简称乙方)

法定代表人:

丙方:

对甲方向丙方项目的可行性、实际操作及风险等相关事宜提供商业咨询服务。

为保证乙方有效提供咨询服务:

2、甲方应当按照本合同约定支付咨询服务费。

2、乙方对办理甲、丙方事项和甲、丙方提供的材料及甲、丙方的商业秘密负有保密责任。未经甲、丙方许可,乙方不得向任何第三方披露甲方的保密信息。

方式一:在本合同签订之日起日内,由甲方一次性支付至乙方指定账户。

方式二:由甲方每月按双方项目总额的%向乙方支付咨询服务

费。

2、甲方未按约定时间支付咨询服务费的，每逾期一天，甲方应按逾期付款总金额每天万分之五的标准向乙方支付逾期付款违约金。

因履行本合同或与本合同相关的事项而产生的争议，合同各方应本着友好之原则协商解决；协商不成的，任何一方有权本合同签订地有管辖权的法院提起诉讼，本合同签订地为。

1、本合同一式叁份，三方各执一份。

2、本合同从三方签字之日起生效，履行完毕即告终止。

3、在合同履行过程中，若需变更合同条款，须经三方协商同意，并签订补充协议，补充协议与本合同具有同等的法律效力。

甲方(盖章):

法定代表人:

乙方(盖章):

法定代表人:

丙方:

签署日期□xx年x月x日

2023年品牌更名合同 品牌代理合同汇总篇八

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. 企划管理服务费用，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: _____

2023年品牌更名合同 品牌代理合同汇总篇九

乙方: _____

甲乙双方本着合作共赢,共求发展的原则,经充分协商,双方就传统贸易,服务贸易(以下简称产品)代理问题达成一致,进一步明确双方权利义务,合作期限等具体事项,特依法签订本代理合同。

1. 甲乙双方共同认定确定的代理期,自___年___月到___年___月止,代理区域在___省___市所属区域内。

2. 甲方认定乙方为___代理人,自本合同签订之日起,乙方即

将代理权金金额___万元付给甲方。

3. 甲方不得在乙方所属区域内发展第二家代理人，乙方如发现甲方在乙方所属区域内发展第二家代理人，甲方将以___倍的代理权金赔偿乙方。乙方如跨范围进入其他代理人区域从事该业务，甲方将取消乙方的代理权，并向乙方提出___倍代理权金的赔偿。

4. 传统贸易国际代理，按国家现行法规办理，乙方向甲方提出报告，甲方认可并实施贸易成功，甲方向乙方支付该单证金额的___%代理费，乙方纳税，甲方代扣代缴，服务贸易收入，乙方纳税，甲方代扣代缴，乙方所获收入涉及个人所得税部分，乙方自动向当地税务机关申报，缴纳税款。

5. 乙方负责办理所属区域内的一切合法手续，并依法独立自主代理好涛岚国际的业务，因乙方违反法规引起的任何刑事或民事纠纷，均由乙方自己承担。

6. 甲乙双方在宣传，推广，应保持一致。在前期的推广中，甲方给予乙方全面的技术指导和支持，协助乙方作好前期推广活动和完善代理服务的善后服务。

7. 奖励：乙方a全年获税后净利___万rmb□甲方奖励___%□b全年获税后净利___万rmb□甲方奖励___%□c全年获税后净利___万rmb□甲方奖励___%□d全年获税后净利___万rmb□甲方奖励___%。

8. 本代理合同一式___份，双方各执___份，以甲乙双方法定代表人(或委托代理人)签字盖公章，并于乙方首次支付的代理权金款项到达甲方账户立即生效。甲乙双方互相提供以下证件复印件并加盖公章备存：营业执照，税务登记证(国税+地税)，中华人民共和国组织机构代码证，开户许可证和法定代表人(或委托代理人)身份证，如自然人代理凭身份证。

甲方：_____乙方：_____

代表：_____代表：_____

地址：_____地址：_____

账号：_____账号：_____

开户行：_____开户行：_____

电话/传真：_____电话/传真：_____

邮编：_____邮编：_____

email□_____email□_____

网址：_____网址：_____

日期：_____日期：_____

手机：_____手机：_____

2023年品牌更名合同 品牌代理合同汇总篇十

1、甲方授权乙方为“_____产品_____地区特约代理商/地区总代理商”（请在方括号内选定授权级别，非选定项请划删除线），期限从本协议签订之日起至_____年_____月_____日止。代理商授权每年重新确认一次。

2、乙方有权在上述授权地区内以_____产品_____地区特约代理商/_____产品_____地区总代理商（请在方括号内选定授权级别，非选定项请划删除线）名义从事有关销售_____产品的合法商业活动。

3、甲方授权乙方代理的_____产品
为：_____。

4、除本协议约定的内容以外，甲乙双方的任何一方对另一方的商业和法律行为及经营损失不承担责任。

5、乙方必须按实际情况填写《_____产品特约代理商注册登记表》(附件1)，提供企业法人营业执照复印件。发生变更时须书面通知甲方备案。

6、乙方有权发展下级代理、经销商，所发展的下级代理、经销商及所签订的下级代理、经销商协议应在甲方备案。如未备案而乙方以低于甲方规定的市场最低售价出售产品，则按扰乱市场秩序对乙方进行处罚，情节严重的甲方可取消乙方特约代理商资格。

7、乙方有权对甲方工作(销售管理、市场推广、广告宣传、商务、技术服务、产品质量等)作出评价和投诉。投诉时请填写《特约代理商投诉书》(附件2)。

二、甲、乙方责任和义务

1、甲方为乙方提供产品销售和市场开发所需技术资料和宣传资料

3、甲方按产品质保书约定提供产品保修及维修服务

4、甲方按广告宣传支持办法的约定(详见第三部分)为乙方提供广告宣传支持(仅限于地区总代理商)

5、甲方按市场保护条件的约定(详见第三部分)为乙方提供市场保护(仅限于地区总代理商)

乙方责任和义务：

5、乙方有义务维护甲方及其产品的形象，不得以任何形式损害甲方利益；

三、经营指标、代理级别、价格体系及奖惩措施

1、甲方首次授权乙方为地区特约代理商或总代理商时(每年确认一次不包括在内)，乙方必须至少订购甲方授权代理的_____n的一定定货量(见四条4款)，乙方方可成为甲方地区特约代理商或总代理商，享受地区特约代理价或总代理价及本协议规定的有关权益。

2、乙方在其授权期限内，在甲方推出新产品时，乙方应在一个月内至少订购新产品样品一个，如乙方超过一个月没有订购新产品样品，甲方视为乙方放弃该型号新产品地区代理权，甲方有权另行选择其他代理商代理销售该型号新产品。

3、地区总代理商在协议期限内必须完成的年销售任务为_____万元(经双方讨论后确定)人民币。根据甲方市场销售计划，该销售任务按月划分进行考核，月销售任务额详见附见。

4、乙方在销售考察期限内如达到预定销售额，经证实后，甲方将颁发地区代理商/特约代理商认证书，并同时提供_____代理商/经销商手册。

5、甲方按如下条件为地区总代理商提供市场保护及广告宣传支持：

市场保护：

甲方在授权地区不再设立其它代理商和经销商；甲方在授权地区以前设立的授权特约经销商划归乙方进行业务管理或其进货销售量计为乙方完成的任务额；甲方在授权地区不再直接供货销售(含经销商和直接客户)；甲方将授权地区客户信息转交

乙方处理。

市场保护条件：

授权的总代理商每月实际完成的进货额达不到月任务额的60%时；或连续二个月实际完成的进货量达不到二个月总计任务量的80%时，甲方有权保留取消乙方总代理商资格、降至特约经销商资格的权利。

广告宣传支持：

甲方按乙方进货总额的_____%为乙方提供宣传基金额度，此宣传基金额度用以补助乙方在所辖地区的广告宣传费用。甲方提供的宣传基金额度按甲乙双方配比投入的原则使用，甲乙双方配比比例为_____：_____，即甲方提供的宣传基金额度，乙方必须以不低于同等金额的广告宣传费投入广告宣传。

乙方使用宣传基金配比所作的广告中必须标明“_____产品_____地区特约代理商”字样(地区总代理商可标明“_____产品_____地区总代理”)。其广告宣传样稿必须首先提交(传真)甲方确认后实施，否则甲方有权不予报销。

乙方使用宣传基金报销其宣传费用时，须出具：完整的广告宣传样本；乙方与媒体或广告公司的合同副本及发票复印件。否则甲方有权不予报销。

若乙方报销手续齐全，甲方将在接到报销手续后_____月内负责报销完毕，按乙方进货款_____%比例将款项汇至乙方或者抵消下次定货时的相等金额货款(代理商可自行选择)。若乙方向甲方报销过程中发现有虚假行为，将取消乙方所有广告宣传基金使用额度。