

2023年白酒员工管理制度 白酒代理合同 优选(模板9篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

白酒员工管理制度篇一

甲方：

乙方：

根据《xxx合同法》及其它相关法律、法规，甲、乙双方本着自愿、公平、互利、互惠的原则，经共同协商一致，签订本合同。

第一条：甲方的权利与义务

1. 甲方授权乙方在 范围内代理销售甲方的 系列产品，代理销售期限为_____年(_____年___月___日至_____年___月___日)。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。同等条件下，乙方享有优先权。
2. 甲方为确保产品质量，在乙方代理期限内，甲方向乙方提供营业执照、生产许可证、酒类流通许可证、相关产品的检测报告及其他必要的文件。
3. 甲方向乙方收取 万元的信誉保证金，乙方交纳的信誉保证金在终止代理时，甲方全额退还乙方。
4. 甲方向乙方供货后，乙方在半年内未产生效益或购货金额

不足 万元的，甲方有权终止协议。

第二条：乙方的权利与义务

2. 乙方销售人员在市场销售过程中，应遵循甲方的市场指导价，不得任意过份抬高价格销售，也不能低于代理价销售。

3. 乙方与甲方签订代理销售协议时必须向甲方提供有效的相关证件(如营业执照、身份证等)。

4. 乙方在市场销售过程中，不得有损害甲方名誉的言论和行为。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。

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

6. 乙方在所在区域内代理销售产品所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。

第三条：供货、结算方式

1. 通常情况下，乙方应至少提前30天向甲方申报购货计划并安排付款，甲方在收到乙方的货款后30天内，负责将货物运输至乙方地点。具体操作为：乙方向甲方发出购货计划单，甲方收到乙方购货计划单后，确认产品和交货期。经确认有效的购货计划单，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。甲乙双方因不可抗力因素导致本次买卖合同不能有效履行，双方均免责。

2. 乙方在收到货物时应当场验收。货物在运输途中造成损坏

的，乙方应将损坏的产品名称及数量交由运输方签字认可，并于当日通知甲方，由甲方与运输方明确责任后处理。

第四条 产品价格调整

为充分保障经销商的利益，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30天将价格调整信息通知到经销商。
2. 对于价格体系调整前(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，甲方不负责已经采购的全部调价后产品进行差价补偿(降价情况)，同时，甲方也不能另行让经销商差价补款(涨价情况)。

第五条：违约责任

1. 甲、乙双方必须严格遵守本协议规定的各项条款，双方不得违约，一方违约造成另一方经济损失的，按实际损失赔偿。
2. 乙方在自己代____区域以外区域销售，且该区域已有甲方的代理商，经甲方通告后，若乙方继续有销售行为，甲方有权对乙方实施一万元次的处罚。甲方发现乙方有三次以上这样的行为，可以终止乙方的代理权。甲、乙双方在本协议履行中产生异议的，由甲、乙双方共同友好协商解决，协商不成的，由甲方所在地人民法院诉讼解决。

第六条：保密条款

1. 甲乙双方必须对业务往来中的任何重大商情事务对

第三方严格保密。

2. 甲乙双方因任意一方的行为对另一方造成名誉、经济等损

失，由责任方承担相应责任。

第七条：其他约定事项

第八条： 本协议一式两份，甲方一份，乙方一份，具有同等法律效力。

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

白酒员工管理制度篇二

甲方：

乙方：

根据《xxx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_____产品。
- 2、甲方授予乙方_____产品的销售区域仅限_____。

三、产品价格

- 1、价格按全国统一价执行(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十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率计算。

六、市场操作要求

白酒员工管理制度篇三

身份证号： _____

乙方： _____

身份证号： _____

丙方： _____

身份证号： _____

丁方： _____

身份证号： _____

第一章总则

第一条为了适应建立现代企业制度的需要，明确公司各股东的合法权益和相互义务，根据《xxx公司法》及其他法律法规的相关规定，特制定本协议书。

第二条公司名称为： _____。本公司是企业法人，股东以其出资额为限对公司承担责任，公司以其全部资产对公司的债务承担责任。

第三条公司住所地为： _____

第二章宗旨以及经营范围

第四条公司宗旨：充分发挥企业的优势，面向国内外市场，积极开展多元化经营，全力追求最优经营业绩和利润的最大化，为全体股东提供优厚的回报。

第五条公司经营范围：_____

第三章注册资本、股东出资方式以及比例

第六条公司注册资本为：_____元。

第七条各方一致商定出资比例以及出资方式为：

甲方____%，出资方式为人民币_____万元；

乙方____%，出资方式为人民币_____万元；

丙方____%，出资方式为人民币_____万元；

丁方____%，出资方式为人民币_____万元。

第四章股东的权利和义务

第八条全体股东在本协议签字后____天内，必须按协议办理认缴出资的手续，将货币出资足额存入公司在银行开设的账户。认缴手续完结后，其入股资产和出资归公司所有。

股东不按照前款规定缴纳出资的，除应当向公司足额缴纳外，还应当向已按期足额缴纳出资的股东承担违约责任。

第九条股东享有如下权利：

(一)参加股东会并根据其出资份额享有表决权；

(二)了解公司经营状况和财务状况；

(三) 选举和被选举为董事会成员和监事；

(四) 按照出资比例分取红利；

(五) 优先购买公司所增的注册资本或其他股东依法转让的股份；

(六) 公司终止或清算后，依法分得公司的剩余财产；

(八) 其他法律法规规定享有的权利；

第十条 股东承担下列义务：

(一) 遵守公司章程、遵纪守法；

(二) 按期交纳所认缴的出资；

(三) 依其认缴的出资额承担公司债务；

(四) 在公司办理登记注册手续依法成立后，股东不得抽回投资；

(五) 不得从事或实施损害公司利益的任何活动；

(六) 无合法理由不得干预公司正常的经营活动；

(七) 保守公司秘密。

(八) 《公司法》规定的其他义务

第五章 股东会

第十一条 股东会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

(一) 决定公司的经营方针和投资计划；

(二) 选举和更换董事，决定有关董事的报酬事项；

(三) 选举和更换由股东代表出任的监事，决定有关监事的报酬事项；

(四) 审议批准董事会的报告；

(五) 审议批准监事的报告；

(六) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

(七) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

(八) 对公司增加或减少注册资本作出决议；

(九) 对股东向股东以外的人转让出资作出决议；

(十) 对公司合并、分立、改变经营范围解散和清算等事项作出决议；

(十一) 修改公司章程。

第十二条 股东会的首次会议由甲方召集和主持。

第十三条 股东会会议由股东按照出资比例行使表决权，每一元人民币为一个表决权。

对于以上所列事务外的一般事务，实行表决权过半数通过。

第十四条 股东会会议分为定期会议和临时会议

定期会议按本协议规定按时召开。

临时会议可以由代表十分之一以上表决权的股东，三分之一以上的董事或监事提议召开。但应当于会议召开日前通知全

体股东，定期会议每半年召开一次，股东出席股东会议也可以书面委托他人参加，行使委托书载明的权利。

股东经通知后既不参加股东会又没有书面委托他人参加的，视为自动放弃表决权。

如有恶意或明显故意不通知部分股东而召开股东会，致使部分股东未能参加股东会时，该次股东会所作决议无效，应重新对所议事项进行表决。

第十五条股东会应对所议事项制作书面决议，出席会议的股东应当在决议上签名。会议记录和书面决议应妥善保管。

第六章 董事会

第十六条公司设立董事会，由甲方担任公司董事长兼任公司法定代表人。公司日常经营支出元以上均需要董事长签字批准。

公司不设立副董事长。

第十七条董事由股东会选举产生。

董事长缺任时，由董事长指定的董事代行董事长的职权。

董事会对所议事项实行三分之二多数成员通过原则。

董事会每季度召开一次，如有重大事项，也可随时召开。

第十八条董事会由董事长召集和主持，应于日前通知董事、总经理、监事，如遇紧急情况，可提前小时通知，如上述人员经两次以上通知且推迟一次会议时间后仍不参加会议，视为自动放弃相应权利，董事会所作决议有效。

董事会会议应制作会议纪要和董事会决议，参加会议人员均

应签字。

第十九条董事会对股东会负责，行使下列职权：

- (一) 负责召集股东会，并向股东会报告工作；
- (二) 执行股东会的决议；
- (三) 决定公司的经营计划和投资方案；
- (四) 制定公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (五) 制定公司的利润分配方案和弥补亏损方案
- (六) 制定公司增加或减少注册资本的方案；
- (七) 制定公司合并、分立、变更公司形式、解散、清算方案；
- (八) 决定公司内部管理机构的配置；
- (九) 聘任或解聘公司总经理，根据总经理的提名，聘任或解聘财务负责人，决定其报酬事宜。
- (十) 制定公司的基本管理制度；
- (十一) 制定公司章程修改方案和说明
- (十二) 在发生战争、特大自然灾害等紧急情况时，对公司事务行使特别裁决权和处置权，并在适当时候及时向股东会报告。

第七章 监事制度

第二十条公司设监事一人，由乙方担任公司监事。

第二十一条监事行使下列职权：

(一) 检查公司财务；

(三) 当董事、经理及其他管理人员行为损害公司的利益时，要求其予以纠正；

(五) 向股东会会议提出提案；

(七) 公司章程规定的其他职权。

第八章 总经理

第二十二条公司设总经理一人，由丙方担任。总经理对董事会负责，负责公司具体经营活动，行使下列职权：

(一) 组织实施董事会决议

(二) 主持公司的经营活动和管理工作

(三) 拟定公司内部管理机构设置方案

(四) 组织实施公司年度经营计划和投资方案

(五) 拟定公司各项管理制度

(六) 提请聘任或解聘公司副经理、财务负责人及其他人员

(七) 总经理列席董事会会议

(八) 决定正常经营所需的财务开支(如单次或一定期限累计超过必要的额度，由董事长签字确认后，决定开支)

(九) 董事会授予的其他职权。

第九章 股东转让出资以及股权转让

第二十三条 公司股东在公司登记后，不得抽回投资，但可依法转让出资。

第二十四条 股东之间可以相互转让其全部出自或部分出资。

第二十五条 股东向股东以外的人转让其出资时，必须经全体股东过半数同意；股东应就其股权转让事项书面通知其他股东征求同意，其他股东自接到书面通知之日起满三十日未答复的，视为同意转让。其他股东半数以上不同意转让的，不同意的股东应当购买该转让的股权；不购买的，视为同意转让。

经股东同意转让的股权，在同等条件下，其他股东有优先购买权。两个以上股东主张行使优先购买权的，协商确定各自的购买比例；协商不成的，按照转让时各自的出资比例行使优先购买权。

第二十六条 股东依法转让其出资后，由公司将受让人的姓名、住所及受让的出资额记载于股东名册，并依法办理工商变更登记或备案手续。

第二十七条 有下列情形之一的，对股东会该项决议投反对票的股东可以请求公司按照合理的价格收购其股权：

(一) 公司连续五年不向股东分配利润，而公司该五年连续盈利且符合分配利润条件的；

(二) 公司合并、分立、转让主要财产的；

(三) 公司章程规定的营业期限届满或者章程规定的其他解散事由出现，股东会会议通过决议修改章程使公司存续的。

第十章 公司增资以及增加股东

第二十八条公司允许按照《公司法》规定增加股东人数，但应依法办理工商登记手续。

第二十九条增加股东的程序、出资额、出资折算比例等具体办法由公司董事会制定方案，交由股东会表决通过。股东有权优先按照实缴的出资比例认缴出资。

第十一章 财务核算及利润分配

第三十条公司依法建立财会制度。具体制度由执行董事或董事会提出方案，报股东会表决通过。

第三十一条公司的会计年度从每年____月____日起至____月____日止。公司的一切凭证、单据、账簿、报表用汉字书写。

第三十二条利润分配是指公司在支出各项费用，依法纳税并提取三金后的纯利润按股东出资比例进行分红，股东的投资逐年以利润分配的方式进行回收，股东不得随意撤回投资。

第三十三条公司注册成立前各股东所花的开办费用计入股东的出资额，股东足额认缴出资的公司依法注册成立后，各项开支计入公司费用，从公司注册资金中支出，股东个人不再承担公司支出费用，股东用于公司正常经营所花的实际费用由公司予以报销。

第三十四条利润分配每个会计年度进行一次，如公司经营亏损，则依法进行亏损弥补。

第三十五条公司应在每一会计年度终了时制作财务会计报告，由董事长于每年____月____日之前送交各股东，如有亏损，应作亏损原因的详细书面说明。

第三十六条财务会计报告必须包括下列财务报表及附属明细

表：

(一)资产负债表

(二)损益表

(三)财务状况变动表

(四)现金流量表

(五)财务状况说明书

(六)债权债务清单，包括发生时间、履行期限、数额、发生原因等项内容；

(七)亏损原因说明书。

第十二章劳动用工制度

第三十七条公司必须保护职工的合法权益，依法与职工签订劳动合同，参加社会保险，加强劳动保护，实现安全生产。

第十三章解散和清算

第三十八条公司营业期限为年，从公司《企业法人营业执照》签发之日起计算。

第三十九条公司有下列情形之一的，可以解散：

(一)营业期限届满或者公司章程规定的其他解散事由出现时

(二)股东会议决定解散

(三)因公司合并、分立、被收购兼并、分立时解散

(四) 公司被依法宣告破产

(五) 公司被依法吊销营业执照

(六) 由于不可抗力的原因，企业组建后连续年亏损，无力继续经营时，经股东会同意，可宣告公司终止并进行清算。

(七) 其他法定事由。

第四十条公司解散时，应根据《公司法》的规定成立清算组对公司进行清算，清算结束后，清算组应当制作清算报告，报股东会确认，并报送公司登记机关申请注销登记，公告公司终止。

第四十一条清算组在清算期间行使《公司法》规定的各项职权，并按《公司法》规定的程序进行。

第十四章 争议解决

第四十二条股东之间出现争议应该友好协商解决，协商不成任何一方可向人民法院提起诉讼。

第四十三条因任何股东违约，造成本协议不能履行或不能完全履行时，除应赔偿公司的实际损失外，守约股东都有权要求其依照本协议第九章的规定将股份转让。

第十五章 其他事项

第四十四条本协议经股东共同协商订立，股东均应在协议上签字或盖章，自公司依法核准注册成立之日生效。

第四十五条本协议未规定的事项，适用《公司法》及其他法律法规的相关规定。或可由订立协议的全体股东协商解决，必要时可对本协议作补充。补充协议必须交审批部门备案。

第四十六条按照本协议规定的各项原则所制定的公司章程为本协议的组成部分，全体股东均应遵守。

第四十七条本协议一式六份，各股东一份，如增加股东，根据实际需要增加。另两份由见证人留存。

白酒员工管理制度篇四

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□、现金结算 □、帐期 天结算 □、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。

白酒员工管理制度篇五

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，通常会为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。

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。

白酒员工管理制度篇六

甲方（卖方）

甲方法定代表人：

甲方授权代表：

乙方（买方）：

乙方法定代表人：

乙方授权代表：

根据《中华人民共和国合同法》及有关规定，甲乙双方本着平等、互利、互惠的原则，就乙方向甲方采购白金礼酒有关事宜达成如下协议：

一、乙方销售地点及商贸名称：

二、供货数量

乙方因年底需求，自本合同签订之日起，不定时，多批次向甲方采购白金礼酒，总需货量约 件，实际供货量高于该约定数量的，以实际供货为准。

三、交易方式

1、在本合同有效期内，乙方指定作为乙方代表，可以口头或书面向甲方订货，有权签收甲方的供货单，乙方对该代表的一切行为均予以认可。

2、除上述代表外，乙方未经书面通知甲方，擅自变更上述授权代表，擅自指定其他人员签收甲方供货单的，不论其有无授权或是否加盖乙方公章，乙方均须对该供货单签收的供货承担全部付款义务，并且不得以签收人员变更或无授权等任何原因拒绝付款。

3、上述乙方授权代表可以用电话、传真、订货单等形式通知甲方所采购白金礼酒的具体品名、规格、数量等。甲方应当按照乙方的发货通知将乙方所需白金礼酒送达双方指定地点，如有特殊原因无法及时送达的，甲方应及时通知乙方。

4、乙方自行提货或甲方的白金礼酒送达之后，应当场予以清点数量，核对规格、品名、价格等，乙方核实确认后须在甲方送货单或供货单上签字或盖章签收，如有质量问题，乙方应在收到货物之日起质量视为乙方确认完全合格。

5、乙方确认：乙方完全认可甲方制作的送货或供货单作为甲乙双方结算的凭证与依据。

6、运输方式及费用负担：

四、价格及结算方式

1、乙方于提（收）货时付款或提（收）货之日起 日内付款的，价格为：

2、乙方提（收）货时未付款的，双方一致确认按照以下价格结算货款：自提（收）货之日起超过 日的，每吨加价 元。

3、付款方式及时间：

五、违约责任

1、若乙方未在上述约定付款期限内付清货款的，甲方有权解除合同，并有权自乙方逾期付款之日起，按总货款每日万分之五计算逾期违约金。

2、在合同履行期内，若乙方更换供应商，应提前15日通知甲方，并于通知到达甲方之日起五日内向甲方付清所有货款，否则，每逾期一日，乙方应向甲方支付所欠款项万分之五的违约金。

3、甲方自提产品未按乙方通知的日期或合同约定日期提货的，应按逾期提货部分货款金额每日万分之五向乙方支付逾期提货的违约金，并承担乙方代为保管，保养货物所支付的费用。

4、因不可抗力因素导致合同无法履行的，双方可终止合同，乙方应于合同终止之日起五日内向甲方结清所有款项，逾期支付的，每逾期一日，乙方应向甲方支付所欠货款总额的万分之五的逾期违约金。

六、争议解决

合同履行过程中发生纠纷，由双方协商解决，协商不成，可向甲方所在地人民法院起诉。

七、其他

本合同一式两份，甲乙双方各执一份，自双方签字盖章之日起生效。

以下无正文

甲方（章）： 乙方（章）：

法定代表人： 法定代表人：

授权代表： 授权代表：

电话： 电话：

甲方单位开户行： 乙方单位开户行：

账号： 账号：

白酒员工管理制度篇七

甲方：

乙方：

为了推动xx庄园大米原浆酒系列白酒代理的销售，并建立良好规范的市场秩序，甲乙双方本着*等、自愿、诚实、信任、互利互惠的原则，经友好协商，就乙方作为甲方生产的五星系列白酒代理商及其相关事宜，达成如下协议：

一、乙方必须具备的条件

乙方应当是经关机构注册和许可的能够完成销售白酒代理任务的单位；

具备履行本协议有关条款的资金能力并在本协议生效时向甲

方一次*纳许可费万元；

乙方注册经营的项目范围必须包括其所代理的甲方产品；

有销售白酒的专职人员并具备销售甲方产品的业务能力；

严格遵守甲方的价格政策及本协议有关规定。

二、代理事项

代理商级别：市代理/县代理；

甲方授权乙方代理的甲方产品为“冰峪庄园大米原浆酒系列白酒”；

甲乙双方的任何一方对另一方的商业行为和法律行为及经营风险不承担责任。

三、甲方的责任、权利和义务

甲方为乙方提供销售所需的白酒生产许可等资料；

支持乙方最大限度占领区域市场；

甲方有权根据本协议的有关规定，监督、检查乙方的协议执行情况；

甲方有义务及时向乙方通报产品白酒价格的调整情况；

甲方不得干预乙方正常的销售行为。

四、乙方的责任、权利和义务

乙方为其所出售产品的第一售后责任人，并独立承担非因产品质量原因所引起的售后责任；

乙方必须明确设立专职人员经营所代理的甲方产品；

乙方有义务收集当地有关信息，并及时反馈给甲方；

乙方不得从非法渠道获得甲方产品进行销售，否则一经发现将按违约处理；

乙方在媒体上公示的甲方产品价格不得低于甲方规定的全国统一零售价格；不得违反甲方产品的体系；乙方在市场促销活动中，不得发布低于统一零售价7折的价格信息；若有违反，甲方有权取消乙方奖励及相关市场支持，情节严重者，甲方有权终止乙方的代理授权。

六、商务体系

订货：

(1)乙方订购甲方产品前，应以电话、传真、电子邮件等形式向甲方发出订购单，明确所需产品的品名、规格、数量等情况。

(2)甲方在收到乙方订货总价款的_____%预付款后立即组织生产，在收到全部货款后方可向乙方发货。

(1)。甲方实行款到发货制度。甲方承诺在收到乙方的货款后，在8个工作日内安排发货。

(1)乙方向甲方所购买的系列白酒除因质量问题外不得提出退货。

(2)如果甲方售出的产品出现质量问题应当予以等价调换，或者以原价向乙方退回货款，由此造成的运输费用及运输风险等由甲方承担。

市场公关及广告宣传

(1) 乙方有义务进行当地市场的市场开拓和广告宣传工作。

(4) 乙方需把广告合同传至甲方处，待甲方确认后，按一定比例进行支持。

七、保密条款

甲乙双方必须对业务往来中的任何重大商情事务对第三方严格保密；

甲乙双方因任意一方的行为对另一方造成名誉、经济等损失，由责任方承担相应责任；

九、法律效力

本协议一式两份，甲、乙双方各执一份，经双方签字盖章后生效；

变更本协议条款中的任何内容，需有双方签字的正式书面更改件；

发生以下任意情况时，可提前解除本代理协议：

(1) 双方协议同意时；

(2) 协议的一方破产被解散或被撤消时；

(3) 协议的一方有损害对方的形象和利益的行为时；

(4) 协议的一方违反协议时；

(5) 发生不可抗力事故使协议无法继续履行时；

(6) 《民法典》规定的其他情况时。

本协议期满后自行终止，如双方有意继续合作可以续签；

甲方(盖章)：

签约代表：

签约日期：

乙方(盖章)：

签约代表：

签约日：

白酒员工管理制度篇八

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。

白酒员工管理制度篇九

签订时间：

合同编号：

采购方： ，以下简称甲方；

供货方： ，以下简称乙方。

根据《中华人民共和国合同法》及相关法律法规之规定，经甲乙双方友好充分协商，本着公平公开、公正自愿的办事原则，特订立此供货协议，以便双方当事人共同遵守，协议具体内容如下：

其他费用。

一、本合同中甲乙双方协商购买的相关商品应依据国家食品、饮品质量监督准则，要求商品质量符合国家硬性规定，符合国家对食品、饮品的流通规则；(质量标准详见附件)

三、商品所应有的包装必须是自身原有包装，不得拆换、填补。

一、合同商品的供货事宜：

(2) 供货方式：乙方作为合同商品的供货商，负责运送货物至甲方使用的地点，其运输过程中的相关费用由乙方承担。

二、合同商品的交货事宜：

三、合同商品的验收：

(2) 商品验收凭证：甲乙双方在当面验收货物后，甲方应当主动开据验货凭证，明确注明商品的数量、质量等级、包装标准等，并应有乙方负责人员的签字盖章。

具体结算方式如下：

四、关于甲方其他相关权利义务可根据《中华人民共和国合同法》的相关规定予以约束及解释。

四、关于乙方其他相关权利义务可根据《中华人民共和国合同法》的相关规定予以约束及解释。

甲乙双方的任何一方由于不可抗力的原因不能履行合同时，应及时向对方通报不能履行或不完全履行的理由，以减轻可能给对方造成的损失，在取得有关机构证明以后，允许延期履行、部分履行或者不履行合同的，并根据情况可部分或全部免于承担违约责任。

采购方：（公章）

供货方：（公章）

法定代表人：

法定代表人：

委托代理人：

委托代理人：

电话：

电话：

20 年 月 日

20 年 月 日