

最新饮料区域经销商合同(精选8篇)

随着人们法律意识的加强，越来越多的人通过合同来调和民事关系，签订合同能够较为有效的约束违约行为。那么大家知道正规的合同书怎么写吗？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！

饮料区域经销商合同篇一

甲方： 乙方：

经双方共同协商，秉着公平合理、互利互惠的原则，决定由甲方供应乙方所订九五水泥砖，为保证供需任务顺利完成，特定如下协议：

二、 交货地点及费用 甲方运送九五水泥砖到乙方的交货地点为_____工地。一切运输费用由甲方负责，乙方概不负责。

三、 交货质量和要求 甲方交付乙方所订九五水泥砖的质量须达到要求，运送水泥砖到乙方工地，须由工地材料员验收、堆码，甲方保证水泥砖数量、质量，如发现数量、质量有问题，乙方不予签收。

四、 结算方式 乙方一次性付清水泥砖款供货期间甲方不得任意涨价或停供，乙方不得以任何理由要求甲方降价。

五、 为了保证乙方的工程建设，甲方必须在规定时间内保质保量供应乙方所需水泥砖，否则将赔偿乙方的损失。

六、 未尽事宜，双方共同协商解决。合同一式两份，甲乙双方各执一份。经双方签字盖章后生效。

甲方（签字） 乙方（签字）

(盖章) (盖章)

_____年____月____日

饮料区域经销商合同篇二

甲方(采购方): _____

统一社会信用代码证: _____

地址: _____

法定代表人/联系人: _____

电话: _____

传真: _____

乙方(供货方): _____

统一社会信用代码证: _____

地址: _____

法定代表人/联系人: _____

电话: _____

传真: _____

为更好地促进双方合作共赢,保障和履行双方的权利及义务,甲乙双方就合作事宜达成以下共识,由双方共同遵守和履行。

一、总则

1、协议有效期：_____年___月___日至___年___月___日。期限届满后如无特殊情况本合同将自动延期一年。

2、乙方授权甲方的销售区域：_____。
(根据公司渠道管理规定执行)

3、乙方授权甲方经销的产品：_____。

4. 甲方签约销售产品___年总销售任务额：_____万元(____万起签)，其中零配件销售额(总销售额1%)：_____万元。

4.1甲方全年任务分解：_____ (每季度为一个销售期)

5、甲方应独立自主经营，未经乙方事前书面许可，不得以乙方的名义进行任何形式的活动。乙方不对甲方在经营过程中所发生的债权债务负责；甲方在经营过程中如发生违法违规行为一切责任由甲方承担，与乙方无关。

6、本协议所指年度为会计年度,乙方拥有对本协议的最终解释权。

二、甲乙双方权利和义务

1、乙方权利和义务

1.1本协议签订后，乙方将向甲方提供产品经销授权书，如发现下述情况，乙方有权取消甲方经销资格并收回经销授权书。

1.1.1甲方连续两个销售期销量少于约定任务5%的。

1.1.2甲方违法违规经营，对乙方造成品牌形象及经济损害的。

1.1.3甲方私自组织货源，经销假冒乙方拥有的任何品牌产品

的。

1.1.4甲方超越授权经销区域、跨地区经营或擅自转让经销权的。

1.1.5甲方泄露乙方技术、商业等机密。

1.1.6甲方由于经营能力和信誉等原因，不适宜继续承担经销责任的。

1.1.7其它违反本协议约定，严重损害乙方利益的。

1.2甲方出现以下情况，乙方有权取消或减少甲方销售折扣、取消甲方经销商资格。

1.2.1各销售期内未完成销售任务。

1.2.2甲方未完成经甲乙双方协议的其他事宜。

1.2.3甲方发生跨越授权区域窜货、低价倾销、网络销售平台乱价行为。

1.3乙方有责任为甲方所在区域招标项目提供支持，相应的销售额计入甲方销售指标内。如报价低于正常价格，需经乙方同意且另行定价并单独结算利润。

1.4乙方协助甲方进行产品的市场宣传及推广，乙方协助甲方在本区域销售渠道和直接用户层面推广产品。

1.5甲方所有涉及产品及品牌宣传等行为，必须经乙方审核同意方可执行。甲方不得进行任何有损乙方产品及品牌形象的行为。

1.6乙方向甲方提供必要的产品销售及技术培训，引导甲方正确、高效地销售乙方产品。

1.7乙方负责协调甲方与乙方其他经销商之间的关系，以保证各方获得应有的利益。

1.8乙方鼓励甲方积极组织或参与乙方产品推广活动，并根据具体情况向甲方提供必要的支持。

1.9乙方有权单方根据市场竞争的各方面动态调整产品的结构、价格及销售政策，并提前通知甲方。

1.10甲方有责任完成每期约定销售任务，乙方根据甲方每期完成任务比例给予甲方折让。

1.11乙方有权按照虎渠道管理政策对窜货或低价倾销行为进行处罚。

2、甲方权利和义务

2.1甲方应积极主动向用户推荐乙方产品，维护乙方公司及产品的信誉。甲方不得以任何形式诋毁乙方公司及产品的信誉，一经发现甲方有上述行为，乙方有权随时终止本协议，并保留追究法律责任的权利。

2.2甲方须配合乙方的市场宣传、行业推广及促销等活动，开拓市场。

2.3甲方须遵从乙方对区域市场的统一管理，甲方有权在乙方的授权区域内销售乙方产品，并享受授权级别的进货折扣。甲方在乙方的授权区域外不享受授权级别进货折扣。若甲方在未经甲方书面许可的情况下，在授权区域外从事乙方产品的销售活动，引起乙方市场混乱，乙方有权不予发货，由此造成的损失由甲方承担，同时乙方保留取消甲方经销资格的权利。

2.4甲方有义务收集当地市场有关信息，及时反馈乙方，并制

订市场推进计划。

2.5未经乙方事先书面同意，甲方在任何情况下，不能将本协议所赋予的权利全部或部分转让予第三方。

2.6甲方应按照乙方评定的信用及账期支付货款，不得以任何理由拖欠和拒付乙方货款。单次《采购订单》连续超过付款时间1天(含1天)，乙方可单方面解除本协议及《采购订单》，取消经销商代理资格，并要求甲方支付相关违约金及赔偿责任。

2.7未经乙方书面许可，甲方不得向乙方工作人员调拨或借出任何乙方的产品，不得向本协议指定的收款账户以外的其他账户支付乙方的货款(任何品牌产品的货款)，乙方不对调拨、借出产品及货款负任何责任。

2.8甲方有权举报本区内发现的非正常货源销售行为，乙方将根据举报信息进行查证处理并给予甲方适当补偿。

2.9甲方不得销售假冒伪劣的乙方产品，一经查实，乙方有权立即取消甲方的经销权，并追究相关法律责任。

2.1甲方必须充分尊重乙方的知识产权(包括但不限于商标、专利、著作权等权益)，甲方不得将乙方的知识产权自行申报任何许可、授权、认证(如将乙方商标申请商号、对乙方专利反向编程或升级改进申报专利等)，若有违反，甲方应承担违约责任，甲方因违反此条约定所获得的权益应归属于乙方。

2.11甲方同意自愿加入乙方的经销商管理体系，遵守乙方的价格体系、乙方的销售渠道管理规定、经销商管理制度等管理规程以及在本协议履行过程中乙方对该等规程的不时修订，乙方可通过邮件、传真、邮寄等方式向甲方公布该等管理规程。

2.12甲方指定下列人员和联系方式为履行本协议的对接人员和联系方式,任何联系信息的变更甲方均应以书面方式提前三个工作日通知乙方,因甲方未能及时通知而导致的后果应由甲方自行承担。

姓名

职务

座机

传真

手机

邮箱

备注

2.13.甲方应当组建销售团队,从事品销售及售后服务。

2.14.如果甲方是____年新签约经销商,甲方保证全年销售品不少于____万元以上。

2.15.甲方有义务维护品价格体系,抵制授权区域的窜货销售行为,并接受虎对已认定的窜货或低价倾销行为的政策处罚。

2.16.甲方有义务配合乙方在出现网络平台乱价情况下,进行统一控货。

2.17.甲方有义务配合乙方的半年度及年度审计工作,将需要的审计询证函等资料按要求提供给乙方。

三、产品配置及报价

1、甲方应向用户提供乙方原装产品及配件。甲方使用非乙方产品的配件向用户供货时应向客户说明，乙方对非乙方产品的配件不承担任何责任。

3、乙方可根据市场及竞争需要进行调整报价，并及时向甲方发布。

4、乙方向甲方报价为经销商价，甲方应对相关信息进行保密。

5、甲方应遵守乙方的报价原则：_____对最终用户的报价，不得低于乙方的经销商价；对外公开报价(包括任何网络报价、媒体报价、自制报价单等)必须按照乙方的“指导零售价”进行报价，如甲方存在任何违反乙方的价格体系，乙方有权取消其产品经销权或终止合作。

6、产品的退换货：_____乙方产品除产品质量问题，不允许退货。所有换货产品，甲方须事前向乙方申报，待乙方书面确认后方可发回换货产品，否则乙方有权拒收该批产品。

四、质量要求

乙方保证：_____甲方向乙方购买的产品符合国家、地方颁发的质量标准和行业标准及相应产品说明书所注明的质量标准。

五、订货、付款及货运

1、订货：_____甲方应向乙方提供加盖甲方公章的《采购订单》(见附件三)

2、运输费：_____甲方一次性订货金额达到____万元以上的，甲方进货的运费由乙方承担，但甲方须采用乙方指定的运输方式。不满足上述条件的发货运费由甲方承担，

货物一经转交第一承运人风险即转移至甲方。

3、付款方式

3.1付款方式按每次订单总价按以下方式履行：_____

说明：

2、尾款：_____甲方自乙方产品交付并经甲方验收签字后的____日内支付。

3.2甲方可采用现金、支票、电汇、信汇、汇票等方式，有效付款时间以款到乙方账号为准。甲方未按照乙方给予的账期付款的，乙方有权按每日万分之三收取利息。甲方须要将应付账款控制在乙方给定的信用额度与信用账期内，信用额度与信用账期以乙方通知为准，对超期或超额的应付账款乙方有权按每日万分之三收取利息。

乙方指定收款账号如下：_____

开户名称：_____

开户银行：_____

银行行号：_____

4、对账要求：_____乙方每月发送对账单给甲方，甲方按月核对并传真签字确认件给乙方，并在每半年度向乙方寄回签字盖章的对账单原件。若甲方拒绝对账或到期未盖章回寄对账单原件的，甲方确认并认可乙方通过快递方式邮寄的对账文件及函件将作为确认双方账目的最终合法依据，同时，乙方享有停止供货及采取进一步法律诉讼的权利。甲方若提供指定收对账单的邮箱，乙方也可通过电子邮件向甲

方发送对账单。甲方指定的邮箱为：_____。

5、验收：_____甲方须在收到货物当场收货，并三个工作日之内验货，甲方应填写《送货单》且由授权签字人确认，并提供给乙方备案，货物一经甲方授权签字人签收，即视为甲方签收。如有产品破损须书面通知乙方，否则视同一次验收合格。甲方收货日期按实际收到货物的日期为准，甲方的验货标准同乙方与直接用户签订的验货标准保持一致。甲乙双方可以其它经双方认可的方式进行货物交付、验收。

六、____市场支持

乙方根据市场需求给予甲方提供适当的市场支持。乙方，，，在甲方达成当期任务比例8%以上，按照经销商星级等级计提销售额1%至3%不等比例作为市场合作基金，用于区域市场推广的基本支持，合作基金使用需依照以下推广类型进行申请，实施后提供使用证明文件和正规发票，以便核销。超出市场合作基金的推广项目，需要提前向乙方申请，经审批通过后可实施。

1、常规广告项目推广方式

2、会议推广方式

3、宣传物料形式

七、产品维修

1、终端产品终身服务

产品实行设计寿命终身服务制；提供技术咨询服务，保修期内出现的非人为故障维修；保修期外及人为故障维修仅收取相应的工时费及备件费。

2、终端产品保修期承诺

补充说明：_____新产品按产品发布时公布的保修期承诺执行；

3、终端产品保修细则：_____ 3.1经虎公司或签约售机单位盖章并完整填写的保修卡或有效的购机发票原件作为鉴定保修期的凭证；(发票应注明主机配件型号、出厂序列号、销售日期、购机金额等)

3.7配件(_____)的保修必须提供完整保修凭证。

3.8乙方所有____产品和未对外授权维修产品必须寄回乙方深圳总部维修。

4、终端产品保修条例

属于以下列情况(但不限于下列情况)不享受保修服务：_____

4.9.1超过保修期；

4.9.2未经乙方授权的维修、改装、拆卸等造成的故障或损坏；

4.9.3未依照“乙方产品用户手册”规范操作导致的故障或损坏；

4.9.4如有下列情况的充电电池：_____ 电池外壳密封有任何破损或有任何启封现象；在产品规定之外的设备或维护条件下进行充电或使用造成的缺陷或损坏。

4.9.5由于使用失误如坠落，挤压，浸水而造成的损坏；

4.9.8乙方标识或产品购买日期无法辨认的产品；

4.9.9正常的磨损。

说明：_____产品保修条例根据国家相关法律法规为依据制定，若有改动，以客户服务中心颁发的保修条例变动通知为准。

八、保密条款

甲乙双方向对方提供的信息，属于双方的商业机密，任何一方不得将其泄漏给第三方，如一方违规，另一方有权终止此协议，并追究相关的法律责任。

九、违约责任

本协议所涉及供货、付款及保密条款的违约责任参照本协议相关条款规定，以甲乙双方受到的实际损失为限；甲乙双方还需履行如下义务，但为了保持良好的合作关系，若甲乙双方任意一方因特殊原因需要延迟，延迟方需将延迟的原因及延迟恢复的最终时间以书面方式通知对方，在未获得对方同意前，延迟方任必须按如下内容履约。

1、若乙方未能按单次《采购订单》向甲方交货，乙方应向甲方偿付违约金，每延迟1日，乙方向甲方支付合同总价的5%作为违约金，直至交货，违约金不超过合同总金额的2%。

2、若甲方未能按本协议付款方式规定对单次《采购订单》付款的，甲方应向乙方支付违约金，每延期一日，甲方按合同总金额的5%向乙方支付违约金，直至付清，违约金不超过合同总金额的2%。

十、法律效力

1、乙方在履行本协议过程中若发现甲方的行为严重违反协议条款、严重违背商业道德和法律、严重损害对方利益的，乙

方可以附上相关证据于一周内书面形式通知甲方终止本协议。

2、甲乙双方在协议终止前两个月内双方另行协商经销权的续约相关事宜，同等条件下甲方有优先续约的权利，同时双方如不再续约需提前半个月书面通知对方。

3、本协议在实施过程中有任何一方存在异议且双方协商不能解决的，经双方同意提交乙方所在地起诉解决。

4、本协议自双方签字盖章日起开始生效。

5、本协议一式两份，双方各执一份具有同等法律效力。上述未尽事宜，经双方协商可签订补充协议，与本协议具有同等法律效力。

附件一：_____《____年经销商价格清单》

附件二：_____《销售任务分解明细》

附件三：_____《采购订单》

(以下无正文)

签订地点：_____

饮料区域经销商合同篇三

甲方（厂家）：

乙方（经销商）：

总则：

根据《中华人民共和国合同法》及有关规定，本着平等互利原则，经友好协商，甲、乙双方达成如下协议。

甲方授予乙方在下列规定的时间、区域、产品范围内的经销权，甲方承诺除非乙方违反本协议规定，否则将不在此范围内另设经销商：

1、经销期限：日至

2、经销区域：省地区（市/区/县）。

1、商超；

2、流通；

3、特通；

4、全渠道）渠道经销商。（注：跨区域的ka□a类连锁系统须由甲方指定方可操作）

4、经销产品：甲方产品。

经销产品的品项、规格、包装及价格（详见附件）：

产品质量及储存条件：

1、质量标准：甲方提供产品符合国家规定的`质量卫生标准（具体执行标准将依据规定标注于产品包装之上，法定标准未规定的指标，参考技术部质量标准）。

2、储存条件：乙方必须将食品产品储存在清洁、干燥、通风良好、无日光照射、温度在5℃至25℃之间的仓库。

3、保质期天数：在甲方规定的条件下储存，保质期以食品产品标定的保质期天数为准。

产品的供应及运输：

1、要货通知：乙方的要货通知应以符合甲方确定的订货单形式提出，甲方发货时间视为交付时间，乙方发出的订货单需标明申请发货时间，未予标明的，视为下达订货单的十五日内为发货时间；如要货计划发生变更的，一般需在发货日前三日内提出，但计划变更额在计划总额5%以内的，需在发货前12小时内提出。

2、要货数量：在汽车送货情况下，一般情况下，乙方应整车要货，数量以运输车辆的载货量为准；在铁路发货情况下，乙方应以集装箱为单位要货。货物交货方式为甲方将货物交付第一承运人，车板交货即视为交付，第一承运人签署的接收文件，视为乙方已接收，货物交付的品项及数量，以第一承运人签署的接收的品项及数量为准。

3、乙方订单汇款，乙方汇款人应为乙方单位主体或乙方法定代表人，如乙方委托他人汇款，则应向甲方出具委托汇款手续，否则甲方可不予认可。甲方交付的产品质量应符合国家标准、行业标准或企业标准（实际执行标准见产品包装标识）。

4、货物由甲方办理运输托运的方式，甲方负责厂内装车费用，运输费用原则上由甲方承担。货物到乙方仓库的装卸及其他费用由乙方承担。但如乙方因货急或其他原因上门自提的，运输费用由乙方承担。

5、货物质量在乙方仓库验收，乙方如发现产品质量问题应及时通知甲方，不得私自处理，甲方将根据实际情况给予妥善处理。

6、货物如因在运输过程中发生的损失，赔偿责任由乙方向责任方提出主张，也可由乙方授权甲方向责任方提出主张。

合同期内乙方应完成的销量任务及奖励方案：乙方在完成或超额完成附件规定的销售任务的情况下有权获得奖励，甲方

将根据对乙方的奖励方案按季度、年度支付奖励金额（具体奖励方案由甲方另行确定）。若乙方未能按季度、年度销售计划完成销售任务，则甲方有权取消对乙方的奖励承诺。

甲方的权利和义务：

- 1、甲方应向乙方出示各种有效证件，如：营业执照、生产许可证、产品检验报告、卫生合格证，并留复印件给乙方存档。
- 2、甲方保证食品产品质量符合国家标准，如在保质期内出现产品自身的质量问题，在经甲方确认后，包退包换，并承担退换费用。
- 3、甲方不承担非产品质量问题引起的退货，乙方主管或下属之商超卖场生退货的，因产品自身质量导致的，由甲方承担；其他原因导致的，由乙方承担。
- 4、甲方有权根据市场的变化调整食品产品的供应价格及建议乙方销售价格并保证提前10天以书面形式通知乙方。
- 5、甲方有权对产品进行更新换代，改变包装形式。
- 6、乙方应在规定的区域内从事经销活动，并对其下属批发商、渠道商进行管理，维护市场秩序和其他经销商的权益；如甲方发现乙方或其下属批发商、渠道商有超越合同区域的冲窜货销售行为，乙方授权甲方有权将根据具体情况给予乙方5000——30000元的处罚，如已严重影响其它区域及市场销售秩序或其他经销商权益的，甲方有权取消乙方的所有市场的政策支持并终止经销合同。
- 7、乙方不得低于甲方建议的销售价格销售食品产品，如因此造成市场问题甲方有权终止合同。
- 8、甲方的销售人员有权监督乙方，管理市场，支持乙方销售。

乙方的权利和义务：

- 1、乙方应向甲方出示各种有效证件，如：营业执照、食品流通许可证、税务登记证、法人代码证及法定代表人身份证，并留复印件给甲方存档；如因国家政策或行政管理而更新上述证照的，需及时向甲方提供新的证照资料。
- 2、货款一般实行款到发货制度，如乙方须赊销的，根据甲方对信用额度审批权限的规定，需由甲方总经理签批赊销信用额度的，经甲方总经理签批后方可发货，需由甲方分管总监审批的，由甲方分管总监签批后方可发货，赊销总量不得超过信用期及信用额度范围。
- 3、乙方应办齐一切当地销售的合法手续，否则出现一切后果由乙方承担。
- 4、乙方必须按合同的约定履行付款义务。
- 5、乙方要确保完成合同规定的销售任务量。
- 6、乙方销售食品产品的价格不得低于甲方建议的销售价格。
- 7、乙方必须每月10日前向甲方提供上一个月乙方重点供货客户名单，销量及存货情况等内容的销售报表。
- 8、未经甲方同意，乙方不得将食品产品销售业务的任何部分转让或委托给第三方。
- 9、及时、有效支付货款义务：乙方应在甲方规定的时间之前通过转帐、电汇或其它方式及时、有效地将货款支付给甲方，货款以甲方经销价计算。

违约责任及合同终止：

- 1、乙方未按合同规定的期限向甲方足额支付货款或乙方未履

行合同内的其它责任或义务，即构成违约，乙方违约的，甲方有权暂停履行本合同项下甲方义务，甲方有权按乙方欠款总值向乙方收取每日万分之五滞纳金，并有权停止按已确认的定货通知发货。如果乙方在收到甲方违约通知后30天内仍未纠正其违约行为，甲方有权终止合同。

2、甲方未履行其在合同规定内的发货义务，即构成违约，乙方有权拒绝购买甲方食品产品，并按应发货值的万分之五向甲方收取违约金。如果甲方在收到乙方违约通知后30天内仍未纠正其违约行为，乙方有权终止合同。

3、因不可抗力造成一方不能履行全部或部分合同义务，可免除全部或部分责任。

4、经甲乙双方协商一致，可在合同有效期满前终止合同。

5、乙方绝不销售与甲方或甲方关联公司产品相同或近似的假冒、仿冒产品，否则视为违约。

6、乙方必须保证产品的良好的售后服务，如因售后服务不到位所造成的市场问题，损害品牌形象、公司信誉的，甲方将根据具体情况，采取相应的管理措施。

保密：

1、乙方不得将本合同中所拥有的权利向任何其它单位透露，如发现乙方不能遵守此条款，甲方有权立即终止合同，并不需要向乙方提供证明材料。

2、乙方应对其在经销过程中得知的甲方的商业秘密和信息严格保密，不得向任何第三方披露。

争议解决：

合同有关的争议，双方应友好协商解决，如果双方在60天内无法解决该争议，则任何一方均有权将该争议提交仲裁机构或法院解决，仲裁地（厂址所在地）。仲裁或法院裁决是终局的，对双方均有约束力。

其它约定：

1、本合同有效期为一年，自年月日，合同自双方公司盖章及合法授权代表签字后生效。

2、未尽事宜，双方可以补充协议形式以确定，补充协议应作为本合同的附件为本合同的组成部分，与合同具有同等效力。

3、对合同的任何修改，均应由双方以书面协议作出，附于本合同后作为补充协议。

4、乙方理解并同意，只有甲方法定代表人及其书面授权的代表有权签订约束甲方的任何合同、协议及其它法律文件，未有上述手续者，其签署的任何文件不得约束甲方。

5、乙方不得向甲方销售人员提供借款、借车、借物等支持。乙方违反此规定，导致发生损失、事故等一切经济、法律责任，概由乙方负责。

6、甲方给予乙方的各种市场活动政策必须是书面的，并经甲方公司总经理级别领导签字同意方为有效，否则甲方将不承担任何责任。

7、对于超出本合同约定的乙方经销产品范围的任何产品，甲方有权另设经销商。基于双方合作良好及对甲方产品的市场开发达成共识且乙方同意追加本合同销售任务，乙方可享有优先经销权。

8、本合同一式三份，甲方执两份乙方执一份。

其他补充条款

甲方（公章□□XXXXXXXXXX乙方（公章□□XXXXXXXXXX

法定代表人（签字□□XXXXXXXXXX法定代表人（签字□□XXXXXXXXXX

饮料区域经销商合同篇四

产品区域经销商合同书

（合同编号：）

产品制造方：北京精杰元科技有限公司（以下简称甲方）

区域销售方：_____（以下简称乙方）

甲乙双方就精杰set牌ets节油器系列产品市场区域销售的相关事项签订如下合同书，共同遵守。

- 1、产品的质量有保障。
- 2、承担款到按时供应并办理运输的责任。
- 3、负责产品营销的免费培训策划指导。
- 4、按时提供样品给乙方，样品提供方式按本合同“特别约定”的有关条款执行。
- 5、为乙方在经销区域内开展业务提供必要的授权与行政支持。
- 6、为乙方提供有关甲方产品宣传的文字及图片资料，供乙方

编制总经销区域内的市场销售资料使用。

乙方责任

1、招商：负责产品在销售区域内的大规模招商策划与组织工作，并力争在短时间内（3—5个月内）发展10家以上忠实于产品市场营销且有一定经济实力的分销网点规模，为确保营销任务完成奠定可靠的组织保障。

4、签约谈判：不断提高产品营销谈判的技巧与水平，加快销售签约谈判的效率，以促进快速发展下一级分销商的成交与销售。

5、编制在所属区域内的、符合当地市场情况的全面而完整的、高水平的产品市场营销手册，以促进各分销系统的销售效率与业绩的不断提升。

6、督促与指挥在当地与各分销商销售合同的履行，协调各分销系统按时付款提货，并向甲方按月通报分销区域内的销售情况。

共守规则

1、定期会晤

3、相互负责

甲乙双方在合作的过程中，均应坚持相互负责的合作精神，认真对待合作过程中面向市场客户的一切承诺与约定，以避免发生不良的经济纠纷与法律责任给双方中任何一方造成损失与危害。

饮料区域经销商合同篇五

产品制造方：_____公司(以下简称甲方)

区域销售方：_____ (以下简称乙方)

甲乙双方就**省**市****公司生产的产品市场区域销售的相关事项签订如下合同书，共同遵守。

1、甲方法人注册登记及相关情况：

地址：_____公司

邮编：_____

法定代表人：_____

电话：_____

传真：_____

开户银行：_____

帐号：_____

税务登记号：_____

2、乙方法人注册登记及相关情况：_____

地址：_____

法定代表人：_____

电话：_____

传真： _____

邮编： _____

开户银行： _____

开户行帐号： _____

税务登记号： _____

3、产品认知认同：甲乙双方均对产品的技术含量与实用性能有共同的认知认同度。

4、市场认知认同：甲乙双方对产品市场推广价值与市场营销的潜力有相同的认知认同度。

5、诚信互助、竭力同心：甲乙双方均同意在诚信基础上，扬长避短、优势互补，共同做大做强产品大规模市场营销，使产品更好地发挥出巨大的经济效益与社会效益。

1、经销区域： _____，甲方同意乙方在上述区域内经销甲方产品，乙方在此区域的经销权是独家总经销(还是非独家总经销)。

1 市级

2 县级

3 专营店级

1、考核销售均以销售金额为主，销售的数量为辅

2、此表仅为参考，根据各个行政区划的经济发展水平与车辆保有量，双方商定的年销售任务与金额为准。

经甲乙双方商议最终确定的乙方在经销区域内的年销售任务为_____，该任务是第一年的销售任务。考虑到第一年市场培育周期等因素的影响，甲方同意乙方第一个年度的销售任务有30_____%的降幅，从第二经营年度开始，乙方每年完成_____的产品销售任务。乙方，首月提货不低于_____件；首年首季度的提货不得低于_____件。

考虑到市场饱和度的问题，如合同期超过三年的，从第四个经营年度开始，甲乙双方视市场情况，共同协商年销售任务的增减幅度。

产品名称：_____、_____（产品功能详见使用说明书）

- 1、产品的质量有保障。
 - 2、承担款到按时供应并办理运输的责任。
 - 3、负责产品营销的培训策划指导。
 - 4、按时提供样品给乙方，样品提供方式按本合同“特别约定”的有关条款执行。
 - 5、为乙方在经销区域内开展业务提供必要的授权与行政支持。
 - 6、为乙方提供有关甲方产品宣传的文字及图片资料，供乙方编制总经销区域内的市场销售资料使用。
- 1、招商：负责产品在销售区域内的大规模招商策划与组织工作，并力争在短时间内(3—5个月内)发展10家以上忠实于产品市场营销且有一定经济实力的分销网点规模，为确保营销任务完成奠定可靠的组织保障。

2、广告宣传：负责在销售区域内，与报刊、电视媒体建立合作关系进行大规模的广告宣传活动，使产品的知名度深入人心，为形成市场热卖抢购之势奠定基础。

3、公关：在销售区域内，开发高层次权威性的各类公共关系资源，为取得市场营销大捷开辟快捷方式的营销通路，并为市场营销奠定良好的社会基础。

4、签约谈判：不断提高产品营销谈判的技巧与水平，加快销售签约谈判的效率，以促进快速发展下一级分销商的成交与销售。

5、编制在所属区域内的、符合当地市场情况的全面而完整的、高水平的产品市场营销手册，以促进各分销系统的销售效率与业绩的不断提升。

6、督促与指挥在当地与各分销商销售合同的履行，协调各分销系统按时付款提货，并向甲方按月通报分销区域内的销售情况。

1、定期会晤

甲乙双方在本《经销商合同书》签订后的履约期间，双方一致同意每月或不定时进行会晤，相互交流，研究对策，总结经验。

2、友好协商

3、相互负责

甲乙双方在合作的过程中，均应坚持相互负责的合作精神，认真对待合作过程中面向市场客户的一切承诺与约定，以避免发生不良的经济纠纷与法律责任给双方中任何一方造成损失与危害。

4、信守合同

甲乙双方一定要坚持“两个信守合同”：一是要信守共同签订的本合同书的各项条款所约定的责任与义务；二是要共同信守面对市场的销售合同书各项条款所约定的责任与义务。为客户提供圆满的服务，以取信于客户与市场。

1、乙方应及时将银行汇款单传真给甲方，以备甲方作为发货依据及查证之用。

2、如果甲方货源供应紧张，乙方应提前15天订货，并支付当批货款_____%的订金，在甲方发货给乙方时，乙方电汇支付另_____%的余款。甲方收到全款时立即给乙方发货，并将发货凭证(铁路托运单)传真给乙方，乙方凭传真到当地铁路火车站提货，铁路运费甲方负担。

3、在乙方经销的区域内，甲方不得直接单方面再与第三方签订任何销售合同书。(双方另有协商约定的除外)

4、乙方也不得未经甲方同意，而单方面跨区域签订销售合同或销售产品，也不得销售与甲方产品同类并形成相互竞争的产品。

5、乙方在销售业务活动中，要始终坚持维护甲方的产品商誉与企业形象。同时，还应监督所销售区域内的各分销商共同维护甲方产品的商誉与企业形象。如发现有损甲方产品商誉与企业形象的任何行为与现象，必须及时纠正并妥善处理。如需要甲方支持时，必须及时通报甲方，并提出支持处理的方案意见供甲方参考。

6、价格保密：价格在市场营销链中是一个非常敏感的问题，也是属于高度的商业机密之一。因此，甲方在对来自乙方签约的经销区域内的电话咨询答复时，只能对外告知零售价一个价格，以免无意中泄露价格底牌，而造成乙方在销售区域

内开展工作时的被动与价格混乱。

7、甲方新开发的同类更新换代产品，在乙方经销区域内，并在同等条件下应由乙方销售。但需以另签的相关合同书为准。

8、甲方要求乙方在授权经销区域内，应发展各级分销商或代理商，其任务是3个月内发展_____家分销商、半年内发展_____家分销商、一年内发展_____家分销商。(分销商可以是大型汽修厂连锁总店，也可以是各类经销商)

9、样品试用采用先买后送的方法供应，乙方按市场零售价的50_____%将样品款汇至甲方账号后，甲方即发样品给乙方。待乙方首次提货时甲方按乙方购买样品数量赠送等量产品给乙方。样品购买量限_____元以内。

10、质保退货约定

因产品出现下列三种情况中的任何一种，并由退货人经鉴定确认后(以书面鉴定报告为准)可以退换产品：

(1)

(2)

(3)

1、甲乙双方共同签订的供销价格表(以下简称价格表)作为互利标准的依据。价格表以本合同附件单独签定并另行保存。

2、价格表的基准价至乙方批发价(或零售价)之间的差价部分为乙方的收入，但乙方必须执行双方签订的价格体系，不得擅自提价和降价。否则，对扰乱市场价格的违约行为必须承担违约责任。

1、本合同约定的各项责任，甲乙双方均应认真履行，任何一方不履行均视为违约，违约方必须承担违约责任。任何一方违约情节严重的，守约方有权单方面终止本合同并追究相应的违约赔偿。

2、因违约造成守约方直接经济损失的，应承担赔偿守约方实际经济损失的全部金额。

3、违约方因违约行为间接造成的损失，应本着实事求是的原则，科学准确的评估，也应如实向守约方作出相应的赔偿，其评估依国家规定的评估机构的评估结论为准。

1、合同有效期：_____本合同有效期为_____年，自_____年_____月_____日起至_____年_____月_____日止。合同到期前60天，乙方完成销售任务的有续签合同的优先权。合同到期甲乙双方不再签订延期合同时，即视为合同到期自行终止。

2、本合同一式二份，甲乙双方各执一份，经甲乙双方代表人签字盖章后正式生效。

3、双方在本合同有效期内签订的销售合同，在本合同终止时仍未执行终结的，甲方应继续保持供货，支持乙方在销售区域的分销商完成该类合同的供销任务。乙方的权益顺延至该类合同终止时止。但乙方签订的分销合同的期限不得超过本合同有效期90天。

4、合同在执行中，如有未尽事宜，在双方协商一致的基础上，可对本合同修改补充完善。修改补充协议一经双方正式签订后，修改补充协议条款与本合同不符的条款，以修改补充协议为准，其余条款仍按本合同执行。所有签订的补充协议均以正式文本为准，口头协议无效。

5、本合同附件《销售价格表》是本合同的组成部分，与本合

同具有同等的法律效力，任何一方均不得在双方未能一致同意前，擅自在销售业务中修改或变更，否则视为违约。

6、遇不可抗力事件发生，使本合同无法继续执行时，双方依照《中华人民共和国民法典》相应规定处理。

甲方：_____ (盖章) 乙方：_____ (盖章)

签字：_____ 签字：_____

签定日期：_____ 签定日期：_____

饮料区域经销商合同篇六

乙方：

_____ 签订日期：_____

乙方：

_____ 甲、乙双方本着互惠互利原则，就乙方销售甲方代理的签订本协议，具体条款如下：

第一条 特约分销权 甲方确认乙方为饮品武汉市特通渠道批发商，取得约定通道(市a□b类酒店)的批发销售权。

第二条 价格与结算

1、价格体系：(单位：_____元/件)

第三条：结算方式现款现货。

第四条：促销政策(详见当月)。

特拟前一个月为市场培育期，甲方承诺：乙方一次性提货—

件，赠送一件作为市场支持(期间不参与业绩考核)。

第五条：销售指标及返利奖励：本协议期内乙方的销售指标为_____元(人民币)，完成指标，按总销售额的_____给予返点奖励(以货物形式)。

否则，不享受返点奖励。

1、在乙方提出要货_____个工作日内(含)内，将所要的货物及时送达。

2、甲方负责维护武汉市场价格秩序，保证价格体系稳定，不得在乙方的特通渠道方圆_____米内出现价格紊乱。

第八条：乙方责任及承诺

1、乙方必须从甲方进货，不得从别处调货冲击武汉本地市场，否则不享受甲方提供的任何政策，并追究其违约责任。

饮料区域经销商合同篇七

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。

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。

1、甲方授权乙方经销甲方_____产品。

2、甲方授予乙方_____的销售区域仅限。

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。

甲方出售的商品必须符合国家标准、行业标准，甲方保证其获得所售商品途径的合法性并保证自身拥有该商品完整的所有权及处分权。

乙方于本协议生效后_____日内足额付给甲方货款，甲方收到款项后于_____日内按要求付商品并开具发票，运费及货物在途风险由甲方承担。货到后经乙方验收无误后，货物所有权发生转移。

1、结算方式原则为现结，货款数额以发货单为准，即货款当面兑付。

2、结算方式为批结的，即第二次送货时结清第一次的货款，货款数额以发货单为准，结款期限最长不得超过_____日。

3、双方同意月结的，每月_____日为对帐日，每月_____日为兑款日，结款数额为对帐单的全部金额。乙方不能按时兑现货款，经甲方催告后仍未兑现的，甲方有权暂时停止供货，待货款结清后继续供货。

4、双方确认：甲方工作人员向乙方收取货款。

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、甲乙双方签定合同时，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。

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_____家，酒楼_____家(附终端明细目录)，产品进入所有终端网点铺货覆盖率第一个月应达到_____%，第二个月以后保持在_____%以上，每月建设堆头、端架的商超数量应保持在商超总数量的_____%以上，经甲方确认。

2、乙方在经销期内必须完成销售任务_____万元人民币(按实际回款额计算)，其中首批回款_____万元，月度销售比例及任务如下：_____ (单位：万元)。

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，按合同约定完成终端铺货，建设商超堆头、端架。若在合约期内乙方连续累计无法完成两个月度销售任务，或不能按合同约定完成终端铺货数量和商超堆头、端架建设数量，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、终端铺货率、商超堆头建设数量，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。

- 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。

参与公司经销商级别评定，兑现奖励。

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。

- 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。

1、如果甲方发生下列情况之一时，乙方有权单方解除合同。

(1) 甲方不能按照合同及时供货影响了乙方的正常经营。

(2) 甲方提供假冒、伪劣的产品被顾客投诉，确认属实。

2、如果乙方发生下列情况之一时，甲方有权单方解除合同。

(1) 乙方不能按双方约定按时支付货款连续超过两个月的。

(2) 乙方经营的主要财产或经营业务转移、转让及资产或信用方面发生重大变化，丧失经营能力的。

(3) 甲方为乙方唯一指定供货商，如乙方从其他渠道供货，则甲方有权收回对乙方的全部奖励和赞助费用。

3、乙方未按照约定支付货款的，甲方有权要求乙方支付违约金，支付甲方_____%的违约金。(金额以对帐单/发货单为准)

4、如双方任何一方违反本合同，本合同将自动失效，违约方应赔偿由此给对方造成的经济损失。双方任何一方如因单方因素，要求停止履行合同，应提前一个月通知对方。否则应视为违约，应赔偿由此给对方造成的经济损失。

1、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。

2、本合同一式_____份，双方各执_____份，具有同等法律效力。

甲方：

代表人：

签约时间：_____年____月____日

乙方：

代表人：

签约时间：_____年____月____日

饮料区域经销商合同篇八

甲方：

乙方：

为保护甲、乙双方的合法权益，根据《合同法》，经协商一致同意签订本合同。

一、甲方向乙方订购下列产品：

二、以上产品不含运费。

三、付款方式

现金支付或汇入乙方指定的银行账户。

四、乙方收到甲方全部货款后开具17%增值税普通发票。

五、质量保证

1. 乙方应按合同规定的产品性能、质量标准向甲方提供未经使用的全新产品。

2. 乙方提供的产品在非人为损坏的情况下保证五年之内免费

保修，若为人为损坏则收取适当的维修费用。

六、交货

乙方在收到甲方全部货款后七个工作日内发货。

七、运输方式

乙方委托物流发到甲方所在城市货运站，并在发货当日将发货单传至甲方(应注明型号、数量等)，甲方凭收货人的有效身份证件到货运站自行提取。产品在运输中造成破坏、丢失等由乙方免费更换新产品，所造成的额外运输费用由乙方承担，并由乙方向上承运方索取赔偿。

八、违约责任

甲、乙双方任一方发生的违约行为按国家相应法律承担责任。

九、不可抗力事件处理

在执行合同期限内，任何一方因不可抗力事件所致能履行期可延长，其延长期不可抗力影响相同。不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威出具的证明。不可抗力事件待续七天以上，双方应通过友好协商，确是否继续执行合同。

十、仲裁与诉讼

双方在执行合同中所发生的一切争议，应通过协商解决。如协商不成，可向双方仲裁委员会提出仲裁，或由双方人民法院审理。

十一、合同生效及其它

1. 合同经双方签章后生效。本合同壹式贰份，甲乙双方各执

壹份

2. 合同在执行中，如需修改或补充内容，需经双方同意，共同签署书面修改或补充协。该协议将作为合同不可分割的一部份。

甲方(盖章) 乙方：(盖章)

代表签字： 代表签字：