

最新自愿离婚协议书男方净身出户有效吗 (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。那么一般合同是怎么起草的呢？下面是小编为大家整理的合同范本，仅供参考，大家一起来看看吧。

品牌授权合同篇一

乙方：_____

_____公司（以下简称甲方）
与_____公司（以下简称乙方）经友好协商，在平等、自愿、信任、互利的基础上，根据中华人民共和国有关法律和《中国直投品牌授权管理办法实施细则》，就乙方获得甲方“中国直投授权使用”事宜，达成如下协议：

甲、乙双方各自_____承担民事责任，相互之间无归属关系。

甲方按《中国直投品牌授权管理办法实施细则》向乙方提供相关直投相关资料与培训。

甲方同意乙方使用“_____”、“_____”、“_____”品牌。

乙方在开展中国直投网的电子商务收入归乙方所有。

甲方在为乙方提供相关培训管理[iso9001]投递资料、品牌使用后要占有乙方赢利后的_____%股份。

甲方有权参与乙方的`投递管理工作指导。

乙方在每年_____月向甲方提供财务报表，并结算利润分配。

甲、乙双方如有争议时，应以协商形式予以解决。协商不成时，双方可以在对甲方有管辖权的人民法院提起诉讼。

本品牌授权使用协议期限为_____年，自_____年_____月_____日起至_____年_____月_____日终止。本协议终止后，乙方不得以任何形式继续使用“中国直投”品牌，否则应承担侵权责任。协议期满后，甲、乙双方如愿继续合作，可延长合作期，由甲、乙双方另签协议确定。

本协议一式两份，甲、乙双方各执一份，由双方签字、盖章后生效。《中国直投品牌授权管理办法实施细则》作为本协议附件，是本协议不可分割的组成部分，具有同等约束力和法律效力。

品牌授权合同篇二

甲方：_____ (以下简称甲方) 乙方：_____ (以下简称乙方)

经双方友好协商，甲方授权乙方在_____区域以_____级分装厂的方式生产销售甲方的_____产品。

一、甲方对乙方的各项义务：

2. 为乙方提供全套营销方案，全套的管理方法和经验；
3. 为乙方提供产品生产、销售、施工指导手册；
4. 为乙方技术人员提供技术培训，学会为止。

5. 也可根据乙方要求提供长期驻厂技术、生产、销售、管理骨干人员，驻厂时间长短及费用由甲乙双方商议决定。

7. 甲方不以任何方式将产品销往乙方的销售区域。

8. 甲方为乙方提供有利于产品销售的咨询和服务，并在“_____网”为乙方宣传，每年宣传费在_____元以上。

9. 指派专人到乙方公司不定期现场协助生产、销售、管理工作，并积极配合乙方办好促销活动及宣传。

10. 甲方在得到乙方要求安装设备的正式通知后，必须于15个工作日内完成分装厂的设备安装调试并生产出合格的产品，否则甲方将向乙方赔偿每天_____元的延误金。如果是乙方提供的场地、供电、供水不当所造成的延误不属于甲方的责任。

二、乙方享受的权利及对甲方的义务：

1. 甲方授权乙方为_____区域的独家分装厂、代理商。乙方享有在该区域的独家生产、销售权，享有甲方新产品的优先使用权，并在价格上享受特别优惠。

2. 乙方成为指定分装、代理商后，在乙方区域内，甲方不得授权第二家代理商或任何经销商。甲方不得以任何方式将该系列产品销往乙方代____区域。否则甲方将向乙方赔偿所有损失。

3. 乙方享有“_____”注册商标及“区域的独家分装”、在_____区域的独家使用权。

4. 乙方享有自行经营管理_____区域的独家分装厂的全权。

5. 乙方投资形成的分装厂的资产归乙方所有。

6. 乙方向甲方交纳技术保密费_____元，品牌授权使用费每年_____元，预交_____年品牌授权使用费共计_____元。签定本合同后即一次性向甲方交纳订金_____元，甲方为乙方保留_____区域做代理、办分厂的优先权，至_____年____月____日，_____年____月____日乙方应向甲方交清余款_____元，否则甲方有权取消为乙方保留的_____区域做代理、办分厂的优先权，并从乙方所交纳的定金中扣除_____元作为甲方的商机损失赔偿金。

7. 乙方向甲方订购生产设备_____型_____套，单价_____元，_____型_____套，单价_____元，合计金额_____元，乙方签定本合同后_____年____月____日向甲方交纳预付款_____元，设备运输由甲方负责运抵_____区域，费用由甲方承担。待甲方派技术人员在乙方的分装厂按指定的期限内将设备安装调试完成并生产出合格的产品后，乙方在三天内即一次性向甲方结清余款_____元。如甲方收不到余款，甲方有权收回乙方的所有授权和停止向乙方供应原材料、包装、宣传品。

8. 产品的原材料、包装、宣传品供应结算价格见附后的《_____公司原材料、包装、宣传品价格表》。此价格表与本合同具同等法律效应。

9. 乙方组织专职生产、销售人员开展工作，产品生产及市场推广，制定工作计划，每月定期向甲方反馈市场信息。

10. 双方签定协议后，甲方将现有的_____地区业务清单交付给乙方。凡在乙方区域内的电话咨询及批零业务，甲方将及时转交给乙方，由乙方操作来完成产品的生产、销售、服务。

11. 优先成为_____公司其它各类新产品、新项目在当地的代理、推广商。

12. 甲方鼓励以质量优、服务好来赢取客户，经销商都有义务维持正常的市场销售价格，禁止跨区域销售产品。否则甲方将收回乙方的所有授权和停止向乙方供应原材料、包装、宣传品。

13. 乙方在与甲方的合作期内必须使用甲方的“_____”注册商标及“_____”商品名，否则甲方将收回乙方的所有授权和停止向乙方供应原材料、包装、宣传品。

14. 甲方按收到乙方的订货单传真或信函，在乙方货款到帐后三个工作日内将货发往乙方指定交货地点，由乙方指派专人签收并加盖乙方公章或收货章。

三、结算方式：乙方向甲方下达订货单(通过传真)，甲方确认订单;全款全货。交货时间：乙方下达订单后三个工作日内甲方将货品发往乙方指定地点。交货方式：双方协定。

四、售后服务：甲方对设备保修_____年，如属产品质量问题6个月内包换。

五、协议期限：甲乙双方合作期为_____年，自_____年____月____日至_____年____月____日，期满后，此协议自动失效，若需续签合同时，乙方需提前_____天申请办理续签手续，乙方在该地区享有优先续签权。

六、本协议旨在促进双方的贸易往来，在平等互利的原则上达成。如在执行过程中对与本协议有关的问题存在不同看法和见解，应首先通过友好协商解决，如通过协商未能达成一致，可通过_____仲裁委员会仲裁。

七、本协议及附件一式四份，均为正式文本，具备同等法律

效力。对于本协议及附件未约定的内容，以订购单为准。

乙方(盖章)： _____ 代表(签字)： _____

代表(签字)： _____ 帐号： _____

帐号： _____ 开户行： _____

开户行： _____ 电话： _____

电话： _____ 传真： _____

传真： _____ 地址： _____

地址： _____ 年 ____ 月 ____ 日

_____ 年 ____ 月 ____ 日签订地点： _____

签订地点： _____

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

品牌授权合同篇三

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：

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。

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、生锈不在甲方质量保证技术保证范围内。

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。

4.1如果是甲方与乙方用户直接签署供货及服务合同的，甲方根据合同价格、付款进度确定乙方的代理费用。在保证正常付款前提下代理费用计算方法为：

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

4.1.1根据乙方用户付款进度，甲方返还乙方相应的代理费用，返还进度如下：

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.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.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。

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。

为支持乙方拓展所在区域市场，甲方承诺在广告技术住处等方面对乙方提供以下支持：

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. 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。

8.1 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 在代理区域内，乙方应保持甲方产品市场占有率的持续提高，包括用户认知(内容不受此限)：

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。

9.1 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。

甲方：乙方：

法人代表：法人代表：

日期：日期：

品牌授权合同篇四

权利人：_____（以下简称为甲方）

地址：

被授权方：_____（以下简称为乙方）

地址：

甲、乙双方为发挥各自优势，联合开拓甲方之_____白酒的销售市场，根据《中华人民共和国合同法》，双方本着诚信、开拓市场、互利互惠、共同发展的原则达成协议如下：

一、销售关系

1、甲、乙双方根据本合同确立销售关系，不经甲方书面特别授权，乙方只有销售甲方产品的权利，乙方无权代甲方做出任何承诺或立下任何债务。

2、乙方与甲方的合作性质为_____经销商。

二、销售区域、期限

- 1、乙方销售甲方产品，仅限于在_____（以行政区域划分）内进行销售，不得擅自超出该区域进行销售。
- 2、乙方若需开辟其它区域市场，须征得甲方书面同意和授权。
- 3、销售期限：从_____年___月___日至_____年___月___日。

三、销售产品

- 1、销售产品为甲方现有_____等系列产品(以下简称产品)，质量及包装标准以产品生产企业标准为准。
- 2、甲方开发其他新产品，将另行通知乙方具体销售政策，经甲、乙双方同意后可另行签约或以本合同为准。
- 3、乙方同意按照双方约定的价格体系销售产品。

四、销售目标

- 1、乙方在本合同有效期限内进货金额不得低于_____万元年。
- 2、乙方须完成销售目标，如乙方连续___月购货低于销售目标金额的_____%，或至该月累计未完成目标的_____%时，甲方有权单方终止合同。

五、付款方式

乙方向甲方订购产品需将订货总金额的全额货款以现金或汇票先行汇入甲方指定账户。

六、交货和运费方式

风险提示：

一般货物毁损、灭失风险随货物所有权转移而转移，属于动产的货物在所有权交付时转移。如：在合同中约定交货地点为供方的`仓库，则意味着该货物一旦出库，其毁损、灭失的风险则转移到需方处，因此，在签订合同时，对于交货地点的选择上，应慎重对待。

如果货物送往本地，当明确约定送货地点，这关系到纠纷处理时法院的管辖；如果货物送往外地，则尽量不要写明，而应争取约定由本地法院管辖。

此外，合同中应列x收货方的经办人的姓名(签名样本)。这样做的目的是防止经办人离开后，对方不承认收货的事实，给诉讼中的举证带来困难。

1、交货时间：甲方在确认货款到账后十天内发出货物，若乙方订货超过_____件，甲方以不影响乙方销售为原则分批分期发运。

2、运输工具：经甲乙双方同意以经济安全的运输工具为主，运输手段和工具的选择由甲方决定，但一天以上的长途运输工具以火车运输为主。

3、费用承担：本合同所列双方结算价格已包含货物运到乙方所在地最近铁路到站运费以及货运保险，到站后费用，如中转费、掏箱费、装卸费、短途运输费等均由乙方自行承担。

4、提货验货：乙方提货时，货物破损低于_____为正常运输破损，损失部分由乙方自行承担，如货物破损超出_____，应凭铁路部门和保险公司有效证明文件____日内书面通知甲方，甲方协助乙方进行索赔，超过____日视为乙方无异议。

5、乙方在领货凭证上签收后，产品所有权即从甲方转到乙方。若无甲方书面签章公文许可，甲方任何人员不得随意调货或借货。乙方在经营过程中因铺货及货款回收风险等均由乙方自行承担。

6、乙方收到甲方货物后必须出具加盖乙方公章的收货确认书(传真或邮寄)给甲方，并详细列x所收货物品项、数量及金额;收货后____日内未通知甲方，视为甲方交货正确。

七、甲方的权利和义务

1、权利

(1)对乙方的经营状况，价格执行情况、货物流向有权实施监督管理。

(2)对乙方的经营管理进行指导，如发现乙方在市场运作中有不规范或配合不力的情况，有权向乙方提出合理建议，直至终止合同。

(3)乙方如有违反本合同规定之条款，甲方可以书面形式通知乙方解除合同，并追究乙方违约责任。

(4)甲方可根据市场情况和成本调整产品价格。甲方调整产品价格无需事先征得乙方同意，对乙方对于调整产品价格提出的任何主张不承担责任。

2、义务

(1)甲方提供的产品必须符合中华人民共和国白酒行业产品质量生产标准，并保证长期、稳定的产品质量。

(2)协助乙方做好市场营销工作。

(3) 兑现以书面形式所承诺的各种支持、包括给乙方的补偿、奖励、促销品、广告及营销推广支持。口头承诺无效。

(4) 按照乙方的订货要求(货款到甲方账户后)，双方约定的交货地点发运。

(5) 如产品滞销是由于甲方供货延迟或根据合同约定甲方提前终止合同时，乙方剩余产品由甲方按原到岸价(根据甲方供货时出具的单据，货号 and 批次确定)全部收回，使乙方真正实现零风险经营，但包装必须完好无损(以件为单位)

(6) 甲方调整产品价格时，须提前一个月以正式书面通知乙方，书面通知应作为合同附件存查。

八、乙方的权利义务

1、权利

(1) 如因甲方产品质量原因，乙方可以书面形式向甲方提出退货，经国家质检部门确认后，可以退货。

(2) 有权提出对推广市场有益的经营建议。

(3) 甲方如有违反本合同规定之条款，乙方书面通知甲方，甲方在____日内据具体事宜进行书面答复，若甲方在约定的时间内不做出书面答复，乙方可以书面形式通知甲方解除本合同。

2、义务

(1) 乙方必须指派专人负责甲方产品的销售，合同签订后____日内，组建_____人以上的营销队伍，配送工具应即时到位，并制定和完善各项管理规章制度，迅速提高服务终端能力。

(2) 乙方应缴纳一定金额的市场管理保证金，按照甲方规定的价格、在双方协议的销售配送区域内销售，不得擅自越区销售和低价销售。

(3) 产品销售应严格执行双方签订的产品通路价格，如需调整价格应以甲方正式书面通知为准，严禁低价恶性倾销或刻意高价销售。

(4) 乙方不得销售假冒甲方产品及成__系列产品商标、专利之任何侵权产品，如发现有假冒伪劣产品出现，应在及时用书面形式通知甲方(传真或信函)，并协助甲方进行打假活动。

(5) 乙方应积极、主动地搞好营销工作，努力完成双方确定的集团购货销售任务。

(6) 做好促销活动的协调、配合工作，包括各职能部门及终端的协调，协助对活动礼品、品尝酒、形象小姐的管理。

(7) 严格执行双方确定的任务量和各月订货计划，并作好市场销售预测，确保足够的产品库存，防止市场断货现象发生。

(8) 严格按照合同确定的终端数和目标进行铺货。

(9) 乙方应按月提供产品销售报表、库存及对乙方进行考核所需的资料。

(10) 乙方与终端签订销售协议时，必须明确给终端配送的白酒产品，应包括_____所有系列酒，并主动协助成__系列酒的销售。

(11) 乙方应收集或配合甲方人员收集的当地市场动态，竞品信息、资料传给甲方。

九、市场管理保证金和保证金管理

1、乙方承诺应在合同签订后_____天内向甲方缴纳市场管理保证金_____万元，未按期缴纳保证金本合同自动终止。

2、保证金扣除

(1)乙方不得将产品销到批发市场，如发生，甲方

第一次有权扣除乙方保证金的_____%，

第二次有权扣除_____%，

第三次有权扣除全额并终止销售协议。

(2)乙方应按双方约定价格向各级客户销售产品，如低于该价格，

第一次甲方有权扣除乙方保证金的_____%，

第二次有权扣除_____%，

第三次有权扣除全额并解除销售协议产品授权销售合同产品授权销售合同。

(3)乙方不得将产品销售到约定区域以外的市场，如发生，

第一次甲方有权扣除乙方保证金的_____%，

第二次有权扣除_____%，

第三次有权扣除_____%并解除双方的销售协议。

(4)乙方将甲方产品与仿冒、假劣产品搭配销售，或恶意低价销售冲击甲方重点市场的，甲方有权一次性扣除乙方全额保证金并解除双方销售协议。

3、对乙方市场管理保证金的扣除，不影响甲方对乙方违约行为和侵权行为所造成的损失依法追究其法律责任的权利。

4、市场管理保证金不计息。

5、市场管理保证金退还：如乙方在合同期内无上述违约行为，甲方应于合同终止后_____天内全额返还乙方保证金；否则，双方在合同终止后____日内结清余下保证金。

十、商标及其它知识产权

甲方的注册商标、专利、公司名称等一切知识产权，均属甲方所有，虽有本合同签订，但甲方并未授权乙方使用甲方注册商标、专利、公司名称以及其它甲方所享有的知识产权，除经甲方书面许可，乙方不得擅自使用，否则，方将依法追究乙方侵权责任。

十一、签名及盖章

1、本合同或本合同的补充协议(或附件)及在履行本合同过程中对双方权利义务所达成的新约定，均应为书面形式并有甲、乙双方法定代表人或其授权人签署，并加盖合同专用章或公章；否则，该合同或文件无效。

2、所有甲方驻乙方区域业务人员或其他人员的行为必须以本合同为准，对超出本合同约定且无甲方特别授权的任何行为产生的后果，甲方不承担相应的法律责任；甲、乙双方均不得以对方业务人员或其他公司员工的口头承诺作为改变本公司约定事项的依据，若确需增加内容，须经双方同意，且以书面形式补充加盖公章作为合同附件。

3、乙方在未取得甲方书面盖章公文同意时，任何甲方人员向乙方的借贷行为均属于其个人行为，甲方不承担任何由此产生的一切后果和责任，乙方有权向该个人追索其个人欠款。

4、本合同签订之日起____日内，乙方向甲方汇出首批进货款，超过期限视为自动放弃，本合同自行终止，经双方协商、确定首批进货金额不低于_____万元。

十二、违约责任

1、乙方违反本合同关于价格____区域的约定，可以根据第九条的约定处理。

2、双方的任何一方行为构成为违约，对方可以依法追究其违约责任。

3、解除合同的书面通知到达对方，合同解除。约定以外的其他原因需要解除合同，必须经双方协商一致，否则视为违约，赔偿对方因此所受的损失。

4、其它违约责任按《合同法》的相关规定执行。

十三、其他

1、本合同经双方法定代表人或授权人签名并加盖合同专用章或公章后生效。本合同生效后，将取代合同生效前的双方的所有洽谈协议和以前甲、乙方签订各类合同和约定。

2、本合同未尽事宜，双方协商形成合同附件，并经双方签字盖章后具有同等法律效力。

3、如甲、乙方在经营合作过程中发生争议和纠纷，应友好协商解决，如协商不成，双方同意由甲方所在地法院管辖。

4、本合同(连同附件)一式_____份、甲方、乙方各持_____份，具有同等法律效力。

甲方：

法定代表人：

联系方式：

签约时间：_____年____月____日

乙方：

法定代表人：

联系方式：

签约时间：_____年____月____日

品牌授权合同篇五

法定代表人：

地址：

乙方□_x

地址：

身份证号：

现经双方协商，就甲方聘请乙方担任甲方公司品牌顾问达成以下协议：

一、甲方的职权

- 1、甲方有权聘请或解聘乙方为甲方的品牌顾问；
- 2、甲方有权对乙方履职情况进行考核；

3、甲方有权对乙方履职时违反法律、法规或者本合同的行为进行监督；

4、甲方对乙方损害公司利益的行为有权要求乙方予以纠正。

二、甲方的义务

1、支持乙方依本协议书的授权开展工作；

2、按时足额地给乙方发放顾问费，在乙方任品牌顾问期间每月顾问费为人民币两千元整。

三、乙方的工作范围

1、负责公司的形象策划、品牌宣传，提升公司品牌知名度；

2、论证并制订公司的营销策略；

3、完善并实施公司的营销方案；

4、拓展公司的经营客户；

5、构建并维护公司的销售网络；

6、建立并完善公司营销管理制度、人力资源管理制度；

7、公司总经理授权的其他工作；

四、乙方的义务

1、勤勉尽责地履行本合同约定的工作范围内的各项事务；

2、维护公司利益，不得利用在公司的地位和职权为自己谋取私利；

3、不得泄露公司的商业秘密；

4、履职时违反法律、法规及本合同的规定，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

5、及时总结、调整公司的营销工作，乙方承诺确保公司年度达到年销售额万元以上，年度达到年销售额万元以上，年度达到年销售额万元以上。

五、聘用期限：

甲方聘请乙方担任公司品牌顾问的期限为年月日至年月日。

六、奖励措施

1、乙方全面开展约定的工作，切实履行约定的义务，甲方以年营业额的1%作为奖金奖励乙方，上述奖励在支付，个人所得税由乙方承担。

2、乙方协助甲方在年年底达到公司年销售额：万元以上，甲方股东赠与乙方5%的公司股份；如年销售额万元以上，甲方股东赠与乙方%的公司股份；如年销售额万元以上，甲方股东赠与乙方%的公司股份；如年销售额万元以上，甲方股东赠与乙方%的公司股份。

七、违约责任

1、乙方违反本协议的约定，疏于履行自己的工作职责，甲方有权解除本合同，并取消对乙方的各项奖励措施。

2、形象策划、品牌宣传过程中出现重大失误，严重损害甲方品牌知名度，甲方有权解除本合同，取消对乙方的各项奖励措施，并要求乙方赔偿给甲方造成的损失。

3、营销计划、营销方案出现重大失误，造成公司损失的，甲

方有权解除本协议，取消对乙方的各项奖励措施，并要求乙方赔偿给甲方造成的损失。

4、不论何种原因，公司未能完成乙方承诺的年度销售额，甲方有权提前终止本合同，并取消对乙方的各项奖励措施。

5、甲方无故未按时足额地发放顾问费，无故未兑现本协议约定的奖励措施，乙方有权解除本协议，并要求甲方赔偿给乙方造成的损失。

八、争议的解决方式：

因本协议发生争议时，双方应协商解决，协商不成时，依法诉诸甲方所在地法院。

九、本协议经双方签后生效。

十、本协议一式两份，双方各执一份。

甲方：

乙方：

年月日