

2023年联合开拓高档白酒销售合同(优质5篇)

生活当中，合同是出现频率很高的，那么还是应该要准备好一份劳动合同。怎样写合同才更能起到其作用呢？合同应该怎么制定呢？下面是小编帮大家整理的最新合同模板，仅供参考，希望能够帮助到大家。

联合开拓高档白酒销售合同篇一

甲方：江苏双沟珍宝坊酒业有限公司 乙方：

丙方：_____

甲方根据xx地区市场开发计划, 授权乙方经销双沟指定产品, 并许可丙方在规定区域内销售双沟指定产品, 具体品种、规格和价格见下表。为保障三方利益, 在互惠互利的原则下经三方友好协商, 达成共识, 特签订本协议。 一、 经销商产品价格体系(单位: 元/瓶)

二、 甲方的权利和义务

1、 甲方承诺对自己的产品质量负责, 如发现有质量不合

格的, 甲方承诺包退包换, 并承担直接损失。 2、 甲方有权对市场变化调整经销产品的价格体系。 3、 甲方对乙方所供产品及政策有权监督。 三、 乙方的责任和义务 1、 保证向丙方供货的及时性。

2、 做好市场维护和回访工作, 并及时将市场信息向甲方回馈, 以便甲方决策。

3、 准确、及时按规定向丙方兑现各种奖励。如乙方不能如

实兑现，甲方有权从总公司(即双沟酒厂)提款兑现丙方。

四、丙方的责任和义务

1、必须以现金进货。

2、丙方须作好终端的市场维护工作，确保陈列显眼、集中、大气，并确保每个单品不低于3个排面，严格按照规定的价格体系执行，不得以任何借口跨区域、跨渠道进货和出货，若出现跨区域、跨渠道、乱价格、售假等行为，经甲方确认，甲方将按以下条款或多款进行处罚。

a□ 取消分销商资格。

b□ 扣除年底返点。

c□ 扣除各种奖励。

2□

并报经甲方确认，丙方有义务帮助协助乙方收回已出售的不合格产品。

五、奖励政策。

1、年销售达5万以上，返点8%。

2、年销售达10万以上，返点10%。

3、年销售达15万以上，返点15%。

六、违约责任

在协议履行期限内，任何一方违约，利益受损方均有权解除本协议，并要求违约承担所造成的全部直接损失。

第2 / 3页

七、协议有效期：

_____年_____月_____日至_____年_____月
_____日。

八、本协议自签字之日起生效执行。

甲方：

代表签字：

甲方地址：

甲方电话：

联合开拓高档白酒销售合同篇二

甲方：

乙方：

甲乙双方本着平等互利的原则，充分发挥双方各自的优势，共同拓展市场。经友好协商达成如下协议：

甲方保证向乙方供货，所提供的产品必须符合中华人民共和国设定的酒水质量标准。如产品质量未达到所设定的质量标准 and 不好销售的产品，甲方接受退货。

甲方所提供的产品，由乙方负责统一销售和管理。

双方议定：甲方向乙方提供的商品(商品及价格清单详见附页)均已专场代销方式进行销售，每月以实际销售量为结算款。双方约定在每月15日互相结算一次。乙方根据当月的实际销售量，按双方商定的结算单价(详见报价清单附页)以现金的方式付款。

每次供货时，甲方应与乙方采购部联系，按乙方要求准时准量得送达。送货时甲乙双方必须仔细清点验收，如有残损·过期等情况，甲方应及时跟换或退货。

甲方保证对供货的产品质量负责，若甲方违反《中华人民共和国质量法》中的规定，或甲方提供的产品因质量问题，给乙方造成经济损失，将由甲方承担一切赔偿责任。

本协议有效期 年 月 日 止。

本协议一式两份，经双方签字盖章后生效。双方各执一份，具有同等法律效力。

本协议未尽事宜，双方可视具体情况友好协商解决。在协议执行过程中如一方违反合同条款，守约方将按《民法典》的规定，向违约方索赔由此而产生的一切经济损失。

其他：

甲方： 乙方：

法定代表签字(章) 法定代表签字(章)

地址： 地址：

电话： 电话：

年 月 日

联合开拓高档白酒销售合同篇三

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：

联合开拓高档白酒销售合同篇四

甲方：

乙方：

经双方协商一致，甲方向乙方购买一批白酒。

一、标的价值：

乙方以近期行业最低价供货给甲方，随行就市。甲方一次性向乙方订购货品。

二、 结算方式：款到付货。

三、 双方权利与义务

1、乙方负责运输、卸货以及相关费用。

2、甲方每次进货量不得少于 万元。

3、乙方在收到甲方定单和货款后 日内发货。

4、乙方给甲方提供营业执照、质检报告、卫生许可证等相关手续。乙方所提供的货品均须符合国家相关规定及质量要求。

5、甲方提供展示酒品的柜台。

6、甲方有权随时终止合同并无条件要求退货。乙方须无条件把已收的相应货款全部退还甲方。

四、本合同一式贰份，甲方壹份，乙方壹份。

甲方： 乙方：

法定代表人： 法定代表人：

签约时期： 年 月 日 签约时期： 年 月 日

联合开拓高档白酒销售合同篇五

甲方： _____(以下简称为甲方)

乙方： _____(以下简称为乙方)

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《中华人民共和国民法典》，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、确定销售关系

1. 甲、乙双方根据本合同确立销售关系，不经甲方特别书面授权，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(价格体系见附表)。

四、销售目标

1. 乙方在本合同有效期限内完成销售目标(指乙方累计购货金额)(见下表)。乙方合同期限内进货金额不得低于_____万元/年。分月销售目标分解(见下表)(以当月_____日前货款到甲方账上为准):

(单位: 万元)

产品

(第一年)年(分月比例)

合计金额(万元)

合计

2. 乙方须完成销售目标, 如乙方连续三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。

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

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3‰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3‰，应凭铁路部门和保险公司有效证明文件三日内书面通知甲方，甲方协助乙方进行索赔，超过五日视为乙方无异议。

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，并详细列明所收货物品项、数量及金额;收货后三日内未通知甲方，视为甲方交货正确。

七、甲方的权利和责任

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. 责任

(1)甲方提供之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、责任

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. 责任：

(1)乙方必须指派专人负责甲方产品的销售，合同签订后十五日内，组建15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。(见第九条)

(3)产品销售应严格执行双方签订的产品通路价格(附价格表)，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吉思汗系列产品商标、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。

(见附件四)

(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(铺货目标见附件)。

(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，并主动协助成吉思汗系列酒的销售。

(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。

(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。

于_____万元。

十二、违约责任

1. 乙方违反本合同关于价格和区域的约定，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《中华人民共和国民法典》的相关规定精神执行。

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)一式肆份、甲方、乙方各持贰份，具有同等法律效力。

甲方名称：_____乙方名称：_____

法定代表人：_____法定代表人：_____

代表人：_____代表人：_____

客户经理：_____

电话：(手提)_____

开户银行：_____开户银行：_____

签约地点：_____签约地点：_____

补充附件：

甲方：_____ (以下简称甲方)

乙方：_____ (以下简称乙方)

甲、乙双方本着平等合作、互惠互利、共同发展、诚信的原则达成如下协议并作为甲、乙双方_____号销售合同不可缺少之附件，同该销售合同同时生效。本补充协议与原销售合同有不符之处，以本补充协议为准。

1. 乙方首批进货金额不得低于_____万元。

(1) 乙方首批进货明细：单位：元

产品(第一年)年(分月比例)合计金额(万元)

合计

货值合计：（小写）元

(2) 乙方首批进货总金额人民币大写：_____佰万_____拾万_____万_____仟_____佰_____拾_____元_____角_____分。

2. 终端铺货风险及终端进场费支持：按首次打款进货金额的30%给予乙方一次性补偿。（第二次进货时折货补偿，具体考核办法见合同附件一）

3. 奖励：按合同期内乙方实际销售金额的10%给予乙方奖励。（具体考核办法见合同附件二）

4. 广告支持

(1) 中央电视台、香港凤凰卫视、部分地方级电视媒体(包括卫视)全年脉动式投放。

(2) 全国及地方发行量大、有影响力的杂志、报纸广告。

5. 推广支持

(1) 开瓶费：开展酒盒回收活动，标准：【1】长生天每个盒盖20元；【2】合罕每个盒盖15元；【3】宝格德每个盒盖10元。（上述半斤盒盖和其它品种无开瓶费）。盒盖由乙方统一回收，款项由甲方支付。（开瓶费管理办法见合同附件三）

(2) sp活动(促销活动)：根据当地市场工作进度及启动情况，不失时机地开展行之有效的sp活动。（乙方可提供sp活动方案由甲方审核、审定后统一实施）

(3) 促销礼品：甲方将统一制作针对不同通路、不同对象的各

种促销礼品，以确保sp活动的开展和市场营销工作的推进。
促销礼品的投入不少于乙方全年进货总额的3%。

(4) 品尝酒：用于sp活动的品尝酒，甲方将根据活动的需求统一发放、执行。

6. 铺货及进场

(1) 乙方应按双方共同确定的有效终端点数铺货，入市铺货前须以书面形式向甲方提报准确的终端实数。

(2) 物发到之日起为计算时间，要求乙方在45天以内使有效终端点数的铺货率达到10

0%。如超过规定时间终端点数的铺货率未达到100%取消补偿。

7. 市场支持

(1) 乙方应努力进行市场投入。甲方根据乙方_____年_____月_____日-_____年_____月_____日的_____实际进货金额，按不同的费用比例进行市场支持和进行奖励。市场支持比例和年度销售奖励标准如下：

实际进货额(万元)

市场广告支持

年度销售奖励

其他

月度

季度

年度

总计比例

(2) 在上表所列的市场支持的金额范围内，由甲乙双方协商制定促销方案，并报经甲方相关部门批准认可后执行。乙方任何未经甲方书面同意而擅自执行的广告促销活动，甲方均不予认可。乙方按照甲方促销活动管理的相关制度，提供促销活动过程中的各类单据、表格和其他资料，按照规定流程报销本条第一款所列相应市场支持费用。甲方有权对促销活动执行过程进行监督管理，如发现违反方案的情况，有权取消对乙方的市场支持。

(3) 所有促销方案费用和年度销售奖励，甲方以等值成吉思汗系列产品或促销酒的方式进行支持。该部分产品金额不再享受市场支持，也不计入乙方的购货金额。

8. 考核

(1) 乙方完成销售合同约定的月、季、年度进货目标，并经甲方按第五条进行考核合格，按对应费用比例享受市场支持，并享受相应的年度销售奖励。如乙方经甲方按第五条考核不合格，则不对乙方进行任何市场支持并不给予年度销售奖励。

(2) 市场支持部分，由乙方按照促销方案先行投入，定期提供促销活动的单据、表格及其它资料交甲方相关部门审核报销，审核合格后将费用以产品形式支持到位。

(3) 年度奖励部分，甲方根据乙方合同期内进货额对应的奖励比例，于合同到期后1个月内，将年度销售奖励到位。

9. 若乙方将甲方产品直接或通过下级客户销至销售区域以外的市场、或违反甲方价格政策进行销售，或将甲方产品销至批发市场，则甲方有权取消乙方部分或全部市场支持及年度

奖励，直至取消销售权。

10. 乙方每次进货应提前15天向甲方书面提报统一规范的订货单，乙方订货单须加盖公章，需有甲方片区经理或其委托区域主管签字认可，以便于甲方安排生产及联系发运事宜。甲方不承担因乙方未提前提报订货单而造成的市场后果责任。

11. 乙方在合同签订后10天内应成立专职营销甲方产品的组织，并提供运输、仓储条件，乙方专职营销业务人员应不少于_____人。

12. 乙方在货到后应完成所属市场的铺市目标如下，并应填写甲方提供的终端客户资料表，乙方签字盖章并经甲方片区经理签字确认做为本合同附件。

时限

类型数量备注

合计 家

时限类型数量备注

合计 家

时限类型数量备注

合计 家

13. 附件一式四份，甲、乙双方各执两份。本附件自双方法定代表人或其授权人签名并加盖合同专用章或公章之日起生效。本附件与主合同具有同等法律效力。

14. 其它： _____

甲方：_____乙方：_____

(签章) (签章)

法定代表人：_____法定代表人：_____

委托代理人：_____委托代理人：_____

客户经理：_____

电话：(手提)_____

签约时间：_____签约时间：_____

签约地点：_____签约地点：_____