

# 最新品牌代理合同签 线上品牌代理合同(优秀8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。合同的格式和要求是什么样的呢？下面我给大家整理了一些优秀的合同范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 品牌代理合同签篇一

供货方(甲方)：

代理方(乙方)：

为了保护甲、乙双方的`合法权益，根据国家相关法律法规的有关规定，本着平等互利、共同发展、共担风险的原则，经双方协商一致，特制定本合同：

□

1、甲方同意乙方在合同约定地区范围内，代理推广由甲方生产的产品。

2、合同约定的推广区域为\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_市\_\_\_\_\_区\_\_\_\_\_县

合同期自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日开始至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。

3、双方可根据各自意愿另行商讨续约事宜并签定新的代理合同书。如至本合同中所述代理期限届满时没有续签，则视为双方自动放弃继续合作，同时本合同即告终止。

1、协助乙方制定并安排乙方代理区域内的营销战略、销售形

式、管理运作等销售事宜；

2、负责向乙方提供必要的产品知识培训、经销商营业资料；

5、乙方在合同约定的区域内享有\*代理权。甲方不再以任何方式向乙方代理区域内直接销售或授权他人销售乙方代理的产品。

3、乙方在业务活动中进行产品宣传时，必须严格遵守产品广告批件所核实的疗效范围；

5、乙方必须应甲方要求，随时向甲方报告业务进展及产品流向实际情况。

1、甲方负责将乙方订购的产品发往乙方指定的地点，所发生的运输费、运输保险费等均由甲方承担。

2、由于运输不当引起质量问题或包装破损及由此造成的损失，乙方须在到货之日起三日内提出异议，并提供运输部门出具的货物损坏或丢失证明，甲方负责更换补偿等量货物。

3、乙方保证所收到的产品在符合标准的仓储条件下存放，否则造成的质量问题由乙方承担。

1、款到发货；

2、乙方向客户结算所需发票，须由乙方填制表格后传真给甲方，甲方在收到传真后，方可开发票并寄往乙方指定收票人，高出结算底价部分的差价税款由乙方承担。

3、乙方如发生提货业务后三个月内不开发票甲方将不予以开票；

3、如退货产品受潮或包装有所损坏，则甲方有权拒绝此部分产品的退货请求。

1、甲方确保乙方的代理区域不受到恶意冲货。

2、乙方承诺不策划及运作超出乙方经销范围的任何跨区域销售产品的行为。

1、双方同意本合同全部条款，如有违约(不可抗拒力除外)按国家有关法律法规解决。

2、如有争议双方协商解决，如协商未果，任何一方均可向人民法院提起诉讼。

1、本合同有效期为壹年，从双方签字之日起(加盖红章后)生效。如有异议经双方协商后可另行签定补充合同或条款，补充合同或条款加盖红章后方可生效且与本合同具同等法律效力。

2、本合同内容共一式二份，甲方一份，乙方一份。

甲方： 乙方：(身份证号码或单位盖章)

签字：(盖章) 签字：(并按食指手印)

签约时间： 年月日 签约时间： 年月日

## 品牌代理合同签篇二

乙方经对甲方之经营理念、产品情形、营销模式、管理能力等多方考核并表示认同接受，同时结合自身条件、可发展空间、当地市场资源等多方面的商业环境，提出v&v品牌产品区域总代理申请，经甲、乙双方本着友好协商、平等互利、共同发展的原则，特约定如下条款，以兹共同遵守：

第一条：总则

3、甲、乙双方必须遵守^v^法律所规定的各项法规, 守法经营;

4、本合同受^v^法律的约束和保护

第二条: 代理经营区域、代理经营期限

2、本合同期限为 年, 自 年 月 日到 年 月 日止

第三条: 公司经营技术资产

a□品牌字号形象标识;

b□营运和促销方案;

c□形象识别cts系统;

d□统一的广告资源和广告效应;

以上经营技术资产乙方只能分享使用

第四条: 甲方的权利和义务

1、负责国内市场的开发、推广及广告宣传;

2、同意乙方无偿使用提供的经营技术资产;

3、负责产品按时、按量的供应;按进货比例免费提供相关海报、展架等宣传资料;

5、甲方有权对乙方的经营状况、货品销售、库存、商品价格等情况随时进行检查和指导;

6、甲方对乙方实施代理价供货原则, 以统一的《供货价格表》

为准(见附表1、2)

## 第五条：乙方的权利与义务

### 1、区域垄断经营权

代理商正式确立后，未经乙方同意甲方不在其区域发展代理商、直营专卖店；

### 2、返利权

### 3、价格自治权

### 4、区域招商自治权

### 5、商品配送权

8、甲方对乙方返利以签约之日起按季度，年终结算，优惠让利部分每次兑现

## 第六条：其它补充规定

1、乙方招商时可收取代理商的代理费，但不得以收取此费用为目的；

2、乙方只能在其区域内从事代理业务和经营销售，不得以任何形式跨区域经营销售；

## 第七条：购货、换货、退货原则

4、代理商也可提供详细地址要求总部直接代发货至零售商客户

## 第八条：合同的违约责任和其它

1、在合同期内每月完成 万元的代理定额，前期开拓市场可放宽至三个月完成万元，以后隔月未完成合同定额，按放弃代理资格处理；(注：当月超额进货部分可以向后月分摊，后月超出部分不能向前月分摊)

2、在合同履行过程中任何一方违约应按合同约定向对方赔偿违约金；

5、甲乙双方在执行本合同的过程中所发生的纠纷，应本着协商的精神解决

### 第九条：其他事项

1、合同未尽事宜，双方协商解决，并以书面协议为准；

2、乙方款到甲方帐户合同正式生效；

3、本合同一式二份双方各执一份；

4、从签定之日起既具有法律效应；

5、补充条款：

甲方： 乙方：

电话： 电话：

传真： 传真：

主管： 手机：

地址：

公章： 签字：

## 品牌代理合同签篇三

出让方(以下简称甲方):

身份证:

受让方(以下简称乙方):

身份证:

甲乙双方经友好协商,就甲方将其xxxxx代理权转让给乙方一事签订如下合同条款:

- 1、甲方将其xxxxx在省市代理权转让给乙方。
- 2、转让后,甲方不再享有xxxxx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、本合同生效后,甲方配合乙方完成在xxxxx公司的代理权变更手续。
- 4、乙方支付甲方装修费用和品牌转让费人民币贰拾万元整(元),并接手甲方转让不高于人民币叁拾万元(元)的库存(根据厂家进货价计算),库存产品只接收成箱产品。
- 5、乙方开业前点收甲方库存,甲方在乙方开业后停止销售东鹏瓷砖产品。
- 6、签订协议时,乙方支付甲方转让费伍万元人民币(),完成在xxxxx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、本合同经双方签字生效,本合同一式两份,甲乙双方各持一份。

出让方： 受让方：

年月日 年月日

## 品牌代理合同签篇四

甲方：（以下简称甲方）

乙方：（以下简称乙方）

签订地点：

签订日期：

甲、乙双方经友好协商，由甲方指定乙方为“”系列产品在地区销售全权代表。双方根据本协议所列的条款和条件，缔结和履行产品销售合同及其他涉及产品销售的相关事宜。

### 第一条 乙方权限

乙方负责甲方所生产的” ”系列产品在地区的营销管理，权限包括：

(二)进行广告宣传和其他促销活动；

(三)参加本地区各展览会和交易会；

(五)乙方负责地区的市场调查、客户意见反馈等市场信息工作,并定期向甲方报告；

(七)其他由甲方授权乙方从事经销的权限。

### 第二条 乙方专营权

(一)在本协议有效期内，甲方不得指定其他任何人为其在地



区的产品销售。

(二)乙方在本协议有效期内，不得转让地区总经销权。

(三)乙方在本协议有效期内，不得销售与甲方相竞争的厂商代理相同或相近似的产品。

### 第三条 乙方的职责

(一)为维护双方的利益，努力尽责地履行委托事项，审慎地行使经销权限。

(二)应把产品保存完好不得丢失和破损，因质量问题更换下来的产品如数交予甲方，销售每个产品都登记存档，接受甲方的监督。

(三)保存与委托业务有关的决议、账册、通信等重要商业文件，如有损坏或丢失，应承担相应的责任。

(四)有效地监督分乙方的工作，协调分乙方之间的冲突，统一地区内的产品销售条件。

(五)严格执行甲方制定的产品销售价格，不经甲方同意不得随意或变相提升、降低产品的市场零售价。

(六)应保持系列产品在地区的销售成绩，具体为每月销售产品件。

## 品牌代理合同签篇五

甲方： 乙方：

地址： 地址：

邮编： 邮编：

甲方与乙方本着互惠互利的合作原则，共同开发a&m品牌系列产品的湖南销售市场，同意乙方在经授权的地区代理销售a&m品牌系列产品，特此签订以下协议：

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。

6、甲方认定乙方的代理能力、信誉和经济实力等出现问题，有确定乙方代理资格与否的权限。其情形具体如下：

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。

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

## 品牌代理合同签篇六

地 址： 杭州市东新路沈家巷工业园区43号

邮 编： 310004

电 话：

传 真：

法人代表：

电子邮件：

乙 方：

地 址：

邮 编：

电 话：

传 真：

联系人：

电子邮件：

甲、乙双方依据平等互利、公平自愿的原则，经友好协商，就甲方授权乙方获得其相关

产品代理商资格之事宜达成一致。为明确双方权责以及合法权益，规范代理关系及相应市场

行为，特签订本代理合同。

## 第1章 权利和义务

第1条 甲方享有如下权利：

1. 对地区或项目代理经销行为进行考察、评判，以确立、取消或处罚地区或项目代理；
2. 销售区域和行业项目的划分及确定代理产品类别；
3. 产品价格的决定；
4. 企业形象设计及产品广告形式的决定；
5. 审核和支持乙方广告宣传与维护甲方利益的活动支持；
6. 区域或项目营销模式的决定。

## 第2条 甲方应履行的义务：

1. 不断推出适销对路，具有较强市场竞争力的新款产品；
2. 不断进行广告宣传和形象宣传；
3. 协助指导乙方开展产品广告宣传、促销活动；
4. 帮助乙方拓展市场，进行入围招标等工作的协助开展等；
5. 协助乙方培训具有专业技术知识的经销和售后服务人员；
6. 保证乙方所售商品的售后服务；

## 第3条 乙方享有如下权利：

1. 在甲方授权的代理区域或项目内代理甲方产品；
2. 共享华络公司的销售文档与市场资料；
3. 可在代理产品的资料上打上代理商的商标，但不得去掉华络公司的商标；
4. 放弃地区代理资格（须提前二个月向甲方提出书面报告）；

## 第4条 乙方应履行的义务：

1. 严格遵守甲方的销售政策，包括价格政策、回款制度等；
2. 积极拓展市场，扩大销售；
3. 配合甲方对假冒、侵权产品的打击；
4. 按期提出需货计划、发货安排及市场预测；

5. 按甲方提出的有关售后服务要求，作好售后服务工作，反馈产品质量信息；
6. 配合甲方做好市场调查、广告宣传等工作；
7. 遵守甲方的有关政策和规定。
8. 在合作中所获知的华络公司的商业资料与客户资料应负保密义务，不得泄露给第三方得知。

## 第2章 代理标的物

### 品牌代理合同签篇七

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+ $\square$ 合同额-最低价 $\square$ ×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+ $\square$ 合同额-最低价 $\square$ ×c

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。

. 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。

## 品牌代理合同签篇八

甲方： 乙方：

地址： 地址：

邮编： 邮编：

甲方与乙方本着互惠互利的合作原则，共同开发a&m品牌系列产品的湖南销售市场，同意乙方在经授权的地区代理销售a&m品牌系列产品，特此签订以下协议：

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。

6、甲方认定乙方的代理能力、信誉和经济实力等出现问题，有确定乙方代理资格与否的权限。其情形具体如下：

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。