

克缇经销商合同(优秀5篇)

在人们越来越相信法律的社会中，合同起到的作用越来越大，它可以保护民事法律关系。那么大家知道正规的合同书怎么写吗？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。

2023年克缇经销商合同模板篇一

法定代表人：

地址：

电话：

邮箱：

乙方：

法定代表人：

地址：

电话：

邮箱：

一、代理产品界定

本合同适用于“_____”牌全系列产品，包括_____等系列产品。

二、经销资格确定

- 1、具有合法的法人资格和经营场所、相应的销售人员，并可提供空间作为产品展示区。
- 2、愿意接受并履行本合同的条款。接受本公司及公司派出的市场专管员的督察和纠正。
- 3、乙方必须具有承担产品的销售及售后服务工作。
- 4、代理期间，年销售额低于_____万的，甲方将取消乙方的代理资格。

三、经销范围

- 1、授权区域：甲方授权乙方为_____区域特约经销商，乙方在授权区域范围内有权销售甲方产品，乙方以自己的名义独立对外开展业务并承担相应的法律责任。
- 2、乙方必须首选_____产品作为向客户宣传及推荐使用的产品，并不得销售其他厂家类似产品，不得销售假冒产品，否则甲方有权取消乙方经销权，直至追究法律责任。
- 3、乙方不得跨区域销售，否则甲方视情节轻重有权对乙方采取：书面警告、停止供货、取消经销权、终止经销协议等措施。
- 4、以上措施没有先后顺序，可以直接使用其中一种或几种并用。跨区域货物的销售额不计乙方任务额，且销售额归所跨区域经销商所有。

四、经销价格及任务

- 1、经销价格为人民币_____元/件。如因成本等原因发生价格调整，甲方应提前_____日书面通知乙方执行。

2、销售任务：在协议期内，乙方需销售甲方的产品共_____件（赠品不计任务额）任务分解如下：_____。

五、经销期限

1、自_____年_____月_____日至_____年_____月_____日止。

2、在协议期内，如乙方连续_____个月未能完成销售任务或累计_____个月未能完成总任务额的_____%，则甲方有权另选经销商，乙方的_____经销权自行解除。

3、在协议期内乙方能完成或超额完成任务，可享有优先续约权。

六、付款方式

款到发货（现金、支票或电汇）。

七、交货数量、规格及交货方式与期限

1、交货数：以乙方向甲方提供的加盖业务专用章并经签字的有效书面定货单为准。

2、交货方式：甲方在收到乙方定货单所列货物的全款的五个工作日内，负责将乙方所订货物交运输部门办好托运手续（特制、订制及另有约定交货期的除外）。产品到乙方法定经营场所所在地市，到岸后费用由乙方承担，并传真托运单给乙方。如乙方需要使用其它运输方式（如中铁快运、航空运输、特快专递等快运方式）甲方可代办，但费用由乙方承担。

3、对批量较大的定货（超出分解任务计划部分）乙方应提前

通知甲方以便甲方及时组织生产并供货。

4、乙方在甲方发出货物的_____天内（以托运单日期为准）如未收到货物的，应立即向甲方联系追查。若在甲方发货之日起_____天内，乙方没有向甲方提出货物未到异议，则视为乙方收齐甲方所发货物数量、规格并验收合格完毕。

八、质量标准与验收

1、质量标准：甲方供给乙方的产品质量须符合国家相关产品标准，并向乙方提供相关证明文件。

2、验收：乙方收货时须对货物进行验收。如乙方收货时发现货损、货差等问题，应及时与运输部门办理好有关确认手续，并及时反馈给甲方，按国家有关规定执行。如甲方产品有质量问题，乙方需在收货之日起三天内书面告知甲方。

九、售后服务

1、乙方应做好售后服务工作。如客户提出甲方产品有质量问题要求退换，经查实确属产品质量问题的，乙方应先予客户退换。甲方实行包修、包换、包退。

2、若乙方滞销产品要求退换货的（特制、定制品甲方不接受退换），退换货量不得超过该批进货量的_____%，且产品包装完好无损，产品应整件退换，经甲方同意予以更换等值产品，但乙方需承担来回运输费用及扣除_____%退货金额作为甲方包装、人工费用。超出退换货标准的由双方协商处理，乙方除需承担来回运费外，最少扣除_____%退换值作为甲方损失的补偿。

3、乙方由于经销期满或双方中途终止协议，乙方退货，货值按进货价_____%计算，并开具退货等值发票给甲方，无票的只能按进货价的_____%计算，并由乙方承担退货费用（含运

杂费)。

十、市场推广及广告

- 1、甲方负责全国性的广告宣传和推广，并有义务协助乙方策划及市场推广。在甲方实施推介活动时，乙方应予以配合。
- 2、合作期内乙方必须维护甲方的企业形象，宣传和提高甲方产品的知名度，乙方要严格按甲方要求进行品牌宣传活动。
- 3、乙方在进行区域性广告宣传时须知会甲方，广告制作应接受甲方指导，乙方在制作或代为甲方制作用于甲方产品销售相关广告资料时，须取得甲方书面确认。如乙方提出可行性的区域性宣传方案需甲方承担费用的，费用分担及实施办法由双方另行协商。
- 4、甲方根据乙方实际进货额按比例配备相关广告、宣传、促销用品。
- 5、乙方应从协议签订之日起_____个月内，在所辖区域内建立_____个以上的分销商（点），且每个分销商（点）必须具备符合甲方要求的展示区，且在经营过程中必须督导分销商（点）维护其形象。

十一、违约责任

- 1、甲方无正当理由不能按期交货，延期一周以上，每延期一周应偿付乙方不能交货部分货款的_____ %违约金，偿付总额不能超过_____ %。
- 2、如乙方违反本协议跨区域销售，一经查实，乙方向甲方偿付跨区域销售总额_____ %—_____ %的违约金，以补偿受侵害区域的经销商。

3、若乙方违反本协议中任一条款，甲方有权终止本协议。

十二、纠纷的解决

1、双方协商解决，可另行签订补充协议，补充协议与本协议具有同等法律效力。

2、协商不成，则由_____仲裁委员会解决。除仲裁书另有规定的外，费用由败诉方承担。

十三、合同效力

本协议一式四份，双方各执二份，自双方签字盖章之日起生效。

甲方（签章）：

日期：_____年_____月_____日

乙方（签章）：

日期：_____年_____月_____日

2023年克缇经销商合同模板篇二

甲方：（以下简称甲方）

乙方：（以下简称乙方）

风险提示：

在签订经销合同时，应当对商品的规格、质量以及销售区域、是否是独家代理经销等做出明确约定，避免双方在协议履行中产生争议。对上述情况约定不明的，在合同履行过程中常会伴随发生“经销商超范围销售”的情况，致使合同履行争

议重重而最终夭折、亏损。

1、甲方授权乙方在_____市_____区_____县开设(专卖店、专柜或专区等)销售甲方的_____品牌系列产品。

2、本协议有效期_____年，自_____年_____月_____日至_____年_____月_____日止。至本协议期限届满前三个月，甲、乙双方共同协商是否终止合作，若继续合作，另行签订协议书，协议内容依照当时协商确定；若终止合作，本协议到期将自动失效。

3、乙方每次应在订单确认后的_____天内，以现金或转账等方式全额支付货款，经甲方确认无误后安排发货。如乙方不按本付款条件支付货款，甲方有权把约定的发货期顺延。

4、乙方应按照甲方在本协议附件，品牌系列产品，不得随意调价扰乱市场价格秩序。

5、乙方如需进行促销等活动，需临时变动价格时，必须在变动价格前以书面报告形式向甲方申请，并得到甲方书面同意方可调整价格。

6、甲方提供乙方高质量的_____品牌系列产品。在本协议有效期间，甲方及时向乙方提供最新的公开市场资料，对乙方开展的市场推广活动予以支持，并对乙方市场推广活动的具体实施保留监督权。

7、依据业务推广计划和地方运作需要，甲方可以向乙方提供必要的产品、技术培训，帮助乙方迅速掌握产品性能和销售技巧，使乙方的销售工作迅速展开。

8、甲方根据市场情况定期或不定期举办经销商研讨会等活动；定期为乙方提供相关产品宣传资料及样品。

9、甲方有权对经销商政策进行调整，有权对_____品牌系列产品的产品类别、内容和相应价格进行调整，甲方进行这类调整时，须提前_____天告知乙方。但遇特殊、紧急情况时，甲方可立即调整，而无须提前告知乙方。对于在价格调整前已确认的销售定单，其单价将不予调整。甲方产品价格有变动时应向乙方提供最新产品报价单。

10、乙方在与甲方合作过程中存在商业不道德行为，违反甲方的信誉和宗旨的，或者乙方的行为给客户和(或)甲方造成严重损害的，甲方有权终止本协议，并追究其法律责任。

11、乙方有权要求甲方给予必要的技术培训；定期参加甲方的市场活动、促销活动和相关培训。

12、乙方应按照甲方拟订的价格规定销售产品，不得以任何形式破坏甲方的价格政策，不可以低价倾销。

13、乙方不得与甲方的其他经销商之间进行恶性竞争或者其他不正当竞争。更不可蓄意其他经销商的名声。如有关不当行为最终导致用户终止采购、取消合同或转用其他品牌产品时，甲方有权立即取消本协议。

14、在本协议有效期间和本协议延长期间和本协议终止或解除后，乙方承诺不向与甲方构成商业竞争关系的企业、商业机构或者其他组织提供有关甲方业务、技术等有关一切相关信息或资料，否则乙方应承担违约责任。

15、乙方不得自行仿制甲方产品或进购、销售该产品的假冒伪劣商品，一经发现将立即取消其经销资格，同时追究乙方经济责任。

16、乙方有权利就市场策略向甲方提出建议，在经营中，乙方应与甲方定期沟通，协商解决销售中的瓶颈问题。

17、乙方在经销区域发现甲方的产品或其它权益受到不法侵犯，应及时通知甲方。

18、协议终止后，乙方无权继续使用甲方的任何资料包括商标、商号及其它相关标志，否则乙方应承担造成的相应后果。

19、如果本协议终止，乙方应在终止之日起_____天内归还除了为销售现存甲方产品所需材料以外的全部商务文件、目录、广告材料、技术资料及样品等所有材料。同时乙方应向甲方提供与甲方有关的客户详细名单及相应报告，以便保证向客户提供持续性的服务。如乙方违反上述约定乙方将无条件保证赔偿由此给甲方造成的一切直接和间接损失。

风险提示：

虽然，经销商经供应商授权销售特定产品，但若该商品是仿冒或者以其他方式侵犯第三方主体的权益的，经销商需要承担连带责任，第三人有权直接要求经销商承担侵权责任。因此，未侵权条款的承诺可以为经销商向供货商索赔提供相应的法律依据，在经销合同中至关重要。

20、任何一方在本协议有效期内以及结束后_____年内，均不得向第三方泄露在签订和履行本协议过程中所获得的另一方的任何商业秘密。商业秘密包括本合作范围内的所有有形的或无形的、标明为秘密的商业计划、客户方资料、技术、产品和其他作为该方商业秘密的信息。

21、销售量是乙方在经销过程中能力和投入程度的主要反映，乙方同意在协议期内完成规定的销售额_____万元，每完成_____万元的销售额，甲方承诺退还乙方保证金_____万元。完成年度销售额，甲方按销售额的1%的比例给予奖励。超出销售额外按_____%的比例给予奖励。取消其区域经销资格或另行设立区域经销。

22、违约条款

- (1) 提出口头或书面警告，要求对方限期纠正违约行为。
- (2) 要求违约方赔偿因违约行为给守约方造成的经济损失。
- (3) 中止协议并要求对方赔偿经济损失。
- (4) 双方就争议部分不能协商解决的通过法律途径解决争议。

天内仍未实际履约者，守约方可无条件终止本协议关系，并向甲方所在地人民法院提请诉讼以解决纠纷。

22.3 甲乙双方因任何一方违约而遭受任何损失，违约方均应赔偿对方损失。

22.4 因甲方承诺客户条款协议未能做到，乙方受到客户追诉造成名誉损失的，乙方有权保留起诉权并要求甲方赔偿。若客户要求赔偿的由甲方负责。

22.5 未得到甲方承诺，乙方承诺客户条款协议受到客户追诉或造成甲方名誉损失的，若客户要求赔偿的由乙方负责赔偿。

22.6 如果发生了不可抗力事件，致使本协议延迟履行或不能完全履行时，任何一方应在事件发生之日起_____天内以书面形式通知对方并说明理由，同时应采取措防止损失的扩大。因未及时通知对方或未采取相应措施而导致对方损失扩大的，对扩大的损失部分违约方应负责赔偿。

22.7 双方均有过错的，应根据各方实际过错程度，分别承担各自的违约责任。

23、免责条款

23.1 因不可抗力致使本协议任何一方无须负任何责任。声称

发生不可抗力的一方应在不可抗力发生后_____天内告知另一方，并随附经有关部门确认的不可抗力书面证明，且应尽可能减少不可抗力所产生的不利影响。

23.2 不可抗力指：

(1) 政府法律，法令或政策的变更、自然灾害、战争、军事行动等因素。

(2) “不可抗力”是指所有超出本协议双方合理控制范围的事件，该事件应不可预见，或虽然可以预见，但通过合理努力无法阻止或避免其发生，且这类事件发生于本协议签字之后，并且阻止任何一方全部或部分履行本协议。

24、争议解决：

24.1 本协议的签署、效力、解释和执行以及本争议解决均应适用中华人民共和国法律。

24.2 因本协议的签署、效力、解释和执行发生的争议，应首先由双方通过友好协商或由中立的第三方调解解决。

(1) 仲裁应在甲方所在地仲裁委员会按照该委员会的仲裁规则进行。

(2) 仲裁裁决是终局的，并对双方有约束力，除非仲裁员另行裁定，否则仲裁的费用应由败诉方承担。

25、协议的终止

25.1 本协议于下列任一情形出现时即终止：

(1) 双方协商一致解除本协议。

(2) 本合同期限届满，双方未续签的。

(3) 乙方因违约、资格考核未达标而被甲方取消经销商资格的。

(4) 一方当事人主体资格消失，如被撤消或进入破产、清算程序，另一方有权解除合同，但进行重组、名称变更、分立或与第三方合并等不在此列。

(5) 一方未履行或违反依据本协议所应承担的义务，经另一方给予一定期限仍不履行义务或不予采取补救措施，致使另一方依据本协议的预期利益无法实现或协议继续履行没有必要，另一方有权解除协议。

25.2 协议解除后，双方依据本协议的权利义务终止，但一方在协议解除前应履行的义务仍需履行。除因不可抗力或意外事件致使协议解除的情形外，引起协议解除事由的一方应赔偿因协议解除给另一方造成的损失。

25.3 本协议的终止并不影响本协议项下未完成的其他在终止日前已产生的义务或权利。

26、其它

26.1 双方之间的任何通知或书面函件必须以中文写成，并以传真□e-mail□专人送达(包括特快专递)或挂号邮件的形式发送。

26.2 若通知及函件以传真形式送达，则应以传真传送记录所显示的确切时间为准；若以电子邮件形式送达，则电子邮件进入收件一方指定的电子邮件系统的时间即视为送达；若以专人送交形式送达(包括特快专递)，按收件一方签收的时间为准；若以挂号邮件形式送达，以邮局所出具的收据为凭，自寄件时间起五个营业日为准。

26.3 本协议底部所注明的地址，电话，传真如有变更，任何一方应及时以书面通知对方，否则由此引起的相关通知无法

送达所导致的后果由责任方承担。

26.4 本协议构成双方之间完整协议，取代先前关于本协议的所有讨论、协商及协议。

26.5 本协议其它未尽事宜，双方可另行协商解决。双方另行签定的附件或备忘录补充，与本协议具有同等效力。

26.6 经双方签署的本协议及附件的传真件具有与本协议及附件正本同等的法律效力。

26.7 本协议任何部分的失效不影响协议剩余部分条款的效力。

26.8 本协议的标题仅起标识作用，不应影响本协议或任何部分的解释。

26.9 本协议以中文本为基准文本，一式____份，双方各持____份，经双方签字盖章后即行生效，具有同等法律效力。

甲方：

代表签字：

日期：____年____月____日

乙方：

代表签字：

日期：____年____月____日

2023年克缇经销商合同模板篇三

甲方：_____（以下简称甲方）

乙方：_____（以下简称乙方）

甲乙双方为携手合作，促进发展，明确责任，依据xxx有关法律之相关规定，本着诚实信用，互惠互利原则，结合双方实际，协商一致，特签订本合同，以求共同恪守。

一、授权经销

1. 甲方授权乙方为xxx深圳市xx公司xxx在_____地区销售甲方产品的代理商，负责甲方的产品在该地区的销售。有效期为_____年_____月_____日至_____年_____月_____日。

2. 甲方向乙方提供符合国家标准的产品、授权书、以及相关的技术资料和市场信息。

3. 甲方和乙方之间仅限于甲方产品经销的关系，为互相独立的合同缔约方双方，乙方不得代表甲方签订任何合同性文件。

二、合作方式

1. 价格政策：乙方每次进货量、进货价格、付款和发货方式参照甲方的报价单。

2. 结算方式：实行现款现货的付款方式(或代收货款和等通知放货)。

3. 运输方式：物流(快递)公司发货托运，甲方负责发货托运，运费和木箱装订费乙方支付。

4. 销售任务：____年销售总额 1万元, 3个月内月平均销售额应在____万元以上。（3个月内平均销售额或年销售总额未达到约定的基数，甲方有权更换经销商）。

三、 甲方的责任和义务

1. 甲方为乙方培训设计师和施工人员并赠送相应资料，使其能够完全掌握产品应用的设计、制作、安装和维护，解决产品使用中可能遇到的一般性问题。乙方可指派专职设计和工程师前往甲方所在地，相关差旅费用由乙方承担。

(2). 展会期间提供相应的展示产品给乙方使用，乙方承担展示产品的运输等费用。

2023年克缇经销商合同模板篇四

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

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

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

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：_____

2023年克缇经销商合同模板篇五

乙方：

一、甲方授权乙方在地区 成为甲方健达强力风痛贴产品的独家经销商，乙方必须严格遵守甲方相关政策和规定。

二、经销品种、代理价、首次货量等：

品名 规格 零售价 代理价 首次货量

健达强力风痛贴 120盒/件 138、00元/盒 元/盒 件

三、甲方的责权：

- 1、 甲方负责提供质量合格的产品以及销售产品的合法手续。
- 2、 合同期内甲方确保乙方的独家经销权，有义务协助乙方查处外区域向乙方区域内的冲货问题。
- 3、 甲方承担产品运输至乙方经销地的运输费用。
- 4、 合同签订后，乙方如在三天内不提货，或三个月内没有二次提货者，乙方在约定区域内的代理权自然取消。
- 5、 为严格规范市场，保护代理商利益，甲方实行市场保证金收取制度。市场保证金 元，合同期满或双方同意终止合同时，乙方退还产品营销手续及委托手续，甲方返还乙方保证金。

四、乙方的`责权：

- 1、 乙方负责产品在约定区域的市场开发与销售，并承担销售过程中的一切费用。
- 2、 乙方不得以任何借口向本合同约定以外的区域销售，否则甲方有权随时终止，并责成乙方补偿被冲货方的所有损失（冲货量零售价的三倍）。
- 3、 乙方在销售过程中必须遵纪守法，一切触犯法律及违规行为等，责任由乙方自负。
- 4、 乙方拥有甲方其它产品在约定区域内优先代理权。

五、结算方式：产品一律执行款到发货。

七、甲方在收到乙方货款三个工作日内发货，如乙方需货量较大（一次性提货200件以上），应提前10天向甲方提供书

面要货计划。

八、招商政策作为合同的一部分具有同等法律效力。

九、如发生争执，由双方协商解决，如协商不成，按合同法有关规定处理。

十、本合同一式两份，甲乙双方各执壹份，双方签字盖章后方可生效。有效期自 年月日至 年月日。

乙方：（签名）

签字：

身份证号：

地址：

地址：

电话：

电话：

传真：

传真：

邮编：

邮编：