

最新品牌营销策划公司有哪些业务(大全9篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

品牌营销策划公司有哪些业务篇一

甲方：

乙方：

我公司为使消费者购买商品后的合法权益能够得到保障，根据《_消费者权益保护法》第三十四条及《_合同法》第三条、第四条、第五条的相关规定，签订本合同。

一、 售后承诺

1、 质保期13个月(本质保期仅针对tsr产品授权代理商)。

2、 质保期内免费享受以旧换新，更换的日期从产品售出之日起计算。所售商品只要在质保期内符合条件，均可享受以旧换新服务，但下列情况则不在更换范围：

a□错误或者不正当使用；

b□人为损坏；

c□私自拆卸或经他人维修过；

d□外观明显毁损；

3、质保期内，返修途中所发生的运输费和保险费由甲乙双方各承担一半；质保期外，返修途中所发生的运输费和保险费由乙方承担。

4、特惠条款□tsr提供质保期购买服务，凡另外支付40元人民币，将从支付之日起重新计算12个月质保期。

4、购买7日内，出现质量问题，乙方可持银行汇款回执单据及所购物品到tsr售后服务部进行检测、维修，如不能维修可享受退货或换货处理。

二、 以下情况之一的产品，乙方仅能享受合理的有偿维修服务。

1、未按产品使用说明书的要求使用、维护或因保管不当造成损坏的。

2、其它修理者拆动造成损坏的。

3、错误或者不正当使用；

4、人为损坏；

5、私自拆卸或经他人维修过；

6、外观明显毁损；

7、因不可抗力因素造成损坏的。

三、 技术支持和服务

品牌营销策划公司有哪些业务篇二

委托人 / 职务： _____

开户银行 / 帐号： _____

受托方(以下称乙方)： _____

委托人 / 职务： _____

开户银行 / 帐号： _____

地址： _____

甲、乙双方本着相互合作、平等互利的原则，经友好协商，就甲方委托乙方为“ ”房地产项目(以下简称“本项目”)提供营销顾问服务的相关事宜，达成如下条款，以兹共同遵守：

甲方委托乙方的代理期限为自合同签订之日起至 年 月 日止。本合同届满前一个月，双方可协商续签合同事宜。

2.1 委托事项

甲方委托乙方对本项目提供营销顾问服务事宜。

2.2 服务内容

2.2.1 营销策划总体方案论证

协助甲方制定项目营销总体战略、执行策略、年度总体营销推广方向、媒体策略、主要营销阶段计划等。

2.2.2 营销费用的制定

协助甲方制定营销推广费用预算，协助制定本项目整体及各

阶段广告宣传策略，具体包括确定广告总体原则、分步目标、诉求点、表现方式、媒体选择及运用策略等。

2.2.3 项目销售价格体系指导

协助完成项目价格论证与确立、层价差与朝向差系数确立、各套房价计算、价格运作阶段计划、价格折扣预算、价格运作策略等。

2.2.4 项目阶段营销方案论证

项目在各阶段销售中，结合市场变化实际、销售进展实际、工程进度实际等，提出相适宜的销售策略与推广策略。

2.2.5 定期销售会议召开

依据销售各阶段不同，定期举行高层销售管理协调会议。总结销售情况，诊断销售问题，并提出解决方案。

3.1 甲方的权利及义务

3.1.1 确定合作的基本性质及目的，并提出具体要求。

3.1.2 甲方每周二前向乙方提供上一周的以下营销工作资料：成交客户的客户分析统计表、广告费的支出情况、工程进度情况以及乙方进行营销策划顾问工作所需的其他信息及资料。

3.1.3 甲方有权要求乙方及时更换甲方认为不合格或不能完成本项目工作的乙方工作人员。

3.2 乙方的权利及义务

3.2.1 在本合同签订之日起即成立本项目工作组，从乙方现有人员中抽调具有丰富营销策划经验的人员组成本项目工作组，负责本项目营销策划顾问服务工作。

3.2.2认真准确并及时完成本合同约定的全部工作内容。

3.2.3在接受委托期间与甲方保持密切的沟通，定期列席甲方销售部例会，及时了解销售情况。项目小组其他人员也应及时了解例会内容，并做出反馈。

3.2.4根据甲方要求，对有关营销策划工作进行及时地调整。

3.2.5双方建立周例会，对上周营销策划工作进行总结，制定下阶段工作计划。

3.2.6乙方应按照甲方的工作模式及时配合甲方工作。

乙方的项目工作组核心成员必须每周参加甲方的销售部例会，并书面提交每周的工作计划及一周策划工作总结。

5.1服务费的收费标准为固定费用方式，具体营销策划顾问服务费用为每月人民币万元整。

5.2自本合同正式履行之日起的当月8号前向乙方支付该月的营销策划顾问服务费。

7.1终止合同违约金：本合同经双方签字盖章后，非因不可抗力因素，甲乙双方任一方在对方没有违约行为的前提下单方面终止合作关系的，除需赔付由此给对方造成的相关经济损失外，还须另外赔偿对方一个月服务费用作为终止合同违约金。该终止合同违约金须在双方终止合同后一个月内付清。

7.2若甲方无故未按本合同规定的时间付款则视为甲方违约，逾期7日的，自第8日起，每延迟一天，须向乙方支付应付而未付费用万分之二的'违约金，逾期超过30天的，乙方有权解除本合同。

凡有关本合同或执行本合同发生的争议，应经过友好协商解

决;若不能协商解决,则提交合同签订地人民法院提起诉讼。

如双方在执行本合同中,出现以下情事,则依法免除承担民事责任。

9.1不可抗力:

9.1.1法律、法规规定或政府或其他权威机构确认的不可抗力事件;

9.1.2由双方共同确认的不可抗拒因素影响。

9.2任何一方对于在遇到不可抗力且自身无过错的条件下造成的延误或不能履约均可免责,但必须采取一切补救措施以减小损失并提供证明,否则应对扩大的损失进行赔偿。

10.1本合同自双方签章之日起生效,本合同(包括附件)为甲乙双方之间完整合同。

10.2本合同所订一切条款,甲、乙任何一方不得擅自变更或修改,对本合同的任何修正、更改或增删,经双方授权代表签署确认后方可发生法律效力。

10.3本合同如有未尽事宜,需由甲乙双方协商,另订补充合同附于本合同之内,所有补充合同在法律上均与本合同有同等效力。

10.4本合同一式肆份,双方各持贰份,经双方签署的每份合同均为正本。

10.5甲乙双方认可自款项结清的同时,甲乙双方在本协议中涉及的权利义务已履行完毕。

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

品牌营销策划公司有哪些业务篇三

乙方：_____

双方依据《中华人民共和国合同法》等有关法规，本着平等自愿，互惠互利的原则，充分友好的协商如下协议，以示双方信守。

一、代理地区经营权限：

1) 甲方同意将_____品牌女装在_____经销权授予乙方。

2) 乙方不得擅自转让，乙方未经甲方授权同意不得跨越权限范围以外的地方销售_____品牌女装，甲方也不能在同地区授权他人经销同品牌产品。

3) 甲方对乙方订最低销售数_____元/每月，并于三个月对乙方考核一次，对完不成指标的代理商，公司有权取消其代理权。

二、保证金(代理金)：

1) 甲乙双方于签约后，乙方必须七天内将保证金及货品预付款汇到甲方指定银行帐号，此合同方始生效，如七天内乙方款未到甲方指定的帐上，即作为乙方自动放弃，同时甲方有权取消本合同。代理经营应付保证金人民币_____元，货品预付款人民币_____元。

2) 甲乙双方于本合同到期时，乙方不再续签：依据本合同之第八款规定办理，在乙方无任何违约责任前提下，将无息退还乙方保证金，时间为30天。余款处理：以当季等值货品相抵之办法办理。

三、甲方责任：

1) 负责设计，提供装修图纸(设计费用以每平方米_____元计算)。

2) 甲方有义务协助乙方为其营业人员安排培训指导，相关费用由乙方承担。

3) 甲方以成本价提供乙方模特儿，衣架，包装袋，灯箱片，海报或其他道具用品等。

四、乙方责任：

1) 装修：根据甲方提供设计方案及陈列规划，定制道具，对店铺或柜位进行全方位的装潢，并达到我方的要求(拍成相片快递至甲方公司)，费用乙方负责。

2) 通讯：乙方必须提供给甲方详细的通讯地址，本人身份证复印件，电话，传真，联系人，并提供专卖店与专柜的具体详细地址与联络电话。

3) 有效证明：乙方必须提供甲方有效的营业执照，税务登记证复印件。乙方经营地必须悬挂标示_____品牌于明显位置。乙方店铺内不得销售其他品牌服饰。

4) 每星期一乙方应将上个星期的销售情况报表传真至甲方，以便甲方了解市场信息销售动态。

5) 乙方销售须依照甲方商品之牌价为基准，不得更换或涂改

甲方商品之标示牌标签。

6) 乙方不得更改甲方商品之设计或仿制，如有违反，甲方有权追究乙方法律责任，并且甲方有权扣除乙方保证金及定金。

7) 乙方不得泄露甲方之营业，管理等商业机密资料予第三者，如有违反，甲方有权追究乙方法律责任。

8) 由于乙方未能按期付款所造成货品延期的，甲方即视为乙方认可该批货品发货有效期将延期至乙方款到之日，且不得退货(该批货取消换货率)。

五、结算方式：

1) 乙方要求出货与追加，必须款到发货，由甲方协助代为发货。甲方有权不接受电话等其他形式的口头追加或不符合要求的追加单，追加有效期为：公司接到追加单之日起，二十天内有效，如需延长在截止日中指明。

2) 乙方供货折扣为相关商品零售价的_____%(以上价格为不含税价格)。

3) 乙方配货换货率为_____%，追加商品换货率_____%。

4) 甲乙双方终止协议后乙方不得将存货退回，且甲方不负责所有之经营管理的投入费用。

六、供货方式(订单加配货制)：

1) 订单制：甲方在每年开立二次展示会，供乙方下单订货或配货，甲方根据乙方订单数量及付款情况供货。

2) 配货制：甲方按乙方需求配给乙方当季所未订新款，配法基数为：_____。

3) 增补新款：在经营活动中乙方同意甲方根据流行趋势的变化和市场需求不定期增加新款，由甲方统一配货，配货基数为_____。(同上第二条)

4) 乙方不得未经甲方同意而擅自取消所订货品或配货，否则扣除保证定金及定金。

七、退换货方式：

1) 质量问题：乙方收货后，如发现质量问题，以传真格式三天内通知公司业务部，如当时不通知则视为正品，如有损坏公司概不负责。并在10天内返回(日期以收发货品的包裹票为准)，甲方应予无条件换货。

2) 串号问题：乙方收货后在三天内提出异议，逾期甲方有权不受理。

3) 退换：乙方可以在合同约定的退换率内调货(在非质量原因前提下，每季同款，同色，同码累计不得超过5件)。期限一个月(日期以收发货品的包裹票为准)返回的货品必须完好无损(含吊牌)无污渍，不影响货品的再销售否则甲方有权不受理。

八、违约条款：

1) 甲乙双方必须严格遵守合同中的每一条款，如任何一方违约，则违约方必须赔付另一方保证金的全额作为违约款。

2) 除合同中有关合同终止条款外，任何一方若无正当理由而任意终止合同时，则违约方得向另一方支付保证金款的全额违约金。

九、合同终止：

乙方如有下述条件之一者，甲方有权解除本合同：

- 1) 乙方于经营期中，有损甲方名誉，信用与经济等行为者。
- 2) 乙方未经甲方同意，擅自跨区域经营。
- 3) 乙方因经营不善，导致歇业，停业，合并与转让等行为者。
- 4) 合同期届满或甲乙任何一方提出希望中止本合同，必须提前一个月以书面形式通知另一方。
- 5) 如乙方在签约后一个月之内，在代理地区未能发展行为者，甲方有权终止合同。

十、代理优先权：

乙方如达成本合同各项规定与目标时，在同等条件之下乙方享有优先续约权利。

十一、争议解决：

- 1) 本合同如有未尽之处，由甲乙双方协商解决。
- 2) 本合同如涉及诉讼，双方同意以甲方所在地人民法院作为第一管辖法院审理。

十二、本合同自签字之日起生效，从_____年_____月_____日至_____年_____月_____日，有效期为_____年，期满自动失效。合同期满前30天内双方可协商续约事宜，并续签代理合同。乙方若要终止代理关系，需提前30天书面向甲方提出。

十三、本合同一式贰份，甲乙双方各执壹份，经双方签字，公司盖章后，乙方保证金和货品预付款到达甲方帐号上方始生效。

甲方(盖章)：_____乙方(盖章)：_____

委托代理人(签字): _____ 委托代理人(签字): _____

_____年____月____日_____年____月____日

签订地点: _____ 签订地点: _____

品牌营销策划公司有哪些业务篇四

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

品牌营销策划公司有哪些业务篇五

甲方：

乙方：

为维护当事人合法权益，根据《中华人民共和国合同法》及有关法规，甲乙双方经友好协商，签订本合同并共同遵守。

一．甲方授权乙方使用甲方预混料和注册商标生产浓缩饲料和配合饲料产品，销售区域不限，使用安能商标，商标所有人为甲方。产品标准由甲方协助乙方制定并由乙方负责备案，使用乙方浓缩饲料、配合饲料生产登记证、厂名、厂址。

二．乙方应保证月销量不低于100吨，年销量不低于_1000_吨。自合作合同签订时起，给予乙方6个月市场启动期，六个月后仍未达到目标销量者，甲方有权单方面终止合同。

三．甲方按公司统一定价优惠5%向乙方提供安能系列预混料，乙方每次订货量应不少于_2_吨，订货应提前__5__天，且应在订货时按约定价格将货款汇入甲方帐户；在甲方收到货款后_5_个工作日内自行提货；若需甲方送货，甲方将按实际价格收取运费。订货后已生产的产品，必须由乙方负责在10日内提货，否则扣发乙方每吨100元的返工费，因返工所消耗的原料、包装物等另外计价由乙方承担。

四．甲方保证提供的预混料产品质量符合企业标准和国家有关法规；对由预混料引发的质量事故负责。乙方对甲方的预混料产品质量提出异议，应出具国家认可的饲料质检机构的检验报告，经双方协商或司法程序解决。

五．甲方负责乙方产品配方的调整，由乙方自行采购除预混料以外的其他原料并组织生产；甲方负责乙方产品包装物、宣传品、标签的设计，由乙方自行制作。

六. 乙方应向甲方交纳保证金一万元, 于签订合同时缴纳, 如果乙方在生产经营中出现质量事故、对甲方品牌信誉造成不良影响, 甲方有权扣除保证金; 若无上述情况发生, 于合作期满、乙方使用完或销毁所有与甲方品牌有关的包装物、标签后退还。本合同解除后, 乙方不得继续以甲方合作伙伴的名义开展业务。

七. 退货: 乙方由于非质量原因要求退货须在产品保质期内提出, 并承担退货运费和产品处理费。由于甲方原料采购、生产加工、装卸作业等工作失误造成的产品质量事故, 退货运费和产品处理费由甲方承担。

八. 甲方任何人员与乙方达成的口头协议, 均无法律效力, 本合同加盖甲方合同章或公章后方可生效。如遇上述条款未尽事宜, 双方可协议或补充。补充协议与本合同具有同等法律效力。双方因履行本合同发生争议, 由北京市昌平区人民法院管辖。

九. 本合同有效期自200年__月__日始至_200__年__月__日止。

十. 本合同一式四份, 乙方及甲方产品研发中心、客户服务中心、财务管理中心各执一份。

甲方: 乙方:

代表: 身份证号:

地址: 地址:

电话: 电话:

传真: 传真:

邮编： 邮编：

开户行： 开户行：

帐号： 帐号：

品牌营销策划公司有哪些业务篇六

甲方：

乙方：

签订地： 签订时间： 年 月 日

为推广甲方产品，扩大甲乙双方品牌在当地市场影响力，甲乙双方经充分协商，就甲方产品在乙方所在地的独家代理权签订本合同，并共同遵守。

一、代理权：

1、乙方代理产品：

2、乙方代理区域：

二、权力与义务

1、甲方

1) 授权乙方为指定区域内的甲方产品的合作推广单位，不定期派代表指导、督察乙方的销售工作。

2) 甲方按乙方计划分期分批提供符合产品质量标准和计量的产品，保证产品的保质期自乙方收货之日起算不少于18个月。

3) 甲方授权乙方可在指定区域内缔结销售合同，并利用乙方

推广优势，利用各种机会进行产品的推广宣传。

4) 甲方在乙方进货的同时提供广告品、宣传品。

5) 甲方对因产品的内在质量而造成的经济损失负责赔偿。

6) 甲方负责对乙方进行技术服务和推广指导。

2、乙方

1) 乙方在本年度内完成_____万元销售量。

2) 乙方有义务维护甲方的信誉，利用乙方的义务活动对甲方的产品进行推广和宣传，组织科技成果推广会和示范现场会。

3) 乙方不得低于甲方推荐的终端价格销售产品。

4) 保证甲方的产品不得投放到规定区域以外市场及不低价销售。

5) 因乙方推广不当造成损失由乙方负责。

6) 乙方必须定期向甲方报销售计划(含订货计划、销售情况、渠道建设、市场开

三、进货及结算方式

乙方每次进货，提前3天通知甲方，款到24小时内发货，由乙方承担短途运费。

四、退换货条款

1、以下情况退货、换货的，乙方无条件退货，由此引起的费用由甲方承担：

1)收到货后乙方发现产品包装渗漏、标识不清、不符或存在质量问题。

2)所收发产品与订购产品不符。

2、以下情况退货、换货的，运费由乙方承担：

1)乙方要求更换新包装或新的生产日期。

2)乙方认为某些产品积压过多不畅销，要求更换畅销产品。

3)无任何原因，乙方要求退货。

五、不窜货承诺

乙方承诺绝不将甲方产品销往约定区域外。甲方发现乙方有窜货事实，书面形式通告乙方扣减年终奖励的50%；乙方再次出现窜货事实，取消本合同全部年终奖励；若第三次窜货，甲方有权单方终止合同。

六、产品价格表详见附件1

七、奖励政策

1、完成业绩低于签约金额60%以下，无任何奖励。

2、完成业绩额达60%以上部分有奖励，为60%以上部分业绩额的2%。

3、超额部分奖励为超额部分业绩额的3%。

八、特别说明：

1、经双方签订盖章确认的所有附件均为本合同不可分割的一部分，具有同等的法律效力。

2、如重大推广活动或投放电视广告，双方续另签补充协议。

3、其他约定事项：

九、合同自签字盖章日起生效，有效期为三年，以乙方完成合同金额为续签合同的基础，乙方不能完成合同约定金额则合同废止。如乙方因自然灾害等不可抗逆因素未完成合同金额，甲方可延缓合同有效期。

十、本合同一式两份，双方各执一份

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

品牌营销策划公司有哪些业务篇七

甲 方：

法定代表人：

地 址：

电 话：

传 真：

乙 方：

法定代表人：

地 址：

电 话：

传 真：

甲乙双方经友好协商，以平等、自愿为原则，达成如下协议：

第一条 委任与接受

在本合同有效期内，甲方同意乙方作为本合同第二条项下产品的代理商，在第三条所规定的区域内非独家地销售有关产品。对此，乙方同意并接受。

第二条 代理销售的产品

本合同所指乙方代理销售的产品是cctv央视网络电视法制频道家庭法律保障卡、私人律师卡、企业法律服务卡和企业法律服务vip卡。

第三条 乙方的代理销售区域

本合同所指乙方的销售区域是：

第四条 乙方的义务

- 1、乙方应按月完成甲方要求的产品销售目标，即乙方每月的销售任务为：张。
- 2、乙方应严格遵守甲方随时给予的指令，在本合同第三条所规定的区域内按照甲方的销售策略、销售要求销售有关产品。对于乙方违反甲方指令或超出指令范围所进行的一切作为或不作为，由乙方自行承担 responsibility，甲方不予负责。
- 3、当甲方在乙方及其供应的销售商所在地进行产品推广活动时，乙方有义务提供人员及合理的设备予以配合。

4、乙方享受甲方的代理商供货价，同时，乙方有义务控制其供应的零售商按照甲方规定的零售价格售给终端消费者。

5、乙方应在每件产品销售后二十四个小时内将产品销售信息以书面的形式反馈给甲方。

6、乙方应按照本合同第五条的规定向甲方支付产品货款。

第五条 产品结算价格及货款支付

乙方一次性从甲方领取家庭法律保障卡张，私人律师卡卡张，企业法律服务卡张，企业法律服务vip卡张。乙方在领卡之前须向甲方支付元保证金，乙方在领卡后十五天内或下次领卡前(以先到的日期为准)将款项结清。卡的结算价格为家庭法律保障卡每张元，私人律师卡每张元，企业法律服务卡每张元，企业法律服务vip卡每张元。

第六条 产品服务的开通

在乙方已按照本合同的约定支付应付货款的前提下，在乙方将产品销售信息反馈给甲方后24个小时内，甲方为乙方已销售的产品开通服务。因乙方原因致使产品服务无法按时开通的，由乙方承担责任。因此而给甲方造成损失的，乙方应予以赔偿。

第七条 奖励

如果乙方连续三个月完成甲方要求的销售目标，则甲方按照乙方给甲方结算金额的2%给予乙方奖励。

第八条 费用分担

除另有约定外，乙方代理销售所发生的所有费用和支出，包括但不限于维持其办公处所、销售人员的费用等均由乙方承

担。

第九条 产品的宣传

在代理区域内，乙方应积极地充分地进行宣传以促进产品的销售。甲方应向乙方提供一定数量的产品宣传印刷品。

第十条 违约责任

甲乙双方应全面履行本协议的约定。违反约定，给对方造成损失的，应承担违约责任。

第十一条 合同的变更及终止

1、经协商一致，双方可书面变更合同。

2、对于乙方的以下行为，甲方可随时中止或终止本合同，因此发生损失的，甲方有权要求乙方予以赔偿：

(1) 乙方超越销售区域销售产品；

(2) 乙方连续三个月未能完成甲方规定的销售任务；

(3) 乙方违反结算规定，超过规定期限未支付有关货款；

(4) 乙方经营遇到巨大困难或管理发生实质性变化，如由他人承包等，导致甲方的权利可能无法得到保障时。

第十二条 附则

1、本合同一式两份，双方各执一份，具有同等法律效力。

2、本合同自双方签字并加盖公章之日起生效，有效期年，自年月日起至年月日止。

3、乙方收货人员确认书是本合同的附件，与本合同具有同等法律效力。

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

品牌营销策划公司有哪些业务篇八

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：

一、代理权限

1、甲方授予乙方在范围代理甲方现有系列产品，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。

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。

3、本合同签订后，乙方成为甲方代理商。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。享受同正式代理商一样的权利。

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。

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。

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。

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。

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。

二、 质量技术保证

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、生锈不在甲方质量技术保证范围内。

三、 产品价格

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)。

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。

四、代理折扣及结算

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

2、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。

3、乙方结算代理费用时需提供相应增值税发票。

4、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。

5、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。

五、费用支出

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。

六、甲方提供的支持与服务

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：

- 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。
- 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)。
- 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。
- 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。

七、销售业绩

- 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，甲方与乙方确定每年乙方应完成的销售业绩。
- 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。

八、销售报告、市场信息

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 知识产权

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和生产有关说明。

10. 协议期限

10.1 本协议经双方签字后正式生效，有效期为协议签字之日起12个月。12个月后，乙方凭甲方传真的正式代理证书，获得甲方正式代理权限，直至双方解除代理合作关系。 10.2 甲方在乙方暂时代理期限内，有权对乙方的业务合同进行考核，如乙方无任何销售行为，甲方有权修改本协议，并单方面解除本协议。

10.3 如有下列情况发生，任何一方均可立即终止协议：

- 1) 另一方违反本协议规定，在得到警告后，30天内未能采取补救方法的；
- 2) 另一方即将破产或无力偿还债务；
- 3) 另一方具有不诚实或欺诈行为。

10.5 关于协议终止

10.5.1 本协议终止并不能消除各方在协议期内对另一方欠款的支付

10.5.2 协议期满后，甲方应继续向乙方现有用户提供售后服务，包括产品的非质量问题有偿维修，维修产生的一切费用由客户承担。

10.5.3 解除代理关系后，除非有必要完成额外的订单，乙方应立即停止代理甲方产品销售、广告或使用任何甲方的知识产权。

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

品牌营销策划公司有哪些业务篇九

乙方：

为维护当事人合法权益，根据《中华人民共和国合同法》及有关法规，甲乙双方经友好协商，签订本合同并共同遵守。

二、乙方应保证月销量不低于 吨，年销量不低于 吨。自合作合同签订时起，给予乙方 个月市场启动期，六个月后仍未达到目标销量者，甲方有权单方面终止合同。

三、甲方按公司统一定价优惠 %向乙方提供 系列预混料，乙方每次订货量应不少于 吨，订货应提前 天，且应在订货时按约定价格将货款汇入甲方帐户；在甲方收到货款后 个工作日内自行提货；若需甲方送货，甲方将按实际价格收取运费。订货后已生产的产品，必须由乙方负责在 日内提货，否则扣发乙方每吨 元的返工费，因返工所消耗的原料、包装物等另外计价由乙方承担。

四、甲方保证提供的预混料产品质量符合企业标准和国家有关法规；对由预混料引发的质量事故负责。乙方对甲方的预混料产品质量提出异议，应出具国家认可的饲料质检机构的检验报告，经双方协商或司法程序解决。

五、甲方负责乙方产品配方的调整，由乙方自行采购除预混料以外的其他原料并组织生产；甲方负责乙方产品包装物、宣传品、标签的设计，由乙方自行制作。

六、乙方应向甲方交纳保证金 元，于签订合同时缴纳，如果乙方在生产经营中出现质量事故、对甲方品牌信誉造成不良影响，甲方有权扣除保证金；若无上述情况发生，于合作期满、乙方使用完或销毁所有与甲方品牌有关的包装物、标签后退还。本合同解除后，乙方不得继续以甲方合作伙伴的名义开展业务。

七、退货：乙方由于非质量原因要求退货须在产品保质期内提出，并承担退货运费和产品处理费。由于甲方原料采购、生产加工、装卸作业等工作失误造成的产品质量事故，退货运费和产品处理费由甲方承担。

八、甲方任何人员与乙方达成的口头协议，均无法律效力，本合同加盖甲方合同章或公章后方可生效。如遇上述条款未尽事宜，双方可协议或补充。补充协议与本合同具有同等法律效力。双方因履行本合同发生争议，由北京市昌平区人民法院管辖。

九、本合同有效期自 年 月 日始至 年 月 日止。

十、本合同一式四份，乙方及甲方产品研发中心、客户服务中心、财务管理中心各执一份。

甲方：北京 科技有限公司 乙方：

代表： 身份证号：

地址： 地址：

电话： 电话：

传真： 传真：

邮编： 邮编：

开户行： 开户行：

帐号： 帐号：

年 月 日