## ****商品                     地区代理合同****

**甲方（被代理方）：**

法定代表人：

地址：

联系方式：

**乙方（代理方）：**

法定代表人：

地址：

联系方式：

甲、乙双方为了更好的发挥                     系列产品的品牌效应，进一步提高系列产品的市场占有率和销量，在遵守国家法律、法规，本着诚信经营、平等互利的原则，达成如下共识，并签订此商品                     地区代理合同：

**一、双方的基本条件约定**

1、甲方向乙方提供其合法的营业执照、税务登记证、卫生许可证。

2、乙方向甲方提供其合法的营业执照、税务登记证、卫生许可证。

3、商超客户的代理，乙方必须具备一般纳税人资格。

4、乙方应对甲方的品牌有足够的了解和认知认可度，且乙方的经营性质应该和甲方的产品属性、销售渠道相吻合。

5、甲方的商品送达乙方仓库，并由乙方验收和向甲方付款后，其商品所有权归属乙方所有，但其商标使用权归甲方所有，乙方不得擅自使用。

6、乙方在合同期内，不得销售与甲方商品所属同类的其他品牌商品，否则甲方有权利提前中止合同，取消乙方的代理经营权。

7、乙方必须对所属区域内的现有客户具备融洽的客情关系和良好的社会关系。

8、乙方必须具备健全的财务管理系统，能及时提供各项真实有效的数据报表给甲方。

**二、乙方的销售区域和销售渠道**

1、甲方允许乙方代理经营的销售区域和客户名称：                     。（见附表1）

2、乙方不得将甲方商品出现在上述区域或者客户之外的范围销售，否则一经发现，甲方有权按照其售价货值金额的         %对乙方进行经济处罚，并责令其限期收回货物。

3、甲方尽量保证乙方的所属客户及其区域范围内不出现其他代理商或者客户经营商。

4、在双方合作过程中，乙方所属区域内的未来潜在客户（新开业客户），原则上由乙方进行经营管理，但是，乙方必须以书面形式向甲方提交申请报告并得到甲方的许可后，方可进场销售。否则，甲方有撤消或者转交乙方对此新客户的经营权。

5、甲方将原有客户交付给乙方，乙方通过对帐和审查无误并同意接收后，所转交客户将来出现的任何差错或者经营合作问题，甲方不再承担任何责任（双方单独另有约定除外）。

**三、品牌保证金**

1、“                     ”商标作为中国内地商标，“                     ”品牌作为                     名牌商品，更是中国                     行业佼佼者，连续         年在                     市场占有率第         ，其固有品牌价值和未来的潜在价值都是不可估量的，作为中国                     企业，其未来发展的潜力和品牌价值是商界和企业界所瞩目的。

2、乙方销售甲方产品，有权利和义务维护“                      ”品牌的形象，并向甲方支付人民币        元的品牌保证金，以确保乙方在销售甲方的产品过程中不对甲方的品牌名誉和网络基础建设等方面造成损害。

3、品牌保证金应在自合同签定之日起         日内，向甲方支付，甲方给予开具加盖甲方公章的保证金收据，合同期满         日内，如乙方未违反本合同规定且未做出有损甲方品牌声誉或者市场基础建设的行为，甲方全额返还给乙方。

4、在合同期内，乙方若违反合同，或者给甲方的市场经营造成损失，甲方有权据情扣罚乙方的保证金，乙方必须在         天时间内向甲方交纳补齐所扣罚的保证金。

**四、商品规格和价格**

1、甲方提供给乙方的价格是含税到岸价格。（见附件2：价格表）

2、乙方供给商超等各类客户的价格完全遵照甲方规定的价格执行，乙方不得擅自更改任何价格（允许乙方的销售价格高于甲方规定价格         % 以内）。

3、甲方不向乙方提供特定规格的或者贴牌商品。

4、如果乙方对于甲方的某些商品不愿意代理，甲方可转交给其他代理商代理。

5、因乙方不执行或者低于甲方规定的各级外销价格，造成货物向其他地区的窜货的，乙方需完全承担一切损失和责任。

6、乙方有责任规范和管理好所属区域的下级客户的价格体系，一旦造成窜货行为或者不良的低价影响或者遭到其他地区客户的投诉，乙方应承担完全责任。

7、乙方因低价供货造成下属终端客户的零售价低于市场正常零售价格，而遭到同一区域其他代理商或者终端客户投诉或者索赔的，乙方应承担完全责任和损失索赔。甲方有权对其做出相应的经济处罚。

8、乙方因节假日或者其他庆祝活动或者为图商品增销量或者为宣传商品或者为处理积压库存等目的需要在特定时间范围内，特定地点，或者限定销量的前提下，需要进行特殊价格销售的，必须最少提前         天向甲方报批申请，并取得甲方书面同意后，方可执行。

9、因甲方原材料价格或者生产等原因，需要对出厂价格统一上调或者下调的，乙方应该给予配合支持，甲方应提前15天通知乙方，乙方须在接到通知30日内，全面按照甲方的要求调整对外销售价格，并执行完毕。

**五、商品的质量和索赔**

1、甲方承诺向乙方提供的商品属于符合国标的合格商品，并向乙方提供所有商品质量检测报告书的复印件。

2、乙方进购甲方的商品后在保质期内，任何因甲方自身质量原因造成的相关损失和关联到的赔偿由甲方承担一切经济和法律责任。

3、因乙方自身保管或者运输等原因造成的商品质量损害及造成的相关损失和关联到的赔偿事宜等，由乙方承担一切经济和法律责任。

4、乙方经营期间，通过甲方同意后，在一些乙方经营区域所在地各级职能部门所做的关于产品质量方面的检测，或者当地政府职能部门自行抽查，其检测费用由甲方承担。

**六、甲方的供货、退货服务**

1、甲方根据乙方的订单，将货物送达乙方仓库，甲方保证在收到订单48小时内将货物送达乙方的当地物流中心.

2、乙方定单的每次最低订货金额：人民币        元，否则甲方不予安排送货。

3、乙方要求自行提货的，甲方给予乙方成本价格的运费补贴。

4、乙方自提货物或者收到甲方来货，必须当面清点数量和检查货品质量，无误，即给予签署甲方的发货单据，乙方提货离开甲方仓库或者甲方送货人员离开乙方仓库，甲方即不对货物的非生产质量问题和数量缺少负责。

5、乙方在收到货物15天时间内发现批次质量问题的，可通知甲方退换货。

6、甲方保证乙方正常销售经营状态下的货物供应，因甲方原因如公路或者铁路运输等不可控制因素造成的货物暂缺，乙方应该给予谅解，甲方也应全力保障好乙方的货物供应，并经常向乙方通报货物库存情况，并对畅销量大商品实行“15天预警”控制，将货物缺口造成的销量损失，降到最低极限。

7、乙方计划做促销活动时，必须提前20天以书面形式向甲方提出申请计划，以便甲方能够及时备货。

8、旺季或者重大节假日来临前一个月，甲、乙双方应就库存备货，加强沟通，对市场需求作好预测，提前做出合理的备货计划准备。

9、由于滞销原因，导致乙方个别单品货物库存积压，在保质期到达前三个月时间内、且商品质量完好，甲方允许给予折价退换货物。

10、由于包装破损原因造成乙方货物无法正常销售，如果产品内在质量完好，甲方给予乙方全年         %的补贴。（鼠损虫咬商品，甲方一律不给予补贴退换货）

11、                     系列产品，需乙方自行妥善保管和运输，由于破损原因，甲方不给予退换货。

12、                     产品如果由于滞销原因造成积压，必须要求在保质期到达前五个月，且商品内外包装完好无损，内在质量完好无损，甲方可允许折价后退换货，否则，由乙方自行承担损失。

**七、乙方的经营服务职责**

1、乙方负责对所属区域内的所有客户的对、结帐和供、退货服务工作。

2、乙方应最少固定部送货车和名固定业务人员做好甲方产品的市场维护服务工作。

3、乙方必须配备足够的业务人员和理货人员，加强对甲方产品排面的理顺，乙方保证甲方产品的排面在同类商品中位置最佳，单品排面最多，乙方保障每个客户的货架上单品不缺、货物不缺。

4、乙方应保证在接到客户订单24小时内，将货物送达。

5、乙方不得以人员或者车辆紧张原因为借口，延误送货。

6、乙方不得以客户订单数量少等原因为借口，而拖延或者不予送货。

7、对于商超等客户要求的退换货，乙方应该及时给予服务到位。

8、乙方保证所属区域范围内的                     卖场的进场率达到90%。

9、乙方保证所属区域范围内各类终端网点的进场覆盖率达到         %以上。

**八、关于结算方式**

1、甲方对乙方实行现款现货的结算方式，甲方在确认乙方的货款到帐后，方可给乙方发货。

2、对于前期甲方在商场等客户的未尽应收帐款，其债权转由乙方接收，乙方须在合同签订三天内以                     方式付给甲方，或者同甲方签订“前期货款付款计划表”（作为本合同有效附件），或者由甲方自行向原客户收取。

3、乙方对甲方的付款方式可以是：现金、支票、电汇、银行汇票方式。

4、甲方向乙方提供相应税率的增值税发票。

5、现金结算，甲方向乙方提供明确的货款结算专人身份证明，甲方其他任何业务人员无权前往乙方处结算货款，并且必须持有合法的、完善的相关结算票据，否则甲方不予以承认。

6、乙方每月日必须配合甲方对上月双方发生的销售、付款及费用进行详细对帐。

7、如果乙方拖欠甲方货款，甲方有权利对其停止发货。

**九、促销活动**

1、乙方根据市场需要，在一些大型卖场采取特价、捆绑赠送、免费品尝、海报等常规促销活动，应提前将计划方案通知甲方。

2、对于甲方在全国或者全省或者全市统一的大型促销或者展示活动，乙方应该提前做好人力和物力上的准备，并全力配合好甲方的活动。

3、对于甲方安排的促销计划，乙方应该全力配合执行，并协同甲方谈判压缩各类费用，安排场地、提供物力支持和人员支持等。

4、乙方的任何新商品进店或者新开业商超进店，有可能产生已方应该承担的费用项目 的，必须事由已方承担。

5、乙方的任何宣传促销活动计划，有可能产生的费用项目的，必须事由已方承担。

**十、促销品和广告宣传**

1、甲方的新产品如                     系列，甲方按照进货比例，免费配发不干胶张贴画、双面宣传单页、促销台等宣传品。

2、今后甲方将继续设计制作增加促销品的种类，如促销员统一服装、雨伞、展示架等等各类促销宣传品。

3、甲方将根据乙方市场的实际运作情况，确定是否给予乙方市场一定的广告宣传支持。

4、甲方对乙方所属区域的广告投入，由甲方人员直接操作投入，乙方不接触投入费用，但乙方应该全力配合甲方的信息收集、价格费用谈判、人力支援及提供合理的广告投入建设性建议。

5、今后甲方可能对乙方市场进行广告投入的方式主要是电视广告、公交车体广告、报纸广告和城市广告牌等方面。

**十一、销售费用和甲方对                     的市场投入**

1、甲、乙双方的商超客户转户，如果需要产生费用的，由甲已双方共同承担，乙方应全力协调客情将该费用压缩到最低。

2、甲方的常规产品销售，甲方不提供任何促销品宣传品，基本不做广告宣传投入。

3、乙方在和客户对帐、结算过程中出现的误差或者卖场耗损或者货物丢失、商品价差、罚款等等费用，由乙方自行承担。

4、乙方在经营过程中产生的所有运营费用，甲方不予以承担，任何商场扣点和年节庆费、开业费、赞助费等等商超杂费，甲方不予承担，应由乙方完全承担。

5、乙方在经营过程中出现的呆死帐或者以物抵货款等，甲方一概不予以承担。

6、乙方承担新商品的单品进店（条码）费用（若费用较大，双方协商分担）。

7、促销员的销售费用由乙方承担。

8、乙方承担卖场的海报费用。

9、促销期间的折价让利或者免费赠品费用，由甲、乙双方协商承担，要求乙方在促销期间的销售毛利率（扣除商超各类结帐扣点后）不得超过         %。

10、乙方应充分发挥大型代理商的规模优势和客情优势甲方协助进行关系沟通和谈判，将需要乙方承担应支付的各项费用压缩到最低。

11、甲方明确承诺给予乙方在每个商超的最低年促销次数（客户年促销计划表）。

12、乙方向甲方申请的促销，必须向甲方提供正式的文稿，并附带详细的需货单，并及时将销售数据和效果评估报告上报甲方。

**十二、销售任务和奖励**

1、本合同签定         个月后，甲、乙双方协商制定乙方的年销售任务，乙方必须保障年销售任务基数完成，否则甲方有权利中止和乙方的代理合同。

2、在经营过程中随着乙方客户的增加和减少或者其他等不可预计因素的出现，甲、乙双方可以协商调整任务基数额。

3、甲、乙双方的销售任务超额奖励，可以单独签订协议书作为本合同的有效附件。

**十三、甲、乙双方的权利和义务**

1、甲方有义务主动协助乙方协调好同商超卖场的各级客情关系。

2、甲方应及时向乙方提供各类优秀的促销方案。

3、甲方对乙方的经营行为有监督指导权。

4、甲方负责对促销人员的管理和培训工作，同时具有对乙方业务人员进行培训的义务。

5、甲方有权利随时核查乙方的经营帐目和费用（限甲方产品）。

6、甲方有权利给乙方制定特殊时期或者情况的指导销售价格，乙方应遵照执行。

7、乙方应该对甲方的价格、销量、政策、计划方案等商业秘密，给予严格保密，否则一旦造成不必要的损失或者影响，乙方应承担完全责任，并赔偿甲方相关损失（包括无形资产损失）。

8、乙方应该定期向甲方提供甲方产品的销售数据报表、客户档案资料。

9、乙方应该及时将市场综合信息反馈提供给甲方。

10、乙方有义务维护好甲方的市场网络和品牌基础建设。

11、乙方应该服从甲方对市场方面的统一号召及相关指导政策和规定。

12、乙方不得对甲方的各项核查工作予以刁难或者不配合。

**十四、违约责任的承担和处罚**

1、甲、乙双方应严格遵守本合同的约定事项，在本合同明确规定的处罚事项，按照本合同规定执行，本合同未明确的违约处罚事项，双方可商定，但处罚金额最低限度标准为人民币        元。

2、乙方在经营过程中有明确违反本合同规定，且性质严重的，甲方可提前终止合同。

3、乙方在经营过程中对甲方的市场或者品牌造成损害或者损失的，或者消极、敷衍销售，造成市场份额严重下滑的，乙方应承担相关赔偿，同时甲方有权利终止合同。

4、乙方在经营过程中背离甲方原则规定，不服从甲方对市场的统一运作规划管理的，甲方有权利终止该合同，收回乙方的产品代理权。

**十五、合同的期限、续签、解除**

1、本合同自签订之日起有效期限壹年，合同签定时间：         年        月        日

2、合同期满甲、乙双方可重新谈判合同条款，继续签定合作合同，同等条件下，甲方给予乙方优先签订权。

3、中途解除合同或者合同期满不再续签合作的，甲、乙双方应将相互之间的合同约定费用以及货款等事宜在15天时间内两清，如乙方要求清退甲方货物的，甲方应给予清退，并于清退完完毕后15天内付清乙方的退货款项（限商品质量完好无损）。

**十六、合同其他约定及补充事项**

1、甲、乙双方除本合同之外的任何书面形式、且手续齐全的补充约定，在本合同有效期内均可作为本合同的有效附件，甲、乙双方应给予承认。

2、本合同未尽事项，双方协商解决；未果，交由甲方所在地法院裁决。

3、本合同签署地：         省         市         区                     公司驻地。

4、本合同一式肆份，涂改或者复印无效，甲、乙双方各执两份。

5、本合同自双方签章之日起生效。

6、在以后合作过程中通过双方协商补签或者修改的一切正规书面协议内容，均告有效。

7、补充事项添加：                                               。

|  |  |
| --- | --- |
| **甲方（盖章）：**  法定代表人或其委托代理人（签字）：  组织机构代码：  纳税人识别码：  地址：  邮政编码：  法定代表人：  委托代理人：  电话：  传真：  电子信箱：  开户银行：  账号：  时间：        年        月        日 | **乙方（盖章）：**  法定代表人或其委托代理人（签字）：  组织机构代码：  纳税人识别码：  地址：  邮政编码：  法定代表人：  委托代理人：  电话：  传真：  电子信箱：  开户银行：  账号：  时间：        年        月        日 |

窤