

# 电子版销售合同做(通用5篇)

现今社会公众的法律意识不断增强，越来越多事情需要用到合同，合同协调着人与人，人与事之间的关系。那么大家知道正规的合同书怎么写吗？下面是小编为大家带来的合同优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 电子版销售合同做篇一

乙方(特约经销商)：\_\_\_\_\_

### 1. 授权经销

1.1 甲方在此授权乙方于本协议有效期内甲方指定的行政区域(以下称销售区域)内销售甲方的产品，成为甲方产品的经销商。

1.2 尽管有上述授权，但甲方仍保留权利，自行将其产品出售给销售区域内的主要客户，主要客户名单及其不时的修改由甲方随时以书面方式通知乙方。除非双方另有约定，乙方不得向销售区域内的甲方主要客户销售甲方的产品。但甲方自行出售的价格不得低于甲方按照本协议规定在当时出售给乙方的货品价格单上的价格。

1.3 乙方的经销权不是独占和排他的。甲方仍保留权利，自行决定授权其它的销售商在该销售区域内销售甲方的产品。但甲方出售给其它乙方的货品价格不低于甲方按照本协议规定在当时出售给乙方的货品价格单上的价格。

1.4 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。因此，乙方不得以或试图以甲方或其任何关联公司或附属公司的合伙人、代表、代理人或特许商的身份开展业务或以明示或暗示的方式作如此表述。在任何情况下，乙方不得因本协议而被视为与甲方或其任何关联

公司和附属公司有上述关系。乙方应以本人身份进行产品销售，并且为自身利益与顾客签订购销合同，并且应自行承担其在该等购销合同项下的义务和责任。乙方不得代表甲方签订任何合同性文件或作出任何承诺、声明、保证或陈述。乙方违反前述规定所签订的合同性文件和作出的任何承诺、声明、保证或陈述对甲方在任何情况下均不具有约束力。

## 2. 分销区域、渠道和产品

2.1 乙方同意接受甲方授权作为甲方产品的经销商，在甲方指定的销售区域内销售甲方的指定产品。

2.2 销售区域指附件一所列的甲方指定的行政区域。

2.3 乙方承诺在本协议书有效期内努力发展分销渠道，并最终使其销售网络覆盖销售区域内所有到达区镇一级的主要分销通路。

2.4 乙方同意如果乙方在销售区域内的分销渠道没有被充分地覆盖及发展，甲方有权将部分地区移出其销售范围。

2.5 乙方同意只能在销售区域内发展分销网络，进行分销活动。除非有甲方的预先书面同意，乙方不得从任何第三方购买甲方的产品，或向注册地址或者主要经营地址位于销售区域以外的任何单位或个人销售甲方的产品，或向任何国家或者地区出口甲方的产品。一经确认，甲方有权要求乙方限期改正，并按照甲方指令采取补救措施，甲方亦有权即时书面通知乙方解除本协议书。

2.6 乙方同意甲方可以随时增加或撤除或变换任何或全部甲方的产品、区域或分销渠道以符合甲方在中国发展的长远计划和对消费者的利益。

## 3. 乙方的责任和义务

3.1 经常不懈地作出努力与甲方在销售区域中可能提出的任何销售计划取得协调。

3.2 保持甲方产品的存货数量不低于一个月的平均销售量，以便有效率及无延误地向销售区域提供服务。

3.3 负责良好的客户服务。乙方所在市范围内的客户的订单必须在24小时内完成，乙方所在市范围外客户的订单必须在48小时内交货。

3.4 按照甲方合理要求格式及次数向甲方提交存货清单及销售报告，乙方应确保各类报表的准确性。

3.5 负责做好所有甲方产品及宣传品在区域内商店、商场、超市及其他各种卖场的陈列工作。

3.6 乙方不得经营销售假冒或仿冒甲方产品的侵权商品，或其它假冒伪劣商品，一经发现，甲方有权中止合约，并采取法律行动，追究乙方的责任。

#### 4. 乙方的投资、人力资源

4.1 乙方的开办费用及基本日常开支费用均由乙方自行承担，该等费用包括但不限于乙方使用的办公桌椅、文具、文件柜、电话、传真、空调的购置费用、差旅费、仓储费、运输费、局部促销费及市场费用。

4.2 乙方必须聘请专职的人员负责甲方产品的销售及服务，其细况如下\_\_\_\_\_。

4.3 乙方的销售经理经甲方同意后由乙方决定委任担任，乙方投资人、主要负责人、经理及副经理或主任不允许兼任销售经理。

4.4 乙方的雇佣标准为甲方所接受的最有经验的售货人员、行政人员、技术人员及其他工作人员，以履行本协议书规定下乙方的各项责任所需销售人员及行政人员的数目。这些人员应有的资历，他们的职能及工作均由双方共同确定。乙方同意甲方有权参与这些销售人员的面试、挑选与调动。

4.5 乙方雇佣人员的工资与福利由乙方承担，与甲方无关。

4.6 甲方同意与乙方协商奖励方案，根据乙方的销售业绩的增长，向乙方支付相应的奖励金。

4.7 甲方通过授权的代理机构负责挑选、培训、考核、制定奖励计划予商场促销人员及分销人员。

4.8 甲方同意由甲方授权的代理机构支付商场促销员及分销人员的奖金、工资与福利。

4.9 乙方同意甲方有权参与所有乙方人员调动。

4.10 鉴于乙方提供上文的各项服务，甲方同意作出最大努力向乙方的销售人员提供适当的培训，如果乙方需要此种培训。

4.11 上述乙方人员(除商场促销员外)均指专职从事甲方产品推广、销售和服务的人员，即4.2条表中所列的人员。

## 5. 供应价格及转售价格

5.1 甲方同意按照本协议书之附件六所载列的产品及其价格供应产品给乙方。该价格包含了产品运达乙方指定地点的运费、装卸费、保险费和相应的增值税。

5.2 乙方同意依照甲方的建议转售价格转售产品。

5.3 甲方有权提前30日书面通知乙方调整产品供应价格和转售价格。

## 6. 流动资金与付款

6.1 乙方承诺对销售甲方的产品投入足够的流动资金。

6.2 乙方订购甲方产品须以人民币付款。乙方承诺按照甲方不时书面通知的\_\_\_\_\_公司付款政策的规定按时支付货款。

6.3 如果乙方不按上述甲方付款政策按时还款，甲方有权作出相应的措施，包括但不限于拒绝按照乙方的任何订单交货，不再接受乙方的任何订单，直至乙方将所有欠款足额付清为止。超过付款期30日仍未付款，乙方须承担按照银行同期贷款利率计算的滞纳金。

## 7. 市场支持及业务指导

7.1 甲方负责甲方产品在销售区域内的所有广告及促销活动，未经甲方事先书面授权同意，乙方不得进行与甲方有关的任何广告或促销活动。否则，有关费用由乙方自行承担。

7.2 所有关于甲方公司及产品的广告宣传由甲方负责。如果乙方有必要进行有关这方面的宣传或特别促销，应事先得到甲方的批准。乙方同意就甲方要求提供业务资料以作广告宣传计划。有关费用事项须经双方同意。

7.3 甲方同意根据销售需要拨出一笔商场促销费(主要是商店的活动)协助乙方促进销售。乙方需定期拟出方案及所需承担的费用，待甲方书面审批后能进行。

(1) 最广的铺点

(2) 最佳的陈列

(3) 最好的客户服务

7.5 甲乙双方同意，本条所涉及的所有授权同意、审批及批

准，以及甲方对协议书期间任何市场促销费用的认可和确认必须由甲方销售区域总监及其以上管理人员签字或加盖甲方公司公章方为有效，除此以外，任何甲方的销售人员或其他人员作出的有关市场促销费用的承诺和认可，不论是口头的，还是书面的，均不具有法律效力。

## 8. 交货

8.1 甲方将负责安排把产品运输到乙方指定的地点，交付乙方。一切交付以后的运输及其它费用均由乙方自行承担。

8.2 在产品由甲方公司仓库运往乙方指定收货地点的途中所发生的任何责任和损失均由甲方承担。

8.3 甲方产品在指定地点经双方授权人员检验并盖章确认后视为交付完毕。乙方应在送货单客户栏处加盖与乙方公司名称完全一致的乙方公章或者收货专用章，关于乙方收货确认的详细规定详见本协议书附件七。乙方对产品数量和质量有任何异议应记录于送货单之送货方联。

8.4 甲方的产品一经交货给乙方之后，产品的所有权或产品任何部分随后发生的损失或责任的全部风险(由产品本身质量造成的损失除外)转移至乙方。

## 9. 乙方的收益回报

9.1 乙方每年所得的奖励，包括从甲方所得的奖励返利，应投资回本协议书项下的甲方产品经销业务，以扩大乙方作为甲方经销商的运作实力。

## 10. 协议书保密及完整性

10.1 乙方在此同意为甲方的所有资料(包括本协议书以及相关文件)严格保守秘密，并且除了为履行乙方在本协议书规定

下的各项责任外，不为任何其他目的使用上述资料。在甲方提出书面要求时，乙方必须立即无延误地、无条件地将乙方所拥有的属于甲方的全部图表、蓝图、财务报告、说明书、客户信息及销售资料等所有文件材料归还给甲方。如乙方违反本条之规定，甲方有权立即终止本协议。乙方前述的保密义务在本协议书因任何原因终止后持续有效，对乙方具有约束力。

10.2 本协议书及本协议书之附件构成双方有关本协议书的全部协议，并取代双方先前所有讨论、协商及协议。

## 11. 期限及终止

11.1 本协议书自双方签字盖章日起生效，有效期至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止。除非任何一方在本协议书有效期届满前三十天书面通知另一方其不续约的决定，本协议书有效期将自动延续一年，至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日。自\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日起，甲方有权经提前六十天书面通知乙方，单方面提前终止本协议书，且无需向乙方承担任何赔偿责任。

11.2 当任何一方发生破产、无偿债能力、或在其他情况下按照法律规定须终止营业时，本协议书须提前终止或取消。

11.3 当一方违反本协议书，并且在收到守约方书面的违约通知之后三十天内未能作出补救，则守约方可以书面通知违约方，立即提前终止本协议书。

11.4 不论是期满不续期或提前终止本协议书，乙方均应立即将与有关的资料交付甲方，并立即与甲方结算货款及费用。

11.5 不论乙方因何种原因停止营业，乙方同意甲方有权将乙方未售出但仍适于销售的产品取回，以冲抵乙方欠款，但甲方应列出取回产品清单，以便双方核算取回产品金额。

## 12. 违约责任

12.1 除本协议已有约定外，一方违反本协议约定，守约方有权要求违约方立即采取补救措施，并赔偿约方由此而产生的一切损失，包括但不限于合理的律师费用。

## 13. 知识产权

13.1 本协议书的订立和履行不视为甲方同意和许可乙方使用甲方和甲方关联公司所拥有的任何商标、商号、标志或者特有产品装潢。

13.2 如根据甲方的判断，乙方所使用的商标或商号(不论是否使用中文)会对甲方或甲方关联公司的商标、商号产生不利影响，或者与之类似，容易产生混淆不清，则一经甲方书面通知，乙方应立即停止使用该等商标或商号。

13.3 乙方应就任何第三方侵犯甲方或甲方关联公司的商标、商号专用权或其它知识产权的行为及时通知甲方。

## 14. 转让

未经另一方事先书面同意，并就债权债务达成明确的书面协议，任何一方不得将本协议规定下的该方任何权利及义务作出转让。

## 15. 争议的解决

本协议书有任何未尽事宜及本协议书所产生的所有争议须由双方通过友好协商解决。协商不成，双方之间的任何该等争议应提交甲方所在地人民法院裁决和管辖。

## 16. 修改

对本协议书的任何修改和变更必须以书面方式进行，并经双



方授权代表签字且加盖公司公章后方能生效。

## 17. 附件

本协议书的附件包括：

附件一乙方销售区域

附件二销售支持

附件三销售返利

附件四覆盖和分销奖励

附件五进销存报告奖励

附件六价格单

附件七收货确认政策

上述附件为本协议书不可分割的一部分，与本协议书具有同等的法律效力。在本协议书有效期内，甲方将基于本协议书不时制订、修改并书面通知乙方关于甲方产品的经销/销售政策、方案和类似规定。该等文件经乙方签收后，应作为本协议书的附件。

## 18. 文本

本协议书经双方授权代表正式签署之日生效。本协议书以一式两份，每方各持正本一份。双方在此确认，本协议书的所有条款业经双方充分协商，为双方的真实意思表示，不构成任何一方的格式条款。

乙方应向甲方交验经过当年年检的营业执照、税务登记证，法定代表人身份证明，并提供复印件。

## 电子版销售合同做篇二

乙方：\_\_\_\_\_

### 第一条 定义

一、产品：本协议中所称产品，系指系列产品。

二、地区：本协议中所称地区，系指经双方经书面同意的其他地区。

三、商标和专名：本协议中所称商标和专名，系分别指\_\_\_\_\_（商标的全称和专名的全称）。指定产品的中文名称：\_\_\_\_\_。（暂定名，乙方将可能在此产品的整体策划中，给予其名称全新策划）

### 第二条 经销权

甲方兹给予乙方以商标和专名向地区内客户总经销产品的权利。

### 第三条 专管权

一、交易：甲方不得再将产品售予、让予或以其他方式使地区内乙方以外的任何个人、公司或其他主体取得产品。

二、委托：甲方不得委托地区内乙方以外的其他个人、公司或其他主体作为其经销商，以进口和销售产品。

三、询购：甲方收到地区内任何客户有关产品的询购，均应交给乙方。

四、再进口：甲方应采取适当措施防止他人在地区内出售产品，并不得将产品卖给甲方知道的或有理由相信拟在地区内

再进口或出售产品的第三者。

## 第四条 价格、条件

### 一、价格

1. 甲方给予乙方的价格和条件，应随时由甲方和乙方商定，此项价格和条件的确定并应考虑到正常贸易惯例及经常存在的市场竞争情况，使双方从销售中获得相当利润。

2. 甲方给予乙方一个较稳定的市场价格，如有变动，也是每年年初发给的年度价格表。

3. 如有产品价格变动，甲方应在改变价格和折扣的30天前书面通知乙方，所有改变价格期限之前双方签定的合同一律保证价格，并按正常交货期交货。

4. 乙方所享受的代理折扣由双方另行商定，但甲方应当保证乙方应获得不低于\_\_\_\_\_的折扣。

二、单独合同：在每次具体购买产品时，双方应缔结单独合同。

三、最惠条款：甲方声明，本协议中各项条款是甲方现在给予经销商和制造商最优惠的条款，今后如甲方向任何其他经销商或制造商销售产品时提供比本协议更有利于买方的条件时，甲方应立即以书面通知乙方，并向乙方提供此项更有利的条件。

## 第五条 甲方的责任

甲方同意在下列方面承担义务：

1. 承诺并保证作为\_\_\_\_\_产品的中国总代理完全有资格与乙方签订本协议。

2. 自费提供样品和一切可以供应的广告资料。
3. 提供现行的国内价目表，并将价目表内任何预期的变更迅速通知乙方。
4. 甲方将向乙方免费提供一定数量的产品资料。大批量的资料在必要的情况下可由乙方申请甲方提供。
5. 应及时向乙方提供其产品在国际市场上最新的行业动态信息，经常提供有利于推销产品的意见，以便乙方能采取多元化的市场推广策略和销售方式。
6. 甲方将对乙方的工程师提供全面的技术培训，并提供足够的技术支持。
7. 甲方对于乙方售出的产品，凡是属于产品质量问题的而引起的损失，一切均由甲方承担责任或给予免费更换。

## 第六条 乙方的责任

1. 为在地区内推销产品并为客户服务，应自费提供和保持一个有经营能力的机构，并尽一切努力争取达到有利于甲方为利用地区内各种销售机会而制定的销售指标。
2. 乙方应根据需要，在地区内发展区域性代理商和分销商，签订合同和管理将由乙方独立负责。
3. 乙方将配备足够的销售工程师和技术工程师来配合市场销售的需求，他们会全面了解系列产品的特性及用途，并能够承担培训，现场检测服务和操作示范等任务。
4. 供给甲方有关销售产品的详细报告，以及尽可能多的有关地区内各种销售机会和竞争者推销活动的情报。
5. 乙方应尊重和保护甲方的知识产权，并保证不将售出的任

何甲方产品复制后用于商业目的。

## 第七条 双方关系

根据本协议所建立的甲方和乙方，在协议有效期内的关系仅属卖方和买方的关系。任何一方均无权对某一第三者代表另一方，或以另一方的名义签订合同。本协议并不产生代理权，如果任何一方以另一方的名义或以另一方代理人的名义行事，以致另一方遭受损失时，该导致损失的一方，应使受害的一方不承担由此而发生的费用。双方并未也无意建立任何代理、合伙、合营企业或雇主和雇员的关系。

## 第八条 甲方名称等的使用

一、特许：乙方得为商业上的目的使用商标和行名或它们的简称或变称，并得标明自己为地区内产品的经销商。

二、注册：如乙方提出要求，甲方应自费负责为商标和专名在地区内办理申请、正式注册并保持其效力。

## 第九条 期限、终止

3. 如遇本协议所规定的某种不可抗力事由，以致协议一方在超过\_\_\_\_\_天期限后尚无法履行其义务时，则另一方可在任何时候以书面通知立即终止本协议。

## 第十条 解约的影响

凡在本协议终止前双方间已发生而尚未了结的任何债务，或在本协议终止前由于一方违约而发生的另一方的损害赔偿请求权，均不受本协议终止的影响。

## 第十一条 保证

一、标准：甲方向乙方保证，所有产品均符合地区内的标准。

可以出售，并适合销售目的。甲方并保证产品在原料和制造工艺方面均符合质量标准。

二、免受损失：凡因产品被指称质量低劣，或因侵犯专利、商标，或因在地区内销售或使用产品而引起的其他任何类似的责任事由，甲方应保护乙方，使之不受损失。

三、质量：如乙方发现任何产品质量低劣，并将此事实通知甲方，甲方应按乙方提出的要求，立即予以调换或对乙方给予补偿，其费用由甲方自行负担。对由于上述调换或补偿而引起的损害，乙方不丧失其索赔权。

## 第十二条 一般条款

一、不可抗力：本协议任何一方如遇到非所能控制的事由，以致直接或间接地造成任何延误或无法履行本协议及(或)各个单独合同的一部或全部条款时，则在此范围内得以免除其责任。此类事由包括但不限于：水灾、火灾、海啸、地震、以外事故或机械故障、天灾、战争、封锁、禁运、劫持、战争威胁、战争性情况、扣押、暴动、动员、暴乱、非暴力骚乱、革命、制裁、抢劫、罢工、劳动纠纷、工业干扰、动力供应不足、缺乏正常运输工具、金融恐慌、交易所关闭、国有化、禁止进口或出口、拒发政府命令、敌对行动或其他类似或不类似上述原因而非该方或双方所能控制的。如由于立法或政府行政命令以致任何一方或双方失去根据本协议应得的利益时，双方应重新审查本协议的条款以便恢复任何一方或双方根据本协议原已取得的同样的相应的地位。

二、转让：本协议任何一方在未征得另一方书面同意之前，不得转让本协议或本协议内规定的任何权利和义务。任何转让在未征得对方事前明确的书面同意之前，应属无效。

三、商业机密：本协议任何一方均不得在本协议期限内或期满后\_\_\_\_\_内，对不论与另一方有否竞争的任何个人、行

号或公司泄漏有关另一方业务经营或行情的任何消息或情报。

四、通知：根据本协议规定所发出的任何通知应以中文和英文作成书面，并以预付邮资的航空挂号信，按上文载明的地址或本协议任何一方可能按本节规定通知送达的其他地址，送交收件人。任何此种通知应视为在付邮日后第\_\_\_\_\_个营业日送达。而此种通知正式付邮的证件，应视为送达此种通知的充分证明。

五、适用法律和贸易条款：本协议的成立、效力、解释和履行，应以\_\_\_\_\_国法律为准。本协议内的贸易条件应服从最新修订的条款的规定和解释。

六、仲裁：所有其他一切来自本协议或关于本协议、或关于违背本协议的争执或异议，在双方通过善意协商未能达成和解时，应提交苏州仲裁委员会按其仲裁规则进行仲裁，裁决应视为终局裁决，对协议双方均有约束力。

七、可分割性：本协议内各条款应视为可以分割，本协议内任何条款的无效，不应影响本协议其余条款的效力。

八、保留权利：协议任何一方在任何时候不坚持另一方执行本协议的任何条款时，不应视为放弃此项条款或放弃以后坚持另一方执行此项条款的权利。

九、其他约定：本协议包括双方关于本协议主题的全部协议和谅解，并取代双方以前关于本协议主题以书面或口头提出的任何性质的讨论所达成的一切协议和谅解，除本协议有明文规定者外，其他有关本协议主题的任何条件、定义、保证或声明，对双方均无约束力。关于本协议的任何更正、修改、更换或变更，以书面为之，并明确与本协议有关、由协议双方正式授权的人员或代表签署。证明起见，本协议作成一两份，在本协议起自所载的日期内双方正式授权的人员或代表签署。

# 电子版销售合同做篇三

住所：

法定代表人：

电话：

乙方：

住所：

法定代表人：

电话：

第一条甲方是国家批准的具有音像批发资质的经营单位，证照齐全。甲方《营业执照（副本）》复印件、《音像制品批发经营许可证》复印件为本合同附件，在本合同签订时向乙方提供。

第二条乙方是国家批准的具有全国音像批发资质的经营单位，证照齐全。乙方《营业执照（副本）》复印件、《音像制品批发经营许可证》为本合同附件，在本合同签订之时向甲方提供。

## 第三条 质量标准

乙方保证向甲方销售的产品质量符合国家标准、行业标准。否则，甲方有权要求乙方予以调换。甲方要求调换的通知经乙方确认后，乙方十日内将合格产品交付甲方指定地点。如有质量问题的音像制品数量超过本合同订购的该品种总数百分之五十，甲方有权向乙方退货。



#### 第四条 包装标准

乙方音像制品封面及整件包装应当符合国家或者行业规定，并符合运输部门的要求。如因包装造成货物损坏，乙方应当予以调换。甲方要求调换的通知确乙方确认后，十日内将合格产品交付甲方指定地点。

#### 第五条 销售价格与折扣

#### 第六条 货物交付

甲方经销乙方音像制品的名称、品种、数量，以甲方向乙方发出的《购货订单》为依据，《购货订单》是本合约的一部分。乙方收到甲方《购货订单》并复函确认后， 日内（不含法定休息日、节假日）通过（1、铁路；2、公路；3、水运；4、空运）运输方式将货物发往甲方住所或甲方指定地点，货物发抵目的地前发生丢失、灭失、损坏的风险由乙方承担，货物发抵目的地后发生丢失、灭失、损坏的风险由甲方承担。

#### 第七条 运输费及运输保险费。

因履行合同所需运输费用、运输保险费由 方承担。

#### 第八条 货物验收

甲方收到货物后，应当于收货当天对音像制品的名称、品种、数量、质量和有无损坏情况进行验收，否则视为甲方对音像制品的名称、品种、数量、质量没有异议。

#### 第九条 货款结算

甲乙双方约定每月月底对帐一次，甲方将销售清单及销售金额报给乙方确认，经乙方确认后，甲方应在三日内将货款汇入乙方帐户。

第十条 甲方因产品滞销要求退货，应当经过乙方同意，同一品种退货数量原则上不得超过该品种订货量的百分之十。甲方退货所发生的运输及相关费用由甲方承担。

乙方在甲方购货订单上已注明该品种音像制品不得退货的，甲方不得退货。

#### 第十一条 关于市场和促销

1、 甲方有义务根据乙方的要求，在乙方指定的区域和期限内就指定产品开展促销活动，促销费用由乙方负责。

2、 甲方在经营过程中不得损害乙方商誉，甲方发现第三人损害乙方商誉行为时，有义务立即通知乙方并协助乙方采取相应措施。

3、 甲方在经销和促销活动中，有义务合理使用乙方商标和商号。

第十二条 合同解除。在本合同有效期内出现以下情况时本合同解除：

- 1、 因不可抗力致使本合同无法履行时；
- 2、 任何一方丧失音像制品经营资质时；
- 3、 双方协商一致，本合同可以解除；
- 4、 一方严重违约，另一方可以解除合同；
- 5、 本协议期限届满时。

第十三条 保密。双方在本合同有效期内及终止后，均具有保守对方商业秘密的义务。

## 第十四条 违约责任

- 1、甲方销售与乙方相同品种的盗版音像制品系严重违约行为，乙方发现甲方有上述违约行为，可以单方解除合同，并有权要求甲方承担相当于与盗版音像制品相同品种订货量同等金额的违约责任。
- 2、甲方不按时对帐、隐瞒销售数据，或者拖欠货款的，乙方可以单方解除合同，并有权要求甲方支付相当于拖欠货款金额百分之二十的违约金。
- 3、因乙方音像制品侵犯他人著作权，致使甲方遭受经济损失的，甲方有权要求乙方全额承担。

## 第十五条 争议解决方式

本合同在履行过程中发生争议，由双方友好协商解决。协商不成的，任何一方均有权向有管辖权的人民法院提起诉讼。

第十六条 本合同有效期为一年，自 年 月 日起至 年 月 日止。如双方继续合作，须在合同期满一个月前通知对方，另行签订销售合同。

第十七条 本合同未约定或约定不详的，双方可以签订补充协议。补充协议与合同附件、购货订单与本合同具有同等法律效力，补充协议与购货订单与本合同发生冲突时，以补充协议、购货订单为准。

第十八条 合同双方均不得给对方员工及其亲属提供任何形式的回扣、酬金、物品或者其他有形或者无形的利益，小额广告礼品除外。

第十九条 本合同自双方盖章之日起生效。本合同一式两份，甲乙双方各持一份。

甲方：销售单位（盖章）

代表人（签字）：

银行帐户：

乙方：发行公司（盖章）

代表人（签字）：

银行帐户：

签订时间：

## 电子版销售合同做篇四

地址：徐州市民主南路61号开源综合楼6楼

需方：

地址：

### 一. 合作规定

2. 供方委任需方销售范围为（以下简称“区域”），经营产品：，需方不得越区销售，供方有权对区域的划分进行重新修订。如需方在本合同期间内没有违反供方规定的条款和条件，且销售情况良好，在供需合同期满后，需方可依据供方相关此区域经营管理规定享有优先经营权利。否则，供方有权取消需方在此区域经销权。

3. 供方为了确所销售产品在各区域内正常的市场销售秩序，向需方收取市场年销售额10%的保证金 元；合同终止后，经供方确认需方在合同期内无任何违反协议条款的前提下，供

方将保证金全额退还给需方。

4. 需方应按照规定条款和条件，在区域内销售供方在当地推出蒙牛牌常温系列产品（以下简称“产品”）。

5. 需方同意按照供方运营管理的实际需要，确保独立的财务资金、办公场所、电脑等能够满足与供方进行网络办公和信息传输，确保相关信息及时有效共享，并配有独立仓库和专职业务及配送车辆进行供方产品的销售及推广，并同意按照供方的市场营销标准进行合同规定区域内市场营销管理。

1、需方需在任何时候均抓住区域内一切可能的销售机会直接将供方的所有产品以上，铺货率依据供方确定的各品项达成标准执行；商超门店产品铺市率100%，铺货率达成供方标准，如未达到公司铺市要求，公司有权对需方按供方下发给需方的相关制度进行考核或取消其经销资格。

3、 本合同涉及产品的计量方法是：每箱多少包（瓶/袋），每包（瓶/袋）多少毫升（克）。

4、 产品包装物由供方提供，不回收。包装标准执行国家标准。

5、 需方配合供方品项经营方针策略，按照供方制定的品项推进计划做要货计划、提货、在终端铺市、铺货。供方有权变更供应产品的品种，且供方可随时终止销售任何一样产品或一个类别的产品。

6、 供方将产品发运到交货地点后，从运输车厢体开厢时刻起产品的所有权从供方转给需方。此前已经形成的损失，由供方自负或向承运人追偿，此后形成的损失，由需方承担。

7. 配送要求

- 1) 需方以供应商的身份与各店进行供货合同的谈判，签订；
- 3) 需方要保证配送的及时，约定收到订单24小时内将产品送达；

### 三、关于价格：（见附表）

- 1、供方每月按核算后确定价格给需方供货，并将价格提前通知需方；
- 2、需方按供方设定的价格体系给予终端客户供货；
- 3、每批进货价款按要货数量计算；

供方根据需方当月（上月21日-----本月20日）的提货金额给需方提供发票（单价按当月的开票价计算）

### 五、关于要货、发货及预付帐款：

需方可以现金、电汇或银行汇票、转账支票形式按供方财务的规定支付款项，在款项到帐后安排货源，欠款的一律不予发货。

#### 1、具体要货及付款制度：

（1）需方依据供方要货计划管理规定，依据此合同商定的月任务量结合当月市场需求按照供方正规要货计划表格式提报下月销量计划，并由供方区域负责人与需方负责人共同签字确认后传真到供方办公室，每晚报一天给予需方100元的处罚，从需方货款中扣除，不报要货计划供方将按照年初签定的销售合同量结合当月营销计划给予分配各单品量，需方无条件按分配量拉货，否则按公司相关制度兑现考核，在货款中扣除。

- 1、畅销品项保证足够存货，周销货量的1.5倍作为安全库存；
- 2、以“先进先出”的原则把产品销出。产品在需方库内造成

的临期、过保质期及货损由需方自行承担。

3、需方的储存货品的条件和环境必须符合供方规定的标准，承担因储存条件和环境造成的产品损失及消费者人身损害及财产损失的赔偿责任。

1、需方应按供方要求在终端网点张贴和派发广宣物料或使用供方规定的物料。

2、按供方代指定的销售目标向区域内批发商/终端网点出售产品。

3、在需方的经营场所内展销和陈列产品。

4、需方有义务根据当地的实际情况进行费用的投入，在其所负责的区域内协助供方扩大和推广市场。

1、需方有义务按照供方需求提供相关信息及报表，并保证真实准确。需方必须于每日上午9：00前向供方提供前日的进销存报表，报表格式由供方提供。

2、供方根据市场经营及公司策略为需求提供相关信息支持。

3、需方必须按市场发展需求配置硬件设施，5-7个乡镇配置一部车，100-150个网点配置一名业务人员，办公面积（月销售额100万以下20平方米以上；100-200万，30平方米以上；200万以上50平方米），仓库面积（月销售额100万以下100平方米，月销售额在100-200万，200平方米；月销售200万以上，400平方米），办公设备（电脑至少一台、传真机、打印机各一台）。

九、形象建设：

1、需方要主动积极地在自己所负责区域加强品牌形象建设，

提高产品知名度和美誉度。

2、需方要积极配合供方，按照供方各项相关要求，同步推进渠道建设及品牌建设工作。

3、需方在所负责的区域，必须打造一个形象乡镇，每个乡镇打造一个形象店或旗舰店。

4、需方必须严格执行供方统一的行销活动方案。

十、双方责任：

1、供方及时供货并保证商品质量。

2、如因产品本身质量问题造成损失由供方承担，同时需方积极主动配合商品售后服务及投诉处理。

3、需方自行负责所供货门店对帐及结款事宜。

4、需方有义务配合供方协调与各卖场的关系。

5、需方与配送范围内各售点签订的任何协议，供方不承担责任（有供方书面授权门店除外）。

6、供方将尽全力满足需方对产品的订购需求，但如因缺货、需方超出计划量要货、商业纠纷、法律纠纷、政府的行动或约束或公司不能控制的任何其他原因，而导致交货短缺或因而引致需方损失生意或损失利润，供方不承担责任，但供方应及时通知需方。

十一、双方的承诺、保证和声明：

1、供方提供的产品应当符合国家标准和企业标准。

2、供方向需方提供三证（营业执照、卫生许可证、税务登记



证)的复印件,附带产地检测报告复印件。

3、需方为法人或其他组织的应向供方提供五证(营业执照、卫生许可证、税务登记证、法定代表人或负责人身份证明书、经办人的授权委托书)的原件和复印件,由供方核对原件后收存复印件和授权委托书原件。需方为个人的,应向供方提供本人身份证的原件和复印件,由供方核对原件后收存复印件。需方提供的一切资料、证件和证书要真实、准确、合法并保证在任何时候都维持这些证件、证书的合法、有效、真实性。需方承诺将赔偿供方由于需方违反本条例而遭受的一切损失。

## 十二、 违约责任:

1、在履行本合同的过程中,需方对供方的商业秘密应当严格保密,不得在任何时候以任何方式泄露,否则应承担损害赔偿的法律责任。

2、供需双方要严格遵守合同条款的规定,如有因不遵守条款而给对方造成损失的,按合同约定追究责任。

3、本合同终止后,需方不得以供方经销商的名义从事任何商业活动。

1、如需方不能实现24小时内配送制(供方断货情况除外),每有一次负激励100元/店,每晚一天追加100元。

2、如因需方资金问题造成市场断货,每有一次负激励200元,三次以上调整经销区域。

3、如因供方断货给需方带来产品配送不到位的,不追究需方责任。

4、如需方未按时准确的提供进销存报表,每发现一次负激

励50元；如虚报、假报进销存报表每次负激励300元，本月促销活动不予报销。

1、需方不得转让经销权，如有违反一经发现，供方有权终止协议且扣除保证金。

2、适用我国合同法有关买卖合同的规定。

十五、 关于合同终止：

1、如发生任何下列事情，供方有权在任何时候以书面形式通知需方立即终止合同。（1）、如需方违反了本合同的任何条款或条件。

（2）、如需方停业清盘、而这种清盘并不是为了合并或改组而自动进行的清盘、或需方做出任何破产行为或和其债权人了结债务、或破产财产管理人或司法管理人已获委派处理需方资产的全部或任何部分、或正采取或允许采取任何由于债务的缘故而要进行的类似行动。

（3）、如需方或需方资产的全部或大部分已归任何机构或人（包括公司）管理，而这些机构或人（包括公司）是公司有合理原因不予同意的。

（4）、自行购买或销售其他来源的蒙牛产品。

（5）、未经供方事先书面同意，需方将本合同项下的债权和/或债务转让给任何第三方。

2、供方可以向需方发出三十日的书面通知终止本合同，若供方行使该项权利终止本合同时，需方必须于书面通知之日的三十日内清还所有欠款。

1、合同试行期由 年月日-----至 年月日

2、本合同有效期截止至 年月日 十九、未尽事宜：

本合同未尽事宜，由双方另行协商解决。其他约定另行协商作为本协议的副本执行（副本与本合同具有同等法律效力）。

二十、合同生效：需方为法人或其他组织的，本合同从最后一方签字盖章之日起正式成立生效。需方为个人，本合同从供方签字盖章和需方签字摁手印之日起成立生效。本协议一式两份，供需双方各持一份，具有同等法律效力。

供方□xxx

（盖章）

法定代表人（签字）：

经办人（签字）：

二零xx月日

需方□xxx

（盖章）

法定代表人（签字）：

经办人（签字）：

二零xx年月日

## 电子版销售合同做篇五

我国的白酒，历史悠久，工艺独特，在世界诸多酒类中独树一帜。那么白酒经销合同是怎样的呢?以下是本站小编整理的

白酒经销合同，欢迎参考阅读。

甲方：（以下简称甲方）

乙方：（以下简称乙方）

## 第一章 总 则

1.1 甲方指定乙方为“系列产品”在下列区域的代理商，销售甲方指定的产品，甲方同意乙方在指定的区域内按照本协议的约定开展营销活动，不得擅自超出该区域进行销售（乙方若需开辟其它区域市场，须征得甲方书面同意和授权）。

指定产品： 系列。

系列代理区域为： 。

1.2乙方销售代理期限为：年月日至年月日。

1.3乙方代理期限内进货任务为万元。

1.4乙方首批进货额为万元，保证金万元。协议经签字生效之日起10天内如乙方不能按时足额付款，则本协议自超期之日起自行失效。

1.5乙方在指定区域内可以“系列”的名义从事“系列”的销售及宣传活动。乙方在未经甲方书面授权的前提下，不得以甲方名义从事其他的商业活动，否则视为乙方的单方面行为，甲方不对该行为负责。

1.6为保障良好的市场销售秩序，乙方在指定区域内允许开发二级代理商和终端网络直营商。乙方开发二级代理商前必须将目标客商的具体情况向甲方做出书面通报，在同二级代理商签定合同时必须是一式三份，甲方、乙方和二级代理商各执一份备档，便于市场管控。

## 1.7 代理产品

1.7.1 代理产品为甲方“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。

1.7.2 甲方开发其它新产品，将另行通知乙方具体销售政策，乙方优先代理。经双方同意后可另行签约或以本协议为准。

## 1.8 销售目标

乙方需完成合同销售目标，如乙方逾期未能完成，甲方有权对乙方的销售资格提出质疑直至取消合同。

## 第二章 乙方的权利和义务

2.1 乙方必须对指定区域内的不同类型的终端网点进行开发、铺货，使甲方的产品在乙方区域内迅速实现较广泛的终端可见指标。

2.2 乙方不得以任何方式或手段向指定区域以外的地区和渠道销售甲方产品，否则，甲方有权追究乙方责任。

2.3 乙方在经甲方书面同意并授权的情况下，有依照甲方认可的条件(时间、地点、形式等)开展相应的市场推广、促销活动的权利。乙方在开展市场推广、促销活动中若需要甲方提供技术和谈判方面的支持时，甲方必须大力支持。

2.4 乙方有义务维护甲方及“系列”的市场形象。在未经甲方书面许可的情况下，乙方不得超出协议内容进行市场宣传及其他商务活动。

### 2.5 乙方的权利：

2.5.1 有权提出对市场推广有益的经营主张或建议。

2.5.2 甲方如有违反本协议约定之条款，经乙方查证属实并提出整改建议后甲方仍无改善，乙方可立即以书面形式解除本协议并追究甲方责任。

## 2.6 乙方的责任：

2.6.1 乙方必须指派专人负责甲方产品的销售，协议签订后30日内，组建不少于人的营销队伍，配送工具应即时到位，并制定和完善各项管理规章制度，迅速提高市场服务能力。

2.6.2 乙方应按照甲方规定的价格、在双方协议的代理区域内销售，不得擅自越区销售和低价或高价销售。

2.6.3 产品销售应严格执行双方议定的产品价格体系，如需调整价格应以甲方正式行文通知为准，严禁低价恶性倾销或刻意高价销售。

2.6.4 严格执行双方确定的任务量，确保万元以上的产品库存，防止市场断货发生。

2.6.5 严格按照协议确定的渠道类型和目标进店数铺货。

2.6.6 严格按照协议确定的二级经销商开发要求进行开发。

2.7 乙方有权对甲方的销售、服务等工作进行监督，提出批评意见或投拆。

2.8 乙方应对在履行本协议时获得的任何甲方的资料予以保密。

## 第三章 甲方的权利和义务

3.1 为支持乙方的销售，甲方将配备一定的市场支持费用，由甲方指导监督使用。

3.1.1市场支持政策：甲方给予乙方的市场费用必须用于市场实际所需，乙方市场所需费用由甲方代表确认后，乙方以书面形式连同费用支付证明向甲方申请报批。甲方对乙方的支持建立在乙方实际回款数额的基础上。

3.1.2市场支持及返利，在合同期内，按营销政策办理。

3.1.3若乙方成渠道、成规模、有组织、有意识地向合同约定以外的区域及渠道销售产品；在无正当理由的情况下，乙方有意扰乱合同约定的价格体系并且拒不规范。为此甲方有权完全扣除返利。

3.2 甲方对乙方的经营状况、价格执行情况、货物流向有权实施监督管理。

3.3甲方与乙方共同管理市场，如发现乙方在市场运作中有不规范或执行不力的情况，有权向乙方提出合理建议并督促执行。

3.4兑现以书面形式所承诺的各种支持，口头承诺无效。

3.5 因乙方储运不当而造成对产品质量的影响，甲方不承担责任。

3.6 甲方向乙方明确：甲方派出的地区销售人员在未得到甲方书面确认的前提下，不能向乙方借货、调货、索要产品或借支现金，如由此造成乙方直接或间接之损失，甲方不承担责任。

## 第四章 产品价格

4.1 系列产品价格：

4.2 甲方可根据市场情况和成本调整产品价格。

4.3 甲方调整产品价格时，须提前30日以上正式行文通知乙方。

4.4 乙方必须严格遵守和执行甲方制定的销售价格，否则，甲方有权停止向乙方供货。因此而影响乙方的销量，甲方将不承担责任。

## 第五章 订 货

5.1 乙方订货必须详细填写“系列”《产品订单》，并传真至甲方总部，乙方订单必须签字、盖章，双方认同订单与本协议具备同样的法律效力。

5.2 甲方在确认乙方全部货款到帐后，应及时发货。若因不可抗力(如地震、水灾等自然灾害或遇国家法定节假日而造成的客观延误)原因导致的甲方延误交货，甲方不承担责任，但应尽最大努力交货。

5.3 若遇缺货或断货无法执行订单，甲方应与乙方沟通，协商修改订单并重复以上的工作流程。

5.4 产品运输费用由甲方承担。甲方只承担到站费用，到站后短途运费乙方自行承担。

5.5 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%，应凭相关部门和保险公司有效证明文件3日内书面通知甲方，甲方协助乙方进行索赔或重新补发货，超过5日以上视为乙方无异议。

5.6 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，视为乙方收货正确。

## 第六章 结算和付款方式



6.1 在本协议有效期内，甲、乙双方同意采用款到发货的结算方式，即乙方订货必须先付清全部货款，甲方在确认收到乙方的全部货款后方能发货。

6.2 乙方应用现金、电汇或银行汇票的方式，将货款付到甲方指定的银行帐户。

## 第七章 商标及其它知识产权

甲方的商标、版权、公司名称等一切知识产权，均属甲方所有，虽有本协议签订，但甲方并未授权乙方使用甲方商标、公司名称以及其它甲方所享有的知识产权，除非甲方书面许可，乙方不得擅自使用，否则，将承担因侵权而导致的一切法律后果。

## 第八章 签名及盖章

8.1 本协议或本协议的补充协议(或附件)及在履行本协议过程中对双方权利义务所达成的新约定，均应为书面形式并由甲、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，该协议或文件无效。

8.2 所有甲方驻乙方区域业务人员或其它人员的行为必须以本协议为准，甲方不承担因任何个人行为所产生的一切后果，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协议约定事项的依据，若需要增加内容须加入协议附件并经过双方同意并签章。

8.3 乙方在未得到甲方书面盖章公文同意时，任何甲方人员向乙方的借款和借货行为均属乙方自身行为，甲方不承担任何由此产生的一切后果和责任。

8.4 乙方未提供公司名称、营业执照、法人身份证、税务登记证、卫生许可证等相关资料时，按此协议进行运作;将乙方

提供以上资料后方可正式签订经销合同。

## 第九章 法律效力

9.1 本协议书有效期自 双方本着真诚合作的精神就续签本协议再行协商。

9.2 本协议经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后生效。本协议生效后，将取代协议生效前的所有洽谈协议和以前甲、乙方签订各类协议和约定。

9.3 若有未尽事宜，甲、乙双方协商形成协议补充协议，具有同等法律效力。若甲、乙双方因履行本协议发生争议，双方应协商解决，协商不成，争议由甲方所在地人民法院管辖。

9.4 本协议共一式肆份，双方各执贰份，具有同等法律效力。

9.5 本协议签约地： 。

甲方： 乙方： 年月日：

合同编号：

甲方：

地址：

电话： 传真：

乙方：

地址：

电话： 传真：

签定地点：

根据《中华人民共和国合同法》有关规定，甲、乙双方经平等协商一致，达成如下协议，在履行协议的过程中，甲、乙双方应严格遵守，若有违约应按合同约定赔偿对方由此导致的经济损失。

一、合同期限：

1、本合同签署有效期自 年 月 日至 年 月 日，其中前 个月为试销期。

2、合同到期后，另确定新的经销条件，乙方在同等条件下享有优先权。

二、经销产品及区域：

1、甲方授权乙方经销甲方白酒系列产品。

2、甲方授予乙方白酒系列产品的销售区域仅限 。

三、产品价格：

1、价格按甲方统一价执行（价格表附合同）。

2、乙方严格执行合同约定产品销售价格体系，不能低于或高于合同约定价格销售。否则，甲方不予兑现销售奖励。

3、甲方保留统一调整产品价格的权力，调价提前 天通知乙方。

四、结算方式

1、经甲方财务部门确认，乙方货款到帐后，甲方组织发货。

2、如甲方更改帐号，以甲方财务部签章后的书面通知为准。

3、在未得到甲方财务部签章的书面通知，乙方不得将货款(或借款)交给或借给甲方业务人员或汇入其他帐户，否则，乙方承担责任。

## 五、合作保证

1、乙方首批货款在本合同签订之日起 日内全额汇入甲方指定帐户。否则，视乙方违约，本合同自行失效。

2、甲乙双方签订合同时，乙方向甲方交纳 万元的合同保证金，否则视乙方自动放弃合同。合同保证金利息按照银行同期活期存款利息计算。

## 六、市场操作要求：

1、乙方应建立起本区域完整的销售网络，保证经销甲方的产品在经销区域内终端铺货达到：商超 家，酒店、酒楼 家。

3、经销期(包括试销期和正式经销期)内乙方保证完成月度销售任务，若在合约期内乙方连续累计无法完成两个月度销售任务，甲方有权取消经销商资格。

4、在试销期内，乙方完成合同约定的月度任务，则转为正式经销商，甲方发经销商确认通知函。

5、乙方保证合同指定产品均在限定区域内销售，如窜区域销售，甲方不予兑现销售奖励，并根据数量乙方支付甲方 元/件— 元/件的违约金，或甲方有权取消经销商资格。

6、乙方做好售后服务并积极维护品牌形象，同时负责做好产品包装物的回收处理工作。

7、乙方不得经销与甲方产品名称、包装、风格相近的仿冒品

或同类产品。否则，甲方视乙方违约，终止与乙方的合作。

共2页，当前第1页12