

最新玻璃杯定制多少钱一个 品牌合同(精选7篇)

随着法治精神地不断发扬，人们愈发重视合同，越来越多的人通过合同来调和民事关系，合同能够促使双方正确行使权力，严格履行义务。怎样写合同才更能起到其作用呢？合同应该怎么制定呢？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。

玻璃杯定制多少钱一个 品牌合同实用篇一

地址： 地址：

邮编： 邮编：

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。

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。

玻璃杯定制多少钱一个 品牌合同实用篇二

商标权转让方：_____ (甲方)

商标权受让方：_____ (乙方)

甲、乙双方经协商一致，对商标权的转让达成如下协议：

一、转让的商标名称：_____

二、商标图样_____ (贴商标图样，并由转让方盖骑缝章)

四、该商标下次应续展的时间：_____

六、商标权转让方保证是上述商标的注册所有人。

在本合同签订之前，该商标曾与_____签订过非独占(或独占)的商标使用许可合同。本商标转让合同生效之日起，原与_____签订的商标使用许可合同转由受让方为合同当事人，原合同所规定的全部权利和义务由受让方享有和承担。所有权转让事宜由转让方通告_____方。

七、商标权转让后，受让方的权限：

1. 可以使用该商标的商品种类(或服务的类别及名称)：
2. 可以使用该商标的地域范围：

八、商标权转让的性质(可在下列项目中作出选择)：

1. 永久性的商标权转让()；
2. 非永久性的商标权转让()。

九、商标权转让的时间：

在本合同生效之日起，或办妥商标转让变更注册手续后，该商标权正式转归受让方。

属非永久性商标权转让的，商标权转让的期限为_____年，自_____年___月___日至_____年___月___日。转让方将在本合同期满之日起收回商标权。

十、商标转让合同生效后的变更手续。

由甲方(或乙方)在商标权转让合同生效后，办理变更注册人的手续，变更注册人所需费用由_____方承担。

十一、商品质量的保证：

商标权转让方要求受让方保证该商标所标示的产品质量不低于转让方原有水平，转让方应向受让方提供商品的样品，提供制造该类商品的技术指导或技术诀窍(可另外签订技术转让合同);还可提供商品说明书、商品包装法、商品维修法，在必要时还应提供经常购买该商品的客户名单。

属非永久性转让的，转让方可以监督受让方的生产，并有权检查受让方生产情况和产品质量。

十二、双方均承担保守对方生产经营情况秘密的义务;受让方在合同期内及合同期后，不得泄漏转让方为转让该商标而一同提供的技术秘密与商业秘密。

十三、转让方应保证被转让的商标为有效商标，并保证没有第三方拥有该商标所有权。

十四、商标权转让的转让费与付款方式:

1. 转让费按转让的权限计算共_____万元;

2. 付款方式: _____

3. 付款时间: _____

十五、转让方保证在合同有效期内，不在该商标的注册有效地域内经营带有相同或相似商标的商品，也不得从事其他与该商品的产、销相竞争的活动。

十六、双方的违约责任:

3. 其他……

十九、本合同自签订之日起生效。但如果转让注册商标申请未经商标局核准的，本合同自然失效;责任由双方自负。

转让方：(章)_____

代表人：_____

地址：_____

邮政编码：_____

电话：_____

开户银行：_____

银行账号：_____

受让方：(章)_____

代表人：_____

地址：_____

邮政编码：_____

电话：_____

开户银行：_____

银行账号：_____

合同签订地点：_____

合同签订日期：_____

玻璃杯定制多少钱一个 品牌合同实用篇三

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。

发、促销计划等)。

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) 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，签字盖章有效。如发生纠纷，协商解决，协商不成法律程序解决。

甲方： 乙方： 日期：

玻璃杯定制多少钱一个 品牌合同实用篇四

b方： _____

ab双方经过友好协商，愿意在互惠互利、风险共担的原则下，共同发展_____品牌时装销售□b方在承认和尊重a方的专利行使权、商誉、业务水平和经营管理的原则下，达成以下协议，共同遵照执行。

a方同意b方在_____进行_____品牌时装之代理销售；在协议期内□b方享有该市由a方所授予的代理 / 销售_____品牌时装的权利和义务，并使用_____形式装修店铺□b方所开的专卖店及专卖柜地点需征得a方同意，专卖店面积不可小于_____平方米 / 店，专卖柜面积不可小于_____平方米。

1□a方向b方提供相关有效证件（复印件），包括营业执照，商标注册证书。

2□b方则需向a方提供有效的营业执照（复印件□□b方在专卖店（柜）内必须销售a方提供之商标货品，不可销售、储存或以任何形式宣传非由a方提供之货品。

3□b方为_____时装之经营者，自负盈亏，一切有关租赁、税务问题由b方自行处理□a方不负任何责任。

1. 在协议期b方购买a方货品的价格为参考零售牌价折。（其它特价商品另议）

2. 每笔交易独立结算，款到出货。

1□a方于每季商品发表会时□b方可现场预定货，预定货品需预付货额定金。

2. 开季后，追加货品时，一律现款现货。

3□a方应将预定金的货品、货源确定，按时、按量、按质送交b方。

4. 若a方在全国范围内打折，提前二周通知b方，相应让扣1%—5%。

5. 该地区由ab双方协商设定最低进货额为_____，月平均进货额为_____。若当月进货额超出最低平均进货额，则多余部分可转入下月计算；若当月进货额不足月最低平均进货额，则不足部分需保留于a方。达到目标进货额a方将返扣1%—2%作为奖励，在以后货款中抵扣。

b方开设专卖店的装修格调需按a方的同意要求完成；

a方将提供装修格式、图纸和材料的资料，装修费用由b方承担。

a方提供宣传推广指导性策略、相应的宣传资料及宣传品；

b方在协议期间的广告宣传，必须符合_____品牌产品形象。任何损害、破坏行业将导致追究及赔偿□a方有权终止本协议。

b方指定货物的交运方式□a方负责代理交运手续□b方在提货后，一切有关保险、运费由b方自行承担。

a方向b方提供店面管理的整套资料文件，对b方所开店面不符合a方要求之处□a方有权提出改进意见。

b方所聘用的人员于上岗前应进行岗前培训，如因条件所限不能培训□a方可替b方代为培训。

b方每周一传真上周销售明细、销售状况分析。每月25日将实际库存情况以传真的形式报给a方。a方应及时发货及补货，帮助b方分析市场情况。

1□a方允许b方在协议期间在营业范围内使用a方商标和文字。

2□b方未经a方书面同意，不得将商标的标识和文字用于经营范围外。

3□b方不得直接或间接参与或牵涉任何与a方商标相似近似之货品的制造、运送和销售行为。

4□b方如发现任何仿冒a方商标之货品，需及时通知a方，并全力协助a方之取缔行为。

1□a方同意予b方依每月交易总额、于次月15日前提出_____ %的退货率，逾时概不受理。

2□b方二次追加的商品□a方概不受理退换货。

此协议一式_____份□ab双方各执_____份，具同等法律效力，其他未尽事宜□ab双方协商解决。

代表人（签字）：_____ 代表人（签字）：_____

玻璃杯定制多少钱一个 品牌合同实用篇五

(1) 甲方有权根据市场和成本状况，在符合本合同约定的条款时调整价格。

(2) 甲方有权在乙方违反本合同条款时终止本合同而不承担乙方由此产生的损失。

(3) 甲方有权利在本合同未授权区域内另行寻找代理商，甲方无需征得乙方同意。

(4) 甲方在有证据证明乙方经营条件恶化，丧失商业信誉不适宜继续经销本合同产品时，有权终止本合同。

(5) 甲方对乙方所设立的分销商具有监控权。

(6) 本合同中体现的其他权利。

2、义务：

(1) 维护乙方在其区域内的合法权益。

(3) 按照乙方订单需求保障供货，满足乙方的货源需求。乙方在提货或货到后的验货期内对货物的品种、型号、规格、质量有异议时，甲方应及时处理。

(4) 向乙方提供必要的产品说明书、图册。

(5) 如出现客户投诉本公司承诺在____个工作日内给予处理。

(6) 本合同体现的其他义务。

玻璃杯定制多少钱一个 品牌合同实用篇六

定作方：

承揽方：

签订的地点：

签订的时间□xxx年xx月xx日

一、品名或项目、规格型号、数量、单价、金额、交货期限

定作物品 价款或酬金 交货数量及交货期限

规格型号 计量单位 数量

名或项目 单价 总金额 合计

二、定作方带料

材料名称 规格型号 计量单位 数量 质量 提供日期 消耗定额 单价 总金额

三、质量要求、技术标准

四、承揽方对质量负责的条件及期限

五、技术资料、图纸提供办法及保密要求

六、验收的标准、方法和期限

七、包装要求及费用负担

八、交（提）货的方式及地点

九、交付定金预付款数额及时间

十、结算的方式及期限

十一、违约的责任

十二、如需提供担保，另立合同担保书，作为本合同附件。

十三、解决合同纠纷的方式：执行本合同发生争议，由当事人双方协商解决。协商不成，可向人民法院起诉。

十四、双方协商的其它条款

定作方： 承揽方：

单位的名称：（章） 单位的名称：（章）

单位的地址： 单位的地址：

法定代表人： 法定代表人：

年月日 年月日

有效期限： 年月日至年月日

玻璃杯定制多少钱一个 品牌合同实用篇七

一、 转让标的：甲方愿将衣臣的服装品牌及中央商场的营业场所，转让予乙方经营。

二、 本件转让价格及其计算标准：

(一) 甲方的衣服库存：春装39件、夏装120件、冬装92件，合计251件，经协商一致以贰万叁仟元转让。

(二) 其余质保金、进场费、模特9个、挂烫机1个、汇票总金额(伍千元以上)、上海总公司往来账款(壹千元以上)等所有费用，经协商一致以柒仟元转让。转让时以立清单签字为准。

(三) 以上合计总转让价叁万人民币整。

三、 付款办法：于签订本契约的同时，乙方先交付甲方壹万元；其余款于点交完讫之日且服装品牌转让后付清。

四、 点交日期及地点：双方订定交付日为点交日期，并定于中央商场现场为点交地点。

五、 特约事项：

(一) 本件点交以前，所有甲方对外所欠一切债务。点交前所积欠一切税捐、水电费用、房租、员工薪资(20__年3月前)亦同。均由甲方承担解决。

(二) 甲方应当积极协助乙方，将衣臣的服装品牌经营代理权转让给乙方。

(三) 中央商场的租赁权，由甲方让与乙方，并由甲方负责出租人与乙方办理续租，与乙方另行换立租约，如出租人不允许续租或要求增加租金或提出其他条件，致乙方受害时，甲方应负赔偿责任。

六、 违约处罚：任何一方违反本契所列各条情形之一，即视违约论，对方有权解除契约。若甲方违约，则应按所收的款项加倍返还以为违约处罚。若有其它损害，仍得请求赔偿。

七、 本契约一式三份，由甲乙双方各执一份为凭。

甲方(公章)：_____ 乙方(公章)：_____