

2023年工程合同和服务合同 购物返利合同 (实用6篇)

在人民愈发重视法律的社会中，越来越多事情需要用到合同，它也是实现专业化合作的纽带。拟定合同的注意事项有许多，你确定会写吗？这里我整理了一些优秀的合同范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

工程合同和服务合同篇一

乙方：

本着长期发展, 双方共赢的原则, 在*等, 自愿的基础上, 甲乙双方就沈阳华丰房地产开发有限公司开发的：沈阳华丰嘉德广场（暂时命名）精装住宅中的科勒”洁具的销售返利达成如下协议：

一；乙方承诺：甲方作为乙方唯一的“科勒”洁具的供货商。

二；甲方承诺：乙方在完成如下工作后享受相应的返点政策。

1. 确保我公司经营的科勒洁具做到华丰嘉德广场真正的样板间内。

2. 当沈阳华丰房地产开发有限公司确定精装房的配套洁具为科勒时，必须保证与我司签订购销合同或指定某个公司签订科勒的购销合同时也必须保障我司的销售业绩。

3. 所有的商务谈判必须由乙方完成（我方可以协助）。

4. 当科勒洁具销售合同生效后乙方必须协助我司催要货款。

三；甲方承诺：

1. 甲方负责该工程科勒洁具的技术谈判以及物流和验货流程。

四； 返利承诺：

如乙方完成该项目商务谈判，并顺利执行完该工程。甲方做出如下承诺：合同金额减去科勒工厂批复金额的差额，全部返利给乙方（差额部分税金由乙方承担）。

五； 违反协议处理：

1. 乙方在协议期间内如未按上述规定的标准进行配合，甲方有权扣除返利。

2. 本协议不经双方同意，己方不得擅自中途停止执行，否则甲方有权扣除返利。

六； 其他：协议期间，如需增加新的内容，经双方协商并以书面通知为准。

七； 本协议一式二份，双方各持一份。

甲方：沈阳华程建材有限公司签字(盖章)：

乙方：签字(盖章)：

工程合同和服务合同篇二

甲方：

乙方：

根据《中华人民共和国合同法》有关规定，甲、乙双方经协商一致，做好酒品的销售，达成如下协议，在履行协议的过程

中，甲、乙双方严格遵守，若有违约应按合同约定赔偿对方由此导致的经济损失。

1、本合同签署有效期自月月日。

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。

1、甲方授权乙方经销甲方品牌系列酒品。

1、品名：

2、乙方必须按甲方所规定的价格执行。

3、乙方严格执行合同约定产品销售价格体系，未经甲方书面许可不能低价抛售或变相低价销售。

4、甲方保留统一调整产品价格的权力，调价提前3日通知乙方。

1、乙方在本合同签订之日起，每月负责销售系列酒品不得低于 件；一年共计不得低于件。

2、甲方负责指派人员和车辆将该酒品送到乙方的经营场所(具体每次送货数量以双方签署的送、收货单据为准)。

3、酒款结算方式为：（乙方不得拖欠，否则视为违约）。

4、双方约定，结算价以甲方的开单价为准。

1、在本合同签订之日起，甲方先行向乙方一次性支付本合同约定销售定额的返利金共计人民币元整。

2、销售返利期限年日至月日。

3、乙方在本合同履行期内发生两次为按约定时间支付酒水款的，视为违约，甲方有权全额追回返利金。

1商营业执照、税务登记证、消防及卫生许可证等相关证照复印件交予甲方。

2合同的. 履约及返利金支付的担保(担保清单附后)。

1、履约期内乙方应建立起本酒品完整的销售实施方案，保证经销甲方的酒品在该经销区域内达到双方约定的销售定额完成约定的销售任务。

2、乙方做好销售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。

3、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。

1、甲方负责保证产品的质量，以确保乙方在销售区域内的消费者的合法权益。

2、乙方在销售甲方产品过程中所发生的广告媒体宣传、宣传品、促销品以及特定专场销售等推广活动等事宜，乙方应提出计划方案，经甲方审核同意后，乙方即可安排实施。

3、甲方协助乙方做好产品的售前、售中、售后服务。

4、甲方保证提供乙方所需的货源，负责做好市场的管理、指导工作。

5、及时兑现合同约定的政策支持。

6、甲方负责将产品运至乙方市场，运费由甲方承担。

7、乙方严格遵守国家工商、税务等有关政策、法令、法规进

行商业活动，如有违反，属乙方个人行为，概与甲方无关，因此衍生的一切后果，由乙方负责。

8、在履约过程中，如出现乙方转向经营、转让、或者停业，必须提前15日通知甲方，并归还甲方返利金及结算甲方已送至乙方处未结清的酒款。

甲方货到乙方市场当日清点核实品种、规格、数量，由乙方法人代表或指定的收货人在货运回执单上签字并加盖公章后产品验收生效，运送的产品、宣传品、促销品等物品如出现短缺或破损，乙方应在货运回执单上注明。否则，出现的一切损失由乙方负责。

协议双方必须严格按照本合同约定履约，在履约过程当中如出现任何一方的违约行为发生，违约方除承担守约方的相关经济损失外，还需向守约方支付违约金人民币万元。

在合同履行期内，如发生水灾、火灾、地震等自然灾害的不可抗力事件，影响到本合同的正常履行，受不可抗力因素影响的一方应及时向对方通报，可暂时停止履约，待不可抗力因素消除后继续履约。

1、本合同未尽事宜由双方协议补充。

2、出现争议双方协商解决，协商不成，由具有管辖权的人民法院裁决，并且所产生的相关诉讼费用、律师费用均由违约方承担。

3、本协议一式两份，甲乙双方各持一份，各文本具有同等法律效率。

甲方（签章）：

乙方（签章）：

年 月 日

工程合同和服务合同篇三

建设单位：_____ 设计单位：_____ 根据建设工程勘察设计管理条例的规定，鉴于乙方具有符合国家规定的资质等级来承揽建设工程设计业务，经友好协商，特签订本合同，以便共同遵守。

甲方委托乙方承担_____工程的设计项目，建筑安装面积为_____平方米，建设地点在_____。

1. 在工程开工前，甲方应组织施工单位，与乙方进行设计技术交底；工程竣工后，甲方应通知乙方参加竣工验收。

2. 在设计人员进入施工现场进行工作时，甲方应提供必要的工作条件。

3. 甲方必须维护乙方的设计文件，不得擅自修改；未经乙方同意，甲方不得复制，重复使用或擅自扩大建设范围。甲方有义务保护乙方的设计版权，不得转让给第三方重复使用。

1. 乙方必须按照国家工程建设强制性标准和国家规定的建设工程设计深度要求进行设计，并在_____年___月___日以前，向甲方交付设计文件；其中，设计文件一式_____份，技术设计文件一式_____份，施工图设计文件一式_____份。

2. 乙方编制的设计文件，应当满足编制施工招标文件、主要设备材料订货和编制施工图设计文件的需要；同时编制施工图设计文件，应当满足设备材料采购、非标准设备制作和施工的需要，并注明建设工程合理使用年限。

3. 乙方对所承担设计任务的建设项目应配合施工单位进行施工前技术交底，解决施工中的有关设计问题，负责设计变更，

参加隐蔽工程验收和工程竣工验收。

甲方将乙方提供的设计文件交由3-5家工程公司报价，若上述公司作出的报价均在甲方要求的基础造价范围内，甲方一次性付给乙方设计费人民币_____元。

1. 甲方不按照合同规定向乙方支付设计费，应根据银行关于延期付款的规定，向乙方偿付违约金。

2. 由于乙方的原因，延误设计文件的交付时间，每延误_____天，乙方应向甲方偿付相当于设计费的_____%的违约金（甲方可在设计费中扣除）。

3. 因乙方设计质量低劣引起返工，应由乙方继续完善设计任务，并视造成的损失浪费大小退还设计费。对于因乙方设计错误造成工程质量事故者，乙方应承担赔偿金。

本合同自_____年___月___日双方签章后生效。本合同如有未尽事宜，需经双方共同协商，作出补充协定，补充协定与本合同具有同等效力。本合同未尽事项，按我国的法律，法规和规章的规定处理。本合同正本一式二份，甲乙双方各执一份。

建设单位（甲方）_____

设计单位（乙方）_____

_____年___月___日

工程合同和服务合同篇四

销售是一种量化考核非常直接的行业，终端销售方面无非是销量、终端表现、重点终端数量、客情关系、学术水平等几个方面，销售人员如果把握住终端销售的关键点，那么无论

你到哪个企业，良好的销售业绩都会如影随形。笔者根据个人经历总结出以下几点，以供参考。

终端销售谈判的关键点

任何的销售过程都需要调研、定目标、准备、拜访、洽谈、再洽谈、成交、售后等环节。在实际操作过程中，笔者首重三点：

第一、首次洽谈，无论是否成交，必须将自己今天准备好的内容与客户沟通出来，如果首次拜访没有时间沟通，那么只给客户留下名片即可，资料带走（可以告诉客户我只带了一份资料）。这样的目的是勾起客户的兴趣，如果沟通完善，那么你总能激发出客户的兴趣点；如果没有沟通机会，客户要么感兴趣，却装不感兴趣；要么不感兴趣，先拒绝了。你留下的资料会成为你再次拜访的障碍。

成交环节，必须按照订货量从大到小开始谈，并利用其它成功大订单进行引导。因为给客户心里上形成了一种重视和尊重，并且大订单肯定比小订单有政策优势，这样能很好把握住让客户感觉“便宜”的心里，同时能将我为客户选择衍变成客户自己选择。销售人员便有了主动权。

因为没有完美的产品，只有完美的沟通。产品销售只是沟通的附带品。

区域市场销售的关键点

在一家企业销售的成功不是一夕之功，必须通过循序渐渐的努力才能让付出得到回报。在区域销售管理中笔者仍然首重三点：

适当看远。到新企业后首先想6个月以后的事。需要自己或者团队有多少个客户及多少个重点客户，产品如何组合，策略

如何跟进，6个月以后我能做到什么程度，我会有多少收益，会对我的职业发展及人脉拓展提供到什么样的历练。看得太近，容易让自己患得患失；看得太远，又会让自己好高骛远。销售就是付出了不一定有收获，但不付出一定没收获的行当。

第二、细致用心。销售是一个需要用心思的工作，只有心细你才能发现好办法。一个微小的“拿来”进行改变就是一次小创新，你就能脱颖而出。笔者曾经所在单位要求针对客户开专场小型圆桌会，因为业务都是新人，如果执行，到会率不能保证，费销比也下不来。笔者思虑一番，联系了其他两个有一定基础的厂家进行三角联盟，共同邀请客户，前期多承担点费用，这样到会率保证了，销售业绩增加了，实现了3个月市场销售大跃进。所以销售有时候就是个细致活。

淡季态度。终端销售市场大部分企业都有所谓的淡旺季之分。很多销售人员淡季不出门，导致旺季不出量。我的原则是用旺季的热情和心态操作淡季。我提倡淡季做服务并压货，旺季正常补货就行。淡季压货力度要够大，业务要够勤奋，同时对政策的传达一定要到位。只有心理上先淡化了淡季之说，并马上付诸行动，才能真正做到淡季不淡。

充分把握了以上几点，相信销售人员在销售过程中能够有一定起色！

工程合同和服务合同篇五

甲方：

乙方：

甲方现将在 的楼建设工程承包给乙方施工，为维护上方的权益，特订如下条款：

建筑面积约9097*方米。

包工不包料，但乙方包提供铁钉、铁丝、扎丝，乙方自备建筑用模板、方木、脚手架、钢管，所有施工机械设备及所需施工工具等。

1、桩顶标高以上的土方开挖、回填及甲方提供施工图纸所有施工内容(含外墙砖饰、散水以内所有土建项目、水及电安装入户)。

2、乙方负责厨、卫、卧的排气及空调管道的预留孔及补缝，安装由甲方负责。

3、单包不含项目：塑钢窗、进户门、卫生间及屋面防水、油漆涂料工程，但乙方必须配合这些项目的施工。

4、乙方负责施工日志及按其施工进度做好砼、砂浆试块的制作及工程资料的整理工作。

六个月总工期，乙方于20xx年10月10日进场开工，在20xx年5月30日前完成工程，含春节假日20天。遇不可抗拒的自然因素，工期顺延。

元/*方米，总承包价以实际面积为准，超出图纸部分另行协商。

第一次付款，所建项目的基础及六层结构现浇砼浇筑完成后付本阶段工价的50%，每向上施工4层完工支付已完工作量工价50%，第三次付款，主体结构封顶付其本阶段工价80%：第四次付款在装饰装修完成60%时，支付已完装饰装修工程工资的50%，具备工程竣工验收条件，支付已完工程工资的85%，工程竣工验收后，支付已完工程工资的90%。工程竣工验收后180天时，支付已完工程工资的95%，留5%工资作为工程质量保修金，按工程质量保修书执行。(保修书参照谷山公司和万荣公司的保修书保修书执行)

1、双方各自在建设管理部门办理相关的建设手续，相关部门的手续有关费用各自承担(包括税、费)。

2、甲方提供完整建筑施工图纸给乙方，如有设计变更提前书面通知给乙方。

3、乙方提前拿材料计划给甲方，甲方按期吧材料组织到现场。甲方按施工图所含项目材料供给乙方，乙方未按规范施工而浪费的材料，由乙方承担相关费用。若甲方材料供应不及时造成的乙方停工待料，甲方应承担乙方损失。

4、甲方保证施工现场三通一*(路通、水、电到场)。甲方负责乙方施工周边关系，不影响正常施工。提供乙方施工人员临时住房，其乙方生活用水用电自理，工程用水、电费用甲方负责。

5、乙方在施工中必须服从甲方现场管理人员和地方建设管理部门管理。

6、乙方在施工前，必须编制施工组织设计方案并报甲方或甲方委托的监理单位批准，在施工过程中必须按其施工工艺要求施工，不得任意改变设计，乙方要派专职施工员及质检员对现场进行管理。

若乙方因施工组织不力，造成的工期拖延，甲方按每*方米元作为处罚，按时交付元返还给乙方作为奖励。安全生产的保证金每*方按元作为奖罚，工程施工过程中，至工程交付无安全事故，按每*方米5元作为奖励。

1、乙方在施工过程中所发生的一切安全责任事故自行负责。

2、乙方必须要做到活完现场清，节约原材料。

3、乙方必须有专人操作机械设备。

4、乙方必须要按安全操作规程施工，施工电路不能乱打乱接。

乙方施工工程质量必须达到国家合格验收标准，否则因质量问题发上的一切损失全额由乙方承担。

甲方(公章)：_____ 乙方(公章)：_____

法定代表人(签字)：_____ 法定代表人(签字)：_____

工程合同和服务合同篇六

现制定明年的具体市场运作方案，具体有以下几个内容：

内容是：

b□了解自己产品什么卖的好，为什么?什么卖的不好，为什么?

c□当地的种植面积、主要农作物及其病虫害的发生情况。

d□农民的一些用药情况

e□经销商，零售商的经营状况，营销意识等。

一般建立渠道的主要有两种方式：1、大流通(厂家省公司县经销商终端零售商)

2、直营(厂家省公司配送公司终端零售商)。直营是我们公司以后的发展方向，但是考虑到河南的一些特殊情况，现在一直都在做大流通，因为直营必须要考虑以下几个因素：营销人才、市场的熟悉度、成本太高、一些特殊的情况等。

通过在县级的调查了解，选出合适的县级经销商，然后到乡、

镇选出1、2个零售商做定点。

a□返利政策

现状，凡是经销商在今年的某个产品销量达到了多少，就给予高返利政策，例如：销售某产品4t以内返2000元，销售返利4t以上返利4000元。

缺点：打消了那些根本达不到数量的经销商的积极性，也会造成部分大户经销商出现冲货、砸价的现象。

策略：我们可以根据各个经销商内在和外在的情况(最近几年的销售情况和市场情况)，制定出相应的返利政策。

原则：针对不同的经销商、不同的产品制定出相应不同的返利政策。

b□年终奖励政策

红太阳作为一个品牌企业，我们卖产品的目的不是简简单单的只求销量，更重要的是提升自己的品牌知名度、产品的质量、信誉度、专业的服务等等。

现状：也许大部分的业务员的眼力只有销量，却忽视了品牌、信誉度、专业服务等重要因素，所以造成了只有年终得销量奖励，谁卖的多就给谁奖励。

缺点：没有实现目标的全面化，忽视了一部分制约的因素，并且对长期的策略受到了限制，没有完全、更多的调动经销商的积极性，形式单一。

策略：为了提升自己的品牌，就设置品牌奖，为了提升专业服务，就设专业服务奖，为了提升信誉度，就设信誉度奖。

原则：为了什么目的，就设置什么奖项。

c□促销的策略

农药行业的需求是根据天气，病虫害发生程度等因素来取决与市场的需求，及需及所求的，可视为快速的消费品，红太阳公司产品的价格定位于高价格，在农民的眼力应属于高价格产品。

2. 人特别多的时候，比如什么集会，开现场会，找当地的比较有影响力的植保专家作专场报告，扩大影响力. 做一份适合当地病害防治年表.，仿制大生. 在现场会上赠送一些赠品，让老百姓免费试用.

3. 客户每年会有一次总的年会，可以利用这次会议期间，来扩大影响. 前提是，开会前期宣传的力度加大.

4. 利用基层植保部门的影响力，如，大喇叭宣传，小报，土专家讲课等方法来扩大影响.

5. 对基层经销商传授利润的影响力，让他们放心大胆的销售，只要销售便会有丰厚的回报，以此来提升他们的积极性.

6. 做电视台广告，专家讲座，拉动市常

7. 协助经销商做好基层工作，并协调基层经销商的关系，及市场时刻的反映情况！

1、对当地市场各渠道进行全面的调查，达到“知己“，知道谁在销售我们的产品，什么产品卖的好，什么产品卖的不好，及其产品在通路各阶销售的价格和利润多多少少。（参考市场调查表）

2、对当地市场各渠道进行全面的调查，达到“知彼“，竞品

在当地的情况，什么产品卖的好，什么产品卖的不好，及其产品在通路各阶销售的价格和利润多多少。(参考市场调查表)

3、对当地市场各渠道进行全面的调查，达到“知环境”，通过和经销商、零售商、消费者询问当地的情况。

4、终端调查寻找准客户，通过调查了解准客户的营销意识、实力，市场能力、管理能力、口碑、合作意愿等。(参考经商评估表)

5、作好市场开发方案，充分准备和准客户谈判。(市场开发方案)

及时做要做到密切关系天气情况，病虫害的发生情况，并要和客户交流分析市场机会的分析。抓住一些渠道空白市场(竞争品所忽视的地方)，抓住一些产品空白市常，必须还要抓住购者的心理，作出相应的推广策略。通过做广告，发放宣传单，红布条、开产品推广会等等。

1、在当地找经销商，发起宣传攻势。在找经销商的过程中，除了考虑经销商的整体资质以外，还要防止一些陷阱。有些经销户见到新品牌的化肥，他若不答应销，你势必会另外找人，假如这个产品卖得好，岂不是争夺了他的市场份额。因而其高明的做法就是答应卖，但货运来之后，给你放在库房里边，被其他品牌的化肥淹没，他既不介绍，也不推广，让你的产品坐冷板凳。所以找经销商的工作很重要，要将工作做到位，不留空子。把招贴画贴在总经销商门面最显眼的位置，即使总经销商不开口推荐产品，漂亮的招贴画足以将来提货的二级商的目光“招呼”过去，业务员可再做一番讲解。

2、进行深度宣传。即把工作做到农民那里去。可以把招贴画贴到村里去，或租用村里的有线广播进行宣传，一些农民有这样的心态：新品牌的化肥是为打市场生产的，质量肯定差

不了，因此乐于一试。还有一招，就是直接找村里说话有影响力的人去试用，再用他们的名义如实写出施用情况(别忘了请他们签字)，再把这些资料贴在经销商的门面上，用当地人引导当地人。同时，把新增加的、使用本品牌化肥的农民的姓名、地址、施用情况事先写在备好的空白表上，诱导农民的从众心理。敢于第一个吃螃蟹的农民毕竟是少数派，更多的是一些怕担风险而跟着感觉走的人，施用的人越多，跟的人也越多。

1、定期联系，定期拜访。(跑客户安排表)

2、初步了解市场，整经销商的“黑材料”。(工作日志表)

a□看看市场上竞争品在做什么促销?市场上有什么动态?后有没有人在冲货，砸价?

b□了解经销商送货是否及时，放任市场的砸价，或冲货，截留促销品等等，

3、上传下达，尽好供应商的本分。

a□上传公司最新的政策

b□问问经销商最近有没有什么意见和建议

c□树立红太阳营销人员的专业形象(仪表，行为，言语)

4、库存清点，先进先出，并及时根据情况补货(客户库存表，公司库存表)

5、终端市场的走访，市场行情的沟通。

a□近期促销活动的执行情况，经销商送货服务，终端的反映情况，市场情况，竞争品的情况等。