

# 2023年经销商需要具备条件 无限极经销商心得体会(模板7篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

## 经销商需要具备条件篇一

无限极是一家拥有半个多世纪历史，全球知名的直销企业，家喻户晓。在无限极的销售网络里，经销商起着至关重要的作用。作为一个无限极经销商，我深深地感受到了这个角色的重要性和自己的使命。在这篇文章里，我将会分享我作为一个无限极经销商的心得和体会。

### 第二段：开始打拼的艰辛

在我刚开始加入无限极大家庭的时候，我很快意识到了一个事实：成为经销商绝非易事。刚开始的时候，我和我团队的经销商们都常常遇到各种困难，像是客户没有兴趣，或者就是没有人愿意给你一个机会去介绍这个经营模式。甚至有时我们还被人误认为存在传销。在这个阶段，我几乎每天都面临着打退堂鼓的考验，这个时候，我的领导始终支持我鼓励我。渐渐地，我发现，努力付出真的是有回报的。坚持不懈是在直销行业获得成功的关键。

### 第三段：收获和成就感

随着时间的推移，我的业绩逐渐开始增长，我领导的领导也决定对我进行较高的奖励。获得这个荣誉是非常光荣和激励的，这也驱使我继续努力更多地向前推进我事业的发展。有了这个动力，我开始思考着如何提高我的工作方法和团队管理、如何更好地为客户提供最佳的产品信息和服务。在这个

阶段，我真正意识到了肩负起无限极经销商这个角色真正的责任和意义，而且收获的成就感也如此的令人振奋与感动。

#### 第四段：团队合作的重要性

无限极的直销模式更注重的是团队精神。我们相互合作、相互支持，通过分享信息和销售经验相互促进，不断推动团队整体业绩的提升。一个成功的团队处处体现的是团队的默契、信任和互惠精神，而这些也只有在相互合作与扶持的氛围中才可能代代相传。

#### 第五段：结束语

无限极经销商的经历让我记忆深刻，我感谢这次经历带给了我极大的成长和启示。作为一名无限极经销商，我不仅更加了解自己的能力和优点，也更加意识到了身为一个有责任的人的义务。最后，我想说，无限极经销商的道路不太容易，但只要你在付出与坚持的道路上继续跨步，你一定会在这条道路上为自己争取成功的机会。

## 经销商需要具备条件篇二

#### 第一段：引言（150字）

作为无限极的一名经销商，我有幸能够参与其中并深切地感受到了无限极团队的凝聚力和创新精神。这一路上，我结识了很多志同道合的伙伴，共同努力着，为无限极的事业奔波着。在这样的工作环境中，我收获了许多，并且也受到了极大的鼓舞和启发。在这篇文章中，我想分享一下我作为一名无限极经销商的心得体会，希望能够和更多的人分享这种经历和感受。

#### 第二段：成为无限极经销商的初衷与感悟（250字）

我作为一名无限极经销商的初衷是想成为一个独立自主的人，拥有更多的自由和空间来发挥自己的能力和才干。同时，我也希望能够借助无限极这个平台来实现财务自由，并且能够让更多的人受益。在加入无限极的过程中，我深深地感受到了这个团队的凝聚力和创新精神。这个团队不仅有着强大的支持体系，还秉承了“以人为本”的理念，注重员工的成长和发展。因此，我也转变了自己的观念，从一个单纯的经销商，变成了一名无限极的忠实粉丝。

### 第三段：无限极的团队文化与管理模式（300字）

无限极是一个注重团队文化的企业，他们的口号是“感恩、奉献、分享、成就”。与传统的企业不同，无限极一直在以“以人为本”的理念为核心，注重员工的发展和提升。他们给予员工广阔的发展空间和机会，鼓励员工学习和成长。在无限极，体系化的培训和指导成为了员工学习和成长的重要途径。他们还设立了许多励志奖项，展示出无限极的慷慨和关爱，让员工感受到了企业的温暖。

### 第四段：无限极产品的市场和竞争分析（250字）

无限极的产品优质、健康、安全，符合现代消费者的需求和趋势，因此也有着较强的市场竞争力。无限极拥有多元化的产品线，包括保健食品、护肤品、家居用品等系列，针对各种不同的健康需求，提供多样化的解决方案。在竞争激烈的市场环境中，无限极通过聚焦质量标准，不断创新产品设计和升级，为消费者提供更好的选择和用户体验，赢得了广大客户的信任。

### 第五段：结论（250字）

无限极经销商的工作体验和成就回报，在我看来是非常难得的。这个团队注重以人为本，关注员工的细节和成长，给予员工广阔的发展空间和机会。同时，无限极还注重产品创新

和市场扩张，在市场竞争中保持不断的创新和升级。作为一名无限极经销商，我深深地体会到了这个团队的凝聚力和创新能力，以及这个团队为我所带来的帮助和启示。运用这些感受和体验，我相信我可以在未来更好地为自己和无限极的事业努力，实现自己的目标和理想。

## 经销商需要具备条件篇三

甲方：\_\_\_\_\_公司（以下简称为甲方）

乙方：\_\_\_\_\_（以下简称为乙方）

甲、乙双方为发挥各自优势，联合开拓甲方之\_\_\_\_\_品牌下之四维锁具系列的销售市场，根据《中华人民共和国民法典》，双方本着诚信、开拓市场、互利互惠、共同发展的原则达成协议如下：

### 第一条、委任

兹委任乙方为地区（品牌）销售之级经销商。

### 第二条、甲方之职责

- 1、甲方提供之产品必须符合国家的产品质量生产标准，并保证长期、稳定的产品质量。
- 2、甲方应按乙方提供的订货计划备货，保证提供足够的货源，按时交货，确保不出现缺货现象。
- 3、甲方有义务兑现以书面形式所承诺的各种支持、包括给乙方的补偿、奖励、促销品、广告及营销宣传推广支持。
- 4、除特价商品之外，甲方所提供于乙方的产品均按出厂价给予乙方。

- 5、迅速处理乙方投诉事件，协助客户解决疑难或提供必要的参考资料，并传达处理结果。
- 6、甲方负责为乙方提供该代理地区门市的门面装修设计图案。
- 7、甲方有责任对乙方的经营管理进行指导，如发现乙方在市场运作中有不规范的情况，甲方有权向乙方提出合理建议，直至终止合同。
- 8、甲方可根据市场情况和成本变动调整产品价格，并提前20天以书面形式通知乙方。

### 第三条、乙方之职责

- 1、乙方有义务按照甲方提供的装修设计图案进行门市设计，装修费用由乙方承担
- 2、乙方有权提出对推广市场有益的经营建议。
- 3、乙方向该地区寻求、帮助、开拓二级或三级经销商，乙方有义务将经销商的资料以书面的形式转告于甲方。
- 4、代表制造商作市场调查，定期报告本地区的综合市场情况。
- 5、协助安排甲方经销人员的业务活动。
- 6、每月向甲方提供该地区的产品库存，甲方有权要求乙方进行库存调整，并有责任协助甲方进行跨地区库存调整。
- 7、甲方在当地进行产品推广活动时，乙方有义务提供人力和借货服务。
- 8、乙方可享受甲方的经销商供货价，同时乙方有义务控制按甲方建议售价供应于各级经销商、零售商及批发商。

9、乙方应于每月日之前，向甲方提供次月的订货计划。

10、乙方所订的产品，应按合同的有关规定付款。

11、乙方每月应达到\_\_\_\_\_元的销售额。

#### 第四条、双方权利与义务

1、甲方在全国性广告发布时刊登授权独家经销商的名称，地址，电话。在独家经销商所在区域，双方合作共同开展有实效有针对性的宣传推广。厂家分担本区域广告费的\_\_\_\_\_%，但最高不超过乙方销售额的\_\_\_\_\_%，并对独家总经销商提供统一授权牌匾，产品演示图板，现场宣传海报，宣传彩页等。

2、乙方有义务随时将本区域的市场发展，产品情况，客户需求等信息及时反馈甲方。

3、甲方保留对产品技术规格，市场价格的调整权，如有变动甲方须在新规格，新价格生效前15日通知乙方。

4、甲方应向乙方提供合格的产品，对非人为损坏和非使用不当造成的质量问题，甲方对乙方终端用户实行一个月包换，二年保修，终身服务的售后服务。

5、甲方应向乙方配套提供公司统一印制的产品宣传品，并向乙方提供与产品有关的技术支持，销售培训，经验交流等服务。

6、甲方有义务保证充足的产品供应，在产品供应紧张时期，优先供应给乙方。

#### 第五条、价格、运输与付款方式

1、甲方供货价格见《订货合同单》。

2、乙方每次向甲方进货时，须提前10个工作日向甲方签定产品订购单。

3、每批订单数量为\_\_\_\_\_套以上者，由甲方通过公路运输或铁路运输两种方式发货，到站乙方自提，其它运输要求由乙方支付运费。每批发货数量在\_\_\_\_\_套以下者，运费由乙方自行承担。

4、严格执行“款到发货，现款现货”的原则，甲方收到货款后应在三个工作日内发出产品给乙方。

第六条、乙方应在本合同签约日期起的\_\_\_\_\_个工作日内，向甲方订购首批资格授权产品，且全额货款到帐后，本合同生效，否则本合同到时自动失效。

第七条、协议一式\_\_\_\_\_份，甲方\_\_\_\_\_份，乙方\_\_\_\_\_份，均具同等法律效力。

本合同执行期从\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日开始到\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日为止。

第八条、本协议的履行和解释出现争议，双方应友好协商解决，若未能达成共识，双方同意通过\_\_\_\_\_市司法部门仲裁解决。

## 经销商需要具备条件篇四

本协议由下列双方于\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日在\_\_\_\_\_签署：

甲方：

法定代表人：\_\_\_\_\_

地址：

邮编：

电话：

传真：

乙方：

法定代表人：

地址：

邮编：

电话：

传真：

甲、乙双方在平等互利、公平、公正的基础上，依据《中华人民共和国合同法》和《汽车品牌销售管理实施办法》等法律法规，就有关授权经营的具体事项达成如下条款，以共同遵守：

## 第一条合同产品

1.1指甲方代理的xxx系列汽车。

1.2品牌标识：指甲方对(xxx)品牌廊坊地区的使用权。

## 第二条主体资格

2.1甲方是专门从事xxx地区汽车销售、售后服务、配件供应和信息反馈四位一体的功能店铺。是依法设立具有有效存续，

有权签订本合同的法人组织。

2.2乙方是经甲方授权的xxx汽车的经销商，负责在指定的销售区域经营——全系车型。

### 第三条营销模式

3.1甲方实行的是品牌专营和“保证金摆放展车”的营销模式。乙方愿意作为甲方的汽车品牌经销商，根据甲方的规定条件设立展厅和专业销售人员。

3.2甲方会与乙方共同开发乙方市场，如企事业单位、政府机构或特殊条件的顾客，所开发成果以及销售利润全部归属乙方（销售利润以当月的商务政策为准）。

3.3甲方每月的销售指标与终端销售价格，在每个月5日以前以书面形式下发到乙方，不同的季节或不定的因素影响当月销售计划的，甲方会根据不同的情况重新拟定销售数量与价格，乙方应严格遵守执行。

3.4交货方式：乙方销售出车辆后（经由客户决定），如客户决定需来甲方处提车，乙方自行解决交通工具；若在乙方处交车，乙方自行来甲方处调车。（如遇特殊情况甲方给乙方送车所产生的一切费用由乙方承担）

### 第四条门店、展车、人员要求

4.1门店：门店的设计由甲方统一策划，展牌、门头、广告牌等设施由乙方负责保管与维护。仅有设计及维护，制作及安装是哪一方的义务。

4.3人员：甲方会定期给乙方销售顾问进行培训，乙方需在展厅安排1—2人进行甲方产品销售。（销售人员应到甲方备案）

## 第五条 营业资格、信息反馈

5.1.1 营业资格：乙方须有“小轿车经营营业执照”（或能在当地合法经营的执照）

5.1.2 乙方的注册资金不得低于50万元，且能有足够的资金来运转甲方产品。

5.2.1 信息反馈：乙方必须将每天的销售信息、市场信息、政府采购信息及时通知甲方。

5.2.2 乙方定期的向甲方反馈其销售区域内与合同产品有关的客户与潜在客户信息、市场信息和甲方要求的其它必要信息。

5.2.3 乙方应详细记录客户信息，建立档案，每天以电子档形式传送到甲方销售内勤处，如遇到碰单情况会与乙方电子档为准。

## 第六条 保证金

乙方需交纳一定金额的受理保证金作为甲方提供产品的保证，具体标准如下：

6.1 具有固定营业场所的乙方交纳\_\_\_\_万元的保证金。

6.3 车辆在乙方处出现因乙方保管不善造成的损失，经由双方协商后，甲方有权要求乙方承担或在保证金中扣除。并且乙方必须有在七个工作日内中将保证金补足。

6.4 合同期未满足：甲乙双方如有单方违约，甲乙双方有权终止合同或提出赔偿。

6.5 合同期满：如不再续约或都无违反合约条例，甲方会一次性无息返还全部保证金。

## 第七条甲方公司名称和标识的使用

7.1乙方使用甲方规定的标识、名称，标识由甲方统一规定。

7.2乙方不得擅自更改标识，使用权只限甲方产品，未经甲方同意乙方不得将标识或甲方公司名称用于设施、包装、营业或服务上，不得损害甲方公司名称的名誉，如乙方违反使用规定甲方有权要求乙方立即停止使用并采取必要的纠正措施，及赔偿甲方受到的损害。

## 第八条保密约定

8.1甲乙双方为共同利益，乙方必须对合同及业务上的所有商业机密不得向第三方透露，其中包括：潜在与已有客户信息，商务政策等，有共同遵守的义务。

8.2如有一方泄露造成损失的，应当承担损害赔偿责任。

## 第九条违约赔偿与纠纷的解决

9.1任何一方不履行或违反本合同条款中规定的义务，即构成违约。违约一方应承担违约责任，包括违约金及产生的相关费用，违约金的数额不在赔偿范围之内。支付赔偿金后，违约金的赔偿限额最低不低于10万元。

9.2赔偿金的范围包括：实际带来的损失、诉讼费、律师费、调查取证费、差旅费。

9.3合同中其它条款以违约责任作出明确约定的，按其约定执行，无约定的则按本条例执行。

9.4纠纷经由双方协商不能解决的，双方一致同意后交由当地法院解决。

## 第十条合同解除

10.1 不按时支付车款的。

10.2 经营显著持续恶化。

10.3 异地采车的。

10.4 保证金过少或乙方法人有欺诈行为的。

10.5 未经甲方同意乙方私自将车辆转交给第三方的。

乙方如出现以上情况甲方有权单方解除合同，并由乙方承担一切责任。

#### 第十一条 合同有效期

11.1 本合同由甲乙双方签订，盖章后生效。

11.2 合同到期后，双方协商一致后可继续续约。

11.3 本合同一式两份，双方各执一份，具有同等法律效力。

11.4 本合同有效期为一年。（自合同签订之日起）

甲方：\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_

## 经销商需要具备条件篇五

作为一名无限极经销商，其实就是在加入了无限极这个大家庭，并获得了销售无限极产品的授权。很多刚开始加入的人，会觉得这只是一个小小的身份，或者说只是一种副业，但实际上，无限极经销商身份代表着更多的责任和机会。作为一个无限极经销商，我们不仅要认真学习产品的知识，并且要抱着积极向上的心态去推销产品，同时也要尽可能的去传递

无限极的公司文化，让更多人了解无限极的品牌理念和产品特点。因此，无限极不仅仅是一种销售方式，更是一种信仰和责任。

## 第二段：创业中的成长和困难

作为无限极的经销商，我们需要全身心的投入到产品销售中，并且始终保持积极向上的心态，这是创业之路中的必备品质。在刚加入无限极的时候，我遇到了很多困难，在学习产品的知识上有些吃力，加之销售经验不足，没有很好的把握销售的策略和技巧。但是，在这些困难面前，我并没有放弃，而是努力学习，认真思考，不断总结经验，从中寻找突破的机会。在此过程中，我也结识了很多志同道合的朋友，大家一同奋斗，相互鼓励，互帮互助，让我慢慢地成长起来。

## 第三段：推广经历中的收获

在磨砺中前行，也折射出了我的收获。作为一名有着业绩目标的经销商，我不仅在销售过程中有所收获，同时也培养了自己的自信心和良好的人际交往能力。通过与客户建立起良好的信任关系，我不仅能够成功地为客户推荐产品，还能够为他们提供更详尽的产品使用方法和注意事项。在销售推广的过程中，我发现准确理解客户需求，倾听他们的意见和建议，会让销售效果更加出色。而这些经验也让我在其他领域开拓能力上更加得心应手。

## 第四段：快乐团队合作

在无限极这个大家庭中，我们不仅能够培养自己的创业精神，更能够彼此之间分享经验，相互扶持。在无限极推广活动期间，我们经常会组建团队，共同展开推广活动，这个过程中既有竞争，也得有合作。通过快乐团队合作，我们不仅能够互相促进，更能够体验到共同成就的喜悦。同时，我们还可以在交流中更多获取到联想和创造力，得到提高和提醒，这

不仅让我们在推销中享受到团队和梦想的力量，也让我们在经营创业中更具前进势头。

## 第五段：结论

成为一名无限极经销商，不仅仅是一种赚钱的方式，更是一种梦想和信仰。在经营过程中，我们可以培养自己的创业精神，同时也享受到快乐合作的喜悦。在这条路上，会有困难和挑战，但正是这些挑战让我们变得更加坚定和成熟。因此，我相信无限极经销商身份会在未来的日子中获得更多机会和收获。让我们一起扬起远大的梦想，追逐我们的理想，实现更多的价值！

## 经销商需要具备条件篇六

甲方：（以下简称甲方）

乙方：（以下简称乙方）

甲、乙双方本着自愿、平等、互惠互利的原则，根据《中华人民共和国合同法》及有关法律、法规的规定，经充分协商，就乙方经销甲方生产的产品事宜达成一致，签订本合同，以资共同信守。

一、代理产品名称：

二、销售区域

1. 甲方授权乙方为 地区 渠道经销商。

2. 乙方未经甲方同意不得在本合同授权经销区域外销售本合同授权代理的以上产品。

三、价格体系：甲方提供的产品价格为到岸价（以甲方提供价

格表为准)。

#### 四、销售目标 单位：(万元)

附：以上如果没有在合同签订时确定,双方之后以附件补充。乙方无法达成季度目标任务时,甲方有权利对乙方的经销区域做出调整的权利。

#### 五、结算方式

1. 乙方首批提货款不低于 万。
2. 款到发货(款到甲方指定帐户才发货),即乙方向甲方提交订单并付清相应货款。
3. 乙方每次向甲方汇款后,将汇款说明和汇款单一并传真或扫描至甲方,以便双方往来账目精确核对。甲方定期向乙方以传真形式发出对账单,乙方若有疑意需在5日内向甲方提出,否则将凭甲方的对账单为准。

#### 六、供货与运输

1. 乙方应提前填写《订货单》。
2. 甲方在接受《订货单》,并确认乙方款到账后5个工作日内发货,如发生不可抗拒的因素(如交通事故、自然灾害、政府行为等),使甲方无法保证货期的除外。
4. 甲方负责把货物送到上述地址,若乙方库房不能通过或其他不可抗力因素造成货物到达困难,乙方必须协助甲方的运输工作,由此产生的费用由乙方自行承担。若乙方更改收货地址,需提前7天以书面形式通知甲方,否则造成的损失由乙方自行承担。

#### 七、货物验收

1. 乙方与运输单位交接验货时应就验收情况履行有关手续并及时将其与运输单位的验收情况的商务记录报知(传真)甲方,乙方逾期未报,视为乙方收讫无误;货物到达目的地卸货后发生的货损、货差由乙方负担。

2. 甲方向乙方运送货物,在运输途中造成的破损,由甲方与物流公司协商处理;在乙方验收后,造成的损失由乙方承担。

## 八、销售服务

1. 对于问题产品的定义:存在非人为的质量问题,此类产品甲方给予无条件退换。

2. 双方配合严格控制产品货龄,保证产品正常销售。

3. 新产品上市后,甲方会根据市场情况做多元化促销支持活动。

4. 如首批产品滞销,乙方需在收到货的2个月内以书面形式向甲方提出,将由甲方负责协调(尽量在本地区消化)所产生的运输费用由乙方承担。

## 九、甲方的义务

1. 维护乙方在指定区域作为经销商的权益,不在范围内另设其他同渠道经销商。

2. 向乙方提供正常经营所需的资料及必要的产品批文和产品检验报告。

## 十、甲方的权利

1. 有权对乙方违反市场规范的操作进行处理。

2. 乙方连续60天未向甲方订货或持续 月销售量未达到本合同

约定的销售目标时,甲方有权利对乙方的经销区域做出调整的权利。

3. 如乙方有违约行为,经劝阻无效,甲方有权单方解除合同,并不负任何责任。

## 十一、乙方的义务

1. 认真执行与甲方共同制定的市场操作及广告宣传方案。

2. 自觉维护甲方产品与品牌形象,在甲方的指导下做好区域内消费者投诉、产品问题和有关部门检查的配合工作。

3. 不得超越本合同约定区域销售。

4. 准确、及时向甲方传递包括库存、销量、分销商经营情况的有关市场动态信息。

5. 乙方应向甲方提供合法有效的营业执照等经营必备证件复印件。

## 十二、乙方的权利

1. 享受本合同约定区域内的独家经销权。

2. 根据市场实际情况,乙方有权在经销区域设置二级经销商。

3. 享受甲方免费提供的市场指导和相关资料。

4. 乙方被授权使用正大欧瑞信的注册商标,使用范围仅限于与产品销售有关的业务,包括人员名片、宣传广告,但上述事宜须事先得到甲方的批准备案后方可执行。

## 十三、违约责任

1. 乙方不得以甲方名义或利用甲方产品或品牌从事本合同的约定事项以外的任何其他经营活动，否则造成的一切经济纠纷和责任由乙方全部承担。

2. 甲方提供的商业文件涉及产品营销、培训、销售的资料，乙方有责任保守相关商业机密，如乙方泄露甲方提供的商业文件，甲方将以侵犯商业机密行为追究乙方责任。

#### 十四、其他事项

1. 本合同执行过程中如发生合同条款没有规定的事宜时，合同双方应本着友好协商原则加以解决，并将达成一致的协商结果以补充合同的形式纳入合同文本。

2. 以上条款所列内容经双方协商无法达成一致时，在双方均同意的前提下，可以按解除合同的方式处理分歧。

3. 甲乙双方因合同相关事宜发生争议，由双方协商解决，如协商不成，则甲、乙双方可以将有关争议向甲方所在地提起诉讼。

4. 甲方在合同期限内所推出的同一品牌的新品，甲方优先考虑乙方的区域经销权；甲方公司所有人员向乙方借款、借货，须经甲方经理签字，并由财务出具合法手续后方可出借，未经同意的借款，甲方不予承担任何责任。

5. 合同履行中，双方均负有书面通知的义务，合同中的通讯地址为双方约定地址，一经发出，即为送达。

6. 如有未尽事宜，甲乙双方另立补充协议，经双方签字确认后与本合同具有相同的法律效应。

#### 十五、补充内容

## 十六、合同有效期

合同有效期限从 年 月 日开始至 年 月 日止。

十七、本合同一式两份：甲方一份、乙方一份。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_ 乙方(公章)：\_\_\_\_\_

## 经销商需要具备条件篇七

地址：\_\_\_\_\_地址：\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_

邮编：\_\_\_\_\_邮编：\_\_\_\_\_

鉴于甲方拥有\_\_\_\_\_广告材料的专利技术、生产和市场推广能力；乙方愿意通过经销甲方\_\_\_\_\_广告材料获得经销利润。同时，在甲、乙双方的合作下，合理有序的开发市场，创造市场销售收益，并有效的保护双方合法权益，经双方友好协商，就乙方在指定区域内经销甲方\_\_\_\_\_广告材料事宜达成以下协议，双方需共同遵守。

### 第一部分：商业条款

#### 第一条 合同的名称、目的及合同的期限

1.1 合同的名称：\_\_\_\_\_广告材料经销合同书（以下简称本合同）

1.2 合同的目的：甲方授予乙方在指定区域内进行\_\_\_\_\_广告材料的销售和市场推广的权利，同时，乙方通过经销甲方的\_\_\_\_\_广告材料，获得经销差额

利润。经过双方共同努力和配合，获得市场的拓展，建立共赢的合作关系。

1.3合同的期限：本合同在甲、乙双方签字之日起生效，有效期为壹年。在合同年度内，双方充分享有和履行合同所赋予、规定的权利义务，有效期满，由双方协商后续合作事宜。

## 第二条经销的产品和区域

2.1经销的产品：甲方授权乙方经销的产品为：\_\_\_\_\_广告材料

2.2经销的区域：甲方授权乙方的经销产品的区域为：

## 第三条经销授权条件

3.1关于履约保证金：履约保证金为首期采购任务的10%，甲、乙双方签署本合同后，乙方需在5个工作日内向甲方交纳履约保证金万元。甲方收到保证金后应向乙方颁发授权证书。

3.2关于首期采购：甲、乙双方签署本合同后日内，需完成首期采购任务\_\_\_\_\_万元。

若在规定的时间内，没有完成首期采购任务，乙方应按照首期采购额度补齐采购任务。否则，乙方支付的履约保证金不予以返还。

3.4年度考核任务：乙方在一个合同年度内，需完成的年度采购任务为：\_\_\_\_\_万元。

## 第四条甲方的权利和义务

### 4.1甲方权利

4.1.1甲方拥有按照《\_\_\_\_\_广告材料\_\_\_\_\_年度市

场政策》对市场进行规范和管理权利。

4.1.2甲方拥有市场价格制定和调整的权利。

4.1.3甲方拥有自主知识产权保护的權利。

4.1.4甲方拥有维护企业形象、信誉、品牌价值的权利。

#### 4.2甲方义务

4.2.1甲方有维护市场秩序，确保市场稳定发展的义务，协调控制产品的跨区域经销。

4.2.2在本合同签署后，甲方有向乙方颁发相应的授权证书的义务。

4.2.3在签署本合同后，甲方有按照乙方的订货要求，按时、按质、按量向乙方提供产品的义务。

4.2.3甲方有按照《\_\_\_\_\_广告材料\_\_\_\_\_年度市场政策》向乙方提供支持和服务的义务。其中包括：产品服务、营销服务、培训服务、技术服务等。

4.2.3甲方有对因产品质量而产生的产品故障按照《\_\_\_\_\_广告材料\_\_\_\_\_年度市场政策》对产品进行保修、维修、退货、换货的义务。

4.2.4甲方有对产品缺陷、产品隐患、市场政策的调整及时以书面形式向乙方通报的义务。

4.2.5甲方有对乙方提出的意见或建议及时回复的义务。

4.2.6甲方有对乙方的客户意向等商业秘密保密的义务。

#### 第五条乙方的权利和义务

## 5.1 乙方权利

5.1.1 乙方有在甲方授权的区域内进行\_\_\_\_\_广告材料销售的权利。

5.1.2 乙方有按照《\_\_\_\_\_广告材料\_\_\_\_\_年度市场政策》获得甲方支持和服务的权利。

## 5.2 乙方义务

5.2.1 乙方有按照《\_\_\_\_\_广告材料\_\_\_\_\_年度市场政策》进行规范化市场销售，自主维护市场秩序，不进行恶意价格竞争或低价倾销的义务，并且不能在授权之外区域经销。

5.2.2 乙方有维护\_\_\_\_\_广告材料的声誉和利益，维护产品形象和完整性，不在甲方产品包装箱内附加任何附加物的义务。

5.2.3 乙方有投入足够的人力、资金、办公条件、市场拓展条件，确保年度采购任务完成的义务。乙方至少应配备两名以上的工程技术人员，负责产品的技术服务；乙方至少配备三名以上的全职销售人员，负责产品的销售。乙方至少保证拥有固定的办公场地和必要的办公设备，例如：电话、传真、电脑等，用于与甲方的业务往来沟通。

5.2.4 乙方有维护甲方产品知识产权的义务，在授权的销售区域，对假冒产品进行打击。

5.2.5 乙方有按照甲方的要求为终端用户提供优质、周到的产品、技术方面的咨询和售前、售中和售后服务。

5.2.6 乙方有向甲方按季度提供市场销售总结和市场拓展计划，并保持和甲方的持续沟通，及时反馈市场信息的义务。

5.2.7乙方有维护甲方视觉形象识别系统的统一性，严格按照甲方规定使用甲方的商标、画册和其他宣传品。

5.2.8乙方有需要自行投放广告、印刷或制作宣传品前，必须向甲方呈阅审核，经由甲方批准后方可发布或使用。

5.2.9乙方有配合甲方在乙方销售区域的各种市场推广活动的义务。

5.2.10乙方有对甲方的技术专利、商业信息等商业秘密保密的义务。

## 第六条产品的采购和结算方式

6.1甲方按照《\_\_\_\_\_广告材料\_\_\_\_\_年度市场政策》中的全国统一报价，即经销商采购价格(参照本合同附件)向乙方提供产品。

6.2甲方设计并制作统一的产品采购定单。乙方应严格按照采购定单的格式填写采购定单。采购定单必须有乙方的法人代表或授权代表签字，并加盖乙方公章确认生效。

6.3甲、乙双方按照每单结算的方式进行采购结算。乙方应在向甲方发出采购定单时，将采购货款汇入甲方的指定帐户。甲方在确认采购款项已经到帐后，方办理发货手续。

6.4甲方承诺，在乙方采购款项到帐后二十个工作日内，将产品发抵乙方公司注册所在城市。

6.5乙方所采购的产品的交货地为甲方城市所在地。乙方委托甲方办理所采购的产品的运输。甲方的经销商采购报价中已经包括产品的运输费用。此运输费用指通过公路或铁路运输方式的费用。若乙方提出改变运输方式，则乙方需要承担因改变运输方式而产生的费用。

6.6若乙方预先支付产品采购货款，甲方将为乙方建立独立的财务帐务，并每月与乙方财务就本月发生业务往来进行财务核对。

## 第七条服务、广告及质量保证

7.1甲方将按照《\_\_\_\_\_广告材料\_\_\_\_\_年度市场政策》对乙方提供标准化的服务。

7.2乙方必须对所售出的产品建立完整客户服务档案，并提交给甲方。

7.3甲方可根据市场实际需要提供全国性或地方性的宣传支持。宣传的形式可采用广告、营销会议、参加展览会等方式。乙方自行投入广告必须先向甲方申请征得甲方同意后方可投入，并可凭广告样本及发票报销50%，但累计不得超过乙方当年进货金额的2%。

7.5在产品保修期内，甲方对符合保修条件的'产品提供免费维修。超过保修期后，将对故障产品提供有偿维修，将收取零部件费用和维修费用。

## 第二部分一般条款

### 第八条违约及违约补救

8.1违约：甲、乙双方任何一方有违反本合同及附件所列条款，则视为违约。一方违约后，另一方应及时以书面形式向违约方提出改正要求。违约一方在30日纠正违约行为，则不视为违约。若因违约方的行为对另一方造成实质性的经济损失，非违约方有权向违约方提出赔偿要求。

8.2违约补救：甲、乙双方若一方出现违约情况，双方应保持积极的沟通协商解决问题。经由双方协商后，对违约事项仍

未能达成一致意见，则提请至珠海市仲裁委员会仲裁。仲裁结果对甲、乙双方具有同等约束力。

## 第九条保险

9.1 \_\_\_\_\_广告材料由甲方统一在\_\_\_\_\_保险公司投保产品质量责任险。保险费用由甲方承担。若在保险条款规定的范围内，发生产品质量事故，甲方将依据保险合同内容在规定的期限内协助客户办理理赔事宜。

## 第十条合同的终止和续签

10.1 合同的自然终止：本合同在合同期限内，甲、乙已经全部履行本合同所规定的全部权利义务后，自然终止。

10.2 合同的提前终止：合同的提前终止可按照《\_\_\_\_\_广告材料\_\_\_\_\_年度市场政策》所规定的经销商退出政策和产品回购政策执行。

10.3 合同的续签：乙方若续签协议，需在本合同期满前一个月，提出续签申请。在乙方完成年度采购任务的情况下，续签协议，乙方无须交纳履约保证金及完成首期采购任务，并且，乙方拥有签署下一年度经销合同的优先权。

## 第十一条税、费

11.1 乙方因采购产品而发生的付款，因付款所产生的费用由乙方自行承担。

11.2 乙方向甲方采购产品后，甲方向乙方开具正式发票。

## 第十二条不可抗力

12.1 因地震、洪水、等自然灾害或大面积瘟疫流行、国家政策变动等不可预计、不可避免的不可抗力，造成本合同无法

履行，则不视为违约。甲、乙双方均不承担因不可抗力而发生而造成的损失。若不可抗力造成本合同不能履行超过六个月以上，本合同自然终止。

### 第十三条 合同的签订、生效、签署日期及附件

13.1 本合同于年月日在经由双方签字盖章后生效。本合同一式两份，甲、乙双方各执一份。

13.2 《\_\_\_\_\_广告材料\_\_\_\_\_年度市场政策》作为本合同的法律附件，与本合同具有同等法律效力。

《\_\_\_\_\_广告材料\_\_\_\_\_年度市场政策》与本合同在经销区域、履约保证金等条款有冲突的，以本合同为准，其他事件，以解释说明最为详细的为准。另外，《经销商供货价格》为本合同的另一附件，作为对经销商的统一销售价。

授权代表签字：\_\_\_\_\_ 授权代表签字：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_

公司公章：\_\_\_\_\_ 公司公章：\_\_\_\_\_