# 经销商如何选择好经销的产品[共5篇]

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-08-25

*第一篇：经销商如何选择好经销的产品经销商如何选择好经销的产品经销商经销产品是一项极富智力挑战的“决赛”运动。在这项“运动”中，有的经销商赚得笑红了脸，有的经销商亏得暗伤了神，真可谓几家欢喜几家愁。同样的努力，为什么结果会天壤之别？除了与经...*

**第一篇：经销商如何选择好经销的产品**

经销商如何选择好经销的产品

经销商经销产品是一项极富智力挑战的“决赛”运动。在这项“运动”中，有的经销商赚得笑红了脸，有的经销商亏得暗伤了神，真可谓几家欢喜几家愁。同样的努力，为什么结果会天壤之别？除了与经销商的具体经营有着重大“干系”外，与其选择经销产品更有着直接的关系。那么，经销商又该如何“斗智斗勇”来正确选择经销产品呢？

把好目标企业的关

投资经销的胜败虽然不是由企业决定的，但企业所起到的作用举足轻重则是不言而喻的。因为企业在品牌、产品、服务等众多方面的“为”与“不为”，最终都会在市场上表露无遗。所以，有的企业提供给经销商的是“光明大道”，有的则为其布下了“美丽陷阱”。经销商需要用“脑袋”来选择经销产品，尤其以下一些方面。具体如下：

一、企业运营是否健康稳定

湖南某市的李姓经销商被企业运营的不稳定性“撞”了一下腰：七月份与某音响企业签定了合同，一次性在商业街、繁华购物城等地装修了五家专卖店，进货近二十万元。开张不到三个月，企业就发生了股东全面撤股的事件，迫使该品牌中途退出市场。品牌、产品、服务等顿时变成了无依无靠的“孤儿”，弄得李先生焦头烂额，恶梦一场。

连“试用期”都未满，又要“上路”了，可见经销商的投资风险有多大。因此，经销商在选择经销产品时，应该先对企业进行全方位的深入考察和对比分析，确保其运营健康稳定。例如，企业是国企、外企、中外合资、私企还是其它，需要“打破沙锅问到底”--若是国企，信任度较高，但需对企业经营管理、产品开发、售后服务等方面谨慎甄别；若是外企，是大集团还是无名小卒，同样需要三思而后行，避免上当受骗，空欢喜一场；若是私企，要知道是个人企业还是朋友股份企业，了解老板的资金实力、经营历史、当前运营情况、为人处世等，避免成为下一个“李先生”。

二、拥有工厂还是产品OEM

上面案例中李先生经销的产品就是OEM的，所以合伙人之间很容易出现“一拍即合”和“一拍两散”的情况，把风险巧妙的转嫁到了经销商身上。目前，家电类产品OEM风靡异常，如音响、DVD、热水器、电饭煲、电磁炉等产品OEM的不在少数。那么，是否产品OEM的企业就不可信任呢？经销商万万不能如此草率的下结论。诚然，有厂子在的企业可信度不低，但产品OEM的企业也有它的优势--企业不需要花精力去管理工厂，只需把品质和设计监控好，便可以全力以赴的进行品牌营销推广，往往比一些有工厂的企业取得的发展更迅猛。此类例子，社会上已是比比皆是。因此，经销商在对企业考察时，要抓住问题关键点，即企业的发展状况是怎样的，是健康稳定的还是存在很多症结、摇摇欲坠的？一般不要对有厂子的企业迅速答应，而对产品OEM的企业立马回绝，可以研究和对比之后，再抛“绣球”。

三、生产能力强大还是弱小

浙江台州的张先生经销着某品牌抽油烟机产品，在竞争中销量还不错。但好景不长，由于企业在采购方面出现了巨大的漏洞，导致生产能力下降，并眼睁睁的看着断货，只好改变经销其它产品，坐失大好商机。断货，向竞争对手低头的“杀手锏”。以上只是断货表现的其中一种方式。其它的如：

一、企业小，生产能力本身就不强；

二、部分企业老板经常出差国外，一呆就是两、三个月，又规定没有他的签字不准下单生产，结果延误了商机；

三、有些企业OEM情况特好，导致排单时间极长，断货可以说是“迫不得已”。

显然，对于企业生产能力“强大”与“弱小”的考察，还需要经销商多角度的去衡量。

四、产品质量是否整体过硬

产品质量的好与坏是显而易见的事情。我的朋友黄先生，在广州奋斗了几年，赚了一些“银两”，跑回河南老家的农村乡镇上开了间电器商店。由于受到资金、当地消费水平和地处/

3边远的影响，经销的电视机、VCD、洗衣机、燃气灶等都是二线产品，出售之后隔三岔五的出问题，有些产品凭小镇的技术力量修都修不好。久而久之，乡镇里就“盛传”黄先生店里卖的都是次货，光顾的人日益减少，黄先生也只好再度“出山”了。事实上，不论是一线产品还是二线产品，首先要确保的就是产品质量的过硬，而这又是不少企业做得不够的。经销商的“火眼金睛”在此得好好利用。另外，在确保产品质量的同时，经销商还需要和企业谈好售后服务的事宜，该争取的就不要心软，免得懊悔莫及。

五、产品单一还是推陈出新

广东东莞的叶先生经销着某热水器品牌，产品外形设计非常的时尚，操作起来也是相当的方便。一时之间销售奇好，但一年过去了，企业还没有新的产品推出，而此时市场上的热水器产品已是“百花齐放”。产品单

一、研发能力不强和产品不适时推陈出新的话，被淘汰是迟早的事。因此，经销商在选择经销产品时，对企业的研发能力和市场信息捕捉能力是需要正确评估的。同时，要注意的是，如果企业产品“五彩缤纷”，但无精品，建议对此类企业做到“视而不见”为好。

六、产品价格定位合理与否

价格是产品销售的关键问题之一。合理的价格定位就像高速公路一样促使着汽车飞速的奔跑--产品销量的飙升。经销商在选择经销产品时，必须掂量着所在市场的消费水平和消费特点，选择产品价格定位较吻合本地市场且能强势销售的产品，对价格定位过高且性价比相差悬殊的产品应该予以拒绝，尤其是企业采取特许经营模式的情况下。

七、纯正品牌还是假洋鬼子

或许中国人对商品的购买真的有点崇洋的情结。家电行业中，也就产生了很多“假洋鬼子”，其中音响界便是假洋品牌猖狂地之一。福州经销商汪先生前几年经销音响产品，那年正好3.15打假，波及音响界，而汪先生经销的品牌也是“假洋鬼子”，虽然没有直接被查到，但所有的福州区域市场推广计划也都搁浅了，销量自然是“稳步下降”，真是被“假洋鬼子”给害惨了。幸运的是，极具经商头脑的汪先生迅速放弃了假洋品牌的经销，将纯正品牌进行科学的推广，去年和前年都取得了良好的销售业绩。显而易见，假洋品牌随时有被查处的可能，因而在其美丽的衣裳内蕴藏着巨大的经销风险，经销商在此方面的选择时需要小心再小心。

八、打造品牌还是纯粹圈钱

圈钱！每个行业中都有众多企业有过这方面的“良好表现”。这些企业投放的招商广告、参加的展览会和派区域经理进行市场开拓，目的都只是为了圈钱。所表现出来的“形象”是：招商广告和销售人员把品牌、产品、服务等很多方面都说得极其的美好，让人心动不已；但实际情况是：品牌没特色、产品质量不过硬(有些产品还存有巨大的缺陷)、不主动进行终端市场推广、售后服务条件规定极为苛刻，等等；而经销商进了“圈套”后，企业催促打了二、三次款后，慢慢地就让其自生自灭了。

这是企业的悲哀。企业没有积极向上发展的经营理念，就仿如阿斗一样永远也“扶”不起。经销商在选择经销产品时，对企业发展的考察是一刻也放松不得的：把自己与一家有发展方向、积极向上、真正在打造品牌的企业捆绑在一起，前景必将美好；如果与圈钱的企业“携手”的话，就会出现两败惧伤的惨状。经销商需慎重抉择！

九、知名品牌还是无名品牌

广东阳江的段先生和韶关的周先生是以前一家公司的同事，同时进去的，也是同时离开的，然后各自回到当地开了间电器商行。有的产品经销是一致的，有的则不同。例如段先生经销了步步高DVD，销售相当的不错，而周先生经销了一知名度不高的DVD牌子，价格卖得很低销量也始终上来不了。为什么会这样？品牌知名度等方面在“作怪”。原则上，知名品牌好卖些，吻合市场需要的产品好卖些、品牌定位准确和推广恰当的产品好卖些。因此，经销商在选择经销产品时，要考虑到品牌的知名度、美誉度、产品的研发成果是不是符合市场需求的、品牌塑造是否科学到位等方面，然后再根据本地市场的具体情况来作决定。

十、特许经营还是网络流通

特许经营模式、网络流通模式等营销模式对经销商的要求和发展是不同的。特许经营模式，经销商选择时首先要对其品牌进行深入的考察，看其是否是实力派知名品牌，因为特许经营的成功首先依赖的就是品牌的强势，其次才是产品质量、服务、价格等方面的因素；而网络流通模式应该则重看其产品质量和价格，倘若价格定位太高，要想“流通”起来也是非常困难的--这已违背了消费者的购买观念。经销商在选择经销产品时，这方面的风险有必要考虑进去。

把好本地市场的关

经销商选择经销产品时，除了要把好企业的关外，更应该把好本地市场的关。只有经销符合本地市场大面积需求的产品，才能做到“事半功倍”。因此，经销商在选择经销产品之前，首先应该对本地市场有一个深入的调查、研究，最好能捕捉到一些“微妙”的商机，形成独特的见解。

可以从以下几个方面着手：

一、当地是否存有空白市场

有空白市场，当然是最好不过的了。社会经济发展到今天，这样的机会越来越少，但并不等于没有，就看经销商有没有锐利的眼光，能不能洞察整个市场。办法也是有的，就是经销商到外地，最好是欧美发达国家跑一圈，用心的去观察、分析和思考，自然就会有收获--国外有些产品现在流行的，很可能是二、三年之后风靡国内的。此时，国内和本地市场的空白市场就已经形成了。

二、同类产品市场竞争状况

若经销商已经确定了经销某类产品的方向，为是最终的“胜利”，建议经销商先对本地市场？？化策略、产品售价策略，以及消费者需求与消费习惯等方面作一定的分析，努力寻找到此类产品的“市场空隙”，然后选择经销此类产品，对销售而言必将是省事良多。

三、自身网络是否全面铺开

网络实力非常的重要，经销商要量力而行。一般情况而言，如果自身的网络在本地市场已经全面铺开了，经销商往往做流通类型产品更具发展潜力和成功的把握；如果网络尚未建立起来，则经销特许经营的产品更利于自己资金的运作和才能的施展。

四、当地消费者推崇的价位

价格是敏感的。大众消费者喜欢的是价廉物美，白领喜欢的是中等偏上的价格，而商业老板、企业高管、娱乐明星、政界要人等往往对高价格产品一见钟情。很明显，每个消费群体都有一定的数量，经销商在选择经销产品时，可以依据当地市场的竞争状况和想做哪部分目标人群的生意来完成产品的最终选择。

五、刚转行经销商如何选择

我们以经销家电产品为例。如果刚刚由糖酒烟类行业或是医药保健品行业或是其它行业转行成为家电经销商，那么，这样的经销商该如何选择经销家电产品呢？由于原有的网络几乎上都已“作废”了，在对家电营销尚未深入领悟和实战的前提下，建议此类经销商选择一个特许经营模式的品牌或者开一间小型电器商行，进行试探性的家电产品销售，等熟悉了其运作程序和存在的“猫腻”之后，再大展拳脚也不迟。

总的来说，经销商在选择经销产品时，必须对企业的情况、当地市场的情况和自身的情况全面把握好，做到理性分析和决策。只有这样，经销商们才可以最大限度的降低其投资经销风险和赢取最大的投资收益。

**第二篇：产品经销合同模板**

随着法律观念的日渐普及，合同起到的作用越来越大，正常情况下，签订合同必须经过规定的方式。相信大家又在为写合同犯愁了吧，下面是小编整理的产品经销合同5篇，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

产品经销合同 篇1

甲方：(以下简称甲方)乙方：以下简称乙方

甲、乙双方经友好协商，本着互惠互利、共同发展的原则，依据《中华人民共和国合同法》的相关规定，甲方对“”系列产品授权乙方在其所在区域进行销售的相关事宜作出如下约定：

一、授权：

甲方授权乙方为省市(县)渠道“”系列产品的经销商，乙方在签订本合同时，必须出示《组织机构代码证》、《卫生经营许可证》和《税务登记证》原件本，并提供有效期内加盖公章的上述材料的复印件。

二、授权期限：

授权期限年，从年月日至年月日止。

三、经销区域：

1、甲方授权乙方在(县)渠道拥有“系列产品的销售代理权，未经甲方书面授权，乙方不得跨区域销售。

2、乙方超出被授权区域销售甲方产品时，即构成违约，甲方可以对乙方提出警告，要求其停止违约行为，并可视情节要求其支付元的违约金;乙方超区域销售货物总额超过元者，甲方可视情节对乙方作出下列处理!扣罚违约保证金：A、取消乙方的销售资格。四、价格体系及销售奖励：

1、市场统一价格体系：价格表见合同附件1。

2、价格调整：行业内遇原料价格上涨等因素调整产品价格，甲方提前15天通知乙方，将新价格表通知乙方，执行新价格。甲方力争提供一定数量原供货价产品进行过渡。

3、销售返利政策。

注：在乙方完全遵守甲方价格、销售体系的情况下：如乙方完成销售指标，甲方将按照以下方式进行销售奖励：

A、年返利按照当年完成的返利。次年首单订货以产品的形式支付。

B、超额完成年计划指标，按超出部分金额给予奖励。(兑换形式同上)。

司阶段性会根据市场情况，制定针对市

场低价冲击竟品的活动，市场活动的产品公司不再给予经销商返利奖励。协助其它厂品牌商品或其他厂商产品不计销售额及返利。C、新产品投入市场返点政策以补充协议为准。

4、业绩约定：

A、乙方在合同期限内，在合同规定的区域完成产品的销售总额万元人民币。

B、乙方在合同期限内，缴纳市场保证金：

C、乙方同意在协议生效之日起按以下约定月分解完成销售任务，详见附表2。

D、乙方在签订合同日起，三个月内必须完成甲方销售指标，否则甲方有权取消乙方经销商资格乙方不得继续销售授权产品，并可以重新选定新的经销商。

五、结算方式：

款到发货。乙方必须按甲方提供指定帐户汇款(需甲方书面确认)，不得汇至与甲方无关账户，更不得与甲方业务员现金交易，账户信息见加盖公章打款地址一、二;六、甲方权利和义务：

1、权利：

A、在乙方未能达到本合同内所规定的条款时，甲方有权终止本合同。B、甲方拥有对市场的监控权;

2、义务：

A、甲方提供的系列产品符合国家有效相关的质量标准或企业标准，并对产品质量负责;B、甲方尊重乙方对终端网络的市场权利，在乙方进行正常的市场推广时，甲方不得干预;

C、甲方在进行市场策略调整时应及时通知乙方，因甲方通知不及时给乙方造成损失的，甲方给予相应补偿。

七、乙方的权利和义务：

2、权利：

A、享有本合同约定区域的经销权，若合同双方另有约定时按新约定执行。B、享有合同到期后，优先续约的权利。

C、享有甲方免费提供的市场指导和业务培训权利。

1、义务：

A、不得跨越甲方授权给乙方的销售区域和渠道进行销售。

B、积极开拓和发展甲方授权的销售区域的各层次的主要销售终端，并实施优质配套的服务和管理。C、必须尊重和维护甲方的价格政策和品牌形象。

D、乙方必须保证所经销甲方产品的整洁和完整，若乙方管理不当而造成货损，其损失由乙方自行承担。E、乙方必须拥有专职的业务人员负责甲方产品的推广。

八、订货与退货：

1、订货方式：乙方需在甲方指定限期内，向甲方提供订货计划，甲方在收到乙方货款后保证及时发货。

如乙方不按照指定计划时间内提报采购计划，甲方尽力满足发货，如遇特殊情况，造成未按乙方要求时间发货，甲方概不承担责任。

2、破损补偿：甲方对发给乙方的非质量问题产品不予调换，甲方给予乙方年终销售总额0.3%的破损补偿，此费用以相关进行补偿。3、货物验收标准：由供方代办。

4、退货/换货：乙方对甲方产品实行买断经销的方式，甲方对发给乙方的非质量问题的货物不再调换(三个月内可尽量协助乙方外调货物，运费由乙方承担)。卸货当场发生破损甲方不再负责，由乙方与承运方进行协商解决。如果乙方收到货物15天内发现质量问题应及时通知甲方并将出现质量问题的样品寄回甲方，经甲方核对属实后可在15天内全部返回甲方，甲方承担一切费用，否则甲方不承担任何责任。

5、运输方式：乙方授权甲方协助代办发运，运费乙方负担。交货地点：哈尔滨市或大庆市大同区。

九、违约责任：

合同双方应严格按以上条款履行本合同，任何一方不得违反合同规定，否则视为违约。并承担违约的责任。如发生争议纠纷时，协商不成，由交货地所在地管辖人民法院调解或裁决。

十、本合同未尽事宜，双方应友好协商，可依据双方需要签订补充协议，作为合同附件，具有同等的法律效力。

十一、本合同一式贰份，双方各持壹份，以资信守，从签订日起生效。

甲方：乙方：

签约代表：签约代表：

法人代表：法人代表：

联系电话：联系电话：

传真：传真：

签订日期：年月月日

产品经销合同 篇2

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

产品：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方本着真诚合作、互惠互利的原则，经过友好协商，就乙方经销甲方产品一事达成共识，形成如下合同条款

一、双方责任

甲方责任：

1．甲方按照乙方的要求为其定制产品（定制范围参照本合同的甲方附表1）。凡是定制中所涉及的如图标、主界面安装图在内的素材由乙方自行制作并提供。

2．为了缩短乙方的经营运作周期，甲方承诺在收到乙方提供的版本定制素材后，在乙方积极配合的情况下，在\_\_\_\_\_周的时间内完成给乙方制作oem版本的全过程，向乙方提供经过其认可签字的最终版本成品。\_\_\_\_\_周的时间从合同签订之日起开始计算。

3．甲方在收到乙方一次性（大写）\_\_\_\_\_\_\_\_\_套的定货款后，将以产品市场价格的\_\_\_\_\_折价格向乙方提供oem版本产品，甲方向乙方的收款过程详见甲方责任第4、5条条款。但是乙方只能按此价格提取并经销的oem版本产品，不能按此价格提取并经销龙教品牌的oem版本产品，如果乙方违反此规定，甲方有权对乙方的行为提出质疑，直至停止对乙方的供货。

4．甲方在收到乙方预付的货款\_\_\_\_\_%的定金之后开始为乙方定制oem版本产品。

5．甲方为乙方定制完毕oem版本产品并经过乙方签字认可之后，一次性为乙方提供\_\_\_\_\_套产品（包括1个oem产品母盘、\_\_\_\_\_个加密狗或相应的密码、说明书的电子文档和用户授权许可证书），同时再一次性向乙方收取余款为总货款\_\_\_\_\_%。

6．甲方不对乙方的客户直接进行售后服务，将来乙方所销售的所有产品的售后服务责任由乙方自行承担。甲方承诺无偿对乙方的\_\_\_\_\_\_\_名技术人员进行产品培训，由他来具体负责oem版本产品的销售及售后服务工作。

7．甲方无权对乙方与其进行的正常市场竞争行为提出质疑。甲方承诺不进行恶性价格竞争。

8．甲方应对双方签订的合同内容严格保密，否则，由此引发的后果由甲方承担。

乙方责任：

1．乙方用现金按产品市场价格的\_\_\_\_\_\_折/套的价格一次性购买甲方\_\_\_\_套oem版本产品，购买付款过程遵照甲方责任中的第4、5条进行。乙方承诺遵守1周的制作完工周期，在1周的时间内按照双方约定的过程、步骤配合甲方为其制作oem版本的工作，并且同时履行付款承诺。1周的时间从合同签订之日起开始计算。

2．乙方需根据甲方提供的合同附表1中所列的定制范围，填写甲方提供的合同附表2，将定制软件的需求告知甲方，并且向甲方提供相应的软件定制素材，如果乙方要求甲方为其制作素材，乙方则按甲方责任中的第1条向甲方付款。乙方在收到甲方为其定制的版本之后，经验收合格后，需在合同附表3上签字认可。乙方必须向甲方提供没有版权纠纷的合法素材，对于乙方提供的素材，如果出现版权纠纷，乙方将承担所有法律责任。

3．乙方在销售完了这批首次购买的产品之后，如再需从甲方提货，则每次需预先付款再提货（提货的具体内容为甲方提供的加密狗或注册密码）。提货的价格仍为\_\_\_折/套，提货的套数为\_\_\_\_套/次。同一产品累计提货量达到\_\_\_\_套以后，产品的价格按照\_\_\_\_折/套，累计提货量达到\_\_\_\_套以后，产品的价格按照\_\_\_\_\_折/套，累计提货量达到\_\_\_\_\_套以后的价格按照\_\_\_\_\_折/套。

4．乙方在销售oem产品的过程中，如果也想发展二级及二级以上的oem客户，那么可以向甲方提出为该客户制作oem版本的要求，与此同时，需要另向甲方预付版本制作费用\_\_\_\_元/版本（不包括制作素材的费用，如需制作素材，则另需交纳\_\_\_\_\_\_元/版本的费用），甲方收到乙方的版本制作费用之后开始为其制作版本。

5．乙方给自己发展的各级经销客户及各级oem客户的供货价格由乙方自行制订，甲方不予干预；乙方承诺不进行恶性价格竞争。否则甲方有权对乙方的行为提出质疑，直至停止对乙方的供货。

6．乙方应对双方签订的合同内容严格保密，否则，由此引发的后果由乙方承担。

二、协议的生效和终止

本协议自双方代表签字之日起生效，有效期截止至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日，除非根据以下条款予以终止。

1．任一方未能严格地履行本协议所规定的任一项义务和责任，而该违约行为在向违约方发出书面通知，指明违约行为后十天内仍未从根本上纠正，则未违约方可在向违约方发出违约书面通知后，在该通知标明的日期终止本协议。

2．按本协议其他条款规定，乙方违约时，甲方有权决定是否终止本协议的执行。

三、本协议一式两份，甲、乙双方各执一份，双方签字、盖章后生效，未尽事宜双方本着互相谅解的原则协商解决。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

（盖章）

代表人签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

（盖章）

代表人签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_

产品经销合同 篇3

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方遵循平等互利、共同发展的原则，就甲方经销乙方“\_\_\_\_\_\_\_\_\_”事宜，达成协议如下：

一、产品的价格、数量、金额

……

二、鉴于甲方具有经营保健食品的业务资格和销售保健食品的经验和能力，并且自愿申请接受乙方委托授权，成为“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”在\_\_\_\_\_\_\_\_的总经销。

三、本合同期限\_\_\_\_\_\_\_\_个月，本合同终止后甲方有优先续签权。

四、双方的权利与义务

1．甲方有权优先享有合同规定的“\_\_\_\_\_\_\_\_”产品区域经销专营权利。

2．甲方有义务在本经销区域内利用自身优势积极开发新网络，开展产品经销活动。

3．甲方有义务如实客观地作好产品宣传、推广，并配合乙方进行打假工作。

4．乙方依款到发货为原则，且有义务按时供货，并为乙方产品上市提供合法的必备文件。

5．乙方承担普通铁路运输、汽车运输费用，若有其它运输方式，由甲方自行承担。

6．乙方对甲方的产品经营有监督、咨询权。

7．乙方发现甲方有跨地区销售情况，则取消甲方的独家代理权。

8．甲方收货时必须检查封条是否完整，若封条不完整时，请拒收或请货运处出示收货详情单，寄回乙方确认核查（注：签字盖章有效）

五、其他事项

1．本协议书一式贰份，双方各执壹份，具同等法律效应（本合同传真件视同正本均属有效）。

2．本协议书未尽事宜，须经甲乙双方共同协商做出补充修订。

六、备注

1．乙方以零售价的\_\_\_\_\_\_\_\_折作为供货价，甲方首批进货额不低于\_\_\_\_\_\_\_\_万元，月进货额不低于\_\_\_\_\_\_\_\_万元；

2．乙方保证甲方为甲方市场的独家代理，如甲方在市场发现有非甲方市场产品销售，则由乙方负责将此产品收回；

3．乙方依照甲方进货额的\_\_\_\_\_\_\_\_%配送相关市场宣传用品；

4．合同自款到日期起生效。

甲方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日

产品经销合同 篇4

第一条： 约因

制造商名称山东东旭热能工程科技发展有限公司，其公司法定地址中国山东博兴工业园（简称制造商），同意将下列产品

（简称产品）的`独家代理权授予经销商（简称经销商），经销商名称，其公司法定地址。

经销商优先在下列指定地区（简称地区）推销新产品：

经销商不得在指定区域外销售，一经发现可处罚金最低10万元人民币。

第二条 经销商的职责

经销商应在该地区拓展用户，经销商应向制造商转送接收到的报价和订单。经销商无权代理制造商或签订任何对制造商具有约束的合约。经销商应把制造商规定的销售条款（包括装运期和付款）对用户解释。制造商可不受任何约束的拒绝由经销商转送的任何询价及订单。

第三条 代理业务的职责范围

经销商是 市场的全权代理，应收集信息，争取用户，尽力促进产品的销售。经销商应精通所推销该产品的技术性能。经销所得利益应包括为促成销售所需费用。

第四条 经营与合作方式（二选一）

a方案

签署经销协议后三日内，缴制造商 万元服务信誉保证金，合同终止前无息返还，（价格详见合同附页“省市经销商价格表”）

b方案

签署经销协议后三日内，经销商首次订货 最低10套设备价格执行省市经销商价格表中的最高价格。

1，协议签订后，可将有关市场推广人员送由制造商培训。以及在制造商策划下的进行终端建设。

2，每次订货以传真为准，提前一周，款到发货。每次订货量不低于10台。

第五条 订货，付款及货运

1，经销商第一次订货必须满足最低订货数量：附订货明细单

2，经销商向制造商订货时，须填写“加工定做合同”，负责人签字或盖章后，加盖单位公章，传真给制造商。

3，制造商收到订货单后，坚持款到发货，按照先订货，先付款者先发货的原则。山东以外地区，乙方应在付款后尽快将付款凭证复印件传真至甲方，以便甲方尽快安排发货。

4，经销商须在收到货物三个工作日之内验收货物，如有商品损坏，需书面通知甲方，否则，视同一次验收合格。产品如出现自身质量问题，所发生的损失由甲方负责维修退换。以下情况如有发生制造商不负任何责任：1。在安装中不按安装手册中的要求违章操作的；2。所用的气源不合格和或现场条件恶劣的；3。经销商安装在用户的使用地点不符合国家有关标准和不符合制造商提供的使用说明书及国家燃气用具检测中心标准要求的。

5，经销商一年内销售量最低壹佰套，如经销商在合同签订一年内销售量达不到五十套设备本合同自行终止作废，制造商可与本区域其他的单位签订合作协议。

第六条：有关销售约定

1，换货政策

经销商在首次进货 天内可申请换货，经甲方总部批准后执行（换货所发生的运费由乙方承担）。

2，经销商返利

经销商可享受返利销售优惠政策，年销售东旭系列燃气红外辐射采暖设备在50台以上100台以内（包括100台）可享受6%的返利，年销售在200台以内（包括贰佰台）可享受8%的返利，年销售在300台以内的（包括300台）可享受12%的返利，年销售在300台以上的可享受15%的返利。

第七条 广告和展览会

为促进产品在该地区的销售，经销商应刊登一切必要的广告如（报纸，墙体广告，电视台等）并支付广告费用并突出“东旭”品牌，宣传内容要真实，在宣传中由经销商宣传的不合理内容制造商不负任何责任，由此产生的任何损失由经销商承担。凡参加展销会需经双方事先商议后办理。经销商凡是所做的产品宣传依据必须提供给制造商。12

第八条 用户的意见，经销商的作用

经销商有权接受用户对产品的意见和申诉，及时通知制造商并关注制造商的切身利益为宜。

第九条 向制造商不断提供信息

经销商应尽力向制造商提供商品的市场和竞争等方面的信息，每4个月需向制造商寄送工作报告。

第十条 保证不竞争

1，经销商不应与制造商或帮助他人与制造商竞争，经销商更不应制造代理产品或类似于代销的产品，也不应从与制造商竞争的任何企业中获利。同时，经销商不应代理或销售与代理产品相同或类似的（不论是新的或旧的）任何产品。

2，此合约一经生效，经销商应将与其他企业签订有约束性的协议告知制造商。不论是作为代理的或经销的，此后再签订的任何协议均应告知制造商，经销商在进行其他活动时，决不能忽视其对制造商承担的义务而影响任务的完成。

4，所有产品设计和说明均属制造商所有，经销商应在协议终止时归还给制造商。

第十一条 保密

经销商在协议有效期内或协议终止后，不得泄露制造商的商业机密，也不得将该机密超越协议范围使用。

第十二条 分包经销商

经销商事先经制造商同意后可聘用分包经销商，经销商应对该分包经销商的活动负全部责任。

第十三条 工业产权的侵犯

经销商应视察市场，如发现第三方侵犯制造商的工业产权或有损于制造商利益的任何非法行为，经销商应据实向制造商报告。经销商应尽最大努力并按制造商的指示，帮助制造商使其不受这类行为的侵害，制造商将承担正常经销活动以外的此类费用。

第十四条 经销商独家销售权的范围

制造商不得同意第三方在该地区取得代理或销售协议产品的权力。制造商应把其收到的直接来自该地区用户的订单通知经销商。

第十五条 信息反馈

向经销商不断提供信息，为促进代理活动，制造商应向经销商提供包括销售情况，价目表，技术文件和广告资料等一切必要的信息。制造商应将产品价格，销售情况或付款方式的任何变化及时通知经销商。

第十六条 技术帮助

制造商应帮助经销商的雇员获得经销产品的技术知识。经销商应付其雇员往返交通费及工资，制造商应提供食宿。

第十七条 协议期限

本协议在双方签字盖章后生效，本合同有效期为1年，合同执行满1年后，经销商如无违约行为且符合以下两条；1。如遇原材料价格上涨制造商需提供市场价格上涨的合理有效依据，在原价格加上价格上涨部分的基础上，经双方协商同意可按新价格执行。2。双方可以协商任务量逐年递增（销售量只能增加不能减少），可以重新签署合同。

第十八条 文件的归还

协议期满时，经销商应将第十三条中所述及的由制造商提供的全部广告资料及所有文件归还给制造商。

第十九条 争议处理方式

因执行本协议而发生的任何争议由制造商方人民法院处理（山东博兴人民法院）。

第二十条 变更

本协议的变更或附加条款，应以书面形式为准。

第二十一条 禁止转让

本协议未经事先协商不得转让

第二十二条 留置权

经销商对制造商的财产无留置权。

本合同最终解释权归山东东旭热能科技发展有限公司所有

本协议一式二份，双方各执一份。

附：1，双方营业执照，税务登记证，组织代码证。

2，制造商提供的一级经销商价格表。

3，制造商提供的产品配件价格明细表和指导价格表。

制造商： 经销商：

签署地： 签署地：

日 期： 日 期：

代理人： 代理人：

产品经销合同 篇5

甲方：

乙方：

根据平等互利、共建共赢的原则，甲方委托乙方作为“\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_”牌木纤维巾被系列产品在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的总代理经销商，并就合作原则及有关事宜签定如下协议：

一、甲方的责任和义务

1．甲方保证不在该地区再增设第二家经销商，否则甲方须双倍赔偿乙方已发生的全部提货额。

2．甲方根据市场需求和自身的生产能力，应尽力满足乙方在数量、花色、品种等方面的需求，以保证乙方的市场发展。

3．甲方在接到乙方的定货通知和货款后，三日内必须按定单向乙方发货，超期每天按乙方付货款的\_\_\_\_\_\_%赔偿乙方，人力不能抗拒的特殊情况应及时通知乙方。

4．甲方要准确把货发到乙方指定地点，（铁路不能及地点除外）否则所造成的经济损失全部由甲方承担。

5．甲方供给乙方的产品要符合本产品的国家质量检测执行标准，否则因此所造成的损失有甲方承担，并双倍赔偿乙方此批提货货款。

6．甲方根据乙方的市场情况，有义务在技术和价格的咨询上给以积极配合，并协助乙方开拓市场，费用由甲方承担。

二、乙方的责任和义务

1．签定代理合同后，乙方首先要积极努力开拓市场，并须保证每月完成\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元销售额，每年完成\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元销售额。若连续三个月平均不能完成销售额，乙方同意甲方另择代理经销商。同时乙方代理合同终止。

2．乙方在开展工作中要遵守商业诚信，维护公司的企业和品牌形象，搞好售后服务，守法、守规经营，否则后果自负并承担因此给公司带来的经济损失。

3．乙方只能在自己的合同区域内做好宣传、销售工作，不得恶意跨区域销售，甲方没有代理商的区域，及当地代理商同意的的情况除外，否则甲方有权终止合同。

4．乙方要尊重甲方的知识产权，不得假冒仿造，否则，甲方有权按其仿造产品价值的双倍向其索赔损失并追究其法律责任。

5．乙方不得代理销售同材质的其他品牌产品，否则本合同自动失效。

6．乙方有义务配合甲方积极调研市场、及时反馈市场信息、研究销售策略、执行战略性宣导活动。

三、其他

1．合同签定后，该区域内甲方原有的一般经销商归乙方管理。并不再向该地区发货，否则甲方须按发货额双倍赔偿乙方。

2．甲方逐步推出的新品种，乙方继续享有合同规定的经营权。甲方不得另择经销商。

3．甲方实行退、换货制，乙方需要退、换货，在包装完好的情况下，时间不能超过三个月，退货运费用由乙方承担，退货款在甲方接到退货后一周内必须返还乙方。

4．乙方如按合同完成任务，甲方应返利乙方提货额的\_\_\_\_\_\_%作为广告费支持。领取返利的提货，即被视为货已销售，甲方不再执行退货制，但随时可以等价换货。

5．乙方在本代理区域外开拓的其他代理商，在完成本任务的基础上，也享受其销售额的\_\_\_\_\_\_%作为市场开发奖金，但领取后即被视为该代理商提货已销售，甲方不再执行退货制，有乙方承担其退货的的责任。

6．甲方应按月及时通报乙方在本区域外开拓的代理商销售业绩并及时奖励乙方，如有隐瞒，乙方发现后，甲方须按乙方应得奖金的双倍赔偿乙方。

四、甲方供给乙方的\_\_\_\_\_\_系列产品价格如下：

（注：本价格为含税价，甲方须按乙方的要求向乙方提供普通及增值税发票，但发票总额不超过乙方当月的提货总额。）

五、甲乙双方未尽事宜可作出如下补充条款：

六、本合同一式两份，甲乙双方各持一份，合同有效期为：

\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日起，至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日止。

双方签字之日起生效，期满后，乙方有优先续约权。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_地址：

开户：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_开户：

帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_帐号：

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：

签名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签名：

网上银行：

帐户：

帐号：

e－mail：

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_日

甲方推出的汽车饰品经销制，在保证\_\_\_\_\_\_\_\_\_、代理商及消费者利益的前提下，甲、乙双方本着平等互利，真诚合作的原则，在公平、诚实、信用的基础上共同开拓市场促进双方合作。签订代理协议如下：

一、资格认定

1．1乙方须具有良好的商业信誉。

1．2乙方须为具有独立财务核算资格的企业或经销处。

1．3乙方经营范围必须包含甲方提供产品，以保证其合作之合法性。

1．4乙方须具有一定市场推广经验（具有专职业务人员）。

二、乙方需提供之相关资料

2．1营业执照复印件、税务登记证复印件、组织机构代码证复印。

2．2法人（或代理人）身份证复印件。

2．3法人授权委托书。

三、授权销售代理

3．1甲方授权乙方www．\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站上所展示的系列产品为\_\_\_\_\_\_\_\_\_经销商，销售范围以国家行政区域界定为准。

3．2乙方有权设下级分销机构销售甲方上述产品，其销售范围和下级分销机构销售范围只能在甲方授权乙方经销区域内进行。乙方对其下级分销机构的销售政策与甲方的同级分销政策发生矛盾时，原则上以甲方的政策为准。

3．3乙方承诺当年向甲方采购金额在人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元以上，首批进货量需\_\_\_\_\_\_\_\_\_元以上的货物。

四、价格、供货方式及市场管理

4．1产品的供货价格见附件。

4．2乙方应遵守甲方之产品的市场批发及零售价格，以保证良好的市场秩序。如采取促销活动，必须先通知甲方同意后执行。

4．3甲方按照每月为单位考核乙方的特约销售商资格，若乙方每月不能完成\_\_\_\_\_\_\_\_\_元则甲方有权在下一个月取消乙方的特约销售资格。

五、市场宣传及推广

5．1乙方应积极有力地在较短的时间内，开发完善市场网络及负责相应的管理服务工作。

5．2乙方在销售过程中有义务积极配合甲方的宣传促销活动。

5．3甲方有义务及时向乙方提供与产品销售有关的技术支持、信息资料，以便于乙方开展销售及宣传工作。

5．4甲方将为乙方免费限量提供宣传彩页，赠品等宣传资料，具体方案以甲方的安排为准。如乙方需求量太大，甲方将按成本价向乙方提供以上宣传资料。甲方对宣传资料的发放拥有解释权。

5．5乙方自行印制的宣传资料上，应注明“产品由中国\_\_\_\_\_\_\_\_\_网提供”字样。

5．6乙方必须为消费者提供和执行由甲方所规定的售后服务措施，不得以任何借口或理由损害消费者利益，造成品牌形象的伤害。否则甲方可视情节轻重决定是否取消乙方的经销商资格。

六、售后服务

6．1退货：产品因质量问题无条件退货。

6．2滞销产品：每月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日是为换货期，按本月进货额的\_\_\_\_\_\_\_\_\_%换货，换货产品不计入销售量内。

6．3质量问题：产品由于人为损坏所造成产品质量问题，甲方不承担相应责任。乙方在收到甲方货物两个工作日内提出相关问题，并与书面形式通知甲方。

6．4乙方由于经营不当或其它不可抗拒的原因导致无法经营，甲方可按进货额折扣购回。

七、产品品质

7．1甲方对本公司提供的产品质量问题承担全部责任，不含任何欺诈行为。若因甲方产品质量给乙方造成损失，由甲方负责。

7．2乙方不得利用甲方提供的产品仿冒其它品牌相关产品，如有以上行为，甲方将追究乙方法律责任。

7．3乙方不得销售甲方提供品牌的仿冒的产品，一经发现，取消其经销资格。

八、保密条款

8．1甲方对乙方所提供的销售、市场等信息严格保密，不得泄露给第三方。

8．2乙方对甲方所提供与产品相关的市场价格、规定等情况严格保密，不得泄露给第三方。

8．3若其中一方违反以上两款给对方造成损失的，由违约方负责。

九、结算方式

9．1订货方式：甲方根据市场情况保持一定数量的产品库存，尽量保证乙方需求，但乙方如有较大需求量，则乙方有义务和责任提前通知甲方订货。乙方预订货物须预付\_\_\_\_\_\_\_\_\_%货款，否则甲方视为无效订货。

9．2订货周期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_天。

9．3提货条件：款到发货，如预订的产品在正式订货时需结清余款\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。

9．4付款方式：电汇、信汇或转帐方式汇入甲方帐号。

9．5交货地点：甲方的报价为\_\_\_\_\_\_\_\_\_交货价，甲方承担从厂商至甲方地的运费，甲方到乙方的运费由乙方负责，乙方可以指定货运站或由甲方合作的货运站统一配送至乙方所在地。

9．6甲方报价为不含税价格。

十、其他条款

10．1本协议未尽事宜按《中华人民共和国合同法》的相关规定处理或由甲、乙方协商，另行签署补充协议。

10．2本协议附件与本协议具有同等法律效力。

10．3甲、乙双方同意凡因本协议引起诉讼，仲裁地为甲方所在地。

10．4经销期为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，起始日期为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日，终止日期\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日。

10．5本协议一式两份，双方各执壹份，签字之日起生效。

甲方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方（盖章）：

代表（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_代表（签字）：

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_签订地点：

附表：

代理商编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_（代理商填写）

代理商合同号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_（代理商填写）

价格单版本号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_（代理商填写）

订货合同编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_（\_\_\_\_\_\_\_\_\_网公司填写）

中国\_\_\_\_\_\_\_\_\_网标准配置订货单（代合同）

供货单位（甲方）：

订货单位（乙方）：

收货单位：

收货人：

邮政编码：

收货地址：

到站：

今乙方向甲方订购如下产品：

略

订货条款：

1）付款日期：本订单生效后立即付款。

2）交货日期：甲方在乙方付款后交货，于三个工作日内以铁路行包或乙方指定的运输方式将货物发出，选用汽运方式的客户将外加保险，收货地址为乙方指定的区域中心城市。

3）违约责任及解决纠纷的方式：乙方付款后7天内未到达甲方指定银行帐号作违约处理，甲方将按合同规定处罚或向司法部门提起诉讼。

4）本订单为甲乙双方所签定《汽车饰品经销协议》附表，本合同未明事项，按甲乙双方所签上述协议的约定执行。

5）以上各项必须逐项填明不得涂改，经甲已双方法定代表人或授权委托人签字、盖章生效。

供货单位：\_\_\_\_\_\_\_\_\_（盖章）

法定代表人（或授权委托人）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_（签字）

订货单位：\_\_\_\_\_\_\_\_\_（盖章）

法定代表人（或授权委托人）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_（签字）

签约时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日

签约地点：

【产品经销合同模板5篇】相关文章：

1.产品经销合同的模板

2.产品试经销的合同模板

3.产品经销商合同模板

4.产品经销的合同模板

5.产品经销合同模板

6.经销产品合同样本

7.产品经销合同范例

8.产品经销的合同样本

9.产品经销合同常用范本

**第三篇：经销商经销协议ok**

桂中门业钢木室内门

经销协议

制造商（甲方）：广西来宾桂中门业有限公司地址：广西来宾市兴宾区新兴北路241号

经销商（乙方）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

为促进产销合作，共谋发展，甲、乙双方本着平等互利、协商一致的原则，就甲方授权乙方在指定区域内经销事宜进行磋商，达成如下协议，共同遵守。一：经销权，经销区域和经销期限

1：甲方在本协议有效期内批定乙方为规定地区销售甲方产品的经销商，拥有经销权。作为经销商的乙方须提供自己的营业执照复印件、税务登记证复印件和基本帐户开户证明复印件（个人提供身份证复印件）。

2：甲方在本合同内明确乙方的经销区域是\_\_\_\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_\_\_市\_\_\_\_\_\_\_区（县）\_\_\_\_\_\_\_乡/镇的地级市经销商/县级经销商/乡镇级经销商/社区级经销商及专卖店。负责在授权的地区内销售甲方之产品，并负责售后服务相关事宜。乙方可以超出本协议约定的经销区域销售协议产品，但销售价格必须在甲方要求的指导价格范围内销售，否则甲方有权取消乙方的经销权。3：甲方授予乙方的经销权的商品是指甲方所提供的并根据乙方订单售给乙方的“桂中门业”牌系列钢木室内门（不包含锁具和五金配件）。

4：合同经销期限为壹年，自\_\_年 \_\_月 \_\_日至 \_\_年 \_\_月\_\_日止，期限届满后，本协议自然终止。对于完成销售任务90%以上的，在同等情况下，乙方有优先获得下一年经销的权利。

5：为保障甲方的合法权益，乙方不得利用甲方的样板却经营甲方制造之外的其它同类产品，否则视为严重违约，甲方有权收回经销权。

6：在暂无甲方经销商的地区，乙方可以在甲方指导价格范围内销售本产品。7：甲方及甲方其它经销商有权在所有地区销售产品及参加各类展销、展览会，以利于产品推广。

二：经销价格

1：甲方售给乙方的“桂中门业”牌钢木室内门，规格为的产品，出厂价格为元/樘，乙方市场零售价/批发价最低不得低于甲方指导价元/樘，最高不得高于甲方指导价元/樘。

2：甲方售给乙方的“桂中门业”牌钢木室内门，规格为的产品，出厂价格为元/樘，乙方市场零售价/批发价最低不得低于甲方指导价元/樘，最高不得高于甲方指导价元/樘。

3：其它规格的产品，双方按市场价附议。

4：因客观原因导致经销价格或销售价格发生变化时，甲乙双方应提前10日书面形式告知对方。

三：销售指标

1：乙方在本协议期内，年销售任务不少于\_\_\_\_\_\_套。其中：每月提货量不得少于\_\_\_\_如果两个月提货量少于\_\_\_\_\_\_套，甲方有权终止本协议，停止供货，并在该地区另设经销商。

2：从签订合同之日起，三个月内为乙方试销期，从生效之日起至\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。首批订货（样品）\_\_\_\_\_\_\_套，三个月销售量不低于\_\_\_\_\_\_套。试销期满后乙方未完成试销期销售任务的，甲方有权单方面提前终止乙方经销权。

3：试销期满后，乙方完成试销期销售任务的，甲方授予乙方正式经销权。4：在合同期内，年销售\_\_\_\_\_\_\_\_\_樘门以上的，返利\_\_\_\_\_\_\_%；

年销量\_\_\_\_\_\_\_\_\_樘门以上的，返利\_\_\_\_\_\_\_%。

四：市场保证金

1：甲方以交纳市场保证金的经销商作为甲方合法经销商。

2：市场保证金是作为乙方经营权及销售量的保证金。

3：根据甲方规定，乙方签定协议后须交纳市场保证金\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。

4：试销期满后正式授权的，参照甲方相关规定执行。试销不合格，市场保证金在试销期结束后7个工作日内全额退还乙方，本协议终止。

5：乙方无法完成销售任务的，每少于销售量10%，扣市场保证金10%，依此类推。

6：如乙方不交纳市场风险金，不视为甲方合法经销商，不享受完成销售量的返点奖励。

五：销售网点约定

甲方正式授予乙方经销权后，乙方可在经销的行政城市设立多家专卖店。六：付款方式

1：预付订金

A:每笔订单乙方应先向甲方支付总货款的30%作为订金，甲方在收到乙方订金以及收到乙方的订货单确认传真之日作为下单日期安排生产。

B:如乙方已交纳市场风险金，且市场风险金比订单预付款高出30%的情况下，乙方可以不用另交预付款，甲方在收到乙方的订货单确认传真之日视为下单日期安排生产。

C：如乙方为甲方重点支持的信誉经销商，乙方可以不用另交预付款，甲方在收到乙方的订货单确认传真之日视为下单日期安排生产。

2：现款提货：乙方提取货物前需把余款全部付清，若采用汇款方式，甲方以货款到达甲方帐户日期视为乙方付款日期，甲方在收到全部货款后当天或第二天安排发货。

3：如因乙方不及时预付订金，或者不及时回传订货单确认传真，或者不及时支付余款，造成工程延误的，一切责任均有乙方承担。

4：如乙方为甲方重点支持的信誉经销商，可以在甲方负责人同意的情况

下，先发货，待乙方当次销售完成后，在甲方允许的时间内付款。

七：乙方再销售质量条款

1：再销售：本协议所指的再销售，是指乙方从甲方购买产品并非为其自行消费，而是为了其经销经营活动的民事法律行为。乙方再销售经营的民事法律后果，由经营者承担。

2：乙方在再销售甲方产品的经营活动中，不得出现下列行为：

A:假冒甲方主体身份从事经营活动，但事先取得甲方书面授权除外。

B:假冒、伪造、变造甲方产品的包装物、或质量认证标识等。

C:假冒、伪造、变造他人产品为甲方产品。

D:擅自变更甲方提供的产品广告宣传资料内容并对外发布。

E:其它足以使消费者或经营者权益受到侵害的误导行为。

3：乙方安装质量：乙方是甲方产品安装、维修、售后服务的责任主体，负责承担所有费用，其产品安装质量须达到行业相应规范的安装、使用要求。安装质量需免费维护保修一年。

八：交货与运输

1：交货地点：为甲方住所或甲方生产地仓库。乙方可自己提货，也可以委托甲方运输。

2：风险负担：产品损坏或丢失的风险责任，在交付前由甲方承担，在交付后由乙方承担。

3：运输负担：外地托运的，由乙方负责；来宾市兴宾区市内的经销商，甲方可免费运送至乙方门面，搬运由乙方负责。

九：甲方义务

1：向乙方出具试销期/正式销售后的授权书，维护乙方权益。

2：向乙方提供经营所需的营业执照等甲方资信资料。

3：如甲方提供产品存在质量问题，非人为破坏，甲方负责退换货。

4：协助并督促乙方进行区域内的市场开拓和营销工作，提供必要的指导。5：乙方量大，必要时协助乙方做好货物的托运工作及售后服务工作。6：采取有效措施调解、处理、规范市场的工作。

十：甲方权利

1：有处置乙方违反市场规范问题的权利

2：有审核乙方广告宣传材料的权利。

3：有核定地区批发价、零售导价的权利。

十一：乙方义务

1：自觉维护甲方及其产品的形象和声誉，做好区域内消费者投诉处理工作，并配合有关部门的监督检查工作

2：开拓和发展本协议规定区域内的销售网点，自主开展区域内的广告与宣传工作

3：准确、及时地向甲方传达销量、分销商经营情况及经营网络在内的有

关市场动态信息

4：乙方经营应当符合当地工商规范，未经授权不得在任何场合以任何方式冒用甲方名义进行经营活动

5：乙方应履行其对消费者的承诺，在约定的期限内按规定的安装规范向消费者提供运输和安装服务，兑现免费维护保修一年的承诺。

6：乙方承认并执行制定的各项售后服务制度，若发生因消费者合理的事由向甲方投诉的，乙方自愿接受甲方的处罚

7：乙方负有在该区域内建立消费者跟踪管理服务制度，凡使用甲方产品的消费者，乙方均应亦用户档案资料备查，并向甲方备案。乙方保证对其销售的产品实行24小时全天侯的安装、维修等售后服务工作

8：乙方每年至少向甲方提供4份该区域市场调查报告，以便双方共同制定相应的销售政策。

十二：乙方权利

1：享有在销售、发展和管理区域分销商的权利

2：享有甲方免费提供市场指导和相关资料的权利

十三：违约责任

1：若乙方未完成本协议规定的销售额，甲方有权终止经销协议

2：乙方若违反本协议第十一条任一款中之规定，甲方有权取消经销资格，同时乙方将承担由此引起的一切经济损失和法律后果

十四：附则

1：甲、乙双方独立核算，自负盈亏

2：乙方自签定本协议之日起，十五天内必须办理好市场风险金的交纳或样品下单工作，否则本协议自动解除

3：本合同双方签字盖章后生效，未尽事宜，双方可另行商议。

4：特别提示：未有甲方市场部、销售部经理以上人员书面材料的，甲方任何人的口头承诺均为无效

5：本协议一式两份，甲，乙双方各执一份

甲方：乙方：

法人代表 ：法人代表：

代理人：代理人：

地址：地址：电话：电话：

开户银行：开户银行：

帐号：帐号：

营业执照号：营业执照号：

税号：税号：

签定时间：二OO\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

**第四篇：产品经销合同范本**

鉴于双方在平等自愿的基础上就甲方委托乙方作为上述产品的\_\_\_地区经销商事宜，特订立协议如下：

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ci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，应使受害的一方不负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、终止本协议自＿＿＿＿年＿＿月＿＿日起生效，有效期为＿＿＿年，如遇下列情况和条件，本协议应终止：

１，如任何一方有违背本协议的实质行为，另一方得以书面通知该方，叙述此种违约行为，并说明除非该方对此种违约行为按本节规定加以纠正，否则另一方将按照本节规定终止本协议。如该通知发出后九十天内仍未得到纠正，则本协议根据这一事实在上述九十天期终时即时终止，或

２，如任何一方根据破产法或债务人救济法提出或同意提出破产申请或其他救济申请，或被裁定破产，或解散，或清理，或对债权人作任何转让，或对该方指定了产业管理人或类似人员，则在上述任何情况下，另一方得在任何时侯以书面通知即终止本协议。

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侯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。

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。

为证明起见，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。

甲方：乙方：

**第五篇：产品经销合同**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

鉴于双方在平等自愿的基础上就甲方委托乙方作为上述产品的地区经销商事宜，特订立协议如下：

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ci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，应使受害的一方不负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

本协议自\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日起生效，有效期为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，如遇下列情况和条件，本协议应终止：

1．如任何一方有违背本协议的实质行为，另一方得以书面通知该方，叙述此种违约行为，并说明除非该方对此种违约行为按本节规定加以纠正，否则另一方将按照本节规定终止本协议。如该通知发出后九十天内仍未得到纠正，则本协议根据这一事实在上述九十天期终时即时终止，或

2．如任何一方根据破产法或债务人救济法提出或同意提出破产申请或其他救济申请，或被裁定破产，或解散，或清理，或对债权人作任何转让，或对该方指定了产业管理人或类似人员，则在上述任何情况下，另一方得在任何时侯以书面通知即终止本协议，或

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侯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、\*\*、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侯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。

甲方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_代表（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找