

20XX

# 专业合同封面

COUNTRACT COVER

甲方：XXX

乙方：XXX

PERSONAL

# 2024 版运动鞋类品牌代理销售合同

## 本合同目录一览

1. 合同概述
  - 1.1 合同签订双方信息
  - 1.2 合同生效时间与期限
  - 1.3 合同目的与范围
2. 品牌授权
  - 2.1 品牌授权内容
  - 2.2 品牌授权区域
  - 2.3 品牌授权期限
3. 销售权与义务
  - 3.1 销售权授予
  - 3.2 销售区域与渠道
  - 3.3 销售量与价格
  - 3.4 销售政策与规范
4. 物流与仓储
  - 4.1 物流配送责任

- 4.2 仓储管理与维护
  - 4.3 物流费用承担
- 5. 质量保证
  - 5.1 厂家质量保证
  - 5.2 售后服务保障
  - 5.3 质量问题处理
- 6. 促销与广告
  - 6.1 促销活动安排
  - 6.2 广告宣传责任
  - 6.3 促销费用承担
- 7. 市场保护
  - 7.1 市场保护措施
  - 7.2 竞争对手监控
  - 7.3 侵权行为处理
- 8. 技术支持与培训
  - 8.1 技术支持服务
  - 8.2 员工培训计划
  - 8.3 技术更新与维护

- 9. 付款与结算
  - 9.1 付款方式与期限
  - 9.2 结算流程与时间
  - 9.3 违约责任与赔偿
- 10. 违约责任
  - 10.1 违约情形
  - 10.2 违约责任承担
  - 10.3 违约赔偿方式
- 11. 合同解除与终止
  - 11.1 合同解除条件
  - 11.2 合同终止条件
  - 11.3 合同解除与终止后的处理
- 12. 争议解决
  - 12.1 争议解决方式
  - 12.2 争议解决机构
  - 12.3 争议解决程序
- 13. 不可抗力
  - 13.1 不可抗力事件

13.2 不可抗力处理

13.3 不可抗力证明

14. 其他约定

14.1 合同附件

14.2 合同修改与补充

14.3 合同解释权

**第一部分：合同如下：**

1. 合同概述

1.1 合同签订双方信息

1.1.1 甲方（品牌方）名称：\_\_\_\_\_

1.1.2 甲方（品牌方）地址：\_\_\_\_\_

1.1.3 乙方（代理商）名称：\_\_\_\_\_

1.1.4 乙方（代理商）地址：\_\_\_\_\_

1.2 合同生效时间与期限

1.2.1 合同自双方签字盖章之日起生效。

1.2.2 合同有效期为\_\_\_\_年，自合同生效之日起计算。

1.3 合同目的与范围

1.3.1

本合同旨在明确甲方授权乙方在指定区域内代理销售运动鞋类产品。

1.3.2 合同范围包括甲方在乙方指定区域内的运动鞋类产品销售、促销、广告等业务。

## 2. 品牌授权

### 2.1 品牌授权内容

2.1.1 甲方授予乙方在指定区域内独家代理销售甲方品牌运动鞋类产品的权利。

2.1.2 乙方有权使用甲方品牌名称、商标、标识等。

### 2.2 品牌授权区域

2.2.1 乙方代理销售区域为：\_\_\_\_\_

### 2.3 品牌授权期限

2.3.1 品牌授权期限与合同期限一致。

## 3. 销售权与义务

### 3.1 销售权授予

3.1.1 甲方授予乙方在授权区域内销售甲方品牌运动鞋类产品的权利。

### 3.2 销售区域与渠道

3.2.1

乙方应在授权区域内开展销售活动，包括但不限于专卖店、电商平台等。

3.2.2 乙方应确保销售渠道的合法性和规范性。

### 3.3 销售量与价格

3.3.1 乙方应根据市场情况，制定合理的销售计划，确保年度销售目标达成。

3.3.2 销售价格由甲方制定，乙方应严格执行。

### 3.4 销售政策与规范

3.4.1 乙方应遵守甲方制定的销售政策与规范，包括价格政策、促销政策等。

## 4. 物流与仓储

### 4.1 物流配送责任

4.1.1 甲方负责将产品配送至乙方指定的仓库。

4.1.2 乙方负责将产品从仓库配送至销售渠道。

### 4.2 仓储管理与维护

4.2.1 乙方负责对仓储区域进行日常管理和维护。

4.2.2 乙方应确保仓储环境符合产品存储要求。

### 4.3 物流费用承担



4.3.1 物流费用由双方协商确定，并按约定方式支付。

## 5. 质量保证

### 5.1 厂家质量保证

5.1.1 甲方保证提供给乙方的产品质量符合国家标准和行业标准。

### 5.2 售后服务保障

### 5.3 质量问题处理

5.3.1 若产品质量问题，乙方应及时通知甲方，并由甲方负责处理。

## 6. 促销与广告

### 6.1 促销活动安排

6.1.1 甲方负责制定年度促销计划，并与乙方协商确定具体活动。

### 6.2 广告宣传责任

6.2.1 甲方负责制定品牌广告宣传策略，乙方负责实施。

### 6.3 促销费用承担

6.3.1 促销费用由双方协商确定，并按约定方式支付。

## 类品牌代理销售合同

## 8. 市场保护

## 8.1 市场保护措施

8.1.1 甲方将提供必要的市场保护措施,包括但不限于市场调研、竞争情报等。

8.1.2 乙方应遵守甲方制定的市场保护规定,不得在授权区域外销售或宣传。

## 8.2 竞争对手监控

8.2.1 乙方应定期向甲方报告竞争对手的市场动态。

8.2.2 甲方将根据乙方提供的信息,制定相应的市场应对策略。

## 8.3 侵权行为处理

8.3.1 若发现侵权行为,乙方应立即通知甲方,并协助甲方采取措施制止侵权。

## 9. 技术支持与培训

### 9.1 技术支持服务

9.1.1 甲方将为乙方提供必要的技术支持,包括产品知识、销售技巧等。

9.1.2 甲方将定期举办培训课程,提升乙方员工的专业技能。

### 9.2 员工培训计划

9.2.1 乙方应制定员工培训计划,确保员工具备销售和管理能力。

9.2.2 培训计划应得到甲方的认可。

### 9.3 技术更新与维护

9.3.1 甲方将及时向乙方提供产品更新和技术维护信息。

## 10. 付款与结算

### 10.1 付款方式与期限

10.1.1 乙方应按甲方指定的付款方式进行支付。

10.1.2 乙方应在每月\_\_\_\_日前支付上一个月的销售款项。

### 10.2 结算流程与时间

10.2.1 甲方将在收到乙方支付款项后\_\_\_\_个工作日内进行结算。

10.2.2 结算后,甲方将出具相应的结算凭证。

### 10.3 违约责任与赔偿

10.3.1 若乙方未按时支付款项,应向甲方支付\_\_\_\_%的违约金。

10.3.2 若甲方未按时结算,应向乙方支付\_\_\_\_%的赔偿金。

## 11. 违约责任

## 11.1 违约情形

11.1.1 任何一方违反合同约定的条款，均构成违约。

11.1.2 违约情形包括但不限于：未按时支付款项、未履行销售义务、泄露商业秘密等。

## 11.2 违约责任承担

11.2.1 违约方应承担相应的违约责任，包括但不限于支付违约金、赔偿损失等。

## 11.3 违约赔偿方式

11.3.1 违约赔偿应以货币形式支付，具体金额由双方协商确定。

## 12. 合同解除与终止

### 12.1 合同解除条件

12.1.1 双方协商一致，可以解除合同。

12.1.2 出现合同约定的解除条件，如严重违约等，一方有权解除合同。

### 12.2 合同终止条件

12.2.1 合同期满自然终止。

12.2.2

出现合同约定的终止条件，如一方破产等，合同终止。

### 12.3 合同解除与终止后的处理

## 13. 争议解决

### 13.1 争议解决方式

13.1.1 双方应友好协商解决合同争议。

13.1.2 协商不成，任何一方均可向合同签订地人民法院提起诉讼。

### 13.2 争议解决机构

13.2.1 若双方协商不成，可向中国国际贸易仲裁委员会申请仲裁。

### 13.3 争议解决程序

13.3.1 仲裁程序按照《中国国际经济贸易仲裁委员会仲裁规则》执行。

## 14. 其他约定

### 14.1 合同附件

14.1.1 本合同附件包括但不限于：授权书、销售计划、市场保护规定等。

### 14.2 合同修改与补充

14.2.1 合同的修改与补充必须以书面形式进行,并经双方签字盖章后生效。

### 14.3 合同解释权

14.3.1 本合同的解释权归甲方所有。

## **第二部分：第三方介入后的修正**

### 1. 第三方介入概述

#### 1.1 第三方定义

1.1.1 本合同中的“第三方”是指除甲方、乙方以外的,为合同履行提供中介、咨询、物流、仓储、技术支持、广告宣传等服务的独立法人或其他组织。

#### 1.2 第三方介入的目的

1.2.1 第三方介入旨在提高合同履行的效率,降低成本,增强服务质量。

### 2. 第三方介入的条件

2.1 甲方或乙方在必要时,可引入第三方参与合同执行。

2.2 第三方介入需经甲方或乙方书面同意,并签订相应的合作协议。

2.3 第三方介入不得影响合同双方的权益。

### 3. 第三方介入的审批程序

3.1 甲方或乙方计划引入第三方时,应向对方提交第三方的基本信息、合作协议草案及预计影响。

3.2 对方应在\_\_\_\_个工作日内回复是否同意第三方介入。

3.3 如对方同意,双方应共同与第三方签订合作协议。

### 4. 第三方责任限额

4.1 第三方的责任限额由双方在合作协议中约定,并不得超过合同总金额的\_\_\_\_%。

4.2 若第三方在履行职责过程中造成损失,其责任限额内的部分由第三方承担。

4.3 超过责任限额的部分,由甲方或乙方根据合同约定承担。

### 5. 第三方介入的责权利划分

#### 5.1 第三方的权利

5.1.1 第三方有权根据合作协议的要求,开展相关服务。

5.1.2 第三方有权获得约定的服务费用。

#### 5.2 第三方的义务

5.2.1 第三方应按照合作协议的要求,提供高质量的服务。

5.2.2 第三方应遵守相关法律法规和行业规范。



5.2.3 第三方应保守商业秘密。

### 5.3 第三方的责任

5.3.1 第三方在履行职责过程中，若因自身原因造成损失，应承担相应的责任。

5.3.2 第三方应配合甲方或乙方处理因自身原因引起的争议。

## 6. 第三方与其他各方的划分说明

### 6.1 第三方与甲方

6.1.1 第三方与甲方之间是合作关系，双方应遵循合作协议的约定。

6.1.2 甲方对第三方的行为负责监督，确保其履行合作协议。

### 6.2 第三方与乙方

6.2.1 第三方与乙方之间是合作关系，双方应遵循合作协议的约定。

6.2.2 乙方对第三方的行为负责监督，确保其履行合作协议。

### 6.3 第三方与合同双方

6.3.1 第三方与合同双方是独立的第三方，其服务不改变合同双方的权益和义务。

6.3.2 第三方在履行职责过程中，应尊重合同双方的权益，不得损害合同双方的合法权益。

## 7. 第三方介入的变更与解除

### 7.1 第三方介入的变更

7.1.1 第三方介入的变更需经合同双方同意，并签订相应的变更协议。

7.1.2 变更协议应明确变更后的权利、义务和责任。

### 7.2 第三方介入的解除

7.2.1 第三方介入的解除需经合同双方同意，并签订相应的解除协议。

7.2.2 解除协议应明确解除后的责任承担和后续事宜处理。

## 8. 第三方介入的争议解决

### 8.1 第三方介入的争议解决方式

8.1.1 第三方介入的争议解决方式按照合作协议的约定执行。

8.1.2 若合作协议未约定争议解决方式，则按本合同第 13 条争议解决方式执行。

### 8.2 第三方介入的争议处理

8.2.1 第三方介入的争议处理过程中,合同双方应积极配合,共同解决争议。

8.2.2 若争议无法通过协商解决,任何一方均有权向争议解决机构申请仲裁或诉讼。

## 9. 第三方介入的保密条款

9.1 第三方在介入过程中,应遵守保密义务,不得泄露合同双方的商业秘密。

9.2 保密期限自合同签订之日起至合同终止后\_\_\_\_年为止。

## 10. 第三方介入的其他约定

10.1 本合同中关于第三方介入的约定,适用于所有第三方介入的情形。

10.2 本合同中关于第三方介入的约定,如有与合作协议相冲突之处,以合作协议为准。

## 第三部分：其他补充性说明和解释

说明一：附件列表：

### 1. 授权书

详细要求：授权书应明确授权内容、授权期限、授权范围等,并由甲方法定代表人签字盖章。

说明：授权书是乙方获得品牌授权的法律文件。

## 2. 销售计划

详细要求：销售计划应包括年度销售目标、销售策略、促销活动安排等，并由乙方负责人签字盖章。

说明：销售计划是乙方执行销售任务的指导文件。

## 3. 市场保护规定

详细要求：市场保护规定应包括市场保护措施、竞争对手监控、侵权行为处理等，并由双方共同制定。

说明：市场保护规定是保护品牌权益的重要文件。

## 4. 促销方案

详细要求：促销方案应包括促销活动内容、促销时间、促销预算等，并由双方共同制定。

说明：促销方案是提升品牌知名度和销售量的重要手段。

## 5. 物流配送协议

详细要求：物流配送协议应包括配送方式、配送时间、配送费用等，并由双方及物流公司共同签订。

说明：物流配送协议是确保产品及时送达的重要保障。

## 6. 仓储管理协议

详细要求：仓储管理协议应包括仓储区域、仓储条件、仓储费用等，并由双方及仓储公司共同签订。

说明：仓储管理协议是确保产品安全存储的重要文件。

## 7. 培训计划

详细要求：培训计划应包括培训内容、培训时间、培训费用等，并由双方共同制定。

说明：培训计划的提升乙方员工专业能力的必要手段。

## 8. 付款结算凭证

详细要求：付款结算凭证应包括付款时间、付款金额、付款方式等，并由双方签字盖章。

说明：付款结算凭证是双方进行财务结算的依据。

## 9. 争议解决协议

详细要求：争议解决协议应包括争议解决方式、争议解决机构等，并由双方共同签订。

说明：争议解决协议是解决合同争议的重要文件。

## 10. 第三方合作协议

详细要求：第三方合作协议应包括第三方职责、服务内容、费用支付等，并由双方及第三方共同签订。

说明：第三方合作协议是明确第三方服务内容和责任的重要文件。

说明二：违约行为及责任认定：

### 1. 违约行为

#### 未按时支付款项

责任认定标准 乙方未按时支付款项，应向甲方支付\_\_\_\_%的违约金。

示例说明：若乙方应在每月\_\_\_\_日前支付上一个月的销售款项，但未按时支付，则应向甲方支付\_\_\_\_%的违约金。

#### 未履行销售义务

责任认定标准：乙方未履行销售义务，应承担相应的赔偿责任。

#### 泄露商业秘密

责任认定标准：任何一方泄露商业秘密，应承担相应的法律责任。

示例说明：若乙方泄露甲方商业秘密，则应承担相应的法律责任。

#### 侵权行为

责任认定标准：任何一方侵犯他人知识产权，应承担相应的法律责任。

示例说明：若乙方在销售过程中侵犯他人知识产权，则应承担相应的法律责任。

#### 未按时提供报告

责任认定标准：任何一方未按时提供报告，应承担相应的责任。

示例说明：若乙方未按时向甲方提供市场报告，则应向甲方支付\_\_\_\_%的违约金。

全文完。

## 2024 版运动鞋类品牌代理销售合同 1

### 合同目录

#### 一、合同概述

1. 合同名称
2. 合同签订日期
3. 合同双方基本信息
4. 合同有效期
5. 合同目的

## 二、品牌授权

1. 品牌授权范围
2. 品牌授权期限
3. 品牌授权费用
4. 品牌授权使用规范

## 三、销售区域

1. 销售区域划分
2. 销售区域调整
3. 销售区域保护

## 四、产品供应

1. 产品供应方式
2. 产品质量标准
3. 产品价格体系
4. 产品库存管理

## 五、销售目标

1. 销售目标设定
2. 销售目标考核
3. 销售目标调整



4. 销售目标奖励

## 六、价格政策

1. 价格制定原则
2. 价格调整机制
3. 价格优惠政策
4. 价格执行监督

## 七、市场推广

1. 市场推广策略
2. 市场推广费用
3. 市场推广效果评估
4. 市场推广活动策划

## 八、售后服务

1. 售后服务内容
2. 售后服务标准
3. 售后服务流程
4. 售后服务费用

## 九、知识产权

1. 知识产权保护

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如  
要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/037160036004010016>