# 黄酒销售合同范本(实用7篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-01-05

*黄酒销售合同范本1一、双方当事人甲方(需方)：乙方(供方)：二、按照《\_合同法》及相关规定，本着平等互利、协商一致的原则，甲方为满足客户需要，需从乙方购买一定量的物品，乙方承诺保证甲方的正常销售，兹订立合同条款如下：三、合同价款：合同总价：...*

**黄酒销售合同范本1**

一、双方当事人

甲方(需方)：

乙方(供方)：

二、按照《\_合同法》及相关规定，本着平等互利、协商一致的原则，甲方为满足客户需要，需从乙方购买一定量的物品，乙方承诺保证甲方的正常销售，兹订立合同条款如下：

三、合同价款：

合同总价： 元(大写： 佰 拾 万 仟 佰元整)。总价中包括人工费、运输等费用。

四、付款条件及方式：款到发货。

五、合同日期：

六、争议与仲裁

甲、乙双方因合同发生争议并协商不成时，可向合同签订地人民法院起诉。

七、本协议壹式贰份，甲方执壹份，乙方执壹份。本协议自双方签字后生效。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**黄酒销售合同范本2**

甲方：(以下简称甲方)

乙方：(以下简称乙方)

甲、乙双方本着平等互利、相互尊重的原则，经双方友好协商，订立本合同。

一、销售方式

乙方提供葡萄酒在甲方酒店由甲方进行销售。

二、甲方责任及权利

1、甲方须遵守国家法律和法规进行市场销售工作，甲方有义务和责任维护乙方的产品形象。

2、甲方不得对外公开乙方商品供价。

3、甲方须确保乙方所供商品品种齐全完整，库存充足。

4、甲方合同期内有权要求乙方对其有保质期的库存商品，在距保质期限3个月时更换商品。

三、乙方责任及权利

1、乙方有义务向甲方服务人员提供葡萄酒知识培训及乙方所供葡萄酒的相关知识、文化介绍。

2、乙方可根据甲方的销售状况制定合理的销售政策提高乙方产品销量。

3、乙方送货人员进入甲方场地送货时，应着装整洁，个人卫生良好，运输工具保持清洁。

4、乙方所供商品品种价位若有调整应提前15日通知甲方。

5、乙方负责在甲方要货24小时内将货送到甲方指定地点。

6、乙方向甲方提供符合国家或行业标准的合格产品及相关资料文件，具体如下：“海关报关单”、“卫生证书”等。

四、商品交验

1、商品的送货计划，应由甲方向乙方以传真或电话的方式报送货计划。

2、乙方须按甲方规定的商品交验程序办理交货手续。

3、甲方在验收商品时，如发现所供商品的品牌、规格、数量、质量与验收要求不符，甲方有权要求无条件更换或补送。

五、货款结算

1、本合同结算货币为人民币，付款以现金、银行转帐或转帐支票方式支付。

2、结算方式:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

六、其它

1、本合同有效期从\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日到\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日，合同到期30天内，乙方向甲方提出续约书面申请，经甲方审查合格后，予以续签。

2、本合同末尽事宜，双方协商解决，若协商不成，双方提交\_\_市仲裁机构进行仲裁。

3、本合同壹式贰份，甲乙双方各执壹份。经甲、乙双方签字、盖章后生效。

甲方(盖章)：

委托人签字：

乙方(盖章)：

委托人签字：

签约时间：

**黄酒销售合同范本3**

甲乙双方本着自愿、\*等、互惠互利、诚实信用的原则，经充分友好协商，就乙方销售\*\*甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品的相关事宜，订立如下合同条款，以资共同恪守履行。一、\*\*区域二、\*\*产品三、\*\*权限1、甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的\*\*商，全面负责该地区的销售和经销商管理。2、甲方不得在乙方\*\*区域内另设其他\*\*或经销商。如出现上述情况，甲方须退还乙方保证金，乙方有权立即终止\*\*合同及得到相应补偿。3、乙方严禁跨区域窜货，对有跨区域窜货行为的乙方，甲方将取消其\*\*资格，本合同将自动终止。4、乙方在\*\*经营甲方产品的同时，必须禁止经营其他对甲方有竞争有冲击的同类产品。否则甲方有权追究乙方的违约责任。5、对于乙方\*\*的销售区域，乙方可以根据实际情况制订销售\*\*，原则上甲方不予干涉，但乙方对于自己以及\*\*经销商的经销行为负无限连带责任。四、\*\*期限1、本合同的\*\*期限为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，从本合同签订之日起至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日止。双方可根据本合同的约定提前终止或续期。2、乙方要求对本合同续期的，应至少在本合同期限届满前提前\_\_\_\_\_\_\_\_\_个月向甲方书面提出。甲方同意的，与乙方签订续期合同。3、甲、乙双方约定，在本合同期限届满时，乙方满足以下条件可以续约：（1）较好地履行了本合同的义务，没有发生过重大违约行为；（2）已经向甲方支付了到期的全部款项；（3）签署放弃可针对甲方提\*\*讼和仲裁的文件；（4）同意向甲方支付\_\_\_\_\_\_\_\_\_元的续约费；五、最低\*\*销售额 乙方承诺每月向甲方的订货量为\_\_\_\_\_\_\_\_\_，乙方保证一个会计年度的营业收入均不得低于\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。如果连续\_\_\_\_\_\_\_\_\_年不能完成销售指标的，甲方有权取消乙方\*\*资格。六、\*\*商品价格1、配送价格：甲方向乙方\*\*配送产品的价格，按照成本价格加管理费的办法确定，但管理费最多不得超过成本价格的\_\_\_\_\_\_\_\_\_％。成本价格由进项价格、进项税、包装费、运费及\_\_\_\_\_\_\_\_\_构成。甲方除向乙方收取资格\*\*费和销售返利以外，不得向乙方收取其他费用或牟取任何利益。2、销售价格：乙方应当按照甲方建议（规定）的零售价格销售产品（服务）。乙方不得擅自调整规定的产品销售价格或以收取\_\_\_\_\_\_\_\_\_费用等方式变相加价。如果甲方建议（规定）的零售价格不符合本地区市场情况，乙方需调整销售价格时，应当向甲方报告。甲方应当根据系统的\*\*性要求和乙方所处地区的市场情况综合考虑，作出调整价格的决定。七、佣金1、乙方的佣金以每次售出并签字的协议产品为基础，其收佣百分比如下：\_\_\_\_\_\_\_\_\_元按\_\_\_\_\_\_\_\_\_％收佣；\_\_\_\_\_\_\_\_\_元按\_\_\_\_\_\_\_\_\_％收佣。2、佣金以\*\*金额计算，任何附加费用如包装费、运输费、保险费、海关税或由进口国家征收的关税等应另开\*\*。3、佣金按成交的货币来计算和支付。4、甲方每季度应向乙方说明佣金数额和支付佣金的有关商务，甲方在收到货款后，应在3天内支付佣金。5、乙方所介绍的询价或订单，如甲方不予接受则无佣金。若乙方所介绍的订单合约已中止，乙方无权索取佣金，若该合约的中止是由于甲方的责任，则不在此限。八、商\*\*告1、乙方有权接受客户对产品的意见和申诉，并及时通知甲方，以关注甲方的切身利益为宜。2、乙方应尽力向甲方提供商品的市场和竞争等方面的信息，每\_\_\_\_\_\_\_\_\_个月需向甲方寄送工作报告。3、甲方应向乙方提供包括销售情况、价目表、技术文件和广告资料等一切必要的信息。甲方还应将产品价格、销售情况或付款方式的任何变化及时通知乙方。九、推销、宣传与广告 1、乙方是\_\_\_\_\_\_\_\_\_市场的全权\*\*，应收集信息，争取客户，尽力促进产品的销售。2、乙方有义务通过广告活动，宣传\*\*产品（服务），并按照本合同的规定负担广告与宣传费用。3、甲方通过制定总体广告计划及其他规定，实施产品的广告计划和发布广告；乙方应按照甲方的要求在\*\*区域内发布促销广告，开展促销活动。4、乙方应当执行甲方对广告活动的要求，不得违反规定发布广告。5、乙方可自行策划并实施针对\*\*区域市场特点的广告宣传或促销推广活动，但必须获得甲方事先书面同意，并在甲方指导下进行。十、购货与销售1、乙方需货时，应向甲方发出书面订单，一般应在每月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日以前向甲方下达下一月度订单，并在提货前全额支付货款。（1）甲方收到乙方全额货款后交付货物，交货地点为乙方所在地。（2）甲方可代乙方发货，乙方承担铁路货运或汽运费，航空货运费等，发货方式由乙方确定。（3）甲方将在发货后将货运单据传真或寄至乙方。货运时间以货运单据上标明的时间为准。 2、乙方须在收到货物后\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内对产品的质量进行检验，因产品质量及包装不符合质量标准的，或者产品的保质期已经超过规定标准的，由甲方予以换货或退货。十一、\*\*、培训及售后服务1、甲方应当在不影响乙方正常营业的前提下，定期或不定期对乙方的经营活动进行辅导、检查、\*\*和考核。乙方应当遵循甲方或其委派的督导员在经营过程中的建议和指导。2、乙方应当保持完整、准确的交易记录，在每月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日前向甲方递交上月的总营业收入的财务报表。3、在本合同有效期内，甲方每年应对乙方或其指定承担管理职责的人员提供不少于\_\_\_\_\_\_\_\_\_次的业务培训。培训费用由甲方负担，但参加培训人员的差旅费自负。4、在本合同有效期内，甲方应持续地对乙方提供开展经营所必需的营销、服务或技术上的指导，并向乙方提供必要的协助。5、甲方为乙方提供的产品严格按照甲方提供的质保书和国家的相关规定进行质保服务。6、乙方在销售完成后，应按甲方要求填写客户登记表，并应于每月定期以传真或其他形式向甲方返回客户登记表，以便于日后的售后服务和例行巡检工作。7、当乙方发生售后服务要求时，乙方应书面通知甲方服务要求和内容，甲方应在收到乙方通知的\_\_\_\_\_\_\_\_\_小时内给予答复，确认服务内容和时间，同时，甲方向乙方提供\_\_\_\_\_\_\_\_\_小时售后服务热线联络服务。十二、知识产权1、甲方许可乙方使用甲方拥有的商标（商号、标志）、专利、著作权、商业秘密等，乙方在\*\*区域内享有独占许可（排他许可或普通许可）的\*\*。2、甲方对许可乙方使用的商标（商号、标志）、专利、著作权、商业秘密等的\*\*作出下列限制和保留：（1）仅限于销售\*\*经营的目的；（2）甲方许可的第三人在\*\*区域内以\_\_\_\_\_\_\_\_\_方式使用商业秘密；（3）《商标许可使用协议》或《商业秘密许可使用协议》或《专利实施许可协议》或\_\_\_\_\_\_\_\_\_作出的其他限制与保留。3、乙方应经常视察市场，如发现第三方侵犯甲方的工业产权或有损于甲方利益的任何非法行为，乙方应据实向甲方报告。乙方应尽努力并按照甲方的指示，帮助甲方使其不受这类行为的侵害，甲方将承担正常\*\*活动以外的此类费用。4、乙方不应与甲方或帮助他人与甲方竞争，乙方更不应制造\*\*产品或类似于代销的产品，也不应从与甲方竞争的任何企业中获利。同时，乙方不应\*\*或销售与\*\*产品相同或类似的（不论是新的或旧的）任何产品。5、乙方在本合同终止后的\_\_\_\_\_\_\_\_\_年内，乙方不能生产和销售同类产品予以竞争，本合同终止后的\_\_\_\_\_\_\_\_\_年内，乙方也不能\*\*其他类似产品，予以竞争。6、所有产品设计和说明均属甲方所有，乙方应在协议终止时归还给甲方。十三、合同转让1、在本合同有效期内，乙方应当\*\*自主地经营\*\*业务，禁止以承包、租赁、合作、委托或其他任何方式将\*\*销售业务全部或部分转移给第三人经营管理。2、未经甲方书面同意，乙方不得转让本合同。（1）乙方要求转让本合同时，应当将转让的理由及转让条件、受让人按照本合同规定制作的信息披露文件等情况报告甲方，由甲方作出是否同意转让的决定。（2）乙方转让本合同时，在同等条件下，甲方指定的第三人有优先受让的\*\*。在甲方向乙方发出优先受让的通知后，乙方不得撤销转让或变更转让价格与转让条件，否则，乙方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_年内不得进行转让。（3）乙方转让本合同，受让人应当与甲方重新签订\*\*销售合同。十四、合同变更1、为适应市场竞争的需要，甲方有权对本合同进行适当变更，但变更必须是善意与合理的，且不得与主合同及合同附件中的附属协议的内容相抵触。2、甲方应当将合同变更的原因、可行性及有关事项，在规定的变更时间前\_\_\_\_\_\_\_\_\_天通知乙方。3、乙方应当按照甲方的规定在\*\*区域内实行变更，并及时将实施的情况报告甲方。4、在本合同期满续订合同时，甲方有权以新制定的销售\*\*合同代替本合同。对本合同的修订应基于合理和善意的准则，且新制定的销售\*\*合同文本应当适用于全部的\*\*销售商。十五、合同终止1、本合同因下列情况而终止：2、本合同终止后，乙方应立即停止使用与\*\*销售有关的甲方任何的标识及知识产权。3、乙方应在本合同终止之日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内返还甲方为履行本合同而提供的所有物品，包括文件及其副本或其他任何复制品。4、本合同终止之日存在的全部完好无损、尚在保质期内、可以再次使用或销售的剩余产品的处理方式为：十六、合同\*\*1、甲方有下列行为之一的，乙方有权书面通知单方\*\*合同，\*\*合同的通知在到达甲方时生效：2、乙方有下列行为之一的，甲方有权书面通知其更正，乙方应在接到通知后\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内更正，逾期未更正的，甲方有权书面通知单方\*\*合同，\*\*合同的通知在到达乙方时生效：十七、声明及保证（一）甲方：1、甲方为一家\*\*设立并合法存续的企业，有权签署并有能力履行本合同。2、甲方签署和履行本合同所需的一切手续（\_\_\_\_\_\_\_\_\_）均已办妥并合法有效。3、在签署本合同时，任何\*\*、仲裁机构、行政机关或监管机构均未作出任何足以对甲方履行本合同产生重大不利影响的判决、裁定、裁决或具体行政行为。4、甲方为签署本合同所需的内部授权程序均已完成，本合同的签署人是甲方法定\*\*人或授权\*\*人。本合同生效后即对合同双方具有法律约束力。（二）乙方：1、乙方为一家\*\*设立并合法存续的企业，有权签署并有能力履行本合同。2、乙方签署和履行本合同所需的一切手续（\_\_\_\_\_\_\_\_\_）均已办妥并合法有效。3、在签署本合同时，任何\*\*、仲裁机构、行政机关或监管机构均未作出任何足以对乙方履行本合同产生重大不利影响的判决、裁定、裁决或具体行政行为。4、乙方为签署本合同所需的内部授权程序均已完成，本合同的签署人是乙方法定\*\*人或授权\*\*人。本合同生效后即对合同双方具有法律约束力。十八、保密甲乙双方保证对在讨论、签订、执行本协议过程中所获悉的属于对方的且无法自公开渠道获得的文件及资料（包括商业秘密、公司计划、运营活动、财务信息、技术信息、经营信息及其他商业秘密）予以保密。未经该资料和文件的原提供方同意，另一方不得向任何第三方泄露该商业秘密的全部或部分内容。但法律、法规另有规定或双方另有约定的除外。保密期限为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年。十九、通知1、根据本合同需要一方向另一方发出的全部通知以及双方的文件往来及与本合同有关的通知和要求等，必须用书面形式，可采用\_\_\_\_\_\_\_\_\_（书信、传真、电报、当面送交等）方式传递。以上方式无法送达的，方可采取\*\*送达的方式。2、各方通讯地址如下：\_\_\_\_\_\_\_\_\_。3、一方变更通知或通讯地址，应自变更之日起\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内，以书面形式通知对方；否则，由未通知方承担由此而引起的相关责任。二十、争议的处理1、本合同受\*\*\*\*\*\*\*法律管辖并按其进行解释。2、因履行本合同引起的或与本合同有关的争议，双方应首先通过友好协商解决，如果协商不能解决争议，则采取以下第（\_\_\_\_\_\_\_\_\_）种方式解决争议：（1）提交\_\_\_\_\_\_\_\_\_仲裁委员会仲裁；（2）\*\*向人民\*\*\*\*。二十一、不可抗力1、如果本合同任何一方因受不可抗力事件影响而未能履行其在本合同下的全部或部分义务，该义务的履行在不可抗力事件妨碍其履行期间应予中止。2、声称受到不可抗力事件影响的一方应尽可能在最短的时间内通过书面形式将不可抗力事件的发生通知另一方，并在该不可抗力事件发生后\_\_\_\_\_\_\_\_\_日内向另一方提供关于此种不可抗力事件及其持续时间的适当证据及合同不能履行或者需要延期履行的书面资料。声称不可抗力事件导致其对本合同的履行在客观上成为不可能或不实际的一方，有责任尽一切合理的努力消除或减轻此等不可抗力事件的影响。二十二、合同的解释本合同未尽事宜或条款内容不明确，合同双方当事人可以根据本合同的原则、合同的目的、交易习惯及关联条款的内容，按照通常理解对本合同作出合理解释。该解释具有约束力，除非解释与法律或本合同相抵触。\*\*\*、补充与附件本合同未尽事宜，依照有关法律、法规执行，法律、法规未作规定的，甲乙双方可以达成书面补充合同。本合同的附件和补充合同均为本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等的法律效力。\*\*\*、合同的效力本合同自双方或双方法定\*\*人或其授权\*\*人签字并加盖单位公章或合同专用章之日起生效。有效期为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日。本合同正本一式\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_\_\_\_\_\_份，具有同等法律效力。甲方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 乙方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_法定\*\*人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 法定\*\*人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_委托\*\*人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 委托\*\*人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 开户银行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 帐号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 \_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**黄酒销售合同范本4**

甲方：乙方：经甲乙双方共同协商，本着诚信互利的原则，就广告\*\*达成如下协议：一、 甲方委托乙方\*\* 上海兆妍广告策划有限公司 广告业务，\*\*办法执行《 上海兆妍广告策划有限公司 广告\*\*实施办法》（后简称 \"办法\"）规定。二、 甲乙双方必须遵守《广告法》以及相关\*\*法规，未经双方书面同意，任何一方均不得将本合约之\*\*或义务转让于第三方。三、 乙方不得损害 上海兆妍广告策划有限公司 的信誉，不允许用弄虚作假等不法\*\*欺骗客户牟取暴利。乙方与客户发生的经济纠纷与甲方无关。如乙方出现上述行为，甲方有权取消其\*\*资格，并保留法律诉讼的\*\*。四、 甲乙双方签定的广告合同，乙方按合作协议扣除\*\*费后，须将播出款项转付甲方指定的银行帐户。五、 乙方所\*\*的广告，按 上海兆妍广告策划有限公司 正在执行的广告收费标准执行。六、 乙方应按甲方的要求把广告要求和广告资料提前发送到 上海兆妍广告策划有限公司 ，广告发布后甲方提供广告样张给乙方，具体事宜按《 上海兆妍广告策划有限公司广告 投放说明》办法处理。七、 合同付款说明：1、 遵守先付款后发布的原则。

2、 的确无法做到发布前付款，须在广告发布前支付3%的发布费，余款须在广告发布5个工作日内付清。3、 违反以上款项，视为违约，甲方有权终止其广告播出。逾期1天，追缴拖欠款5%的\*\*金。八、 如遇特殊情况广告不能按时播出，甲乙双方需及时协商解决。九、 在合同的落实和执行中，有关合同和协议条款确需修订，须经双方协定。 十、 未尽事宜，甲乙双方按本协议第九条规定协商处理。十一、 协议、合同均需遵守\*\*\*\*\*\*\*经济合同法及广告法等有关法律条款。十二、 \*\*期限为： 年 月 日至2 年 月 日。十三、 本协议一式两份，甲乙双方各执一份，具同等法律效力。（甲乙双方签章）

-------

甲方： 地址： 电话： 传真：

乙方： （以下简称乙方）地址： 电话： 传真：

丙方： （以下简称丙方）地址： 电话： 传真：

甲方为深圳罗湖 项目的发展商，（项目占地： 2，建筑面积：约 2，建 栋 层高，住宅约 个单位）乙方及丙方为专业物业销售\*\*商，为促进 项目（以下简称“本项目”）的销售，实现的经济效益，经三方友好协商，甲方特此委托乙方及丙方为项目的销售策划\*\*商，三方订立以下条款，以资三方共同严格遵守。

第一条：甲方委托乙方为本项目在\*\*及\*\*提供策划顾问服务，乙方同时为甲方项目之\*\*销售\*\*；深圳之销售以丙方与甲方联合销售的方式进行。在本协议有效期内，甲方保留自行直销本项目任何单位给任何人仕（包括\*\*\*、港、澳、台、\*\*及中外联名人仕）的\*\*。

第二条：乙、丙方的策划及销售\*\*期由签约日起计至首次展销广告推出（初定XX年7月15日）后6个月止，但若首次展销广告因乙、丙方原因未能依上述初定日期推出，则甲方保留绝对\*\*界定本销售\*\*协议之届满期。\*\*期限届满时，经三方同意后可予以延期。

第三条：乙方及丙方的\*\*权限 乙方及丙方\*\*甲方负责进行该项目在\*内地及\*\*的\*\*销售业务，包括：销售策划、筹办项目展销会；负责项目销售有关文件的编制/设计及制作；负责与广告商及各广告\*\*的联系；负责协助在\*\*签约的买家前往甲方指定地点办理签约及公证手续；负责接待客户并协助买家签订认购书；协助并安排\*\*客户前往项目现场考察；协助买家提供按揭资料；协助买家在甲方指定时间前往指定银行办理按揭手续；协助买家签署认购书及深圳市房地产买卖合同。丙方在乙方的统筹下，与甲方销售部共同负责甲方项目之深圳销售事务。甲方除了拥有本协议规定的\*\*和责任以外，还保留本项目除\*内地、\*\*以处任何其它地区销售事务之最终决策权，乙方及丙方不得异议。

第四条：甲方的\*\*和责任4-1、 甲方在通知乙方及丙方刊登出售广告及公开销售物业之前，应取得深圳市房地产主管机关颁发的《商品房预售许可证》或《商品房外销许可证》、《土地使用权出让合同书》、《开工许可证》、《建筑许可证》。由\*司法部委托的\*\*律师对物业及其销售的合法性、有效性出具法律意见，并证明可销售；复印件及法律意见书复印件提交给乙方及丙方。乙方及丙方在取得上述法律文件后方可从事物业的销售行为。4-2、 项目的所有宣传广告中均应清楚列明乙方及丙方为项目策划销售\*\*，并提供热线电话，以便客户查询。4-3、 负责该项目在宣传推广过程中有关的成本费用，其中包括：4-3-1、该项目在\*\*、内地销售需支出的广告设计宣传费、展销会会务费（酒店展销会）、模型、效果图制作费 、 广告拍摄/录影及制作费用、售楼书/\*面图及价目表等文字宣传用品的印刷费用、\*\*看楼团费用、现场包装费、样板房及销售中心日常经营用品费用等。4-3-2、乙方及丙方在项目推广销售期间涉及上述应由甲方承担的费用时，应事先编制项目费用预算及方案报送甲方审核批准后方可实施，未经甲方事先书面认可的费用，甲方有权拒绝承担。乙方及丙方须在有关支出结算时，随时按甲方之要求，向甲方提供完备之开支报告，及将有关费用的有效证据提供给甲方审阅及核实。4-4、 安排和解决\*\*、\*\*买家申请银行按揭、公证、办理房产证等买卖手续；4-5、 甲方对售楼价格有最终决定权，乙、丙方不得异议，亦不能在未经甲方同意下，自行调整售楼之价目、付款方式及由甲方提供之《临时买卖意向书》、《楼宇买卖认购书》的格式条款。4-6、 甲方须委托乙方在港签署《临时买卖意向书》，或《楼宇买卖认购书》并派专人负责管理。4-7、 安排及负责买家首期及全部楼款之收取；4-8、 甲方拥有改变销售计划的\*\*；

4-9、 一切有关本项目之其它合同文件均须由甲方对外签订(除非甲方另有委托)，任何个人或单位\*\*甲方对外签订均属无效（包括但不限于认购书和深圳市房地产买卖合同等）。若有类似越权行为，甲方保留向乙方及丙方追究一切责任的\*\*。4-1、 甲方派不多于4名的销售\*\*，参与现场销售。

第五条：乙、丙方的\*\*和责任5-1、 乙方应出具由\*\*\*认可的在\*\*境内从事地产\*\*业务的商业登记，并将相关文件复印件交予甲方。乙方及丙方在履行本协议任何条款及整个策划、宣传、销售过程中必须遵守\*\*\*\*\*\*\*、深圳经济特区及\*\*特别行政区的一切有关法律、法规及专业操守守则。甲方、乙方及丙方有任何违约的情况，违约方须承担一切责任及向对方赔偿其一切因违约方导致对方所蒙受之一切损失。5-2、 负责制订项目销售计划及市场推广策略建议报甲方批准后实施，该建议应当包括以下具体内容：5-2-1、市场分析a：\*\*市场分析b：深圳市场分析：竞争对手分析，项目优劣势及对策5-2-2、 买家分析项目客户定位，并对其购房行为、经济情况、购房目的、要求进行分析，并根据项目情况提供对策。5-2-3、 市场定位包括内外销市场比例，并对主打市场情况提出形象定位及形象包装建议。5-2-4、 营销策划书a：内容包括：（1） 营销目的和任务；（2） 营销广告策划及活动的主题；（3） 阶段活动的市场针对性（市场情况及 目标客户的需求分析）；（4） 营销重点及宣传手法；（5） 促销方式及价格策略；（6） 广告的节奏和\*\*组合及策划活动的安排；（7） 费用预算；（8） 预计影响变化的因素及应变措施。b：广告策划计划（1） 广告宣传节奏及铺排计划；（2） 广告主题及分级主题；（3） 费用安排。：现场布置方案（1） 现场（含售楼中心及各展点）的活动细节及现场安排；（2） 工作时间表安排；（3） 费用安排。d：销售指导意见（1） 销售目标；（2） 付款方式；（3） 主推单位、推盘单元顺序计划及公开折扣意见和计算方式；（4） 计价基准；（5） 临时认购书；（6） 销售所需资料计划及内容5-3、 负责设计、制作下列销售/推广工具时提供专业指导意见，\*\*有关工具的制作，并负责有效地使用和实施：包括模型、效果图、录影带、展销板、售楼书、宣传单页、\*面图、价目表、各种\*\*广告的方案等；5-4、 安排在各大\*\*刊登宣传资料，安排各大报章\*\*到项目现场采访；5-5、 安排寄发或派发邮递单张给销售对象；5-6、 安排及\*\*\*\*看楼团现场参观；5-7、 协助甲方与买家签订认购书、深圳市房地产买卖合同（预售）等买卖文件并配合收集买家的按揭资料；5-8、 定期或应甲方要求随时向甲方汇报策划工作及楼宇销售进展情况；5-9、 \*\*由\*\*及\*\*资深专业人士组成策划小组进行销售策划及市场推广研讨，并安排有关物业专业人士评述文章发表于\*\*报刊和深圳报刊；5-1、 筹组有关该物业在\*\*安排展销会及推广活动之计划及场地布置、摆设，并由乙方派员全权负责，甲方可视乎需要派员工负责\*\*工作。5-11、 对现有的户外广告、地盘包装，售楼处包装及示范单位之室内外布置提供专业意见；5-12、 协助买家与甲方签署各类文件，并协助甲方\*\*收取买家的临时定金、定金及有关楼款，所有款项均由甲方所派遣财务人员以甲方名义收取；临时定金需全数即时在收到后不超过5个工作日内存入为该项目开设之银行帐户（帐户编号： ；银行名称： ；帐户持有人： ）。5-13、 安排有关售后跟进工作，定期提交详细之销售报告、客户统计分析、媒介分析、策划及销售方面之检讨分析报告；5-14、 丙方派遣销售人员（按推广规模调整人员数目）进驻现场售楼处，负责参与客户接待及项目销售工作；项目的相关人员应准时\*\*、出席定期业务会议，讨论解决面临的问题。5-15、 位于深圳现场售楼处销售人员由丙方\*\*管理；并由丙方进行专业培训。若销售人员表现不佳，甲、乙、丙三方均可提议调整、更换；甲方对人员的调整、更换有最终决定权；5-16、 对本项目的推广方案，由乙、丙方提供专业意见及市场资料，乙、丙方因市场情况或其他因素，需调整销售策略时，应征得甲方的同意及认可。5-17、 乙、丙方保证在销售本项目过程中，极力维护甲方的利益，汇率及折扣必须由甲方制定，乙、丙方按规定执行，如有特批的折扣及汇率必须由甲方负责人的签名方可执行，乙、丙方无权更改汇率及折扣，如乙、丙方擅自更改汇率及折扣，导致甲方利益受到损害，其责任由乙、丙方承担，甲方有权追究。第六条：销售\*\*佣金6-1、计算依据 6-1-1、乙、丙方须协助买家与甲方签妥《深圳市房地产买卖合同》、收取首期楼款，并办妥银行按揭（若需要）后该单位\*\*工作方算完成，可计入乙、丙方的销售业绩并计算\*\*佣金。（甲方须保证每月安排不少于一次的银行按揭服务给买家办理）6-1-2、佣金计算币种：如买家以\*\*\*支付购楼款，即以\*\*\*结算，如买家支付港币，则按结算之日的\*公布汇率折算\*\*\*\*进行结算；结算时间为每月一次。佣金将于每月结算后7天内支付。每一单位之购楼款项以《临时买卖合同》所列出之销售价为根据。6-2、 计算标准双方同意按下列标准计算乙方、丙方的\*\*费用：在\*\*协议的有效期间，甲方均应按下列标准计算及支付总\*\*费（包括策划费3%及佣金7%），予乙方或丙方。列表中的总\*\*费比例是策划费与佣金的总和。销售期 限 销售户数（套） 总\*\*费比例 销售户数（套） 总\*\*费比例 销售户数（套） 总\*\*费比例 最低销售户数指标3个月 25以上 1．% 21-25 ．8% 2以下 ．6% 2xx个月 55以上 1．2% 51-55 1．% 5以下 ．8% 57个月 85以上 1．4% 81-85 1．2% 8以下 1．% 8注：①策划费佣金及总\*\*费的比例以成交楼价为基数计算。②如每月\*均销售不足12套，佣金按%计。连续两个销售期限（一个期限是2个月）不能达到最低销售户数指标，甲方可取消\*\*合同。③如上一期限的销售超出所述每月12套，可延至下个期限的销售指标里，依次类推。④奖金：在\*\*期限内必须完成销售户数1套条件下，乙、丙方可对超出售价\*\*\*8元/\*米（不含装修价）以上部分计提2%奖金。即奖金=（q-8元/\*米）\*s\*2%（q为某套房不含装修的单价，s为同套房的面积）⑤上述销售户数含甲方销售数。6-3、买家身份确认在乙、丙方\*\*期内，凡属港、澳、台、\*\*及中外联名的人仕购买 ，无论是甲方或乙、丙方销售，均视作乙、丙方销售并支付有关总\*\*费；凡属\*\*\*人仕购买百仕达花园三期，如是乙、丙方销售，则计算入乙、丙方销售户数内及支付有关总\*\*费给乙、丙方；如是甲方销售，则不用支付总\*\*费给乙、丙方；买家身份以购房人仕的身份证或其它有效证件界定。6-4、于销售期间，甲方先根据当月的内、外销累计销售额及按当时所达的总\*\*费暂结算支付；待此\*\*协议结束时，甲方必须总核算乙、丙方全期的总\*\*费及一次性支付有关差额（若有）6-5、策划费及港、澳、台、\*\*及中外买家认购单位之佣金，甲方须直接支付予乙方或乙方指定的深圳帐号。并由乙方开出\*\*\*\*（invie）或深圳税务部门认可的票据予甲方；\*\*买家认购单位之佣金，甲方须直接支付予丙方，并由丙方开出深圳税务\*\*予甲方。6-6、甲方同意乙方在买家签署认购书时，在不影响客户购买的情况下，以乙方名义收取买家手续费（一房每单位收手续费港币25元，二房或以上每单位收手续费港币3元）（ 限于以港、澳、台、\*\*及中外联名的身份认购的买家，买家身份以实际登记的身份证作界定）；甲方销售人员销售时所收取的买家手续费则归甲方所有，并负责相关责任。若在第一销售期限（2个月内）不能完成最低销售指标3户，甲方有权决定减少乙方收取手续费的金额，乙方不得异议。若在现场收取手续费时，影响客户购买落定，乙方均不能强求收取手续费；若客户有特殊原因，经甲方签字，可退款的客户，乙方手续费也相应退回于客户。6-7、不论因任何原因出现挞定或买家未能完成买卖之情况，甲方无须支付有关之\*\*费予乙方及丙方。若乙方及丙方已收取了有关之\*\*费，其亦须在上述挞定或买家未能完成买卖之情况发生后实时退回有关之\*\*费给甲方。第七条：在\*\*协议有效期间，甲方须保证其项目以同一标准的单位数量在\*\*及内地以同一价格销售。第八条：在项目销售过程中，甲方同意接受\*\*买家以信用卡支付临时认购合约中的订金，并同意承担因支付该订金所发生的银行手续费用（约为订金额的%）第九条：法律责任和合同终止9-1、甲方须保证其所提供的项目销售文件和资料的真实、合法、有效，否则，由此引起的一切责任和损失均由甲方承担。9-2、乙、丙方在项目推广销售活动中，须根据甲方所提供的文件/资料对客户作如实的宣传、报道及解释。因甲方、乙方或丙方的言行引起的误导、欺骗、夸大等不实后果，或任何一方违反本协议之条款时所导致的法律责任和对方的名誉、经济蒙受任何损失，均须由违约方\*\*向对方承担一切责任及赔偿对方一切因此所蒙受之损失。9-3 在销售\*\*期间，因甲方的故意过错导致乙方、丙方或他人的损失时，应由甲方独自承担赔偿责任，有关的纠纷诉讼由甲方负责处理及支付有关费用；因乙方或丙方的故意过错导致甲方或他人的损失时，由乙方或丙方独自承担赔偿责任，并负责处理有关的纠纷或诉讼，及支付有关费用。9-4 在\*\*协议有效期内，乙、丙方职员在接待客户和买家时，应热情服务，礼貌待人；遇有乙、丙方无法解决的争执应及时通知甲方协调处理。9-5 在\*\*期限内，乙、丙方职员在接待客户完成订金及交纳首期款后，仍需继续跟进服务。协助甲方通知买家办理银行按揭手续，并及时通知买家办理入伙手续等等。\*\*期结束后，乙方或丙方对其买家提出的合理要求必须做好相应的后续服务。第十条：其他条款1-1、本协议未尽事宜，三方应友好协商解决，可另行签订补充协议，补充协议与本协议具同等效力。1-2、本协议内容适用\*\*特别行政区法律，三方并愿意受\*\*特别行政区之非专属司法管辖。1-3、因本协议及本协议有关的一切争议，三方应协商解决；协商不成，应由\*\*裁决；1-4、本协议一式四份，甲、乙、丙三方各执二份，盖章及经授权\*\*签字后生效。1-5、乙方或丙方不得将本协议之任何权益及责任转让给任何第三者。1-6、本协议的内容，甲、乙、丙三方均不能对\*\*露。

**黄酒销售合同范本5**

甲方(总代理商)：珠海市阿尔法有限公司

乙方(地区代理商)：

莱禄福葡萄酒是德国原装进口一种低糖、低酒度、低热量的100%优良葡萄酿制而成的绿色天然饮品。是德国葡萄酒进入中国市场的品牌。经双方协商，乙方接受有关代理条件，甲方同意授权乙方作为甲方地区(省会市级、省级)代理商，专权经销德国莱禄福葡萄酒。地域为 范围内。

一：地区代理商资格及代理期限

1：地区代理商必须具备有工商及酒类经营执照。

2：地区代理商必须支付代理保证金人民币： 万元。代理期满后十五天内总代理商将退回有关保证金。

3：代理期限叁年。自 年 月 日起至 年 月 日止。

二：销售定额数量

首次订货不少于 箱共 支。以后每月订货量不低于 箱 支(可分次或一次订货)。每年为 箱共 支。

每两箱(24支)赠送一支小瓶(375ml)葡萄酒或相应量的大瓶装葡萄酒作为促销用酒。

三：价格

1：总代理商对地区代理商的代理价为： 元/支(750ml装，不包括运费及保险费);地区代理商对区域内分销(或经销商)的价格由各代理商确定。

2：建议全国市场销售价为人民币： 元/支.750ml装(本价格不包括娱乐场所、酒楼、宾馆的销售价，该价格由各地代理商确定)。

四：订货及结算方式

1：代理商订货必须提前一个月预订并支付50%预付款，余款提货前付清提货。运费及保险费费用由乙方负责。

2：由于莱禄福葡萄酒对中国属于限量计划销售模式，所以代理商应将每年度订货或下一批订货计划提前一个月预先通知总代理商，总代理商根据各代理商先后订货供应。

五：双方责任和义务

甲方(总代理商)

1：统一全国策划宣传、广告，统一制订有关市场定价和定位。

2：向乙方提供葡萄酒有关进口手续、商检资料和有关产品介绍。

3：确保地区代理商订货的供应和合同的执行。对各地区代理商应一视同仁，先后顺序发货。

4：及时协调各地区代理商区域销售关系，统一组织各地区代理商的销售业务培训和德国厂家交流活动。

乙方(地区代理商)

1：在甲方授权区域内建立销售网络，选择和确定分销或经销商，保证完成年度销售计划和额度。

2：自行确定区域内的销售批发价和特定场点(娱乐场所、酒楼、宾馆等)的市场价格。

3：及时向总代理商反映有关销售情况、库存情况和市场定向。协助总代理商处理与周边区域代理商的关系。

六：违约责任

1：甲方若违反本协议或不能按合同供应货源。乙方有权提出中止代理合同并要求返还代理保证金和直至要求有关赔偿损失的权力。

2：乙方若违反协议或未能完成协议规定的订货量，甲方有权提出中止代理合同并处罚代理保证金和直至要求有关赔偿损失的权力。

七：代理期满的中止和延续

按本协议执行代理期满，甲方(总代理商)应将代理保证金在期满后十五天内返还给地区代理商。同等条件下，地区代理商有优先延续地区代理的权利。

八：其它

1：遇有不可抗力因素影响上述的各项事宜执行，双方互不承担相应责任。

2：在本协议执行中若出现有关违约行为。双方可协商解决，达不成共识，可诉讼仲裁。并按有关仲裁承担相应的责任。

3：协议在双方签署并乙方交纳保证金后生效。乙方交纳保证金和本协议签署后五天内，甲方应将授权书送交乙方，确保地区代理商的经营合法性。

4：本协议一式四份，双方各执二份，经双方法人代表签名盖章后生效。

甲方(章)： 乙方(章)：

法人代表(签名)： 法人代表(签名)：

地址： 地址：

开户银行： 开户银行：

帐号： 帐号：

纳税号： 纳税号：

时间： 年 月 日

地点：

**黄酒销售合同范本6**

甲方：

乙方：

甲、乙双方本着平等互利、相互尊重的原则，经双方友好协商，订立本合同。

>一、销售方式

乙方提供葡萄酒在甲方酒店由甲方进行销售。

>二、甲方责任及权利

1、甲方须遵守国家法律和法规进行市场销售工作，甲方有义务和责任维护乙方的产品形象。

2、甲方不得对外公开乙方商品供价。

3、甲方须确保乙方所供商品品种齐全完整，库存充足。

4、甲方合同期内有权要求乙方对其有保质期的库存商品，在距保质期限3个月时更换商品。

>三、乙方责任及权利

1、乙方有义务向甲方服务人员提供葡萄酒知识培训及乙方所供葡萄酒的相关知识、文化介绍。

2、乙方可根据甲方的销售状况制定合理的销售政策提高乙方产品销量。

3、乙方送货人员进入甲方场地送货时，应着装整洁，个人卫生良好，运输工具保持清洁。

4、乙方所供商品品种价位若有调整应提前15日通知甲方。

5、乙方负责在甲方要货24小时内将货送到甲方指定地点。

6、乙方向甲方提供符合国家或行业标准的合格产品及相关资料文件，具体如下：“海关报关单”、“卫生证书”等。

>四、商品交验

1、商品的送货计划，应由甲方向乙方以传真或电话的方式报送货计划。

2、乙方须按甲方规定的商品交验程序办理交货手续。

3、甲方在验收商品时，如发现所供商品的品牌、规格、数量、质量与验收要求不符，甲方有权要求无条件更换或补送。

>五、货款结算

1、本合同结算货币为人民币，付款以现金、银行转帐或转帐支票方式支付。

2、结算方式：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

>六、其它

1、本合同有效期从\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日到\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日，合同到期30天内，乙方向甲方提出续约书面申请，经甲方审查合格后，予以续签。

2、本合同末尽事宜，双方协商解决，若协商不成，双方提交xx市仲裁机构进行仲裁。

3、本合同壹式贰份，甲乙双方各执壹份。经甲、乙双方签字、盖章后生效。

甲方(盖章)：

委托人签字：

乙方(盖章)：

委托人签字：

签约时间：

**黄酒销售合同范本7**

为在\*等互利的基础上发展贸易，有关方按下列条件签订本协议：

订约人供货人（以下称甲方）：华龙酒业销售\*\*人（以下称乙方）：\_\_\_\_\_—甲方委托乙方为销售\*\*人，推销汉槐贡系列白酒。

商品双方约定，乙方在协议 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 有效期内， 销售不少 \_\_\_\_\_ ---万元的商品。

经销地区只限在临邑。

订单确认厂家将货送到后，\*\*人应确认签字，由供方带回厂家。

付款订单确认之后，乙方应首次付货款总额的百分之五十。再次进货应时将上次的货款交齐，并付清本次的进货总额。

佣金在本协议期满时，若乙方完成了第二款所规定的数额，甲方应按装运货物所收到的\*\*累计总金额付给乙方 %的佣金。

市场报告乙方每3个月向甲方提供一次有关当时市场情况和用户意见的详细报告。同时，乙方应随时向甲方提供其他供应商的类似商品样品及其价格、销售情况。

广告费用在本协议有效期内，乙方在上述经销地区所作广告宣传的一切费用，由乙方自理。乙方须事先向甲方提供宣传广告的图案及文字说明，由甲方审阅同意。

协议期限本协议经双方签字后生效，有效期为\_\_\_\_\_ 年，自\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 至 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_若一方希望延长本协议，则须在本协议期满前1个月书面通知另一方，经双方协商决定。若协议一方未履行协议条款，另一方有权终止协议。

仲裁在履行协议过程中，如产生争议，双方应友好协商解决。若通过友好协商达不成协议，则提交仲裁委员会，根据该会仲裁程序暂行规定进行仲裁。该委员会的决定是终局的，对双方均具有约束力。仲裁费用，除另有规定外，由败诉一方负担。1

其他条款1

甲方不得向经销地区其他买主供应本协议所规定的商品。如有询价，当转达给乙方洽办。若有买主希望从甲方直接订购，甲方不可以供货。1

甲方依照乙方先用电话或书面联系方式，再由甲方出具订货单据，同意订货后，甲方以书面形式或电话方式通知乙方，必须在订货的三天内把货物送到乙方指定的地点。

第四条 产品的销售1

本协议 \_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日在\_\_\_\_\_签订，正本两份，甲乙双方各执一份

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_酒类\*\*

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！