# 最新加盟代理合同(6篇)

来源：网络 作者：红尘浅笑 更新时间：2024-11-14

*加盟代理合同一买方： (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，就乙方经销甲方产品有关事宜订立本合同。第一条 经销级别： 省级、; 地、市级; 县市级总经销商。第二条 经销区域：经甲方考察合格， 授权乙方为 省...*

**加盟代理合同一**

买方： (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，就乙方经销甲方产品有关事宜订立本合同。

第一条 经销级别： 省级、; 地、市级; 县市级总经销商。

第二条 经销区域：经甲方考察合格， 授权乙方为 省 市(地区) 县(县级市)总经销商。

第三条 付款方式：

(1) 乙方需付合同履约保证金 万元。(县级：5万;地、市级：10万;省、直辖市：100-300万)

(2) 履约保证金到帐发货：首批根据乙方工作计划数量或履约金额数发货;以后“送二接一”。

第四条 乙方必须完成的月平均销量：省级 件/月，地市级 件/月，县(市)级 件/月。

第五条 乙方首次提货量及价格：(以单价为准)

品种名称 规格型号 单位 数量 单价 金额 零售价

胃痛安合剂 100ml/瓶×96瓶/箱 瓶

丹蓝益气养阴口服液 10ml×9支×48盒/件 盒

巴参胶囊 60粒/瓶×96瓶/箱 瓶

圣安垫(薄型) 40cm×40cm×3cm×20个/件 个

圣安垫(厚型) 40cm×40cm×6cm×10个/件 个

合计金额： 佰 拾 万 仟 佰 拾 元 角 分 ￥：

x以上内容更改无效

第六条 甲方可免费提供营销企划方案，电视专题片广告带，报媒广告样稿、终端宣传品样稿。

第七条 甲方可代为培训市场人员(费用由乙方承担)。

第八条 广告由甲方决策及发布，乙方需提供发布计划，此计划若达不到市场发展标准或双方共识，甲方无须通知乙方而对其进行否定。

第九条 乙方根据销售回款总额，可享受如下比例的返利：

销售回款总额 50--100万 100-200万 200万以上

返利比例 年返利1% 年返利2% 年返利

第十条 甲方向乙方提供符合国家或行业标准的合格产品及相关资料文件。

第十一条 甲方承担50件以上(含50件)的长途运输费用，其他运费由乙方自理。

第十二条 甲方不得在乙方未违反本合同约定的情况下，在授权区域对授权产品另设代理商(甲方自己建立的连锁店除外)。

第十三条 甲方为乙方调换在有效期内因甲方原因造成的有关质量问题的产品。

第十四条 甲方按合同约定，在合同签订半年内，因乙方无法经营下去，可办理完好包装产品及质量的退货手续;超过半年，甲方不受理。

第十五条 甲方有权建立比乙方级别更高的代理商;

第十六条 甲方有权对乙方的市场经营行为进行督查，督查包括产品疗效界定甲方形象维护，销售区域限制，价格体系维护等。乙方无条件接受甲方督查员的管理。

第十七条 甲方有权调整对乙方出售的价格和零售价格;在甲方向乙方市场或中央、全国级媒体投入广告时，亦随时通知乙方调整价格(书面传真通知有效)。

第十八条 乙方必须遵照国家法律和法规进行市场营销工作。

第十九条 乙方有义务和责任维护甲方产品的形象。

第二十条 乙方必须在授权区域内销售，不得跨区域销售，否则视为窜货、冲货;

第二十一条 乙方必须遵守甲方的价格体系，不得高于市场零售价销售，否则，甲方有权取消代理权，并按双方成交总额的10%追究乙方的经济责任。

第二十二条 乙方在前三个月内，必须完成月平均最低销量，否则，甲方有权解除乙方代理权。

第二十三条 为便于甲方有计划组织生产，乙方若需要产品时，必须提前20天通知甲方。

第二十四条 乙方应及时向甲方提出广告需求计划;同时，有责任监督甲方在乙方所在地发布广告的情况，并将监督情况向甲方总部企划部反映。

第二十五条 乙方自本合同生效之日起，获得甲方授权区域及产品的代理权;

第二十六条 乙方有权优先取得甲方系列产品的代理权;

**加盟代理合同二**

卖方：\_(以下简称甲方)

买方： (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，就乙方经销甲方产品有关事宜订立本合同。

一、方式

第一条 经销级别： 省级、; 地、市级; 县市级总经销商。

第二条 经销区域：经甲方考察合格， 授权乙方为 省 市(地区) 县(县级市)总经销商。

第三条 付款方式：

(1) 乙方需付合同履约保证金 万元。(县级：5万;地、市级：10万;省、直辖市：100-300万)

(2) 履约保证金到帐发货：首批根据乙方工作计划数量或履约金额数发货;以后“送二接一”。

第四条 乙方必须完成的月平均销量：省级 件/月，地市级 件/月，县(市)级 件/月。

第五条 乙方首次提货量及价格：(以单价为准)

品种名称 规格型号 单位 数量 单价 金额 零售价

胃痛安合剂 100ml/瓶×96瓶/箱 瓶

丹蓝益气养阴口服液 10ml×9支×48盒/件 盒

巴参胶囊 60粒/瓶×96瓶/箱 瓶

圣安垫(薄型) 40cm×40cm×3cm×20个/件 个

圣安垫(厚型) 40cm×40cm×6cm×10个/件 个

合计金额： 佰 拾 万 仟 佰 拾 元 角 分 ￥：

\_\_以上内容更改无效

二、市场扶持

第六条 甲方可免费提供营销企划方案，电视专题片广告带，报媒广告样稿、终端宣传品样稿。

第七条 甲方可代为培训市场人员(费用由乙方承担)。

第八条 广告由甲方决策及发布，乙方需提供发布计划，此计划若达不到市场发展标准或双方共识，甲方无须通知乙方而对其进行否定。

三、奖励

第九条 乙方根据销售回款总额，可享受如下比例的返利：

销售回款总额 50--100万 100-200万 200万以上

返利比例 年返利1% 年返利2% 年返利

四、甲方责权及权利

第十条 甲方向乙方提供符合国家或行业标准的合格产品及相关资料文件。

第十一条 甲方承担50件以上(含50件)的长途运输费用，其他运费由乙方自理。

第十二条 甲方不得在乙方未违反本合同约定的情况下，在授权区域对授权产品另设代理商(甲方自己建立的连锁店除外)。

第十三条 甲方为乙方调换在有效期内因甲方原因造成的有关质量问题的产品。

第十四条 甲方按合同约定，在合同签订半年内，因乙方无法经营下去，可办理完好包装产品及质量的退货手续;超过半年，甲方不受理。

第十五条 甲方有权建立比乙方级别更高的代理商;

第十六条 甲方有权对乙方的市场经营行为进行督查，督查包括产品疗效界定甲方形象维护，销售区域限制，价格体系维护等。乙方无条件接受甲方督查员的管理。

第十七条 甲方有权调整对乙方出售的价格和零售价格;在甲方向乙方市场或中央、全国级媒体投入广告时，亦随时通知乙方调整价格(书面传真通知有效)。

五、乙方责权及权利

第十八条 乙方必须遵照国家法律和法规进行市场营销工作。

第十九条 乙方有义务和责任维护甲方产品的形象。

第二十条 乙方必须在授权区域内销售，不得跨区域销售，否则视为窜货、冲货;

第二十一条 乙方必须遵守甲方的价格体系，不得高于市场零售价销售，否则，甲方有权取消代理权，并按双方成交总额的10%追究乙方的经济责任。

第二十二条 乙方在前三个月内，必须完成月平均最低销量，否则，甲方有权解除乙方代理权。

第二十三条 为便于甲方有计划组织生产，乙方若需要产品时，必须提前20天通知甲方。

第二十四条 乙方应及时向甲方提出广告需求计划;同时，有责任监督甲方在乙方所在地发布广告的情况，并将监督情况向甲方总部企划部反映。

第二十五条 乙方自本合同生效之日起，获得甲方授权区域及产品的代理权;

第二十六条 乙方有权优先取得甲方系列产品的代理权;

**加盟代理合同三**

甲方：

乙方：

本着诚实守信、平等互利、协商一致的原则，签订本公司食品产品代理

一、基本条件约定

1、甲方基本条件

甲方应具备合法的食品产品生产条件和与之相适应的产品生产能力。如乙方需要，甲方应为乙方提供货合法有效地营业执照、税务登记等证明复印文件。

2、乙方基本条件

乙方应对甲方产品品牌有足够的了解和认可度，且在合同期内不得销售与甲方产品同类的其它品牌产品，有义务向甲方及时提供真实有效地客户信息和销售情况的数据报表。

二、乙方所选择销售区域的销售渠道与销售基数约定

1、销售区域的销售渠道为省市(区) 乡镇的 地区中，乙方在下列销售渠道内自主注明“√”符号的销售渠道如下：

□土特产专卖店 □机关单位礼品市场 □超市 □商铺批发市场 □学校 □农贸市场 □车站 □旅游市场 □宾馆 □一般餐馆 □其他

2、销售基数：依据乙方所选择销售区域的销售渠道，结合甲方提出的年度销售基数，本合同约定的销售基数总额为\_\_\_\_\_仟\_\_\_\_\_佰\_\_\_\_\_拾\_\_\_\_\_万元整。

合同附件：湖南海佳食品有限公司年度代理销售基数标准

金额单位：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元

三、 双方的权利与义务约定

1、甲方尽量保证在乙方所属销售区域中选定的销售渠道内部不出现甲方其它代理商经营甲方产品的行为发生，如一旦出现，甲方应积极给予协调。

2、甲方应根据乙方要求，向乙方提供合法真实的甲方产品销售增值税发票，但由此产生的费用由乙方承担。

3、甲方应根据乙方要求，在确认收到乙方货款24小时内及时发货，并不得向乙方提供不合格产品或者贴牌产品。

4、乙方所属代理区域内的未来潜在客户和本合同中乙方自主放弃的销售渠道内客户，在甲方为委派他人销售的前提下，原则上由乙方经营管理，但乙方在经营时必须前提向甲方提出申请并征得甲方同意后方可进场销售。否则，甲方有权撤销乙方对本合同所约定销售区域的销售渠道外业务的经营权。

5、乙方如不经甲方同意，擅自将甲方产品销售在本合同约定销售区域外的业务，已经发现，甲方有权按其销售价款金额的30%给予乙方经济处罚，并责令其限期收回货物。

6、甲方对乙方实行现款现货的结算方式，其付款可以是现金、支票、电汇、银行汇票等多种方式。但乙方对旺季畅销量大的产品需在提货15天前通知甲方备货，如甲方因供电、交通等人力不可抗拒的原因造成的货物暂缺，乙方应当给予谅解。

7、因原材料价格或者生产原因，甲方需对出厂价格上调或者下调时，甲方应提前15天通知乙方，乙方须在接到通知后给予配合支持。

8、因乙方自身保管、运输、储存等原因造成的产品质量损害、经济损失和赔偿事宜，乙方应承担由此产生的经济责任和法律责任。

9、乙方在自行提货时，应当面清点产品数量和检查产品质量，乙方提货离开仓库或者配送人员离开仓库，甲方不再对产品的非质量问题和数量缺失负责。

10、乙方在接到货物的5天内发现甲方产品有批次质量问题的，应及时通知甲方，甲方应无条件负责退换。

11、乙方由于滞销原因所导致的货物积压和由于包装原因影响正常销售的产品，甲方允许乙方在产品质量完好和且在保质期内的前提下退换货，但由此产生的生产费用和运输费用由乙方负责。

四、合同维护保证金和返点奖励与处罚

**加盟代理合同四**

委托方： （以下简称甲方）

代理方： （以下简称乙方）

甲乙双方在平等互利、真诚合作、共同发展的基础上，保证消费者权益、经销商权益及厂家利益为前提，充分协商达成以下代理协议，共同遵守。

甲方委托乙方为 地区 系列产品代理销售商，代理区域包括 ；

乙方只能在规定区域内销售产品，不得跨区域或超出规定区域范围销售；

甲方不得在规定区域内销售产品，不能在规定区域内发展代理商；

甲方负责对任何第三方代理商冲货处理。

甲方对乙方实行省级统一出厂价格，乙方加价25%—30%以确保价格优势销售；

新产品价格以甲方，《新产品价格通知单》通知为准；

甲方产品价格下调，须提前10日通知乙方，由甲方业务员协助确认库存，实行减数；

以乙方库存盘存的实数为准，不在乙方库存的甲方产品视为乙方已出售产品。

运输： ；

运费： 。

第一批货物： ；

第二批货物： 。

乙方承付使用电汇，付款按汇款到甲方帐后，甲方按计划发货；甲方同意的，也可现款现货；

原则上不退货，因甲方质量原因造成的问题，甲方负责退货，并承担运费；

退货必须包装完好，配件齐全，甲方认可后才予以退货；

因乙方滞销退货，要求在四个月内予以退货，并按原进价同时扣除包装箱价和运输货款；

年终总退货额不能超过总销量的 %，但不包含甲方质量问题引起的批量退货。

第一批送货时甲方提供总金额 %的易损配件供乙方周转，以后配件问题，甲方免费以旧换新；

乙方 设定维修部，负责甲方产品的安装与维修，具体协议另定；

安装费用按维修协议执行，维修费用按甲方规定的标准执行；

售后服务费用结算，以乙方发生的维修单据为依据结算后，可以冲抵下次提货金额；

乙方必须保证甲方对顾客“城区24小时上门服务，郊区48小时上门服务”的承诺；

配件以旧换新，多余部分按甲方进货价计算。

甲方将乙方每次总货款资金总额的\_\_\_\_%做为乙方广告专项费用；

甲方根据实际情况为乙方制作销售展柜和门牌广告，发放广告伞及其它促销品和代理经销牌，费用从专项广告费中支付，新产品推出促销费由甲方另配；

乙方店内装修，须采用甲方ci策划方案基调，由甲方设计的，直接施工甲方承付\_\_\_\_%装修费用，乙方自行安排采用甲方ci策划的，经甲方审核后，甲方承付\_\_\_\_%费用，此部分费用从前期铺货资金中顶抵。

乙方自行安排的促销活动费用自理，可提请甲方协助，从专项广告费用中支付，由甲方提出方案和安排促销的，费用由甲方承担。

所有由甲方承担费用的促销活动及广告投入，须经甲方总经理批准后方可执行；

以上广告费用的支付，须执行甲方新产品价格为前提；

广告费用的结算必须附带有效凭据，如照片、声像资料、宣传资料等；

乙方前期投入广告部分先自行垫付，按7、3标准结算，年底结算时在铺货款中抵扣。

临时发生奖励由甲方自行决定，奖励以广告、促销品为主。

乙方必须严格遵守上述一切条款；

乙方必须以甲方产品为主推产品；

乙方向甲方提供乙方的有关资料，包括营业执照、责任人、地址、电话、法人代表等；

甲方发现乙方跨区域销售，其它区域经销商提出投拆，并提供产品购货票据，证明是乙方冲货时，甲方有权在返利中扣除；

双方的违约金额按“冲一罚五十”的方式进行，即一方发现另一方冲货一台，扣除50元，违约金在提货款中抵消；

甲方对冲货严重的提出批评或警告，直至取消代理权；

合同执行限期内，乙方如发现甲方在乙方有效代理区域内发展其它经销商，或直接供货的，乙方可以据证向甲方要求发现数量金额的5%的赔偿；

乙方确有困难，不能完成销售任务的，双方可协商退货，按进货价在扣除包装、运费后退回甲方。其它使用过的、损坏、维修过的产品不在内，另行协商按双方各自责任分别承担，不包括因质量问题的产品；

任何一方不得擅自违约或修改合同，违约方按本合同及国家有关法律规定来承担违约责任。

本合同未尽事宜，双方在真诚友好、平等互利的原则上协商解决；

合同期限暂定一年，到期双方协商续签，签订在原铺底结清后生效，再铺数按新协议执行。

委托方（甲方）：

代理方（乙方）：

地址：

地址：

\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日

\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日

**加盟代理合同五**

一、合同各方

授权方：济南富民在线信息技术有限公司(以下简称“甲方”) 法定授权人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定地址：济南市高新开发区齐鲁软件园d座202 邮编：250110 被授权方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (以下简称“乙方”) 法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方经协商，就乙方加盟甲方运营的“富民在线”电子商务交易平台一事，达成如下协议：

二、合同期限

本合同加盟期限为\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_月\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_月\_\_日止。

三、加盟经营

1、甲方特此授权乙方为“富民在线”电子商务交易平台\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(区域名称)的代理经销商。经此授权后，甲方在该区域内将不再授予任何其它企业、个人以同类经销权。

2、在代理区域内乙方在甲方的监管指导下有选择地发展商铺与会员。只要会员去公司签约的商铺消费，乙方即获得相应的收益。

3、甲方与乙方分享经营及技术资源。如：营销理念、员工培训、文案策划、业务谈判技巧，平台供销存系统等。

**加盟代理合同六**

甲方：

乙方：

为保护甲乙双方的合法权益，根据国家有关法律、法规规定，在共同发展原则下，本着平等公正的原则，双方协商一致，特订立本合同。

一.甲乙双方均同意按照本合同内容之规定执行。

二.甲方委托乙方作为甲方专利产品 一次性无痛导尿管 在 地区的独家经销商。

三.合同标的额及市场保证金

1. 合同标的额

标的额1：乙方全年销售额

标的额2：乙方首批进货额

2. 市场保证金

为维护共同利益，确保市场稳定，乙方须交纳给甲方人民币 万的市场管理保证金，合同期满后，甲方在三个月内返还乙方。

四.供货价格详见合同附件

1. 保证金支付方式：规定时限内全款汇到甲方帐户

2. 供货方式：实行现款现货，款到发货原则。

3. 交货地点及运费：甲方在确认乙方货款到帐后及时发货，并承担产品到达乙方经销区域前的一切运费。

4. 包装标准：甲方保证向乙方提供的产品为标准无菌包装。

5. 产品质量：甲方保证向乙方提供质量合格的产品，凡由于甲方引起的产品质量问题发生的串货费用全部由甲方承担。

五. 双方的权利、义务承担

1. 甲方的权利

对乙方的经营有查询、监督权。

甲方对乙方违反本合同的行为有权直接追究乙方经济、法律责任。

2. 甲方的义务

有按照合同规定维护乙方合法权益的义务。

有责任向乙方按时、保质、保量提供产品。

甲方有责任在乙方经销区域内维护其权威性，并积极配合乙方在其分销区域内对产品推广有利的活动。

甲方有责任对乙方反馈的市场信息予以及时的研究、答复。

甲方有权根据市场状况定期和不定期的召集乙方共同讨论市场管理及销售相关事宜，乙方应予积极配合。

甲方有权对乙方在授权区域内连续两个月未有拓展的重点城市和重点医院进行调整，调整区域和医院辰和产品经营权由甲方重新授权，并从乙方授权区域中划出。

为规范市场，如乙方未经甲方授权而超出经营区域范围和渠道的窜货行为及其他有损于本协议条款的行为，甲方有权要求乙方停止该行为退出窜货区域和医院。对恶意窜货行为(恶意窜货指向辖区外已使用辰和产品医院的倾销行为)需赔偿被窜货区域经销商的损失，同时按所窜货的数量每只产品罚款人民币200元，并有权视恶意窜货在100只以上者取消其地区经销资格及保留诉讼权。

为乙方提供产品上市所需要的相关资料和文件。

3. 乙方的权利

有在合同规定范围内的自主经营权。

对甲方违反本合同的行为有处罚权;情节严重的，可以直接追究甲方经济、法律责任。

4. 乙方的义务

乙方提供二证一照(营业执照、税务登记证、医疗器械许可证)。

乙方有权要求甲方在其经销区域内经销权不受侵害。

乙方有责任完成双方签定的销售指标，如连续三个月未能完成销售目标的80%或单月销售低于50%、三甲医院半年内无法开拓至50%的，甲方有权进行调整，调整的区域和医院由甲方重新授权。

乙方有责任每月提供客户使用产品流向及相关资料，以便于甲方给予市场支持。

如遇产品有质量问题，乙方需收回医院使用过程中的产品和医院相关科主任签名或经医院盖章的证明，并需经甲方确认属实后及时调换。

乙方有责任维护甲方利益及产品形象，并在辖区内组织专业机构指定专门人员对甲方的产品进行推广。

乙方有责任及时反馈产品终端信息及竞争动态，服从甲方有关市场管理的规定，对市场的异常情况应及时与甲方共同讨论、研究处理方案。

乙方未经甲方同意不可跨区域进行任何销售和推广活动。同时，乙方在分销期限内不可同时经销与甲方产品性质、功能相同或相近的同类产品，否则均属违约。

乙方有对经销区域内规范市场管理的责任，若乙方设立二级分销对市场造成不良影响，如货物流向失控(窜货)、医院终端管理不严、乱定价等情况，均由乙方全额赔偿并承担全部责任。

六. 本合同有效期

本合同一经双方签署盖章后生效。有效期自 年 月 日起至 年 月 日止。如双方同意续约，任何一方在期满前1个月内书面通知对方。如果某一方不按此合同条款履约，另一方有权终止合同。

七. 本合同未尽事宜，双方另行协商签订补充合同，补充合同与本合同具有同等法律效力。严守本合同各条款之内容是双方的承诺;任何一方向外泄露本合同之内容，均属于违约行为。由于不可抗力(运输事故等)或国家政策变动等特殊原因造成的违约行为，双方协商解决。

八. 本合同最终解释权归甲方。

九. 违约责任：双方同意本合同全部条款. 如有违约，按国家有关法律法规解决。

十. 解决争议的方式：

1.甲方指定向人民法院提起诉讼。

2. 向嘉兴市仲裁委员会提出仲裁。甲、乙双方可任选其一，诉讼地点为嘉兴。

3. 本合同附件与本合同具有同等法律效力，本合同一式四份，均为正本，双方各执两份。

甲方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方(公章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(签字)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

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！