# 精选产品经理工作简历模板产品经理个人简历(8篇)

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2025-04-07

*精选产品经理工作简历模板产品经理个人简历一移动互联网产品经理的主要任务是服务人群，主要工作是研究人类群落的行为模式。用产品为人群提供服务，并且要预判人群卷入之后行为模式的变化。从方法论的角度思考，人类群落也处于演进过程中。早期人类是村落人群...*

**精选产品经理工作简历模板产品经理个人简历一**

移动互联网产品经理的主要任务是服务人群，主要工作是研究人类群落的行为模式。用产品为人群提供服务，并且要预判人群卷入之后行为模式的变化。

从方法论的角度思考，人类群落也处于演进过程中。早期人类是村落人群模式，村落中的每个人认识每个人，人际关系以非常实际的亲戚关系和职业关系为纽带。现代人类是社会化人群模式，人群数目极大增长，人际关系依托于抽象的社会生产关系：契约、合同、雇佣关系。。。。。。产品经理曾经是村落里的铁匠，他认识每个村民，每个村民也认识他。而在今天，产品经理完全退居幕后，他不可能认识每一个用户，用户甚至不知道这个人的存在。

因此，产品经理在方法论上存在着各种选择：他可以提供某种基于熟人群落的旧式服务，以增进熟人群落的情感为产品目的;他也可以提供某种基于大数人群的新式基础服务，以便于人们彼此认识，协调工作，从自利为基础的无序活动中自组织处有序活动;或者，他也可以提供某种中间类型的产品，帮助人们平滑度过两种人群模式，减少由于变化而产生的阵痛。

但是，产品经理的主流应该是服务于未来。先于人众接触新技术新知识，并把这种认知转化为产品，利用产品提供现代人类社会中的各种人群。尽一切可能，降低学习成本，利用人类的本能设计产品，使得人群得以顺利“滑入”新的产品使用场景。

在所有这一切之上，产品经理的目标应该是实现社会美和善和总量。

二、移动互联网产品经理的素养

1、敏锐感知潮流变化。移动互联网产品会从相对匮乏时代进入相对富足时代，用户可以选择的产品会随时日流逝而日渐增加，产品终将成为一种时尚业。产品经理若是沉溺于各种新鲜玩意儿之中，追逐新奇，很可能错过真实的时代潮流，无法把握人群的真实需求。

2、放弃理性思维。移动互联网的特点是变化极快，传统的分析用户，调研市场，制定产品三年规划，在新的时代里已经落伍。人类群落本身也在迁移演变，产品经理更应该依靠直觉和感性，而非图表和分析，把握用户需求。产品经理永远都应该是文艺青年，而非理性青年。

3、海量的实践。尽管移动互联网方兴未艾，没有任何人可以自称是领域内的专家。但是，这不意味着存在天降天才的可能。《异类》中提出的一万小时定律，同样适用于产品经理。他们需要超过千次的产品实践，才能称得上是了解产品设计，拥有解决问题的能力。

4、博而不专的积累。美术、音乐、阅读、摄影、旅游等等文艺行为貌似不能直接转化为生产力，但是合格的产品经理需要广博的知识储备，以此才能了解和认识大数量的人群，理解时代的审美，让自己的所思所感符合普通用户的思维范式。以此为基础，设计的产品才不会脱离人群。

5、负责的态度。拥有合适的方法论和合适的素养，成功的产品经理还应该有对自己和产品负责的态度，唯其如此，产品经理才能足够偏执，清楚地知道自己究竟要做什么，抵挡住来自上级和绩效考核的压力，按照自己的意志不变形、不妥协地执行产品策划。

三、移动互联网产品设计的原则

1、绝不考虑web形态，一切考虑都基于app。

2、产品优先级

(1)有趣高于功能，产品必须有趣，必须cool，才可能形成传播和口碑。

(2)功能高于交互，明确的功能满足明确的需求，用户不会在意炫酷交互效果。

(3)交互高于ui。便捷、快速的交互设计为先，围绕具体功能实现ui，而非有优质ui方案为此专门设立一个功能。

3、聚焦：一个app只做一件事情，一个大而全的app意味着全面的平庸。

4、永远一维化：让用户在一个维度里解决具体的问题，twitter的timeline就是一个好的范例。而类似facebook、path那样的滑出式菜单则是一个灾难，因为这使得产品拥有两个维度，加大了用户理解的困难。

5、保持主干清晰，枝干适度。产品的主要功能架构是产品的骨骼，它应该尽量保持简单、明了，不可以轻易变更，让用户无所适从。次要功能丰富主干，不可以喧宾夺主，尽量隐藏起来，而不要放在一级页面。

6、不要让用户选择。同一个页面之内，有多个入口;同一个功能，有多个实现方式;同一个界面，有多个展示方式。这对于用户来说是一种痛苦而非享受，因为他们只会因此而感觉到困惑和恐惧。用户宁可采取重复操作漫长而固定的操作路径，也不愿意使用多变的快捷方式。

7、隐藏技术，永远展现简单的、人性化的、符合人类直觉的界面。开发不可以为了炫技而展示功能，产品不可以为了炫耀而功能堆砌。

8、拒绝个性化。除了依靠设计特色而立身的app，换肤一类的个性化设计，除了让产品经理幻觉自己做了许多工作而自我满足之外，没有任何价值。它只能证明产品经理对自己的产品不自信，因为自信的产品经理凭借默认皮肤就可以满足用户。延伸开去，一个好的产品，其功能应该满足全球用户需求，无需为地区做特别定制化。

9、产品一定程度上是为了满足人性中的贪嗔痴，这是用户的痛点。能把握住之后，产品经理应该超越其上，用产品帮助人们得以解脱。

10、想清楚自己究竟要做什么，不去迎合上司，不去讨好用户，不去取悦自己。

11、分类!分类!分类!这是产品经理在确定产品主要功能构架之后，应该为用户做的事情。分类无助于降低产品使用的难度，但是可以帮助用户认知产品和周边的世界。

12、永远围绕功能而做设计，永远不要倒过来做这件事情。

13、一个产品的基本功能不受用户认可，做加法也无济于事。

14、想不清楚一个功能点之前，宁可不做。

15、千万不要让用户在产品里“管理”什么。

四、“自然流”的设计思路

好的产品应该隐藏产品经理的个人意图，用户仅仅凭借直觉和经验就可以顺利使用，以达到“自然而然”的境界。坏的产品提供产品说明书，其恶劣程度和tip和文字说明数量正相关。为此，好的产品经理可以和用户之间平等对话，无需刻意谄媚、恶意卖萌，产品本身就会说话。

自然流的产品，它本身就可以可用户交流。针对用户的任意一个动作，给出的、清晰的反馈，并且能让用户没有任何偏差地接受。它没有人造物的冰冷生硬，而有一种温暖的人性存在。例如在ios中微信?友圈里的评论按钮，按下之后弹出“赞”和“评论”弹窗。这一弹窗快速向左滑动，然后像碰到什么东西一样快速向右反弹一个很小的距离，然后才最终停下来。用户可能根本未能意识到这一微小的停顿，但是在潜意识里，他们会感受到这个弹窗并非全然的人造物。因为根据生活经验，世界上没有任何东西可以从运动直接变到绝对静止。

绝对不要让用户在使用产品的过程中感受到产品经理的伟大和聪慧，产品经理应该完全隐没在产品之中。用户应该可以不假思索地上手，按照设计意图行事，从中获得既定的正向反馈。这一切应该自然而然地发生，用户感觉似乎产品天生就应该这样使用，从产品还未出现之前很久就应该如此。好的产品不会强调自己存在于世界之上，它只是努力地、毫无痕迹地成为这个世界的一部分。

做自然流的产品，必然会在美学上倾向于简单，反逻辑。产品经理必然的选择是做减法，在诸多功能中选取最能解决实际问题的一个，在诸多特性中选取最符合直觉的一项，于是产品也就拥有了优雅和简洁，让人难以忘怀。极简和极自然，使得模仿无法存在，因为没有人可以造出更好的体验来。

**精选产品经理工作简历模板产品经理个人简历二**

第一条协议项目和目的

1.1甲、乙双方经过协商，本着互利互惠的原则，甲方申请成为\_\_\_\_\_\_\_\_\_代理商，经乙方初步审核符合代理商申请资格，签署本合作协议。

1.2本协议的目的是在甲乙双方之间建立产品或服务的分销体系，保证甲方销售或提供的乙方产品或服务的品质正宗、渠道合法。甲方可以依据本协议使用乙方商标、企业名称、域名等相关信息解释乙方产品或服务的来源和品质。甲方不得以乙方名义面对第三人、对外签署合同，以及以乙方名义从事任何经济行为。本协议生效后，乙方授予甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_代理商资格，由甲方向其直接客户（以下简称客户）分销乙方的纳米系列产品以及乙方在本协议有效期内推出的其它业务。

第二条双方的权利和义务

2.1甲方的权利和义务

2.1.1积极宣传推广本协议第一条之业务及其增值业务，维护乙方的企业形象和服务品质，如实向客户告知所提供的服务项目及基本报价等，不得进行以次充好、削减服务项目、项目收费等损害乙方和/或客户利益的行为。

2.1.2甲方办理第一条之业务时由甲方与客户签定合同，全部合同权利义务由甲方独立承担，并向客户提供必要的服务和技术支持，解答客户提出的各种问题。

2.1.3依照乙方规定就第一条之业务享受乙方指定的         代理商价格。甲方自行与客户约定的产品收费标准不得低于乙方公开报价（申请特价乙方同意除外）。

2.1.4向乙方及时提供客户的相关资料和支付相关费用以保证业务的顺利进行。

2.1.5保证服务质量，不得损害乙方整体市场形象，也不得从事其它损害乙方利益的行为。

2.1.6甲方可以在其公司宣传材料和名片上以及广告内容中使用乙方认定          代理商字样和统一标识，未经乙方书面授权，甲方不得以乙方办事处、某级别代理、地区代理或总代理等具有垄断性、排他性和其它未经乙方授权的名义进行广告宣传及商业活动。且不得将乙方与甲方作任何实质性联系，其企业名称不得出现引人误解其为乙方分公司或分支机构或总代理的字样。甲方不得做出任何引人误解或引起混淆的行为，使他人误以为甲方是乙方子公司或分公司、关联公司、总代理或其他实质性关系单位。

2.1.7甲方保证其所有经营活动完全符合中国有关法律、法规、行政规章等的规定。如因甲方违反上述规定的行为给乙方带来任何损害，甲方应承担所有法律责任并赔偿给乙方造成的损失。

2.1.8与乙方正式签署本合作协议后，本协议有效期内，甲方不得和任何与乙方构成商业竞争关系的企业、商业机构或者组织进行相同或者类似本协议内容的合作，否则乙方有权随时取消其        代理商资格并有权要求甲方赔偿损失。本协议有效期内及本协议终止或者解除后，甲方承诺不向与乙方构成商业竞争关系的企业、商业机构或者组织提供有关乙方业务、技术等一切相关信息或者资料，否则愿意承担相应的责任。

2.1.9甲方与乙方的其他代理商之间不得进行恶性竞争或者其它不正当竞争。

2.1.10本协议所称与乙方构成商业竞争关系的企业、商业机构或者组织是指符合下列情形之一的企业、商业机构或者组织：

（1）与乙方处于相同或者相近似的商业、技术领域；

（2）与乙方经营范围相同或者相近似；

（3）与乙方所提供的产品、服务或者所面向的客户群相同或者相近似；

（4）法律、法规规定的其它情形。

2.1.11甲方如非\_\_\_ \_ \_\_\_\_\_授权代理，则不得以\_\_\_\_\_ \_\_\_\_授权代理名义进行活动，否则责任自负。如给乙方造成损失的，应赔偿乙方相应损失。

2.1.12甲方有权在本协议期满时，与乙方续签本协议的优先权。

2.2乙方的权利和义务

2.2.1虽然作为本合同服务标的的第一条所述之业务可能成为甲方与客户服务合同中规定的服务标的，按照本合同约定，甲方以自己的名义与客户建立合同关系并独立承担合同责任，乙方不与甲方的客户建立服务合同关系。

2.2.2甲方向客户递交的有关乙方业务，一经甲方递交，乙方便视为甲方及客户同意使用此产品；甲方提交的客户资料乙方必须妥善保管，如泄露所造成的损失由乙方负责。

2.2.3乙方向甲方提供完整的售后服务，详细条款由甲、乙双方之间具体的业务合同确定（包括电子版合同形式），乙方的售后服务可对甲方，可向客户。

2.2.4及时将与甲方分销业务有关的价格细则和变化，市场动态指导通知甲方（一般用电子邮件方式）。

2.2.5向甲方提供业务范围内的技术支持和技术培训，帮助甲方提高技术能力，拓宽业务范围。

2.2.6对因甲方违反本协议造成客户或乙方损失的，乙方有权终止本协议并有权要求甲方赔偿损失

2.2.7对因乙方过错造成的损失，乙方只向甲方承担责任。该责任的承担以甲、乙双方之间发生的该笔具体业务金额的总额为上限。

2.2.8对于甲方与其客户之间的纠纷、争议、损失、侵权、违约责任等，均由甲方与客户自行解决，乙方不介入甲方与客户的纠纷、争议等，也不对客户的任何损失负责。

2.2.9在本协议有效期内，乙方有权根据市场情况修订定价和金牌代理商管理规范。修订一旦作出，乙方会提前15天发送电子邮件，修订从规定的日期起生效。

2.2.10如果代理价格有变动，以乙方网站上的价格为准，乙方有义务用电子邮件把报价发到甲方的电子邮箱。

第三条对分销商的奖惩

3.1依据相关的价格体系对甲方的分销业务给予优惠。

3.2甲方成为乙方      代理商后，或者有违反金牌代理商信誉和宗旨的，或者违反本协议，以及给客户或者乙方造成严重损害的，乙方有权取消其金牌代理商资格，追究其法律责任，同时本协议终止。

第四条协议有效期

4.1本协议有效期为\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日。

第五条协议变更、终止及违约责任

5.1甲、乙双方应本着诚实信用的原则履行本协议。任何一方在履行中采用欺诈、胁迫或者暴力的手段，另一方均可以解除本协议并要求对方赔偿损失。

5.2任何一方在履行中发现或者有证据表明对方已经、正在或预期将要违约，可以终止履行本协议，但应及时通知对方。若对方对本协议继续不履行、履行不正当或者违约，该方可以解除本协议并要求对方赔偿损失。

5.3在协议执行期间，如果双方或一方认为需要终止，应提前一个月通知对方，双方在财务结算完毕、各自责任明确履行之后，方可终止协议。因一方违反本协议的约定擅自终止本协议，给对方造成损失的，应赔偿对方损失。

5.4在5.3之情形下，对方应继续完成当月的财务结算，各自明确责任。

5.5经双方协商达成一致，可以对本协议有关条款进行变更，但应当以书面形式确认。

5.6订立本协议所依据的法律、行政法规、规章发生变化，本协议应变更相关内容；订立本协议所依据的客观情况发生重大变化，致使本协议无法履行的，经甲乙双方协商同意，可以变更或者终止协议的履行。

5.7因本协议一方经营情况发生重大困难、濒临破产进入法定整顿期或者被清算，另一方可以解除本协议。

第六条争议解决

6.1在本协议执行期间如果双方发生争议，双方应友好协商解决。如果协商不成，双方同意提交仲裁委员会进行仲裁，并接受其仲裁规则。该仲裁裁决是终局的，双方将无条件服从该仲裁裁决。

第七条不可抗力及意外事件

7.1因不可抗力或者其他意外事件使得本协议的履行不可能、不必要或者无意义的，任一方均可以解除本协议。遭受不可抗力、意外事件的一方如全部或部分不能履行本协议、解除或延迟本协议，应自不可抗力、意外事件发生之日起五日内，将事件情况以书面形式通知另一方，并于事件发生之日起二十日内，向另一方提交导致其全部或部分不能履行或延迟履行的证明。

7.2遭受不可抗力的一方应采取一切必要措施减少损失，否则应就扩大的损失承担责任。

7.3本协议所称不可抗力、意外事件是指不能预见、不能克服并不能避免且对一方或双方当事人造成重大影响的客观事件，包括但不限于自然灾害如洪水、地震、瘟疫流行和风暴等以及社会事件如战争、动乱、政府管制等。

第八条附则

8.1本协议的订立、效力、解释、履行和争议的解决均适用中华人民共和国法律。

8.2除法律本身有明确规定外，后继立法或法律变更对本协议不具有溯及力。双方可根据后继立法或变更后的法律，经协商一致对本协议进行修改或补充，但应采用书面形式。

8.3本合同任一方变更通知、通讯地址或其它联系方式，应自变更之日起十日内，将变更后的地址、联系方式通知另一方，否则变更方应对此造成的一切后果承担责任。

8.4本协议的理解与解释应依据协议目的和文本原义进行，本协议的标题仅是为了阅读方便而设，不应影响本协议的解释。

8.5任何一方对本协议的内容和对方当事人的商业机密均负有保密的义务。

8.6本协议一式二份，双方各执一份，经签字、盖章后生效，二份协议具有同等效力。

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

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

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

**精选产品经理工作简历模板产品经理个人简历三**

技术可以学习，素质却难以培养，有些素质是成功的产品经理必不可少的。回顾一年来完成的产品经理工作，我在综合素质方面得到了很大提升，现对这一年的工作总结如下。

一、对产品的热情

有这样一群人，他们对产品有一种本能的热爱，把自己生活中的一切事物都看成产品，怀揣对优秀的产品的热爱和尊重。这份热情是产品经理必备的素质，是他们夜以继日克服困难、完善产品的动力。这份热情能感染团队成员，激励所有人。

辨别这种特质很容易，可以让应聘者谈谈自己最喜欢的产品及喜欢的原因，聊聊不同领域的产品和他讨厌的产品，问问对方，如果有机会，他打算怎样完善自己最喜欢的产品。热情是难以伪装的，虚伪的做作容易毕露无遗。

二、用户立场

理想的产品经理不一定来自产品的目标市场(这种情况有利也有弊)，但是他必须融入目标市场。这一特质对制造大众产品的高科技企业尤为难得。我们倾向于从自己的角度去理解用户和市场。事实上，目标用户的经验、喜好、价值观、知觉能力、忍受程度、技术理解很可能与我们的大相径庭。可以就产品的目标市场向应聘者发问，让他谈谈如何换位思考。了解应聘者对目标市场的感觉，最重要的是看对方是尊重目标市场希望融入其中，还是打算一意孤行改变用户习惯。

对国际化的产品和针对特定地域的产品来说，换位思考尤其重要。各种文化虽有共通之处，但也存在许多差异。有些差异对产品无关紧要，有些则至关重要。应该考察应聘者是否足够了解目标市场，能否区分这两种差异。

三、智力方面

人的智力水平是无法替换的。产品管理需要洞察力和判断力，因此必须具备敏锐的头脑。勤奋当然是必需的，但从事这项工作光有勤奋还远远不够。招聘聪明人是项知易行难的任务，结果在很大程度上取决于招聘者的能力和可靠性。常言道，“物以类聚，人以群分”，此言不虚。方法之一是测试应聘者解决问题的能力。

\_\_令人称道的、深入而有效的面试，即是考察应聘者解决问题的能力，通常由一位或多位领域专家就一个问题对应聘者进行深入考察。面试官不关心应聘者是否知道正确答案，而看重应聘者解决问题的思路和方法(智力优于知识)。如果应聘者回答正确，面试官会将问题略作调整，询问应聘者在新情况下如何应付。重复这个过程，直到应聘者被迫处理他不知道答案的情况，说出解决方法。

四、职业操守

每种团队角色承担的义务和付出的努力都不相同。产品经理肩负着产品的前途和命运，绝不适合贪图安逸的人担任。即便掌握了时间管理和产品管理的技巧，产品经理依然要为产品投入大量精力。成功的产品经理能拥有时间享受清闲的家庭生活吗?只要具备足够的经验，我相信可以做到。但是，如果期望的是一周只工作四十个小时，下班后把工作抛诸脑后，那是不现实的。

成功的产品经理需要付出多少努力?在这个问题上，我对应聘者向来坦率，产品管理工作绝不能用时间来衡量，付出多少都不为过。紧急情况下临时找来的“救火队员”多半不是合适的产品经理人选。

**精选产品经理工作简历模板产品经理个人简历四**

转眼间我到工作已经x年了，在领导的培养帮忙和同事们的支持下，我从一个法学专业出生的学生成长为一个能够熟练掌握大部分业务的员工。x年x月我从调至支行从事产品经理岗们工作，静心回顾这一年的工作生活，我感觉收获颇丰，现将这一年的学习工作状况总结如下：

一、加强学习、提高素质

我今年二月份从调到支行从事产品经理工作，以前对资产业务接触比较少，并且各项业务变化比较多，这就需要我静下心来重新学习信贷业务知识，在我到岗理清思路后，我自觉加强各种金融产品的理论知识学习，提高自我对我行金融产品的理解，并在较短时间内熟悉信贷业务，在领导和师傅们的帮忙下，很快就上手了。我想只有自我对业务掌握透彻后才能更好的为客户带给服务。

作为一名产品经理，我深刻体会和感触到该岗位的职责，客户经理是我行资产业务对公众服务的一张名片，是客户与我行联系的枢纽，怎样更好地服务好客户是我要学习和进步的地方，一方面要熟悉自我行里的业务产品，明白自我能够给客户带来什么，另一方面，要明白客户需求什么，尤其是后一方面，明白了客户的需求，才能去有的放矢的服务客户。

在加强业务学习的同时，我还用心认真学习政治理论，提高自身政治素质。作为一名中国民主建国会会员，我时时刻刻严格要求自我，作为参政党成员，我用心拥护中国共产党的领导，并用心参与建言献策，努力学习中国共产党的先进性文件，认真践行党的群众路线。

二、脚踏实地、勤奋工作

作为一名产品经理，我勤勤恳恳，任劳任怨。我的工作主要是银行资产业务，为单位创造效益的同时还要时刻把握业务风险，不能因为自我的疏忽给银行带来损失，这就要求我做事要细心，观察要仔细，调查要属实，报告要认真，分析要专业，在维护好存量客户的同时要努力挖掘新的客户，并以专业的业务处理潜力来满足客户的需求，在优先获取营业利润的同时实现个人合规工作，保证信贷资金的安全。

三、存在不足

对挖掘现有客户资源，客户好中选优，提高客户数量和质量，提升客户对我行更大的贡献度和忠诚度还有待加强。我还需要进一步克服年轻气躁，做到脚踏实地，提高工作主动性，多干少说，在实践中完善提高自我。

在新的一年，我将再接再厉，更加注重对新的规章、新的业务、新的知识的学习专研，改善工作方式方法，用心努力工作，增强服务意识，争取在各个方面取得进步，成为一名优秀产品经理。

**精选产品经理工作简历模板产品经理个人简历五**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法人代表：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲乙双方在平等、自愿、公开和诚实信用的基础上，为共同推广\_\_\_\_\_\_\_\_\_软件系统，达到良好的合作效果，实现开发商与代理商的双赢目标，就乙方为甲方销售《\_\_\_\_\_\_\_\_\_软件》使用许可协议有关事宜协商一致，现签定代理经销合同，以保证双方的利益。

第一条 甲方给予乙方合法代理销售甲方产品资格，在本协议签定生效之日起，乙方成为甲方《\_\_\_\_\_\_\_\_\_软件》\_\_\_\_\_\_\_\_\_省唯一的销售代理经销商。

第二条 乙方需交纳加盟费人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元整后，方可正式成为甲方的代理经销商。如当年销售额达到人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元以上，加盟费返还乙方。

第三条 自协议签定之日起至合同结束时，甲方将向乙方提供以下服

务：

1.给予乙方在\_\_\_\_\_\_\_\_\_省范围内合法销售甲方产品资格。

2.在收到乙方货款后，及时向乙方提供相应的软件产品。

3.作为软件开发商，甲方为乙方提供全方位服务。包括：技术支持、人员培训、软件演示、安装调试、版本升级。

4.为乙方提供优惠的甲方产品代理价格，甲方给予乙方所销售软件的销售折扣，具体数额如下：年销售额\_\_\_\_\_\_\_\_\_以上，软件折扣为五折。年销售额\_\_\_\_\_\_\_\_\_以下，软件折扣为七折。

5.为乙方提供全面的资料，有《\_\_\_\_\_\_\_\_\_软件》销售授权书一份，《\_\_\_\_\_\_\_\_\_软件》为期一年的试用版一套、全套拥护手册，《\_\_\_\_\_\_\_\_\_软件》演示版光盘及宣传彩页若干，\_\_\_\_\_\_\_\_\_一册。在收到乙方的加盟费人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元后发出。

6.对于甲方软件本身质量问题所引起的故障，甲方将进行终身维护。

7.乙方若需对甲方软件进行改动并进行二次开发，需另订协议作为合同的附件，由甲方另收开发费用。

第四条 自协议签定之日起，乙方应遵守如下条款：

1.乙方为甲方销售的计算机软件系统的著作权、版权和其他知识产权等始终为甲方所有。乙方不得独自或与任何第三方对软件系统(包括正式版和试用版)进行翻制、复制、解密、反编译、反汇编和其他反向工程，否则甲方有权追究乙方法律责任和要求经济损失赔偿(赔偿金不少于人民币五十万)。

2.乙方所有销售的甲方产品均须从甲方合法获得，绝不采用预装的方

法将一份甲方产品提供给多个用户，即乙方在向用户提供甲方产品的时候，必须保证一份甲方产品只能提供给一个用户。

3.乙方只能将甲方产品提供给最终用户，未经甲方同意不得将甲方产品提供给任何想利用甲方产品牟利或进行分发的单位或个人。

4.乙方不得做任何影响甲方名誉或产品信誉的事情。

5.乙方不得采取其他任何方法违法销售或分发甲方产品，给甲方造成损失。

6.乙方在软件销售及其它任何行为中所引起的纠纷或法律责任与甲方无关，甲方不承担任何责任。

7.乙方为甲方销售计算机软件系统使用许可协议而发生的乙方的销售费用由乙方承担。

第五条 违约责任

乙方若违反协议中规定，进行销售或分发，愿按违约销售或分发的份数，以二十倍于所销售或分发的甲方软件的市场零售价的金额赔偿给甲方。乙方若违反协议中规定，侵犯甲方的知识产权，愿接受甲方不低于\_\_\_\_\_\_\_\_\_元的经济索赔。若一方违约给另一方造成损失的，除赔偿损失外，另须承担违约责任。若发生争议，本着协商的原则友好解决，如双方不能达成共识，可依法解决。若双方发生争议，须依法解决时，任何一方均可将该纠纷交由本地的有权部门解决。

第六条 协议期限

本协议有效期为一年(自\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日至\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_\_\_日止)协议到期后，若乙方愿继续代理甲方产品，须提前一个月告知甲方，并重新签定协议。

第七条 本协议未尽事宜，由双方协商处理，若须更改本协议，经双方协商一致后再签定补充协议，与原协议具有同样效力。

第八条 本协议一式两份，甲乙双方各执一份，自签字盖章之日起生效执行。

第九条 本协议的解释权归甲方所有。

甲方(签章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 乙方(签章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 \_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_

**精选产品经理工作简历模板产品经理个人简历六**

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

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

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

住所：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

联系电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_公司结合现在的市场需求的特殊情况，成功地开发了既科学，又适应市场的\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品。现甲乙双方在平等、互惠、合作、友好的前提下，达成如下协议：

一、甲方授权乙方为\_\_\_\_\_\_\_\_\_地区的专业的\_\_\_\_\_\_\_\_\_公司的\_\_\_\_\_\_\_\_\_产品代理机构，甲方为授权方，乙方为独立的经营机构和代理机构。

二、本合同从\_\_\_\_\_\_\_\_\_起至\_\_\_\_\_\_\_\_\_止。乙方只能在甲方指定区域内开展工作，不得做有损甲方形象的行为。

三、本合同在签定时，乙方需向甲方支付代理费为：人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，不论出现任何情况，此费用甲方均不退还乙方。同时为了保证乙方的行为不损害甲方的利益和企业形象，乙方需向甲方缴纳保证金\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。在双方合同期满后，如乙方无违约行为，由甲方退还乙方保证金。

四、在本合同签定之后，甲方须对乙方进行运营工作和管理工作方面的培训，乙方应认真学习，以便尽快在乙方代理地区开展工作。甲方对乙方的第一次系统完善的培训，甲方不收培训费。如以后乙方要求甲方对乙方进行的提升培训，甲方要根据具体情况进行收费

五、乙方应根据具体工作的需要，随时与甲方保持联系，特别是对信息的处理，不得有严重滞后的情况出现，如因此而造成甲方的名誉损失，甲方有权单方面终止合同。如由甲方的不负责对乙方造成损失，乙方也可单方面终止本合同。

六、甲方提供给乙方的经营资料为甲方的知识产权，甲方是为了帮助乙方经营而借与乙方使用，甲乙双方合同期满后，乙方应退还给甲方。乙方不得作翻印、复制、模仿或向第三者提供模仿甲方的经营资料。不管合同期限内或合同期满后，如乙方有此行为产生，乙方同意甲方以侵害甲方知识产权对乙方进行处理。

七、乙方未事先征得甲方同意，不得将本合同规定的任何权利、营业的全部或一部分转让给第三者，不得将此用作担保和其他处置

八、乙方认为已不能再继续营业，或因明显的困难而有可能发生营业中断时，为保持乙方的运营，乙方经甲方同意后，可以将乙方转让给第三者，此时甲方有优先接受的权利。

九、乙方使用甲方的商号、商标、服务标识，因自己的经营而损害了第三者利益时，由乙方承担赔偿损失的责任，甲方不承担名义责任。

十、甲方因乙方的行为而被索赔责任时，甲方被追索的赔偿金必需由乙方承担。

十一、本合同的任何一方均不向对方承诺因罢工等其他劳资纠纷和暴动、天灾人祸、行政机关的措施及其他超越合理控制限度的原因造成损失的负担。

十二、甲方违约给乙方造成损害时，不论本合同存在与否，须向乙方赔偿损失。

十三、乙方违约，甲方因此而解除合同时，乙方须向甲方支付代理费金额两倍的损失赔偿金。

十四、乙方违反合同给甲方造成损害而甲方不解除合同的场合，乙方亦须向甲方赔偿损失。

十五、经双方当事者协商同意可以变更合同。

十六、在签订本合同前，甲方要向乙方详细说明乙方开展经营事业成功的可能性及合同内容，要获得乙方的充分理解。

十七、乙方应理解同意以下事实：在甲方说明中所展示的各种资料只是说明成功的可能性，并不是对乙方经营事业的获利承诺

十八、对本合同规定的及未规定的事项如有疑问，由当事者双方本着发展事业的愿望，坦诚地协商解决。未尽事宜，双方协商签订补充合同，与本合同具有同等法律效力。

十九、双方同意本合同全部条款，严守本合同条款之内容是双方的责任;任何一方向外泄露本合同之内容，均属于违约行为。如有违约，按国家有关法律程序执行，仲裁和诉讼地点为甲方所在地法院。

二十、本合同双方签字之日起生效，本合同及附属文件具同等法律效力。一式二份，均为正本，双方各执一份。

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

代表人：\_\_\_\_\_\_\_代表人：\_\_\_\_\_\_\_

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

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**精选产品经理工作简历模板产品经理个人简历七**

总经理致辞：

人不信，不可交;人无信，不可立。

诚信是做人做事的基矗以诚信促和-谐，以和-谐谋发展。十多年来，卓力人秉承“做一方工程，树一方形象，创一方品牌，交一方朋友”的经营理念，诚信已成为卓力人永远不变的信念。

责任是做人做事的准则，准则是企业成功的根本。

合法经营是一种责任。为客户提供合格的产品和服务是一种责任。为人们提供更多的就业机会是一种责任。肩负起自己的责任，使《客户、公司、施工队》三满意。

装饰装修工地是公司创造精神文明和物质文明的经典舞台，是宣传公司最好最有效的窗口，施工队的形象直接反映公司的管理水平，施工质量是公司联系客户共创和-谐社会的桥梁，质量保修是公司诚信为本的承诺，工地文明施工措施是规范工地实现《客户、公司、施工队》三满意的首要保证。

奉献大于索取，拼搏彰显勇气，创新超越平凡，文化成就理想，这是卓力人永恒的价值观。

合作是缘分，共赢有朋友，卓力人期待与你精诚团结，共创辉煌。

欢迎您浏览深港建筑集团有限公司网站，感谢您对我们的关注和支持!

承蒙社会各界的支持和厚爱，深圳市深港建筑集团有限公司走过了不平凡的创业发展历程，获得了业界的认同和社会的肯定。这得益于改革开放，得益于深港建筑人锲而不舍的敬业精神、对事业孜孜不倦的追求和不懈的奋斗。

深港建筑集团有限公司的前身是成立于八十年代初的全国第一家中外(港)合资的建筑施工企业——“深圳市深港建筑公司”，伴随着经济特区在深圳这个南海小渔村的诞生和发展，深港建筑参与和见证了特区热火朝天、日新月异的建设和发展。三十年发展征程，企业经历着改革和创新的洗礼，从最初的深港合资企业，到深圳市属全民企业，及至参与国企改制，成功转型为民营企业集团，企业始终坚持以建筑施工为主业，从抓质量、创品牌、争一流入手，通过管理增效、人才强企、文化兴企，筑造“深港建筑”品牌，增强企业知名度和美誉度，增强企业的核心竞争力。三十年的发展，企业屡创佳绩，稳步发展，赢得了客户的信赖和社会的赞誉。企业逐步建立起了现代化企业管理制度，形成了健全合理的组织结构，拥有优秀的管理团队、雄厚的资本支持、先进的技术力量、精良配套的机械装备及有效的质量安全保证体系，已发展成为集大型房屋建设、市政交通、铁路工程、基础工程、装修装饰、设备安装等、各项配套齐全的大型建筑施工企业集团，各项事业蒸蒸日上。

借此机会，谨向长期关心和支持我司发展的社会各界人士致以真挚的感谢!

在未来的岁月里，我们将秉持“和-谐创新，科学管理，优质高效，筑造精品”的企业理念，以最优的产品和最佳的服务奉献社会，满足广大客户的需求，共创美好辉煌的明天!

再次感谢您光临深港建筑集团有限公司网站!

**精选产品经理工作简历模板产品经理个人简历八**

xx年的工作即将告一段落。回顾这一年来的工作，我在公司领导及各位同事的关心、指导和帮助下，严格要求自己，认真落实领导交给的各项任务，详细内容请看下文产品经理个人年度总结。

在担任公司产品经理的过去一年中，我带领本部门人员在公司领导下开展工作。

1.充分的调研产品的5w2h，尤其是要找到产品形态，产品内涵以及外延，产品的理论基础;

2.确立产品所处的行业环境以及在竞争中处的战略位置;

3.制定产品延伸策略，包括后续产品和服务的延伸范围和设想;

4.找出系统风险和防范措施，如何利用系统方法化解市场风险，如何利用社会化的方法完成看似不可能的任务;

1.协助项目经理完成产品立项，包括任务分解、资源矩阵、人员招募和培训;

2.商议确定产品的具体需求，落实到每一个可获得的用例;

3.召集设计师和工程师、尤其是架构师充分参与产品开发设

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！