

## EMC合同能源管理模式 免费安装日光灯 只收一年电费。

产品名称	EMC合同能源管理模式 免费安装日光灯 只收一年电费。
公司名称	深圳市欧斯曼照明科技有限公司
价格	面议
规格参数	品牌: 基本投资额:5-10万(元) 保证金额:50000(元)
公司地址	广东省深圳市宝安区石岩镇北环路崇基工业园A 3栋5楼
联系电话	86-075529816246 15989447540

## 产品详情

2010年度欧斯曼led照明科技地区指定代理商

认证条件及申请表格

一、欧斯曼led产品指定代理商认证条件：

- 1、必须是独立的法人实体。
- 2、在工商局注册的“经营范围”中包括：led灯具/灯饰/城市亮化/等内容。
- 3、至少拥有1年以上照明行业业务经验，具有良好的企业形象。
- 4、同意积极销售甲方终端信息产品，并且主动配合欧斯曼公司开发市场。
- 5、拥有良好的财务流程。
- 6、具备完整的公司组织结构，致力于销售欧斯曼产品的销售和服务队伍。
- 7、业务集中在终端和工程产品市场。
- 8、销售给最终用户的业务量占该代理商所有业务总量的30%以上。
- 9、遵守欧斯曼渠道业务规范。

10、在公司地址和电话等信息有改变时，应主动、及时地通知欧斯曼公司的终端产品渠道部门更新这些改变的信息。

11、参加欧斯曼公司的市场活动、促销活动和培训。

二、“欧斯曼公司指定代理商”申请表：

1) 贵公司基本信息：

代理商法定公司名称（公司注册名称）：			
法人代表：	联系人：	电话：	
传真：	电子邮件：	电子邮件信箱容量：	
是否为自动传真：			
广告支持电话（该电话指：如做广告时，可刊登贵公司的电话号码）	区号	电话号码	
公司地址：	邮政编码：		
公司开户行：	银行帐号：		
贵公司成立于 年 月，注册资金rmb 万元			
年硬件销售额rmb 万元，年软件销售额rmb 万元			
贵公司主要业务覆盖范围：			
华北 东北 西北 冀鲁 华中 华东 华南 西南 其它（请注明）：			
在贵公司业务中，每年直接销售给最终用户的业务量为 rmb万元，批发给其他经销商的业务量为 rmb万元			
公司员工共计 人，总经理： 电话：_____ 手机：_____			
销售人员共计 人，终端业务销售经理： 电话：_____ 手机：_____			
市场支持人员共计 人，终端业务销售经理： 电话：_____ 手机：_____			
工程技术人员共计 人，总工程师： 电话：_____ 手机：_____			

2) 贵公司业务主要覆盖行业领域：

行业名称	子行业名称	请填写三个主要行业的销售额（单位：万元）

--	--	--

## 欧斯曼led照明产品代理商合作协议

本协议由以下双方签订：

甲方：深圳市欧斯曼照明科技有限公司（以下简称“甲方”）

法定地址：深圳宝安区石岩北环路崇基工业园(一区)

法定代表人：刘华

乙方：                  （以下简称“乙方”）

法定地址：

法定代表人：

### 一、产品销售

甲方授权乙方作为欧斯曼产品指定    地区    牌照明产品代理商。

甲方将积极支持乙方在    地区销售    牌led照明产品，并对乙方进行有效的售前和售后支持。乙方将在以下的产品中作出年订货量承诺。乙方有责任向用户积极推荐和介绍欧斯曼品牌led照明产品及使用方法。

销售任务数量（元）/价格

产品型号	首次提货量	享受价格	月/季/年销售量（元）
配置：			

预交保证金：    元。

预交的保证金，只作日后进货的货款抵扣，不退还款项。

### 二、市场宣传

甲方将积极邀请乙方参加由甲方举行的市场活动。乙方应主动举办或参加各种欧斯曼产品展示会、研讨会、产品广告及市场促销活动。甲方将根据乙方业绩，定期或不定期向乙方提供市场活动经费。该经费的提供与使用，以甲方的有关规定为准。

### 三、产品资料

甲方将向乙方提供一定数量的产品资料、宣传品和招贴画。乙方有义务将其存放或张贴在公司的显著之处。

### 四、培训

甲方将为乙方提供产品培训，技术培训及技能培训。乙方有责任派人员参加由甲方发起的各种培训。乙方参加培训的次数和成绩及拥有技术工程师的人数将作为衡量乙方的标准之一。

### 五、关系

- 1、乙方将从甲方购买欧斯曼led照明产品，以转售给乙方的用户,乙方与甲方核实并同意。本协议并未在双方之间建立特许经营、合资或合作经营等关系。
- 2、乙方将承担自己对其用户做出的任何与价格、数量、交货、技术规格、保修、修改、接口能力以及适用性有关的承诺，甲方不承担因乙方做出上述承诺而引起的责任。
- 3、乙方不得对外作不实的陈述，以误导其与甲方的指定代理商关系。
- 4、乙方承诺led照明领域只销售欧斯曼品牌系列，不得与其他品牌led照明产品同时销售。

### 六、付款及交货

在没有授信的情况下，乙方必须先打款，到帐后由甲方负责发货到乙方指定的地点，乙方需指定专人负责接受。

甲方负责送货或发货到乙方的指定仓库或写字楼，其运费由乙方负责。

### 七、授信政策

- 1、签约3个月后市信用而订是否给予帐期；
- 2、签约6个月后市业绩而定。

## 八、价格政策

甲方制定代理价、经销商价、建议用户价、市场公开报价等四类价格政策，遇到市场变动或价格政策改动，会将价格及时报给乙方，无甲方同意，乙方不得以低于甲方市场限价的价格进行销售。

涉及 地区行业的价格变动，甲方有义务会同乙方协商共同制定；

乙方必须按此严格遵守甲方的价格政策，乙方若故意恶性违背甲方价格政策，甲方会书面警告。一年内出现三次书面警告，甲方有权取消乙方的代理商资格。

## 九、价格保护

在乙方压货的情况下，享有甲方的价格保护政策（在有压货库存前提下，如果同型号甲方产品有价格降价行为，乙方将有权获得价格补偿，补偿方式为货款抵扣）。

## 十、特价保护申请原则及流程

出现以下情况，乙方可以向甲方申请特价保护：

- 1、乙方在受到竞争品牌的低价冲击，且需要争取该客户；
- 2、客户数量巨大且能达成的价格低于代理商承受的价格；
- 3、甲乙双方为争取某客户以求市场效应但数量少而采取市场策略。

乙方申请特价需遵守甲方流程：

首先，向甲方备案申请，列明客户详细需求信息；

第二步，甲方会视情况安排销售人员陪同乙方与客户商洽；

第三步，甲方销售人员向甲方负责人汇报客户的需求情况；

最后，甲方会根据自己销售人员、乙方汇报的情况和市场策略等方面决定是否给予特价。

## 十一、市场保护

- 1、在授权范围内，所有从该地区产生的欧斯曼订单甲方承诺将全部通过代理商出货，而无论该欧斯曼订单是直接用户产生或渠道客户产生；
- 2、甲方会保护乙方在 地区的市场销售不受其他代理商的干扰或破坏；
- 3、非授权范围的市场，如果当地没有代理商，乙方可以在报备甲方的前提下开展市场活动，但甲方无义务对乙方进行渠道保护；在乙方对某客户报备的情况下，甲方有义务保护乙方的销售工作。

## 十二、渠道政策

- 1、甲方保护乙方在授权范围内开展直接用户销售工作和渠道建设；
- 2、乙方需积极发展下线经销商，同时所有开发的下线经销商资料需提交给甲方；
- 3、甲方将协同乙方发展经销商，并与乙方共同制定 地区渠道政策；
- 4、乙方遵守甲方的价格政策和渠道政策，保障经销商利益，不能恶性排挤其他代理商在该地区的发展；
- 5、欧斯曼公司严格执行第四项价格政策，保障代理商利益；
- 6、乙方授权仅在 地区，其他区域市场不享有代理权利，并严格遵守欧斯曼公司渠道政策不干扰其他区域的正常市场秩序；
- 7、乙方严格按照甲方的技术性能和配置参数向客户宣传，乙方对其用户做出的任何不实的技术规格、保修、修改、接口性能以及适用性等有关的承诺，欧斯曼不承担因代理商做出上述承诺而引起的责任；
- 8、代理商不得对外做不实的陈述，以影响欧斯曼公司形象和品牌形象；

## 十三、返点及奖励（限品牌欧斯曼-欧斯曼）

销量(月/季/年)	月度返点	季度返点	年度奖励

注：

- a：在完成月/季/年任务的前提下，实行返点奖励。
- b：月度返点每月结算一次，以所有货款到帐为计算原则；
- c：代理商返点直接在下一个月的购货货款中冲抵；
- d：年度奖励以欧斯曼公司财年为准，每年公历1月为欧斯曼公司上年财年末月，以货物方式兑现。

## 十四、保修服务政策

- 1、所有产品保修以甲方公开发布的售后服务承诺为准，乙方不能擅自对用户承诺售后

服务政策，否则一切后果由乙方自己负责；

2、乙方必须定期将需要厂商维修的设备发货给甲方，其运费由乙方承担；甲方按售后服务承诺来响应，其修复设备后的发回费用由甲方承担。

## 十五、市场支持

1、甲方将积极邀请乙方参加由甲方举行的市场活动。乙方应主动举办或参加各种欧斯曼欧斯曼产品展示会、研讨会、产品广告及市场促销活动。甲方将根据乙方业绩，定期或不定期向乙方提供市场活动经费。该经费的提供与使用，以甲方的有关规定为准。

2、甲方将积极支持乙方在 地区销售欧斯曼欧斯曼产品，并对乙方进行有效的售前和售后支持。

3、甲方安排一位销售工程师定期培训乙方销售和技术人员，差旅费和食宿费由乙方承担。

## 十六、促销和奖励

1、凡签署本协议之乙方，将优先参加欧斯曼终端产品的各种促销活动，并根据其销售及市场业绩给予奖励，该奖励的发放时间、方式和金额，以甲方的有关规定为准。

2、甲方将根据乙方完成终端产品的订货额及订货总量，市场开发及市场推广，向完成承诺量的乙方进行奖励。

## 十七、定期业务评估

甲方季度为单位对乙方的业务能力进行评估。评估项目包括：

### 1、完成的业绩：

甲方将在签约后三个月末，对乙方进行业务评估，如其销售总额未能达到承诺年销量的20%，甲方会对乙方提出建议，并对乙方进行业务范围内的相关支持。同时，甲方在签约后六个月时，对乙方进行业务重新评估，如其销售总额未能达到承诺年销量的40%，甲方有权中止此协议。乙方必须在每月5日前，以特快专递方式或传真方式，将上个月完成的定量额及提交下个月的“购货月报表”，寄给甲方（以邮戳为准），逾期业绩视为无效。

### 2、人员安排

乙方作为甲方代理商，必须至少有3位销售人员和2位技术工程师负责欧斯曼产品的销售和支持。

### 3、市场推广

乙方需将欧斯曼欧斯曼作为核心业务进行推广，在公司简介、产品介绍、业务介绍、各类媒体推广中的显著位置介绍欧斯曼欧斯曼。

本产品的品牌是欧斯曼，基本投资额是5-10万（元），保证金额是50000（元），加盟费是1000（元），项目区域要求是全国，品牌发源地是中国，预计回报率是50（%），预计回报周期是1（年），特许权使用费是5000（元），合同期限是1（年），加盟商总数是8（家），特许经营时间是5（年），是否多品牌经营是否，经营模式是经销,代理,自由连锁,直营，发展模式是经销,区域代理,自由代理,单店特许