

# 枫品汇保证金协议

## 一、保证金：

商家在枫品汇经营必须交纳保证金，保证金主要用于保证商家按照枫品汇的规则进行经营，并且在商家有违规行为时根据《枫品汇服务协议》及相关规则规定用于向枫品汇及消费者支

付违约金。续约商家须在当年续签要求的时间内一次性缴纳次年度保证金；新签商家在申请入驻获得批准时一次性缴纳当年度的保证金。保证金根据店铺性质不同，金额如下：

(a) 品牌专卖店:带有 TM 商标的 6 万元，全部为 R 商标的 3 万元；

(b) 商品专营店：带有 TM 商标的 8 万元，全部为 R 商标的 4 万元；

(c) 特殊类目说明：

1、经营未在中国大陆申请注册商标的特殊商品（如水果、进口商品等）的专营店，保证金为金 8 万元；

2、枫品汇经营大类“图书音像类”，保证金收取方式：旗舰店、专卖店 2 万元，专营店 4 万元；

3、枫品汇经营大类“服务大类”及“电子票务凭证”，保证金 1 万元；

4、“网游及 QQ”、“话费通信”及“旅游”及食品，茶经营大类的保证金为 1 万元；

5，枫品汇经营大类，“医药类”保证金 10 万

6、枫品汇经营大类“汽车及配件”下的一级类目“新车/二手车”，保证金 6 万元。

(d) 保证金不足额时，商家需要在 15 日内补足余额，逾期未补足的枫品汇将对商家店铺进行监管，直至补足。

## 二、技术服务费年费（下称“年费”）：

商家在枫品汇经营必须交纳年费，年费金额以各级类目为参照，分为 1 万元或 2 万元两档，各一级类目对应的年费标准详见《枫品汇 2015 年度各类目技术服务费年费一览表》。

续签商家 2015 年度年费须在 2015 年 12 月 26 日前一次性缴纳；新签商家在申请入驻获得批准时一次性缴纳 2015 年度的年费。

(一) 年费返还：

为鼓励商家提高服务质量和壮大经营规模，枫品汇将对技术服务费年费有条件地向商家返还。返还方式上参照店铺评分

(“DSR”) 和年销售额（不包含运费、及“其他”类目）

两项指标，返还的比例为 **50%**和 **100%**两档。具体标准为：

协议期间（包括期间内到期终止和未到期终止，实际经营期间未满一年的，以实际经营期间为准）内 **DSR** 平均不低于 **4.6** 分；且达到《**2015**年枫品汇各类目技术服务费年费一览表

》中技术服务费年费金额及各档返还比例对应的年销售额（协议有效期跨自然年的，则非 **2015** 年的销售额不包含在年销售额内）。年费返还按照 **2015** 年内实际经营期间进行计算，具体金额以枫品汇统计为准。

年销售额是指：在协议有效期内，商家所有交易状态为“交易成功”的订单金额总和。该金额中不含运费，亦不包含因维权、售后等原因导致的失败交易金额。

#### （二）年费结算：

1、因违规行为或资质造假被清退的不返还年费。

2、根据协议通知对方终止协议，按照实际经营期间，将全年年费返还均摊至自然月，按照实际经营期间来计算具体应当返还的年费。

3、如商家与枫品汇的协议有效期起始时间均在 **2015** 年内的，则入驻第一个月免当月年费，计算返年费的年销售额则从商家开店第一天开始累计；如商家与枫品汇的协议有效期跨自然年的，则非 **2015** 年的销售额不包含在年销售额内。

4、年费的返还结算在协议终止后进行。

5、“新车/二手车”类目，技术服务年费按照商户签署的《枫品汇服务协议》执行。

非 **2015** 年的销售额是“交易成功”状态的时间点不在 **2015** 自然年度内的订单金额。

#### （三）跨类目入驻：

就高原则，年费按最高金额的类目缴纳；但实际结算按入驻到结算日期，成交额占比最大类目对应的标准返还。经营过程中增加的类目对应的年费与原有年费不一致，商家须补交差额部分。

### 三、实时划扣技术服务费（简称“佣金”）：

商家在枫品汇经营需要按照其销售额（不包含运费）的一定百分比（简称“费率”）交纳技术服务费。枫品汇各类目技术服务费率标准详见《**2015**年枫品汇各类目技术服务费年费一览表》。

# 枫品汇入驻协议

在接受本协议之前，请您仔细阅读本协议的全部内容（特别是以粗体下划线标注的内容）。如果您不同意本协议的任何内容，请不要进行后续操作

## 第一条：签约背景

**1.1** 您点击接受本协议即意味着您与枫品汇绑定的支付账号所对应的法律实体（以下简称“乙方”或“商家”）同意遵照本协议之规定。

**1.2** 本协议由乙方与深圳枫品汇互联网科技有限公司（以下简称“甲方”）订立。

**1.3** 甲、乙双方均承诺系依据所在国法律设立并依法存续的企业法人，具有完全的民事行为能力和民事责任能力。

## 第二条：定义

**2.1** “枫品汇”：指位于 WL 网购（[www.weleall.com](http://www.weleall.com)，以下简称“枫品汇”或“WL 网购平台”）上的独立频道（以下简称“枫品汇”），该频道以经营生活用品为主，一次性满足客户的购物需求为目的。

**2.2** 经营主体：是枫品汇中商品经营商,作为 WL 网购([www.weleall.com](http://www.weleall.com))商户与 WL 网购签署《WL 网购服务协议》并负责“枫品汇”的商品经营。

**2.3** 商家（SAAS）：是 WL 网购定义的新型供应商关系的缩写，即 *Supplier as a seller*，供应商即商家。商家除了要推荐最适合消费者的商品，在被经营主体通过枫品汇 ERP 系统线上审核通过后，还需要线上管理商品文案描述、商品日常维护、库存、定价、促销活动等，是 WL 网购所营建的新型合作伙伴关系，追求每个角色都专注自己最擅长的领域，是平台化 B2C 的表达。商家与甲方签订《枫品汇商家入驻协议》(简称“本协议”)，向甲方提供各种商品，并与甲方合作经营“枫品汇”。

**2.4** WL 网购服务商：指甲方指定的，为“枫品汇”提供货物配送的服务商。

## 第三条：双方约定及乙方承诺

**3.1** 甲方为枫品汇的经营主体（甲方根据实际情况有权予以变更），从事“枫品汇”合法的经营活动。

**3.2** 乙方是对所供应给甲方销售的品牌商品拥有合法经营权及自主处分权的企业法人。

**3.3** 甲方经授权有权授予乙方在枫品汇销售指定产品的权利，双方按枫品汇买家（以下简称）实际成功购买（无退货等情况发生）数量结算货款。乙方承诺，乙方所供应的在枫品汇上销售的商品销售范围（包括但不限于商品类目、商品品类、品牌等），以及该等商品详细信息（包括但不限于商品品牌、价格、扣点，商品详情、产品参数、商品图片素材等）等均需在枫品汇 ERP 系统记录的数据和信息为准。

**3.4** 乙方承诺，针对在枫品汇中供应给甲方并与甲方合作经营的所有商品均具有合法有效的所有权或代理权，该商品应完全符合包括但不限于商品生产、销售、流通各环节相关国家法律法规等规定和要求。

**3.5** 乙方在签订本合同时须向甲方提供其主体资格证明文件以及关于供应的商品来源的合法证明、商品品质等合格证明文件。

乙方同意并保证，应对其在甲方 ERP 后台系统或类似商家报名系统中上传/提供的所有线上证明文件均真实、合法并在合作期限内持续有效，如乙方出示或提供的是虚假、无效或失效的证件，一经查实，乙方须赔偿甲方因此受到的全部经济损失，甲方同时有权解除合同。

**3.6** 双方约定，乙方在枫品汇上所售商品必须经过甲方确认后方可销售。乙方保证提供给甲方销售的全部商品及其来源合法，没有任何商品质量瑕疵，不侵犯任何第三方的知识产权及其他权利，并确保甲方销售该商品不会导致任何第三方主张侵权或其他妨碍甲方销售的行为，否则，乙方须赔偿甲方因此受到的全部经济损失，并使甲方及枫品汇平台经营主体免责，甲方同时有权解除合同。

**3.7** 若商品存在任何质量问题，或侵犯第三方知识产权等合法权益，或有违反合同约定的情况，或违反国家有关法律法规等规定以及其他经甲方判断足以导致损害/不利结果扩大的情形时，甲方有权对商品采取下架退货等合理措施。若因乙方违背前述承诺引起的任何甲方的赔偿责任，甲方有权向乙方追偿。

#### 第四条：价格约定

**4.1** 乙方在枫品汇上销售商品的价格均为含税价，已包含适用的税收及其他费用。乙方承诺供应给甲方的商品最终在枫品汇上销售的商品的正常价格不高于同期竞争对手的正常价格，同时还要低于正常价格 **5%**，若高于则乙方必须在接到甲方通知后 **48** 小时内完成相应的调价，否则甲方有权终止该商品的销售状态并进行下架处理。

**4.2** 除上述情况外，若乙方提供之商品、售价（售价由乙方通过甲方系统确认）、返佣条件无法适应市场竞争，甲、乙双方须重新商议商品价格。若在甲方提出重新议价 **10** 个工作日内，甲、乙双方无法就新的商品价格达成一致，甲方有权终止该商品的销售状态并进行下架而无须承担任何法律责任，除非乙方事先提供给甲方充分的书面证明，以证明其给到甲方的价格、服务及销售条件已为最优或平等。

#### 第五条：商品数量及供货

**5.1** 乙方根据枫品汇营销计划及自身的销售计划，应提前向甲方提报需在枫品汇销售的商品种类、返佣，经甲方审核通过后提交每次上架商品的品名、规格、数量、品质、日期等信息。

## 第六条：商品质量约定

**6.1** 乙方保证所提供的商品符合产品质量、消费者权益保护、食品安全等领域有关法律法规的规定，确保产品不存在危及人身、财产安全的危险，符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准，具体产品应当具备的使用性能，对产品存在使用性能的瑕疵已做出说明，确保符合在产品或其包装上注明采用的产品标准，符合以广告、产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。并应向甲方系统提供商品质量合格证明文件，且乙方承诺通过 **ERP** 系统线上提交和留存的资质文件的效力视同原件并以甲方系统留存信息为准。乙方须承担甲方因商品质量瑕疵产生的各项损失、责任等，包括但不限于乙方应就此承担全部责任并负责甲方一切赔偿，情节严重的（包括但不限于因乙方商品的质量问题使甲方遭顾客投诉的，或者给顾客造成人身、财产损害的，或者致使甲方受到有关政府部门处罚的，或者经司法部门认定需承担责任的，或者经法定检验机构检测认定为不合格的），甲方有权解除本合同。

### 6.2 商品包装、标识：

**6.2.1** 乙方所提供商品的外包装应当符合相关法律、法规、部门规章、国家强制标准以及产品标识要求等有效性规定，包括但不限于：

（1）用中文或英文标明产品名称、生产厂家的厂名与厂址；

（2）根据产品的特点和使用要求，需要标明产品规格、等级、采用的产品标准、所含主要成分的名称和含量，以及产品质量检验合格证明，用中文或英文相应予以标明。需要事先让消费者知晓的，应在外包装上标明，或者预先向消费者提供有关资料；

（3）限期使用的产品，应在显著位置标明生产日期和安全使用期或失效日期；

（4）使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品，应有警示标志或者中文或英文警示说明。

（5）产品使用说明、生产日期和安全使用期或者失效期及其它说明等。

**6.2.2** 外包装上显示注册商标、专利号、绿色食品等标识的，乙方确保已合法取得在商品上使用标识的权利，并能提供相关合法证明。

**6.2.3** 乙方提供的食品类商品，应按相关法律法规使用符合食品安全、卫生要求的包装材料、包装容器具和运输工具，需冷藏冷冻贮存、销售的食品，需使用相应的冷藏、冷冻运输工具，确保到货时验收时温度符合商品标识标注的保存温度条件（冷冻类不高于  $-15^{\circ}\text{C}$ ，冷藏类不高于  $10^{\circ}\text{C}$ ）。

**6.2.4** 如因乙方所供商品不符合上述约定而给甲方或第三方造成人身、财产等利益损失的，由乙方承担赔偿责任。

### 6.3 关于商品赠品物联积分：

有关商品赠品物联积分的相关问题，约定如下：

**6.3.1** 乙方提供的商品遇到商品包装本身带有赠品或乙方进行活动在页面中承诺赠送赠品，若客户在收到商品时确认无赠品，责任由乙方承担。

**6.3.2** 乙方应在赠品搭售或赠送活动期间，备足够的货源以保证所售商品与客户看到的描述相符。若在活动期间出现类似缺少赠品的问题，由此带来的客户投诉等相关问题甲方应及时通知乙方并配合协商处理，乙方应立刻给予客户赔偿，甲方不承担任何责任。

**6.3.3** 乙方在送货时必须将赠品与所对应的商品进行搭固组合且符合甲方的要求，则相关费用由乙方承担。

**6.4** 乙方保证不存在以下欺诈行为：

**6.4.1** 在商品中掺杂，掺假，以假充真，以次充好，或以不合格商品冒充合格商品。

**6.4.2** 生产国家明令淘汰的商品或者销售失效，变质的商品。

**6.4.3** 伪造商品的产地，伪造或者冒用他人的厂名，厂址，伪造或者冒用认证标志，名优标志等质量标志。

**6.4.4** 销售的商品应当检验、检疫而未检验、检疫或者伪造检验、检疫结果。

**6.4.5** 如果出现以上欺诈行为，甲方有权立即终止本协议，且不支付乙方剩余尚未结算的货款。

**6.5** 乙方发现其提供的商品或者服务存在严重缺陷，即使正确使用或者接受服务仍然可能对人身、财产安全造成危害的，保证立即告知甲方，并采取防止危害的措施，包括但不限于召回。

**6.6** 乙方提供给甲方销售的有关商品或者服务的信息真实，没有引人误解的虚假宣传，没有发布虚假广告，欺骗和误导最终消费者，使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的行为。

**6.7** 乙方提供给甲方销售的食物(如有)符合卫生标准，提供的专供婴幼儿的主、辅食物(如有)符合营养、卫生标准，提供的食品添加剂、食品容器、包装材料和食品用工具、设备以及洗涤剂、消毒剂符合卫生标准和卫生管理办法规定。

**6.8** 乙方提供给甲方销售的商品没有侵犯他人专利以及以非专利产品冒充专利产品，以非专利方法冒充专利方法等侵犯他人专利权。

**6.9** 乙方提供给甲方销售的商品没有侵犯他人著作权或者与著作权有关的权利。

**6.10** 乙方保证提供给甲方销售的商品均正牌产品，不存在假冒，没有侵犯他人注册商标专用权，来源合法、真实，不违反相关法律、法规。

**6.11** 乙方提供给甲方销售的所有商品应当印有符合国家规定的条形码及中文标识。且乙方将商品发送到甲方指定的交货地点前，商品外包装上已印好或贴上符合国家规定的可用条形码及中文或英文标识，若乙方将商品发送到甲方指定交货地点时未能完成上述工作的，则甲方有权拒绝收货。如果乙方提供的商品上没有符合国家规定的可用条形码和中文或英文标识，可以提前预约在甲方指定的场所进行贴码和换码。

**6.12** 乙方提供的所有商品清洁，整齐，包装完好，适宜销售，送货时不得有任何包装破损或潮湿，变色。

**6.13** 乙方提供的任一货品不符合本条任一款约定的，则视为不合格货品，甲方有权将该货品退回乙方，运费由乙方承担，由此造成甲方任何损失的，乙方应当承担全额赔偿责任。

## 第七条：商品质量控制

**7.1** 乙方所提供之商品应符合中国有关法律、法规、规章及强制性标准（无论全国性或地方性）规定的质量、技术及安全要求，并提供国家有关职能部门核发的证书。且该商品应符合乙方在所提供商品包装上所显示的产品标准的质量和技术要求。同时乙方有义务提供产品正确的出产地。如若由于乙方违背上述规定或提供信息不实致使甲方遭受损失，乙方应就此承担全部责任并负责甲方一切赔偿。

**7.2** 若政府部门或其他机构依法就乙方提供的商品进行质量检验，所发生的相关费用由乙方承担，甲方可以在费用发生当月自乙方货款中予以扣除。但应当事先书面通知乙方。

**7.3** 乙方所提供外包装印有保质期限声明的商品，国内生产商品，生产日期与送货当天之间间隔的时间，不得超过总保质期天数的三分之一。国外进口商品，生产日期与送货当天之间间隔的时间，不得超过总保质期天数的二分之一，否则甲方有权拒收。

**7.4** 乙方需指派一名具有所有必要授权的代表负责与甲方就质量控制事项进行沟通和协调，质量控制手段的应用不免除乙方依据法律和合同对产品所应当承担的相应责任，并且不表明甲方对产品的接受。

## 第八条：商品质量责任

**8.1** 对于乙方商品不符合中国有关法律、法规、规章及强制性标准（无论全国性或地方性）规定的质量、技术及安全要求，乙方应承担全部责任，除非该质量问题系由甲方（包括仓储服务商）未能在乙方交付商品后妥善保存而引起。

**8.2** 在不损害任何其他权利和补救措施的前提下，如果任何第三方（包括但不限于甲方的顾客）因商品质量问题要求甲方对出售给其的商品进行修理、更换或退货，或针对商品的任何缺陷要求甲方进行损害赔偿或补偿，则根据本合同及任何订单，甲方有义务根据实际情况妥善处理此等争议，并有权要求乙方承担甲方因该等第三方索赔所招致的任何损失、损害、支出和费用。

**8.3** 乙方承诺，因商品不符合规范或有关商品质量而导致甲方被索赔或发生争议的情况下，乙方应积极以适当方式处理上述索赔或争议，包括但不限于组织商品召回、媒体宣传、应对政府部门检查和承担行政处罚。对于发生索赔或争议的商品，甲方有权处置，乙方对此不持异议。乙方保证甲方免于因商品质量问题而引起的第三方诉讼、索赔或其他行为所造成损害或损失。若甲方因此遭受损失或已支出额外费用的，包括但不限于诉讼费、仲裁费、律师费或额外增加的人力成本，乙方应负责赔偿甲方的全部损失。甲方在提供充分证据或获得法院的裁判文书及其他生效的法律文书后有权从应付货款中直接扣除上述费用。

**8.4** 若乙方商品违反所在国有关法律、法规、规章及强制性标准（无论全国性或地方性）规定的质量、技术及安全要求，除本合同约定的其他救济措施外，甲方有权针对该问题商品处以该商品价格\*商品总入仓数量三倍的罚款。若乙方商品在合同期限内发生质量问题累计达 **3** 次，甲方有权向乙方发出整改通知书。**10** 个工作日内没有任何改善的，甲方有权取消全部未发出的商品订单或解除本合同。

## 第九条：退货及下架

9.1 乙方所提供之商品如依甲方全权判断发生滞销、变质、乙方原因造成包装不良或损坏、交货规格或数量不符、塞货（因乙方多交货物而造成该项货物的滞销）、或根据法律、法规、规章和行政决定的，或乙方有违反法律、法规和规章规定或受行政处罚的，或甲、乙双方已终止合同关系的，甲方可自由选择退货、下架，乙方应无条件接受。

9.2 甲方应当将退货种类、数量在“枫品汇”ERP系统中制作出库单以传真或电子邮件或电话通知形式送达乙方，此外，甲方有权从发出书面通知后第 16 工作日起，由甲方将退货快递至乙方，快递费用由乙方承担，快递的商品数量等以甲方的发货凭证为准。由于乙方不及时办理退货手续致使商品超过质保期而带来的所有损失，全部由乙方承担。乙方拒收甲方快递退至乙方仓库的货物，则视为放弃货权。此外，甲方有权从发出书面通知后第 16 工作日起，每日按退货总额（退货总件数\*对应商品枫品汇销售价格的总和）1%向乙方收取仓储保管费。

9.3 本合同中“滞销”的参考标准是指在四周无销售（食品类，生鲜另议）或六周无销售（非食品）。

#### 第十条：商品包装及条码

10.1 乙方提供的商品包装及标志应符合国家规定及甲、乙双方约定，并确保商品安全、卫生，并运交指定地点。包装外必须印有国际条码，以便于甲方销售结帐作业。

10.2 乙方提供的商品及包装上的标志应符合于所在国法律法规商品标示所作的要求、说明及规定。否则应承担由此对甲方造成的一切经济损失。

10.3 根据销售的需要，乙方在其提供的商品包装上作量贩或集合式包装，该包装亦需用印有符合规定之条码，所需费用由乙方承担。

#### 第十一条：发货与交付

11.1 乙方在发货时，需要遵守甲方的收货要求，否则甲方有权拒收乙方商品或退回乙方商品，退货过程中产生的所有费用和风险均由乙方承担，乙方必须按预约时间，并持预约回执进行送货。

2) 乙方在送货时，需要自行负责货物的运输和装卸，并自行承担相应的费用。

3) 乙方在送货时，需要将不同条码的商品，分开单独打包装箱，不能混装。

4) 乙方在送货时，商品外包装需要具备唯一，且可识别的标准条码。

5) 乙方在送货时，商品的外包装必须包装完好，外表无变形，无明显划痕，无破损渗漏等影响正常销售的情况。

6) 乙方送货之商品的质量，包装标识等符合国家相关法律法规的规定，不能出现商品以次充好，不同生产批次混批等情况。



- 7) 乙方在送货和取货时, 商品实际的数量和条码须与乙方在“枫品汇”ERP 系统中录入的预计送货取货商品的条码和数量一致。
- 8) 对于外包装印有保质期限声明的商品, 国内生产的商品乙方必须保证在送达甲方指定地点之时, 距离到期日期的时间, 要超过生产日期与到期日期之间时间的三分之二; 国外生产商品乙方必须保证在送达甲方指定地点之时, 距离到期日期的时间, 要超过生产日期与到期日期之间时间的二分之一。
- 9) 乙方在送货时, 需要确认实际送货数量, 并且在送货单据上签字, 并保留副本, 妥善保管至少两年。送货单据, 将作为双方核实收货事实的唯一证据。
- 10) 同一条码商品将单独成箱或成袋妥善包装, 不与其他条码的商品混装。
- 11) 每个商品外包装上都具有唯一的、可设备识别的标准条码。
- 12) 商品包装完好, 外观无划痕, 无破损渗漏, 不影响销售。商品的品质、标志标识、生产日期等符合国家法规要求以及枫品汇收货要求。
- 13) 快递发运时已经和快递公司结清相关费用, 无需收货方承担, 并且约定了由快递公司提供将货物送到客户手中。

## 第十二条: 货款结算与支付

**12.1** 双方结算帐期: 枫品汇 ERP 系统每月对账单出单日为 15 日、30 日, 每月一共 2 次。每次出单日的第二天, 乙方可以在枫品汇 ERP 系统中查询对账单, 乙方自主对账结算, 付款日不固定, 以乙方开票时间为定, 甲方在收到乙方发票后, 5 个工作日内可以完成付款。每月月底最后 3 个工作日内至次月前 3 个工作日甲方财务关帐, 遇法定节假日, 顺延。关帐期间甲方不做付款动作。

**12.2** 乙方应及时完成应结算账款的核对和开票工作。双方约定, 对于超过 2 个月乙方未进行开票结算的款项, 每超期一天, 乙方应按超期未结算款项的 1% 向甲方支付违约金, 违约金总额不超过乙方累计未结算款项的 20%, 并在乙方应结算账款中直接扣除。

**12.3** 每期货款结算时, 会同时扣除上一期经营中产生的费用, 当期货款不足抵扣, 将顺延至下一期付款扣除。

**12.4** 付款信息: 除另有其他书面约定, 甲方将向乙方预留的银行账号付款, 乙方银行账号信息以合同中约定的为准。乙方如需要修改付款信息, 应提前一个月书面通知甲方, 如乙方未能在上述期限内通知甲方, 则乙方应承担甲方根据未修改的付款信息向乙方进行任何付款所发生的一切后果。

**12.5** 乙方扣点信息需要在枫品汇 ERP 系统中确认, 假如系统确认的截止时间为 2015 年 4 月 30 日, 乙方逾期不确认的, 甲方有权解除本合同。甲方有权对 2015 年 1 月 1 日 0:00:00 起, 至乙方确认扣点时的销售按照乙方确认的扣点计算账款差额, 并进行追偿。

### 第十三条：保密约定

**13.1** 双方应就本合同内容，以及一方自另一方获取的保密或专有的信息，或者基于该等信息的性质或披露的方式被合理认定为保密或专有的信息（包括但不限于，与对方的技术、客户、商业计划、营销活动和财务有关的所有信息）（统称为“保密信息”）予以保密。保密信息为双方的专有财产，双方应仅将保密信息用于履行其在本合同下的义务，并于本合同终止后立即归还该等保密信息。除此之外，双方无权使用或向任何第三方披露或提供保密信息。未经对方及/或其关联公司同意，一方不得使用对方及/或其关联公司的任何商标、服务标识、品牌或其它知识产权，不得发布有关对方及/或其关联公司或者本合同的任何新闻稿或其它公开文件，或在任何宣传资料中提及对方及/或其它关联公司。

### 第十四条：违约责任与赔偿

**14.1** 因乙方产品的质量造成第三方人身或财产的损失的，或因乙方违反本协议约定之义务致使甲方遭受损失的，乙方应就此承担全部责任并负责甲方一切赔偿，包括但不限于直接向第三方进行赔偿、参加诉讼及赔偿甲方因此遭受的全部损失（包括但不限于赔偿第三方的损失、名誉损失、发生的费用、诉讼费、律师费等），以保证甲方不因乙方之违约行为遭受任何损失。在上述情况发生时，甲方应给予乙方及时通知，并在乙方抗辩和解决这些争议中给予合理的协助。

**14.2** 如因乙方提供的产品信息、图片错误、不准确或提供的产品的说明、介绍、图片等其他资料存在虚假宣传、侵犯第三方合法权益（包括但不限于在枫品汇显示上述资料侵犯任何第三方的合法权益）等，导致甲方受到甲方客户或任何第三方索赔或者相关政府部门行政处罚等的，乙方应就此承担全部责任并负责甲方一切赔偿，并且乙方应积极配合或者代甲方应诉，以保证甲方不因乙方之违约行为遭受任何损失。

**14.3** 根据本协议规定，无争议并且已经由双方确定数额的应该偿付的返款、物流费、违约金或赔偿金将通过支付宝直接进行给付。涉及费用甲方可以从其到期应付款中直接扣除上述返款、物流费、违约金和赔偿金。

**14.4** 如因不可抗力（包括但不限于：火灾、爆炸、洪水、地震、台风、腐蚀、污染、风暴、害虫、自然因素、交通管制、叛乱、暴动、国内混乱或类似的双方都无法预见、双方都无法合理控制的原因）导致任何一方不能履行本协议之义务的，该方不承担赔偿责任。因不可抗力造成的货物毁损、灭失等，甲方不承担任何责任。

### 第十五条：协议期限

**15.1** 本协议有效期限自        年        月        日起至        年        月        日止。本协议有效期内，甲方可提前 **30** 日书面通知乙方提前解除本协议而不承担任何违约责任。

**15.2** 本协议自乙方点击签署起生效。

### 第十六条：售后服务与支持

**16.1** 乙方保证按照其产品保修单据上的规定或国家规定相关售后事宜，承担所售产品的售后保修责任，而不论产品的保修请求系由甲方顾客自行向乙方提出，还是经由甲方向乙方提出，乙方的保修责任不得低于国家对相关产品的“三包”规定。

**16.2** 乙方产品保修单据上规定的或对外承诺的保修期限应自甲方销售该产品之日起计算（即以甲方开具的发票日期为准，若发生甲方顾客无条件退货的情形，则以该产品二次销售时开具的发票日期起算）。

**16.3** 因保修产生的各类费用由乙方承担。

**16.4** 保修件的签收以甲方签收单据上的乙方或乙方员工的签收记录为准。

**16.5** 如发生客户投诉产品质量等有关售后服务的事宜，乙方应第一时间积极处理，并在 **3** 日内出具情况说明通知甲方，对此类问题处理不当造成的甲方名誉信誉等损失甲方有权向乙方提出索赔。

**16.6** 乙方在合同结束后仍需按照相关协议约定的售后及法律约定的“三包”等规定，对其销售商品继续履行售后服务义务。

甲方在双方合作终止后一个月内冻结乙方账款，待库存出清及对账开票完成，二个月后甲方将予以结算付清。

## 第十七条：禁止商业贿赂条例

**17.1** 定义：本协议所称商业贿赂，是指经营者为销售或者购买商品而采用财物或者其他手段贿赂对方单位或者个人的行为。

所称财物，是指现金和实物，包括经营者为销售或者购买商品，假借促销费、宣传费、赞助费、科研费、劳务费、咨询费、佣金等名义，或者以报销各种费用等方式，给付对方单位或者个人的财物。所称其他手段，是指提供国内外各种名义的旅游、考察等给付财物以外的其他利益的手段。

**17.2** 双方承诺，在彼此合作期间，禁止一切商业贿赂及其他不正当行为的发生。若发生甲方员工和/或其家属在业务活动中索取商业贿赂或其他不正当行为时，乙方或其工作人员可以据此向甲方投诉。甲方将会遵循保密、客观的原则进行调查。若投诉事实一经查证属实，甲方将给予乙方一定的奖励。乙方及其员工不得向与其有实际或潜在业务关系的甲方员工和/或其家属提供任何酬金、礼物或其它的有形或无形的利益，此类行为一经发现，将被视为商业贿赂行为，并将被认为已经对甲方构成实质性的损害。基于上述实质性违约行为，甲方除可解除本协议外，还可要求乙方支付 **10** 万元人民币作为违约金，并有权要求乙方赔偿甲方因乙方或其员工上述商业贿赂之行为造成的全部经济损失。

**17.3** 为方便以上条款执行，甲方特别设立投诉举报热线和举报邮箱：

举报电话：**95040599368**

举报邮箱：**info@welemedia.com**

**17.4** 甲方禁止本公司员工向客户提出借款、借机及其他经济要求。如甲方员工私下向乙方提出以上要求，乙方必须予以拒绝，甲方对这种个人行为不负任何经济及法律责任。

## 第十八条：协议终止

**18.1** 如下之一情形，本协议终止：

**18.1.1** 双方协商一致，终止协议；

**18.1.2** 协议期限届满；

**18.1.3** 一方已经提出破产申请或他人提起破产申请，或进入其它类似的法律程序的；

**18.1.4** 一方经营状况严重恶化；

**18.1.5** 一方有转移财产、抽逃资金，逃避债务的行为；

**18.1.6** 乙方产品多次出现产品瑕疵问题，或出现重大产品质量问题，导致甲方客户人身、财产重大损失，或乙方在其产品相关的知识产权诉讼或其他涉诉事项中败诉的，甲方均有权单方终止本协议；

**18.1.7** 乙方在实际经营中，其运营能力无法达到甲方要求的，甲方书面要求乙方整改，整改期 **30** 天，整改期后如乙方的运营能力仍无法达到甲方的要求，甲方有权单方终止本协议。

**18.1.8** 乙方触犯本协议第十九条规定的。

**18.2** 本协议因任何原因终止或解除后，双方在本协议及其附属文件项下的权利义务立即终止，但本协议及其附属文件项下售后服务条款、保证条款、违约责任条款、知识产权及保密条款、抗辩条款、法律适用条款、以及其他依其性质应当继续有效的条款仍然有效。解除协议并不影响任何一方对因另一方违约或侵权行为造成的损失进行索赔的权利。甲方在双方协议终止之日起有权在一个月内冻结乙方账款，待库存出清及对账开票完成，二个月后甲方将予以结算付清。

## 第十九条：争议解决

**19.1** 本协议签订地：加拿大安大略省多伦多或中国深圳前海自贸区

**19.2** 因本合同受加拿大法律管辖。执行本协议所发生的和本协议有关的一切争执，甲、乙双方通过友好协商解决；如协商不成的，任何一方均同意向协议签订地所在地法院提出诉讼。

**19.3** 本协议生效期间，在审判过程中除双方有争议正在进行审判的部分外，本协议其余部分应继续履行

## 第二十条：其他

**20.1** 有效通知

本协议下所规定的通知应以书面形式通过以下邮件递交收悉，通知的到达以对方收悉为准：

甲方联系人：

甲方邮件：

甲方地址：

乙方联系人，邮件和地址以枫品汇 ERP 系统中记录的数据和信息为准。

20.2 合同一方未经另一方事先书面同意不得将其本合同下的权利和义务全部或部分转让给任何第三方。尽管有前述规定，甲方可未经乙方事先同意将本合同（或其在本合同项下的任何权利或义务）转让给其关联公司，或当发生合并、重组、出售全部或重要资产或类似交易时转让给其后续公司。

20.3 对本合同通用条款的任何修改均应以专门的书面补充协议方式进行，并经双方盖章后生效。

20.4 甲方有权以修改、更新等方式不时调整本协议和相关规则的内容，相关内容将公布于枫品汇招商入驻平台（www.weleall.com）上或以其他有效方式通知乙方。除非乙方通知甲方不愿接受调整后的内容并停止枫品汇量贩业务，否则调整后的内容将于公布之日或通知另行指定的日期开始生效。

2015 年枫品汇各类目技术服务费年费一览表							
经营大类	一级类目	技术服务费费率	二级类目	技术服务费率	技术服务费年费（元）	返 50%年费对应年销售额（元）	返 100%年费对应年销售额（元）
服饰	服饰配件/皮带/帽子/围巾	5%			10,000	60,000	200,000
	女装/女士精品	5%			20,000	120,000	400,000
	男装	5%			20,000	120,000	400,000
	女士内衣/男士内衣/家居服	5%			20,000	60,000	200,000

鞋类箱包	箱包皮具/热销女包/男包	5%			20,000	60,000	200,000
	女鞋	5%			20,000	60,000	200,000
	流行男鞋	5%			20,000	60,000	200,000
经营大类	一级类目	技术服务费费率	二级类目	技术服务费率	技术服务费年费（元）	返 50%年费对应年销售额（元）	返 100%年费对应年销售额（元）
珠宝首饰	ZIPPO/瑞士军刀/眼镜	5%			20,000	60,000	200,000
	手表	5%	瑞士腕表	2%	20,000	60,000	200,000
			其它二级类目	5%	20,000	60,000	200,000
	饰品/流行首饰/时尚饰品新	5%			20,000	60,000	200,000
	珠宝/钻石/翡翠/黄金	5%	黄金饰品(新)	0.50%	20,000	60,000	200,000
			铂金/PT	2%	20,000	60,000	200,000
			其他二级类目	5%	20,000	60,000	200,000
化妆	彩妆/香	4%			10,000	120,000	400,000

品 ( 含美容工 具)	水/美发  /工具						
	美发护 发/假发	4%			10,000	120,000	400,000
	美容护 肤/美体  /精油	4%			10,000	120,000	400,000
经营 大类	一级类 目	技术 服务 费 费 率	二 级 类 目	技术 服 务 费 费 率	技术 服 务 费 年 费 (元)	返 50%年 费对应年 销售额 (元)	返 100%年 费对应年销 售额 (元)
母 婴	奶粉/辅 食/营养 品	2%			10,000	60,000	200,000
	孕 妇 装 / 孕 产 妇 用 品 / 营 养	5%	孕产妇 营养品	2%	20,000	60,000	200,000
			孕产妇 护肤/ 洗护/ 祛纹	2%	20,000	60,000	200,000
			妈妈产 前产后 用品	2%	20,000	60,000	200,000
			孕产妇 奶粉	2%	20,000	60,000	200,000
			其他二 级类目	5%	20,000	60,000	200,000
经营 大类	一级类 目	技术 服 务 费	二 级 类 目	技术 服 务 费 费 率	技术 服 务 费 年 费 (元)	返 50%年 费对应年 销售额 (元)	返 100%年 费对应年销 售额 (元)

		费率					
食品	零食/坚果/特产	2%			10,000	60,000	200,000
	酒类	2%			10,000	60,000	200,000
	茶	2%			10,000	60,000	200,000
保健品及医药	传统滋补营养品	3%			10,000	60,000	200,000
	保健食品/膳食营养补充食品	3%			10,000	60,000	200,000
	OTC 药品/医疗器械/计生用品	5%			50,000	300,000	1,000,000
经营大类	一级类目	技术服务费率	二级类目	技术服务费率	技术服务费年费（元）	返 50%年费对应年销售额（元）	返 100%年费对应年销售额（元）
数码	数码相机/单反相机/摄像机	2%			10,000	120,000	400,000
	手机	2%			10,000	120,000	400,000
	笔记本电脑	2%			10,000	120,000	400,000



	3C 数码 配件市 场	2%			10,000	120,000	400,000
	平板电 脑/MID	2%			10,000	120,000	400,000