

共同合作协议

本协议由下述双方签订：

甲方：吉瑞医药（中国）有限公司（以下简称甲方）

地址：中国（上海）自由贸易试验区泰谷路 88 号 5 层 592 室

乙方：急达兔大药房（广州）有限公司（以下简称乙方）

地址：广州市天河区车陂北街 28 号之一 8-1 栋 108、109 室

甲乙双方本着公平、诚信、自愿、互利的原则，以深入开拓市场，不断提高双方经济和社会效益，加强双方长期的合作关系，订立本协议（下称“本协议”）。

第一条 定义

- 1.1 产品：指由甲方指定供应商提供的供协议陈列的产品。
- 1.2 产品铺点率：指产品在乙方所在药店系统内和/或关联公司下属门店的铺货上架率。
- 1.3 协议推广量：指乙方购进甲方产品的总进货量计算。

第二条 前提条件

协议双方均符合以下条件：

- 2.1 有资格从事本协议项下之经营活动，且本经营活动符合其经营范围之规定。
- 2.2 有权订立本协议并履行协议项下之义务。
- 2.3 其授权代表拥有充分授权代表其签署本协议。

第三条 委任

- 3.1 甲方特此委任乙方为指定地区内的产品服务合作伙伴，以本协议约定的方式开展合作事项。
- 3.2 本协议的任何条款不应被诠释为指定乙方为甲方的代理人，使甲方或其任何关联公司以委托人的地位受乙方为进口、推销、销售或分销产品所做出的任何声明、承诺或协议的约束。未经甲方事先以书面方式表示同意，乙方不得要求甲方承担任何费用。

第四条 保密条款

- 4.1 “保密信息”指：包括但不限于，与本协议相关的具有保密性质的所有双方的信息和商业秘密；包括但不限于，销售额、销售合同内容、产品销售信息、销售推广资料，本协议之任何内容和执行情况。
- 4.2 未经一方事先书面同意，另一方不得将对方的保密信息直接或间接地泄露给任意第三方。
- 4.3 除使用保密信息以履行其在本协议下的义务外，双方不得为其它目的使用保密信息。
- 4.4 本协议规定之保密义务在本协议期间及本协议到期后两年或提前终止后两年继续有效。

第五条 商标

- 5.1 甲方保证其拥有商标，并承诺如第三方侵犯商标权，甲方将自费维持和保护商标，使其免受第三方侵犯。乙方将会向甲方及甲方的代理人提供任何合理和必要的支持。乙方如发现任何第三方在地区内使用商标，应立即通知甲方及甲方的代理人。
- 5.2 甲方特此根据本协议载明的条款和条件，准许乙方在其地区内所销售的甲方产品上使用商标。
- 5.3 本协议的任何条款不应诠释为向乙方转让或授予商标的任何权利、所有权或权益。

第六条 预测、交付和最低订购量

- 6.1 乙方应于每年度 11 月向甲方提供次年度对产品需求的估算，并将该项需求按季度或月度细分。
- 6.2 乙方承诺应按照双方约定的数量向甲方指定供应商购货。

- 6.3 乙方应在规定的期限内完成甲方产品协议销售数量。
- 6.4 乙方应及时购买甲方产品以保持合理的库存水平。该水平不低於前两个月的平均销售数量。
- 6.5 如果乙方未能购买足够数量的甲方产品以保持合理的库存水平或未能达到附件 4 所载明的季度协议销售数量，甲方有权以书面方式通知乙方依法于 30 天后终止本协议。协议的终止并不意味着乙方免除了本协议中有关的其他赔偿责任。
- 6.6 甲方指定供应商保证提供给乙方每批货物的有效期在 12 个月以上。在正常情况下甲方及其指定的供应商不接受任何退换货。除非符合 6.7 的规定。
- 6.7 对于有效期 6 个月之内的产品，如果乙方提前 30 天以书面形式向甲方提出，在符合产品更换条件下，甲方指定供应商应当接受换货。
- 6.8 如发生退货，乙方应退还甲方已支付对应退货部分的服务费，或在下一笔购进发生后扣除退货数量后再计算新的服务费。

第七条 价格和付款条款

- 7.1 基于双方友好、平等合作关系，乙方同意所有产品均从甲方指定的供应商处购进。
- 7.2 如果任意一方拟调整零售价，双方务必协商达成一致，如各方未能就价格变动达成一致，任何一方均有权终止本协议。
- 7.3 甲方应指派专人与乙方进行季度和年度业务回顾，在乙方完成本协议约定义务的前提下，定期向乙方支付首推服务费或陈列费用等。
- 7.4 任何国家或地方税款（包括在地区内征收的中国流转税、增值税等）将由乙方支付。

第八条 推销和营销

- 8.1 乙方承诺在最大程度上极尽其所知和能力在指定地区内推广甲方产品，在下属所有门店，完成甲方产品协议推广量。
- 8.2 乙方在协议有效期内无偿积极配合甲方产品在各门店的铺货，确保甲方所有产品在双方协议门店协议铺点率。
- 8.3 乙方积极配合甲方新产品双方约定的铺货率。
- 8.4 双方同意在协议期内，在乙方所有门店内摆放甲方产品相关的实物、陈列、辅助材料等。
- 8.5 乙方在每个月结束后 5 个工作日内提供甲方产品在总部和各门店推广流向数据和库存数据给甲方，并保证其真实、准确。如果核查有虚假数字，乙方在本协议项下规定的推广费将被取消。情节严重者，甲方有权立即提前终止本协议，并对受到的经济损失予以求偿。
- 8.6 经甲方授权，乙方在电商平台销售协议产品时，应确保协议产品置于乙方平台上的热销或优选推荐位置。

第九条 提供产品资料的义务

- 9.1 如有任何经确认或怀疑对产品有不良反应的事例，乙方应立即通知甲方。

第十条 保证和责任

- 10.1 甲方保证其指定供应商所提供的产品不抵触或侵害地区的专利、商标、著作权、消费者保护或其他法令的规定。
- 10.2 产品的包装须符合地区的规定及双方的约定(包括但不限于对以下事项的规定:有关标示的说明、产地、原材料用途、警示语、保质期及保质条件、生产日期等)。
- 10.3 对于因乙方违约而引起的任何索赔或损失，甲方不负责做出赔偿或缴付任何款项。
- 10.4 乙方将甲方产品列为该品类首推产品在乙方门店销售。
- 10.5 未经甲方书面授权，不得在线上销售甲方产品。
- 10.6 未经甲方书面授权，乙方不得向乙方门店以外的连锁及社会单体药店配送或调拨甲方产品，如因乙方违规对甲方造成的损失，甲方有权向乙方索赔，且甲方有权终止与乙方的合作。

第十一条 转让或变更协议主体

- 11.1 本协议视为仅由甲、乙双方签订，未经一方事先以书面方式表示同意前，另一方不得将其在本协议下的权利和义务转让给任何第三方。

第十二条 协议期限及终止

- 12.1 书面提出：甲、乙双方如果需要续订和终止本协议，需在本协议终止前 30 天以书面形式向对方提出。

- 12.2 本协议之终止不影响终止前双方已形成的权利、义务关系，包括付款义务及货物交付义务。
- 12.3 不可抗力因素：当发生不可抗力因素而导致协议无法执行时，按照事件对协议的履行的影响程度，由双方协商决定是否继续履行本协议或终止协议。
- 12.4 本协议终止后，甲方提供的一切法律文件同时废止。

第十三条 其他

- 13.1 本协议非经甲乙双方授权代表签订书面协议不得修改。
- 13.2 本协议所附附件是本协议不可分割的组成部分。
- 13.3 任何一方对本协议中的权力的延迟行使或部分行使，应不被视作其对该权利的放弃，对于该部分的权力，其仍有权在适用的法律支持下继续行使。

第十四条 未尽事宜

未尽事宜，双方应经常保持沟通并协商解决。如果协商不能解决的，由被告所在地人民法院裁定。

第十五条 协议生效和期限

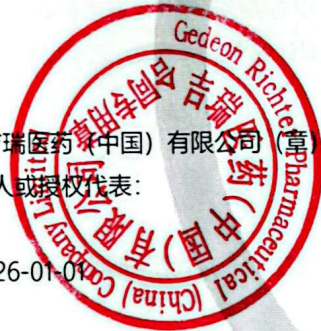
本协议经甲、乙双方代表签字，并加盖各自公章或其合同专用章后生效。本协议一式两份，甲、乙双方各持一份，具有同等法律效力。

甲方：吉瑞医药(中国)有限公司
法定代表人或授权代表：

日期：2026-01-01

乙方：(章)急达免大药房(广州)有限公司
法定代表人或授权代表

日期：2026-01-01



附件 1 协议期限自 2026-01-01 起, 至 2026-12-31 止。

附件 2 指定供应商为:

广州医药股份有限公司大众药品销售分公司
 广东创美药业有限公司
 深圳创美药业有限公司
 浙江省医药工业有限公司

附件 3 产品目录

产品名称	规格	购入价 (元/盒)	建议零售价 (元/盒)
保仕婷 (1片装)	1.5mg*1	35.26	79.80

附件 4 服务费计算 (盒)

服务费类别	结算依据	结算期	标准单价 (元/盒)	产品	时间段	开始月份	结束月份	协议量 (盒)	协议量下限值 (盒) (大于等于)	协议量上限值 (盒) (小于)
服务费	总部购进	季度	6.0	保仕婷 (1片装)	每季度	2026-01	2026-12	26000	6500	
服务费	总部购进	年度	1.0	保仕婷 (1片装)	年度	2026-01	2026-12	29000	29000	

全年协议量 26000 盒, 每季度达成大于等于 6500 盒, 6 元每盒, 如当季度未完成季度协议量, 甲方不给予支付乙方当季度服务费, 但如乙方在后续季度累计实际销售量大于等于 100% 累计季度协议量, 甲方按乙方实际完成支付乙方累计的季度服务费。之前已支付的服务费, 累计季度考核时, 不再重复支付。如年达成大于等于 29000 盒, 追加年度服务费 1 元每盒。

附件 5 甲方依据乙方履行协议的实际情况, 支付以上服务费。

- A. 结算期间: 参考附件 4;
- B. 具体支付方式: 以附件 4 的约定为基础, 得出费用总数, 由甲方以电汇方式支付到乙方在本协议中所列明的账户。甲方应该在收到乙方开具的符合财务制度规定的发票后按照双方约定的付款期限支付服务费。

附件 6

乙方账户名称: 急达兔大药房 (广州) 有限公司

银行账号: 640886184

开户行: 中国民生银行股份有限公司广州科学城支行

附件 7 O2O 平台推广约定

一、O2O 产品维护

1、甲方产品上架

乙方需将在 O2O 平台运营的乙方门店上架保仕婷。

2、甲方产品文描

乙方需配合甲方对于各 O2O 平台店铺内的保仕婷产品文描按照甲方提供的标准文描进行展示, 具体包含以下内容:

2.1 产品标题

2.2 产品主图;

2.3 产品副图;

2.4 商品详情页。

3、产品价格

3.1 日常价格维护：基于甲方提供的本协议项下合作便利，乙方同意按照协议内建议零售价进行线上店铺前台价格的日常维价，如有特殊活动需求，需提前与甲方相关人员进行协商。

3.2 活动期价格：在甲方发起的活动期间，乙方不得擅自调整产品前台价格，如有特殊需求，需提前与甲方相关人员进行协商。

二、O2O 店铺基础资源

1、乙方店铺搜索应关联“避孕”“避孕药”“紧急避孕药”“事后避孕药”等关键词，搜索相关关键词时保仕婷产品置顶。

2、乙方应将保仕婷在二级分类中进行品类置顶。

三、O2O 营销活动配合

1、在甲方在 O2O 平台进行活动期间，在各平台所有店铺需上线保仕婷品牌 Banner，并在店铺首页爆品坑或满减专区等活动坑位上线保仕婷产品。

四、O2O 平台包含但不限于美团、饿了么、京东到家、微信微商城、京东健康等。

