1. **经销商（销售伙伴）的一般条款和条件（GTC）。**
2. 范围
3. 承包商
4. 接受适用的文件
5. 与Gliszen.com互动的重要性
6. 签订合同和执行订单
7. 价格、付款和佣金
8. 交付业绩
9. 投诉和退款权利
10. Gliszen.com的产品安全法及其应用
11. 扩展的免责条款
12. 合同语言
13. 会员资格
14. 沟通
15. 保密和不披露条款
16. 管辖地和最终条款
17. 补充文件
18. **范围**

这些针对分销商（以下简称分销商）的一般条款和条件（GTC）适用于*Gliszen.com*上的所有商业交易或商业交易的调解。 它们是分销商与Gliszen.com本身（以下也称为公司和/或社会和/或组织）之间协议的一部分。

本规定中的分销商（销售伙伴）是指每一个从事独立销售活动的自由职业的小型和微型企业家，他们已经向有关地区当局申报，并希望在Gliszen.com上开始相应的销售活动。

请注意。

Gliszen.com指出，核实分销商的业务及其注册的有效性和合法性不是公司的任务。 因此，该公司不会对传销商有关假自雇或其他虚假陈述的任何不当行为负责。

1. **承包商**

通过同意建立伙伴关系，分销商（销售伙伴）同样与公司签订了口头合同义务，其代表是

Jaikaski，业主：Kimberley Sacha-Gaye Walters，13 Lissant Road, Kingston CSO, Kingston W. I.牙买加，在牙买加公司办公室注册--注册号：4131/2021，TRN号：122324595/1 - +1876 421-2979 / k-walters@gliszen.com

和/或

广州恒成科技有限公司广州恒诚科技有限公司中国广东省广州市天河区中山西路20/6-8号，510630 - 在中国广东省政府注册 - 注册号：91440101MA9Y5WUU5G - +49 178 28812-66/ [*f-jarrar@gliszen.com*](mailto:f-jarrar@gliszen.com)。

1. **接受适用的文件**

通过同意这些一般条款和条件，分销商同样同意以下适用文件及其内容的合法性。

1. *A*部分 *面向终端消费者的一般条款和条件（GTC*
2. *B*部分 *商业客户（B2B）的一般条款和条件（GTC*
3. *一般使用条款*
4. *格利森行为准则(GCC*)
5. *私人政策和数据安全*

通过接受这些条款和条件，分销商认识到他正在尊重客户的权利，并相信Gliszen.com将同样尊重和保护他自己的权利。

1. **与Gliszen.com互动的重要性**

Gliszen.com为合作的分销商提供了一个平台，以建立一个独立的URL，从而成功推广网站组合中的产品。 此外，在遵守《分销商*一般使用条款》*和《*Gliszen行为准则》（GCC）的*前提下，分销商可以自由地将这个网址链接到自己的社交网络。

使用时，除其他事项外，还适用。

1. 谨慎处理。 销售伙伴有义务小心和负责任地处理提供给他的平台（URL）及其内容。
2. 照片和视频来自Gliszen.com。 由公司及其合作伙伴提供的照片和视频必须得到保护，以免被滥用。
3. 其他照片和视频 分销商必须尊重版权和第三方的权利，特别是关于第三方的照片和视频。
4. 推广其他产品。 禁止在Gliszen.com上推广外部方的产品。 同样，也严格禁止上传图片和视频来推广不属于本公司及其合作伙伴的产品。
5. 代表性人物 Gliszen.com是一家世界性的、宽容的公司。 它提倡和促进多样性，并对其分销商提出同样的要求。 为此，分销商必须尊重每个人的自由、独立和个性，远离种族主义、性别歧视和宗教不容忍，拒绝对他人使用暴力。
6. 自己的社交网络 如果分销商在自己的社交网络上违反了E款所定义的规定，则由这个人的自由决定。 但是，如果这种情况被知道，Gliszen.com将以最强烈的方式与这些人保持距离，并考虑取消业务关系。
7. **签订合同和执行订单**

对于B2C销售，适用于以下情况。

* 1. 分销伙伴有自己的网址，有一个单独的购物车供客户使用。
  2. 客户完成购买后，分销伙伴以及Gliszen.com本身将被自动通知。
  3. 客户会收到一份自动订单确认书，其中包括合同的基本内容和所购货物的信息。
  4. 生产合作伙伴以及合作的物流公司会收到进一步的信息，而这些公司又会启动订单的处理。
  5. 如果订单已经执行，货物已经交付给客户，经销商有权在14天的撤回权到期后收到佣金的支付（见*针对终端消费者的一般条款和条件*（*GTC））*（见第6.2点）。

对于B2B销售，适用于以下情况。

* 1. 在B2B领域具有相应较高订单量的商业交易不会被自动处理，因为交付方式和销售价格可以不同，但不必如此。
  2. 分销商可以通过两种方式处理来自其客户的B2B订单。
     1. 客户直接向Gliszen.com发送他的请求。
     2. 客户向经销商提出要求，而经销商则与总部联系并传达订单。

为了保护分销商的利益，公司建议遵循第5.7.2节中规定的程序。 在这些条件下，可以更实际地跟踪任何应计佣金的支付情况。

* 1. 关于B2B商业交易本身、其支付方式和处理方式的进一步基本信息可以在相关的GTCs中找到（*B商业客户（B2B）的一般条款*和*条件（GTC））*。

1. **价格、付款和佣金**

Gliszen.com和其合作伙伴将确定统一的价格，其中包括销售代表（分销商）的佣金费用。

分销商必须考虑到可能的进口增值税率和可以申请的海关费用。

在这方面，公司建议在早期阶段与地方当局联系。

* 1. 价格组成如下。
     1. 合作方的价格，是基于目标市场的。
     2. 中国境内的内陆运输费用。
     3. 物流合作伙伴处理订单的费用（处理费用）（重新包装/打包，贴标签和标记等）。
     4. Gliszen.com和其分销商的利润分享百分比。

所报价格始终是净价。 任何适用的税收和关税必须被考虑在内，并由分销商和/或其客户支付。

* 1. 付款和佣金
     1. 佣金总额通常为产品净价的35%，除非另有书面协议。 在这里，20-25%是销售代表的利益，取决于他/她在组织中的地位，10%是公司的利益，公司需要它来支付自己的成本和保证系统的维护。
     2. 普通销售代理/销售代表的佣金为20%。 区域销售经理获得净销售价格的25%。 此外，区域销售经理还可从其监管的销售代理所产生的收入中获得5%。 这是区域销售经理必须执行的行政活动的支出津贴。
     3. 出于行政管理的原因，每个正规的销售代理/销售代表都受制于一个区域销售经理，这就是为什么每次采购都要支付25%的百分比，而组织的索赔永远不会超过6.2.1中提到的10%。
     4. 在14天提款期过后，分销商有权获得佣金。
     5. 出于后勤和实际的原因，任何累积的佣金将暂时保留，只在月末支付。
     6. Gliszen.com将对任何偏离条例6.2.5的付款或特殊付款收取手续费。
     7. 公司将通过通常的商业渠道启动付款，如银行转账、信用卡或网站上介绍的标准在线支付服务。 在这样做的时候，公司保留选择最符合双方利益的付款方式的权利。
     8. 本章讨论的定价和佣金结构不适用于B2B领域。这些必须根据这种商业模式的性质单独进行谈判。

1. **交付业绩**

虽然客户的满意度，也就是我们销售人员的满意度，是Gliszen.com理念的一个重要方面，特别是交货表现是其中的一个重要部分，但Gliszen.com不能100%保证所有的交货都能准时到达或完成。

公司始终努力在其能力范围内优化程序和流程。 然而，在公司的影响范围之外，有各种因素需要考虑，偶尔也会阻碍最佳交付业绩。

因此，我们的条款和条件适用如下。

* 1. 客户根据生产合作方申报的货物库存进行采购。
  2. 生产合作方在收到订单后将立即开始提供货物，但不迟于下一个日历日。
  3. 成功完成订单后，生产合作方将货物发送给负责的物流合作方，由其负责进一步执行订单。
  4. 如果在收到订单和发出包裹之间，货物的库存发生了负面的变化，以致于无法再交付所订购的物品，公司将在得知这一情况后立即书面通知销售代表。
  5. 公司以及其合作伙伴不承担任何对交付业绩产生负面影响的不可抗力事件的责任。
  6. 为了可能支付关税和税款，订购的产品不应超过其价值中的免税额。 客户和分销商都有责任获得关于是否有这些津贴以及津贴数额的信息。 分销商有义务在订货前将这一事实告知客户，并参考GTC的相关法规。
  7. 公司的合作制造商负责维护Gliszen.com上的库存。 如果这方面的失误妨碍了及时交货，或甚至不可能交货，Gliszen.com对此不承担任何责任。
  8. 如果发生第7.7条规定的情况，Gliszen.com将在得知情况后立即书面通知分销商。
  9. 如果Gliszen.com确定第7.7点中定义的情况更频繁地重复出现，并且合作制造商及其表现被证明是不可靠的，公司将为了分销伙伴的利益对其进行制裁。 这可能导致该制造商被排除在网站之外。
  10. 除第7.4点至第7.9点外，根据本第七章定义的标准，关于交付性能的规定仅适用于B2C交易。
  11. B2B的运输处理是根据其业务性质单独处理的，并按要求进行（*B商业客户（B2B）的一般条款和条件*（*GTC）*）。 这方面的沟通是通过电子邮件进行的，并附上报价和合同的手续。

**请注意。**

从2021年7月1日起，新的进口法规（IOSS）将适用于欧洲经济区。

为此，请明确提请你们的客户，特别是欧盟境内的最终消费者注意，有鉴于此，应该只选择有资格的物流服务供应商。

Gliszen.com会给它们贴上相应的标签。

1. **投诉和退款权利**

在发生以下情况时，客户有权要求退款，经销商也必须部分尊重这一权利。

* 1. 退学与取消

客户有权在交货前取消他的订单，此外，他在收到订单后有14天的时间来撤回他的订单。

他不需要为此提出理由。

这是一项不可侵犯的国际商业法律，适用于大多数国家。 Gliszen.com将采取措施，以其他方式满足客户，以避免退款的负担，从而避免退款/扣留佣金。

这些措施可能会导致与订单有关的佣金减少。

**注意。**撤回权只适用于最终客户，即B2C客户。

如果买方坚持他的撤回权，经销商就必须放弃他的佣金。

* 1. 保修 终端客户（B2C）和商业客户（B2B）有权享受2年的保修期。 在这种情况下，保修意味着交付的产品没有任何缺陷，如果使用得当，将继续履行其功能2年。 磨损和撕裂不在此规定之列，前提是磨损和撕裂是由于正确使用所致。 如果交付的产品有缺陷，Gliszen.com和其合作伙伴有义务修复损坏，提供更换，或降低价格，以更合理的方式为准。 **注意：**保修的权利适用于，终端客户（B2C）和商业客户（B2B），制造商有责任保障它。 因此，经销商的委托赔偿权在此不受影响。

* 1. 产品责任和损害赔偿要求 制造产品或将其投放市场的人有义务确保这些产品不会产生危险。 在这一背景下，客户应受到保护，以避免生命、身体和健康以及除缺陷物品本身以外的财产受到损害。 **注意。**产品责任法适用于B2B和B2C客户，并且在地区上有所不同。 在第一种情况下，制造商对损害和违约行为负责。 然而，在一些地区，进口商也要承担同样的责任，因为是进口商将货物投放到市场上。 因此，**我们敦促分销商**在销售商品前熟悉各地区关于产品责任和产品安全的规定，并确保Gliszen.com上的产品符合这些规定--请参见第9章 "产品安全"。
  2. 关于第8.1点至第8.3点所列主题的应用的进一步信息，请参考本条款和*条件的*A部分和B部分*（B商业客户（B2B）的一般条款和条件（GTC）*和*A终端消费者的一般条款和条件（GTC））*。

如果发生第8.1节至8.3节所述的情况，Gliszen.com将在事件发生后立即通知所有参与交易的合作伙伴，包括合作的分销商，以便与他们一起确定应对措施。

1. **Gliszen.com的产品安全法及其应用**
   1. 产品安全法

美国消费品安全委员会（CPSC）的《美国消费品安全改进法案》（CPSIA）以及欧洲议会和理事会的（EU）2019/1020号条例，这里明确为欧盟委员会关于一般产品安全的第2001/95/EC号条例，是美国和欧盟确保产品安全的法规实例。

它们代表着必须遵守的具有约束力的规定，以便使商品在相关经济领域内流通，并适用于所有各方，无论其营业地点如何。 它们是对产品责任条款的补充（见8.3.），如果发生侵权和/或责任，可给予高额处罚。

因此，我们强烈建议分销伙伴。

1. 即使在推广Gliszen.com及其合作伙伴的产品之前，也要意识到需要遵守这些规定。
2. 并在销售前检查各种物品是否符合这些规格。
3. 如果有疑问，请不要出售。

合作的制造商有义务在产品说明中定义有关产品符合性的信息。

收到销售人员在这方面的问题，[*regulatory@gliszen.com*](mailto:regulatory@gliszen.com)，并将转发给相关部门。

* 1. 产品责任与产品安全 产品责任与产品安全法规密切相关，因为许多产品责任案件的起源是对产品安全的漠视。 它规定，如果有人因产品缺陷而死亡，身体或健康受到伤害，或除缺陷物品本身外的其他东西受到损害，产品制造商有义务向受害方支付赔偿。 如果考虑到所有情况，产品不能提供安全，特别是在以下方面，则为有缺陷的产品

1. 他的表现。
2. 他的合理预期使用。
3. 在市场上投放的日期。

人们可以合理地期待它的到来。

根据一些国家和地区的法律，整个供应链都要对违反这些规定的行为负责。

* 1. Gliszen.com无法审查和验证所有的全球合规要求，以确定哪些产品符合哪些地区的规定。 因此，我们建议我们的分销商在有疑问或有任何问题时，一定要联系合规团队，*regulatory@gliszen.com*。

1. **扩展的免责条款**
   1. Gliszen.com上的分销商不允许在平台上推广与Gliszen.com产品直接竞争的产品。 这同样适用于上传视频和照片，以及链接到与本组织有直接竞争关系的其他网站和社交媒体。
   2. 链接到提供Gliszen.com不提供的产品的网站和社交媒体，在成功通过组织的验证后，可能会被允许。 但是，这种请求的制定必须是事先进行的，并且必须得到该组织的批准。
   3. 这一法规尤其适用于与《*格利森行为准则》（GCC）*相抵触的内容，如色情内容或任何形式的歧视性描述。
2. **合同语言**

作为一家国际化经营的公司，Gliszen.com一直努力在全球范围内获得客户和合作伙伴。 然而，我们并不总是能够以所有语言发布所有具有约束力的强制性文件。 因此，**只有英文版本的**一般条款和条件以及所有其他文件**具有法律约束力**。 其他语言仅用于定位目的。

1. **会员资格**

若要申请分销会员资格，请写信给我们，[*distributor@gliszen.com*](mailto:distributor@gliszen.com)。

1. **沟通**

该公司为其合作伙伴和客户提供了多种沟通方式。

其中，在Gliszen.com上可以找到各种电子邮件地址，使参与者可以通过电子邮件向相关部门发送与主题有关的询问。

另一个重要的沟通媒介是Gliszen.com的聊天系统。

每个账户都有这样一个聊天窗口，通过它可以与Gliszen.com管理部门建立直接联系，并进一步保证与其他合作伙伴的沟通。

特别是在业务领域，这种聊天系统代表了一种非常有效的沟通交流方式。

出于这个原因，我们呼吁所有各方，同样也呼吁所有客户定期检查他们在门户网站上的通知，主要是为了期待对这里没有具体说明的问题的回应。

1. **保密和不披露条款**

缔约各方同意照顾负责任的合作。

这尤其适用于向第三方披露信息和/或处理对方的信息，如果获得这方面的信息。

这适用于。

* 1. 在门户网站上与第三方沟通的价格协议，与Gliszen.com的广告价格相反，因此被归类为对业务的损害，除非有明确的书面协议。
  2. 联系和/或试图联系Gliszen.com的生产合作伙伴，除非这种行为已经得到明确的书面同意，和/或合作制造商由于其会员身份有权主动建立联系。

这种违规行为将被视为违反信任，并将导致被立即排除在门户网站之外。

反之，本组织也承诺按照这些规定行事，并尊重其合作伙伴的保密信息。

1. **管辖地和最终条款** 
   1. 牙买加岛国的法律应适用于分销商和公司之间的合同关系。 联合国《国际货物销售合同公约》的适用被排除在外。
   2. 如果这些GTC的任何条款无效，其余条款的有效性不应因此受到影响。 双方承诺用尽可能接近无效条款的有效条款取代无效条款。
2. **补充文件**

* *面向终端消费者的一般条款和条件（GTC）。*
* *B 商业客户（B2B）的一般条款和条件（GTC*
* *一般使用条款*
* *Gliszen行为准则（GCC*
* *私人政策和数据安全*