

作为全球公认的优质保健和生活方式产品的制造商和销售商，medi 在处理与自己产品的广告、展示和销售相关的事项时非常认真和谨慎。此外，稳定而透明的价格结构、交付及服务架构对于 medi 的国际业务非常重要。

因此，我们对 medi 产品进行销售会受到以下 规定和条款的约束：

1. 定义：

在对本政策进行释义时，以下概念定义具有 各自特定的含义：

- a) “经销商”是指，从 medi 获得产品，然后根据市场需要供应和/或销售 这些产品的自然人或法人。
- b) “客户”是指，从经销商处购买产品的自然人或法人。
- c) “最终消费者”是指，购买产品用于个人非商业用途的每一位自然人（通常 是消费者）。
- d) “medi”是对 medi GmbH & Co.KG 德国总部，包括隶属于 medi 公司集团的所有公司的整体或个别公司的简称。
- e) “产品”是指，由 medi 制造和/或销售的每一件商品。
- f) “销售”或“进行销售”是指，以法律允许的各种方式售卖和宣传推广 产品。
- g) “线上销售”：是通过互联网（例如自营网上商店、销售网络、第三方平台 或者目前或未来可用的各种其他方式）对产品进行广告宣传、展示和/或 售卖。
- h) “线下销售”：是在实体店铺和/或参与商业活动的人员可彼此面对面互 动的其他各种环境中对产品进行广告宣传、展示和/或售卖。
- i) “政策”：在本文件中考虑到的条款和条件。
- j) “产品列表”：一份可能会不定时进行更新并由 medi 分发给指定销售 medi 产品的经销商的文件，其中包含可能与这 些产品相关的更多详细信息。
- k) “建议售价”：一份可能会不定时进行更新并由 medi 分发给经销商的文件，其中就向最终消费者销售特定产品给出了不具有约束力的合理经销商 报价。
- l) “特殊产品”：由于法律、性质和/或其产品说明（例如使用说明书）的原 因，这类产品需要在患者本人到场的情况下进行专门的调整、控制测量、 调节或其他各种修改，以便保证产品能够适应他的需求。 本政策中附有 特殊产品列表，以供说明。
- m) “地区”：经销商总部注册地所在的国家/地区。
- n) “欧盟”：欧盟成员国或是在合同中采用了某些欧盟有关自由货物贸 易 和销售条款的国家。

2. 一般条款：

- a) 无论经销商与 medi 之间已经有、还是在未来要达成书面的单独协议 时， 本政策的内容均是对此类单独协议的补充，但是，如果有任何不明 确之 处，则此类单独协议的内容优先于本政策。
- b) 每一位经销商都有权在非排他性的基础上，仅根据 medi 发布的产品相 关说明和正确的（品牌）名称销售自己直接从 medi 取得的产品。只要欧 盟强制性法规未作另行规定，经销商便只能在其地区内进行销售。虽然 medi 不反对适用的欧盟法规，但 medi 仍然强烈建议，出于品牌战略原 因，保留在地 区内销售货物。
- c) 无论产品列表还是零售价目表标示出的一款产品的所有价格，都仅供客户 或经销商在有疑问时用作指导。这类价目表绝不应对客户或经销商产生 约 束力。因此，每一位经销商都可以自行决定每一款产品的批发或零售 价 格。
- d) 只有当经销商直接与患者取得联系时，才允许销售特殊产品。经销商绝对

不允许在线上销售特殊产品，对于因非法销售特殊 产品可能导致的一切 后果，medi 不承担任何责任。

- e) 经销商必须始终以符合优质品牌形象的方式供应、宣传和展示产品。原则 上，应始终通过产品独一无二的特性、优势和附加值进行广告宣传，而不 是通过降价的方式。除非是特定的限时广告促销活动，否则经销商应尽 量避免使用诸如“廉价”、“多余库存”或“清仓”之类的词汇。
 - f) 经销商不得主动在其地区以外进行产品的广告宣传。
 - g) 任何与销售相关的活动均应遵守经销商的常规业务流程，以及市场或其 客户合理期望从经销商那里获得的一般和通用的市场准则。
 - h) 经销商必须始终至少 为自己的客户提供一个实体地址、一个适当的电子 邮件地址和一个固定电话号码。
 - i) 经销商必须重视并遵守适用于自己业务活动的法规、法令和规则。
 - j) 经销商以销售 medi 产品为唯一目的，必须遵守 medi 的“商标和营销 材 料政策”。 本文件不提供或授予任何特殊许可或其他权利。
3. 线上销售：另外，对产品的线上销售还受到以下规定的约束：
- a) 无论何时，通过某些销售平台进行线上销售需要 medi 的同意时，medi 保留自行决定给予或拒绝此项同意的权利。所有必要的同意均必须以书面 形式给出。
 - b) 无论网上商店是经销商自营还是由第三方，例如贸易合作伙伴或亚马 逊、Ebay、京东、天猫等销售平台（以下统称“合作伙伴”）经营，均适用线 上销售条款。对于经销商在自己的销售活动中牵涉到的第三方，经销商应 确保这些第三方遵守此商业条款。
 - c) 经销商的网站必须遵守所有关于合法推广宣传线上产品、进行相关线上 销 售以及为客户提供相应付款和交付方式的适用法规。
 - d) 经销商必须在自己网站上的醒目位置提供可方便联系自己客户服务部门 的 咨询方式，使每一位客户都能够通过固定电话、电子邮件或聊天功能 快速 联系到客户服务部门，所有这些都应符合市场上的适用标准。
 - e) 面向客户的固定电话热线必须可在市场的常规开放时间内接通。
 - f) 经销商店铺的域名必须包含经销商的名称。
 - g) 在能够以经销商开放使用的域名进行访问的网站主页上，必须根据 medi 为此制定的规则以及适用的法律要求标示和显示 medi 的品牌名称和标 识。
 - h) 在经销商网站上销售的所有产品都必须指明品牌名称和 medi 的标识以 及原始名称和产品的详细说明以及相应的图片和/或视频资料和包装，所 有这些都要符合市场上对于优质产品的良好标准以及先前由 medi 以书 面形式公布的标准，除非 medi 此前自己提供过其他信息。
 - i) 所有网站都必须与时俱进。 必须在醒目的位置上明确标示出每一款产品 的最终价格。
 - j) 只有在涉及某些一次性或周期性的活动时，才允许显示划掉的较高价 格， 而不能作为常规应用的长期广告使用。
 - k) 经销商必须以清晰易懂的方式给出自己的交付条款和其他供货条件。
- l) 对询盘、订单和产品发货的处理必须体现出产品的优质品牌形象和良好 声誉。
 - m) 经销商应确保，接受过培训的员工能够快速而明确地回答有关客户服务的 聊天或电话咨询。
 - n) 经销商负责培养能够准确看出客户需求并且结合各产品组合对不同应用 领 域进行介绍的专业人员。
 - o) 经销商在自己的授权网站上，只能针对自己目前产品范围中所包含的、并 且 能够立即交付的产品进行广告宣传。
 - p) 营销活动必须体现出产品的优质品牌形象。严禁以不适当的方式（例如 带有淫秽、色情、政治色彩等）进行任何广告宣传。



- q) 除非由欧盟境内的最终消费者下订单, 否则这些订单只能签发和发送到本地区境内的客户地址。
- r) 除非欧盟境内的最终消费者提出要求, 否则需要向本地区境外发货的 每一笔订单都必须跳转到 medi 的主页, 最终消费者可以在这里了解到 有关自己收货地址的联络点的信息。
- s) 仅将货物交付至事先确认过的交付地点。经销商不承担任何代发货义务, 并且 medi 不为互联网帐户提供交付服务。
- t) 向 medi 订购产品即表示, 经销商有义务遵守本政策的条款, 并确保自己的员工和/或参与经销商业的第三方同样遵守本政策。 如果您对商业政策还有任何疑问, 请联系 commercialpolicy@medi.de。