

北京金诚同达律师事务所
关于
上海霍普建筑设计事务所股份有限公司
首次公开发行股票并在深圳证券交易所
创业板上市的
补充法律意见书（六）

金证法意[2020]字 1214 第 0780 号



中国北京市建国门外大街 1 号国贸大厦 A 座十层 100004

电话：010-5706 8585

传真：010-8515 0267

北京金诚同达律师事务所
关于
上海霍普建筑设计事务所股份有限公司
首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市的
补充法律意见书（六）

金证法意[2020]字 1214 第 0780 号

致：上海霍普建筑设计事务所股份有限公司

本所接受发行人的委托，作为发行人本次发行、上市的特聘专项法律顾问，为发行人本次发行、上市提供法律服务。

本所已于 2019 年 12 月 20 日出具了金证法意[2019]字 1127 第 0704 号《法律意见书》和金证律报[2019]字 1127 第 0703 号《律师工作报告》，于 2020 年 4 月 10 日出具了金证法意[2020]字 0324 第 0125 号《北京金诚同达律师事务所关于上海霍普建筑设计事务所股份有限公司首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市的补充法律意见书》，于 2020 年 6 月 12 日出具了金证法意[2020]字 0609 第 0309 号《北京金诚同达律师事务所关于上海霍普建筑设计事务所股份有限公司首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市的补充法律意见书（二）》。

此后，根据《创业板注册办法》《创业板股票上市规则》，本所于 2020 年 6 月 19 日出具了金证法意[2020]字 0618 第 0336 号《法律意见书》和金证律报[2020]字 0618 第 0337 号《律师工作报告》，于 2020 年 9 月 25 日出具了金证法意[2020]字 0910 第 0616 号《北京金诚同达律师事务所关于上海霍普建筑设计事务所股份有限公司首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市的补充法律意见书（三）》，于 2020 年 10 月 14 日出具了金证法意[2020]字 1012 第 0677 号《北京金诚同达律师事务所关于上海霍普建筑设计事务所股份有限公司首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市的补充法律意见书（四）》，于 2020 年 11 月 20 日出具了金证法意[2020]字 1106 第 0708 号《北京金诚同达律师事务所关于上

海霍普建筑设计事务所股份有限公司首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市的补充法律意见书（五）》。

现本所律师就深圳证券交易所于 2020 年 12 月 11 日出具的《关于上海霍普建筑设计事务所股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2020〕010928 号）（以下简称“《落实函》”）中要求发行人律师进行核查并发表意见的事项出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书中所使用的术语、名称、简称，除特别说明外，与其在前述法律文件中的含义相同。本所律师在前述法律文件所作的各项声明，亦适用于本补充法律意见书。除本补充法律意见书的内容之外，本所律师对发行人本次发行、上市的其他法律问题的意见和结论仍适用前述法律文件中的相关表述。本补充法律意见书对前述法律文件构成必要的补充。

本所律师根据《证券法》《创业板注册办法》和《编报规则第 12 号》等有关法律、法规和规范性文件的规定，按照律师行业公认的业务标准、执业规范和勤勉尽责精神，发表补充法律意见如下：

一、《落实函》问题 1 的回复

1. 根据申报材料及审核问询回复：（1）发行人是在全国范围内具有一定品牌知名度的建筑方案公司，是国内知名的建筑设计技术与咨询服务提供商；

（2）除发行人、发行人控股股东霍普控股、发行人参控股子公司霍普国际、都市霍普、麦格霍普外，类似商号且涉及建筑设计类的企业还包括 7 家；（3）发行人实际控制人龚俊与深圳市霍普建筑设计有限公司（以下简称“深圳霍普”）控股股东欧阳颖为校友，曾共同创业。发行人与深圳霍普报告期存在交易；

（4）公司每年冠名“霍普杯”国际大学生建筑设计竞赛。请发行人补充披露：

（1）发行人“霍普”品牌的知名度情况，与类似商号且涉及建筑设计类的企业的品牌是否能够有效区分；（2）“霍普”品牌使用是否存在被其他境内外主体主张权利的风险，相关风险对发行人的影响和应对方案；（3）“霍普杯”国际大学生建筑设计竞赛具体情况，包括但不限于主办方、协办方、参与方，参赛对象范围，举办的背景和原因，竞赛作品是否用于商业用途，对参赛作品知识产权的约定等，是否存在与竞赛相关主体的纠纷或潜在纠纷。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

（一）发行人“霍普”品牌的知名度情况，与类似商号且涉及建筑设计类的企业的品牌是否能够有效区分

经核查，发行人凭借自身在创意水平、设计技术、人才团队、过往业绩、资质荣誉、优秀设计作品等方面的综合优势与影响力，在国内建筑方案领域形成了一定的品牌知名度。

经网络检索，截至本补充法律意见书出具之日，除发行人的子公司、参股公司外，与发行人商号类似且涉及建筑设计类的企业主要有 7 家。上述公司中，除深圳霍普外，其余公司均未注册商标。深圳霍普的注册商标为“”，与发行人的注册商标及品牌 LOGO 显著不同。发行人的品牌与上述类似商号且涉及建筑设计类的企业的品牌能够有效区分，具体原因为：

第一，发行人对外的品牌宣传主要使用“ 霍普股份”的品牌 LOGO 以及“霍普”、“霍普股份”、“霍普建筑”、“HYP”字样的注册商标，上述品牌 LOGO 以及商标与其他建筑设计类企业的品牌宣传标识具有显著区别，不存在使用相同或类似的商标、品牌 LOGO 的情况。同时，由于存在与发行人商号类似且同为建筑设计类企业的情况，发行人对外进行品牌宣传时，采取了更为审慎的态度，即发行人依托于设计作品、所获荣誉、设计师团队等多元化素材进行品牌宣传，以有效区别于其他类似商号的建筑设计类企业，避免仅以商号开展宣传工作而使客户产生混淆认知的风险。

第二，发行人的品牌价值集中体现在设计作品、获奖荣誉、设计师团队等方面。发行人对外进行品牌宣传时，以优秀设计案例、核心设计人员、所获奖项等多样化的素材作为品牌载体，单纯的商号相同并不会导致客户产生混淆认知。同时，发行人的主要客户为保利等大型房地产开发商，其在遴选供应商时具有较高的注意义务。在设计项目的承接、执行过程中，客户会详细考察设计单位的过往设计作品、案例经验、团队实力及经历等，不会仅因公司名称中部分商号相同而产生混淆或误导。

本所律师认为，发行人的品牌与类似商号且涉及建筑设计类企业的品牌能够有效区分。

(二) “霍普”品牌使用是否存在被其他境内外主体主张权利的风险，相关风险对发行人的影响和应对方案

经核查，发行人品牌的使用不存在被其他境内外主体主张权利的风险，具体如下：

第一，发行人对外品牌宣传主要使用“ 霍普股份”的品牌 LOGO 以及“霍普”、“霍普股份”、“霍普建筑”、“HYP”字样的注册商标。上述品牌 LOGO 与商标是发行人根据发展愿景、企业文化等所进行的创新性的提炼与总结，与其他建筑设计类的企业的品牌宣传标识具有显著区别，不存在使用相同或类似的商标、品牌 LOGO 的情况。

第二，发行人对外宣传所使用的商标均已在国家知识产权局商标局注册生

效，根据《商标法》的规定，我国对于商标的专用权予以保护，未经商标注册权人的许可，任何人不得实施使用与注册商标相同的商标等侵犯商标专用权的行为。

第三，截至本补充法律意见书出具之日，发行人未出现有关品牌的使用被其他境内外主体主张权利的情况。

本所律师认为，发行人对“霍普”品牌的使用不存在被其他境内外主体主张权利的风险。

(三) “霍普杯”国际大学生建筑设计竞赛具体情况，包括但不限于主办方、协办方、参与方，参赛对象范围，举办的背景和原因，竞赛作品是否用于商业用途，对参赛作品知识产权的约定等，是否存在与竞赛相关主体的纠纷或潜在纠纷

经核查，“霍普杯”的全称为“UIA-霍普杯国际大学生建筑设计竞赛”(UIA-HYP CUP)，是由发行人独家赞助并以商标冠名的面向国内外建筑及相关专业高校大学生的年度建筑设计竞赛。每届竞赛的评委会主席由一名国际著名建筑大师担任，竞赛评委为来自国内外的著名建筑师及学院院长，目的是引导学生以全新的方式进行思考，将设计理念与扎实的建筑学功底有效地结合，以提高解决具体设计案例问题的综合能力，同时也成为发现建筑精英的推手。

经核查，报告期内，“UIA-霍普杯国际大学生建筑设计竞赛”共举办四届，具体情况如下：

项目	2020年	2019年	2018年	2017年
竞赛题目	城市之谜&迷之城市	乐活空间-融合建筑和环境	城市共生：定制化社区模块	改变与重塑
竞赛要求	参赛者为中国天津杨柳青约8,000-32,000位居民提供并展示他们的设计解决方案	参赛者需选择一个衰退的城市或者景观区域，倾向于城市边缘地带(世界任意地区)进行设计，致力于改善当地的环境，为当地的居民带来益处	参赛者在中国一个一、二线城市选择一块城市中心区，打造一个拥有约1,000个小单元的共生集群	在大都市蔓延的21世纪，设计能够和周围产生互动的并具备生命力的建筑
主办方	国际建筑师协会(UIA)、天津大学建筑学院、《城市·环境·设计》杂志社(UED)			

联合主办方	哈尔滨工业大学建筑学院	无	东南大学建筑学院	华南理工大学建筑学院
协办机构	清华大学建筑学院、同济大学建筑与城市规划学院、东南大学建筑学院、华南理工大学建筑学院、西安建筑科技大学建筑学院、重庆大学建筑城规学院	清华大学建筑学院、同济大学建筑与城市规划学院、东南大学建筑学院、华南理工大学建筑学院、西安建筑科技大学建筑学院、重庆大学建筑城规学院、哈尔滨工业大学建筑学院	清华大学建筑学院、同济大学建筑与城市规划学院、东南大学建筑学院、华南理工大学建筑学院、西安建筑科技大学建筑学院、重庆大学建筑城规学院、哈尔滨工业大学建筑学院	清华大学建筑学院、同济大学建筑与城市规划学院、东南大学建筑学院、西安建筑科技大学建筑学院、重庆大学建筑城规学院、哈尔滨工业大学建筑学院
指导机构	全国高等学校建筑学专业教育评估委员会、中国美术家协会建筑艺术委员会	教育部高等学校建筑类专业教学指导委员会、全国高等学校建筑学专业教育评估委员会、中国美术家协会建筑艺术委员会	全国高等学校建筑学专业指导委员会、全国高等学校建筑学专业教育评估委员会、中国美术家协会建筑艺术委员会	全国高等学校建筑学专业指导委员会、全国高等学校建筑学专业教育评估委员会、中国美术家协会建筑艺术委员会
冠名机构	霍普股份			
参赛对象	国内外建筑及其相关专业高校的在校学生			

经核查，“霍普杯”历届比赛均由竞赛组委会指定竞赛主题、设计要求及技术指标，由参赛者根据上述要求进行设计。参赛作品均依托于竞赛组委会指定或选手自选的地区进行设计，并非实际待开发的地块，设计作品不具备直接用于设计地块商业开发的可能。截至本补充法律意见书出具之日，参赛作品未被用于商业用途。

根据“霍普杯”官方网站公示的参赛规则，参赛者拥有参赛作品的版权。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人与“霍普杯”相关竞赛主体不存在纠纷或潜在纠纷。

本所律师认为，“霍普杯”竞赛作品未被用于商业用途，主办方已通过官方网站公示参赛规则的方式对知识产权做出明确约定，发行人与竞赛相关主体不存在纠纷或潜在纠纷。

(四) 本所律师的核查意见

1、核查过程

(1) 查阅了发行人报告期内的财务数据及所获建筑设计类奖项并访谈了发行人部分高级管理人员，核实了发行人品牌的知名度情况；查阅了与发行人及其商号相同且涉及建筑设计类企业的工商资料以及对外宣传资料，核实了发行人的品牌是否能够与上述企业的品牌做出有效区分。

(2) 对使用“霍普”商号且涉及建筑设计类的企业进行了网络检索，核实了上述企业的企业名称、注册商标及对外宣传资料；查阅了发行人的对外宣传资料并访谈了发行人部分高级管理人员，核实了发行人进行品牌宣传时所使用的商标与品牌 LOGO 及其来源，以及发行人对“霍普”品牌的使用是否存在被其他境内外主体主张权利的风险；调取了国家知识产权局商标局出具的《商标档案》、检索了国家知识产权局商标局官网、裁判文书网并取得了发行人出具的说明，核实了发行人所持商标是否存在被其他主体主张权利的情况。

(3) 查阅了报告期内“霍普杯”官网的历届比赛公告、发行人与优易地（北京）文化传媒有限公司签署的冠名合作协议、检索了裁判文书网并取得了发行人出具的说明，核实了“霍普杯”举办的具体情况以及发行人与相关竞赛主体是否存在纠纷及潜在纠纷。

2、核查意见

经核查，本所律师认为：

(1) 发行人已在《招股说明书》中披露“霍普”品牌的知名度情况，发行人的企业品牌与类似商号且涉及建筑设计类企业的品牌能够有效区分。

(2) 发行人对“霍普”品牌的使用不存在被其他境内外主体主张权利的风险。

(3) 发行人已在《招股说明书》中披露“霍普杯”国际大学生建筑设计竞赛的具体情况，截至本补充法律意见书出具之日，参赛作品未被用于商业用途，发行人与竞赛相关主体不存在纠纷或潜在纠纷。

本补充法律意见书正本三份，并根据需要制作副本。正本、副本具有同等法律效力。

(本页无正文,为《北京金诚同达律师事务所关于上海霍普建筑设计事务所股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书(六)》签字页)

北京金诚同达律师事务所(盖章)



负责人:(签字)

经办律师:(签字)

杨晨: 杨晨

刘胤宏: 刘胤宏

戴雪光: 戴雪光

刘豆: 刘豆

2020年12月14日