SSL 证书的江湖（一）

今天是 1 月 25 日，笔者进入 SSL 证书的江湖已整整 17 年，2005 年 1 月 25 日是笔者的公司同 GeoTrust 签订合作代理协议的日期，虽然前期要花点时间同 GeoTrust 谈合作条款，但是这一天正式签订代理协议，标志着中国的 SSL 证书的江湖就开始了，因为此前中国市场只有 VeriSign 一个品牌，就不能称之为“江湖”。从这一天开始，GeoTrust SSL 证书品牌正式进入中国市场，我也正式开始在这个江湖打拼，本文就同读者讲讲这个江湖的趣事。

COMPANY: Wotone Communications, Inc.
Signature
Richard Gaohua Wang
Printed Name
CEO
Title
Jan. 25, 2005
Date

GEOTRUST, INC.
Signature
Counsel
Title
January 27, 2005
Date

触动笔者动笔写这篇文章的是一个代理商告诉我一个大客户指定要 GeoTrust 品牌 SSL 证书，笔者非常高兴 GeoTrust 品牌能如此深入人心，说明我当时并没有看错品牌。GeoTrust 是 DV SSL 证书的开创者，原先市场上只有一种 SSL 证书，就是验证单位身份的 OV SSL 证书，也只有一家 CA 签发，那就是 VeriSign，中国也只有一家代理商。GeoTrust 发明了只验证域名所有权就可以几分钟内快速签发 SSL 证书，产品取名为 QuickSSL，彻底打破了原先申请一张 SSL 证书需要一周甚至更长时间的常规，这使得 GeoTrust 很快就成为 SSL 证书全球市场的老二。笔者是在 **2004** 年底的夏威夷国际电信会议上认识了一位贵人才有机会代理销售 GeoTrust 数字证书产品，我当时选择 GeoTrust 是因为我认为中国市场需要第二家有竞争力的 SSL 证书提供商。

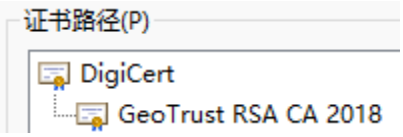
当时本想独家代理，无奈荷包银两不够，无法满足其独家代理的要求，也就只求得了一个首席代理的名义，从零做起，一年后就开始有了起色，马上就出现了第 2 家代理，第 3 家代理……。做过代理产品的读者一定了解这种滋味，辛辛苦苦帮别人打开品牌，带来更多的竞争

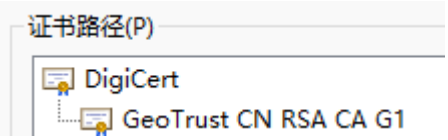
(C) 2022 证签技术（深圳）有限公司

对手和更加残酷的市场。一年后我就果断地做起来自己的品牌，就是大家熟悉的“沃通”品牌。

这也是我为何在再次创业时力推定制中级根证书业务的原因之一，我希望想进入 SSL 证书市场的朋友，都做自己的品牌，否则就是为人作嫁妆。不仅由于代理商众多并相互压价而挣不到钱，而且并没有把自己的品牌打出去，空忙一场。定制 SSL 中级根证书就是打自己的品牌，不仅浏览器显示定制单位的名称(火狐浏览器)，或者显示定制中级根证书的名称(谷歌浏览器)，而且各种 SSL 证书市场份额统计数据都是以中级根证书品牌来统计的，这个统计数据对公司估值很有帮助。

还是回到 GeoTrust 的正题，GeoTrust 在取得全球市场 25%市场份额后，于 **2006 年 9 月 5 日**被 VeriSign 以 1.25 亿美元收购，**2010 年 8 月 9 日**安全厂商 Symantec(赛门铁克)又以 12.8 亿美元的价格完成对 VeriSign 的收购，这样，GeoTrust 也就被纳入赛门铁克名下。**2017 年 10 月 31 日** DigiCert 收购了赛门铁克的 CA 业务，获得了 9.5 亿美元的现金收益，并拥有 DigiCert 普通股约 30%的股份。至此，GeoTrust 品牌已经被买了 3 轮，并且失去了自己的顶级根证书，现在给用户签发的 SSL 证书都是中级根证书，顶级根证书是 DigiCert。





本篇就只讲 GeoTrust 的江湖，其功劳是发明了 DV SSL 证书，为 SSL 证书的普及应用立下了汗马功劳。但是，随着免费 DV SSL 证书的随手可得，这个不验证网站身份就签发 SSL 证书的创新产品成为了欺诈假冒网站的最爱，使得广大网民熟悉的安全锁不再“安全”，这个功过是非估计还要过几年才有定论，笔者就不提前评说了。

GeoTrust 从被卖 3 次到失去自己的顶级根证书，读者应该能看到 SSL 证书市场的江湖险恶，笔者在这个江湖混了 17 年得出的结论是：RSA 算法只做 SSL 中级根证书，从而可以避开

(C) 2022 证签技术（深圳）有限公司

江湖的险恶而享受江湖的红利。

王高华

2022 年 1 月 25 日于深圳

请关注公司公众号，实时推送公司 CEO 精彩博文。

(C) 2022 证签技术（深圳）有限公司