

零际浅析《盗梦空间》成功的病毒营销

在继《阿凡达》的热映之后，又迎来了一波盗梦潮，该片在上映后引发了国内观众的热捧和讨论，凭借口碑传播的效应，该片在 9 月 1 日引进以后首周就取得了近亿元的票房。而盗梦空间也一度攀升为百度风云榜的热门搜索前三甲。纵观盗梦空间在国内的宣传攻势并没有像《阿凡达》那样强势，为何却可以在短时间内取得如此高的票房成绩呢？据有关报道，主要得益于克里斯托弗·诺兰的

想了解更多精彩的内容请添加我们的交流 QQ 群：131716631 验证：学习，对加群的伙伴我们将免费赠送 3 套网络营销实战课程。

营销团队的病毒营销，并称在 2008 年的《黑暗骑士》，克里斯托弗·诺兰就已经掀起过病毒营销。