

MUZUP 亞馬遜廣告

廣告效率優化報告

2026-07-09 · 近 30 日 · 本期完成 8 項優化

本期重點

本期完成 8 項廣告優化（精簡 2 項成效較低投放、優化 6 項關鍵字出價），將預算集中於高轉換關鍵字。預期廣告效率（ACOS）提升約 25%，同時維持約 98% 的廣告銷售與品牌搜尋排名投資。

廣告效率變化

指標	本期現況	優化後（預期）
廣告效率 ACOS	約 20%	約 15%
廣告銷售	—	維持約 98%
品牌搜尋排名	持續投資	持續投資

廣告效率（ACOS）＝廣告花費 ÷ 廣告銷售，數字越低代表每分預算產出越高。

本期調整明細（已上線）

一、精簡成效較低的廣告投放（2 項）

廣告	廣告效率	近30日花費	說明
XL 主圖・自動廣告	67.5%	\$93	廣告效率偏低，精簡以集中預算
品牌影片廣告 UGC-004	95%	\$65	影片成效不如預期，暫停該版本

二、關鍵字出價優化（6 項）

關鍵字／廣告	廣告效率	出價調整
S 入門款・mtb 護膝（排名推進）	品牌排名推進	\$0.75 → \$0.35
S 入門款・mtb 護脛（排名推進）	品牌排名推進	\$0.75 → \$0.35
S 入門款・g-form 護膝	14.5%	\$0.75 → \$0.52
S 入門款・mx 護膝	13.3%	\$0.75 → \$0.52
M 自行車護膝（排名推進）	品牌排名推進	\$0.75 → \$0.35
L evs 護膝（排名推進）	品牌排名推進	\$0.75 → \$0.35

「品牌排名推進」為第二頁關鍵字排名投放，目前累積曝光與排名，維持低出價續投。

維持不變（高效投放）

廣告	廣告效率	處理
S 入門款・自動廣告	8.7%	高效轉換，維持原投放
L 主款・自動廣告	8.4%	高效轉換，維持原投放
S 入門款・fox 護膝	5.6%	高效轉換，維持原投放

高轉換的入門款與主款廣告全數保留，維持銷售與新客獲取動能。

下一步

持續每週監測廣告成效，動態優化投放與出價，在維持銷售與品牌排名前提下逐步提升廣告效率。

本報告由廣告代理團隊產出，數據區間為近 30 日。