

MUZUP 週報・W35

08/23-08/29（美國時間）・2026/09/02 產出

一、本週摘要

銷售額 Sales	\$1,290.49	↓ 0.7%
件數 Units	19	↑ 0.0%
Sessions 流量	429	↓ 15.9%
轉換率 CVR	4.43%	↑ 18.8%
廣告投入 Ad Spend	\$181.60	↓ 12.8%
TACOS	14.1%	↓ 11.9%

百分比為對 W34（上週）的變化。TACOS＝廣告投入 ÷ 全通路銷售額。

二、近期週別趨勢

週次	銷售額	廣告投入	TACOS
W32	\$1,236	\$190	15.4%
W33	\$960	\$147	15.3%
W34	\$1,299	\$208	16.0%
W35	\$1,290	\$182	14.1%

※ 未完整週（資料尚未滿 7 天），僅供參考不做趨勢判讀。

三、W35 分產品表現

產品	銷售額	件數	自然件
登山車護膝 L 號	\$549	8	3
登山車護膝 M 號	\$345	5	5
登山車護膝 XL 號	\$207	3	3
登山車護膝 S 號	\$189	3	3

合計 \$1,290.49。自然件＝總件數 - 廣告歸因件數（推估）。完整欄位（曝光／點擊／ACOS）見同名 Excel。

四、廣告結構（SP／SB）

類型	投入	廣告銷售	佔投入
SP 商品廣告	\$73.22	\$333.00	40%
SB 品牌廣告	\$108.38	\$690.00	60%

點擊 276 CPC \$0.66 曝光 43,342

SB 為 campaign 級數據，不分 ASIN，因此不列入分產品表。

五、自然排名與 Page 2 機會

產品	收錄詞	Page2	最佳位
登山車護膝 L 號	125	0	—
登山車護膝 S 號	59	0	—

產品	收錄詞	Page2	最佳位
登山車護膝 XL 號	54	0	—
登山車護膝 M 號	53	0	—

Page2＝自然排名第 49-96 位的關鍵字數（最接近首頁、投入單字廣告最容易推上去的一批）。資料來源 SIF 既有快照（本週未重新抓取）。