

MUZUP 週報・W37

09/06-09/12（美國時間）・2026/09/15 產出

一、本週摘要

銷售額 Sales	\$1,779.49	↑ 0.5%
件數 Units	26	↑ 0.0%
Sessions 流量	本週未提供	—
轉換率 CVR	本週未提供	—
廣告投入 Ad Spend	\$194.77	↑ 2.4%
TACOS	10.9%	↑ 1.9%

百分比為對 W36（上週）的變化。TACOS＝廣告投入 ÷ 全通路銷售額。本週無 Business Report 匯出，Sessions／CVR 標示「本週未提供」，非資料遺失；銷售額改用 Amazon 全訂單報告計算。

二、近期週別趨勢

週次	銷售額	廣告投入	TACOS
W33	\$960	\$147	15.3%
W34	\$1,299	\$208	16.0%
W35	\$1,290	\$182	14.1%
W36	\$1,770	\$190	10.7%

週次	銷售額	廣告投入	TACOS
W37	\$1,779	\$195	10.9%

※ 未完整週（資料尚未滿 7 天），僅供參考不做趨勢判讀。

三、W37 分產品表現

產品	銷售額	件數	自然件
登山車護膝 L 號	\$756	11	3
登山車護膝 M 號	\$483	7	7
登山車護膝 XL 號	\$414	6	6
登山車護膝 S 號	\$126	2	2

合計 \$1,779.49。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	\$87.67	\$552.00	45%
SB 品牌廣告	\$107.10	\$681.49	55%

點擊 346 CPC \$0.56 曝光 58,460

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	Page3
登山車護膝 L 號	62	5	8
登山車護膝 S 號	34	4	0
登山車護膝 XL 號	5	1	0
登山車護膝 M 號	1	0	0

Page2=自然排名第 41-80 位、Page3=第 81-120 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）。沿用 SIF 2026-09-08 快照（clients/muzup/reports/MUZUP_SIF_Page2_20260908.md），本輪未重新抓取。