

MUZUP 週報・W39

09/20-09/26（美國時間）・2026/09/29 產出

一、本週摘要

銷售額 Sales	\$1,675.98	↓ 10.6%
件數 Units	25	↓ 10.7%
廣告投入 Ad Spend	\$167.52	↑ 15.1%
TACOS	10.0%	↑ 28.2%

百分比為對 W38（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
W33	\$960	\$147	15.3%
W34	\$1,299	\$208	16.0%
W35	\$1,290	\$182	14.1%
W36	\$1,770	\$190	10.7%
W37	\$1,779	\$195	10.9%
W38	\$1,875	\$146	7.8%

週次	銷售額	廣告投入	TACOS
W39	\$1,676	\$168	10.0%

※ 未完整週（資料尚未滿 7 天），僅供參考不做趨勢判讀。

三、W39 分產品表現

產品	銷售額	件數	自然件
登山車護膝 M 號	\$616	9	9
登山車護膝 L 號	\$483	7	3
登山車護膝 S 號	\$252	4	2
登山車護膝 XL 號	\$207	3	3
XL 號	\$59	1	1
L 號	\$59	1	0

合計 \$1,675.98。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	\$86.99	\$655.49	52%
SB 品牌廣告	\$80.53	\$411.49	48%

點擊 319 CPC \$0.53 曝光 68,704

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。