MUZUP 護膝 美國站週報・W42

2026/10/11 – 2026/10/17（美國時間，週日起算）・2026/10/19 產出・Meltingtabs

本週重點：Prime 大促後第一週，營收 $705.50、16 件（Amazon 付費訂單 11 件＋站外配送補寄 5 件），較大促週 W41（$1,907.05）回到日常水位（-63.0%）。廣告投入 $174.55，TACOS 24.7%（較 W41 +16.5pp，目標 15%）。搜尋份額明顯提升：SQP 品牌購買份額 7.27%（W40 1.69%）、曝光份額 3.22%（W40 1.90%）。新品 Offedge AIR 本週付費訂單 4 件（另有站外配送補寄 4 件），10/14 起新增 Offedge AIR 影片廣告。

一、本週關鍵指標（對上週 W41）

$705.50	16	$174.55	$567.50	24.7%	30.8%	$0.56
銷售額 Sales	件數 Units	廣告投入 Ad Spend	廣告銷售 Ad Sales	TACOS	ACOS	CPC
↓ 63.0%	↓ 52.9%	↑ 12.1%	↓ 62.2%	較上週 +16.5pp	較上週 +20.4pp	上週 $0.50

上週 TACOS 8.2%、ACOS 10.4%（pp＝百分點差）。TACOS＝廣告投入 ÷ 全通路銷售額；ACOS＝廣告投入 ÷ 廣告歸因銷售。廣告投入＝SP＋SB。

二、近期週別趨勢

週次	期間	銷售額	件數	廣告投入	SP	SB	廣告銷售	TACOS	ACOS	CPC
W33	08/09–08/15	$960.00	14	$147.12	$41.03	$106.09	$960.00	15.3%	15.3%	$0.56
W34	08/16–08/22	$1,299.00	19	$208.26	$67.29	$140.97	$1,023.00	16.0%	20.4%	$0.61
W35	08/23–08/29	$1,290.49	19	$181.60	$73.22	$108.38	$1,023.00	14.1%	17.8%	$0.66
W36	08/30–09/05	$1,770.00	26	$190.25	$83.06	$107.19	$1,011.00	10.7%	18.8%	$0.63
W37	09/06–09/12	$1,779.49	26	$194.77	$87.67	$107.10	$1,233.49	10.9%	15.8%	$0.56
W38	09/13–09/19	$1,874.98	28	$145.56	$70.64	$74.92	$1,343.49	7.8%	10.8%	$0.51
W39	09/20–09/26	$1,675.98	25	$167.52	$86.99	$80.53	$1,066.98	10.0%	15.7%	$0.53
W40	09/27–10/03	$1,070.00	16	$125.56	$67.57	$57.99	$605.00	11.7%	20.8%	$0.51
W41	10/04–10/10	$1,907.05	34	$155.65	$91.68	$63.97	$1,502.00	8.2%	10.4%	$0.50
W42（本週）	10/11–10/17	$705.50	16	$174.55	$112.23	$62.32	$567.50	24.7%	30.8%	$0.56

銷售額與件數：W33–W36 取自 Business Report，W37 起取自 Amazon 全訂單報告（購買時間由 UTC 轉美西時區、已扣促銷折扣）。營收與件數皆不含 Vine 評論計畫出貨（W39 9 件、W41 21 件已扣除；W42 0 件）。件數另含站外配送（MCF）補寄出貨，此類出貨不產生 Amazon 營業額（W42 5 件，營業額不含這幾件）。

三、W42 分產品表現

產品	ASIN	銷售額	件數	自然件	SP 投入	SP 歸因銷售	SP ACOS	上週銷售額	變化
Offedge AIR 護膝 L	B0H3KMZTP5	$176.00	5	4	$34.98	$58.50	59.8%	$56.05	↑214.0%
護膝 L	B0DWDK89JG	$138.00	3	2	$47.08	$69.00	68.2%	$621.00	↓77.8%
護膝 M	B0DW4GZQLX	$138.00	2	2	$2.74	$0.00	—	$552.00	↓75.0%
護膝 S（青少年）	B0DW4G881J	$126.00	2	1	$12.79	$63.00	20.3%	$126.00	↑0.0%
護膝 XL	B0FPXHKWJJ	$69.00	1	1	$0.34	$0.00	—	$552.00	↓87.5%
Offedge AIR 護膝 XL	B0H3KDWBBK	$58.50	3	0	$14.30	$176.00	8.1%	$0.00	—
合計		$705.50	16	10	$112.23	$366.50		$1,907.05	↓63.0%

件數含站外配送（MCF）補寄 5 件（Offedge AIR L／XL 各 2／2 件、護膝 L 1 件），營業額不含這幾件。自然件＝總件數 - 廣告歸因件數（推估）。SP 歸因銷售含買家經由該廣告成交的其他尺寸，故單一尺寸的歸因銷售可能大於其自身銷售額。完整欄位（曝光／點擊）見同週 Excel。

四、廣告結構

類型	投入	佔比	廣告銷售	曝光
SP 商品廣告	$112.23	64%	$366.50	27,267
SB 品牌廣告	$62.32	36%	$201.00	36,145
合計	$174.55	100%	$567.50	63,412

點擊 311・平均 CPC $0.56・廣告訂單 8（SB 為品牌層歸因，可能與 SP 重複計入）

五、搜尋表現 SQP（品牌份額）

週次	搜尋量	曝光份額	點擊份額	加購份額	購買份額
W38	5,589	2.75%	5.16%	3.19%	4.29%
W39	50,676	0.34%	0.65%	0.21%	0.10%
W40	8,577	1.90%	2.67%	1.51%	1.69%
W42	5,561	3.22%	5.02%	4.94%	7.27%

份額＝品牌數 ÷ 該週全部搜尋詞市場總數（Brand View 涵蓋詞）。W39 含泛詞「knee pads」（搜尋量 44,683），整體份額相對被稀釋。

SQP Brand View（Amazon 品牌搜尋表現，W42 10/11–10/17）共 102 個搜尋詞、市場搜尋量 5,561。品牌整體份額對照 W40：曝光 1.90% → 3.22%、點擊 2.67% → 5.02%、加購 1.51% → 4.94%、購買 1.69% → 7.27%（品牌成交 4 筆，W40 2 筆）。

核心詞份額（W40 → W42，依本週搜尋量前 10）

搜尋詞	搜尋量	曝光份額	點擊份額	購買份額
mtb knee pads	731 → 658	3.1% → 4.0%	3.1% → 1.1%	0.0% → 33.3%
mtb knee pads for men	489 → 415	5.2% → 5.5%	1.1% → 5.2%	0.0% → 0.0%
mountain bike knee pads	417 → 389	4.8% → 5.8%	3.0% → 2.3%	0.0% → 0.0%
mtb pads	283 → 238	2.3% → 2.5%	3.4% → 0.0%	0.0% → 0.0%
mountain bike pads	193 → 204	3.9% → 4.4%	2.8% → 1.8%	0.0% → 0.0%
g form knee pads	166 → 201	1.0% → 0.9%	0.0% → 0.0%	0.0% → 0.0%
mountain bike knee pads for men	133 → 185	5.1% → 6.5%	3.2% → 3.1%	50.0% → 0.0%
bike knee pads	280 → 177	1.2% → 0.8%	0.0% → 0.0%	0.0% → 0.0%
rodilleras mtb	88 → 141	4.3% → 3.4%	2.6% → 3.7%	0.0% → 0.0%
knee pads mtb	80 → 111	5.3% → 3.2%	8.3% → 0.0%	0.0% → 0.0%

兩期都出現的 19 個共同詞：曝光份額 3.82% → 4.33%、購買份額 2.5% → 3.23%。本週有品牌成交的詞：mtb knee pads、mtn bike knee pads for men、mountain biking knee shin guards、knee guards mtb xs。

六、本週實際執行的調整（10/11–10/17）

日期	項目	內容	目的
10/11–10/17	每日自動出價校準	共 56 筆出價調整（已優化 27 個關鍵字與 18 個商品投放的投放效率、加碼 11 個有成交的標的）＋預算調高 1 筆；逐日：10/11 5、10/13 5、10/14 1、10/15 18、10/16 5、10/17 23	依每日轉換資料校準：未成交標的收斂出價，有成交且效率佳的標的加碼
10/14	Offedge AIR 影片廣告上線	SB 影片廣告（XL 款）上線，首週曝光 849 次	以影片素材擴大新品在搜尋頁的品牌曝光

所有出價與預算調整皆已逐筆確認設定生效。

七、下週重點（W43）

① 廣告占比以 15% 為目標持續優化：預算優先供給本週有成交的 Offedge AIR L／XL 與護膝 S，未成交標的持續小步收斂出價。

② SQP 購買份額已升到 7.27%：mtb knee pads 等有成交的核心詞維持曝光，觀察 W43 份額是否延續。

③ Offedge AIR 影片廣告（10/14 上線）累積第一週數據後，評估是否擴到 L 款。