

MUZUP 護膝 美國站週報・W43

2026/10/18 – 2026/10/24（美國時間，週日起算）・2026/10/27 產出・Meltingtabs

本週重點：營收 \$1,059.00、16 件，較上週 W42（\$705.50）成長 +50.1%；護膝 M 與 XL 各售出 5 件，帶動整體營收回升。廣告投入 \$164.45（較上週 -5.8%），TACOS 15.5%（較 W42 -9.2pp），回到 15% 目標附近。自然排名持續擴大：有自然排名的關鍵字 46 → 53 個、第 2 頁候選詞 6 → 10 個（SIF 10/14 → 10/26）。10/24 依 SQP 品牌搜尋表現新增 17 支精準關鍵字廣告，鎖定市場已偏好 MUZUP 的搜尋詞。

一、本週關鍵指標（對上週 W42）

\$1,059.00	16	\$164.45	\$593.00	15.5%	27.7%	\$0.70
銷售額 Sales	件數 Units	廣告投入 Ad Spend	廣告銷售 Ad Sales	TACOS	ACOS	CPC
↑ 50.1%	↑ 0.0%	↓ 5.8%	↑ 4.5%	較上週 -9.2pp	較上週 -3.1pp	上週 \$0.56

上週 TACOS 24.7%、ACOS 30.8%（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（SD 本週花費 \$0，Ads API 實拉確認）。

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	10/11–10/17	\$705.50	16	\$174.55	\$112.23	\$62.32	\$567.50	24.7%	30.8%	\$0.56
W43（本週）	10/18–10/24	\$1,059.00	16	\$164.45	\$85.20	\$79.25	\$593.00	15.5%	27.7%	\$0.70

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；W43 0 件）。本週無站外配送補寄。

三、W43 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
護膝 M	B0DW4GZQLX	\$345.00	5	5	\$2.87	\$0.00	—	\$138.00	↑150.0%
護膝 XL	B0FPXHKWJJ	\$345.00	5	5	\$0.92	\$0.00	—	\$69.00	↑400.0%
Offedge AIR 護膝 L	B0H3KMZTP5	\$174.00	3	2	\$32.28	\$58.00	55.7%	\$176.00	↓1.1%
護膝 S（青少年）	B0DW4G881J	\$126.00	2	2	\$6.53	\$0.00	—	\$126.00	↑0.0%
護膝 L	B0DWDK89JG	\$69.00	1	0	\$32.23	\$339.00	9.5%	\$138.00	↓50.0%
Offedge AIR 護膝 XL	B0H3KDWB BK	\$0.00	0	0	\$10.37	\$0.00	—	\$58.50	↓100.0%
合計		\$1,059.00	16	14	\$85.20	\$397.00		\$705.50	↑50.1%

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	\$85.20	52%	\$397.00	18,524
SB 品牌廣告	\$79.25	48%	\$196.00	28,983
合計	\$164.45	100%	\$593.00	47,507

點擊 234・平均 CPC \$0.70・廣告訂單 9（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%
W43	16,500	0.68%	1.48%	0.44%	0.21%

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」、W43 含「knee pads for men」「mtb」等大流量泛詞，整體份額相對被稀釋。

SQP Brand View（Amazon 品牌搜尋表現，W43 10/18–10/24）共 81 個搜尋詞、市場搜尋量 16,500（W42 5,561）。本週 Brand View 新收錄「knee pads for men」「mtb」兩個大流量泛詞（合計約 1.19 萬次搜尋），MUZUP 觸及的搜尋市場明顯擴大，整體份額因分母放大而攤薄（曝光 0.68%、點擊 1.48%）；本週品牌成交的搜尋詞為 mountain bike knee pads（購買份額 12.5%）。

核心詞份額（W42 → W43，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	658 → 593	4.0% → 3.0%	1.1% → 1.7%	33.3% → 0.0%
mtb knee pads for men	415 → 338	5.5% → 4.9%	5.2% → 2.7%	0.0% → 0.0%
mountain bike knee pads	389 → 321	5.8% → 4.2%	2.3% → 1.6%	0.0% → 12.5%
bike knee pads	177 → 203	0.8% → 0.8%	0.0% → 0.0%	0.0% → 0.0%
mtb protective gear	240 → 177	0.7% → 0.4%	0.0% → 1.2%	0.0% → 0.0%
fox knee pads	231 → 166	0.9% → 1.4%	0.0% → 0.0%	0.0% → 0.0%
mtb pads	238 → 140	2.5% → 1.3%	0.0% → 0.0%	0.0% → 0.0%
mountain bike pads	204 → 132	4.4% → 3.8%	1.8% → 3.5%	0.0% → 0.0%
mountain bike knee pads for men	185 → 117	6.5% → 5.1%	3.1% → 6.5%	0.0% → 0.0%
rodilleras mtb	141 → 81	3.4% → 2.8%	3.7% → 0.0%	0.0% → 0.0%

兩期都出現的 19 個共同詞：點擊份額 2.14% → 2.17%、曝光份額 3.8% → 3.02%。點擊份額提升的核心詞：mtb knee pads（1.1% → 1.7%）、mtb protective gear（0.0% → 1.2%）、mountain bike pads（1.8% → 3.5%）、mountain bike knee pads for men（3.1% → 6.5%）。

六、自然排名與 Page 2 機會（SIF 10/26 快照，對照 10/14）

產品	有排名詞	首頁詞	Page 2 詞	進步	新取得
護膝 L	17 → 23	9 → 7	4 → 3	1	14
護膝 S（青少年）	13 → 16	7 → 6	1 → 6	2	7
護膝 M	10 → 9	4 → 3	0 → 1	3	4
護膝 XL	6 → 5	2 → 3	1 → 0	2	1
Offedge AIR 護膝 XL	0 → 0	0 → 0	0 → 0	0	0
Offedge AIR 護膝 L	0 → 0	0 → 0	0 → 0	0	0
合計	46 → 53	22 → 19	6 → 10	8	26

表內「A → B」= 10/14 → 10/26。有自然排名的詞 46 → 53、Page 2 詞 6 → 10；名次進步 8 詞、新取得自然排名 26 詞；mtb knee pads for men（護膝 XL，第 46 → 37 名）已推進到首頁。首頁 = 自然排名第 1–40 位、Page 2 = 第 41–80 位，Page 2 是最接近首頁、加推廣最容易往前推的一批。

七、本週實際執行的調整（10/18–10/24）

日期	項目	內容	目的
10/18–10/24	每日自動出價校準	共 60 筆出價調整（優化 29 個關鍵字與 4 個商品投放的效率、加碼 27 個有成交的標的）+ 預算調高 3 筆；逐日：10/18 5、10/19 2、10/20 2、10/21 27、10/22 3、10/23 18、10/24 6	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
10/24	精準關鍵字廣告上線	新增 17 支 SP 精準關鍵字廣告（1 個產品 × 1 個關鍵字），涵蓋護膝 S（青少年）、護膝 L、Offedge AIR 護膝 L，例：youth mtb knee pads、womens mountain bike knee pads、mtb knee sleeve	鎖定 SQP 顯示市場已偏好 MUZUP 的搜尋詞，逐字控管出價與預算
10/24	第 2 頁關鍵字推進	護膝 L「mountain bike elbow pads」（自然排名第 63 名）新增 SP+SB 推進投放各 1 組	把最接近首頁的關鍵字往第 1 頁推

所有出價、預算與新建廣告皆已逐筆確認設定生效。

八、下週重點（W44）

- ① 10/24 上線的精準關鍵字廣告累積第一週數據：有成交的詞維持預算，未成交的詞小步收斂出價。
- ② 自然排名 Page 2 詞已增加到 10 個：優先推進 dirt bike knee pads、mtb shin guards 等相關詞往首頁。
- ③ 護膝 M/XL 本週銷售回升，觀察 W44 是否延續，延續則適度增加這兩款的廣告預算。