

MUZUP 週報・W33

08/09-08/15（美國時間）・2026/08/19 產出

一、本週摘要

銷售額 Sales \$1,029.00 ↓ 16.7%

件數 Units 15 ↓ 16.7%

Sessions 流量 320 ↓ 22.9%

轉換率 CVR 4.69% ↑ 8.1%

廣告投入 Ad Spend \$147.12 ↓ 22.8%

TACOS 14.3% ↓ 7.1%

百分比為對 W32 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
W30	\$1,281	\$132	10.3%
W31	\$1,275	\$177	13.9%
W32	\$1,236	\$190	15.4%
W33	\$1,029	\$147	14.3%
W34※	\$546	\$89	16.4%

※ 未完整週（資料尚未滿 7 天），僅供參考不做趨勢判讀。

三、W33 分產品表現

產品	銷售額	件數	自然件
登山車護膝 L 號	\$621	9	8
登山車護膝 XL 號	\$276	4	4
登山車護膝 M 號	\$69	1	1

產品	銷售額	件數	自然件
登山車護膝 S 號	\$63	1	0

合計 \$1,029.00。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	\$41.03	\$276.00	28%
SB 品牌廣告	\$106.09	\$684.00	72%

點擊 261 CPC \$0.56 曝光 50,496

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	234	20	6
登山車護膝 XL 號	115	5	28
登山車護膝 S 號	110	11	17
登山車護膝 M 號	33	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，2026/08/19 取。