

MUZUP 週報・W34

08/16-08/22（美國時間）・2026/08/19 產出

一、本週摘要

銷售額 Sales	\$1,299.00	↑ 5.1%
件數 Units	19	↑ 5.6%
Sessions 流量	165	↓ 60.2%
轉換率 CVR	4.85%	↑ 11.8%
廣告投入 Ad Spend	\$208.26	↑ 9.3%
TACOS	16.0%	↑ 3.9%

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※	\$1,299	\$208	16.0%

※ 未完整週（資料尚未滿 7 天），僅供參考不做趨勢判讀。

三、W34 分產品表現

產品	銷售額	件數	自然件
登山車護膝 L 號	\$828	12	8
登山車護膝 M 號	\$207	3	3
登山車護膝 XL 號	\$138	2	2

產品	銷售額	件數	自然件
登山車護膝 S 號	\$126	2	2

合計 \$1,299.00。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	\$67.29	\$276.00	32%
SB 品牌廣告	\$140.97	\$747.00	68%

點擊 340 CPC \$0.61 曝光 57,082

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	125	0	—
登山車護膝 S 號	59	0	—
登山車護膝 XL 號	54	0	—
登山車護膝 M 號	53	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。