

2026 海外休闲小游戏市场与个人开发方向分析报告

分析时间：2026 年 8 月
预测周期：2026—2027 年
目标市场：美国、欧洲、中东，兼顾拉美、非洲
开发模式：1 人 + AI 辅助开发

本报告讨论的是适合个人或极小团队开发的移动休闲游戏、Puzzle、Hybrid-Casual 和轻度策略游戏，不把大型 SLG、重度 RPG 等高投入手游纳入主要竞争范围。

一、核心结论

结合 2025 全年数据、2026 年已经出现的市场变化以及 2027 年趋势，目前三个主要开发方向的优先级建议为：

第一优先级：规则型 Puzzle

代表项目：

《做了个菜》

核心不是餐厅经营，而是：

食材关系 + 合成 + 空间 + 顺序 + 阻塞 + 配方。

综合评价：

★★★★★

这是目前最值得重点验证商业模式的方向。

第二优先级：Visual Puzzle 内容产品

代表项目：

《错位大侦探》

但不再把产品线限制为“找茬”。

逐渐扩展：

找不同 → 找异常 → Hidden Object → 拼图 → 图片排序 → 场景推理 → 视觉谜题。

综合评价：

★★★★☆

AI 在这个方向具有非常明显的内容生产优势。

第三优先级：轻 TD / Survivor / Roguelite

使用 Godot。

方向由传统纯割草调整为：

Survivor + Tower Defense + Roguelite + 永久成长。

人物不需要复杂，角色动画只保留必要动作即可。

综合评价：

★★★☆☆

收入上限可能很高，但单人开发成本也明显高于前两个方向。

二、2025—2027 目标地区移动游戏市场规模

单位：亿美元

市场	2025	2026	2027E	2026→27趋势
US 美国	215.8	234.2	≈254.2	+8.5%
EU 欧洲	357.5	391.1	≈427.9	+9.4%
SA 沙特	14.0	≈15.5	≈17.1	+10.5%
🌍 拉美	≈80.1	≈88.6	≈98.0	+10.6%
🌍 非洲*	20.4	22.9	≈25.7	+12.3%

注意：不同研究机构统计口径存在差异。美国、欧洲、沙特和拉美数据主要为 Mobile Gaming；非洲公开数据更多以整体 Gaming 市场统计，因此不能简单横向比较绝对金额。

美国和欧洲仍然是最主要的高价值市场。

中东尤其是沙特、UAE，增长速度较快，且策略、养成、长期成长类产品更有优势。

拉美尤其巴西，更适合做量和广告变现。

非洲现阶段更适合作为增长型市场，而不是首要 IAP 验证市场。

三、不同地区对个人开发者的意义

美国

验证“这个游戏能不能赚钱”。

特点：

- iOS 用户价值高；
- IAP 成熟；
- Puzzle 成熟；
- Hybrid-Casual 成熟；
- 广告市场成熟。

欧洲

验证 Puzzle / Strategy 是否具有长期产品能力。

重点市场：

- 英国；
- 德国；
- 法国。

中东

验证轻策略、成长和高 ARPU 潜力。

重点：

- 沙特；
- UAE。

拉美

验证“这个游戏能不能做量”。

重点：

- 巴西。

非洲

更适合：

低成本用户增长 + 广告模式 + 长期市场布局。

四、2025 全球 Puzzle 市场规模

根据 AppMagic 2026 Puzzle 市场研究：

2025 年 Casual Puzzle

全球 IAP：

约 87 亿美元

下载：

约 73 亿次

Puzzle 已经是全球移动游戏中规模非常大的商业品类。

五、Puzzle 内部结构正在变化

过去长期由：

Match-3

占据主导。

目前不断出现新的轻 Puzzle：

Merge
Block
Screw
Sort
Jam
Arrow
Parking
Goods
Physics Puzzle。

2025 年公开市场分析显示：

Merge Puzzle

收入增长约：

+61%

Block Puzzle

收入增长约：

+91%

与此同时：

Find the Difference

收入同比下降约：

-42%

因此，纯找茬不适合继续作为长期唯一方向。

六、《错位大侦探》的正确长期定位

《错位大侦探》可以继续做，但应该从单一找茬扩展为：

Visual Puzzle 产品线

例如：

找不同
找异常
Hidden Object
拼图
图片排序
视觉推理
场景谜题

2025 年 Hidden Object 全球 IAP 约：

3 亿美元

而且这还不包括大量广告收入。

因此内容型视觉 Puzzle 依然存在市场，只是不能把全部产品押在纯 Find the Difference 上。

七、Visual Puzzle 的长期技术结构

可以共享：

- 图片加载；
- 关卡系统；
- 点击检测；
- 提示系统；
- 用户进度；
- 广告；
- IAP；
- 多语言；
- AI 内容生成；
- 自动审核。

然后不断增加新的玩法模块。

核心思想：

程序不频繁重写，持续更换规则和内容。

这非常适合 1 人 + AI 的生产模式。

八、《做了个菜》的真实品类定位

《做了个菜》不是传统餐厅模拟。

更准确的定位是：

Relation / Merge Puzzle

核心逻辑：

$A + B \rightarrow C$

再加入：

- 空间；
- 顺序；
- 配方；
- 阻塞；
- 临时存储；
- 多层合成；
- 顾客需求。

例如：

面粉 → 面团
面团 + 肉 → 饺子
饺子 + 锅 → 熟饺子

如果棋盘空间有限，就自然形成策略：

什么先合、什么后合、什么暂时保留。

这才是核心 Puzzle。

九、为什么《做了个菜》值得优先

它同时符合三个增长方向：

1. Puzzle 本身市场足够大

2025 全球 IAP：

约 87 亿美元。

2. Merge 仍然增长明显

2025：

约 +61%。

3. Hybrid-Casual 持续增长

即：

简单玩法 + 轻 Meta。

因此《做了个菜》可以从非常纯粹的 Puzzle 开始，后续增加：

完成菜品
↓
获得星星
↓
解锁菜谱
↓
解锁厨房
↓

解锁地区



出现新食材

不需要一开始就开发大型餐厅经营系统。

十、养成在这里不是独立游戏类型

对于当前三个方向来说，“养成”更准确应该理解为：

Meta

包括：

- 菜谱；
- 厨房；
- 地图；
- 收藏；
- 武器；
- 建筑；
- 基地；
- 永久属性；
- 装备。

作用是：

让玩家玩完一局之后，还有长期目标。

因此：

Puzzle + Meta

以及：

Survivor + Meta

才是更准确的结构。

十一、为什么现在很多轻游戏都带 Meta

传统 Casual：

关卡 1 → 关卡 2 → 关卡 3 → 关卡 4

玩家只是在持续消费关卡。

Hybrid-Casual：

玩关卡



获得资源



完成长线目标
↓
解锁内容
↓
再回来继续玩

这样同时存在：

短期目标

过这一关。

长期目标

解锁下一套菜谱 / 升级基地 / 获得下一件装备。

十二、2025—2027 重点品类规模与趋势

以下必须区分：

已知数据

来自公开报告。

预测

基于现有增速和市场结构做出的方向性预测，不是第三方机构直接给出的官方数字。

品类	2025 已知/参考	2026判断	2027E	趋势
Puzzle总体	≈87亿美元	≈93-100亿	≈100-110亿	↑
Hidden Object	≈3亿美元	≈3.1-3.4亿	≈3.3-3.8亿	↗
Find Difference	2025收入约-42%	继续承压	纯玩法继续下降	↓
Merge Puzzle	2025约+61%	增速下降但仍强	继续增长	↑↑
Block/Sort/Jam	Block约+91%	竞争加剧	仍会产生新玩法	↑
Strategy	百亿美元级	继续增长	继续增长	↑↑
纯 Survivor	无可靠独立统计	平稳/下降	平稳	→/↓
TD×Roguelite	无独立公开统计	增长	看好	↑↑
Meta/养成机制	无法独立统计	渗透率提高	逐渐成为标配	↑↑

十三、Strategy 数据应该怎么理解

Strategy 是全球移动游戏里非常大的收入类型。

但 Strategy 里面包含：

- 4X;
- SLG;
- Base Building;
- Tactical Strategy;
- Tower Defense。

所以：

Strategy 的百亿美元收入
≠
Tower Defense 百亿美元收入。

不能混淆。

真正有价值的信息是：

Strategy 用户付费能力很强。

但个人开发者不应该因此去做大型 SLG。

更合理的是：

用 Casual 规模切 Strategy 机制。

例如：

- TD + Roguelite;
- Survivor + Base;
- Merge + Tower Defense。

十四、割草类的当前变化

Survivor-like 已经经过第一轮快速增长。

单纯：

自动攻击 + 满屏怪 + 三选一

已经很难形成足够差异。

割草玩法正在逐渐变成一种基础机制。

更值得尝试：

Survivor + Tower Defense + Roguelite + Meta

也就是：

爽感仍然来自割草，长期留存来自成长和 Build。

十五、割草类人物不需要复杂

这是当前方向里的重要调整。

不再为了割草项目追求：

- 高精度骨骼；
- 复杂多方向人物；
- 细致角色动作；
- 大量动画状态。

人物只需要满足：

- Idle；
- Run；
- Attack；
- Hit；
- Dead；

必要时增加极少量技能动作。

主要开发资源应该放到：

- 攻击反馈；
- 怪物数量；
- 武器；
- 技能；
- 三选一；
- Build；
- Boss；
- 塔；
- 数值成长；
- 永久成长。

十六、塔防 + 基地的循环

基地永久保留。

局内：



Boss
↓
结束

局内成长清空。

局外：

获得金币 / 木材 / 资源
↓
返回基地
↓
升级建筑
↓
升级塔
↓
升级武器
↓
解锁新能力

永久保存。

最终形成习惯：

打一局 → 升一点 → 再打一局。

十七、2027 地区 × 产品方向机会矩阵

这里表示的是：

市场机会 + 个人开发适配度。

不是该类型的直接市场收入。

产品方向	us美国	eu欧洲	sa中东	br拉美	 非洲
纯找茬	C	C	C	B	B
Visual Puzzle	A	A	B	A	B+
做菜 Merge/Puzzle	S	S	A	S	A
Puzzle + 轻 Meta	S	S	A+	A+	B
纯割草	B	B-	B+	B+	B
割草 + 永久成长	A	A	A+	A	B
轻 TD + Roguelite	A+	A+	S	A	B
重 SLG / 大基地	C	C	市场S/个人C	C	D

最重要的一点：

市场大，不代表个人开发者应该做。

十八、2027 年最值得关注的趋势

趋势 1：纯找茬继续弱化

Find Difference 不会消失。

但应该逐渐融入：

Visual Puzzle。

趋势 2：规则型 Puzzle 继续出现黑马

用户仍然喜欢：

三秒钟就能看懂。

例如：

- Block;
- Screw;
- Arrow;
- Sort;
- Jam。

真正的机会不是复制它们，而是：

找到下一种一句话可以解释清楚的规则。

趋势 3：Merge 继续扩展

Merge 正不断与其它内容结合：

- Cooking;
- Story;
- Adventure;
- Renovation;
- RPG;
- Puzzle。

这也是《做了个菜》值得继续做的原因之一。

趋势 4：Meta 越来越普遍

Casual 产品越来越经常出现：

简单核心玩法 + 长期成长。

但个人开发应该坚持：

Mini Hybrid

而不是复制大厂完整 LiveOps 系统。

趋势 5：Survivor 变成基础机制

以后 Survivor 很可能像三消一样，被更多游戏吸收。

例如：

TD + Survivor。

趋势 6：塔防继续融合其它机制

值得关注：

- TD + Roguelite；
- TD + Merge；
- TD + Survivor；
- TD + Hero。

十九、三个方向的综合比较

指标	Visual Puzzle	《做了个菜》	Survivor / TD
程序复杂度	★★	★★★	★★★★★
美术压力	★★	★★	★★★★
AI 可替代程度	★★★★★	★★★★★	★★★★★
内容扩展能力	★★★★★	★★★★★	★★★★★
全球化能力	★★★★★	★★★★★	★★★★★
IAP 潜力	★★~★★★	★★★★★	★★★★★
广告潜力	★★★★★	★★★★★	★★★★★
长期留存	★★★	★★★★★	★★★★★
个人适配度	★★★★★	★★★★★	★★★
技术风险	低	低~中	中~高

二十、当前优先级

P0：《做了个菜》

优先把核心 Puzzle 做好。

目标：

不依赖复杂 Meta，也能让用户觉得谜题本身好玩。

Meta 后加。

P1：《错位大侦探》→ Visual Puzzle

继续做。

但长期不要只保留找不同。

逐渐扩展为：

AI Visual Puzzle 内容生产线。

P2：Godot 割草 / TD

继续使用 Godot。

人物动画降级。

重点：

战斗爽感 + Roguelite + TD + 永久成长。

二十一、平台选择

长期目标：

iOS + Android。

美国、欧洲：

iOS 优先级较高

原因：

- 用户价值高；
- IAP 成熟；
- 设备相对统一。

中东、拉美、非洲：

Android 重要性明显提高。

因此不能长期只发 iOS。

二十二、技术栈

割草 / TD

继续：

Godot

做菜 Puzzle

继续倾向：

Cocos Creator

原因：

- 棋盘逻辑；
 - UI；
 - TypeScript；
 - 简单动画；
 - iOS / Android；
 - AI 修改代码方便。
-

内容产品

可以根据产品实际选择：

- Web；
- 原生 iOS；
- Android；
- Cocos；
- 其它轻量方案。

由于 AI / Codex 已经能较稳定地在多平台之间同步功能，因此：

必须统一技术栈

已经不是第一优先级。

现在更应该：

哪个技术最适合当前产品，就用哪个。

二十三、变现模式

不要机械组合：

Premium + Ads + IAP。

用户如果已经花钱购买 App，再看到大量广告：

不合适。

目前更适合：

Visual Puzzle

免费 + Ads 为主 + 去广告 IAP。

做菜 Puzzle

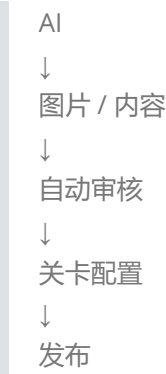
免费 + Rewarded Ads + IAP。

Survivor / TD

免费 + IAP 为主 + Rewarded Ads 辅助。

二十四、个人 + AI 真正应该建立的三种生产能力

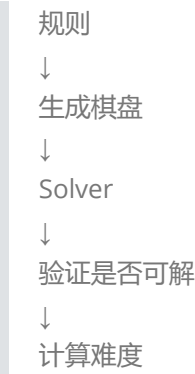
1. 内容生成系统



对应：

Visual Puzzle

2. Puzzle Generator



↓
进入关卡库

对应：

做菜 / Merge / Block / Arrow 类 Puzzle

这是最值得工具化的一套系统。

3. 战斗配置系统

战斗框架
↓
武器
↓
技能
↓
怪物
↓
塔
↓
AI 生成配置
↓
组合 Build

对应：

Survivor / TD / Roguelite

二十五、2025 → 2027 趋势总结

纯 Find Difference: ↓
Visual Puzzle: → / ↑
Merge / Rule Puzzle: ↑↑
Puzzle + Meta: ↑↑
纯 Survivor: → / ↓
Survivor + Meta: ↑
传统 TD: →
TD + Roguelite / Survivor: ↑↑

因此从 2027 的角度看：

最值得押的是“简单规则 + 长期成长”。

而从个人 + AI 的角度进一步筛选：

“规则可以程序化、内容可以 AI 化”的产品最有价值。

当前优先级仍然是：

《做了个菜》 > Visual Puzzle > 轻 TD / Survivor

二十六、主要数据来源

• 主要数据来源

- [Sensor Tower — State of Gaming 2026](#)
用于全球移动游戏、Strategy、下载量、IAP 及 2025→2026 行业趋势判断。
- [AppMagic — Puzzles in 2026](#)
用于 Puzzle、Hidden Object 等细分市场规模和 Puzzle 结构变化。
- [AppMagic — Hybrid-Casual Q1 2025](#)
用于 Hybrid-Casual、Puzzle + Meta 等混合玩法趋势。
- [Mobidictum — AppMagic Monetization Report 2025](#)
这份尤其重要：Puzzle 收入增长约 **15%**、美国约 **+10%**、英国约 **+28%**；Block Puzzle 约 **+91%**、Merge 约 **+61%**、Find the Difference 约 **-42%**。
- [Market Data Forecast — United States Mobile Gaming Market](#)
用于美国移动游戏市场规模及 2027 趋势推算。
- [Market Data Forecast — Europe Mobile Games Market](#)
用于欧洲市场规模、增长率以及英国、德国、法国等区域分析。
- [IMARC — Saudi Arabia Mobile Gaming Market](#)
沙特移动游戏市场 2025 年约 **14 亿美元**，IMARC 预测 2026–2034 CAGR 为 **10.49%**，2034 年达到约 34 亿美元。
- [Grand View Research — Latin America Mobile Gaming Market](#)
拉美移动游戏 2024 年约 **72.46 亿美元**，预计 2030 年达到约 **135.78 亿美元**，2025–2030 CAGR **10.6%**；Android 是最大且增长最快的平台。
- [Grand View Research — Global Mobile Gaming Market](#)
2026 年全球移动游戏市场估算约 **1767 亿美元**，2030 年约 **2562 亿美元**，用于判断整个移动游戏市场的大盘走势。
- [Mordor Intelligence — Africa Gaming Market](#)
用于非洲游戏市场规模、移动化和未来增长趋势分析。
- [AppBrain — United States Puzzle Rankings](#)
用于美国 Puzzle 当前榜单和黑马产品观察。
- [AppBrain — United States Casual Rankings](#)
用于美国 Casual 新产品和轻量玩法趋势。
- [AppBrain — Saudi Arabia Puzzle Rankings](#)
用于沙特 Puzzle 榜单以及美国爆款向中东扩散的观察。
- [AppBrain — Saudi Arabia Board Rankings](#)
用于 Sawa Play、Ludo、Jackaroo、Carrom 等中东区域棋盘游戏分析。

最终结论

对于 1 人 + AI 的海外小游戏开发模式，目前最值得做的不是第四条所谓“歌词类”产品线，而是明确聚焦三条：

1. **Visual Puzzle 内容产品**
2. **《做了个菜》这类规则型 Puzzle**
3. **Godot 割草 / 轻塔防 / Roguelite**

其中最优先验证的仍然是：

《做了个菜》

其次是：

Visual Puzzle 内容生产线

最后再逐渐投入：

Survivor + TD + Roguelite + 永久成长
