基于已有的服务器所提供的用户访问数据（例如：用户之前浏览了哪些页面、浏览了多长时间、页面的一些属性、是否是节假日等等），预测某些访问会不会产生购买行为，详细情况下一节数据介绍。

train.csv：训练集，8632行×18列，其中第一行是属性名称，其他每行为一位用户访问留下来的相关信息，共8631行。最后一列为该次访问是否产生了购买行为（1-购买，0-未购买）；

数据属性包括：10个数值属性和8个类别属性，每列变量表示的含义如下：

“用户相关页面”、“用户页面访问持续时间”、“信息相关页面”、“信息相关页面访问持续时间”、“产品相关页面”和“产品相关页面访问持续时间”表示访问者在该会话中访问的不同类型页面的数量以及在这些页面类别中花费的总时间。这些特性的值来自于用户访问的页面URL Session信息， Session记录了用户采取的操作（例如从一个页面移动到另一个页面）的实时更新信息。

“跳出率”、“退出率”和“页面值”特性代表了由Google Analytics为电子商务网站中的每个页面计算出来的指标。跳出率是指仅阅读了一个页面就离开的用户占一组页面或一个页面拜访次数的百分比。 跳出次数是指拜访者不拜访您网站的其他任何一页便从进入页退出的次数。 所以跳出率的算法就是：阅读了一个页面就离开网站的次数/进入网站的次数= 跳出率。退出率指：某个时间段内，离开网页的次数占该网页总浏览次数的比例。 比如，今天开心推首页综合浏览量是1000次，从这个页面离开本站的次数是40次，则首页的退出率是4%。“网页价值”是用户在进入目标网页或完成电子商务交易（或两者）之前访问过的网页的平均价值。

“节假日”属性表示网站访问时间接近某个特定的日子（如母亲节、情人节），在这一天附近会更有可能最终完成交易。

数据集还包括“操作系统类型”、“浏览器类型”、“区域”、“流量类型”、“访客类型”（老访客或新访客）、“周末”。

训练集train.csv最后一列“购买”属性为类别标签， 1为购买，0为未购买。

**结果要求**

你需要提交的结果文件为一个.csv格式文件，总计3699行×1列。每一行为0或者1（1代表购买），或者购买的概率值（越接近1越会购买）。