

最新空调年度工作计划总结 空调安装监理工作计划必备(优秀9篇)

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。我们该怎么拟定计划呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

空调年度工作计划总结篇一

2、施工现场临时用水、用电，由专职电工及安全人员进行详细检查并整改。停工前必须对工程现场各系统、各环节进行全面自查自纠。消除各种不安全隐患。

3、停工前必须切断工程现场所有动力电缆，对照明、排水供电线路进行一次全面检查。

4、春节放假前做好项目部的安全卫生工作。宿舍、各部室负责人做好打扫卫生工作，切断所有电源开关并关好门窗。

5、认真做好防火工作，加强对消防设施的管理，检查消防器材，及时更换灭火器。

6、值班人员名单及联系方式在放假前在项目部备案，发生事故能及时与项目部进行联络。

7、各施工队伍退场前应办理腿长确认手续，经各方签字确认后方可退场。

1、春节放假期间留守工地管理人员实行24小时轮流值班制度，值班期间严禁脱岗、外出。并详细记录防护工作、安全情况，工地留守值班人员要保持手机24小时开机，确保信息畅通，以方便及时沟通。

2、放假期间工地内禁止焚烧可燃物、杂物，禁止燃放烟花爆竹，当周边燃放烟花爆竹时，应加强观察及巡视。

3、放假期间生活区宿舍门上锁，贴封条，留守人员应加强生活区域的巡检。

4、项目部做好防火防盗工作，值班人员不得擅离岗位。现场用电设备及电线放入仓库保管好，不得乱堆乱放；对施工现场进行全天不间断巡查，杜绝偷盗现象发生；增加夜晚照明设备，做到不留死角，方便值班人员巡视。

1、切实做好复工前各项安全管理工作部署

强化安全责任，精心组织，以高度负责的态度切实做好项目工程复工前的各项安全管理准备工作，始终坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，坚决克服盲目、乐观情绪和松懈麻痹思想，积极做好教育宣传及动员，进一步落实安全生产责任制，认真开展复工前项目安全教育、安全技术交底、检查等工作，调整好节后管理人员和作业人员的思想状态，为开民项目节后复工安全管理工作打下良好基础。

2、扎实开展节后复工的安全教育培训工作

春节过后人心比较浮躁，易出现松懈麻痹思想，结合工程将陆续复工，外来务工人员将大量进入施工现场，新进人员和转岗人员也将增多，各工程处要高度重视和做好复工前的安全教育培训工作，针对施工现场实际，对项目部管理人员、一线作业人员和特种作业人员开展全员安全教育培训工作，严格落实三级安全教育制度，把安全教育培训工作落实到每一个班组、每一个岗位、每一位工人，让复工后新进场一线工人或转岗工人全面了解本项目危险场所、危险源、防范措施、基本安全操作规程，提高现场作业人员安全防范意识和操作技能。安全教育要保留影像资料备查。教育后要对所有人员进行安全知识考核，严禁将未经安全教育培训或者培训

考核不合格的人员直接安排进入施工现场作业。

3、各专业工程处认真开展节后复工的安全隐患排查治理工作

各工程处要克服麻痹、松懈的思想，高度重视春节后复工的安全生产隐患排查治理工作，安全检查应由专业负责人亲自带队，工程技术人员、安全管理人员共同参与，严格按照相关标准规范对本项目施工现场进行一次全面彻底、不留死角的安全隐患排查治理活动；发现隐患要按照“定人、定时间、定措施”来进行整改，落实专人跟踪隐患整改情况，检查必须要留有排查、整改记录，确保安全隐患整改率达100%。复工前特别要加强对危险性较大分部分项工程的安全隐患排查：

(1) 加强对检修楼等支撑体系检查，尤其加强对满堂承重支架搭设是否规范和稳固性进行严格检查，要派专人对模板立杆底部基土夯实情况、垫木是否满足设计要求、顶托和底托是否存在偏位、顶托螺杆伸出长度、立杆垂直度、扫地杆和水平拉杆及斜撑、剪刀撑、扣件螺栓等关键部位设置及固定等方面进行细致排查，发现问题及时加固整改，保证结构的连接、杆件的紧固和架体基础稳定。

(2) 现场所有龙门吊、汽车吊、大型设备、工程机械车辆等特种设备和机械设备进行检查，查看起重机械的基础是否有沉降，地脚螺栓是否松动，各项安全保险装置是否有效正常，强化复工前的检查、保养、检测和试运行工作，检查合格后方可投入使用。

空调年度工作计划总结篇二

“暖通”是建筑设计中工种的一个分类的名称。在我国建筑行业，一直以“建筑设计院”牵头。一个建筑项目确立之后，首先由某个建筑设计院进行总体设计。建筑的总体设计包括许多分项，一般如下：建筑设计，结构设计，基础设计，电力（强、弱电）设计，给排水设计，暖通设计，配套园林

绿化景观设计等等。暖通设计（如果该项目需要）是指该项目中的所需要的“空气调节系统”简称“空调系统”。一般“空调系统”包括制冷供暖系统，新风系统，排风（排油烟）系统等的综合设计。

所以说“暖通”从功能上说是建筑的一个组成部分。从建筑设计来说，他是建筑设计的一个分项。并不是单指“空调”。

需要说明的一点是：“空调”在一个建筑中可能是“中央空调系统”，也可能是“中央空调与独立空调的混合系统”，也可能全部是“独立空调的系统”。一切根据建筑的功能以及投资者的意向和实际需要而定。

二、培养要求

本专业学生主要学习建筑物理环境和环境控制系统的基础理论知识，受到建筑设备系统之设计、调试和运行管理等方面的基础训练，并初步具备这方面的工作能力。

5. 具有较强的自然科学基础及人文社会科学基础； 6. 具有较强的本专业工作能力、自学能力和协作精神。

三、主干学科、课程和实践环节

主干学科：建筑环境与设备工程学。主要课程：传热学、流体力学与流体机械、工程热力学、热质交换原理与设备、电工电子学、机械设计基础、供热工程、锅炉及锅炉房设备、制冷工程、通风空调、燃气工程、热工测量与自动控制等。主要实践环节：包括金工实习，认识实习，生产实习，毕业实习，基础课与专业基础课实验，相关专业课程设计和毕业设计等，一般安排40周左右。

四、适合从事的工作

1. 从事工矿企业供暖、通风、空调及制冷系统的设计、施工及安装；
2. 研究院（所）、高等院校从事供暖、通风、空调及制冷系统设计、研究、开发、教学；
3. 高科技企业中的科研、设计与管理工作；
4. 城镇建筑环境的供暖、通风、空调及制冷系统安装、调试及运行管理。

空调年度工作计划总结篇三

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。xx年度内销总量达到1950万套，较xx年度增长年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及xx年度的产品线，公司xx年度销售目标完全有可能实现。xx年中国空调品牌约有400个，到xx年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。xx年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长

虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

根据以上情况在xx年度计划主抓六项工作：[]

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案（根据市场情况及各时间段的实际情况进行）此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况定期进行拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在xx年至xx年度配合及执行公司的定期品牌

宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置

空调年度工作计划总结篇四

保洁柜（箱）体内灰尘（用吹风机保洁线圈、开关、接线端子上的灰尘）；紧固松动部件、接线端子；检查各元件、标记标号、电度表铅封是否完好；检查备用电源自动合闸开关功能是否正常。

b□ 配电柜、控制柜维护记录表

时光荏苒，岁月如梭。不知不觉间，我加入xx这个大家庭已经小一年。一年间，我从一个毫无经验可谈的应届毕业生成长为一个暖通工程技术人员，回首这一年，有刚入职时的迷茫，有刚到太原项目的艰辛，有遇到问题时的烦恼，当然也有解决问题后的兴奋与喜悦。

现在就我一年来的工作情况总结如下：

我很荣幸有机会加入xx□并且有幸接触到xx项目。所以我衷心感谢公司领导对我的信任与栽培，我深知这个机会来之不易，自从加入xx目，我努力学习，虚心接受领导和同事的意见，严格要求自己，在工作上认真细心，踏实勤奋，及时与领导同事沟通工作中的问题。积累了一定的工作经验，取得了很大的进步。

回顾xx项目这一年的情况，从刚开始项目工作的举步维艰，

处处碰壁，到项目进展工程中遇到各种技术问题，在项目部各个领导，各个部门的通力协作下，努力克服各方面的困难，在年底完成了标准层的风管主管，水管主管，以及各栋楼水管立管、风管立管以及地下室通风排烟的吊装工作，取得了一定的成绩，但这其中同时暴露出很多问题，需要我们努力克服、解决。

首先，项目部一定要统一思想，有共同的目标并为之努力奋斗。起初各项工作进展困难，很大一部分原因就是项目部刚刚组建，各部门之间不熟悉，默契不够，没有形成统一战线，当然，这个问题在公司领导的协调指挥下，随着工程的进展，得到了很好的解决。我相信□xx项目部已经是一个成熟的项目部，只要在各位领导的带领下，各部门认真工作，努力配合，及时沟通，明年的工作一定会进展的更加顺利。

其次，各部门之间一定要职责明确，责任落实到人。我作为一名员工，一定要履行自己的职责，积极主动、认真高效、保质保量的完成领导下达的任务，有问题及时与领导沟通，提高解决问题的能力。做到今日事今日毕，并且努力协助各部门领导同事做好全面工作。

最后，工作要有计划。预则立，不预则废，因为没有计划就没有方向，没有方向的工作就会一塌糊涂，一事无成。工作中要结合各部门情况，明确哪些事与别的部门联系紧密，哪些事比较独立；哪些事紧迫，哪些事暂缓一下也不会影响整个项目进度。把工作做整体规划，好的计划是成功的开始。

酒店节能可从以下几个主要方面采取措施：采用能源管理系统，有效掌握酒店总盘、各回路及设备运转和能源使用状况。充分利用把bas系统有效地控制各处排风机、新风机的工作，减少不必要的浪费，分别控制停车场排风机、厕所排风机及公共区域空调送风机运转，自动控制高峰电力需量。

一) 配电系统：

- 1、采用能源管理系统，有效掌握酒店总盘、各回路及设备运转和能源使用状况。充分利用把bas系统有效地控制各处排风机、新风机的工作，减少不必要的浪费，分别控制停车场排风机、厕所排风机及公共区域空调送风机运转，自动控制高峰电力需量。
- 2、运用中央监控系统及自动功率因数调整器，确保供电系统的功率因数在0.95—1之间。
- 3、充分调配电力分布合理投入变压器运行，减少不必要的载运行。
- 4、配电室加装空调设备及强制风扇，降低室温，增加设备效率。
- 5、制定年度保养计划，定期检修及保养设备，提高设备使用寿命。

（二） 空调系统：

- 1、选用中央空调智能控制系统，充分发挥智能化自动化，有效地根据不同季节和现场实际需求，合理搭配适当容量之冷水机开启，减少人为因素造成不必要的浪费。
- 2、客房选用智能控制系统，根据客人睡眠后，自动调整减低风机转速，升高空调温度，节约用电。
- 3、客房卫生间排气扇选用智能控制系统，自动进行开启。当客人使用卫生间时自动开启，当客人离开忘记关闭时会延时自动关闭；当长时间不开启时会自动开启排气一定时间，让室内保持空气新鲜让客人舒服。
- 4、当监控到室外气温低于室内时，全部开启新风系统利用室外气引入室内，减少室内盘管风机温度，节约空调用电。

5、冷却水利用江边打井，抽井水给主机冷用，增加主机能效；冷却塔依冷却水水温32——37℃自动控制启动、关闭，节约用电。

6、运用中央监控系统，设定公共区域空调箱、地下室停车场进排风机、各厕所排风机及公共区域空调送风机分时运转，减少风机马达运转时间。

7、空调区冷水泵加装变频器，控制及保护设备运转，依现场热负荷需求，变化马达转速，大量节省马达耗电。

8、夜间房客进出频率较少时，关闭进排风机；()配合中央监控系统，于高峰时间停止进排风机运转。

9、餐厅厨房烟罩排风机排出热气时，引进室外气补充所排出风量，避免抽走饭店内冷气，减少冷气流失。

10、因建筑景观采用大型落地窗，窗边温度高，造成空调负荷及客人用餐不舒服，宜张贴大型隔热纸，约可隔绝45%太阳辐射热源，降低空调负荷，减少空调电费支出。除此之外，更可防止家具装璜退色、龟裂、延长使用寿命。

即将到来的20xx年充满希望和挑战，对工程部提出了更高的要求。为积极配合各小区物业管理完成各项指标任务。现结合工程部的实际情况，着力于维修保养各项工作的落实，并在原来部门工作的基础上，不断提高服务质量，为客服中心的收费做到后勤保障工作。特拟定工作计划如下：

空调年度工作计划总结篇五

会议内容：参加会议10个单位，20人，现场施工人员约200多人。

一、分包发言：

1、玻璃幕墙工程(上海美特幕墙有限公司)

(2)、我公司承建幕墙工程17780 m²□其中：主楼幕墙15508 m² □裙房幕墙2272m²□计划9月底主楼、裙房幕墙竣工验收。

2、中央空调工程(上海开乐建设工程有限公司)

(1)、现场管理人员2人，工人5人，近期配合消防检测。，所有管道保温完成，

(2)、机房电缆增加量备料准备中，主机系统调等正式电到位后进行；

(3)、配合吊顶封板补修管道保温，一部分人等待系统调试，已六周无活可做。

3、智能化工程(上海巨一科技发展有限公司)

(1)、现场管理人员5人，施工人员进场20人；

(2)、消防中心机房设备安装完成 50 %;配合总包完成广播、门禁系统消防测试；

(3)、停车场道闸系统基础图已提供给业主，尽快确定施工单位施工；

(4)、希业主尽快提供裙房ba系统配置供电回路。

4、分体式多联空调工程(上海由光制冷设备工程有限公司)

5、电梯安装(上海奥的斯有限公司)

(1)、垂直电梯14台在调试，8月13日开始，调试人员4人，调试完成70%；

(3)、电梯三方通话线送到电梯机房弱电控制柜、

6、裙房公共区域装饰工程(亚厦装饰公司)

(2)、一至三层要安装商铺玻璃隔断，商铺内的材料、杂物、垃圾有关单位尽快清除。

二、总包发言：

2、考虑中秋节、国庆节假日因素，和消防局商定：项目消防验收在下周进行；

3、裙房商铺后增电缆各层布线已完成一、二、三层，地下一层有很大难度，要到9月13日以后完成：

4、本月申报人防、消防、节能竣工验收，竣工资料正在整编。

三、监理发言：

1，昨天召开主楼公共区域装饰工程专题会议，落实业主9月3日“工作联

3、当前安全管理的重点是：安全用电，防火、防盗、防汛、防高温中暑，安全员上岗到位，确保施工现场安全。

四、业主发言：

5、目前正当汛期，防汛、防台、防高温、防火等安全工作，各单位领导要亲自抓，不得失误。

空调年度工作计划总结篇六

空调销售年度工作计划

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务，销售工作计划《年度销售工作计划》。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案（根据市场情况及各时间段的实际情况进行）此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况定期进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在至15年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在15年04月—8月销售旺季进行，

第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

公司销售年度工作计划范文

一、市场的开发：

创新求实、开拓国内市场。根据去年的基础，上海公司对国内市场有了更深的了解。产品需要市场，市场更需要适合的产品(包括产品的品质、外型和相称的包装)。因此，上海公司针对国内市场的特点，专门请人给公司作销售形象设计，提高盛天公司在中国市场的统一形象。配合优质的产品，为今后更有力地提高盛天公司在中国的知名度铺好了稳定的基础。

空调年度工作计划总结篇七

做好中央空调的日常保养，对于保持空调美观和良好的技术状况，节省维修费用，延长机器的使用寿命有着极其重要的作用。日常保养要点如下：

(1) 切勿使空调外壳受压。因空调外壳一般为塑料件，受压后容易变形，轻则影响冷暖气通过，严重时还会损坏内部元件。

(4) 经常检查蒸发器、冷凝器是否脏污，必要时应进行清洗。

(5) 检查确认遥控器电池的电力是否正常，并及时更换新电池。

(6) 换季暂不用时，应清扫滤清器和机壳，拔掉电源，取出遥控器内的电池，并将室外机体套上保护罩，以防止日晒雨

淋。

(7) 及时检修，简单的故障可以自检，当机器出现复杂故障时，应及时请专业人员检修。

空调年度工作计划总结篇八

20空调营销已经结束，几多欢喜几家愁，梳理一下年空调营销关键词，既可以对06年的一个总结，也可以作为冷冻年度一个新的...

2006年空调营销关键词：

需求平稳：

空调作为季节性很强的产品，在以往的营销年度中，都会出现比较明显的淡旺季区分，旺季来临时一片繁忙景象，商家和厂家都忙着数钞票，淡季厂家忙着深耕渠道，让经销商多打款准备来年旺季。但是在2006年出现了淡季不淡，旺季不旺的市场状态。

渠道下移：

渠道独立：

集体换帅：

受日益艰难的大环境影响，空调行业频频换帅早已不是新鲜事，今年年初更迎来“集体暴发期”，格兰仕、美的、lg、tcl、松下等多家企业将旗下空调老总或销售总经理先后易主，以寻求“营销突围。换帅事件回顾：格兰仕：2006年，刚加盟四个月的朗青突然因个人原因提出辞职，原格兰仕微波炉销售有限公司总经理龚志安任总经理，陈曙明仍担任格兰仕空调(中山)销售有限公司董事长职务。美的：美的空调国内营销

总经理王金亮突然因“正常轮岗”调任美的商业空调主管内部管理的副总经理，由商用空调总经理陆剑锋接任。2006年1月5日tcl空调国内销售公司总经理张铸卸任，原tcl空调国内销售公司副总经理易长根出任总经理。lg电子中国区总裁孙晋邦于1月1日卸任，暂时转任lg中国区高级顾问，新总裁禹南均已经正式上任。松下：广州松下空调器有限公司新任总经理安田收司到任，而原广州松下空调器有限公司总经理幡野德之调往上海，主管松下电器在中国的白电业务。

品牌集中：

截至2006年8月，国家信息中心资源开发部监测范围内有销售业绩品牌由2005年的69个缩减到2006年的52个，品牌消失了17个。不仅如此，在剩下的52个品牌中，销售量占有率不到的品牌为18个，占整体品牌的；销售量占有率低于10%的品牌为34个品牌，占整体品牌的，在目前整体市场相对低迷的情况下，2007年品牌淘汰率有可能会高于。06年空调冷冻年度，17个空调品牌被淘汰。

原料上涨，价格上扬：

与年相比，价格平均线上升是2006年度零售市场比较突出的特点之一。进入2006年，由于各项原材料价格上涨的刺激下影响，众多企业在成本增加的强大压力下，不得不不断推出新产品，调整产品价格来解决来自成本的压力。从各类型空调各制冷量段的市场平均售价来看，除7200w以上冷量段柜机外，其他各冷量段空调价格比去年同期均有不同程度的上涨，尤其是2400w以下和3600w以上冷量段挂机的市场平均售价同比分别上升和。4600w以下和6200w-7200w冷量段柜机售价同比也分别上升了和。从各价位段空调的销量结构比来看，5000元以上挂机和5000元以上柜机的份额与去年同期相比均有明显上升，其中3000元以上挂机同比上升个百分点，而6000元以上柜机份额上升了个百分点。

空调年度工作计划总结篇九

- 1、检查机组冷媒及润滑之液面并按需调节（如有需要）。
- 2、注意润滑油之颜色和其他情况。
- 3、检查油泵润滑前、后之运行情况，如有需要补充润滑油。
- 4、检查和调节供油和回油之温度。
- 5、检查机组任何不正常之噪音和震动。
- 6、检查冷媒和油系统中任何可看见之泄漏迹象。
- 7、检查电流表不正常移动情况和对比实际之电流量及调校。
- 8、检查蒸发温度、冷凝温度、对应冷冻水及冷却水进出水温差情况。
- 9、检查扇门马达转动机构并调节节链的松紧，检查扇门马达的辅助开关。
- 10、检查供电电压情况。
- 11、检查机组所有保护设定系数，运行中的控制设置及介面装置显示器，并将所得数据结果汇报。
- 12、修复排除一般情况故障。
- 13、检查起动电柜接触器良好情况及可靠性。
- 14、检查起动电柜接触点及动作序。
- 15、检查机组外安装保护装置（水流开关）是否正常操作。

16、检查机组运转情况及记录运行状态，提供手写之报告，报告机器运行情况和以上之检查结果。