**七彩星球 未来之星联合举办“爱眼之家” 公益活动倡议书**

**少年儿童是祖国的未来,为了响应国家关工委、教育部、卫生部、文化部、国家广电总局等12部委关于开展“中国校园健康行动”的通知,针对当前中国少年儿童视力普遍下降不容乐观的局面,由CCTV七彩星球栏目组和WWW.5A5HZ.CN未来之星网联合举办“爱眼之家”公益活动,旨在帮助教育正处于视力发育阶段的少年儿童如何提高保护视力预防近视的自控能力,据最近一项权威机构的全球学生近视防治调查报告显示:中国学生近视率已位居世界之首,学生视力低下状况令人担忧, 照此下去, 按遗传加环境致病规律, 将来拥有天然良好视力的人力资源在中国将会成为稀缺资源,** **来自于2014年6月13日全国电视电话征兵工作会议的消息称:** **今年新征兵源对视力的要求从去年的5.0降低到4.8。这一视力一般在近视250度镜片左右。据调查, 在近视防治过程中不仅社会上普遍存在着不少认识误区, 医学界也存在着不少认识误区, 主要集中在以下5个方面:**

**1.过于强调近视的遗传因素,当前许多夫妻上代都不近视,孩子却发生了近视,遗传因素虽不可忽视,但也可以通过环境改变而改变;**

**2.** **防治近视只注重在眼上做表面文章,忽视了这是孩子们身体健康整体素质降低的一种表现,古人云肝主瞳,肾主目就是这个道理;**

**3.医学界的唯镜论,造成孩子配戴眼镜越戴越近,配戴眼镜和激光手术仍为不得已而为之的无奈之举,但决不是唯一选择;**

**4.孩子的早期教育过度依赖于视觉获取,无异于拔苗助长,违背了生理和视觉的自然发育规律;**

**5.重治轻防,防治近视就象环保,必须以防为主,环境遭到破坏也难恢复其天然之貌,因此必须积极倡导以防为主,治疗为辐。**

 **为了正确引导本项活动的积极展开,** **我们实施的方法是:**

**1.与全国各地区各类别的青少年艺术选培活动相结合,评选出“爱眼之家”** **公益小天使,通过CCTV七彩星球的栏目视窗打造“爱眼之家”形象小代言人,向全国的少年儿童展示他们的心灵之窗和艺术天资;**

**2.选择现有全国各地区的少年儿童才艺选培机构成立服务于当地的“爱眼之家”公益活动执行机构;**

**3.广泛征集预防及治疗青少年儿童近视产品的相关企事业进行活动赞助及实物支持,同时给予相应的产品推广及形象小天使代言;**

**4.才艺评选决出的各项目的前3名的小选手及视力最优的前3名有资质进入“爱眼之家”** **公益形象小天使的评选,并由相关赞助机构认选产品公益形象代言人。**

**“爱眼之家”公益形象小代言人待遇:**

**1. 可获得认选企业的年度产品公益形象代言助学金;**

**2.有机会获得CCTV七彩星球青青姐姐的栏目专访;**

**3.代言形象会出现在下一届活动海报上,与代言企业合作帮助小代言人能够迅速跻身于艺术小明星之列;**

**4.有机会代表代言企业参加由CCTV七彩星球及未来之星网举办的各类国内国际艺术交流活动。**

**为此,我们所倡议的“爱眼之家”公益活动,目的为了调动孩子家长的主观因素发动全社会力量来积板帮助孩子们提高视力健康水平。**

**眼睛是心灵的窗口,** **还你一双明亮的眼晴,我们热切地期望全国的中小学朋友们家长们老师们及社会各界的朋友们都积极地热情地投入到我们所倡导的“爱眼之家”公益活动中来,** **让国人的好视力不再成为稀缺资源,为捍卫祖国和建设袓国提供优质人才。**