



超級食物 真的帶來超級健康？

誠邀大家填寫「基督徒離婚再婚觀研究」網上問卷

超級食物

真的帶來超級健康？

吳慧華
高級研究員

《修復身體的超級食物：全美知名醫學博士、健康權威教你，吃什麼可以不藥而癒，修復失衡的身體》、《超級食物：14種改變一生的食物》、《傑米·奧利佛的超級食物》、《輕療癒：超級食物精力湯，排毒防癌抗三高》、《超級水果巴西莓：改變300萬人的紫色奇蹟》、《超級食物青花椰苗：集解毒、抗癌、防老化等功效於一體的最強蔬菜》、《超級健康食物排行榜》……這一系列有關超級食物的書籍，即使還未吃過書中所提及的超級食物，光是看書名，讀者就可能「垂涎欲滴」，買書的同時，巴不得連帶相關的超級食物都一一買下，好去修復身體、排毒防癌抗三高，好讓自己也經歷紫色奇蹟。超級食物到底有多神奇，讓不少人對它們趨之若鶩，甚至令坊間湧現一本又一本談論超級食物的書籍，以及與它相關的食譜？

首先，讓我們來看看甚麼是超級食物（superfood）？根據劍橋詞典（Cambridge Dictionary）網上版，超級食物被定義為「對健康非常好的食品」；¹ 牛津英語辭典（Oxford Learner's Dictionaries）網上版，超級食物被定義為「有些人認為對你非常有益，並且有助於預防疾病的一種食物。」² 至於人們愛

用的維基百科網站則表示：「超級食物是一個行銷詞彙，意指各種宣稱有益健康的食物。營養師並不使用這個詞彙，許多營養師否認超級食物所宣稱的健康助益。」³ 有研究人員認為超級食物含有高濃度的營養物質，具有豐富的營養價值；另外，它們含有多種生物活性成份，令人體達到令人滿意的生物利用率（bioavailability）及生物活性（bioactivity），以至極具生物學價值；⁴ 簡單來說，便是人體容易吸收，發揮效用。上述數個對超級食物的不同定義顯示了：迄今，超級食物還沒有一個官方的定義，不同的人對超級食物的觀感原來也有截然不同的看法。有人把超級食物，更正確來說，把超級食物這詞彙看得非常正面，有些卻看得極為負面。這到底又是怎麼一回事？

拜香蕉所賜，令世上出現了超級食物一詞。1917年，美國的聯合果品公司（United Fruit Company）在營銷策略上為要促銷香蕉，創造了「超級食物」這個詞彙。⁵ 香蕉本為熱帶及亞熱帶地區的生果，對美國來說是極其新奇的食物，為了讓美國人接受香蕉，更重要的是吸引美國人購買香蕉，聯合果品公司可謂不遺餘力，推出一連串在當時來說極富創意的營銷策略，打

1 "Superfood," *Cambridge Dictionary*, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-chinese-traditional/superfood>.

2 "Superfood," *Oxford Learner's Dictionaries*, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/superfood?q=superfood>.

3 〈超級食物〉，「維基百科：自由的百科全書」，2022年11月20日，網站：<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/超級食物>。

4 Charalampos Proestos, "Superfoods: Recent Data on their Role in the Prevention of Diseases," *Current Research in Nutrition and Food Science* 6, no.3 (2018): 576–593, <http://dx.doi.org/10.12944/CRNFSJ.6.3.02>.

5 Dr. Scott Lear, "Superfoods – Myth or Reality?" May 11, 2022, *Dr Scott Lear*, <https://drscottlear.com/2022/05/11/superfoods-myth-or-reality/>; "What makes superfood so super?" *U. C. Davis*, <https://www.ucdavis.edu/food/what-makes-superfood-so-super>.

造出香蕉極具營養的健康形象。公司創新地聘請了醫生讚揚香蕉的營養價值；亦把香蕉推進家庭的早餐桌上，建議繁忙的都市人把香蕉切片，加上粟米片及牛奶，製造出完美的早餐；聯合果品公司更成功地讓麥片公司願意付款購買香蕉，並在麥片盒中加入香蕉免費換領券；為了確保孩子認識香蕉，聯合果品公司設立致力於出版的「教育部」，巧妙地提供有關香蕉訊息的免費教科書和課程材料。⁶

一時間，香蕉的價值被高度讚揚，早在1918年，一名美國醫生Samuel Prescott在文章中提到：「將香蕉與牛奶按適當比例混合，其成效好比一餐裡進食蔬菜配以少量肉類，這個配給量便足夠身體的需要。」⁷ 1924年，另一位醫生Sidney V. Haas更指出香蕉可以醫治腸胃疾病乳糜瀉。其後，Haas為病人開出的「香蕉處方」，更有其他醫生的仿效，甚至有一日進食高達七隻香蕉的醫療處方。⁸ Haas的嬰兒病人在他的治療之下，的確接受以香蕉為主的治療，但他們同時也在進行無麩質飲食。最後，一名荷蘭的兒科醫生Willem Dicke證實香蕉在治療乳糜瀉方面其實沒有特別作用，Haas治療之所以有效，只因為他意外地禁止了病人進食麩質。⁹ 這場美麗的誤會雖然過去，卻無損香蕉的魅力，時至今日，不單只食物，連護膚品公司都吹捧自己的眼霜含有香蕉成份。¹⁰



現今的超級食物如香蕉一樣，努力標榜自身的營養及治療價值，以獲得消費者的垂青，難怪牛津英語網上辭典說超級食物是「有些人認為對你非常有益……」；而維基百科則毫不留情地指出：「超級食物是一個行銷詞彙」。針對當時的美國或現今的全球市場，香蕉或超級食物都是一門極大的生意。大型科技研究及顧問公司Technavio預計，從2021年到2026年，超級食品市場規模預計將增長至1,253.4億美元，市場的關鍵走勢在於愈來愈多超級食物被推廣，以及將超級食品的成份應用在美容和個人護理產品。¹¹ 在昔日缺乏食物和食物需要配給的年代，商人自不自然要提醒消費者香蕉的性價比極高，是「窮人的生果」，這樣才能帶出它的市場價值。¹² 反觀今天，超級食物的賣點不再是「窮人的生果」，有的價格不便宜，有的更換上「高貴的外衣」，成為「新的健康奢侈生果」，目的是要吸引中產或以上的消費者。¹³

相信龐大的利益之下，食物公司會繼續傾巢而出，在各種媒體平台把超級食物從傳統的健康食物分別出來，超級食物之所以為超級食物，最大的賣點在於它們有療效，可以讓人的身體更健康。業界推廣超級食物會如當初推銷香蕉一樣，為了宣揚某種食物的好處，既得利益者會出錢支持相關的研究，以證明某

-
- 6 Dan Koeppel, *Banana: The Fate of the fruit that change the world* (New York: Hudson Street Press, 2008); Nyamhistorymed, "Extra, extra, get your new banana!" *History of Medicine & Public Health*, October 8, 2015, <https://nyamcenterforhistory.org/tag/united-fruit-company/>.
 - 7 Samuel C. Prescott, "The Banana: A Food of Exceptional Value," *The Scientific Monthly* 6, no. 1 (January 1918): 66.
 - 8 Jill Neimark, "Doctor once thought bananas cured celiac disease. They saved kids' lives – at a cost," *Npr*, May 24, 2017, <https://www.npr.org/sections/thesalt/2017/05/24/529527564/doctors-once-thought-bananas-cured-celiac-disease-it-saved-kids-lives-at-a-cost>.
 - 9 Alan Levinovitz, "The First Superfood: One miracle fruit can cure disease and make people lose weight? That's bananas," *Slate*, April 22, 2015, <https://slate.com/technology/2015/04/the-first-superfood-doctors-believed-bananas-could-cure-celiac-disease.html>.
 - 10 "Why did we choose Banana as a Superfood skincare ingredient?" *The Skin Diet Company*, <https://www.theskindietcompany.com/blogs/tsdc-superfoods/why-did-we-choose-banana-as-a-superfood-skincare-ingredient>.
 - 11 Technavio, "Superfoods Market Size to Grow by USD 125.34 Billion, Superfruits to be Revenue-generating Product Segment," *Cision*, November 22, 2022, <https://www.prnewswire.com/news-releases/superfoods-market-size-to-grow-by-usd-125-34-billion-superfruits-to-be-revenue-generating-product-segment---technavio-301683945.html>.
 - 12 Prescott, "The Banana," 75.
 - 13 Christoph Frank Wiedenroth and Verena Otter, "Who are the Superfoodies? New Healthy Luxury Food Products and Social Media Marketing Potential in Germany," *Foods* 10, no.12, 2907 (2021), <http://doi.org/10.3390/foods10122907>.

種食品對人類健康有正面影響。例如由美國高叢藍莓委員會（US Highbush Blueberry Council）支持的一項研究，研究人員便發表了以下的結論：「每天食用22克凍乾藍莓（相當於每日一杯新鮮藍莓）可能對患有二型糖尿病的男性的心臟代謝健康參數產生有益影響。」¹⁴ 對於由相關團體資助的研究，一生致力揭露食品產業劣行的康奈爾大學營養科學系訪問教授 Marion Nestle 向來都不投信任票。她認為營養科學家可能認為自己不受食品工業的影響，然而，食品公司資助的研究通常都有利於贊助商的利益。一次偶爾的觸發，Nestle 決定收集由食品公司資助的研究，每當她收集到五篇文章，便上載於自己的網頁上，有一年，她發現168項研究中，研究結果有利於贊助商利益的竟達156篇。她指出，如果結果不利於贊助商，研究員將無法再次獲得資助。¹⁵

Nestle 亦先後撰寫了 *Food Politics*, *Soda Politics* 及 *Unsavoury Truth* 等書籍，為消費者揭開食品公司的神秘面紗：它們背後如何操作，如何影響廣告、研究，甚至政府等持份者，以此塑造消費者的飲食習慣，影響大眾的營養及健康。對於上述美國高叢藍莓委員會所資助的研究，Nestle 認為「針對許多其他生果的研究，預計也會有類似的結果。」她表示自己喜愛藍莓，但並不希望它被視作超級食品來銷售，在她眼中，所有生果、蔬菜、堅果和穀物都可以提供營養和纖維，它們都因其營養、健康價值以及口味而具備食用的價值。¹⁶

是的，除了嗎哪，這個世上恐怕沒有真正的超

級食物，唯獨嗎哪含有整全的營養，足以讓以色列人在曠野進食40年而沒有患上營養不良（申八3-4）。神創造不同種類食物（創一11-12），讓人任意享用（創一29），如非特殊的情況，神不會限制一般人食用某些食物（民六2-3）。各種食物各自有不同的營養要素及價值。¹⁷ 現今，不少營養學的問題在於一次只研究一種營養素，這做法忽視了營養素來自食物，食物與飲食的處境，以及飲食與生活方式其實都息息相關。¹⁸ 假設只比較單一的營養素，難免會有某些食物比其他食物出色，如果以蛋白質來計算的話，牛奶一定勝出，藍莓一定出局。

英文諺語中有一句“one man's meat is another man's poison”，意思就如中國人所說的「甲之熊掌，乙之砒霜」。食物也是如此，當某些食物對他人有益，並不代表一定對自己有益。縱使香蕉的營養價值真的很高，糖尿病患者也不能多吃，根據中醫的說法，香蕉屬涼性的生果，「若冬天容易有手腳冰冷、臉色蒼白、嘴唇淡白或體質虛寒者」，應該少吃香蕉，在冬天，一般人也不宜多吃。¹⁹ 人不能只強調食物中某一種營養素而判斷它們對所有人的功效及價值，有關食物的知識也是如此，不要只看重營養師的意見或研究人員的意見，也要看重中醫的意見。與其查看哪些食物有豐富營養，讓自己健康，不如先檢查自己屬於甚麼體質，找到合適的食物去吸收當中的營養，增進健康。

不是由超級食物決定你的身體是否健康；反過來，是你的身體決定哪些才是超級食物。



14 Kim S Stote et al., "Effect of Blueberry Consumption on Cardiometabolic Health Parameters in Men with Type 2 Diabetes: An 8-Week, Double-Blind, Randomized, Placebo-Controlled Trial," *Current Developments in Nutrition* 4, no. 4 (April 2020): nzaa030, <https://doi.org/10.1093/cdn/nzaa030>.

15 Politics and Prose, "Marion Nestle, 'Unsavoury Truth'," *YouTube*, January 7, 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=A8y0RCwtPT0>.

16 Marion Nestle, "Industry-funded studies of the week: blueberries—again!" *Food Politics*, November 16, 2020, <https://www.foodpolitics.com/page/2/?s=superfood>.

17 Catalina Gonella and Delisa Shannon, "What people get wrong about superfoods," *Insider*, April 12, 2021, <https://www.businessinsider.com/what-people-get-wrong-about-superfoods-nutrition-health-acai-goji-turmeric-quinoa-2018-6>.

18 Federica Morgandi, "Matcha: Don't let yourself be fooled by superfoods," *digg magazine*, September 21, 2018, <https://www.diggmagazine.com/articles/matcha-superfoods>.

19 朱育嫻：〈冬天吃香蕉有禁忌 4種人要少吃！中醫教你「這樣吃」排毒又補鈣〉，「健康2.0」，2022年1月3日，網站：<https://health.tvbs.com.tw/regimen/331201>。



美味陷阱

《美味陷阱：你吃的是食物不是食物！揭發假天然、真添加的味覺騙局（只吃真原味升級版）》
(*The Dorito Effect: The Surprising New Truth About Food and Flavor*)

作者：馬克·史蓋茲克 (Mark Schatzker)

譯者：鄧子衿

出版地：台北市

出版：時報文化

出版年份：2020年

當年，電視台曾經有一個美食節目，主持人常把「雞有雞味、食物好鮮味……」掛在嘴邊。這些評論當時聽起來都像廢話，但時至今日，雞真的不一定有雞味。

《美味陷阱》的作者道出了追求高產量生產雞隻與粟米等食物的後果。雞農為了「生產出」更多雞隻，改變了雞的飼料及生長環境，換來雞的味道每下愈況。粟米農場也因面積大增，令粟米味道變淡了；馬鈴薯的情況也一樣。食物失去了天然味道，只好讓化學公司製造食物添加劑，增加食物的味道，於是「食物越來越無味」、「香料越來越精進」。

天然食物要借助調味料才有味，而零食這類經高度加工的非原型食物，更加入大量人造調味劑，務求令味道不變，這味道不是食物原有的味道，而是「想要它吃起來」的味道，這令薯片可以有「烤肉風味」。味道真的很重要，因為食物有味，人才樂意進食，不過，加了調味劑的食物，意味著食物的味道不再由大自然控制，而是由負責行銷的人操縱。人們吃下愈來愈多「味道化合物」，味覺系統受欺騙，一旦喜歡上合成香料，面對淡而無味的天然食物時，也會用各式加了調味劑的醬料為食物「加味」。人工香料令食物變得美味，但亦令人變得肥胖。加了人工香料的食品讓人吃得更多，於是離苗條及健康更遠，以美國為例，69%的人不是肥胖就是過重，患上糖尿病的人也愈來愈多。

人工香料是導致人肥胖的幫兇，也是教人失去了「味覺」及無法聆聽身體需要哪種營養的元兇。1926年，芝加哥小兒科醫生Clara Davis進行了一項營養學實驗，她代家長餵養15名年齡從六至11個月大的嬰兒達六年之久，這些嬰兒沒有接觸過「成人吃的一般食物」，他們面前總有34種天然食物，只是當中不包括糖、奶油或薯片等食物，食物唯一的調味料是鹽。他們可以自選吃的食物及份量，結果發現即使他們各有偏好，最終他們挑選的飲食組合都非常均衡，另外，他們沒有便秘，即使患了感冒，三天後便會痊癒。當他們大病初癒後，生牛肉、胡蘿蔔和甜菜（又名紅菜）的攝取量會突然大增。研究結束後，Davis稱這班孩子為營養學大師，因他們知道自己的身体需要甚麼食物。

很多人都知道野外的貓在不適的時候，懂得找草吃，殊不知人類原來也有此本能，懂得用適當的食物餵養自己的身体，無奈工業化世界帶來了工業化食物，人類從味道分辨美食的天賦被奪取了，變得被人工味道牽著走，只知「美味」，不知營養，以致身體出現不同的狀況。此書談的不只是食物本身，而是喚醒人們認真地審視真正食物及當中的營養，因為這些都不是加工食物可以比擬的。

一隻雞有雞味，表示這隻雞是真的有營養。

十九歲，十七歲， 六十三歲，還有……

陳永浩博士
研究主任（義務）

十九歲

紀錄片電影《給十九歲的我》（後稱《十九歲》）停映了。現在不論政治還是社會議題，寬容不見，紅線處處，討論問題都要極度小心，但筆者也先要「利益申報」，本人有在電影公映前看過首映，個人覺得這部電影去到今天的情況實在是可惜的：電影中每個同學的故事，以「真人記錄」的手法製作，彷彿親眼看著幾個女孩在2011至2019年，在風雨中成長，其實都很觸動人心的。

《十九歲》初上場時口碑是不錯的，可是後來引起了導演「主導說故事」的手法爭議，然後開始傳出參與拍攝的同學在校內首映前未有看過影片的最後剪接片段。接著又傳出導演代表香港電影業界加入政府成立的「推廣香港新優勢專責小組」，引發一些網民呼籲罷睇。估不到現實劇情可以比片中故事更奇情：其中一位主角親自撰寫萬字文，披露自己「由始至終都不同意《給》以任何形式進行公開放映」，再加上「被參與演出」的女車神單車手聲討，情況一發不可收拾。公映只有四日，英華女學校前校長已就影片爭議發公開信指，對事件引起的爭議深感抱歉，並指自己責無旁貸；而影片亦已暫停公映（相信也再難有機會上映了）。

的確，這部影片是赤裸裸地踩界：學校與學生和家長的確有協定，本來只為學校籌款而拍，只會發放DVD的紀錄片，變成了公映作品；導演本想做紀錄片，但又不是製作純粹新聞紀錄片，又不是純粹的電影，又不是真人show般的製作。這樣將紀錄片，旁白片，籌款影片「共治一爐」，只能說是太過貪心，拍攝拿捏稍有不準，就容易出現主觀、偏頗的情況。



筆者攝於日本函館前火車渡輪上。

而若以學術研究來講，舉凡有真人參與的研究活動，無論形式、發問題目、用途、發佈，全部都要先經過申請審批（大學會有專責的倫理委員會處理），在過程中，必須先向參與者清清楚楚交代，要求是十分嚴格的。事實上，紀錄片、真人show等，參與者的真實反應和記錄絕對重要，拍攝紀錄片時製作人和參與者的互動並不容易，踩界有時亦難免，要在說好故事和保護當事人間平衡，十分困難，也需要十分信任。《給十九歲的我》本來是有這條件的：由發起人前校長，導演，同學，通通都是同校師姐师妹還有校長，理應可以有一個美好結局，可惜……

十七歲

那麼，紀錄片還能製作下去嗎？在《十九歲》之前，其實還有2009年出品的《KJ音樂人生》：這紀錄片記述了一位本地音樂天才KJ的故事。他本人的故事，本身已經十分「尖銳」——KJ本人魅力非凡，卻又帶點傲氣（例如他在校際音樂節參賽，特登犯規，選了一部超時作品演出，最後卻被評判破例評為冠軍）導演記述了他成長的故事，當中除了他與音樂結緣，更有他和他一家的故事：恩師對他的啟迪，他與同學及兄妹間的矛盾，甚至父子之間，由彼此關愛到心懷怨恨，甚至咬牙切齒……人生複雜，而KJ一片拍攝足足跨越了六年時間，拍攝KJ由11至17歲的成長歷程，結果該片揚威當年的香港和台灣影壇，奪得了台灣金馬獎「最佳紀錄片」、「最佳音效」、「最佳剪輯」三獎，為金馬獎史上獲獎最多的紀錄片，也奪得了當年香港電影評論學會大獎「最佳電影」，成為一時佳話。



在製作以人為本的紀錄片時，能否也照顧到當事人的感受？

可是風光背後，原來另有故事。在影片公映事隔14年之後，片中主角KJ，就因《十九歲》事件的爭議，在其社交媒體中告白，控訴當年導演原來亦是未經他本人同意，沒有剪掉他早已要求刪除的片段，這導致了他與父親長時間關係破裂，需要多年時間修補。

六十三歲

而在外國，製作紀錄片也不是一件容易的事。英國著名的跨年紀錄片《人生七年》系列（*The Up Series*）就是當中的經典。這部歷時近六十年的紀錄片，自1964年起製作，當年的導演選出來自英國社會不同階級的14位小孩（最後繼續參與的剩下七位），從他們七歲時就做採訪，而每隔七年就再拍攝一次採訪，直至年前，已推出了第九輯，讓觀眾看到已年屆63歲的受訪者（所以片名就以七的倍數命名，第一輯是*Seven Up*！而最新一輯為*63 Up*），可稱為史上最長系列的紀錄片。

這一部原來探討「貧富階級是否世襲」的製作，隨著時間演進，漸漸變成了那七位受訪者心路歷程（甚至是當代英國發展）的寫實記錄，為一系列的影片帶來了更多探討的主題。當中，除了展現出英國社會「成功靠父幹」、「贏在起跑線」、「窮人無出頭」的情況，連帶受訪者的成長歷程也被關注了：家族世襲成功的人固然繼續他們成功的故事；當中出身低下階層的，流連罪惡邊緣的，真的在年少時代因犯事而「失去聯絡」，後來居然又給製作團隊聯絡上，原來他已改邪歸正，更成為地方教會的牧師！也有受訪者中途決定退出，流下空白（諷刺的是，那位退出者後來也成為了紀錄片導演，並

因而成名）。當中不同的受訪人物，對這個「終生」的節目有著極不同的反應：有人慶幸自己家族的故事得以被世人記錄；有人覺得不堪回首，更有受訪者形容每七年一次的受訪就像吃「毒藥」一般的難受……

當然，不是每一個人都會有這樣的遭遇。但站在倫理立場，這次《十九歲》電影出現的問題，實在值得我們反思：筆者相信，攝製方在製作影片時，並不是黑心作業；我也盼望受訪的學生們，隨著年紀漸大，在受到的創傷平復後，也會體會到製作這片時的心意。但在這一切之下，我們卻不能看輕了影片團隊好心做壞事的情況：受訪的女生受到的傷害，影片製作時受到的不公待遇，以及其家人受到的壓力，並不能因一句「犧牲小我，完成大我」就能抵銷，製作以人為本的作品，不應更要以人為本考慮嗎？

引申到日常教會生活中，我們時常強調基督教是講見證的信仰，也鼓勵信徒們多作見證，給世人看見改變我們生命的主。但在「常作見證」的同時，我們也應小心保護自己和家人。例如當眾講出自己的見證，如果涉及了家人、朋友的關係（比如離婚後破鏡重圓，或欠債糾紛等），當事人固然可能不介意，但其他人可能不作這樣想。如未得到家人同意和體諒，「夾硬」將見證講出來，的確有可能對他人造成「二次傷害」。這種情況，以往在華人教會中的確較少留意，因著《十九歲》電影出現的情況，大家多作相關考慮，保護自己和家人，也未嘗不是好事。



基督徒離婚再婚觀

誠邀大家填寫
網上問卷

政府統計處在2022年1月發佈的專題文章：〈1991年至2020年香港的結婚及離婚趨勢〉提到有關香港離婚情況的數據，獲頒離婚令的數目由1991年的6,295宗大幅上升至2019年的21,157宗。撇除人口增長的影響，2019年以每千名人口計算的粗離婚率是2.82人，遠高於1991年的1.11人。

有些非信徒選擇離婚，信徒當中也有人離婚，甚或再婚，面對信徒離婚再婚的現象，有些信徒不太清楚教會的立場，有些明明知道，卻認為這些信仰原則已經落伍。究竟信徒對離婚再婚有何想法？對離婚再婚的接納度有多高？信徒的想法與教會的教導一致嗎？現誠邀15歲或以上的基督徒填寫網上問卷，參加生命及倫理研究中心與香港樹仁大學商業、經濟及公共政策研究中心進行一項名為「基督徒離婚再婚觀」的研究。請大家於4月10日或之前填寫問卷。

網上問卷



顧問

吳庶忠教授 (香港科技大學生命科學部客座教授)
吳庭亮博士 (溫哥華信義會新天堂牧師)
吳澤偉先生 (納思資源策劃有限公司董事總經理)

諮議小組成員

吳思源先生 (愛百合牧養總監)
辛惠蘭教授 (中國神學研究院聖經科副教授)
李樹甘教授 (香港樹仁大學經濟及金融學系系主任)
洪子雲博士 (香港理工大學專業及持續教育學院講師)
張志儉博士 (香港大學教育學院政策、行政及社會科學教育部榮譽助理教授)
趙崇明教授 (香港神學院神學及歷史科副教授)

研究中心同工

陳永浩博士
研究主任 (義務)

吳慧華小姐
高級研究員

督印人：蔡志森

總編輯：吳慧華

編委：陳永浩、何慕怡、陳希芝

設計：王盧碧君

出版：生命及倫理研究中心



生命倫理雙月刊

✦ 本刊所有文章，如欲轉載，請與本中心聯絡。